

STRESZCZENIA

Sylwia BAZAN¹
Katarzyna BIELEC²
Justyna STECKO³

CSR – ANALIZA PŁASZCZYZNY AKSJONORMATYWNEJ

Celem artykułu jest próba analizy wartości oraz wynikających z nich norm dotyczących fundamentalnych relacji między ludźmi, ze szczególnym uwzględnieniem aspektu społecznej odpowiedzialności biznesu. Moralność jest najmocniejszym przejawem społecznej natury człowieka, dlatego też ma charakter najmniej konwencjonalny – przedstawia pewne wspólne ludziom imperatywy zbiorowego życia. Aksjonormatywny aspekt odpowiedzialności społecznej obrazuje dwa nierozdzielne i kluczowe kategorie wartości. Jest to zbiór cech, na który składają się wartości, jego zasady oraz relacje między nimi, tworzące przy tym określony aksjonormatywny ład. We współczesnym świecie ład aksjonormatywny jest wypracowywany głównie poprzez określenie standardów etycznych. Mają one na celu zarówno regulację jednostkowych i grupowych zachowań w biznesie, jak i kształtowanie pożądanych dyspozycji czy etycznej wrażliwości. Współczesne przedsiębiorstwa wypracowały w ciągu ostatnich kilkudziesięciu lat nowe metody reakcji na oczekiwania zarówno otoczenia, jak i pracowników. Społeczna odpowiedzialność to głównie przejrzyste procedury postępowania oraz budowanie relacji z interesariuszami, które oparte są na zaufaniu. Jest to zobowiązanie biznesu do wspierania zrównoważonego rozwoju przy pomocy pracowników, ich rodzin oraz lokalnych społeczności i całego społeczeństwa. Etyczny aspekt społecznej odpowiedzialności umożliwia ustalenie minimów etycznych, obowiązujących wszystkich tych, którzy angażują się w pracę dla przedsiębiorstwa. Całemu procesowi towarzyszą zmiany wnikające z obecnego procesu globalizacji oraz zjawienia się symptomów nowej etyki, w której społeczna kontrola zostaje przejmowana przez techniki teleinformatyczne, wspierane wyrafinowanymi technikami wpływu oraz manipulacji społecznej. Można podejrzewać, że proces będzie powodował utowarowienie relacji pomiędzy ludźmi, a także instrumentalizację zarówno podstawowych wartości etycznych, jak i wartości takich jak moralna odpowiedzialność. Artykuł jest próbą zwrócenia uwagi na ważność zachodzących współcześnie zjawisk oraz ich oceny.

Słowa kluczowe: CSR, moralność, etyka, wartości, relacje interpersonalne, zaufanie.

CSR – ANALYSIS OF AXIONORMATIVE AREA

This article attempts to analyze the value and the resulting standards on fundamental human relationships, with particular aspect of corporate social responsibility. Morality is the strongest manifestation of the social nature of a man, and therefore, it is of the least conventional nature, presenting certain, common to people imperatives of collective life. Axionormative aspect of social responsibility depicts two inseparable and key categories of values. It is a set of characteristics, which is made up of values, its principles as well as the relationships between them, thereby creating a certain axionormative order. In the modern world axionormative order is generated mainly by defining ethical standards. They are aimed at regulating both individual and group behavior in business and management of the desired features and ethical sensitivity. Over the last few years modern companies have developed new methods of response to the expectations of both the environment and workers. Corporate social responsibility means mainly transparent procedures and building relationships with stakeholders, which are based on trust. It is the commitment of business to promote sustainable development with the help of employees, their families and local communities and society. Ethical aspects of corporate social responsibility allows to set minimums ethical force of all those who are engaged in work for the company. The whole process is accompanied by changes in penetrating the current process of globalization and the emergence of symptoms of a new ethic in which social control is acquired by information technologies, supported by sophisticated techniques and the impact of social manipulation. One suspects that the process will result in the commodification of the relationship between humans and the instrumentalisation of the basic ethical values as well as the moral responsibility. The article is an attempt to draw attention to the importance of contemporary phenomena and their evaluation.

Keywords: CSR, morals, ethics, values, interpersonal relationships, trust

DOI:10.7862/rz.2014.hss.1

Przesłano do redakcji: marzec 2014
Przyjęto do druku: czerwiec 2014

¹ Sylwia Bazan, studentka Wydział Zarządzania, Politechnika Rzeszowska.

² Katarzyna Bielec, studentka Wydział Zarządzania, Politechnika Rzeszowska.

³ Dr Justyna Stecko, Zakład Nauk Humanistycznych, Wydział Zarządzania, Politechnika Rzeszowska, ul. Poznańska 1, 35-084 Rzeszów, tel. 017 865 12 04, autor korespondencyjny e-mail: jstecko@prz.edu.pl

POLITYKA PODATKOWA WICEPREMIERA I MINISTRA SKARBU EUGENIUSZA KWIATKOWSKIEGO W LATACH 1935–1939

Eugeniusz Kwiatkowski nie tylko był autorem programu modernizacji Drugiej Rzeczypospolitej i twórcą Centralnego Okręgu Przemysłowego, ale również jako wicepremier i minister skarbu odpowiadał w latach 1935–1939 za politykę podatkową państwa. Podstawowym priorytetem prowadzonej przez niego polityki fiskalnej była równowaga budżetowa. Kwiatkowski dążył przede wszystkim do zagwarantowania odpowiednich w stosunku do potrzeb wpływów do budżetu. Dlatego też w pierwszym roku urzędowania widocznie podniósł obciążenia podatkowe obywateli. Kolejnym celem polityki podatkowej było uporządkowanie systemu podatkowego, co Kwiatkowski zainicjował w sesji budżetowej parlamentu na przełomie 1935 i 1936 roku. W listopadzie 1937 roku wicepremier zapowiedział małą reformę podatkową, której podstawy prawne przyjęte zostały wiosną 1938 roku. Jej najważniejszymi elementami były ustawa o podatku obrotowym, która zmieniała zasady krytykowanego wcześniej podatku przemysłowego, oraz ustawa o ulgach inwestycyjnych. Reforma została wprowadzona pozytywnie przyjęta przez przedstawicieli sfer gospodarczych, jednak konsekwentnie domagali się oni dalszych zmian w systemie podatkowym. Kwiatkowski nie zdecydował się na przeprowadzenie zasadniczej reformy podatkowej, uznając, że jest na nią zbyt wcześnie. Brak takiej reformy uważa się za największą porażkę polityki podatkowej wicepremiera, jednak wszystkie pozostałe postawione zamierzenia udało się Kwiatkowskiemu zrealizować. Dochody podatkowe pokrywały zwyczajne wydatki budżetu, ulgi inwestycyjne wspierały procesy modernizacji kraju, a mała reforma podatkowa usunęła największe wady systemu podatkowego.

Słowa kluczowe: Eugeniusz Kwiatkowski, polityka podatkowa, reforma podatkowa, system podatkowy, ulgi inwestycyjne

TAX POLICY OF THE DEPUTY OF PRIME MINISTER AND MINISTER OF THE TREASURY EUGENIUSZ KWIATKOWSKI IN 1935–1939

Eugeniusz Kwiatkowski was the author of the modernization program of the Second Polish Republic. He was famous for building the Central Industrial District. From 1935 to 1939 he was also responsible for tax policy as Deputy Prime Minister and Minister of the Treasury. A balanced budget was a top priority of this policy. Kwiatkowski primarily sought to obtain adequate to the needs of tax revenue. Therefore, in the first year in his office, he raised the tax burden. His next target was to order the tax system, which Kwiatkowski began in the budget session of parliament in 1935/1936. In November 1937 he announced a small tax reform. It was carried out in spring 1938. It consisted of the Law on turnover tax, which changed the rules of the criticized industrial tax, and the Act on Investment Incentives. Entrepreneurs were satisfied with the changes in taxes but demanded further reforms. Kwiatkowski did not decide on a general tax reform because he believed it was too early to carry it out. The lack of this reform was the biggest failure of his tax policy but it has to be mentioned that Kwiatkowski realised all other objectives. Tax revenues covered budget expenses, investment incentives to support modernization processes and a small tax reform removed the biggest defects of the tax system.

Keywords: Eugeniusz Kwiatkowski, tax policy, tax reform, tax system, investment incentives.

DOI:10.7862/rz.2014.hss.2

Przesłano do redakcji: marzec 2014

Przyjęto do druku: czerwiec 2014

⁴ Dr hab. Paweł Grata, prof. UR, Katedra Politologii, Wydział Socjologiczno-Historyczny, Uniwersytet Rzeszowski, Al. Rejtana 16 C, 35-959 Rzeszów, e – mail: pgrata@wp.pl

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ЛИДЕР В МАРКЕТИНГОВОЙ ИНТЕРПРЕТАЦИИ

В системе инструментов политического маркетинга категория «товар», понимаемая как партийная программа, доктрина, сама партия и политические деятели, занимает главенствующее место. Особое место отводится политическому лидеру – инициатору, организатору и ведущему лицу в борьбе за власть и ее удержание. Маркетинговый аспект роли лидера пока мало разработан в научной литературе. В данной статье предпринята попытка анализа маркетинговых особенностей формирования и проявления лидерских возможностей и качеств в конкурентной среде политического рынка. Исследование базируется преимущественно на российских и украинских источниках, затрагивающих данную проблематику с позиций политологии и политического менеджмента и психологии. Авторы придерживаются мнения, не противоречащего теории политического маркетинга и управления, согласно которому лидер – это наиболее авторитетный член группы, за которым она признает право принимать решения в значимых для нее ситуациях и реально играющий центральную роль в его выполнении, организации совместной деятельности и взаимоотношений; руководитель же рассматривается как официальное лицо, на которое возложены функции управления коллективом и организации его деятельности.

В статье подчеркивается, что для понимания феномена политического лидерства важно проникнуть в его маркетинговую «природу», выявить существенные признаки, механизмы и условия желаемой продуктивности на политическом рынке. Политический маркетинг, по убеждению авторов, это корректное, целенаправленное выявление и экспонирование различным социальным и национальным группам именно тех реальных качеств и достоинств претендента на лидерство, к которым эти группы проявляют особый интерес.

Согласно концепции, выдвигаемой в статье, лидер – это человек, наделенный определенным объемом полномочий для того, чтобы формулировать и выражать интересы и цели других людей, мобилизовать их на определенные действия. Насколько эффективно он будет выполнять возложенные на него обязанности, в немалой степени зависит от личностных качеств самого лидера. Подчеркивается важная роль, которую играет в создании образа лидера его окружение (команда) и отмечается, что личная преданность является необходимым, но недостаточным для современной политики качеством окружения. Единomyслие, взаимопонимание, интерес к делу, взаимное доверие, уверенность в правильности выбора, нравственная устойчивость, убежденность также дают право руководить коллективом, окружающим лидера.

В интерпретации авторов лидерство это не новый стиль маркетингового руководства, а способ организации власти в гражданском обществе с развитым политическим сознанием всех или большинства его социальных слоев.

Ключевые слова: лидер, политический маркетинг, формирование имиджа, онтологический аспект имиджмейкинга.

POLITICAL LEADER IN MARKETING'S INTERPRETATION

In the tools system of political marketing category "goods", understood as the party program, doctrine, the party itself and politicians takes dominant place. Special attention is paid to the political leader - the initiator and organizer of the leading party in the struggle for power and its retention. Marketing aspect of the role of the leader has little developed in the scientific literature. This article attempts to analyze the marketing features of the formation and manifestation of leadership opportunities and qualities to competitors in the political market. The study is based mainly on Russian and Ukrainian sources affecting this perspective from the standpoint of political science and political management and psychology. The authors are of the opinion which is not contrary to the theory of political marketing and management, according to which a leader - this is the most authoritative member of the group for which it recognizes the right to make decisions in important situations and it really plays a central role in its implementation, the organization of joint activities and relationships; head is regarded as official, which is entrusted with the functions of management of collective organization and its activities.

The article emphasizes that understanding the phenomenon of political leadership, it is important to break into his marketing "nature", to identify the essential features, mechanisms and conditions desired productivity in the political market. Political marketing, according to the authors, this is the correct, targeted detection and exposure to various social and ethnic groups in precisely those qualities and virtues of the real contender for the leadership to which they have a particular interest group.

According to the concept advanced by the article, the leader - a man endowed with a certain amount of authority to determine and express the interests and goals of other people, to mobilize them for specific actions. How efficiently it will perform its duties, to a large extent depends on the personal qualities of the leader. It was highlighted the important role played in creating the image of the leader of his environment (team) and noted that personal loyalty is necessary but not sufficient for the environment quality of modern politics. Mindedness, understanding, interest in the case, mutual trust, confidence in the selection, moral stability, confidence and give the right to lead the team surrounding the leader. In the authors' interpretation of leadership it is not a new style of marketing management, but the way the organization of power in civil society with a developed political consciousness of all or most of its social groups.

Keywords: leader, political marketing, forming of the image, ontological aspect image-making'u.

⁵ Prof. dr hab. Aleksandr Gugin, Katedra Marketingu, Wydział Zarządzania, Politechnika Rzeszowska, ul. Poznańska 1, 35-084 Rzeszów.

⁶ Dr Artur Woźny, Zakład Nauk Humanistycznych, Wydział Zarządzania, Politechnika Rzeszowska, ul. Poznańska 1, 35-084 Rzeszów, tel. 017 865 12 04, autor korespondencyjny e-mail: awozny@prz.edu.pl

LIDER POLITYCZNY W UJĘCIU MARKETINGOWYM

W systemie instrumentów marketingu politycznego, podobnie jak w marketingu ekonomicznym, główne miejsce zajmuje kategoria „towar”, pod którą rozumie się: program partii, doktrynę, samą partię oraz polityków. Wśród polityków szczególne miejsce należy do lidera politycznego – inicjatora i organizatora, przywódcy w walce o władzę i jej utrzymanie. Marketingowe ujęcie jego roli jest nadal nie dość wystarczająco opracowane w literaturze przedmiotu.

W niniejszym artykule podjęto próbę przedstawienia marketingowych osobliwości kształtowania i realizowania cech lidera w konkurencyjnym otoczeniu na rynku politycznym. Badanie oparte jest na rosyjskich i ukraińskich źródłach przybliżających daną problematykę z pozycji politologii, managementu i psychologii politycznej. Według autorów lider to członek grupy, mający najwyższy autorytet, któremu grupa przyznaje prawo do podejmowania decyzji w znaczących dla niej sytuacjach i odgrywający autentycznie kluczową rolę w ich realizacji, organizowaniu wspólnych działań oraz relacji. Natomiast kierownik to osobistość oficjalna, której powierzono funkcję zarządzania zespołem i organizowania jego działań.

W artykule podkreślono, że aby zrozumieć fenomen lidera politycznego, należy przeniknąć do jego rdzenia marketingowego, wyodrębnić istotne cechy, mechanizmy i warunki pożądanej produktywności na rynku politycznym. Marketing polityczny, w przekonaniu autorów, to poprawna i celowa identyfikacja oraz artykułowanie przed różnymi społecznymi i narodowymi grupami właśnie tych rzeczywistych cech oraz cnot pretendenta na przywódcę, którymi dane grupy są szczególnie zainteresowane.

Zdaniem autorów szczególnie ważną rolę w kreowaniu wizerunku lidera odgrywa jego otoczenie. Wierność, lojalność wobec lidera to ważna cecha otoczenia, jednak niewystarczająca do uprawiania współczesnej polityki. Jednomyślność, zdolność do porozumienia, zainteresowanie wspólną sprawą, wzajemne zaufanie, przekonanie o słuszności wyboru, stałość moralna, zdecydowanie to również bardzo ważne cechy otoczenia lidera.

W interpretacji autorów przywództwo nie jest nowym stylem zarządzania marketingowego, lecz sposobem organizacji społeczeństwa obywatelskiego z dobrze rozwiniętą świadomością polityczną.

Słowa kluczowe: lider, marketing polityczny, kształtowanie wizerunku, ontologiczny aspekt image-making'u.

DOI:10.7862/rz.2014.hss.3

Przesłano do redakcji: marzec 2014

Przyjęto do druku: czerwiec 2014

KSZTAŁCENIE ZAWODOWE PRACOWNIKÓW JAKO INSTRUMENT PRZECIWDZIAŁANIA ZJAWISKA NIEDOPASOWANIA PODAŻY I POPYTU NA RYNKU PRACY W UNII EUROPEJSKIEJ

Istotnym problemem, z jakim aktualnie zmagają się europejskie rynki pracy jest niedopasowanie podaży i popytu siły roboczej. Pomimo istniejącego wysokiego wskaźnika bezrobocia dla krajów Unii Europejskiej często wolne miejsca pracy nie zostają obsadzone ze względu na brak osób o odpowiednich kwalifikacjach bądź chętnych do wykonywania pracy, na którą istnieje popyt na rynku. Największy stopień niedopasowania obserwuje się w zawodach wymagających posiadania specjalistycznej wiedzy oraz w tych, które angażują prace proste. Według danych płynących z raportu Cedefop „*Future skills supply and demand in Europe*” sytuacja taka, w odniesieniu do obu wspomnianych grup, może utrzymać się do 2020 r. Zjawisko niedopasowania podaży i popytu na rynku pracy, ze względu skutki jakie za sobą pociąga, może skutecznie uniemożliwić bądź znacznie utrudnić osiągnięcie zakładanego w *Strategii Europa 2020* celu w postaci rozwoju konkurencyjnej gospodarki europejskiej, sprzyjającej włączeniu społecznemu. Z tych względów istotnego znaczenia nabierają instrumenty, które przyczyniają się do likwidacji już istniejącego stanu niedopasowania oraz do zapobiegania powstaniu tego zjawiska w przyszłości. Jednym z nich jest kształcenie zawodowe pracowników. W tym zakresie rola kształcenia zawodowego różni się w odniesieniu do poszczególnych przejawów niedopasowania. Kształcenie zawodowe stanowi skuteczny instrument likwidacji tego stanu w odniesieniu do tych jego przejawów, które objawiają się wystąpieniem trudności w obsadzeniu wolnych stanowisk pracy oraz w zatrudnieniu pracowników o zbyt niskich kwalifikacjach. Natomiast, jeżeli jego następstwem jest zatrudnienie pracownika o wyższych kwalifikacjach kształcenie zawodowe może jedynie przyczynić się likwidacji negatywnych skutków niedopasowania, nie likwidując jednak samego zjawiska. W tym przypadku eliminacja stanu niedopasowania leży w gestii edukacji szkolnej, której kierunki winny zostać dostosowane do aktualnych i przyszłych potrzeb rynku pracy.

Słowa kluczowe: Słowa klucze: kształcenie zawodowe, podaź i popyt na rynku pracy, rynek pracy

VOCATIONAL TRAINING AS AN INSTRUMENT TO PREVENT OF MISMATCH BETWEEN SUPPLY AND DEMAND ON THE LABOR MARKET IN THE EUROPEAN UNION

A major problem that currently facing European labor markets is a mismatch between supply and demand of labor. In spite of the high unemployment rate in EU countries vacancies are often not filled due to the lack of a those who are qualified or willing to take a job to which is demand in the market. The largest degree of mismatch is observed in jobs that require a specialist expertise or involve simple tasks. According to the data coming from the Cedefop report "*Future skills supply and demand in Europe*" this situation, for both of above groups, can hold out until 2020. The phenomenon of mismatch between supply and demand in the labor market, due to the effects it entails, can prevent or substantially hinder the achievement of the *Europe 2020 Strategy* target of the development of a competitive and inclusive European economy. For these reasons instruments that contribute to the elimination of existing mismatches and to prevent it in the future have become significant. One of them is the vocational training. The role of vocational training is different as the different forms of mismatch. Vocational training is an effective instrument to the liquidation of mismatch in relation to those of its forms, which result in the occurrence of difficulties in filling vacancies or employment of workers with very low skills. However, if the mismatch result in the employment of workers with higher skills, vocational training can only help to reduce the its negative effects, without reduce. In this case, elimination of a mismatch is the role of school education which should be adapted to the future labor market needs.

Keywords: vocational training, supply and demand, labour market.

DOI:10.7862/rz.2014.hss.4

Tekst złożono w redakcji: listopad 2013

Przyjęto do druku: czerwiec 2014

⁷ Dr Agata Ludera – Ruszel, Uniwersytet Rzeszowski, Wydział Prawa i Administracji, ul. Grunwaldzka 13, 35-068 Rzeszów e-mail: agata_lud@o2.pl

DOLAR AMERYKAŃSKI JAKO CZYNNIK MOCARSTWOWEJ POZYCJI STANÓW ZJEDNOCZONYCH W GOSPODARCE ŚWIATOWEJ

Modele, na których podstawie tworzone są rankingi potęg światowych, najczęściej prawidłowo identyfikują państwa o dużym znaczeniu ekonomicznym. Wynika to z faktu, że decydujące znaczenie w tych pomiarach ma zazwyczaj produkt krajowy brutto, a nie inne wskaźniki. Starając się jednak mierzyć potencjał mocarstw, należałoby również uwzględnić ich siłę instytucjonalną, która jest zresztą silnie powiązana ze składnikami gospodarczymi. Wśród nich warto, zdaniem autora, eksponować znaczenie waluty, która wpływa na wartość transakcji handlowych, przepływ kapitału oraz decyduje o funkcjonowaniu instytucji międzynarodowych. W związku z tym założeniem w opracowaniu zaprezentowano ranking mocarstw uwzględniający wymienione elementy potencjału. W drugiej części artykułu próbowano odpowiedzieć na pytanie, czy dolar amerykański (USD) wciąż odgrywa strategiczną rolę w gospodarce światowej i jest wykładnią hegemonicznej pozycji Stanów Zjednoczonych. Obok analizy historycznej sprawdzono, jaki wpływ miał globalny kryzys finansowy na stabilność amerykańskiej waluty i jej udział w światowych rezerwach oraz w międzynarodowych transakcjach. Udowodniono, że u progu XXI wieku USD wciąż był dominującą walutą w transakcjach międzynarodowego handlu i finansów, pozostał główną walutą rezerwową, interwencyjną oraz referencyjną i najważniejszym pieniądzem światowym, funkcjonującym w wielobiegowym systemie międzynarodowych finansów. Pokazano, że tak wielki udział USD na rynkach międzynarodowych pomaga gospodarce amerykańskiej chronić się przed szokami zewnętrznymi, redukuje koszty transakcji w handlu i finansach oraz poszerza międzynarodową politykę Stanów Zjednoczonych o sferę walutową. Z kolei państwa wykorzystujące USD jako rezerwy walutowe lub w międzynarodowych transakcjach muszą się liczyć z tym, że ich gospodarki będą wrażliwe na wszelkie zmiany w wartościach amerykańskiego handlu, inflacji czy przepływów kapitałowych.

Słowa kluczowe: potencjał, potęgomетria, waluta, rezerwy walutowe, pieniądz światowy, dolaryzacja, hegemonia amerykańska.

US DOLLAR AS A FACTOR OF POWER'S POSITION OF THE UNITED STATES IN THE WORLD ECONOMY

Generally, the models, on the basis of which the world powers' rankings are created, indicate properly the states of great economic importance. However, some uncertainties appear while considering their positions in the different rankings. As far as the modern economic great powers are analyzed, it is crucial to explore a variety of economic instruments, as well as to define their historical and institutional significance. Especially the importance of the currency should be exposed, which has an impact on the value of trade transactions, capital flows and it determines the functioning of international institutions. Consequently the ranking of powers was introduced which included above mentioned elements of potential.

In the second part of the article the author checked if the US dollar (USD) still reflects the hegemonic position of the United States. To assess it properly, it was necessary to set a historical background. Basically, the paper attempts to answer the question whether the USD still has a strategic role in the world economy. The impact of the global financial crisis on the stability of the dollar and its share of global reserves had been checked in details. The author argued that USD at the beginning of the 21st century was still dominant currency in international transactions, trade and finance, and it remained a major reserve, intervention and reference currency. It was proved that USD was still the most important world money functioning in the 21st century in a multipolar system of international finance. It was presented that such a large share of USD in international market helped to protect American economy against external shocks and it also reduced transaction costs in trade and finance.

Keywords: potential, powermetrics, currency, exchange reserves, world money, dollarization, American hegemony

DOI:10.7862/rz.2014.hss.5

Przesłano do redakcji: kwiecień 2014

Przyjęto do druku: czerwiec 2014

⁸ Dr hab. Rafał Matera, prof. nadzw. UŁ, Katedra Historii Myśli Ekonomicznej i Historii Gospodarczej, Instytut Ekonomii, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Uniwersytet Łódzki, ul. Rewolucji 1905 r. nr 41, 90–214 Łódź, tel. 42 635 50 58, e-mail: paramat@wp.pl

ŻAR AFRYKI I SYBERYJSKIE ŁAGRY – TOTALITARYZM W POWIEŚCI BIOGRAFICZNEJ JOHNA MAXWELLA COETZEE *ŻYCIE I CZASY MICHAELA K. ORAZ* ALEKSANDRA SOŁŻENICYNA *JEDEN DZIEŃ IWANA DENISOWICZA*

Co łączy Michaela K. bohatera książki Johna Maxwella Coetzee z Iwanem Denisowiczem z utworu Aleksandra Sołżenicyna? Co zbliża pisarza południowoafrykańskiego i jego Afrykę do powieściopisarza z północnej Rosji i okrutnej rzeczywistości łagru? Artykuł jest próbą odpowiedzi na te pytania. Na pierwszy rzut oka można zauważyć pewną analogię w tytułach obu utworów. *Życie i czasy Michaela K.* oraz *Jeden dzień Iwana Denisowicza* brzmią dość podobnie, informują o „sprawcy” opowieści biograficznej. Różnią się natomiast zamierzonym zasięgiem chronologicznym tej opowieści (jeden dzień – całe życie). Bohaterowie obu utworów są narażeni na trudne warunki klimatyczne, niesprzyjające osiedlaniu się przez ludzi, co sprawia, że są odizolowani od „normalnego” świata. Michael jest ogrodnikiem, Iwan – budowniczym, obaj są dumni z wykonywania zawodu, który daje im wewnętrzną wolność i ukojenie. Ich profesje pozwalają zachować resztki godności w nieludzkich warunkach, w których się znajdują. Bohaterowie, mimo ujawnienia ich imion, pozostają anonimowi wśród tłumu, który jest terroryzowany przez wszechpotężną władzę. Pozostają przypadkowymi ofiarami masowego terroru. Zarówno Michael K., jak i Iwan Denisowicz są archetypami uniwersalnych i ponadczasowych wartości ludzkich.

Słowa kluczowe: Coetzee, Sołżenicyn, łagry syberyjskie, Afryka, biografizm, totalitaryzm, porównanie

EMBERS OF AFRICA AND SIBERIAN GULAGS – TOTALITARIAN SYSTEM IN BIOGRAPHICAL NOVELS BY JOHN MAXWELL COETZEE *LIFE AND TIMES OF MICHAEL K.* AND ALEXANDER SOLZHENITSYN *ONE DAY IN THE LIFE OF IVAN DENISOVICH*

What does Michael K., a hero of John Maxwell Coetzee’s novel, have in common with Ivan Denisovich, a hero of Alexander Solzhenitsyn’s book? What connects a South African writer and his Africa with a novelist from Northern Russia and Siberian gulags? The article is an attempt to answer these questions. At the first glance, one can notice the analogy between the titles of both books. *Life and Times of Michael K.* and *One Day in the Life of Ivan Denisovich* sound quite similar because they inform about the “doer” of the biographical novel. However, they differ in the intended chronological range of the story (one day – all life). The heroes of both writers are exposed to harsh climatic conditions unfavorable to living by making people feel isolated from the “normal” world. Michael is a gardener, Ivan – a builder, both feel pride in the profession that gives them inner freedom and comfort. Their professions allow them to retain some dignity in inhumane conditions in which they are located. Heroes, despite the names, remain anonymous among the crowd, which is terrorized by the all-powerful authority. They remain accidental victims of mass terror. Both Michael K. and Ivan Denisovich are archetypes of universal and timeless human values.

Keywords: Coetzee, Solzhenitsyn, Siberian gulags, Africa, biographism, totalitarian regime, comparative analysis

DOI:10.7862/rz.2014.hss.6

Przesłano do redakcji: marzec 2014

Przyjęto do druku: czerwiec 2014

⁹ Mgr Joanna Mazur, Wydział Filologiczny, Uniwersytet Rzeszowski. ul. Al. mjr W. Kopisto 2b, 35-315 Rzeszów ,
jomazur78@gmail.com

ВЫСШЕЕ УЧЕБНОЕ ЗАВЕДЕНИЕ КАК ФОРМА КОММУНИКАТИВНОГО ПРОСТРАНСТВА СОЗАВИСИМОЙ ЛИЧНОСТИ

Коммуникация рассматривается как сложный процесс, который организует социокультурное пространство. С помощью процессов коммуникации общество создает информационно-коммуникативное пространство, устанавливая границу между коммуникациями и человечеством. Проанализированы различные научные подходы в психологии и социологии относительно понятия «коммуникативное пространство».

Коммуникативное пространство рассматривается как условие социализации молодых поколений; как совокупность условий для осуществления коммуникативных процессов и как совокупность коммуникативных практик (коммуникативная компетентность, коммуникативная креативность, коммуникативные способности и т.д.).

Разновидностью социально-коммуникативного пространства образования в целом является социально-коммуникативное пространство вуза, который формируется поэтапно в процессе социализации индивидов; претерпевает определенные изменения под влиянием социальных институтов семьи, образования и воспитания, а также неформальных отношений в непосредственном микроокружении; в определенной степени зависит от физических и социально-психологических возможностей личности.

Общение созависимых людей содержит много подавленных мыслей, чувств, скрытых мотивов, низкой самооценки и стыда. Кроме этого, коммуникативное пространство строится по принципу «драматического треугольника» С.Карпмана, в котором существуют взаимоотношения между «преследователем» и «жертвой», между «жертвой» и «спасателем». Если бы спасатель и преследователь прекратили общение, то игра в созависимость закончилась бы.

Так как педагогическая профессия относится к группе «помогающих», «спасающих», то феномен созависимости проявляется и в педагогической реальности высшего учебного заведения.

Ключевые слова: коммуникация, пространство, коммуникативное пространство, распоряжения.

UCZELNIA WYŻSZA JAKO FORMA KOMUNIKATYWNEJ PRZESTRZENI WSPÓLZALEŻNEJ OSOBOWOŚCI

Komunikacja jest postrzegana jako złożony proces, który organizuje przestrzeń społeczno-kulturową. Za pomocą procesu komunikacji społeczeństwo tworzy przestrzeń informacyjno-komunikacyjną, ustawiając granicę między komunikacjami i ludzkością. Analizie poddano różne podejścia naukowe psychologiczne i socjologiczne do pojęcia „przestrzeń komunikatywna”.

Przestrzeń komunikatywna jest rozpatrywana jako uwarunkowanie socjalizacji młodych pokoleń; jako całościowy warunek realizacji procesów komunikacji oraz komunikatywnych praktyk (komunikatywna kompetencja, komunikatywna kreatywność, zdolności komunikacyjnych itp).

Odmianą społeczno-komunikatywnej przestrzeni oświaty jest społeczno-komunikatywna przestrzeń uczelni wyższej, która jest kształtowana sukcesyjnie w procesie socjalizacji jednostek ulega określonym zmianom pod wpływem instytucji społecznych rodziny, edukacji i wychowania, a także nieformalnych stosunków w bezpośrednim mikrootoczeniu; w określonym stopniu zależy od sprawności fizycznej i społeczno-psychologicznych zdolności jednostki. Osób społeczność współzależne ma wiele represjonowane myśli, uczuć i ukrytych motywów, niskiej samooceny i wstydu. Ponadto komunikatywna przestrzeń zbudowana jest na zasadzie „trójkąta” S. Karpmana – to zjawisko, w którym istnieją relacje pomiędzy „prześladowcą” i „ofiara”, między „ofiara” i „ratownikiem”. Jeśli ratownik i prześladowca przestał komunikacji, gra się zakończyć w Codependency. Ponieważ zawód nauczyciela odnosi się do grupy "pomoc", "Zapisz", zjawisko Codependency przejawia się w rzeczywistości edukacyjnej szkolnictwa wyższego.

Słowa kluczowe: komunikacja, przestrzeń, przestrzeń komunikacji, zlecenia

¹⁰ Милюшина Марина, кандидат психологических наук, доцент кафедры социальной работы Днепропетровского национального университета имени О.Гончара, адрес: пр. Гагарина, 72, e-mail: milushina@mail.ru

AN INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION AS A FORM OF COMMUNICATIVE SPACE

The concept of "communicative space" has been analyzed in the psychological and social aspects. An institution of higher education is regarded as a form of communicative space. Communication is considered as a complex process which organizes sociocultural space. With the help of processes of communication society creates information-communicative space setting the line between communications and humanity. Different scientific approaches in psychology and sociology to the concept of "communicative space" have been analyzed.

Communicative space is regarded as: a) the condition of socialization of young generations; b) the set of conditions for communicative processes; c) the totality of communicative practices (communicative competence, communicative creativity, communicative abilities, etc.).

The type of socio-communicative space of education in general is a socio-communicative space of a higher educational institution which:

- a) is formed by stages in the process of socialization of individuals;
- b) undergoes some changes under the influence of social institutions of family, education and upbringing, and of informal relations in the direct microenvironment surroundings;
- c) is to some extent dependent on the physical and social-psychological abilities of a person.

The communication of co-dependent people contains many repressed thoughts, feelings, and ulterior motives, low self-rating and shame. Moreover, the communication area is built due to S.Karpman drama triangle where there is a relationship between a "persecutor" and "rescuer" as well as between a "victim" and "rescuer". If the rescuer and persecutor ceased the communication, the co-dependence game would stop.

Since, the profession of pedagogue regards to the group of "assistants", "rescuers", the co-dependence phenomenon also appears in the pedagogical reality of a higher educational establishment.

Keywords: communication, space, communicative space, dispositions.

DOI:10.7862/rz.2014.hss.7

Tekst złożono w redakcji: luty 2014

Przyjęto do druku: czerwiec 2014

OCHRONA PRAW JEDNOSTKI A PROBLEM CYBERTERRORYZMU

Globalna sieć zyskuje coraz większy zasięg, świat wirtualny rozrasta się coraz szybciej i staje się podobny do realnego świata. W związku z tym wiele zjawisk przenosi się ze świata rzeczywistego do sieci. Ta sytuacja odnosi się także do przestępczości czy terroryzmu. Współcześnie zmieniają one swoje oblicza, wykorzystując zdobycze społeczeństwa informacyjnego. Podstawowym towarem w sieci jest informacja. Rozpowszechnianie informacji za jej pomocą następuje błyskawicznie. Sieć stanowi zatem idealne miejsce współczesnej wymiany informacji między różnorodnymi grupami i środowiskami .

Niniejszy artykuł ma na celu ukazanie, jak istotny obszar aktywności państwa stanowi we współczesnym świecie cyberbezpieczeństwo, które odnosi się do nowej sfery aktywności człowieka, jaką jest cyberprzestrzeń, i nie daje się ujmować w tradycyjne ramy. O ile zapewnienie i ochrona bezpieczeństwa stanowi niezwykle istotny obszar aktywności państwa i jego organów, to działania w zakresie ochrony bezpieczeństwa są zróżnicowane i zależą od specyfiki zagrożeń bezpieczeństwa. Pojawienie się problemu cyberbezpieczeństwa i jego ochrony jest więc wynikiem coraz szerszego pojmowania klasycznego bezpieczeństwa człowieka. Autorka stara się w swoim artykule zwrócić uwagę na fakt, że we współczesnym świecie bezpieczeństwo odnoszone jest nie tylko do sfery militarnej i politycznej. Bezpieczeństwo rozpatruje się zarówno w kontekście zjawisk o charakterze globalnym, europejskim, państwowym, jak i w kontekście problemów poszczególnych obywateli .

Słowa kluczowe: cyberterroryzm, polityka antyterrorystyczna, prawa człowieka, ochrona praw jednostki.

PROTECTING THE RIGHTS OF THE UNIT VS. A PROBLEM OF CYBERTERRORISM

The global network is gaining the greater extent, the virtual world is growing faster and faster and becomes similar to the real world. Therefore, many phenomena are transferred from the real world to the network. This situation also applies to crime or terrorism. Today, they change their faces, using the gains of the information society. The main article in the network is information. The dissemination of information by network follows immediately. The network is, therefore, an ideal place of modern information exchange between diverse groups and communities. The aim of this article is to present how significant area of the modern state activity is cyber security, which refers to new sphere of human activity, which is cyberspace, and cannot be accounted in the traditional framework. While ensuring the safety and protection is an extremely important area of activity of the state and its bodies, the protection measures of security are varied and depend on the specific security risks. The appearance of the cybersecurity problem and its protection is thus the result of more and wider understanding of the classical human security. The author tries in his article to draw attention to the fact that in the modern world, security is recognized not only in the military and political spheres. The security is considered both in the context of the phenomena of global, European, national, as well as in the context of the problems of individual citizens.

Keywords: cyberterrorism, counter-terrorism policy, human rights, protection of individual rights.

DOI:10.7862/rz.2014.hss.8

Przesłano do redakcji: czerwiec 2014

Przyjęto do druku: czerwiec 2014

WSPÓŁCZESNA ROSJA 1991–2011

Zwieńczeniem chaotycznej reformy radzieckiego systemu władzy było ustanowienie jednoosobowego przywództwa państwowego projektowanego na wzór modelu zachodnioeuropejskiego prezydenalizmu a przyjęcie w 1993 roku nowej Konstytucji zapoczątkowało proces budowania łańcucha legitymizacyjnego, opartego jednocześnie o przesłanki legitymizacji historyczno - kulturowej i prawnej. Umożliwiło to umocnienie w rosyjskim systemie nowo utworzonej instytucji prezydenta i polityczne wykorzystanie archetypicznych elementów cywilizacji rosyjskiej, determinujących kształt przywództwa. Dopiero wówczas, pośpiesznie konstruowany, zbiór argumentów legitymizacyjnych został wzmocniony przez systematycznie rozszerzane ramy prawne, wyraźnie faworyzujące prezydenta i umieszczające tę instytucję w centrum rzeczywistości politycznej i społecznej Federacji Rosyjskiej. Skuteczność (szczególnie ekonomiczna) przywódców państwowych otwiera przed nimi praktycznie niewyczerpany arsenał środków ograniczających demokrację (przeprowadzoną przez dość powierzchowną demokratyzację) lub umożliwiających jej selektywne traktowanie. Społeczeństwo rosyjskie buduje swoje zaufanie do władzy państwowej przede wszystkim na bazie zaufania do autorytetów, łatwość personalizowania władzy politycznej zaś jest wynikiem ogólnej niechęci do upolityczniania różnych dziedzin życia (doświadczenia historyczne społeczeństwa uzasadniają ów pęd ku apolityczności). Znaczenie decydujące dla istoty rosyjskiej demokracji ma sprawowanie przez władzę państwową ścisłej kontroli nad informacją (nawet jej reglamentacji i selekcji). Jest to tym łatwiejsze, że trzon władzy stanowią przedstawiciele sektorów siłowych, wyposażonych w szczególne prerogatywy stosowane w sferze bezpieczeństwa informacyjnego. Alternacja najwyższych władz odbywa się poza procesem demokratycznego wyboru społecznego, jest w zasadzie zaprzeczeniem dotychczasowego dorobku rosyjskiej transformacji systemowej (wybory parlamentarne mają coraz mniejsze znaczenie dla budowy struktur politycznych i państwowych, legislacyjnie brakuje również instrumentów rzeczywistej kontroli władzy wykonawczej).

Słowa kluczowe: Federacja Rosyjska, Borys Jelcyn, Władimir Putin, DmitrMiedwiediew

CONTEMPORARY RUSSIA 1991-2011

The culmination of chaotic reform of the Soviet system of government was to establish a single state leadership designed on the model of the Western European of presidentialism and the adoption in 1993 of the new Constitution began the process of building a chain legitimisation, based both on the grounds of historical - cultural and legal legitimacy. This enabled the strengthening of the Russian system of newly created institution of the president and the political use of archetypal elements of Russian civilization, which determine the shape of leadership. Only then, hastily constructed, a set of legitimisation arguments was strengthened by systematically expanded legal framework, clearly favoring the president and placing the institution at the center of political and social reality of the Russian Federation. Effectiveness (especially economic) of the state leaders opens up virtually inexhaustible arsenal of democracy restrictive measures (carried out by a fairly superficial democratization) or allow it selective treatment. Russian society builds their confidence in state authority primarily on the basis of trust in the authorities, ease of personalizing political power and it is the result of a general reluctance to politicize the different areas of life (historical experience of society justify this rush towards apolitical). Of decisive importance for the essence of Russian democracy is the strict control of the state over information (even the rationing and selection). It is even easier that the core of power are representatives of the sectors of power, equipped with special prerogatives used in the field of information security. The alternation of the highest authorities takes place outside the process of democratic social choice, it is essentially a denial of the previous achievements of the Russian transformation (parliamentary elections are becoming less important for the development of political structures and state legislature lacks the instruments of effective control of executive power).

Keywords: Russian Federation, Boris Yeltsin, Vladimir Putin, Dmitry Medvedev.

DOI:10.7862/rz.2014.hss.9

Tekst złożono w redakcji: listopad 2013

Przyjęto do druku: czerwiec 2014

¹¹ Dr Justyna Ołędzka, Akademia Finansów i Biznesu Vistula, ul. Stokłosa 3, 02-787 Warszawa, e-mail: info@vistula.edu.pl

UDZIAŁ RADZIECKICH RESORTÓW „SIŁOWYCH” W „PUCZU SIERPNIOWYM” 1991 ROKU. CZĘŚĆ 1

W artykule zaprezentowano potencjał radzieckich resortów siłowych na przełomie lat osiemdziesiątych i tych ubiegłego wieku. Poza zmianami dotyczącymi stanu liczebnego oraz struktur przeprowadzonymi do połowy 1991 roku w Ministerstwie Obrony Narodowej, Ministerstwie Spraw Wewnętrznych i Komitecie ds. Bezpieczeństwa Publicznego przedstawiono dynamicznie ewoluującą zewnętrzną sytuację polityczną, która wyraźnie zmierzała w kierunku wzmocnienia tendencji separatystycznych w samym Związku Radzieckim, jak również opisano przygotowania do zamachu stanu podjęte między 9 grudnia 1990 a 19 sierpnia 1991 roku.

Głównym celem „puczu sierpniowego” miało być zapobieżenie zaplanowanemu na 20 sierpnia podpisaniu nowego traktatu związkowego, który po wejściu w życie w istotny sposób zmieniłby status ZSRR z państwa federacyjnego na rzecz konfederacji suwerennych państw. Niezdolność do opracowania w tak krótkim czasie wielu ważnych szczegółów planu zamachu stanu oraz brak uwzględnienia potencjalnych wariantów alternatywnych wpłynęły później na ostateczne fiasko puczu, co paradoksalnie przyczyniło się do gwałtownego przyspieszenia procesów dezintegracyjnych i zakończyło się rozpadem imperium w końcu grudnia 1991 roku.

W artykule wykorzystano oficjalne zbiory dokumentów opublikowanych w Federacji Rosyjskiej od 1990 roku, liczne analizy różnych autorów (zwłaszcza z Rosji, Stanów Zjednoczonych oraz Wielkiej Brytanii), a także ujawnione raporty Centralnej Agencji Wywiadowczej, dostępne w Internecie dzięki *Ustawie o Wolności Dostępu do Informacji*.

Słowa kluczowe: Ministerstwo Obrony ZSRR, KGB ZSRR, MWD ZSRR, pucz sierpniowy 1991, GKChP

PARTICIPATION OF SOVIET FORCE’S DEPARTMENTS IN THE “AUGUST COUP” OF 1991. PART 1

The article explores the potential of the soviet government „force’s” departments at the turn of the 1980s and 90s of last century. In addition to the manpower and structural changes carried out by mid-1991 in the Ministry of Defence, the Ministry of Internal Affairs and the Committee for State Security also describes dynamically changing external political circumstances that clearly evolved towards the disintegration of the Soviet Union, as well preparation for the coup taken between the 9th December 1990 and 19th August 1991.

The primary purpose of the “August Coup” was to prevent scheduled for 20th August, the signing of the new Union Treaty, who after the entry into force of substantially altered the status of the Soviet Union from the country federation to confederation of sovereign states. Inability to develop in such a short time, many important details of the coup plan and take into account possible alternatives influenced later for the final fiasco.

The article uses official collections of documents published in the Russian Federation in the 1990s, as well as numerous analyses of the various authors (especially from Russia, the United States and Great Britain) also disclosed reports of the Central Intelligence Agency, available on the Internet, thanks to the law on the Freedom of access to information.

Keywords: Ministry of Defence of the USSR, the KGB of the USSR, the MVD of the USSR, August Coup of the 1991, GKChP

DOI:10.7862/rz.2014.hss.10

Przesłano do redakcji: marzec 2014

Przyjęto do druku: czerwiec 2014

¹² Dr Leszek Pawlikowicz, Zakład Historii Państwa i Prawa, Wydział Prawa i Administracji, Uniwersytet Rzeszowski

¹³ Mgr Krzysztof Surowiec, Katedra Prawa i Administracji, Wydział Zarządzania, Politechnika Rzeszowska, ul. Poznańska 1, 35-084 Rzeszów, tel. 017 865 12 04, autor korespondencyjny e-mail: ks@prz.edu.pl

WALKA Z WROGIEM – CECHA KONSTITUTYWNA KOMUNISTYCZNEJ MYŚLI POLITYCZNEJ

Kategoria wroga była immanentną cechą komunistycznego stylu myślenia, odzwierciedloną następnie w systemie politycznym państw demokracji ludowej. Widoczne było zapotrzebowanie na istnienie wroga, który był stały, a zmieniał się jedynie jego obraz. Świat komunistyczny złożony był przede wszystkim z wrogów. Wróg był niezbędny, nawet mityczny. Ruch komunistyczny wykreował dwie kategorie wrogów. Do pierwszej zaliczyć należy niejakich tradycyjnych, „klasowych” wrogów ruchu komunistycznego, „przejętych” wraz z państwem w 1944 roku, a traktowanych jako wrogów realnych, czyli różnego rodzaju: 1) grupy społeczne w postaci tzw. elementów kapitalistycznych – przedsiębiorców, chłopów, 2) organizacje i instytucje polityczne i wojskowe; 3) konkurencyjne wobec marksizmu ideologie i doktryny. Stałym wrogiem ulokowanym poza państwem był amerykański i angielski imperializm. Drugą kategorią byli wrogowie wykreowani w państwach komunistycznych, tzw. wrogowie obiektywni i potencjalni.

Kategoria wroga obiektywnego odnosiła się do podmiotu nie ze względu na jego uczynki bądź zaniechania, lecz wskutek arbitralnego wskazania i naznaczenia przez rządzących. Kategorię wroga obiektywnego łączyć należy z Leninowską ideą winy obiektywnej. Obiektywną winą było wszystko to, co mogłoby być wykorzystane przez wrogów klasowych. Wróg potencjalny istniał tak jak potencjalne przestępstwo, czyli takie, które rządzący mogli sobie wyobrazić, abstrahując od tego, czy zostało realnie popełnione.

Walka z rzeczywistymi bądź mitycznymi wrogami pozwalała realizować różne cele: różnicować społeczeństwo, tłumaczyć różnorodne niepowodzenia, uzasadniać istnienie służby bezpieczeństwa i potrzebę jej wzmocnienia, budować partię nowego typu. Wróg w systemie politycznym Polski Ludowej spełniał wieloraką rolę: umożliwiał zmianę kierownictwa partii/państwa, pozwalał na mobilizację społeczeństwa oraz konsolidację partii i kierownictwa, pełnił funkcję „wentyla” bezpieczeństwa, a także umożliwiał realizację planów, których samodzielne wykonanie było niemożliwe.

Słowa kluczowe: partia/państwo, wróg klasowy, wróg realny, obiektywny i potencjalny, mobilizacja społeczeństwa, konsolidacja kierownictwa, „wentyl” bezpieczeństwa

THE FIGHT WITH THE ENEMY - THE CONSTITUTIVE FEATURE OF COMMUNIST POLITICAL THOUGHT

The article concerns one of the most important categories of political thought – the enemy. This category was a feature of the communist way of thinking and was reflected in the political system of the Polish People's Republic and other countries of people's democracy. Communist political system needed an enemy. Enemies were sought inside and outside the communist movement. Communist world was composed mainly of enemies. The enemy was necessary, even mythical. The analysis included two categories of enemies. The first consisted of traditional, "class" enemies of the communist movement, "acquired" along with the state in 1944, and treated as a real enemies, which were various types of: 1) social groups as a "capitalist elements" – traders, farmers; 2) political and military organizations and institutions; 3) ideologies and doctrines competitive with Marxism. The U.S. and English imperialism was the constant enemy which was located outside of the state. The second category consisted of enemies which were created in Polish People's Republic – "objective" and "potential" enemies.

The category of the enemy referred to the subject not because of their actions or omissions, but by arbitrary indication and designation by the government. The category of the enemy should be combined with the Leninist idea of "objective guilt" – it was everything that could be used by the class enemies. The potential enemy existed as a potential crime, that is, that the rulers could imagine, quite apart from whether you have actually committed.

Fight against real or mythical enemies allowed to pursue different aims: differentiated society, explained various failures, justified the existence of the security services and the need to strengthen it, to build a party of a new type. The enemy in the political system of the Polish People's Republic fulfill multiple role: allowed to change the leadership of the

¹⁴ Dr hab. Krystyna Trembicka prof. UMCS, Wydział Politologii, UMCS Lublin, Plac Litewski 3, 20 - 080 Lublin, tel. (081) 537-60-00, e-mail: krystynatrembicka@wp.pl

party/state, enabled for the mobilization of society and consolidation of the party and the leadership, served as a "safety valve" and also enabled the implementation of plans which were impossible to perform independently.

Keywords: party/state class enemy, real, objective and potential enemy, mobilization of society, consolidation of management, safety valve.

DOI:10.7862/rz.2014.hss.11

Przesłano do redakcji: luty 2014

Przyjęto do druku: czerwiec 2014