Sława: traktat o pustej chwale i ekonomii uwagi

AUTOR

Fundacja Dobre Państwo

STRESZCZENIE / ABSTRACT

Tekst stanowi pogłębioną analizę zjawiska sławy, postrzeganej jako kluczowa waluta w dobie współczesnej ekonomii uwagi. Przywołując filozofię Leszka Kołakowskiego, autor demaskuje mechanizmy 'próżnej chwały' i wskazuje na istotne różnice między trwałym prestiżem a ulotnym rozgłosem generowanym przez algorytmy. Artykuł bada ewolucję pożądania uwagi – od historycznych czynów Herostratesa po dzisiejszą mikrocelebryckość i pracę aspiracyjną na platformach cyfrowych. To istotny głos w dyskusji o higienie cyfrowej, etyce oraz roli społeczeństwa obywatelskiego w świecie, w którym uwaga stała się towarem, a mechanizmy pamięci zbiorowej bywają instrumentalnie wykorzystywane przez rynek.

This text provides an in-depth analysis of fame, perceived as a key currency in the contemporary attention economy. Drawing on the philosophy of Leszek Kołakowski, the author exposes the mechanisms of 'vainglory' and points to the crucial differences between enduring prestige and the fleeting notoriety generated by algorithms. The article examines the evolution of the desire for attention—from the historical deeds of Herostratus to today's microcelebrity and aspirational work on digital platforms. This is an important contribution to the discussion about digital hygiene, ethics, and the role of civil society in a world where attention has become a commodity, and the mechanisms of collective memory are sometimes instrumentalized by the market.

Artykuł analizuje zjawisko sławy we współczesnym świecie, dekonstruując mity i obnażając mechanizmy, które nią rządzą. Wbrew powszechnemu przekonaniu, sława nie jest nagrodą za moralność czy kompetencje, lecz często efektem medialnej inżynierii i ekonomii uwagi, gdzie skrajności i spektakl górują nad rzetelnością i wartością. Autor, odwołując się do myśli Kołakowskiego, Boorstina i analiz religijnych, kwestionuje warholowską ideę "piętnastu minut sławy" dla każdego, ukazując, że prawdziwa wartość tkwi w prestiżu zbudowanym na

kompetencjach i godności niezależnej od rynku uwagi. Artykuł podkreśla znaczenie transparentności, edukacji medialnej i wspierania kultury zasługi w polityce i życiu społecznym, by uniknąć sytuacji, w której rozpoznawalność zastępuje kompetencje, a państwo staje się sceną dla celebryckiego spektaklu. Kluczowa okazuje się praca w ciszy, budowanie autentycznych relacji i pielęgnowanie dyscypliny lektury.

SŁOWA KLUCZOWE

sława | ekonomia uwagi | Leszek Kołakowski | 15 minut sławy | wydarzenia pozorne | praca aspiracyjna | mikrocelebryckość | próżna chwała | algorytm | prestiż | godność | relacje paraspołeczne | mechanizm pamięci zbiorowej | rynek uwagi | społeczeństwo obywatelskie

Kołakowski: sława jako zaprzeczenie zasługi

Leszek Kołakowski nie rozdaje pocieszeń. Człowiek pożąda sławy nie tylko z powodu pieniędzy i wygody; pragnie jej jak czystego cukru – dla samego, surowego uderzenia w mózg. Herostrates, podpalając świątynię Artemidy, chciał tylko jednego: by jego imię przetrwało wieki. I przetrwało. Moralność nie została nawet zaproszona na to widowisko, a mechanizm pamięci zbiorowej po prostu wykonał swoją pracę. Świadectwo tej transakcji znajdziemy w każdej podręcznej encyklopedii zła: sława może być nagrodą za czyn haniebny, o ile jest wystarczająco spektakularny. Daty są tu bezlitosne: 21 lipca 356 roku p.n.e. to dzień ognia i narodzin rozgłosu. Nie ma tu sprawiedliwości, jest tylko zimna socjotechnika pamięci.

Ten sam Kołakowski z ironią traktuje warholowski bon mot o „piętnastu minutach sławy” dla każdego. Rachunek jest bowiem bezlitosny: gdyby globalna telewizja faktycznie chciała dać każdemu kwadrans na antenie, jej program trwałby około dwustu tysięcy lat. To nie jest obietnica demokracji, to matematyczny absurd i zaprzeczenie samej definicji sławy, która ze swej istoty musi być rzadka. Warhol zgrabnie sformatował mit, ale liczby go demaskują. Historycy sztuki do dziś spierają się, czy formuła z katalogu wystawy w Sztokholmie z 1968 roku była jego autorstwa, co tylko dowodzi, że mity przylegają do nas, bo upraszczają świat. Rachunki – wręcz przeciwnie – komplikują go.

Na koniec Kołakowski robi jeszcze jedno: bierze igłę i przekłuwa balon rzekomej „niesprawiedliwości” w dystrybucji sławy. Sława nie jest bowiem nagrodą moralną i nie ma żadnego powodu, by częściej przypadała w udziale noblistom z fizyki niż aktorom z czerwonego dywanu. W logice świata masowych mediów rozgłos jest w dużej mierze funkcją ekspozycji, a ta z kolei zależy od infrastruktury i zwykłego przypadku. Czy to okrutne? Owszem. Ale czy z tego powodu nieprawdziwe? Absolutnie nie.

Warhol i statystyka: inflacja piętnastu minut sławy

To właśnie Leszek Kołakowski z właściwą sobie ironią sprowadza na ziemię warholowski bon mot o „piętnastu minutach sławy". Matematyka jest tu bezlitosna: gdyby globalna telewizja chciała dać każdemu kwadrans na antenie, transmisja trwałaby około dwustu tysięcy lat. To nie jest obietnica demokracji, lecz jej absurdalne zaprzeczenie – i atak na samą definicję sławy, która z natury jest dobrem rzadkim. Warhol sformatował chwytliwy mit, ale liczby go demaskują. Historycy sztuki przypominają, że formuła pojawiła się w katalogu wystawy w Sztokholmie w 1968 roku, a świadkowie epoki do dziś spierają się o jej autorstwo. Mity uwodzą, bo upraszczają świat; rachunek go komplikuje, ale przez to uwiarygodnia.

Efekt Mateusza: mechanizm kumulacji widzialności

Jeszcze ostrzejszą diagnozę postawił Daniel J. Boorstin, nazywając współczesną gwiazdę „osobą znaną z tego, że jest znana". Cały proces opisał za pomocą kategorii wydarzeń pozornych, w której sława nie jest już dowodem dokonań, lecz precyzyjnym skutkiem inżynierii medialnej. To ważna korekta koncepcji Kołakowskiego: znaczenie ma nie tylko rzadkość, ale i technologia jej fabrykowania.

Boorstin: celebryta jako produkt wydarzeń pozornych

Obietnica Web 2.0 była prosta: każdy miał otrzymać głos. Rzeczywistość, jak analitycznie pokazuje Alice E. Marwick, okazała się bardziej przewrotna. Zamiast demokratyzacji władzy, otrzymaliśmy zinstytucjonalizowany system mikrocelebryckości i autopromocji. Tak narodziła się praca aspiracyjna – aspirational labor – czyli globalny wolontariat, w którym miliony produkują treści pozornie dla siebie, a w rzeczywistości dla platform. Nieliczni konwertują tę pasję na dochód, większość wpada w pętlę mantry „rób to, co kochasz, nawet za darmo". Bilans jest prosty: skromny dochód dla twórcy, wielki kapitał symboliczny dla kogoś innego.

Platformy cyfrowe: instytucjonalizacja pracy aspiracyjnej

Zeynep Tufekci, obserwując sieciowe protesty, formułuje ostrzeżenie: ekonomia uwagi daje potężną moc mobilizacji, ale jest to moc zwodnicza. Spektakl wirtualnie zwielokrotnia tłum, lecz nie buduje kompetencji instytucjonalnych, które są kręgosłupem zmiany. W efekcie ruchy społeczne wystrzeliwują jak fajerwerki i

gasną, nim zdołają przeciąć tkankę prawa. Analogicznie, kariera oparta na „sławie” bywa natychmiastowa i krucha, ponieważ wybiera skrót, omijając doskonalenie rzemiosła.

Ekonomia uwagi paraliżuje oddolne ruchy społeczne

Religie, na długo przed powstaniem akademickiej socjologii sławy, intuicyjnie rozpoznały to samo zjawisko. Miały na nie jednak inną, znacznie mniej neutralną nazwę: próżna chwała. To nie była tylko kwestia moralności, ale precyzyjnej analizy społecznej, która pozostaje aktualna do dziś.

W judaizmie Kohelet stwierdza, że „lepsze jest dobre imię niż wonne olejki”, a Pirke Awot, zbiór etycznych maksym rabinów, ostrzega wprost: „Kto szuka rozgłosu, traci imię”. Nie jest to wyłącznie retoryka skromności, lecz twardy rachunek zysków i strat. Kto goni za splendorem, marnotrawi zasoby – czas i energię – które mógłby zainwestować w doskonalenie rzemiosła dobra. Dobre imię w rozumieniu mędrców to reputacja zbudowana na uczynkach, a nie wzmocniona megafonem.

Chrześcijaństwo wkłada palec prosto w ranę kultu autopromocji. „A Ojciec twój, który widzi w ukryciu, odda tobie” – mówi Jezus w Kazaniu na Górze, zamykając dyskusję o publicznym marketingu pobożności. W tradycji wschodniej Ewagriusz z Pontu klasyfikuje „próżną chwałę” jako jeden z ośmiu logismoi – subtelnych, zatrutych myśli, które rozkładają duszę od środka. To zaskakująco nowoczesna diagnoza: zanim ktoś stanie się influencerem, najpierw zostaje zainfekowany pragnieniem bycia oglądanym.

W islamie istnieje precyzyjne pojęcie riyā’ – ostentacji w dobrych uczynkach – które określa się mianem „małego szirku”, czyli subtelnego bałwochwalstwa polegającego na oddawaniu cząstki czci ludziom zamiast Bogu. Klasycy teologii ostrzegają, że czyn wykonywany „na pokaz” jest moralnie jałowy, nawet jeśli medialnie rezonuje. Dla współczesnego czytelnika to prosta lekcja cyfrowej higieny: publikując cokolwiek, zadaj sobie pytanie, kogo tak naprawdę karmisz – wspólnotę czy własne ego?

Buddyzm z kolei nazywa sławę jednym z „ośmiu światowych wiatrów”, które wieją nieustannie, niosąc pochwałę i naganę. Nie twierdzi, że sława jest zła sama w sobie; uczy natomiast, że uzależnienie od niej zatruwa wewnętrzny spokój. To niemal retoryka antynarkotykowa: nie odstawiaj bodźca, lecz uzależnienie od niego.

Konfucjanizm podchodzi do sprawy systemowo, rozróżniając ming (imię, reputację) od de (cnoty, realnej wartości). Kluczowa staje się tu zasada rectificatio nominum, czyli „naprawy nazw”, która domaga się, by słowa odpowiadały rzeczywistości. Jeśli władca nazywa swoje działania wizerunkowe „służbą dobru wspólnemu”, podczas gdy jest to czysty marketing władzy, powstaje dysonans niszczący państwo. Państwo nie jest sceną. Państwo to mechanizm odpowiedzialności, a ta etyka języka jest dziś szczególnie potrzebna.

Tradycje religijne: przestroga przed próżną chwałą

Sława nie jest walutą o stałym kursie; jej wartość zależy od kulturowej giełdy. W Ameryce talent bywa surowcem do budowy marki, a biografia – kapitałem do spieniężenia. Mit „self-made mana" działa jak moralne rozgrzeszenie: skoro rynek cię namaścił, widocznie jesteś tego wart. W Europie, zwłaszcza w kręgu niemieckim i skandynawskim, działa silniejszy hamulec społeczny. Janteloven, czyli niepisana zasada nakazująca, byś nie sądził, że jesteś kimś wyjątkowym, wraz z etyką mieszczańską każe trzymać sukces w dyskrecji. W Azji Wschodniej reputacja jest zakorzeniona w relacjach; liczy się honor grupy, nie tylko ego jednostki. W kodach latynoskich sława częściej splata się ze scenicznym performansem i ekspresją, w których dostrzega się odwagę bycia sobą, a nie tylko chłodną autopromocję. Oczywiście, internet miesza te porządki, tworząc globalny tygiel. Warto jednak pamiętać: globalne platformy promują te formy sławy, które się klikają, a niekoniecznie te, które budują spójność wspólnoty.

Kulturowe modele sławy: od Zachodu po Daleki Wschód

Jeśli sława jest paliwem, to polityka okazuje się silnikiem, który niebezpiecznie lubi pracować na czerwonym polu. W ostatnich latach debata publiczna stała się areną celebracji samej polityki: rozpoznawalność wypiera kompetencje, a nerwowy rytm mediów społecznościowych zaczyna dyktować kalendarz reform. Właśnie dlatego cenię inicjatywy, które z uporem przypominają, że państwo istnieje dla obywateli, a nie dla niekończącego się performansu.

Fundacja Dobre Państwo przedstawia się jako organizacja na rzecz przejrzystości i dobrego rządzenia, akcentując w swoich działaniach ochronę praw człowieka, własności i godności. Zamiast wielkich wizji proponuje konkret: ograniczenie chaosu w prawie i barier biurokratycznych. Zgłasza w Senacie postulaty porządkujące procesy i przypomina – czasem bardzo dosadnie – o braku kompetencji powtarzających się ekip. To nie jest think tank służący celebracji zmian; to raczej biuro napraw, którego celem są czytelne przepisy i przewidywalne państwo. Wobec kultu sławy jej przesłanie jest jasne: legitymizacja władzy powinna wynikać z jakości instytucji, a nie z liczby polubień i telewizyjnych „setek".

Ma to fundamentalne znaczenie, bowiem polityczna „gloria" wyjątkowo skutecznie przykrywa ubóstwo kompetencyjne. Jeżeli aparat władzy – dowolnej barwy – myli rozpoznawalność z mądrością, zaczyna niszczyć tkankę dobra wspólnego. Dobre państwo nie potrzebuje sławy; potrzebuje sprawności, rzetelności i mechanizmów korekty błędów. To, co w kulturze celebrytów jest atrakcyjną walutą – konflikt interesów, teatralność decyzji, krótkie cykle uwagi – w administracji państwowej okazuje się po prostu zabójcze.

Celebrytyzacja polityki degraduje instytucje państwa

Już w latach 50. XX wieku Horton i Wohl opisali relacje paraspołeczne, czyli specyficzną „intymność na odległość”. Przypomina ona przyjaźń, gdyż posiada własne rytuały, znajome twarze i głosy, lecz brakuje jej fundamentu: wzajemności. Nie jest to patologia, lecz raczej rys naszej epoki. Problem zaczyna się dopiero wtedy, gdy relacje paraspołeczne zastępują realną społeczność. Gdy jednostka woli powierzyć sekrety ekranowi niż drugiemu człowiekowi, świat niebezpiecznie kurczy się do obiektywu kamery. Odpowiedzią nie jest ucieczka z sieci, lecz świadome wejście do wspólnoty: drużyny, koła zainteresowań, chóru czy rady rodziców. Po to właśnie buduje się społeczeństwo obywatelskie – by mieć gdzie wylądować, kiedy aparat sławy wypluwa jednostkę ze swojej gardzieli.

Relacje paraspołeczne niszczą autentyczne więzi

Dlatego ustalmy trzy definicje, które będą powracały przez całą książkę niczym refren. Sława to zinstytucjonalizowana widzialność osoby w przestrzeni publicznej. Prestiż to społecznie uznana jakość działań, weryfikowana przez wspólnoty kompetencji. Godność to nienegocjowalna wartość osoby, całkowicie niezależna od wyników na rynku uwagi. Sława bywa krzykliwa, prestiż – cichy, godność – milcząca. Pomyłki w tej materii bywają kosztowne, zwłaszcza gdy aparat władzy bierze sławę za prestiż, a prestiż za godność i zaczyna handlować rzeczami, które nie podlegają żadnemu handlowi.

Sława vs. prestiż: granice godności w życiu publicznym

Mądra polityka państwowa wobec sławy nie polega na organizowaniu gal, lecz na regulacji rynku uwagi i budowaniu instytucjonalnej odporności. Po stronie państwa leżą co najmniej trzy zadania. Po pierwsze, transparentność i prostota prawa, by rozpoznawalność nie zastępowała kompetencji w awansie publicznym i dystrybucji środków. Po drugie, edukacja medialna, która anatomię sławy i mechanikę algorytmów traktuje z taką samą powagą jak tabliczkę mnożenia. Po trzecie, wspieranie kultury zasługi – nagród i stypendiów opartych na kryteriach merytorycznych, z udziałem ciał eksperckich, a nie na plebiscytach popularności.

Spór nie toczy się o to, czy polityk może być znany – oczywiście, że musi. Pytanie brzmi, czy system nagradza trwałą pracę na rzecz dobra wspólnego, czy jedynie teatr jednego wieczoru. W tym sensie postulaty organizacji takich jak Fundacja Dobre Państwo – dotyczące przejrzystości, przeciwdziałania chaosowi i szacunku dla godności – są dźwignią przeciwko celebrytyzacji instytucji. Nie jest to bowiem jedynie efektowny cytat. To instrukcja obsługi mechanizmu, jakim jest państwo.

Reformy instytucjonalne: tarcza przeciw rządom spektaklu

A jednak nie jest to opowieść skazana na pesymizm. Jej najbardziej wywrotowa teza głosi bowiem, że radość płynąca z bycia lubianym i szanowanym w małym kręgu przyćmiewa splendor stadionu. Nie dlatego, że świat jest z natury wrogi, lecz dlatego, że mały krąg jest autentyczny. Prawda zaś, nawet jeśli skromna, ma wyjątkowo długi oddech.

Wyobraź sobie scenę, na której stoisz, podczas gdy widownia tonie w ciemnościach nocy po awarii internetu. Wiesz jednak, że ktoś tam jest, bo dociera do ciebie szelest kurtki, chrząknięcie, czyjeś zbyt głośne „psst”. Oto prawdziwy test: mówić, nie wiedząc, ilu słucha i patrzy. Sława zaczyna się od nawyku pracy w ciszy. Dopiero potem przychodzą światła. Jeżeli przychodzą.

Skromna radość: rewolucyjna alternatywa dla rozgłosu

Wróćmy na chwilę do algorytmów, bo należy im się sprawiedliwy, choć krótki proces. Algorytm to niewidzialny architekt uwagi; reguła, która decyduje, co zobaczysz, zanim jeszcze zdążysz pomyśleć. Nie jest demonem, lecz narzędziem – tyle że narzędziem, które w praktyce nagradza skrajności, bo to one najskuteczniej trzymają nas przy ekranie. Jeśli karmisz się nimi, najpierw czujesz uderzenie adrenaliny, a potem osiada w tobie cynizm. To choroba dorosłości, która przyszła za wcześnie. Antidotum jest niemal obraźliwie staroświeckie: dyscyplina lektury. Jeden tekst długi na trzy krótkie; jedno źródło spoza twojej bańki na dwa ulubione z wewnątrz; jedna rozmowa na żywo na trzy komentarze w sieci. Wprowadź tę dietę bez manifestów, po prostu działaj. Sława zawsze krzyczy „tu i teraz”, podczas gdy sens spokojnie odpowiada: „sprawdź jutro”.

Edukacja medialna: demitologizacja mechanizmów algorytmu

Wypowiedzmy na głos herezję naszych czasów: wzrost widoczności nie zawsze jest korzystny. Czasem najmądrzejszym ruchem okazuje się strategiczna niewidzialność, która w świecie politycznym nazywa się pracą w komisji, w artystycznym – warsztatem, a w badaniach naukowych – żmudną kwerendą. Taka niewidzialność, o ile nie jest ucieczką ze strachu, bywa najczystszą formą troski o jakość. Sztuka bez warsztatu jest bowiem kuglarstwem, nauka bez kwerendy – retoryką, a polityka bez komisji – zwykłym spektaklem. W kraju, który tak bardzo lubi widowiska, przypominam tę otrzeźwiającą zasadę: państwo nie

jest sceną. Państwo to mechanizm odpowiedzialności. Jeśli chcesz je naprawiać, ucz się instytucji, nie tylko wystąpień.

> W świecie, który krzyczy o uwagę, strategiczna niewidzialność staje się aktem buntu i troski o jakość. Czy w pogoni za sławą nie tracimy z oczu sensu prawdziwego rzemiosła, nauki i polityki? Może nadszedł czas, by zejść ze sceny i w skupieniu naprawiać mechanizm odpowiedzialności, jakim jest państwo, zanim reflektory zgasną na dobre.

Inspiracje

[1] **"Freedom, Fame, Lying, and Betrayal: Essays on Everyday Life"** Leszek Kołakowski

1999 | Westview

Polski filozof i historyk idei, najbardziej znany z krytycznej analizy myśli marksistowskiej. Przed zesłaniem na emigrację był profesorem na Uniwersytecie Warszawskim. Później został członkiem All Souls College w Oksfordzie. Jego najbardziej znanym dziełem jest „Główne nurty marksizmu".

Polish philosopher and historian of ideas, best known for his critical analysis of Marxist thought. He was a professor at Warsaw University before being exiled. He later became a Fellow at All Souls College, Oxford. His notable work is 'Main Currents of Marxism'.

All Souls College, Oxford

Literatura uzupełniająca

Książki

Autorzy przywoływani w artykule:

[1] **"Main Currents of Marxism: Its Rise, Growth, and Dissolution"**

Leszek Kołakowski

1976 | Oxford University Press

[2] **"Modernity on Endless Trial"**

Leszek Kołakowski

1990 | University of Chicago Press

[3] **"The Presence of Myth"**

Leszek Kołakowski

2001 | University of Chicago Press

Literatura pokrewna (Google Scholar):

[4] **"The Philosophy of Andy Warhol (From A to B and Back Again)"**

Andy Warhol

1975 | Harcourt Brace Jovanovich

[5] **"POPism: The Warhol Sixties"**

Andy Warhol, Pat Hackett

1980 | Harcourt Brace Jovanovich

[6] **"Status Update: Celebrity, Publicity and Branding in the Social Media Age"**

Alice E. Marwick

2013 | Yale University Press

[7] **"The Private Is Political: Networked Privacy and Social Media"**

Alice E. Marwick

2023 | Yale University Press

[8] **"Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest"**

Zeynep Tufekci

2017 | Yale University Press

Google Scholar

[9] **"The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business"**

Thomas H. Davenport, John C. Beck

2001 | Harvard Business School Press

[10] **"(Not) Getting Paid to Do What You Love: Gender, Social Media, and Aspirational Work"**

Brooke Erin Duffy

2017 | Yale University Press

[11] **"Ekonomia uwagi. Jak nie przescrollować sobie życia?"**

Joanna Glogaza

2022

[12] **"The Attention Merchants: The Epic Scramble to Get Inside Our Heads"**

Tim Wu

2017

Artykuły naukowe

Autorzy przywoływani:

[1] **"The Economics of Attention"**

George Loewenstein, Zachary Wojtowicz

2025 | Journal of Economic Literature

[2] **"The Attention Economy and the Collapse of Cognitive Autonomy"**

Ruwantissa Abeyratne

2025 | Georgetown Law

Google Scholar

[3] **"Ekonomia uwagi – gospodarczy fundament społeczeństwa informacyjnego widziany oczami sceptyka"**

Bartosz Mika

2016 | Przegląd Socjologiczny

Google Scholar

[4] **"Instafame: Luxury Selfies in the Attention Economy"**

Alice E. Marwick

2015 | Public Culture

Google Scholar

[5] **"False equivalencies: Online activism from left to right"**

Deen Freelon, Alice E. Marwick, Daniel Kreiss

2020 | Science

[6] **"“Not This One”: Social Movements, the Attention Economy, and Microcelebrity Networked Activism"**

Zeynep Tufekci

2013 | American Behavioral Scientist

[7] **"Ten scientific reasons in support of airborne transmission of SARS-CoV-2"**

T Greenhalgh, JL Jimenez, KA Prather, Z Tufekci, D Fisman, R Schooley

2021 | The Lancet

[8] **"Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance"**

Donald Horton, R. Richard Wohl

1956 | Psychiatry

Google Scholar

[9] **"Research trends on parasocial interactions and relationships with media characters. A review of 281 English and German-language studies from 2016 to 2020"**

Nadine Liebers, Holger Schramm

2021 | Frontiers in Communication

Google Scholar

[10] **"Parasocial Interaction and Parasocial Relationship: Conceptual Clarification and a Critical Assessment of Measures"**

Jeremy Dibble, Tilo Hartmann, Stephanie Rosaen

2016 | Human Communication Research

Google Scholar

APA ONE Publishing System

Fundacja Dobre Państwo © 2026

Article ID: e22f7d1c-ca24-4208-8663-d079dfff6df5