

35

magazyn studencki  
**FORWARD**

nr. 35 (03/2025) Uniwersytet Łódzki ISSN 1899-5748

**Wpływ technologii  
blockchain**  
przyszłość rynków  
finansowych

**Podział gatunkowy  
w grach**  
etykieta gatunkowa czy  
gatunek?

**Rozwój kariery przez  
samoświadomość**  
narzędzia rozwoju osobistego

**Fast fashion w dobie  
TikToka**  
i hauli zakupowych

**Głosowanie  
korespondencyjne**  
rozwiązania prawne  
w Liechtensteinie

**Pig Butchering**  
jak to działa i jak się chronić?

**Underrepresentation  
of women in esports**

SKN  
PROGRESS



## Spis treści

4. Wpływ technologii blockchain na przyszłość rynków finansowych: analiza potencjalnych korzyści i zagrożeń (A)
9. Etykieta gatunkowa czy gatunek? Podział gatunkowy w grach wideo (A)
15. Rozwój kariery przez samoświadomość – narzędzia rozwoju osobistego (R)
19. Fast fashion w dobie TikToka i hauli zakupowy. Jak kultura nadmiernej konsumpcji kształtuje rynek mody (T)
28. Underrepresentation of women in esports (A)
33. Rozwiązania prawne dotyczące głosowania korespondencyjnego w Księstwie Liechtensteinu i w Rzeczypospolitej Polskiej (P)
38. Pig Butchering - jak to działa i jak się przed nim chronić? (F)

### Patron Honorowy:



**MARSZAŁEK  
WOJEWÓDZTWA ŁÓDZKIEGO**  
Joanna Skrzydłewska



## Drodzy Czytelnicy,

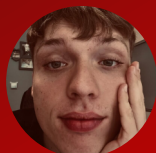
Witamy Was w 35. edycji magazynu Forward! W tym numerze przyglądamy się istotnym zagadnieniom ze świata technologii, kultury i społeczeństwa, ale na pierwszy plan wysuwa się temat niedoreprezentowania kobiet w e-sporcie. Czy cyfrowa rywalizacja, która zdaje się nie znać granic, faktycznie jest otwarta dla wszystkich? Przyglądamy się barierom, które wciąż ograniczają udział kobiet w tej dynamicznie rozwijającej się branży, i zastanawiamy się, co można zrobić, by wyrównać szanse.

Nie zabrakło także innych wciągających tematów. Analizujemy wpływ technologii blockchain na rynki finansowe – czy jest to przyszłość inwestycji, czy może niebezpieczna bańka? Zastanawiamy się nad sensem podziałów gatunkowych w grach wideo oraz nad tym, jak samoświadomość może pomóc w rozwoju kariery.

W świecie mody badamy, jak TikTok i popularne hauli zakupowe napędzają konsumpcję i kształtują współczesny rynek. Zaglądamy również do systemów wyborczych Liechtensteinu i Polski, by porównać rozwiązania prawne dotyczące głosowania korespondencyjnego. A dla tych, którzy chcą zadbać o swoje bezpieczeństwo online – wyjaśniamy, czym jest Pig Butchering i jak nie dać się oszukać.

Zapraszamy do lektury – mamy nadzieję, że każdy z Was znajdzie tu coś inspirującego i skłaniającego do refleksji!

## Redaktorzy naczelni:



**Sebastian Buszka**  
Redaktor naczelny



**Uładzimir Siamizhon**  
Redaktor naczelny







## Wpływ technologii blockchain na przyszłość rynków finansowych: analiza potencjalnych korzyści i zagrożeń

### Katarzyna Janas

W dynamicznie rozwijającym się świecie finansów, blockchain staje się jednym z najważniejszych elementów, który zmienia sposób, w jaki przeprowadzane są transakcje, przechowywane dane, a także modyfikuje metody postępowania z aktywami. W obliczu nieustannie rosnącego wpływu technologii cyfrowych, blockchain odgrywa istotną rolę. Ponadto sektor finansowy w znaczącym stopniu jest zależny od ewolucji technologicznej, szczególnie w kontekście opisywanego systemu. Technologia ta stanowi fundament dla wprowadzanych innowacji, które pozwalają na ulepszenie funkcjonowania rynków finansowych. Umożliwia stworzenie systemów, które są przede wszystkim bardziej transparentne, efektywne i bezpieczne. Warto również zauważyć, iż blockchain wiąże się z licznymi wyzwaniem, które będą miały długofalowy efekt prowadzący do zmian w organizacji sektora finansowego. Wprowadzenie nowego systemu, spowoduje konieczność modyfikacji modeli biznesowych, a także utworzenie nowych regulacji prawnych. W wyniku tego, każdy sektor stanie przed wyzwaniem dostosowania się do nowej innowacji.

Celem niniejszego artykułu jest analiza potencjalnych korzyści i zagrożeń związanych z wdrożeniem blockchain. Ponadto podejmuje próbę przewidzenia, jak może to wpłynąć na przyszłość rynków finansowych.



### Geneza technologii blockchain

Technologia blockchain jest znana głównie z powiązań z kryptowalutami. Jednakże sam termin „blockchain” zdobył popularność dopiero w 2008 roku, dzięki przedstawieniu idei związanej z bitcoinem przez Nakamoto. Dokument zawierający tę ideę, opisywał mechanizm działania Bitcoina oraz wykorzystanego w nim łańcucha bloków

(blockchain). Przełomowym momentem w historii technologii blockchain było powstanie Ethereum, które znacząco poszerzyło jej możliwości. Vitalik Buterin, dostrzegając pewne ograniczenia Bitcoina, zaproponował stworzenie nowej, ulepszonej platformy, która pozwoliłaby nie tylko przesyłać wartości, ale również wykonywać niełatwe operacje. W 2013 roku Vitalik przedstawił



koncepcję Ethereum, a już po dwóch latach (30 lipca 2015 roku) sieć została oficjalnie uruchomiona. Najważniejszą innowacją były wprowadzone inteligentne kontrakty (ang. smart contracts) – które w połączeniu z blockchain, pozwalają na automatyczne realizowanie warunków transakcji bez potrzeby dodatkowych osób (pośredników).<sup>1</sup>

## Mechanizm działania systemu blockchain

Blockchain to tak naprawdę łańcuch bloków, który tworzy ogromny i rozproszony rejestr danych. Każdy kolejny etap (element) ściśle zależy od poprzedniego. Wszystkie wykonywane transakcje zapisywane są jako nowy blok, zawierający określone dane, a następnie dołączane do poprzedniego. Zanim jakkolwiek operacja zostanie zapisana, musi zostać zweryfikowana przez uczestników sieci. Po zatwierdzeniu masa pojedynczych transakcji zostaje połączona w większą jednostkę, a następnie zapisana jako niezmienny ciąg.<sup>2</sup> Przykładem pokazującym działanie systemu jest sytuacja z życia codziennego, gdy chcemy założyć konto w nowym banku, dzięki cyfrowemu identyfikatorowi, który oparty jest właśnie na blockchainie, nowy bank jest w stanie błyskawicznie sprawdzić informacje potrzebne do weryfikacji konta. Dzięki takiemu rozwiązaniu klienci oszczędzają znacznie czas, a banki mogą zredukować niepotrzebne koszty. Technologia ta pozwala automatycznie przechowywać wszelkie dane w kilku lokalizacjach, a nie tylko w jednym miejscu. Umożliwia to zwiększenie ochrony danych cyfrowych i podniesienie poziomu cyberbezpieczeństwa.<sup>3</sup>

Ponadto każdy użytkownik tego systemu posiada kopię całej bazy, a nowe elementy dodawane są zgodnie z ustalonym algorytmem. Kluczową cechą tej innowacji jest jej decentralizacja, czyli brak jednego centralnego organu odpowiedzialnego za analizę, weryfikację transakcji i przechowywanie danych. Blockchain opiera się przede wszystkim na mechanizmie konsensusu, w ramach którego wszyscy uczestnicy sieci, zwani węzłami, wspólnie zatwierdzają operacje i dodają kolejne, nowe bloki do istniejącego już łańcucha. Dzięki temu

technologia charakteryzuje się dużą odpornością na manipulacje i ataki hakerskie. W związku z tym, że każdy etap jest „nierozzerwalnie” powiązany z poprzednim, nawet najmniejsza zmiana danych w poszczególnym bloku, wymaga również modyfikacji wszystkich wcześniejszych.<sup>4</sup>

W dzisiejszym świecie technologia blockchain bardzo szybko zyskuje na popularności, a także coraz więcej osób wykazuje zainteresowanie zagłębieniem wiedzy na opracowywany temat. Dynamiczny rozwój zdecentralizowanych systemów i kryptowalut sprawia, że zarówno przedsiębiorcy, inwestorzy jak i specjaliści z wielu, różnych branż poszukują informacji z wiarygodnych źródeł, na temat funkcjonowania innowacji.

## Obszary zastosowań technologii blockchain

Technologia blockchain jest tak naprawdę fundamentem kryptowalut takich jak Bitcoin. W związku z tym staje się popularna nie tylko w sektorze finansowym, ale również w innych branżach. Poniżej przedstawione zostały kluczowe obszary, w których powyższa innowacja znajduje zastosowanie:

- finanse i kryptowaluty;
- zarządzanie łańcuchem dostaw – podstawowym przeznaczeniem w tej dziedzinie jest śledzenie oraz analiza trasy i pochodzenia produktów. Ponadto technologia ta umożliwi rejestrowanie i mierzenie parametrów związanych z warunkami przechowywania, przewożenia towaru. Dzięki takim możliwościom dostawcy obecnie są w stanie zagwarantować znacznie lepszą jakość przewożonych towarów.<sup>5</sup>
- opieka zdrowotna (przechowywanie wrażliwych i ważnych danych);
- administracja publiczna;
- banki i instytucje ubezpieczeniowe.

Jednakże warto zwrócić szczególną uwagę na zastosowanie technologii w sektorze finansowym, które w przyszłości pozwoli zrewolucjonizować rynki finansowe. Jest wiele aspektów, mówiących, dlaczego warto zastosować system blockchain. Mianowicie mamy zapewniony wysoki poziom bezpieczeństwa, znacznie szybszy



i sprawniejszy przepływ rozliczeń, a także jesteśmy w stanie zredukować koszty. Wszelkiego rodzaju operacje finansowe, są usprawnione dzięki zastosowaniu innowacji. Polskie instytucje również zaczęły dostrzegać potencjał i wdrażać blockchain. PKO BP było jednym z pierwszych banku, które zdecydowało zaimplementować rozwiązanie oparte na technologii Hyperledger Fabric.

Ponadto w przyszłości chce postawić na tworzenie tak zwanych inteligentnych kontraktów (ang. smart contracts) – programów komputerowych, które automatycznie wykonują określone działania przy spełnieniu warunków umowy. Taka zmiana pozwoli na ulepszenie automatyzacji i zawierania umów finansowych.<sup>6</sup>

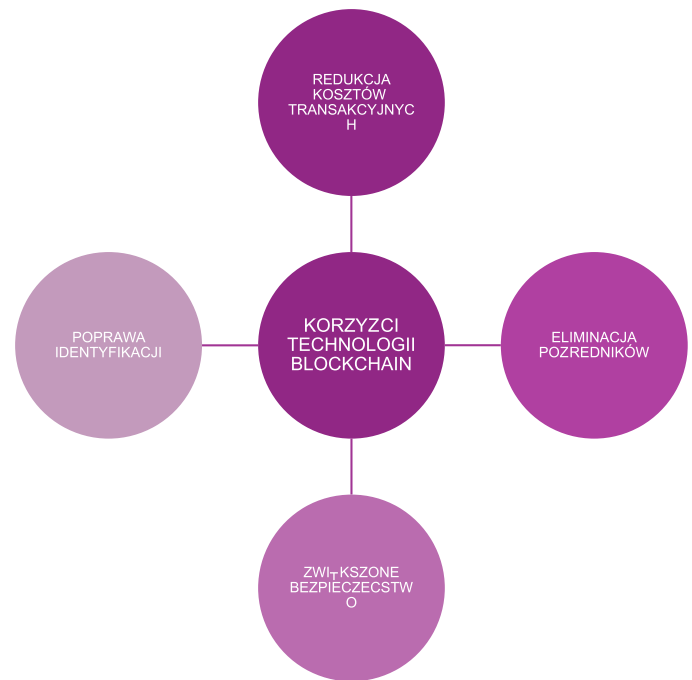
### Korzyści wynikające z technologii

Wdrożenie i zastosowanie technologii blockchain niesie ze sobą liczne korzyści zwłaszcza dla sektora finansowego (rysunek 1). Przede wszystkim zmniejsza wszelkie koszty transakcji, eliminuje pośredników, czy zwiększa bezpieczeństwo, a to tylko podstawowe zalety innowacji, które w znacznym stopniu wpływają na przyszłość rynków finansowych. Podstawową cechą jest bezpieczeństwo jakie oferuje technologia. Blockchain jest oparty na innowacji, która umożliwia przechowywanie danych bez potrzeby centralnego organu zarządzającego.

System ten oparty jest na zdecentralizowanej strukturze, oznaczającej, że dane przechowywane są w wielu węzłach. Zmiany mogą być wprowadzone tylko wtedy, gdy zostaną zaakceptowane przez większość sieci, wymagając przy tym przeprowadzenia procesu konsensusu. To sprawia, że blockchain jest bardziej odporny na różne ataki. Kolejną z najczęściej wymienianych cech jest możliwość znacznego obniżenia kosztów przeprowadzanych transakcji. Dzięki swojej zdecentralizowanej strukturze jesteśmy w stanie ograniczyć potrzebę korzystania z pośredników takich jak banki, czy inne instytucje rozliczeniowe. Sprawia, że możliwe jest znaczne usprawnienie i zoptymalizowanie przebiegu transakcji. Ponadto pozwala na natychmiastowe przekazanie środków finansowych, ponieważ transakcje zapisywane są i zatwierdzane w rozproszonym rejestrze

w czasie rzeczywistym. Nie musimy już specjalnie czekać, aż nasze płatności zostaną zaksięgowane, co zajmuje dużą część czasu.<sup>7</sup> Technologia blockchain pozwala również na zwiększoną identyfikację, umożliwiając tworzenie cyfrowych „paszportów” dla produktu. Otwiera to drogę do monitorowania pochodzenia towarów na każdym etapie.<sup>8</sup>

Rysunek 1. Najważniejsze korzyści wynikające z technologii blockchain.



Źródło: opracowanie własne

Kluczowym atutem technologii blockchain są inteligentne kontrakty, które pozwalają na redukcję kosztów administracyjnych. Proces ich działania jest bardzo prosty – wystarczy, że spełnione są określone warunki umowy bez konieczności korzystania z osób trzecich (pośredników). Przykładem tutaj może być wykorzystanie inteligentnych kontraktów w firmach ubezpieczeniowych, aby automatycznie wypłacić odszkodowania w przypadku zrealizowania warunków umowy. W tradycyjnym modelu klient musiałby przejść przez wiele etapów i poczekać na weryfikację, a następnie na zatwierdzenie wypłaty. Dzięki zastosowaniu inteligentnego kontraktu, cały opisany proces jest automatyzowany.<sup>9</sup>

### Potencjalne zagrożenia i wady

Uważa się, że technologia blockchain



pozytywnie wpływa i przynosi znaczną ilość korzyści, jednakże jak każda innowacja ma w sobie negatywne cechy, które mogą skutecznie zniechęcić do wdrażania jej (rysunek 2). Pomimo iż innowacja postrzegana jest jako jedna z bezpieczniejszych technologii, mogą zdarzyć się sytuacje w których dane będą zagrożone. Najważniejszą kwestią są ataki na aplikacje wykorzystujące tę technologię. Pomimo iż cały system i struktura blockchain jest trudna i tak zbudowana, aby nic niepożądanego jej „nie złamało”, mogą wystąpić nieoczekiwane luki

Rysunek 2. Najważniejsze wady i zagrożenia technologii blockchain.



Źródło: opracowanie własne

w zabezpieczeniach. Ponadto technologia ta jest skomplikowana i dość nowa, przez co brakuje dużej ilości wyspecjalizowanych osób, które w pełni mogłyby zadbać o dokładny aspekt budowy bloków. Konieczność adaptacji technologii w tradycyjnych instytucjach finansowych, może być również postrzegana jako potencjalne zagrożenie. Dostosowanie blockchain w początkowej fazie wprowadzania wiąże się tak naprawdę z długim i kosztownym procesem integracji nowych systemów z już istniejącymi. Jeśli już podczas implementacji, rynek finansowy napotka trudności, może to prowadzić do zakłóceń w funkcjonowaniu tradycyjnych instytucji finansowych. Z kolei zbyt szybkie i dynamiczne wprowadzenie, może zagrozić stabilności rynku finansowego.

## Podsumowanie

Technologia blockchain ma ogromny potencjał, aby zmienić przyszłość rynków finansowych. Wszelkie instytucje finansowe w większości chętnie korzystają z technologii blockchain i można spekulować, że w przyszłości wystąpi trend wzrostowy. Pomimo niektórych wad, innowacja jest coraz powszechniej stosowana, umożliwiając pewniejszy i sprawniejszy przepływ finansowy. Dalszy jej rozwój bez wątplenia przyniesie kolejne korzyści i stanie się podstawą wzrostu bezpiecznych systemów sektora finansowego. Jednak sukces tej technologii zależeć będzie również od tempa, w jakim instytucje będą w stanie ją wdrożyć w sposób rozsądny, zachowując równowagę między innowacją, a odpowiedzialnym podejściem do jej wdrożenia. Blockchain to technologia, która z pewnością może mocno poprawić i wpłynąć na bezpieczeństwo w finansach. Dzięki jej charakterystycznej budowie, czyli zdecentralizowanej strukturze, dużo trudniej jest przełamać zabezpieczenia i manipulować przechowywanymi danymi. Wszystkie transakcje znajdują się

w rozproszonym rejestrze, który uniemożliwia wszelkie modyfikacje bez zgody pozostałych uczestników tej sieci. W konsekwencji wzrasta poziom zaufania do systemów finansowych. Ponadto innowacja już teraz pozwala na szybsze i sprawniejsze przeprowadzanie transakcji. W miarę dalszego rozwoju technologii, możemy się spodziewać, że w przyszłości blockchain stanie się tak naprawdę standardem, jednocześnie eliminując pośredników i niepotrzebne koszty.

Ważną implikacją wdrożenia technologii w sektorze finansowym jest reorganizacja modelu biznesowego w tradycyjnych instytucjach, które muszą modyfikować świadczone usługi. Analizując wpływ technologii, warto uwzględnić szerszy kontekst społeczny i gospodarczy. W tym przypadku można zauważyć, iż wdrożenie tej innowacji nie jest jednolite na świecie, a poziom przystosowania zależy od polityki rządów, przepisów oraz skali cyfryzacji w danym kraju. Ogólne podejście do regulacji prawnych technologii jest bardzo zróżnicowane. W różnych częściach świata można zauważyć, iż wsparcie dla technologii blockchain jest

silne, natomiast jeszcze inne kraje obawiają się skutków utraty kontroli nad systemem finansowym.

Ponadto nieustający rozwój innowacji wymaga również dostosowania się do istniejących przepisów. Ważnym wyzwaniem staje się także ochrona danych osobowych, zwłaszcza w świetle przepisów takich jak RODO (Rozporządzenie o Ochronie Danych Osobowych). Z jednej strony technologia blockchain jest bezpieczna, jednakże jej główna cecha – niezmiennosc danych, może okazać się problemem.

Mianowicie w systemie blockchain dane są zapisywane trwale i nie można ich skutecznie edytować ani usunąć. Pomimo istniejących wyzwań, system ten już dziś pokazuje swój potencjał, pozwalając na przekształcenie rynków finansowych.

technologiczne i potencjalne zastosowania, informatyka ekonomiczna. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu 4(50) 2018r, s.123

10. Zimnoch D., Wpływ technologii blockchain na efektywność banku, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach Nr 281/2016 s221-232

## Bibliografia:

1. Borowik G., M. Wawrzyniak Z., Cichosz P., Technologia Blockchain – innowacja i bezpieczeństwo, Nr.4 (136), s.5
2. Chochowski K., Gwoździewicz S., Wykorzystanie technologii blockchain w instytucjach finansowych i cyberbezpieczeństwie w świetle polskich (krajowych) uregulowań prawnych, nr 121B, Warszawa 2023, s.636
3. Klinger B., Szczepański J., Blockchain – historia, cechy i główne obszary zastosowań, Człowiek w cyberprzestrzeni 1/2017, s. 12-14
4. Klinger B., Szczepański J., Blockchain – historia, cechy i główne obszary zastosowań, Człowiek w cyberprzestrzeni 1/2017, s. 18-19
5. Kołodziejczyk H., Zastosowania technologii blockchain w finansach, Innowacje finansowe w gospodarce 4.0 s 10-11
6. Mataczyńska E., Technologia blockchain – możliwości, ryzyka, fakty i mity, Instytut Polityki Energetycznej im Ignacego Łukasiewicza, Analiza IPE nr 5/2018, s.4. (<https://www.instytutpe.pl/wp-content/uploads/2016/01/Myth-of-Blockchain.pdf>)
7. Mataczyńska E., Technologia blockchain – możliwości, ryzyka, fakty i mity, Instytut Polityki Energetycznej im Ignacego Łukasiewicza, Analiza IPE nr 5/2018, s.5
8. Mgr Bekhta A., Blockchain: możliwości i wyzwania dla sektora publicznego, s193-194
9. Rot A., Zygala R., Technologia blockchain jako rewolucja w transakcjach cyfrowych. Aspekty





## Etykieta gatunkowa czy gatunek? Podział gatunkowy w grach wideo

### Jakub Ziółkowski

Artykuł porusza problematykę podziału gatunkowego w różnych mediach i jego wpływ na branżę gier wideo. Odwołuje się do teorii wypracowanej przez badaczy oraz projektantów gier, takich jak Dominic Arsenault, Maria B. Garda czy Ernest Adams. Tekst skupia się na różnicy w klasycznym pojmowaniu gatunkowości w mediach linearnych, takich jak literatura (Tzvetan, Labuda), film (Loska), muzyka (Greenberg, Kosiński, Stillwell, Monteiro), a w interaktywnych grach wideo (Apperley, Wolf, Chandler). Opisane zostaje narzędzie, jakim jest etykieta gatunkowa i wyszczególnione działanie jego na postrzeganie gier wideo. Zaprezentowany zostaje także problem używania gatunków i etykiet gatunkowych w branży elektronicznej rozrywki na przykładzie plebiscytu The Game Awards. Podany zostaje przykład poprawnego użycia etykiet gatunkowych na platformie GOG.

Podział gatunkowy twórczości ludzkiej nie jest niczym nowym. Można zaobserwować to na przykładzie jednych z najwcześniejszych form ekspresji artystycznej, jakimi są teatr i literatura. W starożytności obecny był już podział dzieł teatralnych dramatu na tragedie oraz komedie (WSIP – praca zbiorowa, 2006, s. 148). Podobnie w przypadku literatury, gdzie popularne były epos, pieśń czy elegia (Wolski, 2023). Te ulegały zmianom na przestrzeni lat, ewoluowały, a także powstawały nowe. Proces ten nadal trwa, a dzieje się tak, ponieważ gatunki literackie funkcjonują jako „horyzonty oczekiwań” dla odbiorców oraz jako „modele pisania” dla twórców (Tzvetan, Labuda, 1979, s. 315). Takie założenie nie tylko ułatwia autorom strukturyzowanie ich pracy, ale także czytelnikom poznawać dzieło. Podobne, jak nietożsame, procesy gatunkowe zachodzą w dziedzinie kinematografii, która jest jednak znacząco młodsza od literatury. Gatunek w filmie jest „umową” między twórcą, producentem i odbiorcami (Loska, 2001, s. 7-8). Szczególnie ważny wydaje się tutaj ten drugi podmiot, gdyż to właśnie producentowi najbardziej zależy na przychodzie, co się z tym łączy – dzieło powinno być jednocześnie uniwersalne i wyjątkowe, aby przyciągnąć jak

najwięcej odbiorców.

Na podobnych warunkach co film funkcjonuje gatunkowość muzyczna, gdzie utwory muzyczne mogą przynależeć do różnych gatunków naraz, które także są klasyfikowane pod względem rodzajów (np.: hard rock, heavy metal czy brit rock przynależą do muzyki rockowej; Greenberg, 2016). David M. Greenberg, współtwórca badania wykazującego połączenie preferencji muzycznych z osobowością uważa, że kategorie gatunków muzycznych są problematyczne (Greenberg, Kosiński, Stillwell, Monteiro, 2016, s. 597-605). Między innymi z powodu braku ujednoczenia tych gatunków. Choć filmy i książki mogą przynależeć do różnych gatunków, to uchwycenie ich sedna jest dość łatwe w porównaniu do muzyki (Greenberg, 2016). Pomimo trudności w uchwyceniu odpowiednich kategorii one nadal funkcjonują, co pokazuje potrzebę operowania terminami gatunkowymi.

Gry wideo nie różnią się pod tym względem od innych tekstów kultury. W tej branży również występują problemy przynależności gatunkowej, a jednym z nich jest użycie gatunku jako terminu-parasola. Pod tym hasłem mogą kryć się różne aspekty zależne od tego, kto o nich mówi. Zwracał na

to uwagę Dominic Arsenault już w 2009 roku, pisząc o gatunku jako o „wielkiej iluzji” (Arsenault, 2009, s. 160). Różne gatunki gier wideo mogą mieć elementy wspólne, nierzadko inaczej interpretowane przez graczy, stąd termin-parasol łączący różnorodność w jeden monolit, łatwo przyswajalny dla odbiorcy. Pojawia się jednak pytanie, które aspekty są tymi dominującymi do określenia gatunku? Gry cyfrowe są rozbudowanymi tekstami i ciężko jednoznacznie stwierdzić, co definiuje ich gatunek. Projektant gier Ernest Adams uważa, że „(...) gatunki gier wideo są determinowane przez rozgrywkę: wyzwania, jakie stoją przed graczem i jakie gracz podejmuje działania, aby je przewyciężyć?” (Arsenault, 2009, s. 158 – tłumaczenie własne).

Co jednak z grami, które mechanicznie nie stawiają przed graczem żadnego wyzwania lub to wyzwanie jest znikome? Takie gry jak, np.: *That Dragon, Cancer* (Numinous Games, 2016), *Fractured Minds* (Wired Productions, 2017) czy *The Graveyard* (Tale of Tales, 2008) to tytuły, które opisywane są jako gry poważne (ang. serious games), przez niektórych graczy pejoratywnie określane mianem symulatorów chodzenia. Jest to prosty przykład, jednak pokazujący rozbieżność między odbiorcami, którzy skłonni są kategoryzować gry ze względu na własne sympatie i antypatie (gry uważane za „nudne” często są nazywane właśnie symulatorami chodzenia). Jest to subiektywizacja gatunkowa, będąca wynikiem wspólnego nadbudowywania kategorii gatunkowych przez graczy (Garda, 2016, s. 31).

## The Game Awards – brak konsekwencji gatunkowej

Przykładami dla ukazania działania parasola gatunkowego są plebiscyty i konkursy w branży gier wideo. Niektóre wydarzenia przyznają grom nagrody, kategoryzując je pod względem wybranych przez jury gatunków. Dzieje się tak na corocznej gali The Game Awards. Kategorie, w których przyznawane są nagrody, często ulegają zmianom. To przekłada się na widoczne nieścisłości gatunkowe popełniane przez twórców – zamykanie w określonych ramach bardzo rozbudowanych gier, także przeczenie

własnym założeniami. W 2016 roku w plebiscycie przyznawane były nagrody m.in. w kategoriach Action oraz Action/Adventure. W pierwszej zwyciężył *DOOM* (Bethesda Softworks, 2016), w drugiej – *Dishonored 2* (Bethesda Softworks, 2016). Wedle organizatorów, gry akcji oraz gry akcji i przygodowe, są dwoma oddzielnymi gatunkami, choć mogą to być jedynie kategorie konkursowe, a nie gatunki. Pomimo tego rozdzielanie tych dwóch gatunków na oddzielne kategorie może budzić zastrzeżenia. *DOOM* i *Dishonored 2* nie są jedynymi przykładami takiego podziału, gdyż w kolejnych latach podobne nagrody również były przyznawane (np.: *Wolfenstein II: The New Colossus* [Panic Button Games, 2017] i *The Legend of Zelda: Breath of the Wild* [Nintendo, 2017] w 2017 czy *Devil May Cry 5* [Capcom, 2019] i *Sekiro: Shadow Die Twice* [Activision, 2019] w 2019).

Kategoria Action/Adventure skrywa znacznie więcej ciekawych przykładów. *The Legend of Zelda: Breath of the Wild*, która zdobyła tytuł najlepszej gry we wspomnianej kategorii w 2017 roku, przez wydawcę jest opisywana jako gra przygodowa, akcji i RPG. W tym samym roku nagrodę za najlepszą grę RPG zdobyła *Persona 5* (Atlus, 2017), jednoznacznie uznawana przez twórców za tytuł RPG (informacje takie można odnaleźć w sklepie Microsoft Store, PlayStation Store oraz Nintendo eShop). Nie ma wątpliwości, że *Persona* reprezentuje etykietę RPG, intrygujące jest za to zamknięcie *The Legend of Zelda: BotW* w ramach kategorii Action/Adventure. Tej samej kategorii, w której rok wcześniej zwyciężył *Dishonored 2* – gry różniące się od tytułu Nintendo pod względem ludycznym (m.in. dostępne mechaniki – funkcjonalności dostępne w grze wideo, za pomocą których gracz może wpływać na wykreowany świat przy pomocy odpowiednich interfejsów) jak i tematycznym (m.in. konwencje wykreowanego świata – schematy powszechnie znane w kulturze gier wideo). To samo dotyczy gier *God of War* (Sony Interactive Entertainment, 2018) i *Metal Gear Solid V: The Phantom Pain* (Konami, 2015), które także zwyciężały w tych kategoriach. O ile w przypadku *The Legend of Zelda: BotW* i *God of War* można znaleźć elementy wspólne,



podobnie Dishonored 2 i MGSV, zaskakujące jest umieszczenie tych tytułów przez jury w jednej kategorii. Nie jest to oczywiście całkowity błąd organizatorów, a problematyka gatunkowości gier wideo, ponieważ wszystkie te tytuły posiadają elementy klasyfikowane jako typowe dla gier RPG, przygodowych i akcji.

Szczególnie interesującymi przykładami są Metroid Dread (Nintendo, 2021) oraz Dead Cells (Motion Twin, 2017). Pierwszy tytuł zdobył nagrodę w 2021 roku za najlepszą grę akcji i przygodową, a drugi w 2018 roku za najlepszą grę akcji. Zdawać by się mogło, że obie te gry są bardzo do siebie podobne, najbardziej pod względem ludycznym. Nie przeszkodziło to jednak jury na rozstawienie tych gier w dwóch różnych kategoriach. Dodatkowe nieścisłości powstają w momencie, w którym zwrócimy uwagę na przynależność gatunkową tych gier według twórców (sklepy cyfrowe) i fanów (Metacritic),

Tabela 1. Przedstawienie przynależności gatunkowej Dead Cells oraz Metroid Dread według wskazanych platform.

	Metacritic	Microsoft Store	PlayStation Store	Nintendo eShop
Dead Cells	Metroidvania	Action&Adventure, Platformer	Action	Action, Platformer
Metroid Dread	Metroidvania	Brak	Brak	Action, Adventure

Źródło: Opracowanie własne na podstawie platform sprzedażowych Microsoft Store, PlayStation Store, Nintendo eShop oraz strony internetowej Metacritic.

co przedstawiłem w poniższej tabeli (Tabela 1).

### Etykieta gatunkowa a gatunek

Odpowiedzią na klasyfikację gatunkową są etykiety gatunkowe, które próbują wprowadzić porządek w nazewnictwie gatunków gier wideo. Gatunek sam w sobie jest „(...) kategorią opisującą gry, charakteryzującą się szczególnym typem wyzwania, niezależnie od scenerii lub zawartości świata gry” (Adams, 2013, s. 67 – tłumaczenie własne). Etykiety gatunkowe starają się opisać elementy występujące w grach zarówno pod względem ludycznym (mechaniki gry), tematycznym (konwencja świata) i funkcjonalnym (sposób obcowania z tekstem). Cytowana definicja nie jest jednak

w pełni adekwatna. Ernest Adams, twórca gier wideo, uważa, że tematyka gry się nie liczy dla określenia gatunku, z czym trudno jest się zgodzić.

Najlepszymi przykładami podważającymi tę definicję są horrory. Takie tytuły jak Layers of Fear (Aspyr, 2016), Blair Witch (Cdp.pl, 2019), czy The Beast Inside (Illusion Ray, 2019) są grami o nieskomplikowanych mechanikach, a jednak nazywanie ich horrorami jest związane z tematyką, jaką poruszają, wykreowanym środowiskiem oraz nastrojem. Podobnie gry fantasy i science fiction – World of Warcraft (Blizzard Entertainment, 2004) i Star Wars: Knights of the Old Republic (LucasArts, 2003) to tytuły, które można zakwalifikować do gatunku ludycznego MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-playing Game), jednak różnią się pod względem gatunku tematycznego – pierwszy reprezentuje cechy fantasy, drugi – sci-fi.

Próba wypracowania jednej, uniwersalnej definicji gatunku w grach wideo może być trudna, potencjalnie niemożliwa. Zdaje się, że badacze dostrzegają ten problem i podejmują działania mające na celu usystematyzowanie gatunkowości w grach wideo. Thomas H. Apperley stara się wyróżnić najważniejsze gatunki, z których będą wyłaniać się kolejne kategorie (podgatunki). Ogranicza się on jednak do „gatunków-matek”: gry symulacyjne, strategiczne, akcji, RPG (Apperley, 2006, s. 11-19). Nawet jak na rok 2006, w którym artykuł został opublikowany, liczba tych gatunków jest mała. Popularne gry z lat 90-tych i początku XXI wieku można z mniejszym lub większym sukcesem zmieścić w ramach przyjętych gatunków, np.: tytuły survival horror potraktować jako gry akcji, gry sportowe utożsamić z symulacją prawdziwego życia, a kategorię RPG wyróżnić jako oddzielny gatunek growy. Nie są to jednak wszystkie utwory, ponieważ znaczna część gier (dawniej i teraz) operuje mechanikami i tematykami z pogranicza gatunków, np.: Super Mario Bros., Crash Bandicoot, czy Spyro – serie gier, które trudno zamknąć w ramach jednego z czterech gatunków przyjętych przez Apperley’a.

Zbliżone spojrzenie na gatunkowość przedstawiał przed Apperley’em Mark J. P. Wolf. Podobnie jak Ernest Adams uważa, że gatunkowość gier wideo uwarunkowana

jest przez możliwość interakcji gracza z tytułem na warstwie ludycznej. Wolf także wymienia gatunki gier wideo, nie operuje on jednak szerokimi terminami jak Apperley, a skupia się na opisie konkretnych mechanik, np.: przygodówki, planszowe gry cyfrowe, karcianki, bijatyki (Wolf, 2000, s. 3-16). Co ważne Wolf wskazuje takie oddzielne gatunki jak gry edukacyjne lub polegające na unikaniu, a jeszcze inną kategorią są dla niego dema, adaptacje, a nawet interaktywne filmy i pinball. Tak rozbudowana typologia gatunkowa gier wideo pozwala kategoryzować utwory ze względu na dostępne mechaniki i sposoby interakcji. Wciąż nie jest to jednak wystarczające, gdyż ogranicza się to do gatunku ludycznego, mniej do funkcjonalnego. Ułatwieniem w jednoznacznym opisie gatunkowym gier wideo mogą być etykiety gatunkowe, uwzględniające również warstwę tematyczną.

Czym jednak są etykiety gatunkowe? Maria Garda, która część swojej pracy badawczej poświęciła gatunkowości gier wideo, potwierdza, że są one wykorzystywane w dyskursie przez twórców oraz odbiorców medium gier komputerowych, mylone jednak z samym gatunkiem (Chandler, 1997, s. 2). Etykieta „(...) wykształca się w procesie negocjacji i transmisji gatunkowej zachodzącej w relacji między twórcami, rynkiem a graczami (...)”, co jest ściśle powiązane ze zdolnością graczy do jej rozpoznawania za pomocą growych kompetencji kulturowych (Garda, 2019, s. 85). Są one niezbędne do poprawnego zrozumienia etykiet gatunkowych. Gry wideo, podobnie jak literatura, teatr czy kino, wypracowały własny „język”, którym twórcy i gracze się komunikują. Są to m.in. popularne mechaniki (np.: pasek szybkiego dostępu do przedmiotów w ekwipunku; potrzeby fizjologiczne bohatera w grze survival), wzorce (np.: schemat sterowania klawiaturą w grach FPS; poziom doświadczenia określający moc) czy tematyki (np.: mroczny i przynębiający nastrój w survival horrorach; kolorowa, o niskiej jakości detalach grafika [low poly] w coży games). Zdolność zidentyfikowania i nazwania wszystkich elementów jest zdecydowanie niezbędną umiejętnością przy rozpoznawaniu i kreowaniu etykiet gatunkowych.

Kompetencje kulturowe, o których pisze

Garda, to pojęcie, które „(...) oznacza trwałe dyspozycje – w tym także wiedzę – uzdatniające człowieka do określonych zachowań i działań” (Czerwiński, 1994, s. 1). Jest to zatem zestaw umiejętności fizycznych oraz psychicznych, pozwalających człowiekowi na wykonywanie danych czynności. Marcin Czerwiński podkreśla, że „[pojęcie to domaga się wskazania dziedziny działania bez czego pozostaje ono puste” (Czerwiński, 1994, s. 1). W przypadku gier wideo mówimy o kompetencji kulturowej, zawężając – kompetencji kultury gier wideo. Podążając za Gardą, są to umiejętności odczytywania zależności między poszczególnymi grami wideo, dostrzegania podobieństw i różnic danego medium, także posiadania wiedzy na temat branży, historycznej jak i aktualnej. W ramach tych umiejętności znajduje się odczytywanie i adekwatne używanie growych etykiet. Te są jednak zbliżone w swoim założeniu do gatunku. Oba terminy określają tematykę tytułu i są dla graczy tropami kulturowymi ukazującymi, jak został wykreowany świat gry. Podziału gatunkowego dzieł kultury zaczęto używać jednak wcześniej niż growych etykiet gatunkowych, przez co nie przedstawiają ludycznych aspektów gatunkowości. To, co świetnie sprawdza się w kategoryzacji linearnych, nieinteraktywnych dzieł, nie jest wystarczalne dla gier wideo. Literatura i film rzadko przeplatają ze sobą estetyki i konwencje. Takie utwory oczywiście się pojawiają, jednak są awangardową próbą, aniżeli utworem głównego nurtu konstytuującym nowy gatunek (np.: Wszystko wszędzie naraz [Daniel Kwan, Daniel Scheinert, 2022] będące kinowym eksperymentem, aniżeli protoplastą nowego gatunku. Utwór przypisywany jest do więcej niż jednego gatunku, co pokazuje problematykę gatunkowości także w branży filmowej). Gry wideo stale się rozwijają i wykorzystują różne elementy z różnych gatunków, łącząc je w jednym tytule. Dodatkowo pojawiają się aspekty typowo ludyczne (m.in.: reguły gry, mechaniki, interfejs), które nie sposób wyrazić poprzez narzędzie literaturoznawcze, filmowe czy teatralne.

Gry wideo są popularnym medium do eksperymentów gatunkowych za sprawą twórców, przez co niektórych tytułów nie

sposób przydzielić do jednego, konkretnego gatunku. Takie gry jak *No More Heroes 3* (Grasshopper Manufacture, 2021), *Spooky's Jump Scare Mansion* (Lag Studios, 2015), *Saints Row IV* (Deep Silver, 2011) balansują w przestrzeni międzygatunkowej (m.in.: komedia, horror, sci-fi, romans) i nie sposób przypisać je do żadnego konkretnego gatunku tematycznego. Możemy tutaj mówić ewentualnie o gatunku ludycznym, jednak i ten często trudno jednoznacznie określić.

### Etykiety gatunkowe w praktyce

Przykładem platformy, która stara się w czytelny sposób etykietować gatunkowo gry, jest sklep cyfrowy GOG. Tytuły tam dzielone są wedle odgórnie narzuconych gatunków i różnorodnych tagów i choć ten podział niekiedy jest wzajemnie wykluczający (używanie utartych gatunków wyklucza opis za pomocą etykiet gatunkowych), to administratorzy starają się opisywać gry pod względem ludycznym, tematycznym i funkcjonalnym. Kierując się wyłącznie tagami, gracze mogą w przystępny sposób dowiedzieć się przed zakupem, jak wygląda dana gra, np. *Trine 5* (Frozenbyte, 2023) z tagami: Przygodowa, Akcji, Fantasy, ŁamigłóWKi, Platformówka, Wieloosobowa, Lokalna kooperacja, Platformówka z łamigłóWKami, Lokalna gra wieloosobowa.

Podatność gier komputerowych na eksperymenty gatunkowe i łączenie różnych kategorii w ramach jednego utworu pozwala rozpatrywać etykiety gatunkowe (ludyczne, tematyczne, funkcjonalne) jako te pasujące do gier wideo lepiej niż gatunkowość wypracowana przez teatr, literaturę i film. Umiejętność poprawnego przypisywania etykiet i odczytywania ich przez graczy daje więcej możliwości opisywania utworów. Etykiety gatunkowe, działające jako tropy kulturowe, pozwalają odbiorcom elektronicznej rozrywki zrozumieć, z czym będą mieli do czynienia w danym tytule i nie muszą ograniczać się jedynie do gatunków tematycznych, które często podlegają wzajemnej fuzji. Etykiety gatunkowe pozwalają opisać gry nie tylko od strony tematycznej, ale także ludycznej i funkcjonalnej, na co gatunkowość wypracowana w innych mediach nie pozwala (Kirkland, 2011, s. 23).

### Bibliografia:

1. WSIP – PRACA ZBIOROWA, Encyklopedia Szkolna WSiP. Literatura. Wiedza o kulturze, Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2006.
2. WOLSKI J., Historia Powszechna. Starożytność, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2023.
3. TZVETAN T., LABUDA A., O pochodzeniu gatunków, „Pamiętnik Literacki: czasopismo kwartalne poświęcone historii i krytyce literatury polskiej”, 70/3.
4. LOSKA K., Kilka uwag o problemie gatunku filmowego [w:] Wokół kina gatunków, red. LOSKA K., Wydawnictwo Rabid, Kraków 2001.
5. GREENBERG D. M., Musical genres are out of date – but this new system explains why you might like both jazz and hip hop, 2016, <https://theconversation.com/musical-genres-are-out-of-date-but-this-new-system-explains-why-you-might-like-both-jazz-and-hip-hop-63539> (data dostępu: 10.02.2025).
6. GREENBERG D. M., KOSIŃSKI M., STILLWELL D., MONTEIRO B. L., The Song Is You: Preferences for Musical Attribute Dimensions Reflect Personality, „Social Psychological and Personality Science”, 7(6).
7. ARSENAULT D., Video Game Genre, Evolution and Innovation, „Eludamos Journal for Computer Game Culture”, 3 (2).
8. GARDA M. B., Interaktywne fantasy. Gatunek w grach cyfrowych, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2016.
9. THE GAME AWARDS, <https://thegameawards.com/rewind> (data dostępu: 10.02.2025).
10. NINTENDO ESHOP, The Legend of Zelda: Breath of the Wild, <https://www.nintendo.com/us/store/products/the-legend-of-zelda-breath-of-the-wild-switch/> (data dostępu: 10.02.2025).
11. ADAMS E., Fundamentals of Game Design, New Riders, San Francisco 2013.
12. APPERLEY T. H., Genre and game studies: Toward a critical approach to video game genres, „SIMULATION & GAMING”, 37 (1).
13. WOLF M. J. P., Genre and the Video Game [w:] The Medium of the Video Game, red. WOLF M. J. P., University of Texas Press, Austin 2000.
14. CHANDLER D., An Introduction to Genre Theory, „The Media and Communications Studies Site”, August 11.
15. GARDA M. B., Gatunek [w:] Wprowadzenie do groznawstwa, red. PRAJZNER K., Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2019.



16. CZERWIŃSKI M., Kompetencja kulturowa a uczestnictwo w kulturze, „Kultura Współczesna”, nr 1.
17. KIRKLAND E., Survival Horrality: Analysis of a Videogame Genre (1), „The Irish Journal of Gothic and Horror Studies”, 10.
18. GOG, Trine 5, [https://www.gog.com/pl/game/trine\\_5](https://www.gog.com/pl/game/trine_5) (data dostępu: 10.02.2025).



## Rozwój kariery przez samoświadomość – narzędzia rozwoju osobistego

### Małgorzata Tobis

Rozpoczynając karierę zawodową, kluczowe jest zrozumienie siebie, swoich mocnych stron i obszarów do rozwoju. Artykuł przedstawia znaczenie samoświadomości i autorefleksji jako fundamentu świadomego rozwoju zawodowego. Autorka omawia popularne narzędzia psychometryczne, takie jak CliftonStrengths (Gallup), 16 Personalities, FRIS oraz Extended DISC, które pomagają lepiej zrozumieć własne predyspozycje, style myślenia i działania. Ponadto, artykuł podkreśla rolę praktyk wspierających rozwój, takich jak journaling, mindfulness, mentoring i coaching. To przewodnik dla osób, które chcą świadomie budować swoją ścieżkę kariery, opierając się na wiedzy o sobie i swoich unikalnych talentach.

Na początku drogi zawodowej każdy z nas staje przed wieloma wyborami – studia, pierwsza praca, określenie kierunku, w którym chcemy się rozwijać. Nie zawsze wiemy, co naprawdę nas interesuje, w czym jesteśmy dobrzy i jak najlepiej wykorzystać nasze mocne strony. Rozwój osobisty zaczyna się od zrozumienia siebie, a jednym z najskuteczniejszych sposobów na to jest świadome eksplorowanie swoich talentów, stylu myślenia i preferencji zawodowych.

### Jak poznać siebie?

Samopoznanie to proces, który nie ma jednej uniwersalnej drogi. Czasem wystarczy po prostu działać – próbować różnych rzeczy, zdobywać doświadczenie i wyciągać wnioski zarówno z sukcesów, jak i porażek. Innym razem kluczowe okazują się rozmowy z ludźmi, którzy nas dobrze znają – mentorzy, przyjaciele, współpracownicy. Często widzą w nas coś, czego sami nie dostrzegamy. Zdarza się, że jedno zdanie rzucone mimochodem – „Masz świetne wyczucie strategii” albo „Zawsze potrafisz uspokoić napiętą sytuację” – może stać się punktem wyjścia do lepszego zrozumienia swoich talentów.

Ważnym elementem tej podróży jest również refleksja – uważniejsze przyglądanie się sobie. Co sprawia, że czujemy satysfakcję?

W jakich sytuacjach działamy najsprawniej? A co nas blokuje? Czasem odpowiedzi na te pytania przychodzą naturalnie, ale bywa, że potrzebujemy narzędzi, które pomogą nam uporządkować myśli i nadać im konkretny kierunek.

Właśnie w tym miejscu wkraczają testy psychometryczne. To coś więcej niż quiz z internetu – to naukowe metody, które pomagają lepiej zrozumieć, jak myślimy, działamy i podejmujemy decyzje. Dzięki nim możemy zobaczyć wzorce, których wcześniej nie dostrzegaliśmy – czy jesteśmy bardziej intuicyjni, czy analityczni, czy lepiej odnajdujemy się w roli lidera, czy może lepiej czujemy się, wspierając innych. Testy te nie dają gotowych odpowiedzi, ale stanowią mapę, która pokazuje możliwe ścieżki. Ostateczny kierunek zawsze pozostaje w naszych rękach.

Można powiedzieć, że narzędzia psychometryczne są jak lustro – pokazują obraz, który już istnieje, ale w sposób bardziej uporządkowany. Dzięki nim łatwiej jest podjąć świadome decyzje, zarówno w życiu zawodowym, jak i osobistym. Bo choć żadna metoda nie zastąpi realnych doświadczeń, dobrze jest mieć drogowskazy, które pozwalają lepiej zrozumieć siebie i swoje możliwości.

## Narzędzia, które pozwalają sobie zrozumieć

Wyobraź sobie, że stoisz na rozdrożu i zastanawiasz się, którądy pójść. Nie chcesz wybierać na chybił trafił – szukasz wskazówek, które pomogą Ci znaleźć drogę zgodną z Twoimi naturalnymi talentami. To właśnie oferuje CliftonStrengths, bardziej znany jako test Gallupa. Nie przypisuje Cię do określonej kategorii, ale identyfikuje 34 talenty i wskazuje, które z nich są Twoimi dominującymi. Może okazać się, że masz w sobie ukrytego stratega albo odkrywcę, który stale poszukuje nowych wyzwań. Wyniki testu mogą pomóc Ci lepiej zrozumieć, jakie obszary warto rozwijać, aby osiągnąć satysfakcję zawodową i osobistą.

A może wolisz podejście bardziej narracyjne? Test 16 Personalities (oparty na MBTI) przypomina trochę opowieść o Tobie – określa Twój typ osobowości na podstawie czterech wymiarów: ekstrawersji lub introwersji, intuicji lub sensoryki, myślenia

lub odczuwania oraz oceniania lub obserwacji. Może jesteś cichym, ale bystrym logistyką albo charyzmatycznym dowódcą? Ten test nie tylko dostarcza ciekawostek, ale także pomaga lepiej zrozumieć, jakie środowisko pracy będzie dla Ciebie najbardziej komfortowe.

Czasem jednak nie chodzi o osobowość, a o sposób, w jaki myślimy i działamy.

FRIS to polskie narzędzie, które bada style myślenia i działania. Nie klasyfikuje osobowości, lecz określa, jak przetwarzasz informacje i podejmujesz decyzje.

Czy jesteś szybkim, nastawionym na cel zawodnikiem, który podejmuje decyzje w ułamku sekundy? A może raczej refleksyjnym badaczem, analizującym każdy detal, zanim podejmie decyzję? FRIS dzieli ludzi na cztery kategorie: zawodnika, badacza, partnera i wizjonera, pomagając lepiej zrozumieć własne mechanizmy podejmowania decyzji oraz współpracy z innymi.

I na koniec – jak reagujesz na innych ludzi i sytuacje? Extended DISC koncentruje się na Twoim stylu zachowania w zespole. Nie mówi o osobowości, ale o sposobie działania – czy jesteś osobą dominującą, lubiącą przejmować inicjatywę, czy może stabilnym wsparciem dla innych? To narzędzie pomaga nie tylko w lepszej współpracy z innymi, ale

także w zarządzaniu stresem i dostosowywaniu się do różnych ról zawodowych. Extended DISC wyróżnia cztery podstawowe style zachowania: dominujący, towarzyski, stabilny i analityczny, co może pomóc w lepszym dostosowaniu stylu komunikacji i bardziej efektywnej współpracy w zespole.

Każde z tych narzędzi daje nieco inne spojrzenie na nasze predyspozycje i talenty.

Tabela 1. Porównanie narzędzi rozwoju osobistego

	Narzędzie	Co mierzy?	Zastosowanie
1	CliftonStrengths (Gallup)	Talenty i mocne strony	Świadome budowanie kariery, wykorzystanie mocnych stron
2	16 Personalities (MBTI)	Typ osobowości	Lepsze zrozumienie siebie i relacji z innymi
3	FRIS	Styl myślenia i działania	Optymalizacja podejmowania decyzji, lepsza współpraca
4	Extended DISC	Styl zachowania	Dostosowanie stylu komunikacji i pracy w zespole

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Gallup, <https://www.gallup.com/cliftonstrengths>, dostęp: 11.02.2025; 16 Personalities, <https://www.16personalities.com>, dostęp: 11.02.2025; FRIS Polska, <https://www.fris.pl>, dostęp: 11.02.2025; Extended DISC, <https://www.extendeddisc.org>, dostęp: 11.02.2025;

Warto korzystać z nich w sposób komplementarny, łącząc wnioski, ale także dostosowując je do własnej ścieżki kariery.

## Jak wykorzystać wiedzę o sobie?

Sama wiedza to za mało – kluczowe jest, jak ją wykorzystasz. Wyniki testów mogą być punktem wyjścia do świadomego rozwoju, ale nie powinny być ograniczeniem.

Jeśli dowiesz się, że jesteś osobą, która najlepiej odnajduje się w pracy analitycznej, nie oznacza to, że nie możesz rozwijać się w innych kierunkach – to raczej wskazówka, jak efektywniej wykorzystywać swoje mocne strony i minimalizować słabe.

Zrozumienie swoich talentów to także szansa na bardziej świadome budowanie kariery. Jeśli testy wskazują, że masz silne zdolności przywódcze, warto zastanowić się,



w jakich środowiskach najlepiej je wykorzystasz. Może to oznaczać dążenie do roli lidera zespołu, ale także rozwijanie tych umiejętności w organizacjach pozazawodowych. Ważne jest, aby nie traktować wyników testów jako sztywnych ram, a raczej jako drogowskaz, który pozwala podejmować bardziej świadome decyzje.

Równie istotne jest zarządzanie swoimi słabszymi stronami. Jeśli testy pokazują, że organizacja pracy nie jest Twoją mocną stroną, to nie oznacza, że nie jesteś w stanie osiągnąć sukcesu. Możesz znaleźć narzędzia, które pomogą Ci w lepszym planowaniu lub skupić się na współpracy z osobami, które naturalnie posiadają te kompetencje. W ten sposób rozwijasz się, nie zmieniając swojej istoty,

lecz dopasowując swoje działania do realnych możliwości.

Samopoznanie pomaga także w lepszym rozumieniu innych. W pracy zespołowej często dochodzi do nieporozumień wynikających z różnych stylów działania. Wiedząc, że jesteś osobą, która potrzebuje czasu na przemyślenie decyzji, możesz nauczyć się komunikować to w sposób, który pozwoli innym dostosować się do Twojego sposobu pracy. Z kolei, jeśli jesteś osobą działającą impulsywnie i dynamicznie, warto pamiętać, że nie wszyscy pracują w tym samym tempie, a cierpliwość wobec innych może przynieść lepsze efekty.

Rozwój osobisty to proces, który trwa całe życie. Możesz regularnie wracać do wyników testów, porównywać je ze swoimi doświadczeniami i obserwować, jak zmieniają się Twoje priorytety. Najważniejsze jest to, by traktować tę wiedzę jako kompas, który pomaga w podejmowaniu decyzji – zarówno tych codziennych, jak i tych, które kształtują Twoją przyszłość.

## **Droga do samopoznania – więcej niż testy**

Testy psychometryczne mogą być świetnym punktem wyjścia, ale rozwój osobisty to proces, który wymaga czegoś więcej niż wyniku na ekranie komputera.

To codzienna praca nad sobą, świadome eksplorowanie własnych możliwości i ciągłe dostrajanie swoich działań do odkrywanych talentów. Czasem najlepsze odkrycia

przychodzą nie w wyniku testu, ale w chwilach refleksji, rozmowy z inspirującą osobą czy w trakcie wyzwań, które zmuszają nas do wyjścia poza swoją strefę komfortu.

Jednym z najprostszych, a jednocześnie najskuteczniejszych narzędzi rozwoju osobistego jest journaling – prowadzenie dziennika refleksji. Regularne spisywanie myśli, emocji, sukcesów i wyzwań pozwala lepiej zrozumieć, co nas napędza, a co hamuje. To jak rozmowa z samym sobą, w której możemy spojrzeć na swoje działania z dystansu i dostrzec wzorce, które w codziennym pędzie umykają. Dziennik może być miejscem, w którym planujemy rozwój, analizujemy decyzje i uczymy się na własnych doświadczeniach.

W poszukiwaniu większej samoświadomości coraz więcej osób sięga po mindfulness, czyli uważność. Wbrew pozorom nie chodzi tu o godzinne medytowanie w pozycji kwiatu lotosu, ale o naukę bycia obecnym tu i teraz – świadomego przeżywania chwili i dostrzegania swoich myśli oraz emocji.

To umiejętność, która pozwala lepiej zarządzać stresem, podejmować bardziej przemyślane decyzje i skuteczniej reagować na wyzwania.

Nie można też pominąć siły relacji międzyludzkich. Mentoring i coaching to formy wsparcia, które pomagają odkrywać własny potencjał i rozwijać się w wybranym kierunku. Mentor to ktoś, kto już przeszedł drogę, na którą dopiero wchodzisz – jego doświadczenia, rady i spojrzenie „z góry” mogą pomóc uniknąć błędów i szybciej znaleźć właściwą ścieżkę. Z kolei coaching opiera się na zadawaniu pytań, które skłaniają do refleksji i pomagają odkryć własne odpowiedzi – to świetne narzędzie dla tych, którzy chcą działać bardziej świadomie i skutecznie.

## **Rozwój jako ciągła podróż**

Poznanie siebie to proces, który trwa całe życie. Warto łączyć różne metody – bo to, co dziś wydaje się małą zmianą, jutro może stać się fundamentem sukcesu. Świadomość swoich mocnych stron oraz ograniczeń to dopiero początek – najważniejsze jest to, jak tę wiedzę wykorzystasz. Możesz szukać idealnej kariery, ale równie dobrze możesz

stworzyć własną ścieżkę. Nie ma jednej właściwej drogi do sukcesu – najważniejsze, by była zgodna z Tobą.

### **Bibliografia:**

1. Hornowska E., Testy psychologiczne. Teoria i praktyka, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2001.
2. Gallup, <https://www.gallup.com/cliftonstrengths>, dostęp: 11.02.2025.
3. 16 Personalities, <https://www.16personalities.com>, dostęp: 11.02.2025.
4. FRIS Polska, <https://www.fris.pl>, dostęp: 11.02.2025.
5. Extended DISC, <https://www.extendeddisc.org>, dostęp: 11.02.2025.



## Fast fashion w dobie TikToka i hauli zakupowy. Jak kultura nadmiernej konsumpcji kształtuje rynek mody

### Marcelina Czekaj

Rozpoczynając karierę zawodową, kluczowe jest zrozumienie siebie, swoich mocnych stron i obszarów do rozwoju. Artykuł przedstawia znaczenie samoświadomości i autorefleksji jako fundamentu świadomego rozwoju zawodowego. Autorka omawia popularne narzędzia psychometryczne, takie jak CliftonStrengths (Gallup), 16 Personalities, FRIS oraz Extended DISC, które pomagają lepiej zrozumieć własne predyspozycje, style myślenia i działania. Ponadto, artykuł podkreśla rolę praktyk wspierających rozwój, takich jak journaling, mindfulness, mentoring i coaching. To przewodnik dla osób, które chcą świadomie budować swoją ścieżkę kariery, opierając się na wiedzy o sobie i swoich unikalnych talentach.

Przemysł fast fashion to niezwykle dochodowy biznes. W 2023 roku globalna branża modowa była wyceniana na 1,7 biliona dolarów i stanowiła 2% globalnego PKB (Ariella, 2023). Produkcja odzieży fast fashion jest pracochłonna, co sprawia, że 12,6% globalnej siły roboczej pracuje w tej branży, głównie w Azji. Powoduje to nierówność środowiskową, w której klienci z krajów rozwiniętych czerpią wszystkie korzyści z produkcji – tanie ubrania – podczas gdy ciężar spada na ludzi w innych częściach świata; odpady trafiają na wysypiska w biedniejszych państwach, pracownicy pracują w niebezpiecznych warunkach i otrzymują głodowe wynagrodzenie (Bick et al., 2018). Przeciętny Amerykanin wyrzuca rocznie 37 kilogramów ubrań, nosząc każdą sztukę średnio od 7 do 10 razy, co może wynikać z np. kiepskiej jakości odzieży (Igini, 2023). Jak to możliwe, że branża fast fashion ma się tak dobrze pomimo licznych kontrowersji? Wiele inwestuje się w marketing, który zgrabnie ukrywa niewygodne fakty. Artykuł przedstawia jedno z najpopularniejszych narzędzi wykorzystywanych przez marketingowców w reklamowaniu produktów marek fast fashion.

### Polityka cen penetracyjnych

Przystępność cenowa to jedna z kluczowych cech, która wyróżnia marki fast fashion w branży modowej (Medina, 2022). To istota ich działalności – ich celem jest dotarcie do szerokiego grona konsumentów na masowym rynku. Aby zaoferować niskie ceny, często konieczne jest jednak obniżenie jakości produktów oraz warunków produkcji.

Marki fast fashion starają się dotrzeć do osób z ograniczonymi zasobami finansowymi, umożliwiając im dostęp do modnych ubrań. Dobrym przykładem jest hasło chińskiej marki Temu: "Kupuj jak milioner". Firmy te pragną, by ich klienci czuli się zamożni dzięki ilości posiadanych produktów, w porównaniu do tych oferowanych przez inne marki.

Zdobycie zauważalnej pozycji na tym nasyconym rynku staje się coraz trudniejsze. Wiele konkurencyjnych firm walczy o to, co w tej branży najważniejsze – portfele klientów. Jedną z kluczowych strategii, która ma zapewnić dobrą pozycję, jest polityka cen penetracyjnych. Jest to działanie polegające na ustaleniu ceny produktu na tyle niskiej, aby była atrakcyjna dla klienta (Nagle, Müller, 2017). Produkty te nie muszą być naprawdę tanie, wystarczy, że cena jest stosunkowo niska w porównaniu do postrzeganej wartości przez docelową grupę odbiorców. Taniać ma przyciągnąć konsumentów i skłonić ich do



wyboru produktów danej marki.

Wszystkie marki fast fashion kopiują trendy z wybiegów, więc ich produkty są do siebie bardzo podobne pod względem stylu, ponieważ inspirowane są tymi samymi źródłami (bądź je plagiatują) (Kluth, 2022). Często nie różnią się także jakością, ponieważ mogą być produkowane w tych samych fabrykach, np. w Bangladeszu. Jedynym czynnikiem wyróżniającym je na tle konkurencji, jest cena. To, jak nisko może ona spaść, zależy od decyzji zarządu. Czasami marki ledwo osiągają próg rentowności, ale generują ogromne zyski dzięki masowej sprzedaży. Obniżenie cen poniżej rynkowego punktu równowagi może przyciągnąć klientów i skłonić ich do przejścia na nową markę. Dzięki tej strategii firma szybko zdobywa dużą część rynku, której wielkość rekompensuje straty wynikające z niskiej marży zysku.

Według Renza Breena, niskie ceny mogą osłabić konsumentów do tego stopnia, że zapominają o negatywnym wpływie marek fast fashion na środowisko (Breen, 2022). Ich potrzeba posiadania wielu rzeczy zostaje zaspokojona. Zjawisko to jest bezpośrednio związane z nadmierną konsumpcją. Szybko zmieniające się trendy, efektowne reklamy oraz FOMO (Fear of Missing Out – strach przed przegapieniem) dodatkowo napędzają sprzedaż (Bläse, 2024).

## Influencerzy jako narzędzie marketingu

Branża modowa w dużej mierze opiera swoje reklamy na wizualnym uroku swoich produktów. Jest to szczególnie istotne w przypadku fast fashion, gdzie ubrania projektowane są przede wszystkim z myślą o wyglądzie na manekinach lub modelkach, a niekoniecznie po kilku praniach lub na mniej idealnej sylwetce. Dla firm kluczowe jest sprzedanie klientom wizji, jak mogą wyglądać po zakupie ich odzieży. Idealnymi chodzącymi reklamami są internetowi influencerzy. Są oni definiowani jako liderzy opinii w przestrzeni mediów społecznościowych (Johns, 2023). Kształtują oni zdanie innych ludzi oraz mają nieproporcjonalny wpływ na ich decyzje.

Współpraca pomiędzy marką a influencerem opiera się najczęściej na darowanych produktach, sponsorowanych postach lub afiliacjach (Wijngaarden, 2024).

Rysunek 1. TikTok ambasadorki marki Zara reklamującej linki afiliacyjne do produktów sklepu.



Źródło: TikTok użytkownicy @Dallassocialbutterfly, TikTok; 23.05.2023; [https://www.tiktok.com/@dallassocialbutterfly/video/7236408704336268590?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7446218357173732886](https://www.tiktok.com/@dallassocialbutterfly/video/7236408704336268590?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7446218357173732886); dostęp: 10.12.2024.

Na TikToku, którego zrzut ekranu widoczny jest na rysunku 1, twórczyni pełni rolę ambasadorki marki Zara. W jej biografii na profilu znajdują się linki afiliacyjne, które kierują obserwujących zainteresowanych jej stylizacjami na stronę internetową marki, gdzie mogą dokonać zakupu. Z każdej transakcji influencerka otrzymuje prowizję, co stanowi jej wynagrodzenie za promowanie marki w mediach społecznościowych. Twórczyni ta, jak wielu innych influencerów, zamieszcza na TikToku dynamiczne, przyciągające uwagę materiały, w których przedstawia różnorodne modowe stylizacje. Filmy te mają na celu inspirowanie widzów lub bezpośrednią reklamę konkretnych produktów.

Innym sposobem współpracy firm z influencerami są wyjazdy promocyjne. Mina

Le, w swoim filmie na YouTube omawiającym tego rodzaju wyjazdy, definiuje je jako "wyjazd organizowany przez markę (...) zwykle w tropikalne miejsce (...) [ale] może to być wszędzie. Zazwyczaj celem wyjazdu jest stworzenie wrażenia wakacji. (...) W zamian wielu influencerów jest poniekąd zobowiązanych do dokumentowania swojego pobytu, korzystania z produktów marki, promowania jej i tworzenia pozytywnej reklamy" (Le, 2023). Czasami influencerzy otrzymują dodatkowe wynagrodzenie za publikowanie pozytywnych treści o marce, ale niekiedy oczekuje się tego za darmo.

Według Sprout Social, 49% klientów przynajmniej raz w miesiącu dokonuje zakupu pod wpływem postów influencerów, a 80% klientów byłoby bardziej skłonnych kupić produkt od marki współpracującej z influencerami poza mediami społecznościowymi (Schieren, 2024). Bez wątplenia wyjazdy promocyjne influencerów zwiększają świadomość marki i docierają do szerszego grona odbiorców niż zwykłe treści, ponieważ zaproszeni influencerzy często współpracują i publikują razem. Działania te pomagają również marce budować relacje z influencerami, oferując im coś więcej niż darmowe produkty.

Wyjazdy te stanowią stosunkowo tanią strategię marketingową, ponieważ, jak twierdzi Jill Justine, była menedżerka mediów społecznościowych odpowiedzialna za organizację takich wyjazdów, często wszystkie zapewnione usługi, takie jak luksusowe hotele, bilety lotnicze i atrakcje, są częścią partnerstw z dostawcami w zamian za promocję (Le, 2023).

Niemniej jednak, takie wyjazdy nie są wolne od kontrowersji. Jednym z przykładów jest wyjazd organizowany przez markę Tarte w 2023 roku, który krytykowano za oderwanie od rzeczywistości – influencerzy zostali zabrani w luksusową podróż w czasie, gdy ludzie na całym świecie doświadczali konsekwencji globalnych kryzysów ekonomicznych (Mendez II, 2023). Inny kontrowersyjny wyjazd odbył się również w 2023 roku, kiedy kilku influencerów odwiedziło fabrykę Shein w Guangzhou w Chinach. W materiałach wideo, które zamieszczali, pokazano nowoczesne maszyny

oraz zadowolonych pracowników pracujących w komfortowych warunkach. Jednakże, jak wskazują raporty takie jak dokument Iman Amrani z 2022 roku "Inside the Shein Machine", fabryka była wyraźnie zainscenizowana. Susan Bailey, była menadżerka produkcji dzianin w chińskim przemyśle odzieżowym, powiedziała: "Potrafię rozpoznać zainscenizowaną fabrykę na kilometr. Gdzie są ubrania na tych maszynach? Jak mogą sobie pozwolić na nowoczesny sprzęt produkcyjny bez prowadzenia produkcji?" (Rogers, 2023).

## Haule zakupowe

Haule zakupowe można uprościć do formy wideo typu "show-and-tell", w którym osoba prezentuje swoje najnowsze zakupy (Keats, 2012). Najczęściej są one kojarzone z branżą modową i beauty, jednak tego typu filmy występują również w innych sektorach. Początkowo celem takich nagrań było pochwalenie się nowymi nabytkami i ich recenzowanie. Na początku lat 2010. tego rodzaju filmiki zaczęły zdobywać viralową popularność, co skłoniło więcej osób do spróbowania swoich sił w ich tworzeniu. Nie było to zbyt skomplikowane, ponieważ jedynym warunkiem było dokonanie zakupów obejmujących większą ilość produktów.

Haule zakupowe mieszczą się w kategorii elektronicznego marketingu szeptanego (Electronic Word-Of-Mouth, eWOM) (Pangalila, Aprilianty, 2022). Twórcy takich filmów mogą stać się krytykami i liderami opinii, zostawiając pozytywne recenzje produktów lub dosłownie je miażdżąc i zniechęcając do zakupu. Marketingowcy zdają sobie sprawę z siły, jaką ci influencerzy zyskują, dlatego zaczynają z nimi współpracować, na przykład poprzez wymianę barterową produktów marki.

Zgodnie z danymi z Google Trends, termin shopping haul zyskał popularność w 2010 roku, a od tego czasu jego obecność w internecie systematycznie rosła.

W grudniu 2024 roku na TikToku powstało już 1,9 miliona filmów pod hashtagem #shoppinghaul oraz 16,7 miliona pod hashtagem #haul (TikTok, 2025). Gdy twórcy zaczynają swoją karierę w nagrywaniu hauli zakupowych, chcą wejść w posiadanie sporej ilości produktów jednego rodzaju, aby móc je zaprezentować w materiale. Marki fast

fashion są najbardziej odpowiednią kategorią do recenzji, ponieważ oferują tanie, ale modne opcje, które przyciągną uwagę widzów. Jeśli twórcy kontynuują pokazywanie konkretnych marek, mogą liczyć na propozycję współpracy – na przykład darmowe ubrania do recenzji, które influencerzy mogą później zatrzymać, lub płatne partnerstwa – nawet w wysokości 15 000 funtów za post (Maguire, 2024).

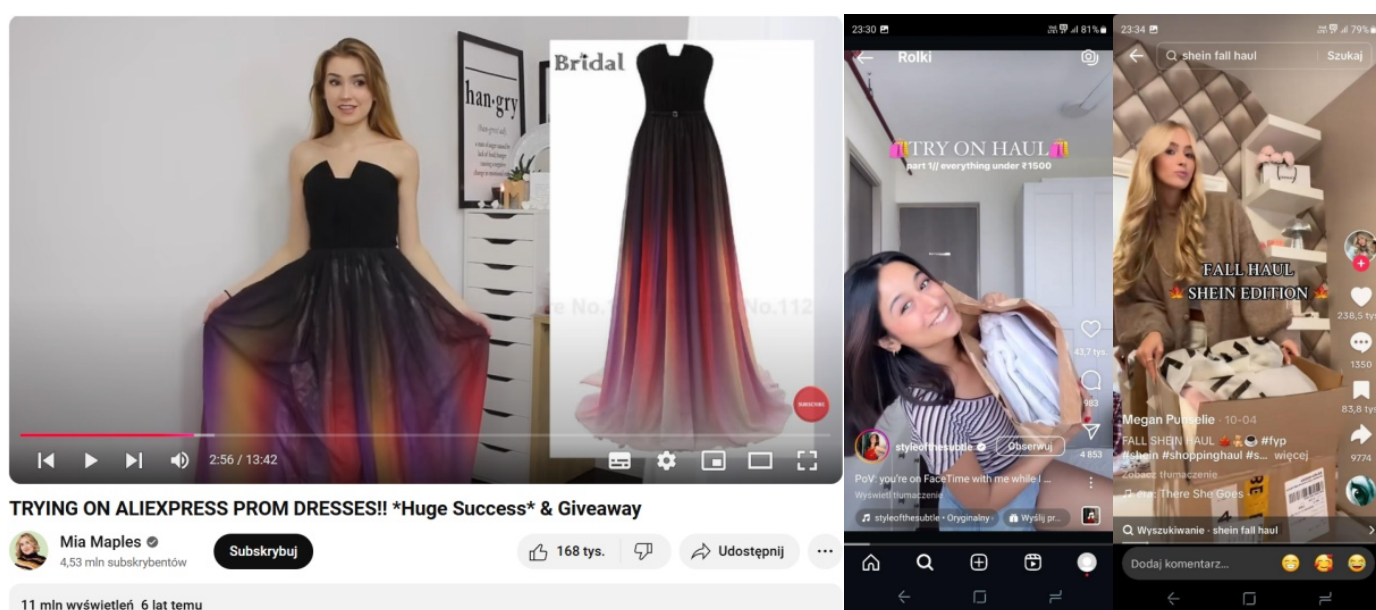
Na trzech platformach społecznościowych – YouTube, Instagramie i TikToku – haule zakupowe są niezwykle popularne, jak pokazują liczne filmy twórców.

znaczną liczbę wyświetleń, polubień i komentarzy, co sugeruje duże zaangażowanie związane z tworzeniem tego rodzaju treści.

YouTube jest najstarszą platformą spośród omawianych trzech, więc najlepiej jest przeanalizować najpopularniejsze filmy na kanale z długą historią publikacji, gdzie haule zakupowe są tylko jednym z dostępnych rodzajów materiałów.

Dobrym przykładem ilustrującym popularność zjawiska na platformie YouTube jest kanał Mii Maples, na którym opublikowano 781 filmów (na dzień 11.12.2024), z czego 9

Rysunek 2: Popularne filmiki z haulami zakupowymi na (w kolejności): YouTube, Instagramie i TikToku.



Źródło: Film użytkowniczki Mia Maples, YouTube; 2.04.2018; <https://youtu.be/OD1P-O6b9Lg?list=RDQMzJH52j3MOsg>; dostęp: 10.12.2024, filmik użytkowniczki @styleofthesubtle; Instagram; 16.01.2024; <https://www.instagram.com/p/C2H8icSoG0z/>; dostęp: 10.12.2024, TikTok użytkowniczki @meganpunsellie; TikTok; 4.10.2024; <https://www.tiktok.com/@meganpunsellie/video/7421876417941589281>; dostęp: 11.12.2024.

Na rysunku 2 widać popularne materiały wideo z tych trzech platform, gdzie atrakcyjne, młode kobiety rozpakowują zamówione produkty, przymierzają je, a następnie dzielą się swoimi opiniami.

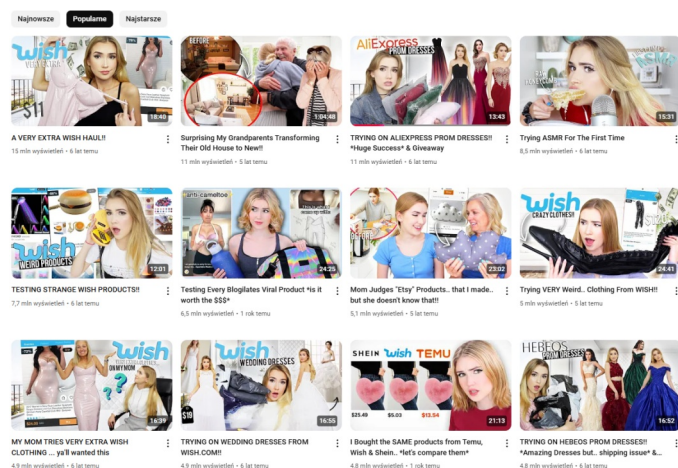
Mimo że treści są tworzone na różne platformy, haule zakupowe mają pewne wspólne cechy we wszystkich popularnych filmach publikowanych na każdej z nich. Na rysunku 2 można zobaczyć przykłady popularnych materiałów, w których atrakcyjne, szczupłe i młode kobiety najpierw rozpakowują zamówione przedmioty, a następnie je przymierzają, dzieląc się swoimi recenzjami i opiniami. Wszystkie te filmiki gromadzą

z 12 najpopularniejszych to filmy haulowe, które osiągają miliony wyświetleń, jak to widać na rysunku 3. Tytuły i miniaturki są bardzo clickbaitowe. Autorzy artykułu „Clickbait detection” definiują go jako „Clickbait odnosi się do określonego rodzaju reklamy treści internetowych, zaprojektowanej tak, aby skłonić odbiorców do kliknięcia załączonego linku” (Potthast et al., 2016). Można zauważyć, że filmy typu haul generują lepsze zaangażowanie i więcej wyświetleń, a co za tym idzie – większe zyski. Sugeruje to, że przeciętnie recenzje zakupowe są oglądane chętniej niż innego rodzaju treści.

Haule zakupowe mają silny wpływ na



Rysunek 3: Najpopularniejsze filmy na kanale YouTube użytkownicy Mia Maples.



Źródło: 12 najpopularniejszych filmów na kanale użytkownicy Mia Maples; YouTube; <https://www.youtube.com/@MiaMaples/videos>; dostęp:

decyzje konsumentów. W 2023 roku na YouTube obejrzano ponad 30 miliardów godzin treści zakupowych, a popularny hashtag #TikTokMadeMeBuyIt odpowiadał za 15% odkryć produktów na TikTok Shop w 2022 roku (Tulfo, 2024). Haule przynoszą firmom ogromne korzyści, ponieważ tylko niewielka część filmów w tej kategorii jest sponsorowana. Marki zyskują darmową promocję, a influencerzy czerpią korzyści z popularności tych materiałów.

Jednak haule zakupowe nie są wolne od kontrowersji. Często zwraca się uwagę na to, że promują one nadmierną konsumpcję i przyczyniają się do powstawania nadmiarowych odpadów poprzez cykl kupowania i zwracania produktów (Maguire, 2022). Tego rodzaju treści nieustannie gonią za najnowszymi trendami, przyczyniając się do skracania cyklu życia produktów, co jest zgodne z istnieniem mikrotrendów napędzających ciągle zakupy i jednorazową modę.

Na rysunku 4 przedstawiono cykle życia produktu w branży modowej w różnych modelach: slow fashion, modzie tradycyjnej, fast fashion oraz ultra-fast fashion. W ostatnim z tych przykładów widać, jak cykle życia produktów uległy skróceniu. Zjawisko to jest efektem szybko zmieniających się trendów, co powoduje, że konsumenci odczuwają presję, by nieustannie aktualizować zawartość swoich

szaf. Dodatkowo, gdy pewne ubrania zyskują popularność, np. na TikToku, dochodzi do ich nadmiernej ekspozycji, co prowadzi do sytuacji, w której odzież zamówiona z zagranicznej marki, jak Shein, staje się niemodna, zanim jeszcze dotrze do klienta po trwającej miesiąc dostawie. Wtedy na topie pojawia się coś zupełnie nowego, co tworzy kolejną potrzebę. Konsumenci tego typu nie kupują ubrań, by służyły im przez lata lub były stylizowane na wiele różnych sposobów, lecz by wpasować się w algorytmy i krótkotrwałe trendy.

Firmy zdają sobie z tego sprawę i wykorzystują tę dynamikę w swoich strategiach marketingowych, współpracując z influencerami. Jak zauważa Mina Le w swoim wideoeseju pt. tiktok is kind of bad for fashion: „Marki wysyłają setki lub tysiące paczek PR do makro i mikro influencerów jednocześnie, aby, gdy wszyscy je rozpakowują i opublikują w tym samym czasie, wyglądało na to, że dany trend jest ekstremalnie przesycony” (2021).

TikTok zdaje się być głównym winowajcą w wielu narracjach o tempie zmian, ponieważ wszystko tam dzieje się szybciej, jest bardziej efektowne i przesadzone. Nawet wyzwania stylizacyjne na tej platformie, w których twórcy w jednym filmie prezentują kilka strojów pasujących do określonej estetyki, promują haule i nadmierną konsumpcję (Le, 2021). Gdy

Rysunek 4: Graf przedstawiający harmonogram produkcji mody.



Źródło: Le, M.; tiktok is kind of bad for fashion; YouTube; 7.07.2021; <https://youtu.be/JR3z8lq2cNM?list=PL2HKKoXF4rkn9TtSzWQwPaAbCFTHI2dit>; dostęp: 11.12.2024.

influencerzy czują presję, by nadażyć za każdą nową modną estetyką, a algorytm TikToka zachęca do częstych, a nawet codziennych publikacji, pojawia się strach przed powtarzaniem tych samych strojów. To prowadzi do pułapki ograniczonego budżetu i potrzeby posiadania dużej ilości ubrań, na co odpowiedzią staje się fast fashion.

Ponadto ogromne haule promują zakupy w dużych ilościach, co może skutkować nierozsądnymi i impulsywnymi decyzjami, prowadzącymi do nabywania bezużytecznych lub złej jakości produktów. Jak zauważyła Maeve Galvin z Fashion Revolution: „Haule są powiązane z grywalizacją i 'sportem konsumpcji' w modzie” (Maguire, 2022). Niektórzy twierdzą, że coraz większą popularnością cieszy się recykling ubrań i zakupy w lumpeksach, co bardziej odpowiada wartościom pokolenia Z – jednej z kluczowych grup docelowych tych treści. Jednakże, jak zauważyła Galvin: „Część pokolenia Z mogła zmienić swoje podejście do kultury zakupów. A zakupy w lumpeksach mogą zyskiwać na popularności. Niemniej jednak, biorąc pod uwagę fakt, że miliardowe firmy, takie jak Amazon, Shein, Zara czy Boohoo, wciąż odnoszą sukcesy dzięki organicznym i sponsorowanym zakupom, jest jeszcze daleko do prawdziwych zmian, które zmniejszyłyby nadprodukcję mody. To nie tylko kwestia fast fashion, to także sposób, w jaki kupujemy ubrania. Zacznijmy od tego, że jest mnóstwo szkodliwego DNA, które naprawdę trzeba naprawić. Musimy rzucić wyzwanie całej kulturze nadmiernej konsumpcji” (Maguire, 2022).

### Czyli to wszystko nasza wina?

Nie. Czy zakupy u marek fast fashion są bezsprzecznie złe? Nie. Ludzie o średnich bądź niskich dochodach nie powinni być obwiniani za kupowanie takich ubrań, ponieważ ich budżety nie pozwalają na posiadanie odzieży wyprodukowanej przez firmy slow fashion, gdzie koszty uczciwej produkcji z porządnych materiałów znacznie przewyższają ceny widziane w większości sklepów odzieżowych. To, co większość konsumentów powinna zmienić, to sposób robienia zakupów. Można zacząć od zadania sobie pytań „Czy ja naprawdę tego potrzebuję?”, „Czy coś, co już

posiadam, nie może mi posłużyć w tej funkcji?”, „Czy będę używać tę rzecz w przyszłym roku? Czy jej jakość na to pozwoli?”. W internecie można znaleźć wiele wskazówek, jak racjonalnie wchodzić w posiadanie nowych przedmiotów. Warto również rozważyć kupowanie z drugiej ręki, które jest zwykle jeszcze bardziej przystępne cenowo niż fast fashion. Przede wszystkim nie należy zapominać, że taktyki używane przez marketingowców mają na celu wyciśnięcie z klientów każdej złotówki, więc należy podchodzić do nich z rezerwą i chłodną kalkulacją.

#### Bibliografia:

1. ARIELLA, S., 28 Dazzling Fashion Industry Statistics [2023]: How Much Is The Fashion Industry Worth Zippia.com, 15.06.2023, <https://www.zippia.com/advice/fashion-industry-statistics/>, dostęp: 18.11.2024;
2. BICK, R., HALSEY, E. & EKENGA, C.C., (2018). The global environmental injustice of fast fashion. *Environ Health* 17, 92 <https://doi.org/10.1186/s12940-018-0433-7>;
3. IGINI, M., 10 Concerning Fast Fashion Waste Statistics, Earth.org, 21.08.2023, <https://earth.org/statistics-about-fast-fashion-waste/>, dostęp: 19.11.2024;
4. MEDINA, S. (2022). Greenwashing In Fast Fashion Beast, Shein's, Communications?—A Content Analysis;
5. NAGLE, T. T., MÜLLER, G. The Strategy and Tactics of Pricing: A Guide to Growing More Profitably. Taylor & Francis. Wielka Brytania. 2017;
6. KLUTH, S. N. (2022). Stealing More than Just Designs: Utilizing Environmental Law as a Remedy to Design Piracy by Fast Fashion Brands. *Ohio St. LJ*, 83, 785;
7. BREEN, R.; The Evil Fashion Giant: Shein and the Perpetuation of Overconsumption; Podcast Perspectives of Environmental Geopolitics; 2022; <https://opentext.ku.edu/environmentalgeopolitics/chapter/evil-fashion-giant-shein/>; dostęp: 6.12.2024;
8. BLÅSE, R., FILSER, M., KRAUS, S., PUUMALAINEN, K., & MOOG, P. (2024). Non-sustainable buying behavior: How the fear of missing out drives purchase intentions in the fast fashion industry. *Business Strategy and the Environment*, 33(2), 626-641;
9. JOHNE, J. Effectiveness of Influencer Marketing. Niemcy: Springer Fachmedien Wiesbaden. 2023;

10. WIJNGAARDEN, M.; How Do Influencers Influence Fast Fashion (& You)?; Project Cece; 5.06.2024; <https://www.projectcece.com/blog/648/how-do-influencers-influence-fast-fashion/>; dostęp: 9.12.2024;
11. TikTok użytkownicy @Dallassocialbutterfly, TikTok; 23.05.2023; [https://www.tiktok.com/@dallassocialbutterfly/video/7236408704336268590?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7446218357173732886](https://www.tiktok.com/@dallassocialbutterfly/video/7236408704336268590?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7446218357173732886); dostęp: 10.12.2024;
12. MINA LE; (20.07.2023); why do brands keep doing these crazy influencer trips?? [Video]; YouTube; <https://youtu.be/zKcPGV6bGFM?list=PL2HKkoxF4rkn9TtSzWQwPaAbCFTHl2dit>; dostęp: 10.12.2024;
13. SCHIEREN, M.; Brand trips: To book or not to book?; Sprout Social; 19.08.2024; <https://sproutsocial.com/insights/brand-trips/>; dostęp: 10.12.2024;
14. MENDEZ II, M.; Why the Internet Became Fixated on an Influencer Trip to Dubai; Time; 25.01.2023; <https://time.com/6249533/tarte-dubai-trip-influencer/>; dostęp: 10.12.2024;
15. AMRANI, I.; Inside the Shein Machine: UNTOLD; Channel 4; 17.10.2022; <https://www.channel4.com/programmes/inside-the-shein-machine-untold>; dostęp: 10.12.2024;
16. ROGERS, D.; Shein hosts psyop factory tours for tone-deaf influencers; Dazed; 26.06.2023; <https://www.dazeddigital.com/fashion/article/60204/1/shein-psyop-influencer-trip-factories-exploitation-dani-carbonari-fast-fashion>; dostęp: 10.12.2024;
17. KEATS, E. S. (2012). Exploring haul videos on YouTube: A collective case study approach. Colorado State University;
18. PANGALILA, M. C., & APRILIANTY, F. (2022). The Impact of TikTok Fashion Haul Videos Towards Generation Z's Purchase Decision in Indonesia. *International Journal of Business and Technology Management*, 4(3), 391-401;
19. Liczba TikToków pod hashtagem #shoppinghaul, TikTok; [https://www.tiktok.com/tag/shoppinghaul?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc](https://www.tiktok.com/tag/shoppinghaul?is_from_webapp=1&sender_device=pc); dostęp: 01.02.2025;
20. Liczba TikToków pod hashtagem #haul, TikTok; [https://www.tiktok.com/tag/haul?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc](https://www.tiktok.com/tag/haul?is_from_webapp=1&sender_device=pc); dostęp: 01.02.2025;
21. MAGUIRE, L.; Gen Z loves shopping hauls. Can they ever be sustainable?; Vogue Business; 29.08.2022; <https://www.voguebusiness.com/fashion/gen-z-loves-shopping-hauls-can-they-ever-be-sustainable>; dostęp: 01.02.2025;
22. Film użytkownicy Mia Maples, YouTube; 2.04.2018; <https://youtu.be/OD1P-O6b9Lg?list=RDQMzJH52j3MOsg>; dostęp: 10.12.2024;
23. Filmik użytkownicy @styleofthesubtle; Instagram; 16.01.2024; <https://www.instagram.com/p/C2H8icSoGOz/>; dostęp: 10.12.2024;
24. TikTok użytkownicy @meganpunsellie; TikTok; 4.10.2024; <https://www.tiktok.com/@meganpunsellie/video/7421876417941589281>; dostęp: 11.12.2024;
25. 12 najpopularniejszych filmów na kanale użytkownicy Mia Maples; YouTube; <https://www.youtube.com/@MiaMaples/videos>; dostęp: 10.12.2024;
26. POTTHAST, M., KÖPSEL, S., STEIN, B., & HAGEN, M. (2016). Clickbait detection. In *Advances in Information Retrieval: 38th European Conference on IR Research, ECIR 2016, Padua, Italy, March 20–23, 2016. Proceedings 38* (pp. 810-817). Springer International Publishing;
27. TULFO, E.; Shopping hauls are so back; CNN; 17.08.2024; <https://edition.cnn.com/2024/08/17/business/shopping-hauls-influencers-social-media/>; dostęp: 11.12.2024;
28. MINA LE; (7.07.2021); tiktok is kind of bad for fashion [Video]; YouTube; <https://youtu.be/JR3z8lq2cNM?list=PL2HKkoxF4rkn9TtSzWQwPaAbCFTHl2dit>; dostęp: 11.12.2024.





pwc

# Rozpędzamy karierę – dołącz do naszego biura w Łodzi jako **Developing Senior Associate**



W rok zrób dystans, który inni  
w Audycie robią w kilka lat.

W odróżnieniu od klasycznej  
ścieżki rozwoju w zespołach  
Audytu, tutaj rozpoczynasz  
pracę od razu na tak zwanym  
stanowisku „seniorskim”.

Już od początku pracy  
zaangażujesz się w ciekawe  
zadania audytowe, pod okiem  
doświadczzonego seniora.

Pozwoli Ci to szybciej i bardziej  
efektywnie, nie tylko zdobyć  
wiedzę o samym audycie i o tym  
jak działają firmy, ale również  
doświadczenie w wielu branżach.



# Kogo szukamy?

Osób gotowych do intensywnej pracy i nauki, zdeterminowanych do rozwoju posiadanych kompetencji i zdobywania kolejnych

Kandydat/ka dołączający/a do Audytu jako DSA powinien/a mieć już za sobą pierwsze profesjonalne doświadczenie czy to w obszarze Audytu czy w innych dziedzinach finansów np. księgowość, controlling, SSC



Rozpędź z nami swoją karierę – aplikuj!







## Underrepresentation of women in esports

### Martyna Warchol

The article explores the issue of women's underrepresentation in esports, focusing on its causes, consequences, and illustrative examples, such as the stories of Vaevictis eSports and Team Siren. It highlights social and cultural factors, including the lack of female role models, gender stereotypes, as well as discrimination and sexism, which limit women's participation in the professional esports scene. The article also emphasizes gender-based income disparities and the importance of fostering a more inclusive gaming environment. This research tries to understand the barriers faced by women in esports and suggests actions to promote their greater involvement in this rapidly growing industry.

### Women in esports: struggles, setbacks, and representation

In 2019, on February 19th, Vaevictis eSports – the very first all-female esports team that competed in a professional League of Legends<sup>ii</sup> tournament – lost the inaugural match 12 to 1. The following day the team lost 52 to 2 in 32 minutes. On March 3rd Vaevictis eSports beat the record of the fastest defeat in League of Legends Continental League<sup>iii</sup> – the team lost in 13 minutes (when an average game of professional League of Legends is from 30 minutes to over 1 hour long). At the end of participation in LCL, Vaevictis eSports was the team with 34 defeats and 0 victories. The story of the team is a source of amusement, up to now (Nicolai, 2020; Fedchun, 2020).

Vaevictis eSports was not the very first all-female esports team overall. Team Siren was created in November 2012. The mission of the members and founders was to form the first all-female League of Legends team and show the gaming community that an all-female team can be as successful as professional all-male teams. Members of Team Siren were provided sponsorships and a gaming house – essential elements to build a professional team. Additionally, they promoted their activity on social media and streaming platforms. However, it turned out that members of Team

Siren were not as skilled as professional gamers who participate in esports tournaments. The narrative of the introductory video of the team, released in May 2013, was constructed to show that Team Siren is as great as professional male teams. In fact, members of Team Siren could not be compared to them. They were less experienced – their ranks were lower<sup>iv</sup>. The combination of a lack of experience and the narrative of the introductory video caused an unfavorable reaction from the gaming community. In the end, Team Siren was disbanded (Kudo, 2017; Fedchun, 2020).

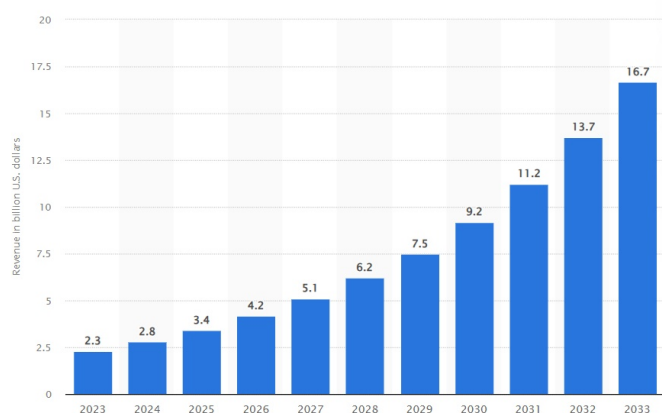
As Kathryn Fedchun (2020) noticed, the above stories about women's participation in professional esports are "disheartening". What is more, in her feminist autoethnography about hegemonic masculinity, failure, and subversive play in League of Legends, Kathryn Fedchun instance stories about the "public humiliation" of Vaevictis eSport by members of male teams (Fedchun, 2020). Team Siren and Team Vaevictis eSports are examples of famous stories about female professional players in esports. Each of the stories has elements that cause the problem of underrepresentation of women in esports.



## From million-dollar earnings to gender disparities

“Esports is a computer-based sport played by professional players or gamers in formal competition between teams via an electronic system” (Yusoff & Mohd Yunus, 2021 as cited in Edwards, 2013). Esports is an example of a rapidly growing market. In 2020 this type of sport generated revenue of approximately \$996 million, but in 2021 it achieved \$1,137 billion. By the end of 2025, esports is forecasted to generate \$1,866 billion.

Figure 1. eSports market size worldwide from 2023 to 2033.



Retrieved from: CLEMENT, J., eSports market size worldwide from 2023 to 2033, Statista, 6.02.2025, <https://www.statista.com/statistics/1256162/global-esports-market-size/>, accessed: 10.02.2025.

As Figure 1 shows, the market size in 2025 of esports worldwide is expected to reach \$3.4 billion and is on an incline, up to \$16.7 billion in 2033 (Clement, 2025). The main source of esports revenues is sponsorships (\$837.3 million in 2022) (Newzoo, 2022). The Growth of PC esports is mostly observed in developed regions such as North America, Europe, South Korea, Japan, and (especially) China. The latter is on track to generate nearly one-third of worldwide esports revenues. Also, China is the largest market regarding live-streaming audience. In 2025, games' live-streaming audience is predicted to reach 1,412.6 million viewers from which 267.5 million viewers will be from China (Newzoo, 2022). Additionally, in 2024 Chinese players and gamers earned around \$35,934 million in professional tournaments (next is the United States – around \$22,159 million) (Esports

Earnings, 2025a).

Overall, the highest-paid professional player in esports is Johan Sundstein (N0tail). He has earned over \$7,184 million to date (Esports Earnings, 2025b). In contrast, the highest-paid female professional player in esports is Sasha Hostyn (Scarlett) with around \$472,000 (Esports Earnings, 2025c) – over 15x less than the top male esports player N0tail. Scarlett is 399th in the all-time top-earning esports players ranking. Next is Li Xiao Meng (Liooon) – 862th (Esports Earnings, 2025b). There is a discrepancy between the above data and the fact that nearly half of gamers worldwide are female (Bosman, 2020). According to Sander Bosman (2020), a researcher in Newzoo<sup>v</sup>, “one common misconception is that playing, watching, and owning games are male-dominated pastimes. This isn't the case. Around 46% of Game Enthusiasts are female, and women stake a significant share of even the most dedicated gamer personas”. Furthermore, women are two-fifths (sequentially, 41% and 40%) of Hardware Enthusiasts<sup>vi</sup> and Ultimate Gamers<sup>vii</sup> (Bosman, 2020). Despite significant participation in the game industry, statistically proven involvement, and a great number of successful female gaming influencers, few women are professional gamers – esports athletes (Yusoff & Mohd Yunus, 2021; BBC News, 2021). According to Nick Yee (2006), of all MMORPGs (Massively Multiplayer Online Role-Playing Games) players, 14% are female players. What is more, as stated by BBC News (2021), there are no women who won the biggest prize in any esports.

## Why are women underrepresented in esports

Natalie Denk, head of the Center for Applied Game Studies at the University for Continuing Education Krems, emphasizes that several problems cause the absence of women in professional esports. Initially, missing role models. Natalie Denk explains that women cannot identify with female role models in esports because of a lack of them. As has been stated, esports is a male-dominated sport, as well as no women have ever won the most important prizes in any esports. Thus, the conclusion is that women generally do not

perceive being an esports athlete as a career path for themselves (Owayo, n.d.; Evil Geniuses, 2021).

Also, gender-specific socialization is a reason why there are few female esports professional gamers. Girls and boys are socialized to fill a specific gender role. They are taught, as an example, that looking after children and the elderly is generally a female activity whereas playing video games relates to males. Parents or custodians do not raise interest in video games in young women because they do not consider this type of activity as a female activity. In consequence, girls have less chance of growing a passion for video games as much as their brothers or male friends and becoming professional esports players in the future (Owayo, n.d.). What is more, male players experience a feeling of success in online games (for example, winning a game) much more strongly than female players (Yusoff & Mohd Yunus, 2021 as cited in Graner Ray, 2004).

Therefore, women are not perceived as a target group of the game industry. A game story or characters' appearance is directed to males (Owayo, n.d.). Female characters generally have parts of their bodies exposed and they wear brief clothes (Yusoff & Mohd Yunus, 2021). In addition, most of the popular esports games (based on data that concern the prize money) – Dota 2, Fortnite, Counter-Strike: Global Offensive, League of Legends, and Arena of Valor (Esports Earnings, 2025d) – are based on action, violence, and war. Men are more socialized to appreciate these elements in games and other products of culture (Yusoff & Mohd Yunus, 2021 as cited in Hamari, 2013). Thus, according to Nielsen (Yusoff & Mohd Yunus, 2021 as cited in Nielsen, 2009), women are “more likely to choose online games that are less aggressive and violent”. Consequently, few women participate in the professional esports industry.

Also, Fear of sexism is reported to be a problem regarding the underrepresentation of women in the professional gaming industry. Natalie Denk said: “I haven't met a female esports athlete who has not reported sexist incidents” (Owayo, n.d.). Gender discrimination in the game industry appears – for instance – through not having the privilege of losing a

game. As Alexis Guarrasi, Cloud9 White<sup>viii</sup> esports team member, claimed: “Just on the day-to-day, if you're a girl, you don't get the luxury of just having a bad game. It's like because you're a girl” (BBC News, 2021). If a female gamer loses a game, a failure will not be perceived as a lack of skill or misfortune, but because of being a woman (Owayo, n.d.). Additionally, as Emma Witkowski (2014) mentioned, “girl gamer” is a negative nickname generally used by boys to boys during play. It is an insult that highlights – in users' eyes – lesser skills and abilities.

According to Evil Geniuses<sup>ix</sup> report, 44% of female gamers experienced gender discrimination (in comparison to 16% of male gamers) (Evil Geniuses, 2021). Another Cloud9 White member, Katsumi, emphasized: “People are especially sexist in game towards women and make very rude comments and I think that it's easier for us because we know we're successful and we know we have accomplishments. But like women every day just get like literally harassed in game and it's really difficult to play in that environment” (BBC News, 2021). Besides, the game industry does not support female professional players whose skills are as good as their male teammates.

Analyzing the website of Team Liquid, the team with the highest overall earnings (Esports Earnings, 2025e), female players are a minority. However, in the world of growing awareness of gender discrimination, there is greater equality regarding occupations, including professional gamers. There is no doubt that gender discrimination in the gaming industry exists, but more and more women start their career in the professional gaming industry, against all the odds.

## Endnote

- i. Esports is defined in various ways. Market analysts define it as „(...) playing computer, mobile and console video games on a professional competitive level, with teams or individuals playing each other within leagues or tournaments” (Ludwig et al., 2022). On the other hand, academics describe it as „a form of sports where the primary aspects of the sport are facilitated by electronic systems; the input of players and teams, as well as the output of the esports system, are mediated by human-computer interfaces” (Hamari, Sjöblom,

2017).

- ii. "League of Legends is a multiplayer online battle arena (MOBA) competitive computer video game. It is a free-to-play game (...). The main game mode – Summoner's Rift – involves two teams of five fighting to gain resources, destroy objectives such as dragons and minions to gain gold and experience, and ultimately one team destroying the opposing team's base" (Fedchun, 2020).
  - iii. League of Legends Continental League (LCL) is a professional league of League of Legends between members of CIS (Commonwealth of Independent States) (Liquipedia, n.d. a).
  - iv. There are 9 ranks in League of Legends: Iron, Bronze, Silver, Gold, Platinum, Diamond, Master, Grandmaster and Challenger. To be promoted to a higher rank, a player must win a particular number of games and get a particular number of LP (League Points). Thus, a higher rank means better skills and more victories in the past (League of Legends Wiki, n.d.).
  - v. Newzoo is „the world's most trusted and quoted source for games market insights and analytics" (Newzoo, 2025a) and "the leading global provider of games and esports analytics" (Newzoo, 2025b).
  - vi. Hardware Enthusiasts are a type of gamers who "are more engaged with tweaking and optimizing the components that power their games (inside the box and out)" (Bosman, 2020).
  - vii. Ultimate Gamers „are the most dedicated Game Enthusiasts, infatuated with all things gaming-playing, viewing, and owning" (Bosman, 2020).
  - viii. Cloud9 was second (after TSM) the most valuable esports company in 2020. It was valued at \$350 million. The team's estimated revenue was around \$30 million (Forbes, 2020). In the ranking of highest overall team earnings, Cloud9 is 17th (Esports Earnings, 2025e).
  - ix. "Evil Geniuses is a professional gaming organization founded in Victoria, Canada in 1999, making them one of the oldest esports brands still active in the scene" (Liquipedia, n.d. b).
3. FEDCHUN, K., A Feminist Autoethnography. On Hegemonic Masculinity, Failure, and Subversive Play in League of Legends, 2020, Retrieved from [https://ruor.uottawa.ca/bitstream/10393/40968/3/Fedchun\\_Kathryn\\_2020\\_thesis.pdf?fbclid=IwAR2lZLDe6tKXUgN7Gpcp8gTyTUhkeiixM3tectE0nxgOpzweYSmDqmrQ3g](https://ruor.uottawa.ca/bitstream/10393/40968/3/Fedchun_Kathryn_2020_thesis.pdf?fbclid=IwAR2lZLDe6tKXUgN7Gpcp8gTyTUhkeiixM3tectE0nxgOpzweYSmDqmrQ3g), accessed: 10.02.2025;
  4. Liquipedia. (n.d. a). League of Legends Continental League. Retrieved from [https://liquipedia.net/leagueoflegends/League\\_of\\_Legends\\_Continental\\_League](https://liquipedia.net/leagueoflegends/League_of_Legends_Continental_League), accessed: 10.02.2025;
  5. NICOLAI, What Happened To The All Female League of Legends Team?, 2020, Retrieved from YouTube: [https://www.youtube.com/watch?v=HbH8BhgKXbM&ab\\_channel=Nicolai](https://www.youtube.com/watch?v=HbH8BhgKXbM&ab_channel=Nicolai), accessed: 10.02.2025;
  6. League of Legends Wiki, (n.d.), Rank (League of Legends), Retrieved from [https://leagueoflegends.fandom.com/wiki/Rank\\_\(League\\_of\\_Legends\)](https://leagueoflegends.fandom.com/wiki/Rank_(League_of_Legends)), accessed: 10.02.2025;
  7. KUDO, The Story of the Infamous Team Siren, 2017, Retrieved from YouTube: [https://www.youtube.com/watch?v=alAzuD2-Qks&ab\\_channel=Kudo](https://www.youtube.com/watch?v=alAzuD2-Qks&ab_channel=Kudo), accessed: 10.02.2025;
  8. YUSOFF, N. H., MOHD YUNUS, Y. H., Male Dominant Sport: The Challenges of Esports Female Athletes, 2021, Retrieved from [http://www.journals-jd.upm.edu.my/resources/files/Pertanika%20PAPERS/JSSH%20Vol.%2029%20\(2\)%20Jun.%202021/35%20JSSH-8100-2021.pdf](http://www.journals-jd.upm.edu.my/resources/files/Pertanika%20PAPERS/JSSH%20Vol.%2029%20(2)%20Jun.%202021/35%20JSSH-8100-2021.pdf), accessed: 10.02.2025;
  9. EDWARDS, T., ESports: A brief history, 2013, Retrieved from <http://adanai.com/esports/>, accessed: 10.02.2025;
  10. CLEMENT, J., eSports market size worldwide from 2023 to 2033, Statista, 2025, Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/1256162/global-esports-market-size/>, accessed: 10.02.2025.
  11. Newzoo, Global Esports & Live Streaming Market Report, 2022, Retrieved from <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-esports-live-streaming-market-report-athletics-in-analogue-stadiums-comparing-gratifications-for-engagement-between-live-attendance-and-online-esports-spectating>. Internet Res, 2019, <https://doi.org/10.1108/INTR-07-2018-0304>;

## Bibliography

1. LUDWIG, S., LACHMANN, K., PAPENBROCK, J., ESCHERLE, F., FLOCK, A., MACGREEVY, D., Let's play! 2020: the European esports market. In: Deloitte Insights, 2020, <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/telecommunications/esports-in-europe.html>, accessed 07.02.2022;
2. SJÖBLOM M., MACEY J., HAMARI J., Digital



- 2022-free-version/, accessed: 10.02.2025;
12. Esports Earnings, Top Countries for 2024, 2025a Retrieved from <https://www.esportsearnings.com/history/2024/countries>, accessed: 10.02.2025;
  13. Esports Earnings, Top 100 Highest Overall Earnings, 2025b Retrieved from <https://www.esportsearnings.com/players/highest-earnings>, accessed: 10.02.2025;
  14. Esports Earnings, Top 100 Female Players, 2025c Retrieved from <https://www.esportsearnings.com/players/female-players>, accessed: 10.02.2025;
  15. BOSMAN, S., The Way Consumers Interact with Games Is Changing; Nearly Half of Gamers Are Female; Over Half Are 30+, 2020, Retrieved from <https://newzoo.com/insights/articles/consumer-engagement-with-games-is-changing-gamer-segmentation-personas-gender-age-demographics>, accessed: 10.02.2025;
  16. Newzoo, About Newzoo, 2025a Retrieved from <https://newzoo.com/about>, accessed: 10.02.2025;
  17. Newzoo, Newzoo, 2025b Retrieved from LinkedIn: [https://pl.linkedin.com/company/newzoo?original\\_referer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F](https://pl.linkedin.com/company/newzoo?original_referer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F), accessed: 10.02.2025;
  18. BBC News, Esports: Why are there so few professional women gamers?, 2021, Retrieved from <https://www.bbc.com/news/av/technology-58466374>, accessed: 10.02.2025;
  19. YEE, N., The Demographics, Motivations, and Derived Experiences of Users of Massively Multi-User Online Graphical Environments, 2006, Retrieved from <https://www.stanfordvr.com/mm/2006/yee-demographics.pdf>, accessed: 10.02.2025;
  20. Owayo, (n.d.), Women in the Gaming Industry, Retrieved from <https://www.owayo.com/magazine/esports-women-us.htm>, accessed: 10.02.2025;
  21. Evil Geniuses, Gaming for all, 2021, Retrieved from [https://assets.evilgeniuses.gg/dei/EG\\_YouGov\\_GamingForAll.pdf](https://assets.evilgeniuses.gg/dei/EG_YouGov_GamingForAll.pdf), accessed: 10.02.2025;
  22. GRANER RAY, S., Gender inclusive game design: expanding the market, Hingham, 2004;
  23. Esports Earnings, Top Games Awarding Prize Money, 2025d Retrieved from <https://www.esportsearnings.com/games>, accessed: 10.02.2025;
  24. HAMARI, J., Transforming homo economicus into homo ludens: A field experiment on gamification in a utilitarian peer-to-peer trading service, *Electronic Commerce Research and Applications*, 2013, pp. 236-245;
  25. NIELSEN, Insights on casual games: Analysis of casual games for PS. Norms and social dominance orientation. *Computers in Human Behavior*(33), 2009, pp. 314-320;
  26. Forbes, The Most Valuable Esports Companies 2020, 2020, Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/christinasettimi/2020/12/05/the-most-valuable-esports-companies-2020/?sh=e5aeac173d0c>, accessed: 10.02.2025;
  27. Esports Earnings, Highest Overall Team Earnings, 2025e, Retrieved from <https://www.esportsearnings.com/teams>, accessed: 10.02.2025;
  28. WITKOWSKI, E., Girl gamers?: Player and institutional orientations towards women's participation in and around e-sports, 2014, Retrieved from AoIR Selected Papers of Internet Research: <file:///C:/Users/mwarc/Desktop/ojsAdmin,+Witkowski.pdf>, accessed: 10.02.2025;
  29. Liquipedia, (n.d. b), Evil Geniuses, Retrieved from [https://liquipedia.net/counterstrike/Evil\\_Geniuses](https://liquipedia.net/counterstrike/Evil_Geniuses), accessed: 10.02.2025.



## Rozwiązania prawne dotyczące głosowania korespondencyjnego w Księstwie Liechtensteinu i w Rzeczypospolitej Polskiej

### Patrycja Piś

Artykuł przedstawia rozwiązania prawne dotyczące głosowania korespondencyjnego w Księstwie Liechtensteinu i w Rzeczypospolitej Polskiej. Analiza uwzględnia kluczowe aspekty prawne, takie jak dostępność procedury, wymogi formalne, terminy składania wniosków oraz kwestie organizacyjne, w tym bezpieczeństwo i przejrzystość procesu. Omówione zostały dwa odmienne podejścia obu państw do zapewnienia dostępności głosowania dla obywateli przebywającymi poza granicami kraju oraz osób z ograniczeniami mobilności. Celem artykułu jest wskazanie dobrych praktyk i potencjalnych obszarów poprawy w obu systemach.

### Wstęp

Głosowanie korespondencyjne (postal voting) stanowi istotny element współczesnych systemów wyborczych w państwach na całym świecie, aczkolwiek, regulacje prawne dotyczące wspomnianej wcześniej metody alternatywnego głosowania różnią się w zależności od obowiązującego ustroju państwowego. Polska, będąca krajem o rozbudowanej strukturze administracyjnej oraz Księstwo Liechtensteinu, jedno z najmniejszych państw Europy, reprezentują odmienne podejścia do regulacji tego mechanizmu. Niniejszy artykuł koncentruje się na porównaniu rozwiązań prawnych dotyczących głosowania korespondencyjnego w Rzeczypospolitej Polskiej i Księstwie Liechtensteinu.

Istota głosowania korespondencyjnego polega na procedurze, w ramach której wyborca, na swój wniosek otrzymuje we wskazanym ustawowo terminie przed dniem wyborów tzw. pakiet wyborczy. Po jego wypełnieniu i dopełnieniu wymaganych formalności, przekazuje go w określonym prawem czasie do właściwego organu wyborczego<sup>i</sup>. W pierwszej części artykułu przedstawię rozwiązania funkcjonujące w Liechtensteinie, et postea przejdę do omówienia stanu prawnego obowiązującego w kraju nad Wisłą. Na zakończenie,

zaprezentuję wnioski płynące z przeprowadzonej analizy porównawczej.

### Powszechność głosowania korespondencyjnego

Liechtenstein to niewielkie państwo położone w Europie Środkowej, pomiędzy Austrią i Szwajcarią. Jego powierzchnia wynosi zaledwie 160 km<sup>2</sup>, co czyni go jednym z najmniejszych krajów na świecie. Państwo zamieszkuje około 40 tys. osób<sup>ii</sup>.

Ponad połowa jego mieszkańców to osoby, posiadające czynne i bierne prawo wyborcze, tj. osoby, które ukończyły 18. rok życia, mają stałe miejsce zamieszkania w państwie i ich prawa wyborcze nie są zawieszane<sup>iii</sup>. Dokładny sposób przeprowadzania wyborów został zawarty w ustawie o wykonywaniu politycznych praw obywatelskich w sprawach państwowych – Gesetz über die Ausübung der politischen Volksrechte in Landesangelegenheiten<sup>iv</sup>, (dalej: VRG). Nowelizacja z 2004 r., wcześniej wspomnianej ustawy wprowadziła powszechne prawo do głosowania korespondencyjnego, z którego po raz pierwszy skorzystano w wyborach parlamentarnych rok później<sup>v</sup>.

W celu ukazania zależności dotyczących statystyk uczestnictwa obywateli w wyborach poprzez oddanie głosu korespondencyjnie,

zestawiono dane z wyborów parlamentarnych przeprowadzonych w latach 2005 – 2021 (Tabela 1: Liczba głosujących w wyborach parlamentarnych (2005 – 2021)). Analiza przedstawionych danych wskazuje na istotne zmiany w preferencjach wyborców dotyczących formy oddawania głosu. Szczególnie widoczny jest wzrost popularności metody korespondencyjnej, która na przestrzeni lat zdominowała sposób głosowania. Z drugiej strony, tradycyjne głosowanie w lokalach wyborczych systematycznie traci na znaczeniu. Zmiany, które nastąpiły w 2004 r. znacząco ułatwiły procedurę głosowania na odległość, tym samym zachęcając coraz więcej osób do skorzystania z tej opcji. Informacje zawarte w tabeli zostały również przedstawione w formie wykresu.

Tabela 1. Liczba głosujących w wyborach parlamentarnych (2005 – 2021).

	Liczba wyborców	Liczba głosów oddanych korespondencyjnie	Liczba głosów oddanych w lokalu wyborczym
Wybory parlamentarne (2005) <sup>6</sup>	17428	7379	7691
Wybory parlamentarne (2009) <sup>7</sup>	18493	12591	3059
Wybory parlamentarne (2013) <sup>8</sup>	19251	14684	679
Wybory parlamentarne (2017) <sup>9</sup>	19806	14783	630
Wybory parlamentarne (2021) <sup>10</sup>	20384	15478	423

Źródło: opracowanie własne

Wybory korespondencyjne reguluje art. 8 VRG. Briefwahlen (głosowanie korespondencyjne) jest dostępne dla każdej osoby uprawnionej do głosowania, niezależnie od miejsca jej pobytu. Procedura głosowania wymaga umieszczenia karty do głosowania (Stimmkarte) oraz koperty do głosowania (Stimmkuvert) w oficjalnie przygotowanej i oznaczonej kopercie zwrotnej (Zustellkuvert). Aby zapewnić zgodność głosu z wolą wyborczą, każdy wyborca zobowiązany jest do podpisania oświadczenia, potwierdzającego autentyczność jego decyzji. Po zaklejeniu koperty obywatel może doręczyć swój głos do lokalu wyborczego osobiście, przez pełnomocnika lub wysłać pocztą krajową, lub zagraniczną. Warto wspomnieć, że przesyłki dotyczące głosowania pocztowego są wolne

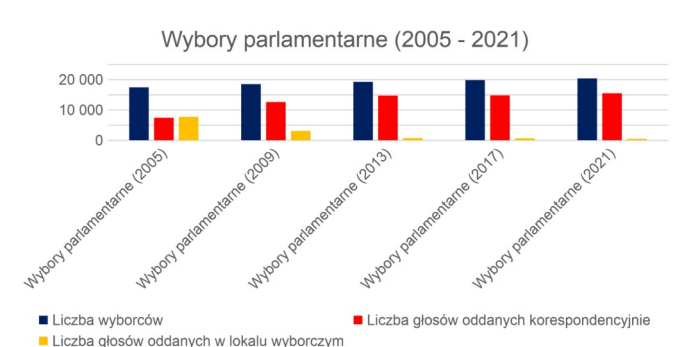
od opłat. Wraz z momentem dostarczenia kart do głosowania, każdemu obywatelowi uprawnionemu do głosowania przekazywane są również wszystkie inne oficjalne materiały niezbędne do przeprowadzenia głosowania<sup>xi</sup>. Głosy oddane w formie korespondencyjnej pozostają zamknięte w kopertach zwrotnych i są przechowywane w miejscu niedostępnym osobom nieuprawnionym, aż do momentu otwarcia ich przez komisję wyborczą. Komisja wyborcza otwiera wszystkie koperty zwrotne najczęściej po godzinie 17:00 w piątek poprzedzający niedzielę wyborczą i sprawdza, czy oddane głosy są ważne. Głos jest ważny w przypadku, gdy 1) użyto oficjalnie przygotowanej i oznaczonej koperty przeznaczonej do głosowania korespondencyjnego; 2) osoba głosująca jest zarejestrowana w rejestrze wyborczym<sup>xii</sup>; 3)

karta do głosowania dołączona jest wraz z podpisanym oświadczeniem; 4) głos dotarł najpóźniej w terminie wskazanym w art. 8 ust. 4<sup>xiii</sup>. Zadaniem komisji wyborczej jest odnotowanie każdego głosu w protokole oraz umieszczenie każdego, uznanego głosu za ważny w urnie wyborczej, bez ich uprzedniego otwarcia. Głosy uznane za nieważne są traktowane jako nieważne, a te które dotrą do urzędu gminy po upływie określonego terminu, muszą pozostać zamknięte, a następnie zniszczone<sup>xiv</sup>.

Przedstawione rozwiązanie jest integralną częścią porządku prawnego Liechtensteinu już od dwóch dekad. Analizując dostępne statystyki, można zauważyć, że metoda nie tylko zyskała dużą popularność, ale także stała się dominującą formą



Rysunek 1. Sposób głosowania podczas wyborów.



Źródło: opracowanie własne

oddawania głosów, wyraźnie przewyższającą tradycyjny sposób głosowania. Jest to dowód na jej skuteczność, elastyczność oraz na wysoki poziom zaufania obywateli do tego systemu, co może być inspiracją dla innych państwa rozważających podobne rozwiązania.

## Długo wyczekiwana zmiana?

Metoda głosowania alternatywnego, jaką stanowi głosowanie korespondencyjne w Polsce charakteryzuje się burzliwą historią legislacyjną, pełną zarówno wzlotów, jak i upadków. Ewolucja odzwierciedla zmieniające się priorytety polityczne oraz społeczne, a także różnorodne podejście do zapewnienia obywatelom dostępu do procesu wyborczego.

Uchwalona 14.06.2024 r., nowelizacja Kodeksu wyborczego miała na celu wprowadzenie ogromnych zmiany w rozdziale 6a, dotyczącym głosowania korespondencyjnego. Jak poinformował Sejm, ustawa o zmianie ustawy – Kodeks wyborczy wchodzi w życie po upływie 6 miesięcy od ogłoszenia<sup>xv</sup>. Ponad miesiąc od uchwalenia przez parlament ustawy dotyczącej wprowadzenia „powszechnego” głosowania korespondencyjnego, Prezydenta RP Andrzej Duda wystąpił z wnioskiem do Trybunału Konstytucyjnego o zbadanie zgodności ustawy z Konstytucją. „Powszechność” głosowania miała polegać na umożliwieniu oddania głosu tą metodą jedynie w wyborach parlamentarnych, prezydenckich oraz do Parlamentu Europejskiego. Regulacje nie przewidywały możliwości skorzystania z głosowania korespondencyjnego w wyborach do organów stanowiących jednostek samorządu terytorialnego ani w wyborach na wójtów, burmistrzów i prezydentów miast.

Prezydent zarzucił ustawie: 1) w całości, niezgodność z art. 7 w zw. z art. 4 ust. 2 w zw. z art. 104 ust. 1 w zw. z art. 96 ust. 1 Konstytucji; oraz 2) niezgodność art. 1 pkt 4, który zmienia art. 53a § 1 i § 2 Kodeksu wyborczego w zakresie pominięcia wyborców podlegających w dniu głosowania kwarantannie, izolacji lub izolacji w warunkach domowych oraz możliwości głosowania w trybie korespondencyjnym w wyborach do organów stanowiących jednostek samorządu terytorialnego, oraz wyborców wójtów, burmistrzów i prezydentów miast<sup>xvi</sup>.

Na dzień, w którym ustawa miała wejść w życie, tj. 14.12.2024 r., Trybunał Konstytucyjny nie wydał żadnego orzeczenia w związku z prezydenckim wnioskiem.

W myśl obowiązujących przepisów<sup>xvii</sup>, z prawa do głosowania korespondencyjnego może skorzystać wyłącznie ściśle określona grupa obywateli. Zalicza się do niej: 1) osoby niepełnosprawne o znacznym lub umiarkowanym stopniu niepełnosprawności w rozumieniu ustawy z 27.01.1997 r. o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych; 2) osoby, które w dniu głosowania przebywają na obowiązkowej kwarantannie, izolacji lub izolacji w warunkach domowych; 3) osoby, które najpóźniej w dniu głosowania kończą 60 lat<sup>xviii</sup>. Aby zagłosować korespondencyjnie, każdy uprawniony obywatel zobowiązany jest zgłosić chęć udziału odpowiedniemu komisarzowi wyborczemu<sup>xix</sup> do 13 dnia<sup>xx</sup> przed dniem wyborów. Wskazanemu wcześniej terminowi nie podlegają osoby, które w dniu głosowania poddane są kwarantannie, izolacji lub izolacji domowej. W tym przypadku, wyborca zgłasza zamiar głosowania komisarzowi wyborczemu do 5 dnia przed dniem wyborów. Gdy wyborca rozpoczął obowiązkową kwarantannę, izolację lub izolację domową po upływie 5 dni przedwyborczych, „może zgłosić zamiar głosowania korespondencyjnego do 2 dnia przed dniem wyborów”. Zgłoszenia można dokonać w formie ustnej, pisemnej (papierowej lub elektronicznej, odpowiednio opatrzonej podpisem własnoręcznym lub z wykorzystaniem technologii umożliwiających podpisywanie dokumentów elektronicznie) i telefonicznie. W skład pakietu wyborczego,

doręczanego nie później niż 6 dni przed dniem głosowania (w przypadku osób przebywających na kwarantannie, izolacji lub izolacji domowej – nie później niż 2 dni przed wyborami), wchodzi karta lub karty do głosowania, oświadczenie o osobistym i tajnym oddaniu głosu na karcie do głosowania, koperta na kartę głosowania, koperta zwrotna, instrukcja głosowania oraz nakłada bądź nakładki na kartę lub karty do głosowania w języku Braille'a (nakładki dołączone są tylko, gdy wyborca zgłosił taką potrzebę). Wypełnioną kartę lub karty wyborca umieszcza w kopercie przeznaczony na kartę do głosowania, którą następnie zakleja. Kopertę tę, wraz z podpisanym oświadczeniem, wkłada do koperty zwrotnej i przesyła do właściwej obwodowej komisji wyborczej. W przypadku osób przebywających na obowiązkowej kwarantannie lub w izolacji domowej, osób niepełnosprawnych oraz osób, które najpóźniej w dniu wyborów kończą 60 lat., kopertę odbiera przedstawiciel operatora wyznaczony w ustawie z 23.11.2012 r. – Prawo pocztowe.

## Podsumowanie

Reasumując, analiza rozwiązań prawnych dotyczących alternatywnego sposobu głosowania, jakim jest głosowanie korespondencyjne w Księżstwie Liechtensteinu i Rzeczypospolitej Polskiej ukazuje istotne różnice w podejściu jego funkcjonowania. System liechtensteiński, oparty na długotrwałej stabilności legislacyjnej, zapewnia powszechny dostęp do głosowania korespondencyjnego dla wszystkich obywateli, niezależnie od ich miejsca pobytu. Z kolei w Polsce, metoda ta charakteryzuje się dynamiczną i często niejednoznaczną historią legislacyjną, co może wynikać z różnorodnych priorytetów politycznych oraz podzielonego zdania społeczności na temat tego rozwiązania. Polskie przepisy ograniczają możliwość korzystania z głosowania korespondencyjnego do wybranych grup obywateli, co kontrastuje z bardziej inkluzywnym podejściem Liechtensteinu. Komparatystyczny charakter badania pozwala wskazać potencjał implementacji rozwiązań wzorowanych na modelu liechtensteińskim, które mogłyby przyczynić się do zwiększenia

dostępności i transparentności procesu wyborczego w Rzeczypospolitej Polskiej.

## Przypisy

- i. Rakowska-Trela A. [w:] Składowski K., Rakowska-Trela A., Kodeks wyborczy. Komentarz do zmian 2018, Warszawa 2018, art. 53(a).
- ii. Liechtenstein in Zahlen 2017, [https://www.statistikportal.li/statistikportal/publications/102-liechtenstein-in-zahlen/2017/02/1/102.2017.02\\_01\\_liechtenstein-in-zahlen-2017-ed2.pdf](https://www.statistikportal.li/statistikportal/publications/102-liechtenstein-in-zahlen/2017/02/1/102.2017.02_01_liechtenstein-in-zahlen-2017-ed2.pdf) [dostęp: 18.01.2025 r.].
- iii. K. Koźbiał, System polityczny Księżstwa Liechtensteinu, op.cit., Kraków 2013, s. 106.
- iv. Gesetz über die Ausübung der politischen Volksrechte in Landesangelegenheiten (Volsrechtengesetz, VRG), 1973, nr 50, Wersja: 1.12.2012 r., tłumaczenie własne, <https://www.gesetze.li/konso/pdf/1973050000?version=21> [dostęp: 24.11.2024].
- v. Wahlen, Abstimmungem 2021, tłumaczenie własne, <https://www.statistikportal.li/de/publikation/wahlen-abstimmungen/2021/01/v-1/p8595> [dostęp 24.11.2024].
- vi. Stimmbeteiligung, <https://www.landtagswahlen.li/stimmbeteiligung/6> [dostęp: 18.01.2025 r.].
- vii. Stimmbeteiligung, <https://www.landtagswahlen.li/stimmbeteiligung/7> [dostęp: 18.01.2025 r.].
- viii. Stimmbeteiligung, <https://www.landtagswahlen.li/stimmbeteiligung/8> [dostęp: 18.01.2025 r.].
- ix. Stimmbeteiligung, <https://www.landtagswahlen.li/stimmbeteiligung/10> [dostęp: 18.01.2025 r.].
- x. Stimmbeteiligung, <https://www.landtagswahlen.li/stimmbeteiligung/12> [dostęp: 18.01.2025 r.].
- xi. Gesetz über die Ausübung der politischen Volksrechte in Landesangelegenheiten (Volsrechtengesetz, VRG), 1973, nr 50, Wersja: 1.12.2012 r., art. 8, tłumaczenie własne, <https://www.gesetze.li/konso/pdf/1973050000?version=21> [dostęp: 24.11.2024].
- xii. Osoby, które nie zostały wpisane do rejestru wyborców, mogą zostać uprawnione do głosowania przez komisję wyborczą, jeśli zostanie stwierdzone, że ich pominięcie w rejestrze jest wynikiem błędu. Decyzja komisji wyborczej jest ostateczna.
- xiii. Przesyłka zawierająca oddany głos musi dotrzeć najpóźniej do godziny 17:00 w piątek

- przed niedzielą wyborczą. 6
- xiv. Gesetz über die Ausübung der politischen Volksrechte in Landesangelegenheiten (Volsrechtegesetz, VRG), 1973, nr 50, Wersja 1.12.2012 r., art. 8a, tłumaczenie własne, <https://www.gesetze.li/konso/pdf/1973050000?version=21> [dostęp: 24.11.2024]. 7. <https://www.landtagswahlen.li/stimmbeteiligung/7>
- xv. Ustawa z 14.06.2024 r. o zmianie ustawy - Kodeks wyborczy, [https://orka.sejm.gov.pl/proc10.nsf/ustawy/296\\_u.htm](https://orka.sejm.gov.pl/proc10.nsf/ustawy/296_u.htm), X kadencja, uchwalono na pos. nr 13 [dostęp: 28.11.2024]. 8. <https://www.landtagswahlen.li/stimmbeteiligung/8>
- xvi. Wniosek Prezydenta RP (sygn. Kp 1/24), <https://ipo.trybunal.gov.pl/ipo/Sprawa?&pokaz=dokumenty&sygnatura=Kp%201/24> [dostęp: 14.12.2024 r.]. 9. <https://www.landtagswahlen.li/stimmbeteiligung/10>
- xvii. Ustawa z 5.01.2011 r. – Kodeks wyborczy (Dz.U. z 2023 r. poz. 2408 ze zm.). 10. <https://www.landtagswahlen.li/stimmbeteiligung/12>
- xviii. Ibidem.
- xix. Komisarz wyborczy jest pełnomocnikiem Państwowej Komisji Wyborczej (dalej: PKW), wyznaczonym na obszar stanowiący województwo lub część jednego województwa. Powoływani są przez PKW na 5 lat.
- xx. W przypadku ponownego głosowania w wyborach Prezydenta RP i wyborach wójta raz ponownych wyborach na Prezydenta RP termin ulega skróceniu do 10 dni.

## Bibliografia

### Monografie

1. Koźbiał K., System polityczny Księstwa Liechtensteinu, Kraków 2013.
2. Rakowska-Trela A. [w:] Składowski K., Rakowska-Trela A., Kodeks wyborczy. Komentarz do zmian 2018, Warszawa 2018.

### Akty prawne

1. Ustawa z 5.01.2011 r. – Kodeks wyborczy (Dz.U. z 2023 r. poz. 2408 ze zm.).

### Źródła internetowe

1. [https://www.statistikportal.li/statistikportal/publications/102-liechtenstein-in-zahlen/2017/02/1/102.2017.02\\_01\\_liechtenstein-in-zahlen-2017-ed2.pdf](https://www.statistikportal.li/statistikportal/publications/102-liechtenstein-in-zahlen/2017/02/1/102.2017.02_01_liechtenstein-in-zahlen-2017-ed2.pdf)
2. <https://www.gesetze.li/konso/pdf/1973050000?version=21>
3. <https://www.statistikportal.li/de/publikation/wahlen-abstimmungen/2021/01/v-1/p8595>
4. [https://orka.sejm.gov.pl/proc10.nsf/ustawy/296\\_u.htm](https://orka.sejm.gov.pl/proc10.nsf/ustawy/296_u.htm)
5. <https://ipo.trybunal.gov.pl/ipo/Sprawa?&pokaz=dokumenty&sygnatura=Kp%201/24>
6. <https://www.landtagswahlen.li/stimmbeteiligung/>





## Pig Butchering - jak to działa i jak się przed nim chronić?

### Paweł Ratka

Pig butchering to nowoczesny rodzaj oszustwa finansowego, który łączy manipulację psychologiczną, inżynierię społeczną i cyberprzestępczość. Przestępcy często wykorzystują portale randkowe, aby nawiązać kontakt z ofiarą, zdobyć jej zaufanie i stopniowo wciągnąć ją w fałszywe inwestycje.

Według badania przeprowadzonego przez Johna Griffina oraz Kevina Meia, w okresie od stycznia 2020 do lutego 2024 roku globalne straty poniesione przez ofiary szacuje się nawet na 75 miliardów dolarów<sup>i</sup>, a pig butchering stał się jedną z najczęstszych metod działania cyberprzestępców. W artykule omówiona zostanie historia powstania tego procederu jego etapy, skala oraz konsekwencje dla ofiar i systemu finansowego. Przedstawione zostaną również sposoby ochrony przed oszustami – jak rozpoznać podejrzaną działalność, jak sprawdzać wiarygodność inwestycji oraz jakie kroki podejmują instytucje regulacyjne, aby przeciwdziałać temu zjawisku. Szczególna uwaga zostanie poświęcona roli portali randkowych w rozprzestrzenianiu tych oszustw i działaniom mającym na celu poprawę bezpieczeństwa użytkowników.



### Gdzie, skąd i jak? Początki Pig Butcheringu?

Pig butchering w swojej domyślnej formie wywodzi się z Chin, gdzie w 2016 roku (lub wcześniej) funkcjonował jako oszustwo regionalne, gdzie oszuści znajdowali swoje ofiary przede wszystkim na portalach randkowych tej samej płci<sup>ii</sup>. Jego nazwa pochodzi od chińskiego określenia Shāz Hū Pán, oznaczającego „rzeź świnii”<sup>iii</sup>. Później proceder rozprzestrzenił się również na aplikacje randkowe dla osób przeciwnej płci. W 2020 roku, z powodu wybuchu pandemii COVID-19, pig butchering rozprzestrzenił się na tereny Azji Południowo-Wschodniej, gdzie głównymi ośrodkami działalności przestępczej była Kambodża oraz Mjanma<sup>iv</sup>. W przypadku

Kambodży były to przede wszystkim kasyna w mieście Sihaoukville, które z powodu braku frekwencji, zostały przejęte przez lokalne gangi hazardowe, a w Mjanmie – miasto Myawaddy w stanie Kayin. Warto również podkreślić, że w Mjanmie trwa obecnie wojna domowa, która również sprzyja powstawaniu centrów operacyjnych dla przestępców zajmujących się tym procederem<sup>v</sup>. Mniejszymi, lecz nie mniej ważnymi centrami operacji pig butcheringowych są Laos, Filipiny oraz Tajlandia.

W następnych latach, wspomniane wcześniej portale randkowe, ale również rosnąca popularność mediów społecznościowych, jak i coraz częstsze wykorzystanie kryptowalut w transakcjach przyczyniły się do globalizacji zjawiska<sup>vi</sup>.

Rysunek 1. Schemat działania Pig butcheringu



Źródło: opracowanie własne

Wyłudzacze tworzyli fikcyjne tożsamości, często podszywali się pod atrakcyjne i dobrze usytuowane osoby, aby nawiązać romantyczne, czy czasem również i emocjonalne więzi z ofiarą, co wyróżnia pig butchering na tle innych oszustw finansowych, gdyż oszuści wykorzystywali długoterminową, zaawansowaną manipulację psychologiczną polegającą na wykorzystywaniu potrzeb emocjonalnych lub poczuciu samotności u ofiar.

### Jak działa oszustwo Pig Butchering?

Oszustwo „pig butchering” to długofalowy proces, w którym przestępcy stopniowo zdobywają zaufanie ofiary, budując relacje i zachęcając ją do inwestowania w rzekomo pewne przedsięwzięcia, najczęściej związane z kryptowalutami. Ofiara, przekonana o wysokich zyskach, wpłaca coraz większe sumy, aż w końcu oszuści znikają, blokując dostęp do środków. Dzięki zaawansowanej manipulacji psychologicznej ofiary często nie dostrzegają zagrożenia, dopóki nie jest za późno.

Pierwszym punktem procesu jakim jest „rzeź świni”, to nawiązanie kontaktu z potencjalną ofiarą. Bardzo często jest to

„przypadkowe” wysłanie niewinnej wiadomości poprzez media społecznościowe, SMS lub przez aplikację randkową<sup>vii</sup>. Później, jeśli ofiara odpisze na tę wiadomość i nawiąże kontakt z oszustem, kolejną fazą pig butcheringu jest zbudowanie relacji z ofiarą. Mogą to być relacje przyjacielskie lub romantyczne. W przypadku aplikacji randkowych, np. Tindera, oszuści często przenoszą rozmowę na inne komunikatory i dbają o to, aby ofiara oszustwa poczuła się ważna<sup>viii</sup>. Okazują zainteresowanie, prawią komplementy i udowadniają, jak wiele mają ze sobą wspólnego<sup>ix</sup>.

Następnie, już po zbudowaniu relacji, wyłudzacze rozpoczynają w konwersacji temat inwestycji, chwając się swoimi sukcesami i prezentując dowody na wysokie zyski, które w rzeczywistości są fałszywe. Namawiają ofiarę do założenia konta na specjalnie spreparowanej stronie umożliwiającej dostęp do rzekomej platformy inwestycyjnej, oferującej szybkie i pewne zyski<sup>x</sup>. Coraz częściej oszuści przyjmują taktykę zakładania czatów grupowych w celu zwiększenia efektywności w znajdowaniu potencjalnych ofiar<sup>xi</sup>. Początkowo zachęcają do wpłaty niewielkiej kwoty, aby udowodnić autentyczność takiej strony i skłonić do

większych wpłat. W międzyczasie, taka osoba widzi na platformie rzekomo rosnące zyski, co utwierdza ją w przekonaniu że podjęła dobrą decyzję. Jednak gdy taka ofiara próbuje wypłacić swoje pieniądze, pojawiają się problemy. Złodzieje zaczynają żądać dodatkowych opłat za wypłatę pieniędzy, takich jak podatki czy opłaty manipulacyjne<sup>xii</sup>.

W momencie, gdy ofiara traci wszystkie swoje rzekomo zainwestowane środki, lub staje się podejrzliwa wobec działań drugiej osoby, oszust ucina kontakt z ofiarą, co również oznacza bezpowrotną utratę środków przez ofiarę<sup>xiii</sup>. Również fałszywa platforma inwestycyjna, z której korzystała poszkodowana osoba, przestaje działać<sup>xiv</sup>.

### Sktuki Pig Butcherungu - statystyki

Biorąc pod uwagę fakt, iż pokrzywdzonymi przez pig butchering nie są jedynie pojedyncze osoby, ale również przedsiębiorstwa i globalne korporacje, zwłaszcza te działające w sektorze finansowym, zjawisko to niesie ze sobą poważne konsekwencje nie tylko finansowe, ale również emocjonalne. Bezpośrednim i jednocześnie najbardziej dotkliwym skutkiem pig butcheringu jest utrata środków finansowych, często w ogromnej skali. Ofiary tracą oszczędności życia, fundusze emerytalne, a w skrajnych przypadkach zaciągają kredyty lub zastawiają nieruchomości. Poza stratami finansowymi, często ofiary tracą również zaufanie do ludzi i często wstydzą się zgłosić oszustwo<sup>xv</sup>. Przedsiębiorstwa z kolei narażone są nieświadome uczestnictwo w procederze prania pieniędzy, ponieważ przestępcy często wykorzystują konta bankowe ofiar do transferu środków na fałszywe platformy inwestycyjne. W rezultacie banki mogą stanąć przed wyzwaniem regulacyjnymi i reputacyjnymi, jeśli ich systemy wykrywania oszustw okażą się niewystarczające<sup>xvi</sup>. Ponadto, utrata zaufania klientów, którzy padli ofiarą takich oszustw, może skutkować odpływem klientów i spadkiem przychodów<sup>xvii</sup>.

Tabela 1 przedstawia najczęściej zgłaszane oszustwa uszeregowane malejąco według strat ofiar w 2022 roku w Stanach Zjednoczonych. Według raportu IC3 straty ofiar wynikające z oszustw inwestycyjnych

Tabela 1. Najczęściej zgłaszane oszustwa według strat ofiar w 2022 roku w Stanach Zjednoczonych:

Według strat ofiar			
Rodzaj przestępstwa	Strata	Rodzaj przestępstwa	Strata
Inwestycje	\$3,311,742,206	Loteria/Loteria fantowa/Spadek	\$83,602,376
Naruszenie biznesowej poczty e-mail	\$2,742,354,049	Wymiana karty SIM	\$72,652,571
Pomoc techniczna	\$806,551,993	Wyludzenie	\$54,335,128
Naruszenie ochrony danych osobowych	\$742,438,136	Zatrudnienie	\$52,204,269
Zaufanie/Romans	\$735,882,192	Phishing	\$52,089,159
Naruszenie ochrony danych	\$459,321,859	Nadpłata	\$38,335,772
Nieruchomości	\$396,932,821	Oprogramowanie ransomware	*\$34,353,237
Brak płatności/Niedostarczenie	\$281,770,073	Botnet	\$17,099,378
Oszustwo związane z kartą kredytową/czekiem	\$264,148,905	Malware	\$9,326,482
Podszywanie się pod rząd	\$240,553,091	Nękanie/Prześladowanie	\$5,621,402
Kradzież tożsamości	\$189,205,793	Groźby użycia przemocy	\$4,972,099
Inne	\$117,686,789	Prawa własności intelektualnej/prawa autorskie/podróbki	\$4,591,177
Spoofing	\$107,926,252	Przestępstwa przeciwko dzieciom	\$577,464
Opłata zaliczkowa	\$104,325,444		
Deskryptory			
Kryptowaluty	\$2,496,196,530	Portfel kryptowalutowy	\$1,349,090,883

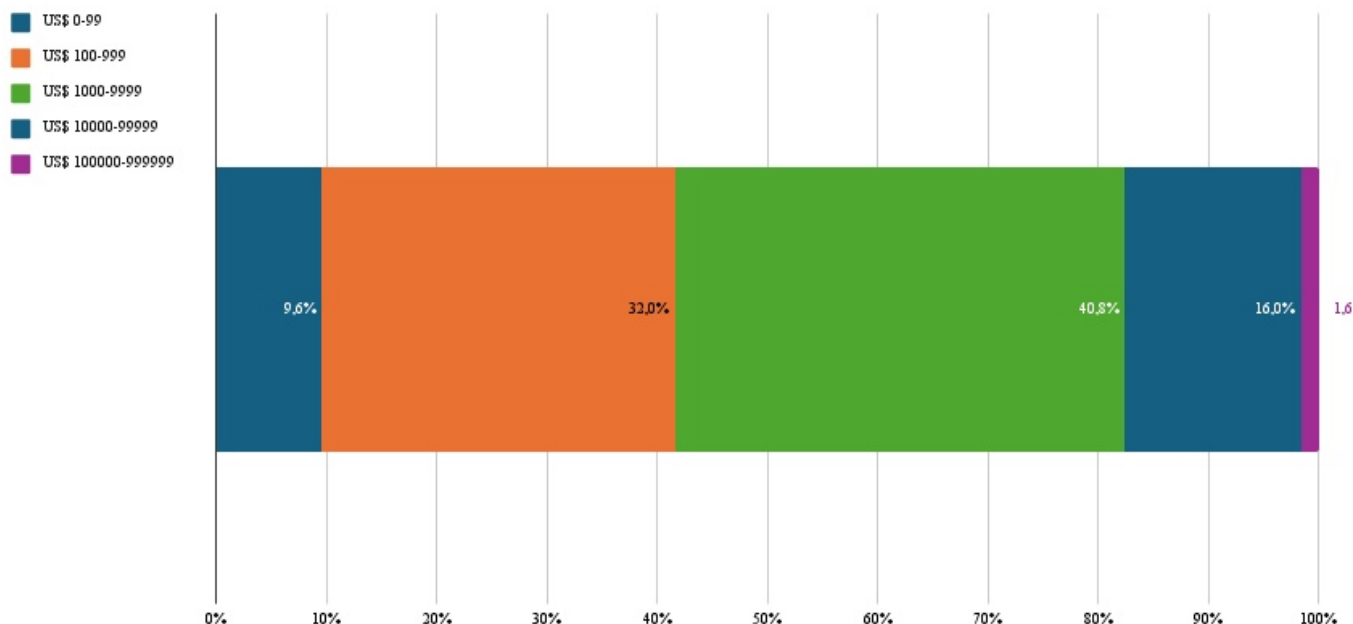
\* Jeśli chodzi o straty skorygowane przez oprogramowanie ransomware, liczba ta nie obejmuje szacunkowych strat biznesowych, czasu, wynagrodzeń, plików lub sprzętu, ani żadnych usług naprawczych stron trzecich nabytych przez ofiarę. W niektórych przypadkach ofiary nie zgłaszają FBI żadnej kwoty strat, tworząc w ten sposób sztucznie zaniżony ogólny wskaźnik strat związanych z oprogramowaniem ransomware. Wreszcie, liczba ta reprezentuje tylko to, co ofiary zgłaszają FBI za pośrednictwem IC3 i nie uwzględnia bezpośrednich zgłoszeń ofiar do biur terenowych / agentów FBI.

Źródło: opracowanie własne

osiągnęły aż 3,31 miliarda dolarów, co stanowi znacznie wyższą kwotę niż w przypadku innych rodzajów przestępstw finansowych. Warto zauważyć, że prawie 2,5 miliarda dolarów dotyczyło oszustw związanych z kryptowalutami. Dodatkowo, badanie przeprowadzone w 2022 roku na 550 ofiarach przez GASO wykazało, że średnia strata amerykańskich ofiar pig butcheringu wyniosła ponad 210 tysięcy dolarów<sup>xviii</sup>, a ponad 75% badanych straciła ponad połowę swojego dotychczasowego majątku<sup>xix</sup>. Badanie wykazało również, że 65% ofiar stanowią kobiety, a większość ofiar mieści się w przedziale wiekowym od 25 do 40 roku życia<sup>xx</sup>. Ponadto, aż 2/3 ofiar są singlami, a z kolei nieco ponad połowa (57%) posiada



Rysunek 2. Podział transakcji dokonanych w portfelu kryptowalutowym kontrolowanym przez oszustów zajmujących się Pig butcheringiem



Źródło: opracowanie własne

wykształcenie wyższe (Bachelors)<sup>xxi</sup>.

Rysunek 2 przedstawia podział transakcji dokonanych ze względu na kwotę w portfelu kryptowalutowym kontrolowanym przez oszustów. Większość transakcji zawierała się w przedziale od 100 do 9999 dolarów amerykańskich, co sugeruje, że złodzieje manipulują ofiarami do umiarkowanych inwestycji, zanim zwiększą presję na wyższe wpłaty. Tylko niewielki odsetek (1.6%) transakcji przekraczał 100 tysięcy dolarów, co oznacza, że niektóre ofiary były skłonne zainwestować całe swoje oszczędności, wierząc w obietnicę dużych zysków.

### Najślawniejsze (i najkosztowniejsze) przypadki Pig Butcheringu

Pig butchering stały się w obecnych czasach globalnym problemem, a niektóre przypadki osiągnęły niewyobrażalne rozmiary, sięgające nawet kilkudziesięciu milionów dolarów. Jednym z takich jest sprawa Heartland Tri-State Bank z sierpnia 2024 roku, którego były prezes Shan Hanes, został skazany na 24 lata więzienia, po tym jak sprzeniewierzył 47 milionów dolarów w ramach oszustwa kryptowalutowego<sup>xxii</sup>. Oszuści nawiązali kontakt z Hanesem za pośrednictwem aplikacji WhatsApp,

przekonując go do dokonywania coraz większych inwestycji w fikcyjne platformy kryptowalutowe. Hanes, wierząc w obiecywane zyski, zaczął przelewać środki nie tylko z własnych oszczędności, ale także z funduszy banku, kościoła, lokalnego klubu inwestycyjnego oraz konta oszczędnościowego swojej córki. W rezultacie jego działań bank upadł, a Federalna Korporacja Ubezpieczeń Depozytów (FDIC) przejęła jego aktywa<sup>xxiii</sup>. Na szczęście, w listopadzie 2024 roku, dzięki działaniom FBI, udało się odzyskać znaczną część skradzionych środków<sup>xxiv</sup>.

Inna głośna sprawa dotyczy 52-letniego mężczyzny z Kalifornii o imieniu Cy, z którym niespodziewanie skontaktowała się kobieta o imieniu Jessica, rzekoma dawna znajoma z pracy. Po rozmowie o problemach finansowych Cy'a, Jessica wspomniała o zyskach z inwestycji za pomocą aplikacji MetaTrader i zachęciła Cy'a do skorzystania z tej aplikacji. Cy zainwestował początkowo 10 tysięcy dolarów i zachęcony zyskami wpłacał coraz to wyższe sumy. Cy, pod wpływem manipulacji Jessici, sprzedał rodzinne aktywa, pożyczył pieniądze od przyjaciół i zaciągnął kredyt hipoteczny, aby zwiększyć swoje inwestycje. Niestety później okazało się,

że jego saldo jest fikcyjne, a Jessica zerwała z nim kontakt, pozostawiając go z ogromnymi stratami finansowymi wynoszącymi około 1 milion dolarów<sup>xxv</sup>.

## Co zrobić, jeśli padło się ofiarą Pig Butchering?

Jeśli padłeś ofiarą pig butcheringu kluczowe jest szybkie podjęcie działań, aby zminimalizować straty i zwiększyć szanse na odzyskanie środków. Oto kilka działań, które należy wykonać wg serwisu Malwarebytes<sup>xxvi</sup>:

- Natychmiast przerwij kontakt – zerwij wszelką komunikację z oszustem, nie dając mu znać, że odkryłeś oszustwo, aby uniknąć dalszej manipulacji;
- Powiadom instytucje finansowe – skontaktuj się ze swoim bankiem lub dostawcą usług finansowych, których użyłeś do przelewów – mogą być w stanie zatrzymać transakcję lub podjąć działania w celu jej cofnięcia;
- Zmień dane logowania – zaktualizuj hasła i zabezpieczenia do swoich kont online, szczególnie jeśli przekazałeś oszustomi jakiegokolwiek poufne informacje;
- Zgłoś sprawę organom ścigania – powiadom lokalne służby oraz odpowiednie instytucje ds. cyberprzestępczości, np. FBI's Internet Crime Complaint Center w USA.
- Skonsultuj się z prawnikiem – rozważ poradę prawną, aby ustalić, jakie kroki możesz podjąć, w tym ewentualne postępowanie cywilne przeciwko oszustom.
- Zachowaj dowody – przechowuj wszystkie wiadomości, potwierdzenia przelewów i inne dokumenty związane z oszustwem, które mogą być przydatne w śledztwie.
- Podziel się wiedzą – edukuj siebie i innych na temat tego rodzaju oszustw, aby pomóc innym uniknąć podobnej sytuacji.

## Sposoby ochrony przed Pig Butcheringiem

Malwarebytes uważa, że aby skutecznie chronić się przed tego typu oszustwami, warto stosować poniższe środki ostrożności:

- Sprawdzaj tożsamość i wiarygodność ofert – bądź ostrożny wobec niespodziewanych kontaktów i dokładnie weryfikuj osoby oraz propozycje inwestycyjne, korzystając z dostępnych narzędzi online.
- Chroni swoje dane osobowe – nie udostępniaj poufnych informacji finansowych ani prywatnych szczegółów nowo poznanym osobom czy niezweryfikowanym źródłom.
- Dokładnie analizuj każdą inwestycję – zanim zdecydujesz się na ulokowanie środków, przeprowadź gruntowny research, sprawdzając recenzje, legalność platformy oraz jej zgodność z regulacjami.
- Zasięgnij opinii ekspertów – jeśli oferta inwestycyjna wydaje się atrakcyjna, skonsultuj się z doradcą finansowym lub specjalistą ds. inwestycji, który może ocenić jej autentyczność.
- Korzystaj z bezpiecznych kanałów komunikacji – podczas omawiania spraw finansowych stosuj zaszyfrowane i sprawdzone sposoby wymiany informacji, aby chronić swoje dane.
- Bądź sceptyczny wobec obietnic szybkich zysków – jeśli inwestycja oferuje wysokie dochody przy minimalnym ryzyku, traktuj ją z dużą rezerwą – to klasyczny znak ostrzegawczy oszustwa.
- Zgłaszaj podejrzane przypadki – jeśli natrafisz na coś niepokojącego, poinformuj odpowiednie instytucje, by pomóc zapobiec kolejnym oszustwom.

## Podsumowanie

Pig butchering to coraz bardziej popularne oszustwo finansowe, w którym przestępcy wykorzystują manipulację i fałszywe inwestycje, głównie w kryptowaluty. Działając na portalach randkowych i w mediach społecznościowych, zdobywają zaufanie ofiar, by skłonić je do wpłacania pieniędzy, które ostatecznie przepadają. Straty liczone są w miliardach dolarów, a skutki to nie tylko utrata oszczędności, ale też poważne problemy emocjonalne. Dlatego tak ważne jest, by zachować ostrożność, dokładnie sprawdzać inwestycje i edukować się na temat metod działania oszustów, aby nigdy samemu nie

zostać ofiarą takiego oszustwa.

## Przypisy

- i. FAUX Z., New Study Estimates as Much as \$75 Billion in Global Victims' Losses to Pig-Butchering Scam, 2024, <https://time.com/6836703/pig-butchering-scam-victim-loss-money-study-crypto/>, 29.02.2024.
- ii. Pig butchering scam, 2023, [https://en.wikipedia.org/wiki/Pig\\_butchering\\_scam](https://en.wikipedia.org/wiki/Pig_butchering_scam), 03.11.2023.
- iii. HETLER A., Pig butchering scam explained: Everything you need to know, 2025, <https://www.techtarget.com/whatis/feature/Pig-butchering-scam-explained-Everything-you-need-to-know>, 13.01.2025.
- iv. Pig butchering scam, 2023, [https://en.wikipedia.org/wiki/Pig\\_butchering\\_scam](https://en.wikipedia.org/wiki/Pig_butchering_scam), 03.11.2023.
- v. Ibidem.
- vi. Ibidem.
- vii. What is Pig Butchering and How to Spot the Scam, 2024, <https://www.staysafeonline.org/articles/what-is-pig-butchering-and-how-to-spot-the-scam>, 27.09.2024.
- viii. SKORUPKA E., "Pig butchering" – czyli jak nie dać się oszustom na Tinderze - Kanga Exchange, 2024, <https://kanga.exchange/pl/pig-butchering-czyli-jak-nie-dac-sie-oszustom-na-tinderze>, 11.01.2024.
- ix. KLEPACZ P., Pig butchering, czyli kiedy za romans trzeba słono zapłacić (w kryptowalutach), 2024, <https://www.vogue.pl/a/na-czym-polega-pig-butchering-w-aplikacjach-randkowych-czyli-jedno-z-finansowych-oszustw>, 03.07.2024.
- x. SKORUPKA E., "Pig butchering" – czyli jak nie dać się oszustom na Tinderze - Kanga Exchange, 2024, <https://kanga.exchange/pl/pig-butchering-czyli-jak-nie-dac-sie-oszustom-na-tinderze>, 11.01.2024.
- xi. Unmasking Pig-Butchering Scams and Protecting Your Financial Future, Trend Research, <https://www.trendmicro.com/vinfo/us/security/news/cybercrime-and-digital-threats/unmasking-pig-butchering-scams-and-protecting-your-financial-future>
- xii. PODKUL C., What's a Pig Butchering Scam? Here's How to Avoid Falling Victim to One, 2024, <https://www.propublica.org/article/whats-a-pig-butchering-scam-heres-how-to-avoid-falling-victim-to-one>, 19.09.2024.
- xiii. What is Pig Butchering and How to Spot the Scam, 2024, <https://www.staysafeonline.org/articles/what-is-pig-butchering-and-how-to-spot-the-scam>, 27.09.2024.
- xiv. PODKUL C., What's a Pig Butchering Scam? Here's How to Avoid Falling Victim to One, 2024, <https://www.propublica.org/article/whats-a-pig-butchering-scam-heres-how-to-avoid-falling-victim-to-one>, 19.09.2024.
- xv. KLEPACZ P., Pig butchering, czyli kiedy za romans trzeba słono zapłacić (w kryptowalutach), 2024, <https://www.vogue.pl/a/na-czym-polega-pig-butchering-w-aplikacjach-randkowych-czyli-jedno-z-finansowych-oszustw>, 03.07.2024.
- xvi. Decrypting Pig Butchering Scams in the Financial Sector: What They Are and How to Safeguard Against Them, Pinion Global, 2024, <https://www.pinionglobal.com/blog/decrypting-pig-butchering-scams-in-the-financial-sector/>, 25.07.2024
- xvii. Ibidem.
- xviii. HAYES A., Pig Butchering Scams: What They Are, Warning Signs, and How to Avoid Them, Investopedia, 2024, <https://www.investopedia.com/pig-butchering-scams-8605501#toc-real-life-examples-and-impact>, 26.03.2024,
- xix. Statistics of crypto-romance / pig-butchering scam, Global Anti-Scam Org, 2021, <https://www.globalantiscam.org/post/statistics-of-crypto-romance-pig-butchering-scam>, 21.12.2021 (ostatnia aktualizacja: 07.07.2022)
- xx. Ibidem.
- xxi. Ibidem.
- xxii. MANGAN D., Cryptocurrency 'pig butchering' scam wrecks Kansas bank, sends ex-CEO to prison for 24 years, CNBC, 2024, <https://www.cnbc.com/2024/08/21/cryptocurrency-shan-hanes-pig-butchering-scam.html>, 21.08.2024.
- xxiii. HERZLICH T., Ex-bank CEO sentenced to 24 years for embezzling \$47M in crypto scheme, New York Post, 2024, <https://nypost.com/2024/08/22/business/ex-bank-ceo-shan-hanes-sentenced-24-years-for-crypto-scheme/>, 22.08.2024.
- xxiv. MENDOZA M., A courtroom of relief: FBI recovers funds for victims of scammed banker, AP News, 2024, <https://apnews.com/article/scam-cryptocurrency-kansas-savings-recovered-d19d3b5603a1c9e4cc83e31b24d26fcb>,



05.11.2024.

XXV. SEPTON C., How a Man Lost \$1M of Crypto in a Devastating Pig Butchering Scam, CoinMarketCap Academy, 2022, <https://coinmarketcap.com/academy/article/how-a-man-lost-1m-of-crypto-in-a-devastating-pig-butchering-scam>, 11.09.2022.

XXVI. Pig butchering oszustwo, Malwarebytes, <https://www.malwarebytes.com/pl/cybersecurity/basics/pig-butchering-scam>.

## Bibliografia

1. Decrypting Pig Butchering Scams in the Financial Sector: What They Are and How to Safeguard Against Them, Pinion Global, 2024, <https://www.pinionglobal.com/blog/decrypting-pig-butchering-scams-in-the-financial-sector/>, 25.07.2024.

2. FAUX Z., New Study Estimates as Much as \$75 Billion in Global Victims' Losses to Pig-Butchering Scam, 2024, <https://time.com/6836703/pig-butchering-scam-victim-loss-money-study-crypto/>, 29.02.2024.

3. Federal Bureau of Investigation (2022). 2022 Internet Crime Report, [https://www.ic3.gov/AnnualReport/Reports/2022\\_IC3Report.pdf](https://www.ic3.gov/AnnualReport/Reports/2022_IC3Report.pdf).

4. HAYES A., Pig Butchering Scams: What They Are, Warning Signs, and How to Avoid Them, Investopedia, 2024, <https://www.investopedia.com/pig-butchering-scams-8605501#toc-real-life-examples-and-impact>, 26.03.2024.

5. HERZLICH T., Ex-bank CEO sentenced to 24 years for embezzling \$47M in crypto scheme, New York Post, 2024, <https://nypost.com/2024/08/22/business/ex-bank-ceo-shan-hanes-sentenced-24-years-for-crypto-scheme/>, 22.08.2024.

6. HETLER A., Pig butchering scam explained: Everything you need to know, 2025, <https://www.techtarget.com/whatis/feature/Pig-butchering-scam-explained-Everything-you-need-to-know>, 13.01.2025.

7. KLEPACZ P., Pig butchering, czyli kiedy za romans trzeba słono zapłacić (w kryptowalutach), 2024, <https://www.vogue.pl/a/na-czym-polega-pig-butchering-w-aplikacjach-randkowych-czyli-jedno-z-finansowych-oszustw>, 03.07.2024.

8. MENDOZA M., A courtroom of relief: FBI recovers funds for victims of scammed banker, AP News, 2024, <https://apnews.com/article/scam-cryptocurrency-kansas-savings-recovered-d19d3b5603a1c9e4cc83e31b24d26fcb>,

05.11.2024.

9. Pig butchering oszustwo, Malwarebytes, <https://www.malwarebytes.com/pl/cybersecurity/basics/pig-butchering-scam>.

10. Pig butchering scam, 2023, [https://en.wikipedia.org/wiki/Pig\\_butchering\\_scam](https://en.wikipedia.org/wiki/Pig_butchering_scam), 03.11.2023.

11. PODKUL C., What's a Pig Butchering Scam? Here's How to Avoid Falling Victim to One, 2024, <https://www.propublica.org/article/whats-a-pig-butchering-scam-heres-how-to-avoid-falling-victim-to-one>, 19.09.2024.

12. SEPTON C., How a Man Lost \$1M of Crypto in a Devastating Pig Butchering Scam, CoinMarketCap Academy, 2022, <https://coinmarketcap.com/academy/article/how-a-man-lost-1m-of-crypto-in-a-devastating-pig-butchering-scam>, 11.09.2022.

13. SKORUPKA E., "Pig butchering" – czyli jak nie dać się oszustom na Tinderze - Kanga Exchange, 2024, <https://kanga.exchange/pl/pig-butchering-czyli-jak-nie-dac-sie-oszustom-na-tinderze>, 11.01.2024.

14. Statistics of crypto-romance / pig-butchering scam, Global Anti-Scam Org, 2021, <https://www.globalantiscam.org/post/statistics-of-crypto-romance-pig-butchering-scam>, 21.12.2021 (ostatnia aktualizacja: 07.07.2022)

15. Unmasking Pig-Butchering Scams and Protecting Your Financial Future, Trend Research, <https://www.trendmicro.com/vinfo/us/security/news/cybercrime-and-digital-threats/unmasking-pig-butchering-scams-and-protecting-your-financial-future>

16. What is Pig Butchering and How to Spot the Scam, 2024, <https://www.staysafeonline.org/articles/what-is-pig-butchering-and-how-to-spot-the-scam>, 27.09.2024.

Zachęcamy do przeczytania poprzednich edycji:



## Kim jesteśmy? Co robimy?

Jesteśmy jedną z najstarszych organizacji studenckich w Łodzi. Działamy przy Instytucie Finansów na Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym Uniwersytetu Łódzkiego, ale zasięg naszej działalności wykracza daleko poza mury naszej Uczelni – nasze projekty coraz częściej mają zasięg ogólnopolski. Do naszej organizacji w każdym roku należy kilkudziesięciu członków, jednak emocjonalnie związani jesteśmy również z zasłużonymi, byłymi członkami naszej organizacji, zwanymi Alumnami, których liczba zawiera się w setkach.

SKN Progress tworzą ambitni i aktywni ludzie, którzy doskonale rozumieją, że studiowanie nie opiera się tylko na uczeniu teorii, lecz także na zdobywaniu praktycznych umiejętności, na tworzeniu „czegoś” dla siebie i innych. Dlatego realizując projekty od 1993 roku udaje nam się zdobywać cenne doświadczenie już podczas studiów.

To dzięki naszej ciężkiej i systematycznej pracy możecie brać udział w różnych przedsięwzięciach, takich jak: Financial Progress Conference, Progress Accounting Competition, Magazyn Forward, Finance Week, KOMPAS, Akademia Młodych Finansistów.

Z naszej inicjatywy Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny odwiedziło wiele wybitnych postaci naszego życia gospodarczego, ekonomistów i bankowców, którzy właśnie poprzez uczestnictwo w organizowanych przez nas konferencjach, szkoleniach czy debatach mogli podzielić się z Wami swoją wiedzą i praktyką.

