

Konrad Oświecimski  
<http://orcid.org/0000-0002-0873-6827>  
Uniwersytet Ignatianum w Krakowie  
[konrad.oswiecimski@ignatianum.edu.pl](mailto:konrad.oswiecimski@ignatianum.edu.pl)  
DOI: 10.35765/pk.2023.430402.38

## Potencjał polskiego lobby w USA

### STRESZCZENIE

W artykule rozważaniu poddano kwestię, czy Polonia mieszkająca w USA jest albo czy może być potencjalnie znaczącą siłą lobbingsową wpływającą na kształt polityki amerykańskiej, głównie w stosunku do kwestii polskich i polonijnych. Rozważanie to oparte jest na analizie fenomenu lobbingu w Stanach Zjednoczonych oraz znaczenia grup interesu, w tym grup o charakterze etnicznym. Na podstawie literatury przedmiotu autor identyfikuje czynniki i okoliczności, które mogą wpływać na potencjalną skuteczność grup interesu w USA, i odnosi je do sytuacji społeczności Amerykanów polskiego pochodzenia.

**SŁOWA KLUCZE:** Polonia amerykańska, lobbying, grupy interesu, grupy etniczne, amerykańska polityka zagraniczna

### ABSTRACT

#### Lobbying Potential of the Polish Americans

In this article the author considers whether the Polish Americans (Polonia) living in the US is, or perhaps can be, a potentially significant lobbying force influencing the shape of American policy, mainly in relation to Polish and Polish-American issues. This consideration is based on an analysis of the phenomenon of lobbying in the United States and the importance of interest groups, including ethnic groups. Basing assumptions on the literature on American interest groups, including ethnic ones, and their lobbying potential, the author identifies factors and circumstances that can affect the potential effectiveness of interest groups in the US and relates them to the situation of the community of Americans of Polish origin.

**KEYWORDS:** Polish Americans, ethnic lobbies, lobbying, interest groups in the US

## Wprowadzenie

Stosunki polsko-amerykańskie, szczególnie widziane z polskiej perspektywy, mają niewątpliwie specyficzny charakter. Pomimo, a paradoksalnie być może właśnie dzięki wielu tysiącom kilometrów dzielącym obydwa kraje USA postrzegane są w Polsce od dawna jako partner, sojusznik, kraj zaprzyjaźniony. Szczególnie istotne wydają się relacje w zakresie zapewniania bezpieczeństwa oraz współpracy wojskowej. Pozytywne postrzeganie Stanów Zjednoczonych wiąże się częściowo z okolicznościami historycznymi, w tym między innymi z faktem, że powstanie niepodległej Polski po 1918 roku łączy się w znacznym stopniu z inicjatywą amerykańskiego prezydenta Woodrowa Wilsona czy też z tym, że upragniony przez znaczną część Polaków żyjących w peerelowskiej rzeczywistości upadek ZSRR był niewątpliwą zasługą stanowczej polityki prowadzonej przez USA w okresie zimnowojennym. Znaczenie USA i jego pozytywne postrzeganie<sup>1</sup> przez znaczną część polskiego społeczeństwa i establiszmentu wiąże się również na pewno z faktem, że Stany Zjednoczone są krajem, w którym mieszka największa polska diaspora na świecie, a większość mieszkańców Polski ma znajomych lub krewnych, którzy w USA mieszkają. Postrzeganie Stanów Zjednoczonych jako bardzo istotnego partnera wiąże się oczywiście z pragnieniem, aby polityka tego partnera była korzystna z punktu widzenia Polski.

To, w jaki sposób kształtuje się amerykańska polityka zagraniczna, zależy od wielu czynników, z których większość ma charakter albo wewnętrzny, albo wiązany bezpośrednio z postrzeganiem przez amerykańskich decydentów amerykańskiego interesu narodowego (McCormick, red., 2017). W przypadku państwa tak potężnego jak USA próby zewnętrznego wpływania na jego politykę zagraniczną mają mniejsze szanse powodzenia, być może z wyjątkiem kilku najbardziej znaczących państw na scenie międzynarodowej, do których Polska się nie zalicza. Coraz większa liczba autorów zajmujących się procesem decyzyjnym w polityce amerykańskiej zwraca jednak uwagę, że, zwłaszcza od zakończenia zimnej wojny (McCormick, 2012, s. 85–86), coraz większe znaczenie w procesie tym mogą mieć mniejszości narodowe i etniczne zamieszkujące Stany Zjednoczone. Opisywane w literaturze przedmiotu przykłady wpływu grup takich jak Kubańczycy, Ormianie, Żydzi (Haney i Vanderbush, 1999; Gregg, 2002; Mearsheimer i Walt, 2007) pokazują, że potencjał dla wpływu grup etnicznych istnieje. Czy w przypadku, gdy przykładowo Kubańczycy lub Żydzi zamieszkujący w USA mogą mieć wpływ na to, jaką politykę USA prowadzą w stosunku do Kuby czy Izraela,

1 Polska jest najlepiej postrzegającym USA krajem na świecie, <https://notesfrompoland.com/2023/06/29/poles-hold-most-favourable-view-of-us-finds-international-study/>

podobnie jest z Polską i Polonią? Czy coś takiego jak polskie lobby w USA istnieje, a jeżeli tak, to czy ma potencjał do skutecznego oddziaływania?

Niniejszy artykuł ma na celu zidentyfikowanie uwarunkowań i okoliczności, które mogą wpływać na potencjał tzw. polskiego lobby. Struktura artykułu została zaprojektowana tak, aby ukazać Polonię amerykańską jako potencjalną siłę lobbingsową w kontekście amerykańskiego systemu politycznego ze szczególnym uwzględnieniem fenomenu wpływu różnego rodzaju grup interesu. Artykuł składa się więc z następujących części: przedstawienie zjawiska występowania grup interesu w Stanach Zjednoczonych i ich umocowanie w systemie reprezentacji; charakterystyka sposobów działania grup interesu ze szczególnym akcentem na działalność lobbingsową bezpośrednią i pośrednią; specyfika lobbingu prowadzonego przez grupy etniczne, zwięzła charakterystyka Polonii amerykańskiej; identyfikacja uwarunkowań mających wpływ na potencjał lobbingsowy.

## Grupy interesu w Stanach Zjednoczonych

Stany Zjednoczone są krajem, w którym zjawisko występowania grup interesu jest szczególnie powszechne i widoczne. Można przyjąć, że grupa interesu to

zrzeszenie jednostek bądź organizacji lub instytucja niebędąca podmiotem władzy publicznej, które na podstawie wewnętrznie podzielanych wartości stara się aktywnie wpływać na kształtowanie polityki publicznej, lecz nie dąży do formalnego sprawowania władzy (Oświecimski, 2012, s. 44–45).

W definicji grupy interesu szczególnie ważne wydaje się podkreślenie aspektu organizacyjnego, a więc tego, że są to struktury formalnie zorganizowane, oraz tego, że aktywnie działają w sferze publicznej. Grupy interesu funkcjonujące w USA są podmiotami bardzo zróżnicowanymi zarówno pod względem rozmiaru, zasięgu terytorialnego, jak i w końcu rodzaju reprezentowanego interesu. Będziemy więc mieli do czynienia z grupami reprezentującymi interesy o charakterze ekonomicznym, jak związki zawodowe czy organizacje reprezentujące pracodawców lub przedsiębiorców, grupami branżowymi jak choćby organizacje rolnicze, medyczne, z grupami konsumenckimi, grupami zabiegającymi o jakies wężiej zdefiniowane cele jak choćby grupy proaborcyjne czy antyaborcyjne, grupy zabiegające o rozszerzenie lub ograniczenie prawa do posiadania broni, grupy feministyczne bądź zabiegające o prawa kobiet czy też grupy reprezentujące wszelakiego rodzaju mniejszości – seksualne, rasowe czy w końcu etniczne (zob. Nownes, 2017, rozdział 1).

W Stanach Zjednoczonych ze względu na specyficzną historię rozwoju państwowości oraz tradycję polityczną uczestnictwo we wszelakiego rodzaju grupach i organizacjach jest wkomponowane w życie codzienne Amerykanów. Jak pisał Tocqueville, Amerykanie „w różnym wieku, o różnych charakterach, żyjący w różnych warunkach ciągle się zrzeszają” (Tocqueville, 2000, s. 489). Specyfika systemu reprezentacji interesów w przypadku USA polega między innymi na tym, że obok reprezentacji opartej na systemie wyborczym, w ramach którego Amerykanie wybierają prezydenta oraz swych reprezentantów do Senatu, Izby Reprezentantów czy legislatur stanowych, funkcjonuje równoległy system, gdzie zabiegają o swoje interesy poprzez aktywność zorganizowanych grup, starających się wpływać na kształt stanowionej i realizowanej polityki. Szacuje się, że tylko na poziomie federalnym w USA funkcjonuje kilkadziesiąt tysięcy podmiotów, które można zaklasyfikować jako grupy interesu, a gdy wliczymy w to również poziomy stanowy i lokalny, będzie to nawet dwieście tysięcy (Nownes, 2023, rozdział 2).

Grupy interesu, reprezentując swych członków i ich interesy, starają się aktywnie wpływać na decyzje podejmowane przez decydentów politycznych. Z tego powodu można stwierdzić, że podstawową, obok zachowywania spójności wewnątrzorganizacyjnej, aktywnością grup interesu jest lobbing. Działalność lobbingową można zdefiniować jako „każdą zamierzoną komunikację mającą na celu wpłynięcie na decyzje jakichkolwiek podmiotów rządowych oraz na perspektywiczne ułatwienie takiego wpływu, dokonywaną poprzez działania bezpośrednie i pośrednie, zgodne z obowiązującym prawem” (Oświecimski, 2012, s. 300). Należy zwrócić uwagę, że mimo iż lobbing jest aktywnością immanentnie wkomponowaną w amerykański system polityczny, jest on negatywnie postrzegany ze względu na to, że w percepcji społecznej stawia interesy wybranych grup ponad interesami ogółu (Holyoke, 2018, s. 3–4).

### Lobbing i zasoby lobbingowe

Lobbing jest działalnością złożoną i wielokanałową, a formy oddziaływania zależą od specyfiki obszaru działania, decydentów politycznych, których się lobbuje, oraz zasobów grupy. Wydaje się jednak, że da się wydzielić trzy zasadnicze taktyki, za pomocą których grupy mogą, przynajmniej w przypadku systemu amerykańskiego, wpływać na polityków – lobbing bezpośredni, lobbing pośredni oraz oddziaływanie poprzez udział w procesie wyborczym.

Lobbing bezpośredni, nazywany również tradycyjnym, zakłada bezpośredni kontakt lobbysty, czyli przedstawiciela grupy, z politykiem. Jest

to forma najstarsza, mająca wielowiekową tradycję, a jej korzeni można się dopatrywać w czasach, gdy rodziły się współczesne systemy oparte na reprezentacji demokratycznej. W ramach tej formy działalności lobbinguowej lobbysta podczas kontaktu z politykiem prezentuje argumenty i informacje, które mają przekonać polityka do stanowiska promowanego przez grupę. Zakładając, że lobbuing jest działalnością zgodną z prawem<sup>2</sup>, skuteczność działalności lobbuingowej zależy od jakości argumentów oraz zdolności przekonywania samego lobbysty czy lobbystów. Profesjonalnie prowadzona działalność lobbuingowa jest kosztowna, gdyż po pierwsze, wymaga zatrudnienia wykwalifikowanych i dobrze opłacanych specjalistów, a po drugie zbieranie dobrej jakościowo informacji jest kosztowne i czasochłonne (Wright, 1996, s. 88). Jeżeli chodzi o lobbystów, to grupy interesu w zależności od zasobów, którymi dysponują, decydują się albo na zatrudnianie lobbystów kontraktowych (Nownes, 2004, s. 162), albo, w przypadku gdy są sobie w stanie na to pozwolić, utrzymywanie własnych etatowych lobbystów. W przypadku kampanii lobbuingowych zakrojonych na dużą skalę grupy często wykorzystują obydwa rodzaje lobbystów, niejednokrotnie wspomagając się jeszcze lobbuingiem prowadzonym przez członków grup. Skala konkretnej kampanii lobbuingowej zależy od wielu czynników, ale najważniejszą zmienną wydaje się liczba polityków, których trzeba przekonać do swych racji. To z kolei wiąże się z wyjściowymi postawami polityków odnośnie do danej kwestii<sup>3</sup> oraz aspektami proceduralnymi, a więc tym, jakie gremium decyduje o danej sprawie. Ogólnie rzecz ujmując, lobbuing bezpośredni zazwyczaj wiąże się z angażowaniem sporych funduszy i z tego względu przewagę wydają się mieć grupy bogatsze.

Drugim, obok lobbuingu bezpośredniego, rodzajem aktywności lobbuingowej jest lobbuing pośredni nazywany również lobbuingiem oddolnym lub w nomenklaturze angielskojęzycznej lobbuingiem *grass-roots*. W odróżnieniu od lobbuingu bezpośredniego decydent polityczny nie jest przekonywany bezpośrednio przez lobbystów reprezentujących daną grupę, ale lobbystów zainspirowanych przez grupę zwykłych obywateli. Podstawą, na której zasadza się potencjalna skuteczność taktyki lobbuingu pośredniego, jest fakt, że politycy wybieralni, a do takich głównie adresowany jest lobbuing, są zależni od swych potencjalnych wyborców. Jest to szczególnie zauważalne w przypadku systemu politycznego USA, w którym i na poziomie stanowym, i na poziomie federalnym głosowanie odbywa się faktycznie na konkretnego kandydata, a nie na partię polityczną. W przypadku

2 Takie założenie jest przyjmowane w literaturze przedmiotu. Łapówkarstwo, przekupstwo są traktowane jako przestępstwa i ewentualne wynaturzenia zjawiska lobbuingu, a nie jego elementy.

3 Mogą być przychylni, przeciwni bądź neutralni wobec danego postulatu.

takiej konstrukcji systemu wyborczego powiązanie kandydata z osobami zamieszkującymi jego okręg wyborczy jest bardzo duże. W interesie polityka wybieranego z danego okręgu wyborczego jest więc realne poznanie preferencji obywateli, a włączenie się ich w akcję lobbingsową stanowi jasny sygnał jakie preferencje, przynajmniej w odniesieniu do jakiejś konkretnej kwestii, mają (zob. więcej: Kollman, 1998). Stosując taktykę lobbingu pośredniego, stratedzy grupy starają się więc przekonać odpowiednią liczbę obywateli, aby ci skontaktowali się z politykami, przekonując do stanowiska grupy. Proces lobbingu pośredniego ma charakter wieloetapowy. Na pierwszym etapie grupy skupiają się na ukształtowaniu opinii publicznej w odniesieniu do danej kwestii, następnie starają się zmobilizować konkretnych obywateli do działania, by na etapie końcowym starać się ułatwić kontakt obywateli z politykami i przekazywanie komunikatu lobbingsowego. Specyfika lobbingu pośredniego, angażującego obywateli i opinię publiczną, sprawia, że jest on strategią, do której wykorzystania bardziej predestynowane są grupy mające naturalne poparcie społeczne albo promujące kwestie popularne wśród opinii publicznej. Przewagę wydają się w tym zakresie mieć grupy o licznym członkostwie albo o dużej potencjalnej bazie członkowskiej oraz grupy zabiegające o interesy określane jako interesy publiczne<sup>4</sup>, a więc grupy postrzegane jako walczące o dobro publiczne, a nie interesy partykularne. Najpopularniejszymi grupami przynależącymi do tej kategorii są chociażby organizacje konsumenckie, organizacje ekologiczne czy grupy zabiegające o jakość procesu politycznego<sup>5</sup>. Trzecim elementem triady lobbingsowej jest angażowanie się grup interesu w proces wyborczy (Herrnson, 2005, s. 25–48). Należy zaznaczyć, że podczas gdy dwie powyżej wspomniane strategie, a więc lobbینگ bezpośredni oraz lobbینگ pośredni, są w znacznej mierze uniwersalne i aplikowalne w większości rozwiniętych krajów demokratycznych, to zaangażowanie grup interesu w proces wyborczy na dużą skalę jest w znacznej mierze specyficzne właśnie dla przypadku amerykańskiego. Wynika to, po pierwsze z faktu, że w USA finansowanie kampanii wyborczych jest oparte prawie wyłącznie na źródłach prywatnych, a po drugie, z tego, że kampanie amerykańskie są niesamowicie kosztowne, i to na każdym poziomie, a tym samym zapotrzebowanie na pieniądź jest bardzo duże. Grupy interesu nie mogą co prawda przekazywać bezpośrednio pieniędzy na konta kandydatów w wyborach, ale mają do dyspozycji bardzo wiele sposobów na to, aby wesprzeć kandydatów finansowo albo, co też jest coraz częściej praktykowane, mogą same prowadzić kampanie za konkretnymi kandydatami lub przeciwko nim. Oprócz zaangażowania *stricte* finansowego

4 Tzw. *public interest groups*.

5 Tzw. *good government organizations*.

grupy interesu mogą włączać się w kampanie wyborcze, pomagając kandydatom poprzez udzielanie wolontariuszy czy też udzielanie formalnego poparcia, co jest szczególnie cenne w przypadku grup cieszących się dużym prestiżem społecznym.

Grupy interesu, prowadząc swoje kampanie lobbingowe, zazwyczaj wykorzystują mixt powyższych trzech strategii (Webb Yackee, 2015), kładąc odpowiedni akcent w zależności od konkretnej kwestii, swych zasobów oraz sytuacji lobbingowej, czyli chociażby występowania konkurencji lub sojuszników w odniesieniu do określonej kwestii. Niemniej jednak o sukcesie grup, zważywszy na specyfikę omówionych aktywności, decydują zazwyczaj zasoby takie jak:

- finanse, a więc budżet, jakim dysponuje grupa, który może przeznaczyć na prowadzenie konkretnych działań lobbingowych oraz związanych z wyborami;
- liczne członkostwo bądź potencjał do pozyskania sprzymierzeńców wśród szerokich grup społecznych oraz odpowiedni rozkład geograficzny członków i sympatyków, co przekuć może się na siłę wyborczą w poszczególnych okręgach wyborczych;
- dobry wizerunek i widoczność publiczna, które umożliwiają zarówno kształtowanie opinii publicznej, jak też dotarcie ze swoim przekazem chociażby do mediów;
- struktura organizacyjna, która pozwala na sprawne zarządzanie działalnością lobbingową oraz kontakty zarówno ze światem politycznym, jak też społeczeństwem.

Jak już wspomniano, różnorodność grup interesu w Stanach Zjednoczonych jest bardzo duża i różne jest ich znaczenie. Należy zaznaczyć, że potencjalny wpływ, jaki grupy mogą mieć, zależy w znacznym stopniu od obszaru polityki, w którym działają, i tak, aby za bardzo się w tym miejscu nie wdawać w szczegóły, znacznie większe oddziaływanie można odnotować w obszarze polityki wewnętrznej niż zagranicznej, w którym to obszarze działają właśnie grupy o podłożu etnicznym, będące przedmiotem niniejszego artykułu.

## Lobby etniczne w Stanach Zjednoczonych

Grupy interesu i różnego rodzaju organizacje oparte na kryteriach etnicznych są w Stanach Zjednoczonych bardzo rozpowszechnione, co wiąże się z tym, że USA są krajem imigranckim, o niezbyt długiej historii, w którym tożsamości etniczne są ciągle żywe. Jeżeli chodzi o funkcjonowanie organizacji etnicznych, to historia sięga wieku XIX, czyli czasu, gdy mieliśmy do czynienia z pierwszymi wielkimi falami imigracyjnymi. Jeżeli

jednak chodzi o funkcjonowanie tych organizacji jako grup interesu, a więc lobby starających się wpływać na proces polityczny, to w porównaniu z innymi kategoriami grup funkcjonujących w USA wpływ ten nie objawił się tak wcześnie i nie był aż tak wyrazisty. Pionierskie, bo przypadające na połowę XIX wieku, w tym zakresie były działania organizacji Fenian Brotherhood, zrzeszającej Amerykanów irlandzkiego pochodzenia czy też po prostu imigrantów irlandzkich, zabiegającej o amerykańskie wsparcie sprawy niepodległości Irlandii (Sommerville, 2008). Aktywność lobbująca organizacji etnicznych zaczęła być naprawdę widoczna dopiero w okresie I wojny światowej. Wtedy to część organizacji etnicznych związanych z krajami Ententy starała się wpłynąć na to, aby USA włączyły się do wojny, a te związane z narodowościami państw centralnych starały się nakłonić rząd USA do trzymania się z dala od europejskiego konfliktu (Smith, 2000, s. 51). W okresie I wojny zauważalna stała się również aktywność grup związanych z narodowościami nieposiadającymi państwowości, co dotyczyło głównie Europy Środkowej oraz Bałkanów. Organizacje etniczne takich narodowości jak Polacy, Czesi, Słowacy, Chorwaci aktywnie próbowały wpłynąć na to, aby w porządku powojennym ich ojczyzny stały się państwami niepodległymi. Jak zauważa DeConde, słynny 13. punkt w planie prezydenta Woodrowa Wilsona, mówiący o powstaniu niepodległej Polski, mógł mieć związek z okresem wyborczym, kiedy to Wilson aktywnie zabiegał o głosy wyborców polskiego pochodzenia (DeConde, 1992, s. 89). W okresie późniejszym, a więc począwszy od lat 20. XX wieku, aktywność etnicznych grup interesu zmalała, co wiązało się z ogólnymi tendencjami i realiami amerykańskiej polityki zagranicznej. W okresie dwudziestolecia międzywojennego Stany Zjednoczone prowadziły politykę izolacjonizmu, co w bezpośredni sposób przekładało się na spadek znaczenia etnicznych lobby. Później, począwszy od początku II wojny światowej USA, zaczęły co prawda bardzo aktywnie działać na arenie międzynarodowej, ale najpierw okres rywalizacji wojennej, a następnie zimnowojennej wpływał na to, że polityka zagraniczna stanowiona była przez wąskie grono decydentów politycznych oraz stanowiła priorytet. W takich realiach bardzo ciężko było jakimkolwiek grupom interesu, w tym grupom etnicznym, wpływać na kształt polityki zagranicznej prowadzonej przez USA (Huntington, 1997, s. 30). Sytuacja zmieniła się z dopiero z końcem okresu zimnowojennego, kiedy po pierwsze zniknęło poczucie zagrożenia, a amerykańska polityka zagraniczna zaczęła być kształtowana w sposób bardziej demokratyczny<sup>6</sup>, a po drugie, po rozpadzie świata dwubiegunowego w wielu miejscach

6 Co przejawiało się zwiększeniem zaangażowania Kongresu. W Kongresie tradycyjnie wpływ interesu jest większy niż w egzekutywie.



globu sytuacja stała się bardzo dynamiczna – w niektórych miejscach zmieniały się ustroje państw, w innych powstawały nowe i konsekwentnie pole do amerykańskiego oddziaływania w procesie porządkowania świata stawało się większe. Wtedy właśnie dostrzeżono wyraźnie zwiększoną aktywność etnicznych grup interesu w Stanach Zjednoczonych, co dotyczyło grup z Europy Środkowo-Wschodniej, Bliskiego Wschodu czy Azji. W okresie tym zaczęło powstawać też znacznie więcej opracowań naukowych dotyczącej tej tematyki (DeConde, 1992; Ambrosio, red., 2002; Davidson, 2009; Garza i Pachon, red., 2000; Domínguez, 2006). Literatura przedmiotu nie jest zgodna co do tego, jaki jest realnie wpływ etnicznych grup interesu na politykę prowadzoną przez USA ani jaki ten wpływ powinien być, niemniej jednak większość autorów identyfikuje przykłady grup, które na tle innych wydają się najskuteczniejsze.

Jako przykład najskuteczniejszego lobby etnicznego w USA wymienia się zazwyczaj lobby żydowskie lub też, jak czasem się je określa, lobby proizraelskie. Na lobby to składa się rozbudowana sieć organizacji reprezentujących społeczność żydowską mieszkającą w Stanach Zjednoczonych, której liczbę szacuje się na 7,6 miliona, czyli 2,4% amerykańskiej populacji ([https://ajpp.brandeis.edu/us\\_jewish\\_population\\_2020](https://ajpp.brandeis.edu/us_jewish_population_2020)). Jeżeli patrzylibyśmy tylko na liczbę ludności, to w porównaniu z innymi grupami Żydzi zamieszkujący USA nie stanowią populacji bardzo znaczącej. Tym, co stanowi jednak o sile lobby żydowskiego, jest charakterystyka tej populacji i przywiązanie do korzeni (<https://www.pewresearch.org/religion/2021/05/11/jewish-americans-in-2020/>). Pomimo że żydowska populacja w USA nie jest bardzo duża, to jednak z politycznego punktu widzenia bardzo znacząca. Po pierwsze, Żydzi amerykańscy są bardzo aktywni wyborczo i uczestniczą w wyborach znacznie częściej niż ogół populacji. Po drugie, geograficzne rozmieszczenie ich populacji w USA powoduje, że są znaczącym elektoratem w głównych okręgach wyborczych. Po trzecie, Żydzi w Stanach Zjednoczonych charakteryzują się ponadprzeciętną skłonnością do zrzeszania się. Tylko na samym stopniu federalnym, ogólnokrajowym organizacji żydowskich jest ponad 400 (Fleshler, 2009, s. 58), a całkowita liczba wszelakiego rodzaju organizacji żydowskich w całym kraju wynosi blisko dziesięć tysięcy (Burstein, 2011). Najsilniejszą i najbardziej znaczącą organizacją o charakterze lobbingsowym jest AIPAC<sup>7</sup>. Jeżeli chodzi o aspekt finansowy, który jest bardzo istotny z punktu widzenia lobbingsowego, to co prawda osoby pochodzenia żydowskiego nie wyróżniają się statystycznie na tle społeczeństwa amerykańskiego znacząco wyższymi dochodami, jednak społeczność ta wykazuje ponadprzeciętną skłonność do przekazywania pieniędzy

---

7 American Israel Public Affairs Committee, <https://www.aipac.org/about>

na cele polityczne. Wśród społeczności tej występuje również bardzo duża liczba osób bogatych, które są dodatkowo bardzo zaangażowane w sprawy istotne dla społeczności żydowskiej i konsekwentnie przekazują bardzo pokaźne sumy na poczet działalności lobbingowej i kampanii wyborczych<sup>8</sup>. Tym, co również charakteryzuje społeczność żydowską, a co bezpośrednio przekuwa się na potencjał lobbingowy, zwłaszcza w wymiarze mobilizacyjnym, jest to, że amerykańscy Żydzi są dumni ze swego pochodzenia, chętnie się do niego przyznają i je akcentują (Portrait of Jewish Americans, 2013).

Jeżeli chodzi o ocenę potencjału etnicznego lobby żydowskiego w USA, to często pojawiają się głosy, że skuteczność ta wynika z faktu, że lobby to, zabiegając o wsparcie USA dla Izraela, działa zgodnie z interesem strategicznym USA, a więc, jak to się potocznie ujmuje – wyważa otwarte drzwi. Faktycznie wydaje się, że obecnie alians z Izraelem będącym znaczącym sojusznikiem we wrogim dla USA regionie Bliskiego Wschodu jest racjonalny strategicznie, ale z drugiej strony można się całkiem logicznie zastanawiać, czy to, że region ten stał się nieprzychylny wobec USA, nie wynika właśnie z tego, że USA w okresie po II wojnie światowej wspierały Izrael w konflikcie z krajami arabskimi?

Kolejnym przykładem grupy etnicznej, którą uznaje się za skuteczną w wymiarze lobbingowym, choć nie na taką skalę jak w przypadku lobby żydowskiego, są Kubańcy mieszkający w USA czy też Amerykanie kubańskiego pochodzenia. W USA mieszka około 2,4 miliona osób pochodzenia kubańskiego (dane na 2021 rok: <https://www.pewresearch.org/hispanic/fact-sheet/u-s-hispanics-facts-on-cuban-origin-latinos/>). Mniej więcej połowa tych osób urodziła się w USA, a połowa na Kubie. Na uwagę zasługuje duża dynamika wzrostu populacji – na przestrzeni ostatnich dwudziestu lat populacja ta podwoiła się, co przekłada się na to, że społeczność ta postrzegana jest jako zyskująca na znaczeniu. W obrębie diaspory kubańskiej da się wyróżnić dwie grupy (Eckstein, 2009, s. 90–105) – pierwsza to przedstawiciele i potomkowie pierwszej fali migracji, czyli osób uciekających w latach 50. i 60. przed reżimem Fidela Castro, natomiast druga to imigranci ekonomiczni z lat 80. i 90. Dokonanie rozróżnienia jest o tyle istotne, że są to grupy różne, jeśli chodzi o charakterystyki socjoekonomiczne, jak też o podejście do kwestii polityki zagranicznej. Przedstawiciele pierwszej grupy są znacznie zamożniejsi, lepiej wyedukowani i bardziej świadomi tożsamości narodowej. Są też zdecydowanie bardziej negatywnie nastawieni do reżimu panującego na Kubie.

---

<sup>8</sup> Tak na przykład podczas kampanii prezydenckiej 1992 roku około 60% pieniędzy przekazanych na kampanię Billa Clintona od indywidualnych darczyńców pochodziło właśnie od społeczności żydowskiej, zob. Uslander, 2007, s. 307.

Politycznie są oni grupą dużo bardziej wpływową, aktywną, a reprezentująca ich organizacja CANF<sup>9</sup> wzorowana na żydowskim AIPAC (Haney i Vanderbush, 2005) jest uważana za jedną z najskuteczniejszych organizacji lobby etnicznego. Jeżeli już wspominamy o nastawieniu amerykańskich Kubańczyków do reżimu panującego na Kubie, to warto wskazać, że jest to jedna z podstawowych różnic pomiędzy lobby kubańskim i żydowskim w USA. Pierwsze lobbowało tradycyjnie rząd amerykański, aby prowadził politykę jak najbardziej wrogą w stosunku do władz ich kraju ojczystego, stąd zabieganie chociażby o embargo, natomiast drugie, żydowskie, lobbuje, aby polityka amerykańska była jak najbardziej przychylna w stosunku do Izraela. Pisząc o potencjale lobby kubańskiego, należy wspomnieć, że obok aspektu organizacyjnego, silnej tożsamości, zamożności bardzo ważny jest też aspekt geograficznego rozmieszczenia populacji. W jeszcze większym stopniu niż w przypadku ludności żydowskiej mamy do czynienia z koncentracją – w tym przypadku głównie na Florydzie. Floryda jest uważana za jeden z najważniejszych stanów, jeśli chodzi o rozstrzygnięcia polityczne i to zarówno prezydenckie, jak i kongresowe, i z tego powodu lobby kubańskie zyskuje na znaczeniu.

Bardzo ciekawym przykładem sprawnie działającego lobby etnicznego jest lobby ormiańskie. Społeczność ormiańska, w zestawieniu z innymi mniejszościami, jest małych rozmiarów. Różne źródła podają liczby od kilkuset tysięcy do miliona. Duża część tej społeczności zamieszkuje Kalifornię, czyli kolejny kluczowy politycznie stan. Tym, co jednak stanowi szczególnie silną siłę ormiańskiego lobby, jest po pierwsze, podobnie jak w przypadku społeczności żydowskiej, funkcjonowanie w sferze publicznej wielu znanych, wpływowych i majątnych Amerykanów ormiańskiego pochodzenia, którzy są skłonni przekazywać duże sumy pieniędzy na poczet kampanii lobbingsowych, oraz, po drugie, co jest na pewno wyróżnikiem lobby ormiańskiego, niezwykle sprawne i rozbudowane jak na tak niedużą społeczność struktury organizacyjne i silne powiązanie społeczności z organizacjami (Gregg, 2002). Należy wspomnieć, że spośród wspomnianych lobby ormiańskie znajduje się w najtrudniejszej, z punktu widzenia osiągania rezultatów, sytuacji. Najważniejszymi kwestiami, w których lobbują organizacje ormiańskie, jest pomoc finansowa dla Armenii, formalne uznanie przez stronę amerykańską, że rzeź dokonana na Ormianach przez Turków w latach 1915–1923 roku była ludobójstwem, zabieganie, aby uniemożliwić Azerbejdżanowi przejście kontroli nad Górskim Karabachem, oraz ogólnie osłabienie relacji amerykańsko-tureckich i amerykańsko-azerskich. Podczas gdy pierwszy punkt nie wzbudza większych kontrowersji i nie występują siły opozycyjne, to w pozostałych przypadkach sytuacja wygląda inaczej. Po

---

9 Cuban American National Foundation. Organizacja powstała w 1981 roku.

pierwsze, mamy do czynienia z lobby przeciwnymi, a więc tureckim i azerskim. W porównaniu z lobby ormiańskim są one jednak słabsze i gorzej zorganizowane. Po drugie jednak, i to ma większe znaczenie, zarówno Turcja, jak i Azerbejdżan są istotnymi partnerami Stanów Zjednoczonych i mają strategicznie większe znaczenie niż Armenia. Oceniając więc efektywność ormiańskiego lobby i patrząc na jego ograniczone, ale jednak sukcesy, należy mieć również na uwadze powyższe.

Podsumowując ustalenia literatury przedmiotu odnośnie do czynników determinujących ewentualny sukces lobbingowy grup etnicznych (Smith, 2000; Haney i Vanderbush, 1999; Paul i Paul, 2009), można przedstawić kilka zmiennych. Po pierwsze, liczebność grupy etnicznej. Sama liczebność stanowi bazę do mobilizacji, a nie jest jeszcze gwarancją siły i pozycji. Pokazują to przykłady dużych liczebnie grup, jak Meksykanie czy Amerykanie niemieckiego lub włoskiego pochodzenia. Po drugie, ważny jest geograficzny rozkład tej populacji. Zdecydowanie większe znaczenie będą miały organizacje reprezentujące grupy etniczne mieszkające w skupiskach, a nie rozproszone. W przypadku koncentracji występuje potencjalnie największe przełożenie na rezultat wyborczy w poszczególnych okręgach i tym samym pojawiają się politycy, którzy w zamian za głosy będą skłonni zostać ich lobbingowymi sprzymierzeńcami. Po trzecie, istotny jest odpowiedni stopień asymilacji grupy w ramach społeczeństwa amerykańskiego. W idealnym przypadku grupa powinna być na tyle zasymilowana, aby móc osiągać sukcesy – jej przedstawiciele będą wpływowymi jednostkami w amerykańskim życiu publicznym, politycznym i gospodarczym, a z drugiej strony proces asymilacji nie może być zbyt daleko posunięty, aby tożsamość etniczna była na równi, a być może nawet silniejsza niż tożsamość amerykańska. Po czwarte, ważne jest, jak aktywni publicznie i społecznie są członkowie danej wspólnoty. Znacząca partycypacja w wyborach, i to zarówno bierna, jak i czynna, uczestnictwo w organizacjach różnego typu, widoczność medialna przedstawicieli danej wspólnoty etnicznej przekłada się na postrzeganie znaczenia tej grupy i konsekwentnie na pozycję reprezentujących ją organizacji lobbingowych. Po piąte, co pokazują chociażby przykłady Żydów i Ormian, niezmiernie istotny jest aspekt organizacyjny, a więc występowanie silnych, licznych organizacji etnicznych mogących zarówno prowadzić działalność *stricte* lobbingową, jak również skutecznie mobilizujących członków danej grupy i kształtujących ich opinie. Sprawnie funkcjonujące organizacje lobbingowe gwarantują również odpowiednią współpracę z innymi grupami interesu działającymi w różnych obszarach oraz tworzenie sojuszy, które są niezmiernie ważne z punktu widzenia osiągania rezultatów. Po szóste w końcu, będziemy mieli do czynienia z grupą czynników, które nie są bezpośrednio związane z charakterystykami grupy,

ale z okolicznościami i sytuacją zewnętrzną. Chodzi tu między innymi o sytuację w kraju pochodzenia i aktualne relacje tego kraju z USA, występowanie grup przeciwnych czy to o charakterze etnicznym, czy też grup z innych obszarów, a mających interesy rozbieżne z daną grupą etniczną, znaczące wydarzenia na świecie i w samym USA<sup>10</sup>, sytuacja gospodarcza.

## Polonia amerykańska

Jeżeli chodzi o Polonię amerykańską, to od zawsze była to grupa zauważalna i to zarówno ze względu na liczebność społeczności, jak również specyfikę i dostrzegalną odmienność. Amerykanie polskiego pochodzenia stanowią w Stanach Zjednoczonych jedną z najliczniejszych niehiszpańskojęzycznych grup etnicznych. Trudno dokładnie oszacować, ile osób polskiego pochodzenia mieszka w USA, a szacunki wahają się od kilku do nawet 25 milionów (Chadubski, 2011, s. 264). Wydaje się, że najbardziej użyteczne są szacunki podawane na podstawie prowadzonego regularnie spisu powszechnego, które opierają się na samoidentyfikacji. Wedle tych szacunków liczba Amerykanów polskiego pochodzenia wynosiła w 2021 roku 8 810 275 (<https://data.census.gov/table/ACS5Y2021.B04006?t=Ancestry>). Stanowi to niecałe 3% populacji Stanów Zjednoczonych. Należy jednak zwrócić uwagę na tendencję niżkową zarówno w liczbach wymiernych, jak też procentowo. Najwięcej Amerykanów polskiego pochodzenia wykazano w spisie 2010 roku – ponad 9,5 miliona. Największy procent populacji USA Polonia stanowiła natomiast w 1990 roku, kiedy to jej liczebność szacowano na 9,3 miliona, ale zważając na to, że liczba ludności w USA wynosiła wtedy ok. 250 milionów, w porównaniu z obecnymi 330 milionami, procentowo było to aż 3,7%. Liczniejsze są populacje Amerykanów niemieckiego, meksykańskiego, irlandzkiego i włoskiego pochodzenia, ale zważając na to, że oprócz Meksykanów pozostałe grupy są w bardzo dużym stopniu zasymilowane, Polonia amerykańska była – w pewnym, choć mniejszym niż kiedyś stopniu – jest zauważalna.

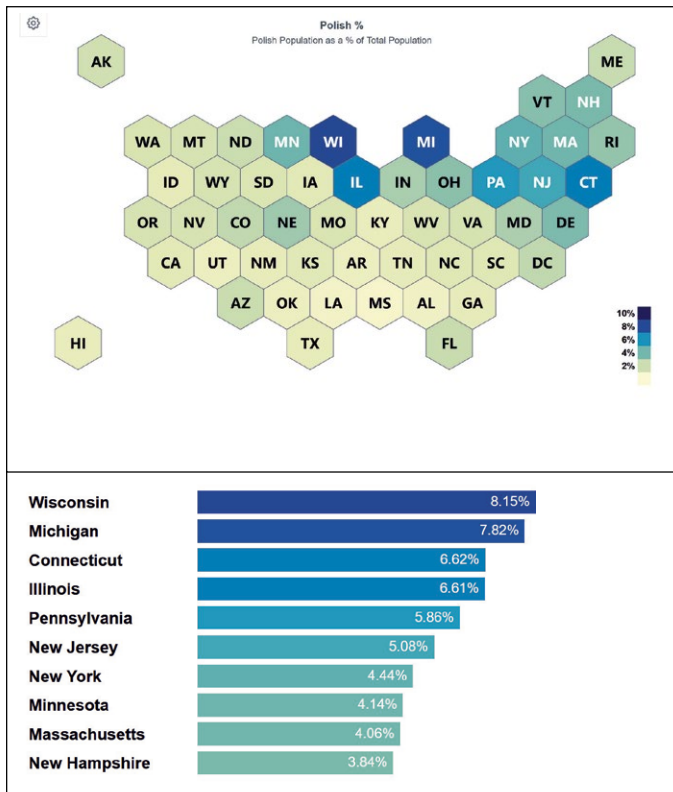
Stopień koncentracji czy też rozproszenia geograficznego Polonii amerykańskiej jest obecnie średni w porównaniu z innymi grupami. Według tzw. *indeksu Ginięgo* Polonia jest bardziej skoncentrowana geograficznie niż Amerykanie niemieckiego, irlandzkiego, greckiego czy włoskiego pochodzenia, ale mniej niż grupy żydowska, kubańska, meksykańska i ormiańska. (Oświecimski, 2014, s. 266). Należy zwrócić uwagę, że Polonia jeszcze do końca lat 70. była w znacznie większym stopniu

---

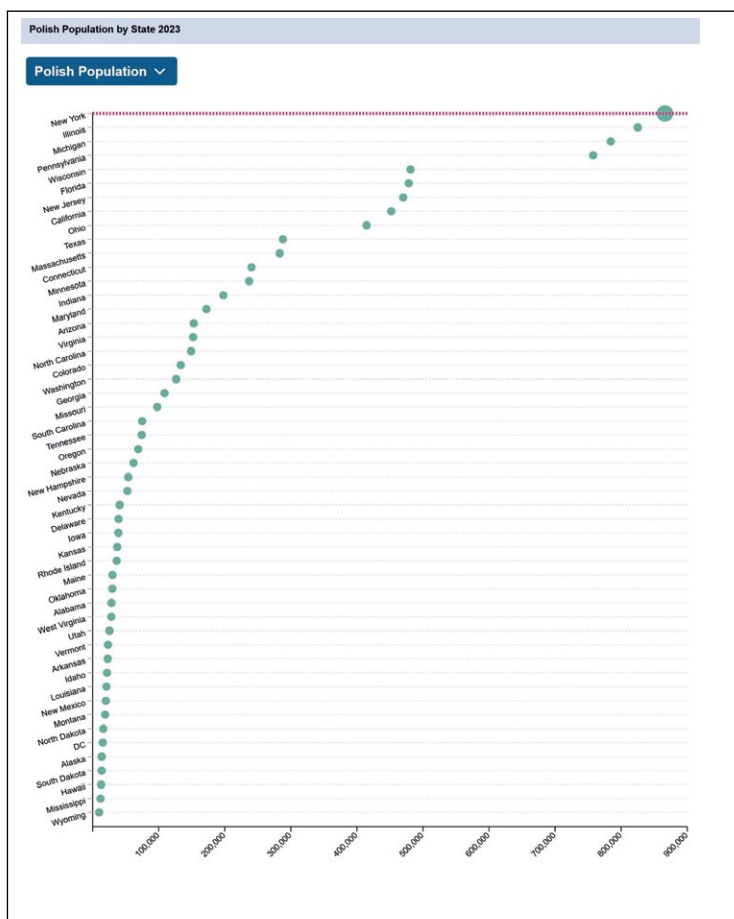
10 Tak chociażby sytuacja grup etnicznych związanych ze światem arabskim bardzo się pogorszyła, głównie wizerunkowo, po zamachach 11 września 2001 roku.

skoncentrowana terytorialnie, a stopniowe rozpraszanie się społeczności postępujące konsekwentnie od lat 80. wiązało się ze wzrostem statusu społecznego i wyprowadzaniem się wielu przedstawicieli Polonii z polskich gett do lepszych dzielnic, głównie na przedmieściach dużych miast (Babiński, 2009, s. 341) bądź do nowych stanów, głównie południowych i zachodnich. Działo się to stosunkowo późno, szczególnie w porównaniu z innymi „starymi” grupami imigranckimi. Gdy patrzymy na rozmieszczenie geograficzne Polonii amerykańskiej, to wyraźnie dostrzec można, że nie jest to rozkład równomierny i da się wyróżnić bardzo duże skupiska.

Zestawienia na podstawie spisu powszechnego 2023, dostępne na stronie <https://world-populationreview.com/state-rankings/polish-population-by-state>



Jeżeli chodzi o liczby wymierne, a nie procentowe jak w przypadku zestawień powyższych, sytuacja przedstawia się nieznacznie inaczej.



Jak widać z powyższych wykresów, najwięcej przedstawicieli Polonii amerykańskiej mieszka w stanach Nowy Jork, Illinois, Michigan i Pensylwania. Procentowo najwięcej jest natomiast Amerykanów polskiego pochodzenia w Wisconsin, Michigan, Connecticut, Illinois. Rozbieżność pomiędzy tymi dwoma zestawieniami wynika oczywiście z faktu, że ogólna populacja tych stanów zasadniczo się różni.

Jeżeli chodzi z kolei o aglomeracje miejskie z największą polonijną populacją, to na pierwszym miejscu znajduje się Chicago-Naperville-Ergin, gdzie mieszka około 860 tysięcy członków Polonii, co stanowi 9% ludności metropolii, Nowy Jork-Newark-Jersey City z prawie 800 tysiącami (3,9% ludności aglomeracji) oraz Detroit-Warren-Deaborn z ponad 400 tysiącami (10,1% ludności aglomeracji) (Stecula, 2022).

Uzupełniając informacje demograficzne, warto również zwrócić uwagę, że spośród tych około 9 milionów Amerykanów przyznających się do polskiego pochodzenia tylko około 400 tysięcy urodziło się w Polsce, a 600 tysięcy posługuje się językiem polskim.

Polonia amerykańska pod względem statusu majątkowego, jak również poziomu wykształcenia lokuje się kilkanaście punktów procentowych powyżej przeciętnej krajowej. Średni dochód gospodarstwa polonijnego wynosi ok. 82 tysiące dolarów<sup>11</sup> rocznie, podczas gdy średnia krajowa wynosi 69 tysięcy dolarów (Spis powszechny 2021, <https://data.census.gov/all?q=Median%20Household%20Income%20by%20detailed%20ancestry&t=-A0:Income%20and%20Poverty>).

Amerykanie pochodzenia polskiego są grupą zróżnicowaną. Wiąże się to poniekąd z historią polskiej emigracji do Stanów Zjednoczonych i z czasem, kiedy imigranci przybyli do Ameryki. W największym skrócie można wymienić trzy główne fale migracji polskiej do USA. Jak podaje Babiński, są to imigracja przed I wojną światową, zwana zarobkową, druga w okresie 1939–1952, zwana wojenną, oraz trzecia z lat 80. XX wieku, zwana solidarnościową (Babiński, 2009, s. 331). Przedstawiciele tych trzech grup, co w znacznej mierze dotyczyło również ich potomków, różnili się od siebie znacznie, jeśli chodzi o status ekonomiczny, wykształcenie oraz przede wszystkim podejście do spraw polskich, czyli kraju ojczystego. Pierwsza, największa liczebnie, fala migracji, miała charakter *stricte* zarobkowy, co istotne, wielu Polaków emigrujących do USA traktowało swoje wychodźstwo tymczasowo. Jak określa to Babiński, była to emigracja intencjonalnie powrotna (Babiński, 2009, s. 332). Przedstawiciele tej fali migracji osiedlali się w dużych skupiskach migracyjnych, które przybierały charakter gett, pracowali głównie jako robotnicy, gdyż zazwyczaj nie posiadali wykształcenia, które pozwalałoby im podejmować prace wymagające wyższych kwalifikacji. Perspektywa tymczasowości powodowała, że rzadko myśleli o awansie społecznym i wykształceniu. W swych skupiskach budowali struktury, które pozwalały im utrzymać i podbudowywać tożsamość (Bukowczyk, 2008, s. 35). Największą rolę w tym zakresie odgrywały polskie parafie, wokół których koncentrowało się życie Polonii amerykańskiej, organizacje polonijne różnego typu, w tym najbardziej znaczące organizacje o charakterze samopomocowym oraz polska prasa. Jak już wspomniano wcześniej, funkcjonowanie w tych w miarę zamkniętych lokalnych społecznościach trwało dosyć długo nawet pomimo stopniowego podnoszenia się statusu społecznego, materialnego i edukacyjnego kolejnych pokoleń migrantów. Druga fala migracji – około 200 tysięcy osób – pojawiła się w okresie II wojny światowej i tuż po niej.

11 Prawie tyle samo co w przypadku społeczności żydowskiej.



Były to osoby, które albo nie chciały, albo nie mogły wracać do Polski rządzonej przez komunistów. Grupa ta była dużo bardziej zróżnicowana niż wcześniejsza. Część osób wpasowywała się w istniejące struktury i skupiska polonijne, lecz część zaczęła osiedlać się w innych, niepolonijnych lokalizacjach. Trzecia fala migracji obejmowała osoby opuszczające Polskę po wprowadzeniu stanu wojennego i zdławieniu „Solidarności”. Przedstawiciele tej fali wyróżniali się znacząco na tle poprzednich grup. Były to osoby zazwyczaj lepiej wykształcone, w sporej mierze przedstawiciele inteligencji, aktywne społecznie i politycznie. Jak pisze Chadubski, w latach 80. doszło do swoistego zderzenia się „starej” i „nowej” społeczności polonijnej.

Nowa emigracja łatwiej adaptowała się i integrowała; zwykle posiadała zadowalające przygotowanie do podjęcia pracy zawodowej. Społeczność ta „przywiozła też ze sobą potrzebę aktywności organizacyjnej” (...). Liderzy „starego” życia polonijnego odnieśli się niechętnie do pozyskiwania do swych organizacji nowych członków, pochodzących z nowej fali wychodźczej (...). Nowi emigranci zaczęli tworzyć alternatywne struktury, grupujące głównie przedstawicieli swej fali wychodźczej. Struktury te okazywały się nietrwałe (Chadubski, 2011, s. 266).

W tamtym okresie dało się dostrzec rozbieżność pomiędzy starą i nową Polonią co do tego, czym powinny być organizacje polonijne. W przypadku starej Polonii, co widoczne było w funkcjonowaniu organizacji mających najdłuższą tradycję, organizacje miały na celu podtrzymywać tożsamość, kulturę oraz pielęgnować historię. W wizji liderów nowej emigracji organizacje miały służyć zmienianiu rzeczywistości i wpływaniu na nią. Nie udało się jednak zbudować organizacji nowego typu, które byłyby w stanie osiągnąć pozycję albo popularność porównywalną do organizacji powstałych w XIX czy pierwszej połowie XX wieku. Pozycja tamtych organizacji wynikała z faktu, że w momencie, kiedy powstawały i rozwijały się, odpowiadały realnie na podstawowe potrzeby milionów imigrantów czujących się w nowym kraju niepewnie i obco. Były to więc organizacje pomagające Polonii ekonomicznie oraz organizacje, które umożliwiały podtrzymywanie kultury, w znacznej mierze związanej z wiarą katolicką. Organizacje te stopniowo, w miarę jak następował proces asymilacji Polonii w ramach społeczeństwa amerykańskiego, traciły na znaczeniu i w zasadzie począwszy od lat 70. mieliśmy do czynienia już nie z rozwojem, ale ze stopniowym zwijaniem się tych organizacji, z nielicznymi wyjątkami.

Pisząc o życiu organizacyjnym Polonii amerykańskiej, na pewno na pierwszy plan, ze względu na historyczne znaczenie, wysuwają się

organizacje powstałe jeszcze w XIX wieku. Największą z nich jest Związek Narodowy Polski (Polish National Alliance). Jest to powstała w 1880 roku organizacja o charakterze samopomocowym, ubezpieczeniowym, która przez lata funkcjonowania stworzyła rozbudowane struktury i swoje własne wpływowe media, jak choćby *Dziennik Związkowy* (Kiper, 2018). Związek Narodowy Polski liczy obecnie, według podawanych przez siebie danych, około 230 tysięcy członków (<https://pna-znp.org/about-us/values-and-history/>). Drugą historycznie istotną organizacją polonijną, która przez długi czas pozostawała w stanie rywalizacji z ZNP, jest Zjednoczenie Polskie Rzymsko-Katolickie w Ameryce (Polish Roman Catholic Union of America) (Babiński, 2009, s. 334). Organizacja powstała w 1873 roku i również miała charakter organizacji samopomocowej i ubezpieczeniowej (<https://www.prcua.org/history/>). Obecnie liczy około 50 tysięcy członków. Znacznie młodszą, ale mającą podobny charakter organizacją jest zakorzeniona w Nowym Jorku, w odróżnieniu od dwóch poprzednich organizacji chicagowskich, Polish & Slavic Federal Credit Union (<https://www.psfcu.com/about-us/history/>). Organizacja ta legitymuje się ponad 100-tysięcznym członkostwem. Liczne członkostwo powyższych organizacji jest pochodną ich specyfiki. Większość osób zostaje członkami nie ze względu na przekonania, ale w oczekiwaniu na konkretne korzyści materialne. Nie są to więc typowe organizacje lobbingsowe, co oczywiście staje się po odwiedzeniu ich stron internetowych<sup>12</sup>, ale przy zaistnieniu odpowiednich okoliczności mogą mieć potencjał, aby takimi się stać. Oprócz organizacji o charakterze ubezpieczeniowym i samopomocowym, wśród których były również organizacje kobiece, powstało na przestrzeni 150-letniej historii polskiej migracji do USA wiele organizacji mających na celu podtrzymywanie tożsamości i kulturę kraju pochodzenia (zob. więcej Dmuchala, 2019). Ciekawym przykładem jest Związek Klubów Polskich – organizacja patronacka zrzeszająca mniejsze kluby reprezentujące emigrantów bądź ich potomków z konkretnych ziem polskich (jak na przykład Klub Przyjaciół Ziemi Ropczyckiej). Organizacja ta skupia się na organizacji wydarzeń mających związek z tożsamością narodową, wśród których można wymienić chociażby słynną Paradę Dnia Konstytucji 3 Maja z towarzyszącym tym obchodom medialnym wydarzeniem, jakim są wybory Królowej Parady. Przykładem organizacji, która na tle innych wydaje się cały czas rozwijać, jest Związek Podhalań w Północnej Ameryce, zrzeszający, podobnie jak w wypadku Związku Klubów Polskich, koła regionalne. ZPPA organizuje regularnie imprezy, pikniki oraz wydarzenia kulturalne związane z utrwalaniem i propagowaniem folkloru i sztuki z regionu Podhala. Tym, co szczególnie zwraca

12 <https://www.prcua.org>; <https://pna-znp.org>; <https://www.psfcu.com>

uwagę w przypadku tej organizacji, jest fakt, że pomimo prawie stuletniej historii odnotowuje ciągły napływ członków z młodych pokoleń. Jest to prawdopodobnie wynik bardzo intensywnie podtrzymywanej tożsamości wśród najmłodszych członków podhalańskiej Polonii (liczne zespoły śpiewu i tańca chociażby), jak i tego, że podhalańska migracja do USA trwa w miarę regularnie, podczas gdy migracja z innych regionów Polski po 2004 roku bardzo znacząco wyhamowała. Oprócz organizacji tradycyjnego typu, których obok wymienionych powyżej jest w USA wiele dziesiątek, należy zwrócić uwagę na organizacje nowego typu, których dobrym przykładem jest Polish American Chamber of Commerce. Ta zakorzeniona w Chicago, sprawnie działająca organizacja ma na celu ułatwienie kontaktów biznesowych, wymianę informacji i wspieranie biznesów osób polskiego pochodzenia. Organizacja ta w znacznym stopniu grupuje osoby z młodszego pokolenia Polonii.

Oprócz organizacji polonijnych o różnym charakterze – kulturalnym, ubezpieczeniowym, edukacyjnym, biznesowym – istnieją również organizacje o charakterze politycznym, które można określić mianem organizacji lobbingsowych. Najbardziej znaną z nich jest założony w 1944 Kongres Polonii Amerykańskiej (Polish American Congress) (Wojdon, 2016; Pienkos, 2009). Organizacja powstała w celu zabiegania o interesy Polski i Polonii amerykańskiej i od początku działa jako organizacja patronacka zrzeszająca obok członków indywidualnych również największe polonijne organizacje, w tym Związek Narodowy Polski, którego przewodniczący jest tradycyjnie również przewodniczącym Kongresu Polonii Amerykańskiej (KPA). KPA obok struktur na poziomie federalnym działa również, opierając się na posiadających bardzo dużą autonomię i dużo bardziej aktywnych strukturach stanowych, które lobbują w sprawach o charakterze bardziej lokalnym. Statutowo działalność KPA, jak również oddziałów lokalnych, koncentruje się na działaniu dwukierunkowym. Po pierwsze, sprawy polskie, a więc działanie na rzecz pomocy Polsce, co historycznie przejawiało się chociażby przez zabieganie o prowadzenie zdecydowanej polityki wobec rządów komunistycznych w peerelowskiej Polsce (z wyłączeniem narzędzia sankcji, które uderzałyby w obywateli w Polsce), o udzielanie pomocy ekonomicznej dla Polski po upadku komunizmu po 1989 roku, zabieganie o włączenie Polski w struktury NATO, zniesienie wiz dla obywateli polskich. Drugim komponentem działalności KPA była próba oddziaływania na polepszenie sytuacji Polonii żyjącej w USA, ze szczególnym naciskiem na kwestie wizerunkowe i edukacyjne. Dobrym przykładem jest tu chociażby skuteczna walka Polonii przeciw zamiarom władz miasta Jersey City dotyczących przesunięcia w inne miejsce memoriału katyńskiego (zob. więcej: <https://time.com/5912853/katyn-monument/>).

Ogólnie w USA istnieje ciągle znacząca liczba organizacji polonijnych działających w różnych obszarach. Należy jednak zwrócić uwagę na tendencję zniżkową. Członkostwo w organizacjach polonijnych, które szczyt osiągało w połowie XX wieku, stopniowo spada. Jest to częściowo konsekwencją asymilacji, a częściowo na pewno niedostosowywania się struktur organizacyjnych do zmieniających się realiów. Wiele z organizacji, atrakcyjnych dla starszego pokolenia, nie było już atrakcyjnymi dla ich dzieci i wnuków.

### Podsumowanie i wnioski

Patrząc na Polonię amerykańską pod kątem potencjału do bycia realną siłą lobbingsową, ocena nie może być jednoznaczna. W świetle literatury dotyczącej oddziaływania grup interesu, jak też bardziej specyficznie etnicznych grup interesu, można uznać, że Polonia amerykańska może posiadać potencjał do stania się skuteczną siłą lobbingsową. Z drugiej jednak strony, w obecnej sytuacji, nie jest ona postrzegana jako skuteczne i zauważalne lobby. Rozmiar grupy społecznej, na której lobby to może bazować, jest imponujący, gdyż prawie 9 milionów osób deklarujących polskie pochodzenie to nawet w skali amerykańskiej dużo. Dodatkowo stopień koncentracji Polonii w kilku stanach sprawia, że jest to grupa dostrzegalna przez polityków. Reprezentanci wybierani z okręgów zlokalizowanych w tych stanach muszą się liczyć ze zdaniem Polonii i w rzeczywistości kilku kongresmanów jest uznawanych za przyjaznych polonijnym interesom. Należy jednak podkreślić, że czymś, co Polonii amerykańskiej nie wychodzi dobrze, i jest to powszechnie obowiązująca opinia wśród samych przedstawicieli Polonii, jest wybieranie polityków o korzeniach polskich, a nie tylko przyjaznych sprawom polskim. Nawet na poziomie lokalnym, chociażby w bardzo polskim Chicago, próżno szukać przykładów prominentnych polityków polskiego pochodzenia. Rozważając kwestię rozmiaru społeczności polonijnej, należy zwrócić uwagę na fakt, że z powodu tego, iż największa fala migracji nastąpiła ponad sto lat temu, bardzo duża część osób o polskich korzeniach jest w znacznym stopniu zasymilowana i nie zna nawet języka polskiego. Jest to znacząca różnica w zestawieniu chociażby z mniejszością kubańską, meksykańską, ormiańską czy indyjską. Fakt, że ogólnie w USA istnieje od dłuższego już czasu swoista „moda” na poszukiwanie swoich korzeni i zagłębianie się kulturę przodków, powoduje, że przy odpowiednim działaniu i zachęcaniu dokonanym przez sprawnie działające organizacje polonijne możliwe stałoby się zintensyfikowanie tożsamości. Jeżeli chodzi natomiast o organizacje polonijne, właśnie tu sytuacja jest problematyczna. Z jednej strony istnieje

ich sporo i obejmują wiele dziedzin życia. Z drugiej strony wyraźnie dostrzec można tendencję spadkową, jeśli chodzi o uczestnictwo w tych organizacjach i, co się z tym wiąże, pewne starzenie się tych organizacji. Powstają oczywiście organizacje adresowane do młodszych pokoleń, jak chociażby studentów polskiego pochodzenia czy tzw. *young professionals*, lecz niewiele z nich jest na tyle trwałych, aby wyrobić sobie szeroką rozpoznawalność. Funkcjonują ciągle organizacje mające swoje korzenie jeszcze w XIX wieku, które tradycyjnie były znaczącym elementem życia polonijnego, lecz pomimo dużej liczby członków, jak w przypadku wspomnianych organizacji zawierających komponent ubezpieczeniowy, nie są one organizacjami charakteryzującymi się intensywną identyfikacją. Istnieją wyjątki, jak chociażby przywoływany już ZPPA. Pewnym ograniczeniem organizacji starego typu jest, co można zaobserwować, analizując prowadzone przez nie strony internetowe i konta społecznościowe, nie do końca optymalne wykorzystanie nowych mediów do komunikacji z młodszym pokoleniem. Szersze i przede wszystkim bardziej intensywne włączenie się Polonii amerykańskiej w życie organizacyjne wydaje się kluczem do budowania skutecznego lobby. Charakterystyki socjoekonomiczne Polonii, jak choćby dochody czy wykształcenie jej przedstawicieli, pozwalałyby na skuteczne oddziaływanie, choć jeżeli chodzi o chociażby o aspekt finansowy, tendencje do bycia darczyńcami na rzecz organizacji czy kampanii wyborczych są mniej zauważalne niż w przypadku innych społeczności o podobnych średnich dochodach jak żydowskiej czy kubańskiej. Zmienić to mogłaby odpowiednia polityka informacyjno-perswazyjna organizacji.

Na koniec warto zwrócić uwagę na jeszcze jeden bardzo istotny fakt, który w potocznym dyskursie, krytykującym zazwyczaj brak skuteczności polskiego lobby, jest pomijany. To, że nie odnotowuje się aktywności tego lobby, nie oznacza, że nie jest ono skuteczne. W przypadku grup lobbyistycznych bardzo istotnym determinantem ich działania, który przekłada się również na ich zdolności do mobilizowania bazy członkowskiej, jest istnienie wyrazistych interesów i spraw, w których można by lobbować. Dobre relacje Polski z USA, dobra ogólna sytuacja Polski, brak zagrożeń i znaczących problemów oraz wyzwania, przynajmniej w oczach zewnętrznego obserwatora, jakim jest przeciętny Amerykanin polskiego pochodzenia, sprawiają, że motywacja do zabiegania o sprawy polskie jest ograniczona. Szczególnie dobrze tę tendencję widać, gdy spojrzymy na ostatni ze wspomnianych komponentów, a mianowicie kwestię zagrożeń. W 2022 roku mieliśmy do czynienia z bardzo znaczącym ożywieniem się struktur polonijnych i aktywizmu Polonii. Miało to bezpośredni związek z pojawieniem się jasno zdefiniowanego zagrożenia dla Polski, jakim była inwazja rosyjska na Ukrainę. W pewnym sensie z podobną sytuacją mieliśmy

do czynienia w latach 90. XX wieku, gdy co prawda nie występowało konkretne zagrożenie, ale pojawiła się jasno zdefiniowana i wyrazista szansa, a mianowicie perspektywa polskiego członkostwa w NATO. W tamtym okresie odnotowano bardzo silną i wyrazistą oraz, co warto zaznaczyć, dosyć dobrze zorganizowaną aktywność Polonii amerykańskiej lobbującej amerykańskie władze (Goldgeier, 1999). Pojawienie się wyrazistych, zarówno pozytywnych, jak i negatywnych, motywatorów wpływa na aktywność grup lobbujących. W tym kontekście należy patrzeć na potencjalną siłę lobbującą Polonii. Oczywiście niezbędnym komponentem, co pokazują przykłady najskuteczniejszych grup etnicznych, jest posiadanie odpowiednich, na co dzień dobrze funkcjonujących, struktur organizacyjnych, które po pierwsze, potrafią odpowiednio szybko zmobilizować członków społeczności, a po drugie, są w stanie kształtować opinie społeczności etnicznej, aby jej członkowie postrzegali określone sprawy jako ważne i wymagające mobilizacji oraz działania. W tym zakresie wydaje się, że organizacje polonijne mają jeszcze miejsce do rozwoju i optymalizacji.

#### BIBLIOGRAFIA

- Ambrosio, T. (red.) (2002). *Ethnic Identity Groups and U.S. Foreign Policy*. Westport: Praeger.
- Babiński, G. (2009). *Polonia w USA na tle przemian amerykańskiej etniczności*. Kraków: AFM.
- Bukowczyk, J.J. (2008). *A History of the Polish Americans*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Burstein, P. (2011). Jewish Nonprofit Organizations in the U.S.: A Preliminary Survey. *Cont Jewry* 31, 129–148.
- Chadubski, A.J. (2011). Wektory przemian życia polonijnego w USA. *Studia Gdańskie* 29, 259–273.
- Davidson, L. (2009). *Foreign Policy Inc.: Privatizing America's National Interest*. Lexington: The University Press of Kentucky.
- DeConde, A. (1992). *Ethnicity, Race, and American Foreign Policy: A History*. New York: Northeastern University Press.
- Dmuchała, J. (2019). Między Starym a Nowym Światem – podobieństwa, różnice, szanse i ograniczenia. *Studia Migracyjne Przegląd Polonijny* 4 (174), 57–76.
- Domínguez, J.I. (2006). *Latinos and U.S. Foreign Policy*. Harvard University Weatherhead Center For International Affairs, Working Paper Series Working Paper Series, no. 06–05. Cambridge, Mass.: Weatherhead Center for International Affairs.

- Eckstein, S.E. (2009). *The Immigrant Divide. How Cuban Americans Changed the US and Their Homeland*. New York: Routledge.
- Fleshler, D. (2009). *Transforming America's Israel Lobby: The Limits of Its Power and the Potential for Change*. Washington D.C.: Potomac Books.
- Garza, R. de la i Pachon, H. (red.) (2000). *Latinos and U.S Foreign Policy: Representing the 'Homeland'*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Goldgeier, J.M. (1999). *Not Whether But When: The U.S. Decision to Enlarge NATO*. Washington D.C: Brookings Institution Press.
- Gregg, H.S. (2002). *Divided They Conquer: The Success of Armenian Ethnic Lobbies in the US, the Rosemary Rogers Working Paper Series*.
- Haney, P.J. i Vanderbush, W. (1999). The Role of Ethnic Groups in U.S. Foreign Policy: The Case of Cuban American National Foundation. *International Studies Quarterly* 43 (2), 341–361.
- Haney, P.J. i Vanderbush, W. (2005). *The Cuban Embargo: The Domestic Politics of an American Foreign Policy*. Pittsburgh: University of Pittsburgh.
- Herrnson, P.S. (2005). Interest Groups and Campaigns: The Electoral Connection. W: P.S. Herrnson, R.G. Shaiko i C. Wilcox (red.), *The Interest Group Connection: Electioneering, Lobbying, and Policymaking in Washington*. Washington D.C.: CQ Press, 25–48.
- Huntington, S.P. (1997). The Erosion of American National Interests. *Foreign Affairs* 76 (5) (Sep. – Oct.), 28–49.
- Kiper, D. (2018). Geneza i kształt Związku Narodowego Polskiego w Ameryce Północnej w pierwszych latach istnienia. *Studia Polonijne* 39, 89–124.
- Kollman, K. (1998). *Outside Lobbying: Public Opinion and Interest Groups Strategies*. Princeton: Princeton University Press.
- McCormick, J. (2012). Ethnic Interest Groups in American Foreign Policy. W: J. McCormick (red.), *The Domestic Sources of American Foreign Policy: Insights and Evidence*. New York: Rowman & Littlefield, 67–87.
- McCormick, J.M. (red.) (2017). *The Domestic Sources of American Foreign Policy*. New York: Rowman & Littlefield.
- Mearsheimer, J.J. i Walt S.M. (2007). *The Israel Lobby and US Foreign Policy*. London: Penguin Books.
- Nownes, A.J. (2023). *Interest Groups in America: Pressure and Power*. London: Routledge.
- Nownes, A.J. (2004). Lobbyists in Washington, D.C. and the American States. W: C.S. Thomas (red.), *Research Guide to U.S. and International Interest Groups*. Westport: Praeger, 160–164.
- Oświecimski, K. (2012). *Grupy interesu i lobbying w amerykańskim systemie politycznym*. Kraków: Wydawnictwo Akademii Ignatianum – Wydawnictwo WAM.
- Oświecimski, K. (2014). *Lobby etniczne a polityka zagraniczna USA. Wybrane przykłady*. Kraków: Wydawnictwo Akademii Ignatianum – Wydawnictwo WAM.

- Pienkos, D. (1984). *PNA: A Centennial History of the Polish National Alliance of the United States of America*. Ann Arbor: University of Michigan East European Monographs.
- Pienkos, D. (2009). The Polish American Congress, Polish Americans, and the Politics of Anti-Communism. W: I. Zake (red.), *Anti-Communist Minorities in the U.S.* New York: Palgrave Macmillan, 25–42.
- Smith, T. (2000). *Foreign Attachments: The Power of Ethnic Groups in the Making of American Foreign Policy*. Cambridge: Harvard University Press.
- Somerville, A. (2008). *Narrative of the Fenian Invasion of Canada*. Charleston: BiblioBazaar.
- Stecula, D. (2022). *Polish Americans Today*. Detroit: Piast Institute.
- Tocqueville, A. (2000). *Democracy in America*. Transl. H.C. Mansfield, D. Winthrop. Chicago: University of Chicago Press.
- Wawrykiewicz, M. (1988). Polonijne organizacje samopomocowe: organizacje etniczne czy ubezpieczeniowe? W: G. Babiński (red.), *Studia nad organizacjami polonijnymi w Ameryce Północnej*. Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich, 63–80.
- Webb Yackee, S. (2015). Invisible (and Visible) Lobbying: The Case of State Regulatory Policymaking. *State Politics and Policy Quarterly* 15 (3), 322–344.
- Wojdon, J. (2015). *White and Red Umbrella. The Polish American Congress in the Cold War Era 1944–1988*. Budapest: HHP.
- Wright, J.R. (1996). *Interest Groups and Congress: Lobbying, Contributions, and Influence*. Upper Sadle River: Allyn and Bacon.

## Netografia

- [https://ajpp.brandeis.edu/us\\_jewish\\_population\\_2020](https://ajpp.brandeis.edu/us_jewish_population_2020) (dostęp 14.01.2023).
- <https://www.pewresearch.org/religion/2021/05/11/jewish-americans-in-2020/> (dostęp: 14.01.2023).
- <https://www.aipac.org/about> (dostęp: 22.01.2023).
- <https://notesfrompoland.com/2023/06/29/poles-hold-most-favourable-view-of-us-finds-international-study/> (dostęp: 19.01.2023).
- <https://www.pewresearch.org/hispanic/fact-sheet/u-s-hispanics-facts-on-cuban-origin-latinos/> (dostęp: 16.01.2023).
- <https://data.census.gov/table/ACSDT5Y2021.B04006?t=Ancestry> (dostęp: 14.01.2023).
- <https://worldpopulationreview.com/state-rankings/polish-population-by-state> (dostęp: 16.01.2023).
- <https://data.census.gov/all?q=Median%20Household%20Income%20by%20detailed%20ancestry&t=-A0:Income%20and%20Poverty> (dostęp: 16.01.2023).
- <https://pna-znp.org/about-us/values-and-history/> (dostęp: 18.01.2023).



<https://www.prcua.org/history/> (dostęp: 22.01.2023).

<https://www.psfcu.com/about-us/history> (dostęp: 24.01.2023).

<https://time.com/5912853/katyn-monument/> (dostęp: 26.01.2023).

**Konrad Oświecimski** – adiunkt w Instytucie Nauk o Polityce i Administracji Uniwersytetu Ignatianum w Krakowie. Jego zainteresowania badawcze oraz dokonania publikacyjne oscylują wokół wpływu politycznego, lobbingu oraz kampanii wyborczych i politycznych, ze szczególnym naciskiem na tematykę amerykańską.

