

MAŁY RUCH W DOBRYM KIERUNKU

Raport z badania opinii publicznej
wśród mieszkańców powiatów
objętych Małym Ruchem Granicznym



Warszawa 2013



Raport z badań opinii publicznej

MAŁY RUCH W DOBRYM KIERUNKU

Raport z badania opinii publicznej
wśród mieszkańców powiatów
objętych Małym Ruchem Granicznym

Warszawa 2013

CENTRUM
POLSKO-ROSYJSKIEGO
DIALOGU I POROZUMIENIA

Raport z badań opinii publicznej

Badania i raport: ARC Rynek i Opinia

© Copyright by Centrum Polsko-Rosyjskiego Dialogu i Porozumienia 2013

Projekt graficzny i skład: Studio 27 (www.studio27.pl)

Foto na okładce: Mariusz Niedzwiedzki – Fotolia.com

ISBN 978-83-64486-05-0

Wydawca

Centrum Polsko-Rosyjskiego Dialogu i Porozumienia

ul. Jasna 14/16A, 00-041 Warszawa

tel. + 48 22 295 00 30

fax + 48 22 295 00 31

e-mail: cprdip@cprdip.pl

<http://www.cprdip.pl>

Spis treści

►	Informacje o badaniu	4
►	Wprowadzenie	5
►	Kontakt z gośćmi z Rosji: fakty	
	1. Jadą goście, jadą... na zakupy	8
►	Kontakt z gośćmi z Rosji: wrażenia i opinie	
	2. Obok, ale nie razem	17
►	Wpływ wizyt Rosjan na życie społeczności lokalnej	
	3. Obustronne korzyści	25
►	Zainteresowanie wizytą w obwodzie kaliningradzkim / Rosji, wrażenia z pobytu	
	4. Droga jednokierunkowa	28
►	Ogólna ocena i perspektywy rozwoju stosunków polsko-rosyjskich	
	5. Trzeba czasu, ale kierunek jest dobry	32
►	Aneks – Case studies	33

Informacje o badaniu

W ramach polskiej części badania przeprowadzono:

1. Badanie jakościowe, które miało postać „zwiadów terenowych”, realizowanych przez zespół czworga badaczy. Spędzili oni 3 dni w Trójmieście oraz 3 dni w Bartoszycach, Bezledach i Lidzbarku Warmińskim, obserwując i dokumentując ślady obecności Rosjan w tych miejscach. W ramach zwiadów przeprowadzono ok. 50 wywiadów z przedstawicielami różnych grup interesariuszy, a mianowicie z mieszkańcami, przedstawicielami jednostek samorządu terytorialnego, przedsiębiorcami i reprezentantami lokalnych elit.

2. Sondaż metodą wywiadów telefonicznych wspomaganą komputerowo (CATI) na próbie 1000 dorosłych Polaków. Próba została dobrana w sposób losowy i odzwierciedla populację mieszkańców powiatów objętych Matym

Ruchem Granicznym pod względem następujących cech: płeć, wiek, wykształcenie, wielkość miejscowości oraz powiat.

Badanie zrealizowano w sierpniu (część jakościowa) i we wrześniu (część ilościowa) 2013 roku.

W niektórych miejscach w niniejszym raporcie przywołujemy wyniki ogólnopolskiego badania dotyczącego stosunków polsko-rosyjskich, realizowanego na jesieni 2012 r. na zlecenie Centrum Polsko-Rosyjskiego Dialogu i Porozumienia.

Raport zawiera aneks, w którym dodatkowo prezentujemy kilka tzw. studiów przypadku. Przedmiotem każdego studium jest zaobserwowany przez badaczy szczególnie interesujący przypadek (osoby, firmy, instytucji) ilustrujący praktyczną stronę relacji polsko-rosyjskich w realiach Małego Ruchu Granicznego.

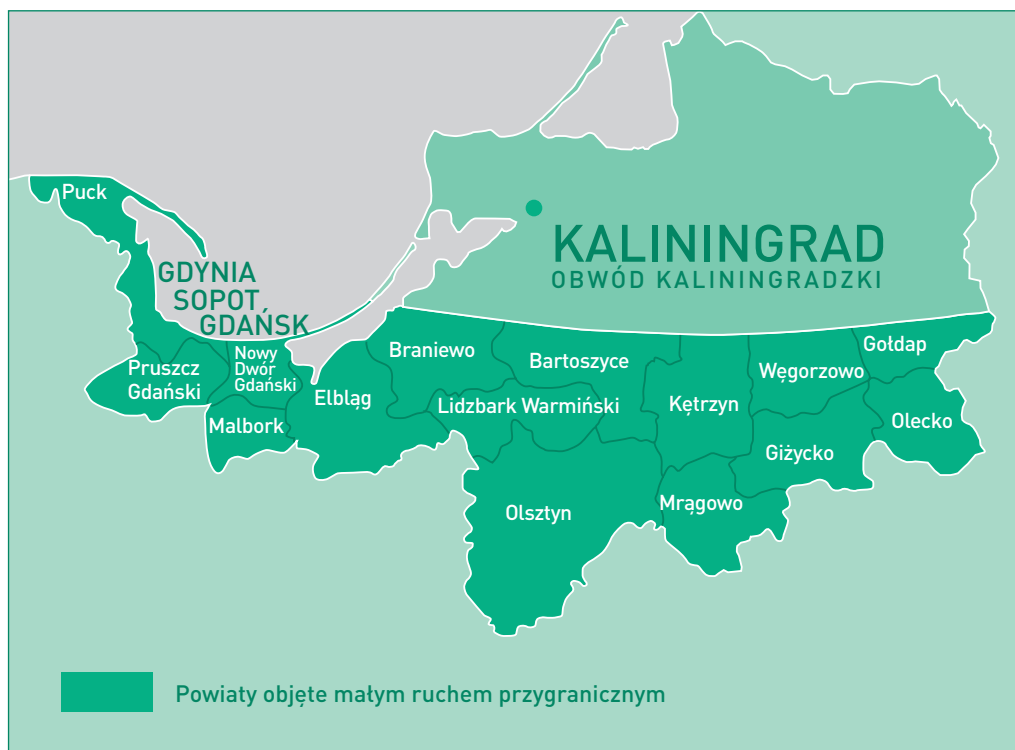
Wprowadzenie

Trudno o lepsze laboratorium zmian społecznych niż sytuacja, jaka powstała w tych powiatach na Warmii i Mazurach oraz na Pomorzu, które tworzą strefę Małego Ruchu Granicznego (MRG) z obwodem kaliningradzkim Federacji Rosyjskiej. Oto ostatni odcinek granicy państwo-

wej RP przestał być jedynie barierą w kontaktach z krajem sąsiednim. W kontekście trudnych relacji między Polską a Rosją, doświadczenia płynące z tego swoistego eksperymentu, jakim są ułatwienia w podróżowaniu przez granicę polsko-rosyjską, trudno przecenić.

Rysunek 1.¹ Mały Ruch Graniczny obowiązuje w następujących powiatach:

Województwo pomorskie – powiaty: pucki, m. Gdynia, m. Sopot, m. Gdańsk, gdański, nowodworski, malborski. Województwo warmińsko-mazurskie – powiaty: m. Elbląg, elbląski, braniewski, lidzbarski, bartoszycki, m. Olsztyn, olsztyński, kętrzyński, mrągowski, węgorzewski, giżycki, gotdapski, olecki. Łączna liczba mieszkańców zamieszkujących ten teren, według danych GUS z 2011 roku, to 1 918 536.



¹ Źródło: <http://www.emn.gov.pl/esm/aktualnosci/9181,Ratyfikacja-przez-Polske-Umowy-o-malym-ruchu-granicznym-z-Federacja-Rosyjska.html>; data pobrania 3.10.2013 r.

Badanie opinii mieszkańców powiatów objętych strefą MRG przeprowadzono po roku od wejścia w życie nowych zasad podróżowania. Prezentowany raport jest podsumowaniem ustaleń pochodzących z badań jakościowych (wizyty studyjne w Gdańsku, Bartoszycach, Bezledach i Lidzbarku Warmińskim) oraz ilościowych (sondaż telefoniczny na próbie n=1000 mieszkańców strefy MRG). Niektóre wyniki sondażu porównano dodatkowo z danymi z ogólnopolskiego badania poświęconego stosunkom polsko-rosyjskim z listopada 2012 roku, zrealizowanego przez CBOS na zlecenie CPRDiP.

Najważniejsza wiadomość, jaka płynie z przeprowadzonych badań (a potwierdzają to oficjalne statystyki na temat MRG) jest następująca: **uproszczona procedura podróżowania spowodowała masowy napływ do Polski gości z Rosji, przy znikomym ruchu w przeciwnym kierunku.** Ta asymetria korzystania z możliwości, jakie stwarza MRG, wynika z kilku przyczyn:

► realia ekonomiczne – przede wszystkim opłacalność dokonywania zakupów. Ceny (i ich stosunek do jakości) towarów i usług w Polsce są dla Rosjan bardzo atrakcyjne. Zakupom w Polsce sprzyja także bogatsza oferta handlowa, wyższy poziom obsługi i inne czynniki atrakcyjności z perspektywy konsumenta. Odwrotnie wygląda to z punktu widzenia Polaków odwiedzających obwód kaliningradzki.

► strefa MRG po polskiej stronie ma do zaoferowania także zróżnicowane i dość bogate atrakcje turystyczne i kulturalne. Dotyczy to przede wszystkim Trójmiasta i Mazur, które są masowo odwiedzane przez Rosjan nie tylko w celach zakupowych. Z kolei wśród Polaków uprawnionych do korzystania z dobrodziejstw MRG brak jest przeświadczenia, że po rosyjskiej stronie granicy mogą liczyć na analogiczną ofertę turystyczną.

► nie bez znaczenia jest i fakt, że w strefie MRG po polskiej stronie znalazły się te powiaty, których sytuacja ekonomiczna i społeczna nie jest najlepsza (dotyczy to zwłaszcza Warmii i Mazur:

wysoki wskaźnik bezrobocia, niskie dochody). Nie sprzyja to ewentualnym wyjazdom turystycznym do sąsiedniego kraju.

► warto zauważyć ponadto, że ułatwienia w podróżowaniu do obwodu kaliningradzkiego są pozorne, zwłaszcza dla mieszkańców powiatów najbardziej oddalonych od Gdańska, gdzie znajduje się najbliższy rosyjski konsul. Gdyby dokumenty niezbędne do przekraczania granicy w ramach MRG można było uzyskać np. na przejściach granicznych, z pewnością w większym stopniu sprzyjałoby to korzystaniu z tej możliwości przez obywateli polskich. Poza wszystkim, dla Polaków przyzwyczajonych, że do większości państw Europy podróżują bez wiz, a do niektórych jedynie z dowodem osobistym, ułatwienia oferowane w ramach MRG mają względnie niską atrakcyjność. Inaczej, niż dla obywateli rosyjskich, zmuszonych do aplikowania o wizy do całej strefy Schengen.

Ta wyraźna asymetria odwiedzin i zainteresowania nie oznacza, że sytuacja wytworzona przez MRG przestaje być atrakcyjna dla socjologa. Wręcz przeciwnie – mamy okazję obserwować na żywo pierwszy etap bezpośrednich kontaktów między Polakami i Rosjanami na tak dużą skalę. Etap zdominowany przez kontekst ekonomiczny, co wydaje się naturalnym zjawiskiem w pierwszym roku po wprowadzeniu ułatwień.

Prezentowane badania pokazują, że Polacy i Rosjanie stykający się ze sobą masowo na ulicach Trójmiasta, Olsztyna czy Bartoszyc patrzą na siebie nie tylko przez pryzmat „narodowy” i „historyczny”, który dominuje w myśleniu ogółu Polaków o stosunkach z Rosją. Pojawia się zupełnie nowy kontekst: konsumencki. Oto Rosjanie przybywają do Polski przede wszystkim jako klienci, dokonujący zakupów, korzystający z usług restauracji, kawiarni, hoteli, zwiedzający zabytki i muzea. Dysponujący przy tym raczej zasobnym portfelem, przyjeżdżający nierzadko luksusowymi modelami samochodów. Jest to zarówno źródło korzystnego z perspektywy polskich firm ożywienia, jak i nowe zjawisko spo-

teczne. Wcześniejszych bowiem kontaktów z gośćmi z Rosji w tym rejonie nie było wcale, albo wyłaniał się z nich inny obraz Rosjan.

Wydaje się, że jest to nowa sytuacja dla obu stron, przyglądających się sobie wzajemnie z nieznanym wcześniej rodzajem zainteresowania. Prezentowany raport, zwłaszcza jego fragmenty pochodzące z badania etnograficznego, zawiera wiele komentarzy sformułowanych przez mieszkańców strefy MRG pod wpływem obserwacji Rosjan i pierwszych z nimi kontaktów po dekadach faktycznej izolacji. Badanie pokazuje także, jak bardzo masowa obecność Rosjan-konsumentów zmieniła pejzaż miast i miasteczek w strefie MRG: Bartoszyce i Olsztyn stały się miastami dyskontów i supermarketów na wielką skalę; rosyjskojęzyczne napisy pojawiają się w wielu sklepach i punktach usługowych. Znajomość języka rosyjskiego zaczyna być cenną kompetencją na lokalnym rynku pracy.

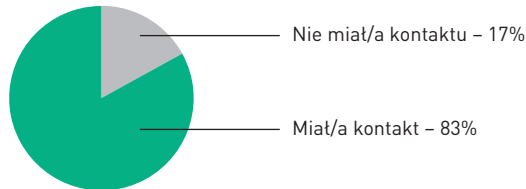
Ta nowa perspektywa widzenia Rosjan jako konsumentów i turystów nie wyparta jednak jeszcze ze świadomości społecznej trwale w niej zakorzenionych opinii i emocji, które zostały ukształtowane przez doświadczenia historyczne. Codzienny, masowy, ale jednak wciąż mało osobisty i pogłębiony kontakt z obywatelami rosyjskimi, nie przerodził się jeszcze w trwałą i wyraźną zmianę ich wizerunku w polskiej świadomości. W raporcie sformułujemy tezę, że Rosjanie „zyskują po bardzo bliskim poznaniu”. Dopiero osobista znajomość konkretnego Rosjanina/Rosjanki, a nie jedynie zdawkowy z natury kontakt w sytuacji handlowej czy podczas spaceru po mieście, ma pozytywny wpływ na opinie o Rosjanach i Rosji. Można zatem powiedzieć, że jesteśmy dopiero na pierwszym, wstępnym etapie budowania bezpośrednich kontaktów. Muszą one wyjść z fazy „konsumentckiej” w stronę bardziej pogłębionych relacji międzyludzkich.

Kontakt z gośćmi z Rosji: fakty

1. Jadą goście, jadą... na zakupy

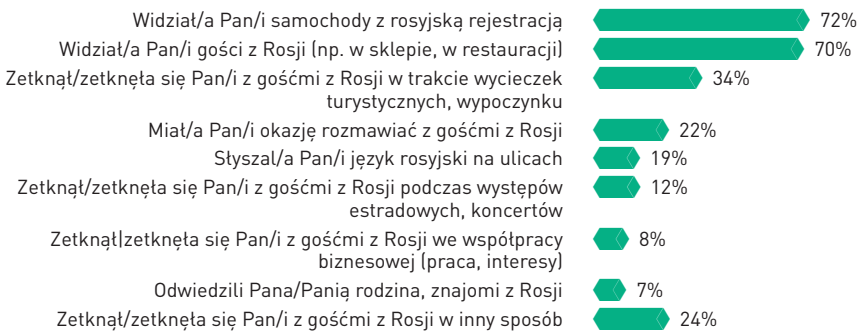
Wykres 1.1. Kontakt z gośćmi z Rosji

Czy w ciągu ostatnich 30 dni zaobserwował/a Pan/i obecność gości z Rosji?



Wykres 1.2. Typ kontaktu

Czy w ciągu ostatnich 30 dni:



83% badanych respondentów w taki czy inny sposób doświadczyło obecności gości z Rosji w ciągu ostatnich 30 dni. Potwierdzają to rozmowy z mieszkańcami i innymi aktorami, przeprowadzone w ramach etnograficznej części projektu. Zdecydowanie da się odczuć, że w czasie, jaki upłynął od inauguracji Małego Ruchu

Granicznego, częściej spotyka się Rosjan przekraczających polską granicę.

► *Zauważyliśmy dziewięciokrotnie zwiększoną liczbę osób z Rosji, która korzysta z różnych usług punktu informacji turystycznej. (Urząd Miasta Bartoszyce)*

► *Przyjeżdża ich więcej od momentu, kiedy te granice się otworzyły, wtedy zaczęło być rzeczywiście widać, że mają możliwość tu przyjechać. (Sklep z polskimi kosmetykami, Gdańsk)*

Co ciekawe, mieszkańcy Gdańska zapytani o przyczyny częstszych wizyt Rosjan, nie zawsze są w stanie wskazać na udogodnienia w zakresie przekraczania granicy. W części etnograficznej badania pojawiły się przypuszczenia dotyczące ułatwień w ruchu granicznym:

► *Ja tu jestem już kilka lat i myślę, że ostatnio więcej to turystów z Rosji. W sumie nie wiem dlaczego. Może mają łatwiejszy w tej chwili dostęp do wiz, bo oni chyba wizy potrzebują do nas. Trudno mi powiedzieć, ale w ostatnich latach, to znaczy raczej w ostatnim roku, Rosjan jest zdecydowanie więcej. (Muzeum Bursztynu, Gdańsk)*

Inni respondenci wskazywali na rosnącą aktywność polskich firm (głównie przewóz osób) ukierunkowaną na zwiększanie liczby wizyt gości z Rosji:

► *Od jakiegoś czasu, od kiedy firmy polskie zaczęły organizować przyjazdy tutaj dla Rosjan, to jest ich bardzo dużo. Są tutaj takie firmy polskie, które organizują właśnie takie wyjazdy na zakupy. Firmy zewnętrzne, które mają trzy czy cztery autobusy, które jadą do Kaliningradu, zabierają Rosjan i przyjeżdżają tutaj. (Galeria handlowa, sklep z markową odzieżą, Gdańsk)*

Zaś jeszcze inni zauważali korzystną dla Rosjan ofertę ekonomiczną, w zakresie zarówno dóbr i towarów, jak i turystyki. Dla gości z obwodu kaliningradzkiego atrakcyjne są zarówno ceny, stosunek tych cen do jakości, jak i poziom i różnorodność oferty oraz poziom obsługi. Mogą też oni korzystać ze zwrotu podatku VAT, co ma znaczenie szczególnie w przypadku droższych zakupów przemysłowych (meble, AGD).

► *W tym roku tu sporo osób przychodziło z Rosji. Przychodzili też w zeszłym roku, ale ja-koś w tym roku obserwuje się ich więcej. Nie*

wiem, z czego to wynika, ale tu ogólnie, wszędzie tu w Trójmieście jest coraz więcej Rosjan. Czy to czasami nie wynika właśnie z cen? Tu jest taniej dla nich. (Muzeum Miasta Sopotu)

► *Jest ich więcej, to się zmieniło od ostatniego roku. Od uatwienia przejścia i od wprowadzenia ustawy o tax free. Chodzi o to, że cudzoziemcy spoza Unii Europejskiej, którzy kupują coś w Polsce lub w innym kraju Unii Europejskiej mogą wnosić o to, żeby uzyskać zwrot podatku VAT. To ich zachęca. (Outlet markowego obuwia, okolice Gdańska)*

Kontakty polsko-rosyjskie przybierają przy tym rozmaity postać. Z natury rzeczy rzadziej mają one charakter bezpośredni (np. rozmowy z gośćmi z Rosji – 22% wskazań w badaniu sondażowym, współpraca biznesowa i zawodowa – 8%). Powszechnie (72%) zauważa się natomiast samochody z rosyjskimi rejestracjami (często identyfikowane nie tylko po rejestracjach, ale również po wysokiej klasie), widzi się Rosjan spacerujących lub robiących zakupy (70%), zwiedzających i wypoczywających (34%). Zmiany dadzą się też łatwo zauważyć w otoczeniu mieszkańców: w przygranicznych miejscowościach powstają nowe sklepy (4 dyskonty w samych Bartoszycach), łatwo zauważyć dwujęzyczne szyldy w witrynach sklepów, karty dań w restauracjach i tym podobne zaproszenia dla gości z Rosji.

► *Rosjanie, którzy przyjeżdżają do Gdańska? No są bogaci. To widać po tym, jakimi samochodami jeżdżą, na przykład Q7, mercedesy, no różnie, ale w większości jeżdżą drogimi samochodami. Ja tam ich w gorszych nigdy nie widziałem. Ale przyjeżdżają też autobusami z Kaliningradu, tacy też są. (Taksówkarz, Gdańsk)*

► *Rosjanie powodują, że my też pewne rzeczy trochę przekształcamy w swojej świadomości i na przykład pod nich się otwiera sklepy już czasami w niedzielę, pod nich dłużej się utrzymuje te sklepy, co myślę, że to też jest z korzyścią dla nas (Urząd Miasta Bartoszyce)*

Rysunek 2. Ulotka informująca o możliwości odzyskania VAT, dostępna w wielu sklepach i centrach handlowych.

Refund Points

POLAND

Warszawa-Madlin Airport
Currency Express
Landside Arrivals

Warszawa-Okęcie Airport
Currency Express
Terminal 2, Air side

Kraków-Balice Airport
Currency Express
Terminal 1, Air side

Poznań-Ławica Airport
Currency Express

Gdańsk - Ryblechowo Airport
Intercash

DOWNTOWN

Gdańsk
Currency Express
Złota/Karczma Str. 26/Matarnia

Białe Podlesie
Olga Kulakowska
Jana III Sobieskiego Str. 2/Bricoman

Białystok
Olga Kulakowska
Produkcyjna Str. 86/LeroyMerlin
Hetmańska Str. 16/LeroyMerlin

Mińsk (Belarus)
GRC Customer Service- KOCRZOWA
DOLINA, Mińsk 90

Przemysł
DAGROPOL (exchange office)
Czarneckiego Str. 1

Key
R Partner refund point
C Customs stamp Service centre
A Landside
Air side
Check-in area
Security control

BORDERS
Border to Belarus
PZMot
Terenzpol/Brest

Border to Ukraine
PZMot
Złoty/Lubyluh
AD/D Jasiak
Hrebentse /Rawa Ruska

Border to Russia
Ka-Bro
Grzechotki/Mamonowo

Секция Возврата НДС Global Blue предоставляет Ваш товар, если Вы купили в Польше или 370 000 эквивалент по валюте страны, чтобы вы могли вернуть налоговое пособие за покупку товаров. НДС (налог на добавленную стоимость) не платится на импорт, поэтому импортные товары не возвращаются. Продавец товаров не может возместить вам НДС.

1 ОТРИМАЙТЕ ЧЕК
Когда вы купите товар, вы должны получить при покупке чеки в магазинах Tax Free формы собственности Tax Free Points.

2 ПРОШТАМПУЙТЕ ЕГО
Когда вы достигнете страны, вы должны доказать, что вы привезли свои покупки, прежде чем вы покинете аэропорт вылета, или вы можете получить чеки в аэропорту прибытия вылета, или вы можете получить чеки в Tax Free Point в аэропорту вылета. Если вы возвращаетесь в аэропорт вылета, вы должны получить чеки в Tax Free Point в аэропорту вылета. Если вы возвращаетесь в аэропорт вылета, вы должны получить чеки в Tax Free Point в аэропорту вылета.

3 ПОВЕРИТЬ ГРОШИ
При выезде из страны вы должны получить в аэропорту вылета паспорт и вернуть чеки в аэропорту вылета. Если вы возвращаетесь в аэропорт вылета, вы должны получить чеки в аэропорту вылета. Если вы возвращаетесь в аэропорт вылета, вы должны получить чеки в аэропорту вылета.

Возврат налога 12% на сумму 200 злотых, не превышающий 17% суммы покупки.

После завершения процедуры возврата НДС Global Blue предоставляет Ваш товар, если Вы купили в Польше или 370 тысяч эквивалент по валюте страны, чтобы вы могли вернуть налоговое пособие за покупку товаров. НДС (налог на добавленную стоимость) не платится на импорт, поэтому импортные товары не возвращаются. Продавец товаров не может возместить вам НДС.

1 НАБЫТЬ ТОВАР
При покупке вы должны получить чеки в магазинах Tax Free формы собственности Tax Free Points.

2 ПАСТАВИТЬ ШТАМП
Когда вы достигнете страны, вы должны доказать, что вы привезли свои покупки, прежде чем вы покинете аэропорт вылета, или вы можете получить чеки в аэропорту прибытия вылета, или вы можете получить чеки в Tax Free Point в аэропорту вылета. Если вы возвращаетесь в аэропорт вылета, вы должны получить чеки в Tax Free Point в аэропорту вылета.

3 АТРИМАЇТЬ СУМУ ЗАВЕРТУ НАГРОЇНИМ!
При выезде из страны вы должны получить в аэропорту вылета паспорт и вернуть чеки в аэропорту вылета. Если вы возвращаетесь в аэропорт вылета, вы должны получить чеки в аэропорту вылета. Если вы возвращаетесь в аэропорт вылета, вы должны получить чеки в аэропорту вылета.

Rysunek 3. Samochody pod centrami handlowymi w okolicach Trójmiasta – numery rejestracyjne z obwodu kaliningradzkiego (39).



Рысунк 4. Двужыцзныe шылды, мeну рeстaурацји i нeвeлeккx бaрoв в Гдaнску oрaз зaпoсaрeннe длa гoсцi з Рoсји дo скoрзлaстaннa з гдaнскx атaкцји турыстлцзныч.



Рыс. 5. Рoсыжска рeстaурацја на Старым Мeщцe в Гдaнску.



Rysunek 6. Ulotka sklepu IKEA w języku rosyjskim.



Rysunek 7. Oferty turystyczne i handlowe dla gości z Rosji.





Rysunek 8. Улатwienia і оферты для го́сці з Росіі: офертa курсо́в я́зыка росы́йскага ў Га́данску, інфармацыя турыстычная ў Сопочыі араз захэ́та да ося́дзеньня ся́ ў Польшчы – сшы́лд ў я́зыку росы́йскім афару́ючы апартаменты ў Га́данску, а та́жэ офертa росы́скага́жы́чнага зьвядзеньня Старо́ўкі ў Га́данску.



Przedsiębiorcy dostrzegli i stopniowo wykorzystują szansę, jaką stworzył MRG. W miejscach szczególnie często odwiedzanych przez Rosjan pojawiła się rosyjskojęzyczna obsługa i ulotki (przykładem IKEA w Gdańsku, Dwór Galiny w okolicach Bartoszyca – billboard tego kompleksu wita kierowców przekraczających granicę w Bezledach). W Bartoszycach, w formie dodatku do tamtejszego „Gońca...” ukazuje się „Wmieście” – medium informacyjne i reklamowe kierowane do Rosjan. Polscy przedsiębiorcy zajmują się świadczeniem usług kierowanych do Rosjan, transportem chętnych na zakupy w polskich dyskontach, profilowaniem oferty mieszkaniowej dla gości ze Wschodu itp.

Zgodnie z potoczną klasyfikacją dokonywaną przez mieszkańców, do Polski przyjeżdżają dwie grupy Rosjan. „Średnio zamożna” większość jest zainteresowana przede wszystkim zakupami spożywczymi. Nieliczni „bardziej zamożni” łączą zakupy w galeriach handlowych ze zwiedzaniem, wizytami w restauracjach i resortach SPA.

► *Bywają na Starówce oczywiście. Najczęściej to są rodziny, które są zainteresowane. Jakaś czwórka, piątka – ojciec, matka, syn, córka, albo ciocia. Z tym że generalnie jeśli ktoś chce zwiedzać, to to już jest ta wyższa półka. (Informacja Turystyczna, Gdańsk)*

► *Rekreacja. Bardzo często przyjeżdżają do nas w okolicach piątku, czwartku. Robią rozeznanie po sklepach; kupują różne rzeczy. Odbierają kilka dni później, przy wyjeździe. A w międzyczasie bawią się w naszych klubach, jedzą w restauracjach, też jeżdżą do pensjonatów, SPA. Szczególnie w kierunku Słupska do Doliny Charlotty – przepiękne SPA. (Media Markt, Gdańsk)*

► *Musimy podzielić teraz typowych przyjeżdżających tu Rosjan na dwie grupy: średnio zamożny Rosjanin, który przyjeżdża typowo w jednym celu – po zakupy. Wcale nie jest powiedziane, że on tam handluje towarami po powrocie, chociaż wiemy też dobrze, że u nas jest taniej trzykrotnie niż u nich. A druga część to jest typowa*

taka turystyczna. Typowo weekendy rodzinne: dla dziecka basen lub właśnie przy okazji gdzieś SPA. (Bartoszyca)

► *Rosjanie kupują w Polsce podstawowe produkty, np. żywność. Szczególnie żywność. Chodzą po marketach, po dużych sklepach przede wszystkim. (Mieszkanka Gdańska pracująca w Muzeum Miasta Sopotu)*

► *Rosjanie kupują głównie odzież, ale byłem świadkiem, że i surowe mięso kupowali po 10 kg w Tesco. Bo taniej po prostu jest i to im się opłaca. Kupują też na przykład sprzęt elektroniczny, bo u nas jest większy asortyment, a poza tym u nas jest dużo taniej niż u nich. (Taksówkarz, Gdańsk)*

Kulinarnie Rosjan zapraszają nie tylko szyldry w ich języku ojczystym, ale także oferta bliska ich podniebieniu. Choć zgodnie z często spotykaną opinią turyści z Rosji chętnie próbują dań kuchni polskiej lub międzynarodowej.

► *Co zamawiają? Swoje tradycyjne dania, na przykład pielmieni. To są ludzie tak w wieku 25–40 lat. Przeważnie przychodzi pan z panią albo rodziny. Zwykle dużo wydają i nie zwracają uwagi na cenę. Piją zazwyczaj żubrówkę, polską wódkę. (Restauracja z kuchnią rosyjską, Gdańsk)*

Sprzedawcy z okolic Trójmiasta zauważają też, że już zyskują pierwszych stałych klientów o rosyjskim pochodzeniu.

► *Rosjanie przyjeżdżają tutaj praktycznie non stop przez cały rok. To są ludzie młodzi, ale i rodziny. Generalnie powtarzają się twarze, ale dużo też jest takich ludzi, którzy pierwszy raz przyjeżdżają. (Duży sklep meblowy, okolice Gdańska)*

► *Odbieram ich świetnie. Ja mam swoich stałych klientów z Kaliningradu, którzy tutaj kupują garnitury. (Outlet odzieżowy, okolice Gdańska)*

Można przy tym mówić o „zasięgu” i o „gęstości” kontaktów. Zasięg kontaktów odnosi się do ich

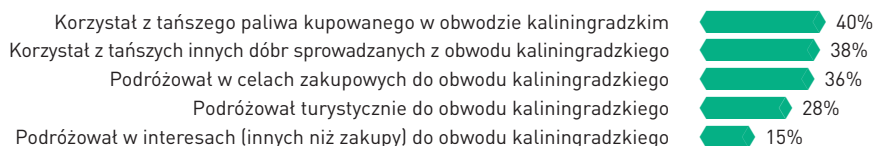
rozpowszechnienia w jakiegokolwiek formie. 83% respondentów deklaruje taki kontakt w ciągu ostatnich 30 dni. W badanej próbie o najwyższym zasięgu można mówić np. w odniesieniu do powiatów przygranicznych (bartoszycki, braniewski) – prawie wszyscy respondenci deklarują tu jakąś formę kontaktu z gośćmi z Rosji w ostatnim czasie. Wysoki wskaźnik „zasięgu” odnotowano także w Trójmieście (dziewięciu na dziesięciu respondentów).

Gęstość natomiast definiujemy jako zetknięcie się z co najmniej trzema przejawami obecności

Rosjan w ciągu ostatnich 30 dni. O najbardziej „gęstych” kontaktach możemy mówić w przypadku powiatów przygranicznych (bartoszycki, braniewski, gołdapski). Kontakty te mają w przypadku mieszkańców tych powiatów charakter najbardziej zróżnicowany i wszechstronny. Ponad połowa badanych mieszkańców tych powiatów deklaruje, że w ciągu ostatniego czasu doświadczyła obecności gości ze Wschodu na co najmniej 3 różne sposoby. W pozostałych powiatach, w tym również w przypadku Trójmiasta, kontakty te mają charakter mniej skondensowany.

Wykres 1.3. Społeczny zasięg wybranych zjawisk związanych z MRG

Czy zna Pan/Pani osobiście kogoś, kto w ciągu ostatnich 12 miesięcy:

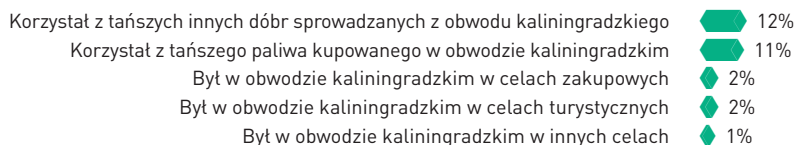


O skali zjawisk uruchomionych czy zdynamizowanych przez MRG świadczy fakt, że 57% badanych respondentów deklaruje, iż zna osobiście kogoś, kto w taki czy inny sposób bezpośrednio korzystał z udogodnień powstałych w wyniku wprowadzenia uproszczonej procedury przekraczania granicy. Stosunkowo najszerszy zasięg ma zjawisko kupowania tańszego paliwa w jednej z przygranicz-

nych, rosyjskich stacji benzynowych – często odprzedawanego następnie w Polsce. Mieszkańcy powiatów objętych MRG spotykają się często (38%) także ze zjawiskiem korzystania z innych tańszych dóbr z obwodu kaliningradzkiego – chodzi tu przede wszystkim o papierosy i alkohol. Co trzeci badany zna osobiście kogoś, kto w celach zakupowych przekracza granicę polsko-rosyjską.

Wykres 1.4. Osobiste doświadczenia respondentów związane z korzystaniem z MRG

A czy Pan/Pani osobiście w ciągu ostatnich 12 miesięcy:



18% respondentów sondażu deklaruje, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy w bezpośredni sposób korzystało z Małego Ruchu Granicznego – już to (częściej) korzystając z dóbr sprowadzanych z ob-

wodu kaliningradzkiego, już to (wyraźnie rzadziej) osobiście jeżdżąc do Rosji w takim czy innym celu. Widać wyraźnie terytorialne zróżnicowanie tych zjawisk. W przypadku mieszkańców powia-

tu bartoszyckiego aż 44% respondentów deklaruje, że korzystała z tańszego paliwa, a 39% – że korzystała także z innych dóbr sprowadzanych z obwodu kaliningradzkiego. Zjawiska te mają natomiast marginalny charakter w przypadku mieszkańców największych miejscowości strefy MRG: Trójmiasta i Olsztyna (5% badanych).

Profil typowej osoby, która w ciągu ostatnich 12 miesięcy bezpośrednio doświadczyła korzyści związanych z funkcjonowaniem MRG, przedstawia się następująco: jest to mieszkaniec mniejszej miejscowości (do 50 tys. mieszkańców), mężczyzna, przeciętnie lub źle oceniający sytuację materialną swojego gospodarstwa domowego.

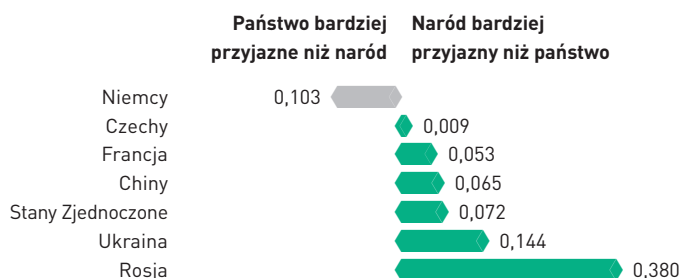
Co ciekawe, stosunek do Rosjan osób, które na jeden z powyższych sposobów bezpośrednio doświadczyły korzyści związanych z MRG, jest niekiedy mniej przyjazny w porównaniu do pozostałych osób. Pytani o emocje towarzyszące myślom na temat Rosjan częściej wymieniają te negatywne (np. nieufność), a rzadziej te pozytywne (np. sympatię). W dodatku osoby te deklarują większy społeczny dystans do Rosjan (czyli brak akceptacji gości ze Wschodu w różnych sferach życia). Nie są przy tym w większym niż pozostali stopniu przekonani o tym, że Polacy odnoszą korzyści w związku z funkcjonowaniem Małego Ruchu Granicznego.

Kontakt z gośćmi z Rosji: wrażenia i opinie

2. Obok, ale nie razem

Wykres 2.1. Państwa i narody w stosunku do Polski i Polaków

Przeczytam Panu/i listę różnych państw / narodów. Dla każdego z nich proszę wskazać, czy – według Pana/i – jest ono zdecydowanie Polsce przyjazne, raczej przyjazne, ani przyjazne, ani nieprzyjazne, raczej nieprzyjazne czy zdecydowanie nieprzyjazne?



Mały Ruch Graniczny – oprócz korzyści związanych z ułatwieniem przekraczania granicy i wymianą handlową – jest niewątpliwie okazją do budowania bliskich sąsiedzkich relacji pomiędzy Polakami i Rosjanami. Daje okazję do bezpośredniego kontaktu przedstawicieli obu narodów. Można wówczas skonfrontować żywo i wzajemnie stereotypy i przesady z rzeczywistością. Ma szansę „skrócić się” społeczny dystans, jaki wobec Rosjan odczuwamy.

► *Prowadzący (dalej: Pr.): a z punktu widzenia polityki międzynarodowej to jak Pan to ocenia [MRG]? – To jest, powiem Pani, genialne, bo w ogóle jestem za tym, żeby się ludzie spotykali, stykali i tak dalej, bo to jednak pokazu-*

je, że ani my nie jesteśmy straszeni dla nich, ani oni dla nas. Może jakieś mity są takie na temat Rosjan i takie uprzedzenia. Myślę, że trzeba by było rozgranaczyć bolszewizm od Rosji. [Sprzedawca, IKEA]

► *Ja z Rosjanami spotykam się nie od dzisiaj i dla mnie to zawsze byli ludzie otwarci i myślę, że nadal są tacy. Są sympatyczni, ale to nie tylko Rosjanie, bo większość turystów, którzy tu przychodzą jest sympatycznych. Rosjanie nie są jacyś głośni, oni są tacy normalni po prostu. Oni są temperamentem chyba trochę do nas podobni. Natomiast Niemcy, jak to Niemcy – jeszcze ich nie widać, a już ich stychać czasem, to znaczy zależy, kto przychodzi. Ci starsi Niemcy,*

to oni spokojnie chodzą, ale ci młodszy Niemcy to jeszcze nie widać, ale już ich słychać z daleka. Także w stosunku do Niemców, Rosjanie są bardzo spokojni. (Muzeum Bursztynu Gdańsk)

Jak pokazują wyniki badania (zarówno sondażu telefonicznego, jak i badania omnibusowego z 2012 r.), Polacy są przekonani, że stosunek Rosjan do Polaków jest bardziej przyjazny, niż Rosji do Polski.

► *Między Polakami a Rosjanami nie ma jakichś zwad, bo Rosjanin to też człowiek i Polak też człowiek. Konflikty są bardziej na wyższym szczeblu*

Wszyscy rozmówcy, których o to pytano, podkreślają spokojny, zgodny z oczekiwaniami sposób zachowywania się gości z Rosji – tak w miejscach publicznych, jak i np. na drogach. Zgodnie z opiniami przedstawiciele służb porządku publicznego, w ciągu ostatniego roku prawie nie odnotowano incydentów z udziałem przyjezdnych. Formułowano opinie, że w trakcie pierwszych wizyt w Polsce Rosjanie zachowywali się wręcz uprzedzająco grzecznie i – jakby nieśmiało.

► *Raczej się nie wyróżniali, że to Rosjanie, to poznać można było dopiero po języku. Zazwyczaj wiemy, że to Rosjanie tylko jak rozmawiają, bo tak to są to normalni ludzie. (Taksówkarz, Gdańsk)*

Teraz zdecydowanie nabrali śmiałości, świetnie wiedzą, czego chcą, gdzie mają się kierować, w dużej mierze „poculi się jak w domu”. Bywają głośni, ale ich zachowaniu niczego nie można zarzucić.

► *Oni wszystko znają, wiedzą gdzie i jaka hurtownia, gdzie sprzedają mięso, bo oni już tu mają obcykane i nawet ja nie wiedziałem o niektórych sklepach, a oni wiedzieli.*

► *Rosjanie są innym typem turysty [niż inne nacje] interesuje ich tu 'shopping' typowy czy-*

li zakupy. Wiąże się to z różnicą VATu. Nawet informacja turystyczna dzisiaj ma przewodniki w języku rosyjskim. Bardzo dużo młodzieży przyjeżdża; wycieczki szkolne, ale poza tym również starsi. To jest cały przekrój: młodzież wyjeżdża prywatnie; duże grupy; starsi ludzie rodzinami. To jest weekendowy wypad, przecież to tylko 140 km. (Prywatna firma turystyczna – właściciel)

Istotną barierą utrudniającą przetłumaczenie dystansu często jest język. I tę przeszkodę udaje się jednak pokonać.

► *Myślę, że Skandynawowie bardziej otwarci są, Rosjanie na pewno mniej. Są po prostu mniej komunikatywni na pewno jeśli chodzi o język, mniej się starają też z nami porozumieć. (Sklep z polskimi kosmetykami, Gdańsk)*

► *Porozumiewamy się troszeczkę migowo, trochę jeszcze się pamięta języka ze szkoły. Radzimy sobie. (Galeria handlowa, sklep z markową odzieżą, Gdańsk)*

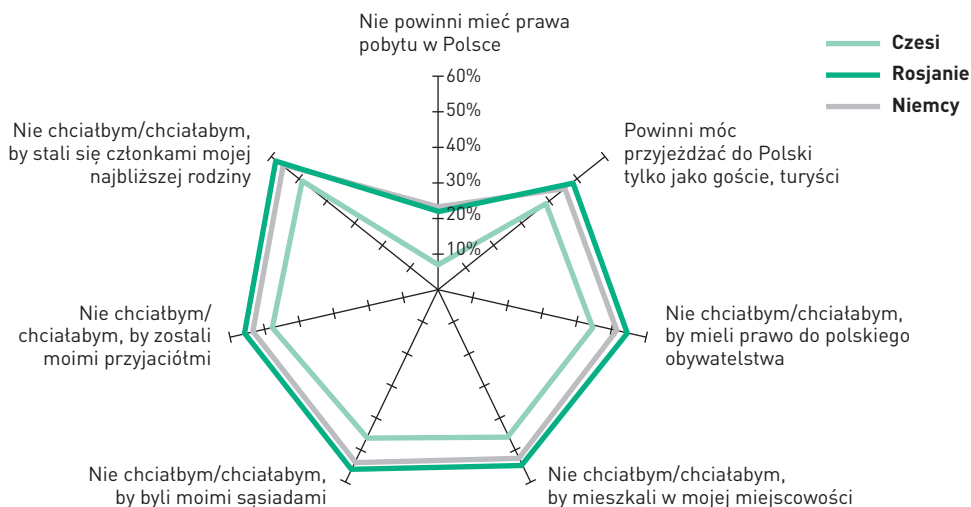
► *Niekoniecznie ta znajomość rosyjskiego jest potrzebna, bo oni często mówią tak, że my po prostu rozumiemy, ponieważ rosyjski jest bardzo podobny do polskiego. Niektóre słowa można co prawda inaczej zrozumieć, ale mówią trochę po rosyjsku, trochę po polsku, ja też trochę tak, trochę tak i się rozumiemy. (Restauracja kuchnia rosyjska, Gdańsk)*

Czy jednak oznacza to, że Rosjan uważamy za przyjaciół i witamy ich obecność w Polsce wyjątkowo z radością?

Popularnym sposobem badania dystansu społecznego w badaniach socjologicznych jest wykorzystanie tzw. skali Bogardusa. Skala składa się z kilku orzeczeń dotyczących zgody na dopuszczenie przedstawicieli danej zbiorowości (narodów, mniejszości etnicznych, religijnych itp.) do coraz bliższych kręgów społecznego respondentów, na kręgu rodzinnym skończywszy.

Wykres 2.2. Rosjanie na skali dystansu społecznego

Proszę pomyśleć o osobie danej narodowości. Proszę odpowiedzieć, czy następujące stwierdzenia pasują, czy nie pasują do Pana/Pani poglądów.



Przy tym wyrażony w ten sposób stosunek do przedstawicieli danej zbiorowości ukazuje się i analizuje na tle zmierzonego w ten sam sposób stosunku do przedstawicieli innych zbiorowości. W wyborze narodowości, które miałyby stanowić tego rodzaju tło dla Rosjan kierowaliśmy się wynikami badania omnibusowego z 2012 r. W ich świetle stosunek Polaków do Czechów (oraz Słowaków) okazał się być stosunkowo najlepszy. Z drugiej strony w przypadku Niemców uznano, że stosunki międzyludzkie są zauważalnie mniej przyjazne od stosunków międzypaństwowych.

Jak się okazuje, na skali odczuwanego przez respondentów dystansu społecznego Rosjanom zdecydowanie bliżej do Niemców niż do Czechów. W przypadku Rosjan i Niemców oceny te są wręcz tożsame. I tak dla przykładu 21% respondentów twierdzi, że Rosjanie nie powinni mieć prawa pobytu w Polsce (odpowiednio 22% w stosunku do Niemców, a tylko 7% w stosunku do Czechów). 58% respondentów nie chciałoby, by Rosjanie stali się częścią ich najbliższej rodziny (np. przez małżeństwo, związek z dzieckiem itp.). W przypadku Niemców odsetek ten wyniósł 56%, a w przypadku Czechów – 48%.

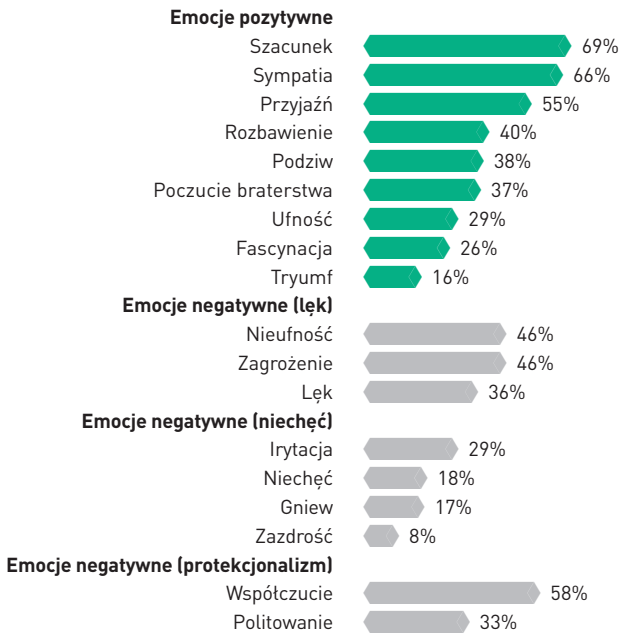
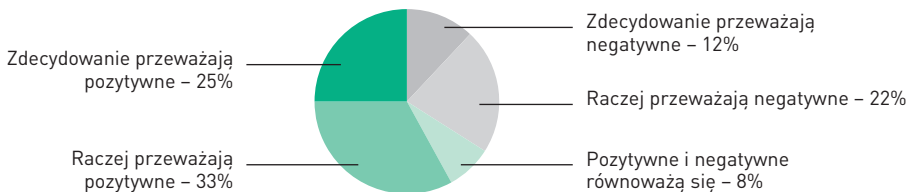
Co ciekawe, nasilone w ostatnim czasie kontakty z Rosjanami wydają się nie mieć wpływu na odczuwany przez respondentów społeczny dystans do nich. Odsetek osób, które twierdzą, że Rosjanie nie powinni mieć prawa pobytu w Polsce, jest podobny wśród osób deklarujących pośrednie i bezpośrednie kontakty z Rosjanami i wśród pozostałych osób.

Spośród badanych deklarujących bezpośrednio korzyści związane z uruchomieniem MRG (tj. korzystających z tańszego paliwa lub innych artykułów, przekraczających granicę w uproszczonym trybie) odsetek osób podzielających opinię, że Rosjanie nie powinni mieć prawa pobytu w Polsce, jest nawet wyższy w porównaniu z pozostałymi (27% do 20%). Wydaje się, że rok to zdecydowanie za mało, aby znacząco zmienić nastawienie Polaków do gości z Rosji

► *Z Rosji jak ci bogatsi przyjeżdżają, to jest dobrze, a jak będą przyjeżdżać ci biedni, to będą różne szemrane interesy. (Patrol Solid Security)*

Wykres 2.3. Emocje odczuwane na myśl o Rosjanach (1)

Odczytam teraz listę różnych emocji. Proszę powiedzieć, które z nich odczuwa Pan/Pani, gdy myśli o mieszkańcach Rosji.

**Wykres 2.4. Emocje odczuwane na myśl o Rosjanach (2)**

Zaproponowany respondentom katalog emocji poddano grupowaniu (metodą hierarchicznej analizy skupień), tak aby intuicyjnie nasuwające się kategoryzacje uczuć (na pozytywne i negatywne) uzupełnić o punkt widzenia i sposób rozumienia badanych. Można więc mówić o czterech grupach emocji odczuwanych przez respondentów w stosunku do Rosjan – pozytywnych (1) oraz negatywnych opartych na różnych podstawach: lęku (2), niechęci (3) i poczuciu wyższości (4).

Emocje o pozytywnym zabarwieniu: np. szacunek, sympatia i przyjaźń – przeważają. Częściej deklarują je mężczyźni niż kobiety, a także osoby z wyższym wykształceniem (stoją za tym poprawność polityczna, chęć bycia uważanym za człowieka nowoczesnego, który nie jest uprzedzony do kontaktu z osobami innych narodowości). Osobista znajomość z Rosjanami wyraźnie przekłada się na to, że są postrzegani w korzystniejszym świetle (zgodnie z tzw. „hipotezą kontaktu”). Co ciekawe jednak, osoby deklarujące bar-

dziej powierzchowne, choć częste relacje (spokantania w trakcie spacerów, zakupów, okazjonalne rozmowy) zazwyczaj rzadziej deklarują pozytywne emocje w stosunku do gości z Rosji. Można zatem powiedzieć, że „Rosjanie zyskują” nie tyle przy bliższym, ile przy bardzo bliskim poznaniu.

W przypadku emocji opartych na lęku widać wyraźną zależność od wieku respondentów. Najmłodsza ich grupa (18–29 lat) deklaruje lęk wyraźnie rzadziej niż trzydziesto-, czterdziesto-latkowie, nie wspominając o osobach starszych. Wydaje się, że ta zależność ma charakter pokoleniowy i wiąże się z brakiem świadomych wspomnień z okresu PRL osób młodszych. Emocje oparte na lęku częściej deklarują także kobiety [zwłaszcza te, które często mają okazje spotykać Rosjan, ale relacje z nimi nie mają charakteru osobistego] oraz osoby nieposiadające wyższego wykształcenia.

Klucz generacyjny wydaje się najważniejszy dla zrozumienia społecznych uwarunkowań silniejszych uczuć negatywnych: niechęci czy gniewu. Uczucia te rzadko dzielają osoby młodsze, a częściej starsze – zwłaszcza pięćdziesięcio- i sześćdziesięciolatkowie. Ponownie okazuje się, że gęste, ale powierzchowne kontakty z Rosjanami współwystępują raczej z negatywnymi niż pozytywnymi uczuciami.

Współczucie i politowanie często współwystępują, dlatego zdecydowano się analizować je łącznie. Ich wspólnym mianownikiem może być towarzyszące poczucie wyższości i protekcjonalizm. Echa takiego stosunku do Rosjan można było usłyszeć w niektórych rozmowach prowadzonych w ramach etnograficznej części badania. Korelaty tego rodzaju uczuć są podobne jak poprzednio: częste, ale powierzchowne relacje z Rosjanami im sprzyjają, osobista znajomość z Rosjaninem – nie sprzyja.

► *Gdyby Rosjanie nie przyjeżdżali, to byłoby gorzej. Kiedyś my jeździliśmy do Berlina i handlowaliśmy, to niech oni teraz tak samo sobie porachują. (Taksówkarz, Gdańsk)*

W podsumowaniu powyższych rozważań można postawić tezę, że większa intensywność wzajemnych kontaktów w związku z MRG jak dotąd nie przekłada się na zmianę stosunku emocjonalnego Polaków do Rosjan. Przedstawiciele obu narodów coraz częściej funkcjonują obok siebie (co niewątpliwie stanowi novum), w codziennym życiu spotykając się i mijając, ale na obecnym etapie trudno mówić w związku z tym o nawiązywaniu jakichś bliższych więzi czy o lepszym poznawaniu się. Wydaje się, że rzeczywistość powołana do życia wraz z MRG ma obecnie całkowicie jednowymiarowy charakter. Relacje polsko-rosyjskie sprowadzają się do wymiany handlowej. W załączkowym zaledwie stadium jest wymiana kulturalna. Brakuje instytucji i zorganizowanych działań mogących w głębszy sposób przybliżyć do siebie obie społeczności.

► *Ogólnie sporo jest rosyjskich turystów w Sopocie, ale tutaj nie. To jest teatr, więc raczej powinno się znać język. Są sztuki w języku rosyjskim, ale tylko jeśli są festiwale jakieg, np. Festiwal Szekspirowski, wtedy przedstawienia mogą być w różnych innych językach niż polski. Na co dzień – raczej nie. (Teatr, Sopot)*

Młodzi mieszkańcy zdają się nie wiązać z MRG żadnych planów czy nadziei: zainteresowanie nauką języka rosyjskiego jest śladowe, obwód kaliningradzki nie jest postrzegany jako ciekawe miejsce do odwiedzin, nie tylko przez masowego turystę, ale nawet, jak się zdaje, przez dającą się zauważyć niszową choćby mniejszość.

► *Jak do tej pory tam nie wyjeżdżałem, powodów nie było jak na tę chwilę ani turystycznych, ani zakupowych. (Sklep AGD/RTV, okolice Gdańska)*

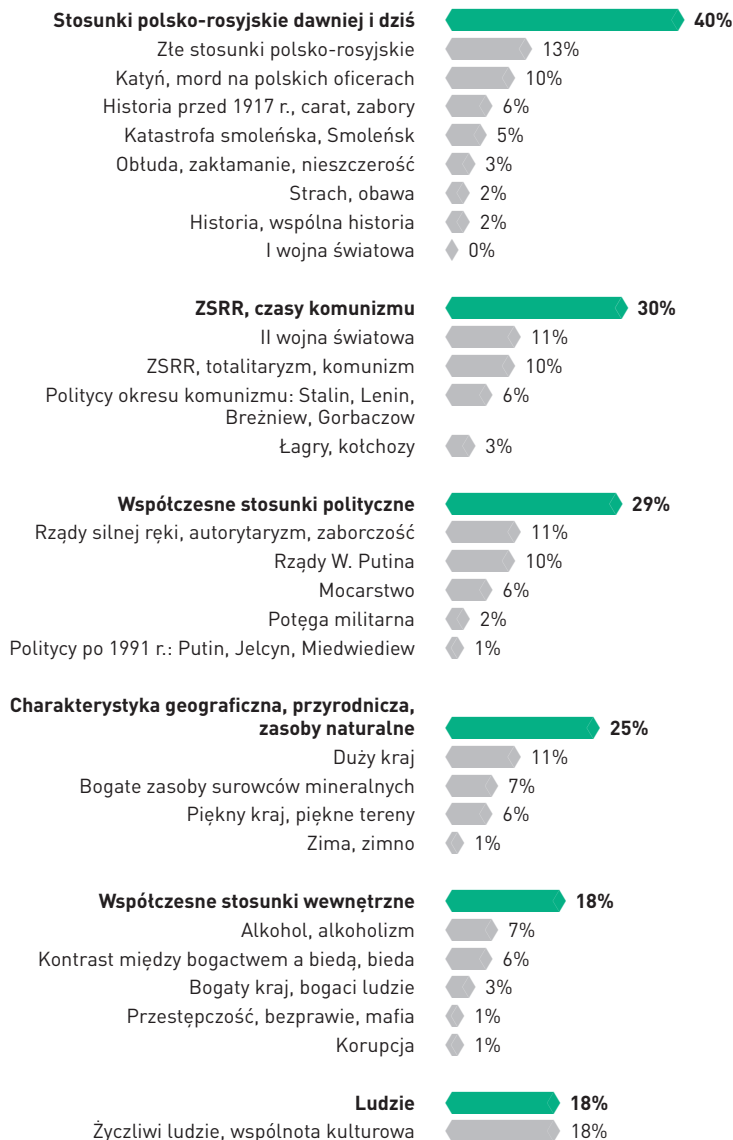
► *Jakoś mnie nie ciągnie do Rosji, nie wiem, dlaczego, bardziej wolabym wyjechać w drugą stronę – do Niemiec, Anglii. Może dlatego, że też języków się uczy: angielskiego, niemieckiego, to mnie tam bardziej ciągnie. Poznałam te kraje w szkole, a Rosję jednak mniej. (Restauracja kuchnia rosyjska, Gdańsk)*

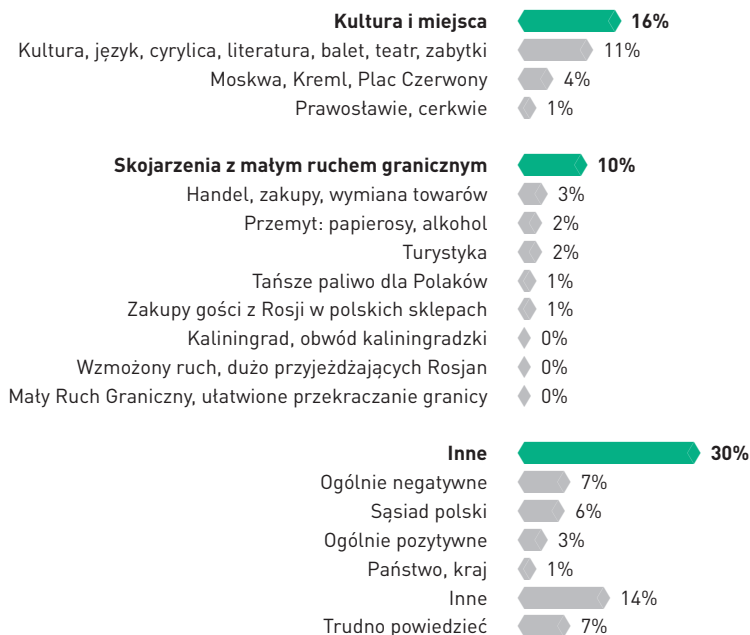
Oczywiście, trudno oczekiwać, by to wszystko stało się w ciągu jednego roku funkcjonowania MRG. Zastanawia jednak, że – za potwierdzającymi regułę wyjątkami pasjonatów – obwód ka-

liningradzki nie istnieje jako punkt odniesienia dla planów na przyszłość, w każdym razie dla tych mieszkańców, z którymi miano okazję o tym rozmawiać.

Wykres 2.5. Skojarzenia z Rosją (1)

Kiedy słyszy pan słowo „Rosja”, jakie skojarzenia przychodzą Panu(i) do głowy w pierwszej kolejności?





W świetle dotychczas zaprezentowanych wyników można powiedzieć, że stosunek badanych do Rosjan to mieszanina pozytywnych i negatywnych emocji oraz zauważalny społeczny dystans. Jest to spójne z wynikami badania omnibusowego z jesieni 2012 r.; w raporcie podsumowującym wówczas uzyskane wyniki z reprezentatywnej próby ogólnopolskiej określono Rosjan jako „najdalszych spośród bliskich” w stosunku do Polaków.

Przyczyny takiego stanu rzeczy są z pewnością różnorodne i złożone. W jakimś stopniu na tę kwestię rzucają światło skojarzenia z Rosją, jakie przychodzą na myśl respondentom sondaży telefonicznego. Spontaniczne skojarzenia ujawniają zasób prymarnych dyspozycji i są wskaźnikiem postaw wobec danego przedmiotu.

Skojarzenia respondentów – mieszkańców terenów objętych MRG – z Rosją przepaja duch historii oraz ważnych dawnych i współczesnych wydarzeń z historii wzajemnych polsko-rosyjskich stosunków (na szczeblu państwowym). W tych dwóch największych grupach dominują

skojarzenia o negatywnym zabarwieniu: konstatacja, że te stosunki są ogólnie złe, żywe wspomnienie o Katyniu, pamięć o zaborach, a także o katastrofie prezydenckiego samolotu w 2010 r. oraz o czasach komunizmu. Ogółem 7 na 10 respondentów wymienia któreś z tego rodzaju asocjacji.

Silne są także skojarzenia ze współczesną rosyjską rzeczywistością polityczną i ustrojową, z obecnymi władzami Rosji i pozycją Rosji na arenie międzynarodowej [29%].

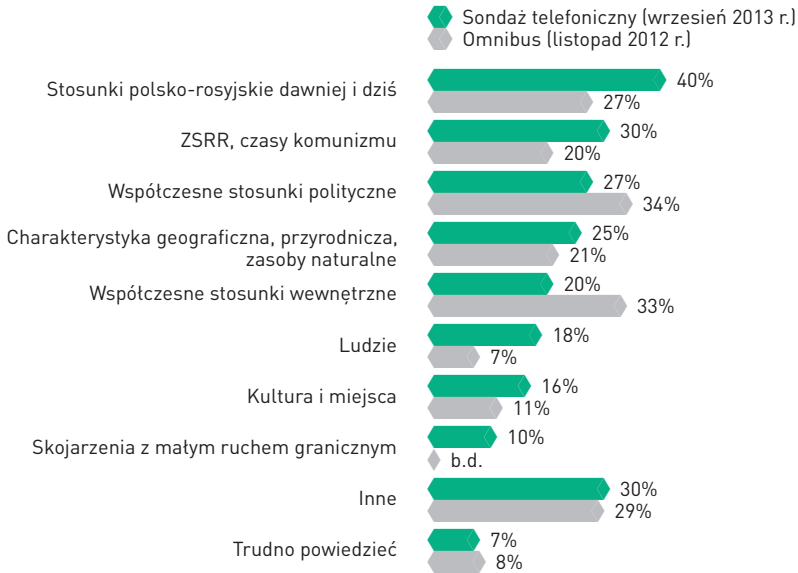
Co czwarte skojarzenie ma charakter neutralnej konstatacji dotyczącej charakterystyki geograficznej czy przyrodniczej Rosji. 18% respondentów wskazuje na współczesne problemy wewnętrzne i społeczne wschodnich sąsiadów. Także 18% ankietowanych wymienia mieszkańców Rosji – serdecznych, życzliwych i kulturowo bliskich Polakom.

Natomiast jedynie 10% respondentów wymienia skojarzenia związane z Małym Ruchem Granicznym. W zestawieniu z pozostałymi gru-

pami skojarzeń to niewiele. Trzeba jednak przyznać, że w przypadku mieszkańców niektórych powiatów przygranicznych (bartoszycki, braniewski), a także powiatu lidzbarskiego w stro-

nę MRG kierują się skojarzenia co trzeciego respondenta. Nieznacznie częściej wymieniają je osoby poniżej 50. roku życia (13% w porównaniu ze starszymi – 6%).

Wykres 2.6. Podstawowe grupy skojarzeń z Rosją w porównaniu do badania ogólnopolskiego



Gdy zestawia się ze sobą najczęstsze grupy skojarzeń z Rosją wymieniane przez respondentów badania omnibusowego z jesieni 2012 r. i sondażu telefonicznego, to zwraca uwagę, że asocjacje historyczne i odnoszące się do problemów w stosunkach polsko-rosyjskich są wyraźnie częstsze w przypadku mieszkańców strefy objętej MRG. Ci ostatni częściej zwracają także uwagę na aspekt stosunków międzyludzkich, podkreślając wspólnotę kulturową Polaków i Rosjan.

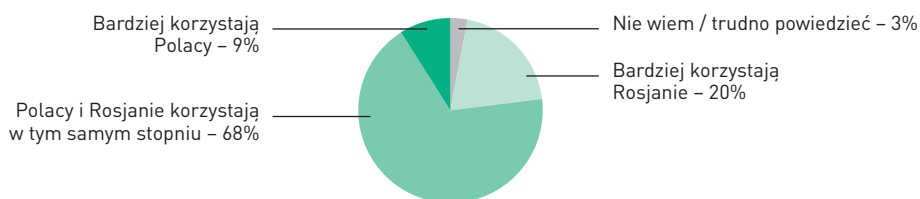
Podsumowując, Rosja jest postrzegana przez mieszkańców Polski objętych MRG przede wszystkim w aurze trudnych i historycznie obciążonych relacji międzypaństwowych. Zwraca uwagę krańcowo odmienna ocena relacji międzypaństwowych i międzyludzkich. Skojarzenia z MRG są (jeszcze) stosunkowo słabe, choć na terenach zintensyfikowanego ruchu przygranicznego – częstsze.

Wpływ wizyt Rosjan na życie społeczności lokalnej

3. Obustronne korzyści

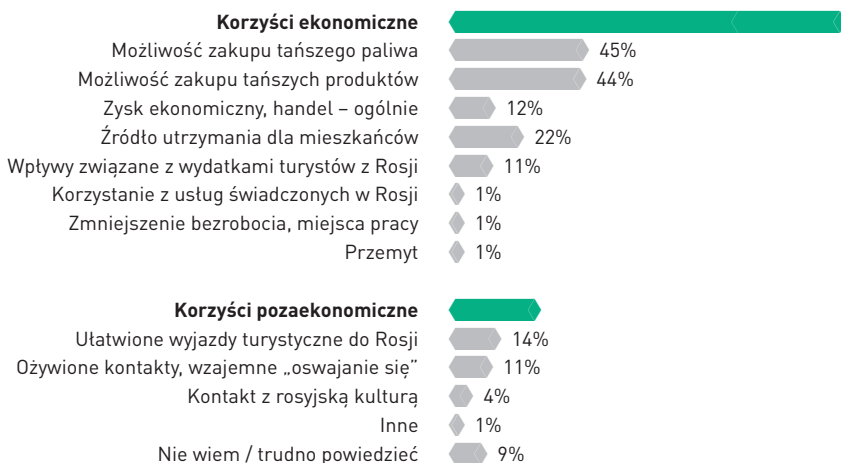
Wykres 3.1. Bilans korzyści w związku z MRG

Jak Pan/Pani sądzi, czy na Małym Ruchu Granicznym:



Wykres 3.2. Korzyści dla Polaków

Jak Pan/Pani sądzi, jakie korzyści odnoszą Polacy w związku z funkcjonowaniem Małego Ruchu Granicznego z Rosją?



Większość (dwie trzecie) uczestników uznaje, że korzyści związane z funkcjonowaniem MRG w równym stopniu dzielą się pomiędzy stronę polską i rosyjską. Częściej są o tym przekonane osoby, które:

► na co dzień mają okazję zaobserwować praktyczną stronę funkcjonowania MRG: samochody z rosyjskimi rejestracjami, Rosjan na zakupach i spacerach w Polsce,

► osobiście korzystają z MRG, np. poprzez kupowanie tańszej benzyny czy innych artykułów lub same przekraczają granicę w trybie MRG.

► *Jak przyjeżdżają, robią zakupy, jeżdżą z nami, czy korzystają z hotelu, to samo przez się jest zrozumiałe, że jest lepiej. (Taksówkarz, Gdańsk)*

Wśród pozostałych osób przeważa opinia, że więcej korzyści odnoszą Rosjanie (20% wskazań). Trudno jednak wskazać społeczno-demograficzne korelaty takich opinii.

W zgodnej opinii respondentów korzyści dla strony polskiej wiążą się przede wszystkim z możliwością zakupu tańszego paliwa oraz tańszych artykułów, takich jak papierosy czy alkohol, przy czym w praktyce znaczna część tych transakcji ma miejsce w „szarej strefie”. Panuje jednak przekonanie – podzielane tak przez zwykłych mieszkańców, jak i przedstawicieli władz przygranicznych gmin – że granica to źródło utrzymania dla wielu rodzin i sposób na złagodzenie społecznych skutków bezrobocia. Dlatego wszyscy rozmówcy, których o tę kwestię pytano są

zgodni, że ze zjawiskiem „szarej strefy” nie należy walczyć (np. poprzez określanie miesięcznych limitów przekraczania granicy przez jedną osobę czy dopuszczalnej ilości wwożonego do kraju paliwa).

► *Dzięki temu może, tak my to rozumiemy, że nie ma kolejek powiedzmy w opiece społecznej, ludzie nie stoją, bo sobie sami radzą. Zresztą popierał to, kiedyś słyszałem, burmistrz Gotdapi.*

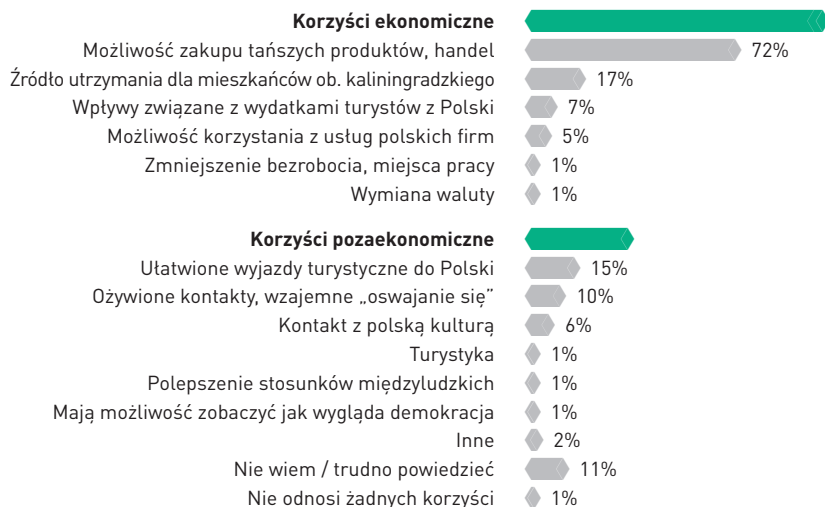
Należy podkreślić, że zauważa się przed wszystkim korzyści związane z obrotem handlowym, wzrostem sprzedaży i tworzeniem lub utrzymaniem miejsc pracy. Pozostałe kwestie mają zdecydowanie mniejsze znaczenie.

Przeciętny mieszkaniec strefy przygranicznej ma okazję spotkać Rosjan przede wszystkim w jednym ze sklepów: spożywczych, z artykułami RTV/AGD czy odzieżą i obuwiem. W zbiorowej świadomości Rosjanie funkcjonują w towarzystwie takich atrybutów, jak zakupowy wózek (po brzegi wypełniony towarem) czy zatrzymany na przysklepowym parkingu dobrej klasy samochód. Pytani o to, gdzie można spotkać Rosjan mieszkańcy Bartoszyca bez wahania wskazują na jeden z czterech dyskontów, działających na terenie miasta, mieszkańcy Gdańska zaś – na Galerię Baltycką.

Znajduje to odzwierciedlenie w strukturze postrzeganych korzyści, jakie zdaniem respondentów odnoszą Rosjanie w związku z MRG. Zdecydowanie dominują korzyści ekonomiczne.

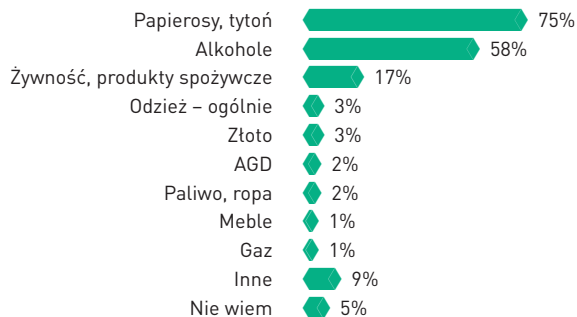
Wykres 3.3. Korzyści dla Rosjan

Jak Pan/Pani sądzi, jakie korzyści odnoszą Rosjanie w związku z funkcjonowaniem Małego Ruchu Granicznego z Polską?



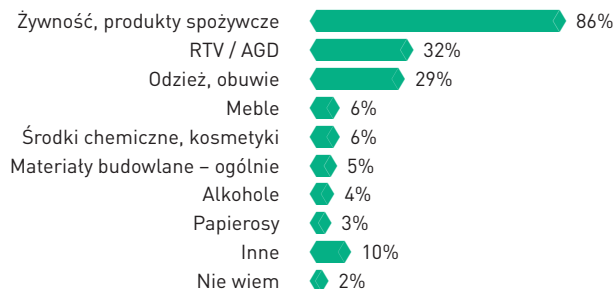
Wykres 3.4. Artykuły kupowane przez Polaków w obwodzie kaliningradzkim

Jakie tańsze produkty kupują Polacy w obwodzie kaliningradzkim?



Wykres 3.5. Artykuły kupowane przez Rosjan w Polsce

Jakie tańsze produkty kupują Rosjanie w Polsce?

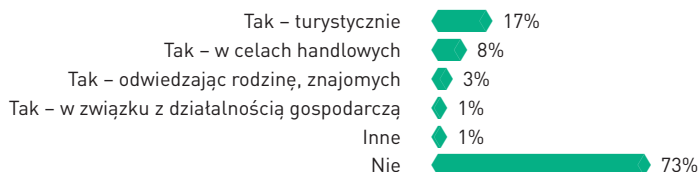


Zainteresowanie wizytą w obwodzie kaliningradzkim / Rosji, wrażenia z pobytu

4. Droga jednokierunkowa

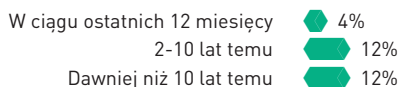
Wykres 4.1. Wizyty Polaków w obwodzie kaliningradzkim

Czy był/a Pan/Pani kiedykolwiek w obwodzie kaliningradzkim Federacji Rosyjskiej? Jeśli tak, to w jakim celu?



Wykres 4.2. Czas ostatniej wizyty

Kiedy po raz ostatni był/a Pan/Pani w obwodzie kaliningradzkim?



Obwód kaliningradzki nie jest dla Polaków mieszkających na obszarach objętych MRG atrakcyjnym kierunkiem handlowym ani turystycznym.

Dostępne statystyki i potoczna wiedza wszystkich osób, z którymi prowadzono wywiady w czasie etnograficznej części projektu mówią o zasadniczej asymetrii w ramach MRG. Wizyt Rosjan w Polsce jest po pierwsze zdecydowanie więcej

niz wizyt Polaków w obwodzie kaliningradzkim, a po drugie mają one nieco bardziej zróżnicowany charakter i kilka różnych „destynacji” (mniejsze miejscowości przygraniczne, Trójmiasto, Wielkie Jeziora Mazurskie, Wybrzeże Baltyku). Tymczasem, zgodnie z popularną opinią mieszkańców powiatów MRG, polskie samochody docierają „do pierwszej stacji benzynowej” po rosyjskiej stronie granicy, po czym zawracają po zatankowaniu paliwa.

Pokazuje to wspomnianą powyżej jednostronność praktycznych kontaktów polsko-rosyjskich; są one sprowadzone do relacji handlowych. Jeśli MRG ma służyć budowie lepszych relacji sąsiedzkich, to z pewnością należy dążyć do zmiany tego stanu rzeczy.

Na razie jednak, jak pokazują choćby dwa powyższe wykresy, mieszkańcy powiatów objętych MRG nie wybierają się licznie na wycieczki do obwodu kaliningradzkiego. Co więcej, jak wynika z przeprowadzonych „na miejscu” rozmów, zazwyczaj nie są nimi zainteresowani. Na ogół nie wiedzą, po co mieliby jechać turystycznie do obwodu kaliningradzkiego, nie wiedzą nic na temat ewentualnych wartych odwiedzenia atrakcji po tamtej stronie granicy, a jeśli mają w tej sprawie jakies wyobrażenia, to na ogół są one mało zachęcające.

Wątkiem obecnym w wielu rozmowach z mieszkańcami było przekonanie o niskiej atrakcyjności turystycznej obwodu kaliningradzkiego i o – faktycznym lub domniemanym – braku turystycznej infrastruktury. Relacje nielicznych rozmówców, dotyczące wizyt w obwodzie (najczęściej w jego stolicy) dotyczyły czasu zaprzestęgo i nie były entuzjastyczne. Turyści zapamiętali szarzyznę i zaniedbanie Kaliningradu. Ci z nich jednak, którzy mieli potem okazję powtórzyć wizytę – w Kaliningradzie lub innych miejscowościach – podkreślali dynamikę pozytywnych zmian w tym zakresie.

► *Wiadomo, jeżdżą ci, którzy paliwo przywożą. A Kaliningrad nie ma tak dużo do zaoferowania. Miasto zostało zniszczone w czasie II wojny światowej. Nie odbudowane. (Prywatna firma turystyczna – właściciel)*

► *Pr.: Czy w drugą stronę też jest taki ruch, do Kaliningradu? – Mnie się wydaje, że chyba mniejszy. Pr.: Polacy nie są zainteresowani?*

– *Co oni tam mają, te okręty podwodne, atomowe oglądać? [...] Nie byłem, ale jak słyszę, to nie ma tam co oglądać. (Galeria Bursztynu, Gdańsk)*

► *Te 2, 3, 4 lata temu, jadąc do Pionierska, byliśmy zapraszani na [spotkania] jednodniowe, dlatego, że nie było bazy noclegowej. Natomiast w tym momencie są już 3 hotele. Ja byłem pod ogromnym wrażeniem, jak wygląda teraz Pioniersk*

Polscy potencjalni turyści sądzą, że po drugiej stronie granicy nie znaleźliby wystarczająco wielu miejsc noclegowych o zróżnicowanym standardzie. Panuje dość powszechnie przekonanie, że podczas wyjazdu nie można byłoby liczyć na smaczne jedzenie. Spodziewano by się raczej niskiego standardu obsługi, a zarazem wyższych niż w Polsce cen. Nade wszystko jednak istnieją obawy związane z bezpieczeństwem w trakcie podróży (zorganizowana przestępczość, także w postaci „mafii policyjnej”; niezwykle silnie utrwalone jest przekonanie o tym, że samochód podróźnych z pewnością byłby pod byle pretekstem zatrzymywany przez policję, dopóki nie optacitoby się dodatkowego „myta”). Bardzo wyraźnie należy podkreślić, że w opinii mieszkańców Rosja nie jest krajem bezpiecznym dla podróżującego turysty.

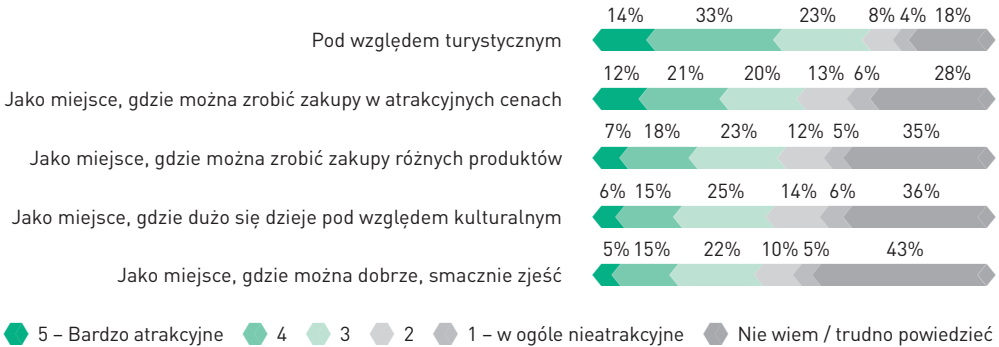
► *Pr.: – a Panów nie ciągnie tam [do Kaliningradu]? – Nie, nie ciągnie. – Dużo niespodzianek może być. (Patrol Solid Security)*

Spostrzeżenia te znajdują potwierdzenie w wynikach sondażu telefonicznego (poniżej).

W badanej próbie znalazło się 3% osób, które zadeklarowały, że przekraczały granicę w trybie uproszczonej procedury. Wizyty te miały najczęściej charakter handlowy i turystyczny, przy czym niekiedy oba te cele wskazywano łącznie.

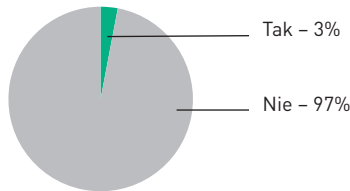
Wykres 4.3. Ocena atrakcyjności obwodu kaliningradzkiego pod różnymi względami

Na podstawie własnych doświadczeń lub zastyszanych opinii proszę powiedzieć, jak ocenia Pan/i atrakcyjność obwodu kaliningradzkiego pod różnymi względami.

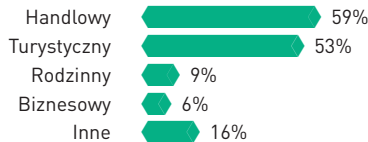


Wykres 4.4. Przekraczanie granicy w trybie MRG

Czy przekraczał/a Pan/i granicę z Rosją, korzystając z uproszczonej procedury w ramach Małego Ruchu Granicznego?



Wykres 4.5. Cel wizyty związanej z przekraczaniem granicy w trybie MRG



Potwierdza się więc, że wyobrażenia związane z atrakcyjnością turystyczną czy kulturalną obwodu kaliningradzkiego rzadko mają szansę zostać skonfrontowane z rzeczywistością. Niewątpliwie brakuje działań informacyjnych i promocyjnych rosyjskich przedsiębiorców, kierowanych do potencjalnych polskich turystów, próby zachęcenia Polaków do odwiedzin. Np. strona internetowa <http://kaliningrad.ru> nie za-

wiera polskiej wersji językowej (inaczej niż np. strona internetowa Gdańska – choć już nie np. Bartoszyc) ani treści kierowanych głównie do Polaków.

► *Bardzo szybko, nasze restauracje, szybciotko, karty, menu, oferta, wszystko w języku rosyjskim, strony w języku rosyjskim, one szybko to załapały. W drugą stronę tego nie ma.*

Wykres 4.6. Elementy, które w opinii respondentów są lepiej urządzone w obwodzie kaliningradzkim w porównaniu do Polski
Czy są takie rzeczy, które w Rosji wydają się Panu/Pani lepiej urządzone niż w Polsce? Jeśli tak, to jakie są to rzeczy?



Większość osób, które odwiedziły obwód kaliningradzki, nie potrafi wskazać takich elementów, które imponowałyby, byłyby warte „przeszczepienia” na polski grunt i byłyby dowodem wyższego standardu życia czy lepszego zorgani-

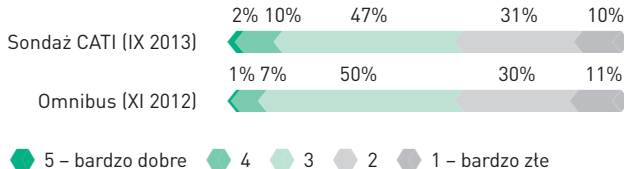
zowania – lub twierdzi, że takich rzeczy nie ma. Sporadycznie wskazywano w tym kontekście na dobry stan dróg i funkcjonujące w Kaliningradzie metro.

Ogólna ocena i perspektywy rozwoju stosunków polsko–rosyjskich

5. Trzeba czasu, ale kierunek jest dobry

Wykres 5.1. Opinie o stosunkach polsko–rosyjskich

Jak ocenia Pan(i) obecny stan stosunków polsko–rosyjskich?



Sondaż telefoniczny wśród mieszkańców strefy objętej MRG przynosi niemal takie same wyniki, jak badanie ogólnopolskie z jesieni 2012 r., jeśli chodzi o ogólną ocenę relacji polsko–rosyjskich. Jak to już opisywano, rola bieżących stosunków pomiędzy oboma krajami jest bardzo duża – wiele spontanicznych skojarzeń z Rosją dotyczy właśnie, zazwyczaj trudnych, spraw związanych z bieżącą polityką.

Większość respondentów jest przekonana, że te relacje są złe („1” lub „2” na skali od 1 do 5) lub niejednoznaczne (w taki sposób można zinterpretować ocenę „3”). Jedynie 12% sądzi, że są dobre.

Ogólnie można powiedzieć, że istnieje iuncim pomiędzy złą oceną relacji polsko–rosyjskich, dużą liczbą negatywnych skojarzeń z Rosją, negatywnymi emocjami oraz zauważalnym dystansem społecznym odczuwanym w stosunku do Rosjan. Te elementy składają się na skomplikowany wizerunek Rosji i jej mieszkańców. Eksperyment związany z Małym Ruchem Granicznym może być krokiem w stronę zmiany tego stanu rzeczy, jednak na razie, z uwagi na krótki czas funkcjonowania i jednostronność, jednowymiarowość codziennych polsko–rosyjskich spotkań w strefie Małego Ruchu Granicznego, nie ma to miejsca.

Aneks – Case studies

Przedsiębiorcy / sprzedawcy

Sklep budowlany na obrzeżach Gdańska (schody, podłogi, wykończenia).

Respondent: menedżer w sklepie, obsługująca klientów zarówno krajowych, jak i zagranicznych (kilkanaście lat w branży)

► Z zagranicy przyjeżdżają na zakupy lub oglądać towar głównie mieszkańcy obwodu kaliningradzkiego (5–6 osób tygodniowo). Oglądają towar, porównują ceny. Wybór w polskich sklepach jest większy, a oferta bardziej atrakcyjna niż w obwodzie kaliningradzkim.

► Są to najczęściej dość zamożni klienci indywidualni; przyjeżdżają do Polski często, głównie na zakupy. Nie są wymagającymi klientami.

► Mówią po angielsku, po rosyjsku, ale także po polsku.

► Firma ma stronę internetową i ulotki w języku angielskim. Na razie nie planuje materiałów po rosyjsku.

► Zakupiony towar wysyłany jest przesyłką kurierską.

► Respondentka wyraźnie rozgranicza swoje prywatne kontakty z mieszkańcami obwodu kaliningradzkiego od kontaktów biznesowych. O swoich przyjaciółach wypowiedziała się bardzo pozytywnie i z szacunkiem. Swoje doświadczenia zawodowe z Rosjanami określa jako pozytywne. W relacjach biznesowych mogłaby mieć np. pracowników ze Wschodu, ale raczej nie szefa.

► *Przyjaźnię się od wielu lat z ludźmi ze wschodu i jest to przyjaźń jak najbardziej wiążąca.*

► *Jesteśmy firmą, która ma w Kaliningradzie swoich partnerów. Jeździmy. Byłam dwa razy. [Jak się Pani podobało służbowo, biznesowo?] Biznesowo myślę, że bardzo dobrze, nie było większych problemów. [A prywatnie?] – Nie*

będę się wypowiadała na ten temat. Nie chcę ich krytykować. Ponieważ z ludźmi z Kaliningradu żyję bardzo dobrze i bardzo dobrze mi się z nimi współpracuje, a nie chcę ogólnie krytykować tej całej polityki i tego, co tam się dzieje.

► MRG ocenia bardzo pozytywnie pod względem ekonomicznym (więcej klientów, większy obrót), raczej nie widzi wad tego rozwiązania.

Sklep z eleganckimi meblami polskich producentów na obrzeżach Gdańska.

Respondentka: handlowiec reprezentujący jednego z polskich producentów mebli stylowych, ma kilkuletnie doświadczenie w branży meblowej. Od 1,5 roku w sklepie w Gdańsku.

► Z zagranicy przyjeżdżają na zakupy głównie Skandynawowie i klienci ze Wschodu. Często są to regularni klienci indywidualni.

► Klienci ze Wschodu zwykle porozumiewają się po rosyjsku. Utrudnia to nieco proces zamawiania i spisywanie umowy (która jest w języku polskim).

► Podobają im się polskie produkty (uważają je za lepsze niż te w obwodzie kaliningradzkim) chociaż mają nieco inny gust.

► *Raczej osoby, które wracają regularnie. Klienci indywidualni. Przedział wiekowy jest dość szeroki. [...] Nasz towar im się podoba. Na pewno lubią przepych, złocenia, świecidełka. To, co jest tak naprawdę dla nas małym dodatkiem, u nich tak praktycznie cały dom wygląda. My wstawiamy jedno złote krzesło do domu, u nich są całe meble złote. [...] Do nas trafiają klienci, którzy mają pieniądze.*

► Z biznesowego punktu widzenia, współpraca na większą skalę (eksport) do obwodu kalinin-

gradzkiego jest dosyć skomplikowana ze względu na procedury związane z przekraczaniem granicy (logistyka i transport). Koszty transportu (w tym również tąpówki) sprawiają, że jest on nieoptymalny, kłopotliwy i ryzykowny. Najlepiej jeśli klient sam organizuje sobie transport lub organizuje go firma rosyjska.

► *Miałam jednego pana, który raz tam był i powiedział, że więcej się nie wybiera. Więcej stracił niż zarobił. [...] To jest kwestia finansowa. Mówił, że tyle pieniędzy zostawił po drodze, na każdej wiosce, na każdej ulicy, że to się w głowie nie mieści. To nie są tylko tąpówki z tego, co wiem dla biurokratów i osób, które mają jakieś stanowiska urzędowe. Dla zwykłych ludzi na ulicach, których mijają; grupę dzieciaków, które go nie chciały przepuścić...*

Prywatna firma turystyczna działająca na gdańskiej starówce (zwiedzanie miasta).

Właściciel firmy zatrudnia kilkunastu przewodników miejskich; pięcioletnie doświadczenie w tej branży.

► Respondent zwraca uwagę, że MRG został wsparty promocją turystyki przez Gdańską Organizację Turystyczną; Pomorską Izbę Turystyczną oraz Pomorską Regionalną Organizację Turystyki. Organizacje te promowały Polskę jako destynację turystyczną w mediach poprzez reklamę w radiu, TV, Internecie i prasie w obwodzie kaliningradzkim. Miało to jego zdaniem wpływ na ruch turystyczny (podczas gdy otwarcie granicy bardziej wpłynęło na podróże w celu zrobienia zakupów).

► Firma respondenta dysponuje przewodnikami mówiącymi po rosyjsku, których usługi cieszą się dużym powodzeniem, szczególnie że starsi obywatele rosyjscy raczej nie mówią w językach obcych. Młodzież z obwodu kaliningradzkiego zna języki obce (zachodnie), ale nie polski.

► Respondent obserwuje cały przekrój gości ze Wschodu: rodziny, wycieczki szkolne, wycieczki indywidualne i zorganizowane; samochodowe i autokarowe. Jego zdaniem są to głównie przy-

jazdy weekendowe na zakupy, ale przy okazji goście interesują się atrakcjami turystycznymi.

► Zdaniem badanego, mentalność Rosjan i Polaków (stowiańska) jest bliższa niż np. mentalność Polaków i Niemców. Jest do Rosjan nastawiony bardzo pozytywnie. Jego zdaniem pozytywne doświadczenia z kontaktów handlowych i turystycznych doprowadzą z czasem do skruszenia stereotypów, zmiany światopoglądu i nastawienia do narodu. Porównuje sytuację MRG do kontaktów na granicy zachodniej z przeszłości (przed wejściem do UE).

Hotel, restauracja i park umiejscowione w dawnym majątku dworskim w okolicach Bartoszczy

► W czasie, jaki upłynął od inauguracji MRG, zanotowano wielokrotne zwiększenie się liczby odwiedzających turystów z Rosji.

► Dla części gości z Rosji jest to przystanek w drodze powrotnej po dokonanych zakupach. Jedzą obiad w restauracji i spacerują po parku. Część wizyt jest zaś połączona z noclegiem (głównie w weekendy) lub z imprezami okolicznościowymi (np. Sylwester).

► Rosjanie stanowią ważną grupę docelową konsekwentnie prowadzonych działań:

– Hotel podejmuje różnorodne działania reklamowe w Rosji i w miejscach przebywania/przejazdu Rosjan (w tym outdoor).

– Zatrudniono pracownika odpowiedzialnego za obsługę gości z Rosji, biegle władającego rosyjskim.

– Przygotowano pełną rosyjską wersję językową strony internetowej.

– Niektóre oferty eventów są kierowane przede wszystkim do Rosjan.

Serwis samochodowy i firma transportowa działająca w Bartoszczy

► Firma często wskazywana jako przykład wykorzystania okazji, jaką dla polskich przedsiębiorców stało się powołanie MRG.

- ▶ Zakład naprawy samochodów jest jednym z kilku w mieście, w którym Rosjanie naprawiają swoje samochody lub kupują do nich części. Koszty robocizny są w przybliżeniu podobne, jak w Rosji, za to części można kupić zdecydowanie taniej. Klienci z Rosji mają ponadto poczucie, że polskie warsztaty pracują solidnie i sprawnie, można też liczyć na wysoki standard obsługi.
- ▶ Właściciel warsztatu trudni się także usługami transportu osobowego – flota kilku dużych samochodów transportowych przywozi Rosjan na zakupy i odwozi z powrotem.
- ▶ W tej ostatniej działalności przedsiębiorca napotyka na utrudnienia stwarzane przez uznaniowe decyzje polskich władz, które wydają zgodę na określony wolumen przejazdów w ciągu miesiąca. Z postulowanych w jednym z wniosków trzydziestu przejazdów przedsiębiorca otrzymał pozwolenie na dwa. Utrudnia to w zasadniczy sposób prowadzenie biznesu i zachowanie wiarygodności wobec rosyjskich klientów.

Notatki

Trudno o lepsze laboratorium zmian społecznych niż sytuacja, jaka powstała w tych powiatach na Warmii i Mazurach oraz na Pomorzu, które tworzą strefę Małego Ruchu Granicznego (MRG) z obwodem kaliningradzkim Federacji Rosyjskiej. Oto ostatni odcinek granicy państwowej RP przestał być jedynie barierą w kontaktach z krajem sąsiednim. W kontekście trudnych relacji między Polską a Rosją, doświadczenia płynące z tego swoistego eksperymentu, jakim są ułatwienia w podróżowaniu przez granicę polsko-rosyjską, trudno przecenić.

Badanie opinii mieszkańców powiatów objętych strefą MRG przeprowadzono po roku od wejścia w życie nowych zasad podróżowania. Prezentowany raport jest podsumowaniem ustaleń pochodzących z badań jakościowych oraz ilościowych. Niektóre wyniki sondażu porównano dodatkowo z danymi z ogólnopolskiego badania poświęconego stosunkom polsko-rosyjskim z listopada 2012 roku, zrealizowanego przez CBOS na zlecenie Centrum Polsko-Rosyjskiego Dialogu i Porozumienia.



Centrum Polsko-Rosyjskiego Dialogu i Porozumienia

ul. Jasna 14/16A, 00-041 Warszawa

tel. + 48 22 295 00 30

fax + 48 22 295 00 31

e-mail: cprdip@cprdip.pl

<http://www.cprdip.pl>

ISBN 978-83-64486-05-0



9 788364 486050