

Popularyzowanie wiedzy o ubezpieczeniach społecznych przez Zakład Ubezpieczeń Społecznych

W artykule podjęto problematykę popularyzacji wiedzy o ubezpieczeniach społecznych w Polsce, którą jako swoje zadanie ustawowe realizuje Zakład Ubezpieczeń Społecznych. Odniesiono się do definicji 'popularyzacji wiedzy' i przeanalizowano działania Zakładu – ich zakres, grupy docelowe, narzędzia, kanały dotarcia. Opisano także przygotowane przez ZUS projekty edukacyjne dla szkół (gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych¹), włącznie z wynikami ich pilotażu – opiniami uczniów i nauczycieli wskazującymi na konieczność wprowadzenia tej tematyki do programów nauczania w szkołach i na uczelniach w szerszym wymiarze. Pokazano wyzwania dla Zakładu w tym zakresie – wynikające ze skali zadania z jednej, a możliwości tej instytucji z drugiej strony. Podjęto także kwestię szerszego włączenia się instytucji państwa w proces budowy kapitału społecznego i zaufania do instytucji publicznych, jak również edukacji w zakresie odpowiedzialności obywateli za wspólnotę, w której żyją, przede wszystkim w kontekście ubezpieczenia się od ryzyk życiowych i odpowiedzialności indywidualnej za swoją przyszłość. Trzeba bowiem wziąć pod uwagę, że składki na ubezpieczenia społeczne często postrzegane są jako (kolejna) danina na rzecz państwa, a nie jako własne ubezpieczenie, co wskazuje, że w społeczeństwie brakuje wiedzy na temat istoty i zasad funkcjonowania ubezpieczeń społecznych. ZUS, jako jedna z niewielu instytucji, wychodzi temu naprzeciw – prowadzi wiele różnorodnych działań edukacyjnych, a także kompleksowych, tematycznych kampanii informacyjnych.

Słowa kluczowe: edukacja w zakresie ubezpieczeń społecznych, grupy docelowe komunikacji, kampania społeczna, kanały komunikacji, kapitał społeczny, komunikacja społeczna, podstawa programowa nauczania

Otrzymano: 20.05.2017

Zaakceptowano po recenzjach: 25.07.2017

¹ Projekty edukacyjne ZUS mogą być także realizowane po wdrożeniu reformy szkolnictwa – w szkołach podstawowych w klasach VII–VIII oraz w szkołach ponadpodstawowych.

Wprowadzenie

Zakład Ubezpieczeń Społecznych jest największą w Polsce jednostką organizacyjną ubezpieczeń społecznych, obok mniejszych, takich jak Kasa Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego czy systemy emerytalne służb mundurowych, prokuratorów i sędziów. Z *Raportu rocznego ZUS 2016*² wynika, że instytucja ma 25 mln klientów, w tym 2,5 mln to płatnicy składek, 7,4 mln to świadczeniobiorcy, a 15,1 mln – osoby ubezpieczone. Ustawa o systemie ubezpieczeń społecznych³ zobowiązuje ZUS do prowadzenia działań popularyzujących wiedzę o ubezpieczeniach społecznych. Ustawodawca nie doprecyzował jednak zakresu i formy tej popularyzacji. Dość powiedzieć, że nawet komentarz do ustawy nie zawiera szerszej wykładni tego zadania i przytacza jedynie sam zapis w ustawie⁴. Ustawodawca zostawił zatem Zakładowi dość dużą swobodę w tym zakresie.

W *Słowniku języka polskiego*⁵ popularyzację zdefiniowano jako „rozpowszechnianie nauki, sztuki lub wiedzy o czymś wśród szerokich kręgów społeczeństwa”. Rozpowszechnianie wiedzy w zakresie ubezpieczeń społecznych można zatem rozpatrywać w kontekście edukacji w systemach oświaty i szkolnictwa wyższego oraz poza nimi, w ramach szeroko pojętej komunikacji społecznej i docierania z informacją do obecnych i przyszłych klientów Zakładu współcześnie dostępnymi kanałami komunikacji. Zakład podejmuje i realizuje wiele działań edukacyjnych i informacyjnych⁶. Mierzy się jednak z kilkoma wyzwaniami w tym zakresie – przede wszystkim dużą liczbą klientów, wieloletnimi i nawarstwiającymi się zaległościami w edukacji o ubezpieczeniach społecznych w systemie szkolnictwa przy jednoczesnej dość marginalnej obecności tego zagadnienia w podstawie programowej nauczania, a także koniecznością pogodzenia obowiązku popularyzacji z podstawowymi zadaniami wynikającymi z ustawy systemowej. W związku z tym rodzi się pytanie, czy Zakład jest w stanie sprostać zadaniu edukacji społeczeństwa w zakresie ubezpieczeń społecznych. Bez wątpienia wzmoczenie aktywności w tym obszarze jest niezbędne – wyniki najnowszych badań⁷ zleconych przez ZUS pokazują, że wiedza Polaków na temat ubezpieczeń społecznych jest bardzo skromna. Respondenci nie potrafili wyjaśnić, po co opłacane są składki, kto jest objęty systemem, nie wiedzieli, jakie są ich prawa ani jakie skutki wywołuje pozostawanie poza systemem. Ów stan wiedzy potwierdzają także postulaty zgłaszane w trakcie debat w ramach przeprowadzonego przez

2 *Raport roczny ZUS 2016*, Warszawa 2017.

3 Art. 68 ust.1 pkt 8 Ustawy o systemie ubezpieczeń społecznych z 13 października 1998 roku (Dz.U. nr 137, poz. 887).

4 *Ustawa o systemie ubezpieczeń społecznych. Komentarz*, red. B. Gudowska, J. Strusińska-Zukowska, Warszawa 2011, s. 704.

5 *Popularyzacja* [w:] *Słownik języka polskiego PWN* [online], <http://sjp.pwn.pl/sjp/popularyzacja;2572116.html> (6.06.2017).

6 Zob. więcej o działaniach edukacyjnych ZUS: B. Owsiak, *Budowanie świadomości obywatelskiej w dziedzinie ubezpieczeń społecznych*, „Ubezpieczenia Społeczne. Teoria i praktyka” 2014, nr 2 (119), s. 2–6; M. Pogonowski, *Działania edukacyjne ZUS w kontekście stanu wiedzy o ubezpieczeniach społecznych*, „Ubezpieczenia Społeczne. Teoria i praktyka” 2014, nr 2 (119), s. 7–13; M. Pogonowski, *Edukacyjne i informacyjne aspekty działalności Zakładu Ubezpieczeń Społecznych. Prawne podstawy i społeczne wymogi* [w:] *Ubezpieczenia społeczne w procesie zmian. 80 lat Zakładu Ubezpieczeń Społecznych*, Warszawa 2014, s. 341–358.

7 *Wiedza i postawy wobec ubezpieczeń społecznych. Raport z badań*, Warszawa 2016.

ZUS w 2016 r. przeglądu systemu emerytalnego. Większość uczestników sygnalizowała, że Polacy w bardzo niewielkim stopniu zdają sobie sprawę z tego, czym są ubezpieczenia społeczne oraz czym skutkować może decyzja o wykluczeniu się z tych ubezpieczeń. Brak podstawowej wiedzy generuje z kolei negatywne postawy Polaków wobec powszechności i obowiązku opłacania składek. Sytuacja ta jest szkodliwa dla bezpieczeństwa socjalnego i materialnego samych zainteresowanych, a „lekceważenie ryzyka starości przez większość kariery zawodowej w momencie odejścia z rynku pracy na tzw. zasłużony odpoczynek może przynieść wiele rozczarowań, spowodowanych między innymi niską wartością świadczenia emerytalnego, a może nawet brakiem prawa do emerytury i koniecznością korzystania z usług pomocy społecznej”⁸.

W trakcie debat wspomnianego przeglądu systemu emerytalnego eksperci, naukowcy i strona społeczna zgłaszali konieczność wprowadzenia zagadnień związanych z ubezpieczeniami społecznymi jako obowiązkowych do szkół ponadgimnazjalnych. Taka rekomendacja znalazła się także w *Białej księdze. Przeglądzie emerytalnym*⁹. Sam ZUS kilkakrotnie wnioskował do Ministerstwa Edukacji Narodowej o uwzględnienie tematyki ubezpieczeń społecznych w szerszym wymiarze i w szerszym kontekście w podstawach programowych nauczania dla szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych oraz – w związku z reformą szkolnictwa – w szkołach podstawowych i ponadpodstawowych. Już niebawem okaże się, czy skutecznie.

Efektom badania *Wiedza i postawy wobec ubezpieczeń społecznych*¹⁰ przeprowadzonego przez Instytut Spraw Publicznych również była konkluzja, że ubezpieczenia społeczne wymagają długofalowej ogólnopolskiej kampanii społecznej mającej na celu zmianę postaw. Taka kampania powinna być koniecznie realizowana przy wsparciu innych instytucji państwa, bo sam ZUS ma dużo mniejsze możliwości. Odpowiadając zatem na postawione w tym akapicie pytanie, zaryzykuję tezę, że bez zmiany podejścia do ubezpieczeń społecznych w instytucjach państwa odpowiedzialnych m.in. za edukację i szkolnictwo, bez ich szerszego zaangażowania się w proces edukacji i popularyzacji tematyki ubezpieczeń społecznych, mimo opisanych w dalszej części tekstu wysiłków i starań Zakładu, wiedza i postawy Polaków również niewiele się zmienią.

Jak zauważa R. Marczak: „świadomość w sferze ubezpieczeń społecznych w sposób szczególny odwołuje się do koncepcji społeczeństwa informacyjnego. Można pokusić się o stwierdzenie, że sprawnie funkcjonujący system ubezpieczeń społecznych, a tym samym emerytalny, opiera się nie tylko na fundamencie dobrze zorganizowanego prawnie, finansowo i instytucjonalnie państwa, ale także społeczeństwa, które rozumie zachodzące w nim procesy oraz jest świadome występujących zagrożeń i ich następstw”¹¹. Podobną konkluzję wysuwa M. Pogonowski: „Sfera ubezpieczeń społecznych w kontekście procesów zachodzących we współczesnej Europie wymaga dialogu społecznego, a tylko wyedukowany obywatel może być partnerem w dyskusji. [...] Warunkiem niezbędnym

8 R. Marczak, *Wiedza Polaków o systemie emerytalnym. Wyniki badań empirycznych*, [w:] *Polityka społeczna*, „Przegląd emerytalny 2016. Bezpieczeństwo dzięki odpowiedzialności” 2016, nr 1 (tematyczny), Warszawa 2016, s. 29.

9 *Biała księga. Przegląd emerytalny. Bezpieczeństwo dzięki odpowiedzialności*, 2016.

10 *Wiedza i postawy wobec ubezpieczeń społecznych. Raport z badań*, op. cit.

11 R. Marczak, op. cit., s. 35–36.

dialogu jest posiadanie określonego, choćby minimalnego poziomu wiedzy. Bez tego dyskusja nie będzie merytoryczna, a nawet nie będzie możliwa¹².

Warto podkreślić jeszcze jeden aspekt edukacji w zakresie ubezpieczeń społecznych. Zrozumienie ich istoty i zasad funkcjonowania, tj. obowiązkowości i powszechności, bazowania na zasadzie solidarności społecznej i umowy międzypokoleniowej oraz faktu, że dzięki istnieniu wspólnoty ubezpieczonych są one metodą wspólnego dzielenia ryzyka i rozłożenia kosztów następstw określonych zdarzeń, przyczynia się do budowy kapitału społecznego. Jak pisze R. Putnam: „Tak jak i inne postaci kapitału, kapitał społeczny jest produktywny, umożliwia bowiem osiągnięcie pewnych celów, których nie dałoby się osiągnąć, gdyby go zabrakło [...] Na przykład grupa, której członkowie wykazują, że są godni zaufania i ufają innym, będzie w stanie osiągnąć znacznie więcej niż porównywalna grupa, w której brak jest zaufania [...] We wspólnocie rolników [...], w której rolnikowi inni pomagają ułożyć w stogach siano i gdzie narzędzia są powszechnie pożyczane, kapitał społeczny pozwala każdemu z farmerów na wykonywanie swojej pracy z mniejszym nakładem kapitału fizycznego w formie narzędzi i wyposażenia. Spontaniczna współpraca jest łatwiejsza dzięki społecznemu kapitałowi¹³. Tego kapitału społecznego niestety w Polsce brakuje¹⁴, dlatego powstała *Strategia rozwoju kapitału społecznego 2020*, która przewiduje, iż „podejmowane działania powinny przyczyniać się do wzrostu wzajemnego zaufania Polaków i sprzyjać poprawie zaufania do instytucji i organów państwa. Ważnym elementem inicjowanych zmian powinno być wzmocnienie gotowości Polaków do działania na rzecz dobra wspólnego¹⁵”.

Jak ZUS wywiązuje się z ustawowego obowiązku popularyzacji wiedzy o ubezpieczeniach społecznych

Podstawy prawne działalności edukacyjnej ZUS

Działania informacyjno-edukacyjne podejmowane przez ZUS mają swoje umocowanie we wspomnianej już ustawie o systemie ubezpieczeń społecznych. Podstawowym wewnętrznym dokumentem regulującym bardziej szczegółowo działalność edukacyjną Zakładu jest

12 M. Pogonowski, *Edukacyjne i informacyjne aspekty działalności Zakładu Ubezpieczeń Społecznych. Prawne podstawy i społeczne wymogi*, op. cit., s. 356.

13 R. Putnam, R. Leonardi, R.Y. Nanetti, *Demokracja w działaniu: tradycje obywatelskie we współczesnych Włoszech*, Kraków, Warszawa 1995, s. 258.

14 „Dane ze Światowego Sondażu Wartości są jednoznaczne. Jesteśmy wśród państw rozwiniętych na szarym końcu pod względem zaufania do instytucji publicznych – parlamentu, rządu i sądów”, D. Sześciło, *Państwo chłopcem do bicia*, „Instytut Idei” 2015, nr 8, s. 12.

15 Uchwała nr 61 Rady Ministrów z dnia 26 marca 2013 r. w sprawie przyjęcia „Strategii Rozwoju Kapitału Społecznego 2020” (M.P. poz. 378).

*Strategia rozwoju Zakładu Ubezpieczeń Społecznych na lata 2016–2020*¹⁶. W dokumencie tym w Zrównoważonej Karcie Wyników w perspektywie klienta i innych interesariuszy umieszczony został cel strategiczny K3: Usprawnienie systemu komunikacji zewnętrznej i polityki informacyjnej. Zostały także określone cele szczegółowe wraz z miernikami:

Cel szczegółowy	Mierniki	
	Poziom bazowy na koniec 2014 r.	Poziom docelowy na koniec 2020 r.
K3.2 Wskaźnik działalności szkoleniowej w szkołach gimnazjalnych	0%	≥5%
K3.3 Wskaźnik działalności szkoleniowej w szkołach ponadgimnazjalnych	8%	≥8%

Mierniki te wskazują, jaki odsetek spośród wszystkich szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych uczestniczy w projektach edukacyjnych ZUS.

Kolejnym dokumentem porządkującym działalność edukacyjną ZUS była *Polityka informacyjno-promocyjna Zakładu Ubezpieczeń Społecznych*¹⁷. Dookreślał on i wyznaczył ramy aktywności komunikacyjnej i edukacyjnej ZUS. Jego założenia i rozwinięcie powstały na bazie analizy doświadczeń oddziałów ZUS w zakresie działalności komunikacyjnej i edukacyjnej, jak również na podstawie danych empirycznych (dostępne teksty naukowe, badania zaufania i oceny działalności ZUS). Co istotne, w dokumencie określono grupy docelowe działań komunikacyjnych ZUS. Odbiorców podzielono w następujący sposób:

- 1) ze względu na relacje z ZUS:
 - a) klienci ZUS – płatnicy składek (duże korporacje, strategiczni płatnicy; MSP – małe i średnie przedsiębiorstwa, mikroprzedsiębiorcy), ubezpieczeni, świadczeniobiorcy,
 - b) księgowi, pracownicy kadr,
 - c) lekarze upoważnieni do wystawiania zaświadczeń lekarskich,
 - d) przedstawiciele instytucji współpracujących z ZUS,
 - e) społeczności lokalne;
- 2) ze względu na rolę opiniotwórczą:
 - a) liderzy opinii specjalizujący się w tematyce ubezpieczeń społecznych (dziennikarze, eksperci, naukowcy, politycy, urzędnicy),
 - b) otoczenie regulacyjne,
 - c) organizacje pracodawców,
 - d) liderzy opinii niespecializujący się w tematyce ubezpieczeń społecznych (dziennikarze, naukowcy, urzędnicy, politycy, posłowie, samorządowcy),

¹⁶ *Strategia Zakładu Ubezpieczeń Społecznych na lata 2016–2020* przyjęta została uchwałą nr 54 Zarządu Zakładu Ubezpieczeń Społecznych z 15 grudnia 2015 r.

¹⁷ *Polityka informacyjno-promocyjna Zakładu Ubezpieczeń Społecznych* została uchylona Zarządzeniem nr 24 Prezesa Zakładu Ubezpieczeń Społecznych z dnia 31 marca 2017 r. w sprawie „Modelu zarządzania procesowego” i w związku z przyjęciem przez Zarząd *Strategii komunikacji ZUS na lata 2016–2020*.

- e) przedstawiciele uczelni wyższych,
 - f) think tanki,
 - g) środowiska międzynarodowe,
 - h) nauczyciele;
- 3) ze względu na szczególną potrzebę kształtowania świadomości ubezpieczeniowej:
- a) młodzież szkolna, studenci,
 - b) nauczyciele,
 - c) osoby dorosłe nieubezpieczone w ZUS, czyli osoby bezrobotne i pozostające w szarej strefie,
 - d) przyszli przedsiębiorcy;
- 4) ze względu na znaczenie dla instytucji – klienci wewnętrzni:
- a) obecni, byli i przyszli pracownicy Zakładu,
 - b) kadra menedżerska ZUS,
 - c) Rada Nadzorcza,
 - d) stażyści i praktykanci,
 - e) lekarze orzecznicy,
 - f) przedstawiciele związków zawodowych.

Na bazie *Polityki* Zakład realizował swoją działalność informacyjno-edukacyjną z uwzględnieniem potrzeb informacyjnych, poziomu wiedzy, doświadczeń na polu ubezpieczeń społecznych tak zdefiniowanych i bardzo różnorodnych grup. Powyższa specyfikacja pozwala też od razu zauważyć, że Zakład musiał przygotować się do komunikacji i edukacji w systemach powszechnej edukacji i szkolnictwa wyższego oraz z grupami, które te systemy opuściły. Ten podział wyznaczył dwa nurty działalności ZUS:

- edukację o ubezpieczeniach w systemach szkolnym i uczelnianym,
- edukację o ubezpieczeniach skierowaną do pozostałych grup społeczeństwa.

Rozwinięciem *Strategii komunikacji ZUS na lata 2016–2020* stała się kompleksowa *Strategia komunikacji ZUS 2016–2020*¹⁸. Strategia rozszerza i doprecyzowuje kierunki działalności Zakładu w obszarze informacji, komunikacji, edukacji oraz uwzględnia kompleksowe podejście do komunikacji z grupami docelowymi. W obszarze komunikacji zewnętrznej strategia formułuje trzy cele szczegółowe:

1. Wzmocnienie wizerunku ZUS jako partnera w ubezpieczeniach społecznych;
2. Zmiana postaw obywatelskich wobec systemu ubezpieczeń społecznych;
3. Zwiększenie skali aktywności medialnej oraz wzmocnienie antycypowania przekazów medialnych.

Tabela 1 pokazuje mierniki tych celów.

Zasadniczym celem edukacji prowadzonej przez ZUS jest to, by jej odbiorcy poznali reguły funkcjonowania systemu ubezpieczeń społecznych oraz zrozumieli jego istotę. Taka bazowa wiedza pozwala bowiem rozumieć również przesłanki i sens zachodzących w nim zmian. Jak zauważa A. Sobczyk: „znacząca część przepisów ubezpieczeniowych powiązana jest z wydolnością budżetu państwa, stopniem bezrobocia, trendami

¹⁸ *Strategia komunikacji ZUS na lata 2016–2020* została przyjęta Uchwałą nr 49 Zarządu Zakładu z 5 grudnia 2016 r.

Tabela 1. Cele, mierniki i ich wartości bazowe oraz docelowe

Cel strategii komunikacji ZUS	Miernik	Wartość bazowa	Wartość docelowa
1. Wzmocnienie wizerunku ZUS jako partnera w ubezpieczeniach społecznych	Wskaźnik reputacji ZUS wśród liderów opinii*	51%	± 15% odchylenia od poziomu bazowego
	Odsetek ankietowanych nie wskazujących zaufania do ZUS w wybranych grupach docelowych (diagnoza społeczna)	mężczyźni: 46,2% 25-34 lata: 51,2% 35-44 lata: 51,9% wyższe i policealne: 52,5% górny kwartył dochodowy: 50,6% Prywatni przedsiębiorcy: 60%	spadek o 10% wartości bazowej
	Odsetek ankietowanych wykazujących emocje sympatii wobec ZUS w badaniu liderów opinii	11%	wzrost o co najmniej 10% wartości bazowej
	Liczba odwiedzin strony internetowej ZUS*	618 400	≥ 700 000
	Wskaźnik ogólnej oceny materiałów informacyjnych ZUS*	4,1	4,5
	Liczba spotkań w ramach Dni Poradnictwa*	54	≥ 43
	2. Zmiana postaw obywatelskich wobec systemu ubezpieczeń społecznych	Średni odsetek pozytywnych odpowiedzi w badaniu rozpoznawania funkcjonalności ZUS (badanie liderów opinii)	79,7% w 2016 r.
Odsetek badanych o niskiej wiedzy z zakresu ubezpieczeń społecznych (badanie wiedzy i postaw wobec ubezpiec. społ.)		60% w 2016 r.	spadek o co najmniej 10% wartości bazowej
Procentowy udział szkół w danym typie objętych współpracą edukacyjną*		0% gimnazja 8% ponadgimnazjalne	≥ 5% ≥ 8%
3. Zwiększenie skali aktywności medialnej oraz wzmocnienie antycypowania przekazów medialnych	Liczba zainicjowanych materiałów prasowych (średnia miesięczna na rzecznika wojewódzkiego)	36 (lipiec 2016 r.)	wzrost o co najmniej 10% wartości bazowej

* Wskaźniki i wartości ze Strategii Zakładu Ubezpieczeń Społecznych na lata 2016–2020 – wartości bazowe zdefiniowane dla 2014 r., docelowe na 2020 r.

demograficznymi¹⁹. Dlatego odbiorca, który rozumie, jak funkcjonuje system, ma podstawy do przyjmowania zmian przepisów bądź niezgadzania się z nimi. I ten cel edukacyjny, poza praktyczną wiedzą umożliwiającą świadome podejmowanie decyzji, należałoby wskazać jako leżący u podstaw działalności edukacyjnej ZUS.

Czy Polakom potrzebna jest edukacja o ubezpieczeniach społecznych? Zakres merytoryczny aktywności edukacyjnej ZUS

Zakład Ubezpieczeń Społecznych dostrzega, że niezbędne jest podnoszenie świadomości ubezpieczeniowej, skłanianie do przezorności i zapobiegliwości przejawiających się w szukaniu dodatkowych form ubezpieczenia i wykształcaniu nawyku systematycznego planowania swojej przyszłości, wykształcaniu nawyku oszczędzania na okres po zakończeniu aktywności zawodowej, a przede wszystkim ubezpieczeniu się od różnych życiowych ryzyk. Tę konieczność podejmowania szeroko zakrojonych działań edukacyjnych i informacyjnych adresowanych do różnych grup społecznych potwierdza przywołane już badanie *Wiedza i postawy wobec ubezpieczeń społecznych*²⁰, które jest najbardziej dogłębnym i miarodajnym (ze względu na wielkość i charakterystykę próby badawczej) w ostatnich latach przedsięwzięciem badawczym pokazującym nastawienie Polaków do ubezpieczeń społecznych oraz ich wiedzę w tym zakresie. Pośrednio taką potrzebę edukacji ilustrują wyniki kolejnych edycji badań *Diagnoza Społeczna*²¹ (sprawdzające poziom wiedzy w zakresie ryzyk socjalnych i zaufania do instytucji ubezpieczenia społecznego).

Własne badania na temat stanu wiedzy o ubezpieczeniach społecznych przeprowadził na grupie studentów M. Pogonowski. Autor wskazuje w nich, że odbiór ubezpieczeń społecznych jest negatywny, gdyż są traktowane jako kolejne obciążenie finansowe: „Podejście to niezwykle trudno zmienić. Zasadna zatem wydaje się praca z młodym człowiekiem na etapie szkolnym i uniwersyteckim, kiedy jeszcze nie wyrobił sobie opinii na podstawie nierzetelnych i powierzchownych źródeł. W tym czasie kształtuje się świadomość obywatelska i sposób rozumienia świata, w tym świata finansów, a młodzież dojrzewa do dokonywania świadomych wyborów. Od działań podjętych w tym okresie zależy nastawienie, z jakim dorosły już klient wejdzie w kontakt z Zakładem i czy w ogóle ten kontakt nawiąże”²². W cytowanym artykule autor przytacza także wyniki raportu jednego z towarzystw ubezpieczeniowych z 2011 r., gdzie wśród prezentowanych krajów cechą wyróżniającą Polskę jest niski poziom wiedzy Polaków na temat ubezpieczeń

19 A. Sobczyk, *W sprawie kryzysu edukacji z zakresu ubezpieczeń społecznych na studiach prawniczych*, „Ubezpieczenia Społeczne. Teoria i praktyka” 2014, nr 2 (119), s. 31.

20 *Wiedza i postawy wobec ubezpieczeń społecznych. Raport z badań*, op. cit.

21 Badania *Diagnoza Społeczna. Warunki i jakość życia Polaków* są prowadzone przez Radę Monitoringu Społecznego pod kierunkiem J. Czapińskiego i T. Panka. Wyniki kolejnych edycji badań można znaleźć na stronie <http://www.diagnoza.com/> (7.06.2017).

22 M. Pogonowski, *Działania edukacyjne ZUS w kontekście stanu wiedzy o ubezpieczeniach społecznych*, op. cit., s. 10.

społecznych i zabezpieczenia przyszłości emerytalnej, a tym samym słabe przygotowanie do aktywności w tym obszarze²³.

W swojej działalności edukacyjnej Zakład stara się zatem wyjaśniać istotę i konieczność ubezpieczeń społecznych. Niezwykle ważne staje się uświadomienie, że „zapewniając możliwie szeroki udział społeczeństwa w ubezpieczeniach społecznych, zapewnia się bardziej wyrównany rozkład obciążeń finansowych”²⁴. Takie podejście pozwala także zapobiegać indywidualnemu brakowi przeczności, który – jak pokazują wyniki *Diagnozy Społecznej* – jest wysoki, a ostatecznie zabezpieczenie socjalne obywatela staje się i tak zadaniem państwa. Natomiast „ubezpieczenie społeczne jest »tańsze« dla państwa, gdyż w gromadzeniu funduszy uczestniczą także ci, którzy ze świadczeń korzystają, choć często odwrotnie proporcjonalnie do wkładu. Pomoc społeczna, którą każde społeczeństwo zapewnia, by ograniczać skutki ubóstwa i zmniejszać problemy związane z niemożnością zaspokojenia potrzeb, jest finansowana z podatków, więc w niewielkim stopniu przyczyniają się do ich gromadzenia osoby, które z pomocy społecznej częściej korzystają”²⁵.

Zakład podkreśla także kompleksowy charakter ubezpieczeń społecznych, tj. fakt, że obejmują one z zasady wszystkie powszechnie występujące ryzyka socjalne. Istotą systemu ubezpieczeń społecznych jest osiągnięcie bezpieczeństwa, a więc im bardziej system będzie przystawał do występujących ryzyk, tym większe będzie dawał poczucie bezpieczeństwa²⁶. Zbyt często bowiem ubezpieczonym wydaje się, że ubezpieczenia społeczne to tylko składka na emeryturę. Zapominają przy tym, że składka odprowadzana jest także na ubezpieczenie chorobowe i rentowe, a dodatkowo – tylko przez pracodawcę – na ubezpieczenie wypadkowe.

Nie mniej ważne w edukacji staje się pokazanie korelacji między ubezpieczeniem społecznym a ubezpieczeniem gospodarczym²⁷. To dość istotne, bo generalnie nie podlega dyskusji konieczność tego drugiego. Ta oczywistość nie ma miejsca w przypadku ubezpieczeń społecznych. Jak wskazuje I. Jędrasik-Jankowska: „ubezpieczenie społeczne i ubezpieczenie gospodarcze mimo różnego charakteru norm prawnych wywodzą się z tej samej myśli społecznej. Niewzruszoną bowiem podstawą modelu wszystkich ubezpieczeń, pojmowanych jako organizacyjne formy przeczności społecznej, jest idea wzajemności i zbiorowej solidarności, wywodząca się ze świadomości wspólnego zagrożenia”²⁸. Składka na ubezpieczenie społeczne „jest przede wszystkim ceną gwarancji ubezpieczeniowej”²⁹, czyli ceną pewnego komfortu psychicznego, z którego korzysta ubezpieczony. Komfort ten polega na pewności, że za wpłaconą składkę otrzyma się w razie zajścia wypadku ubezpieczeniowego

23 „Axa Papers. Risk education and research” 2011, No 2, s. 38.

24 *Polityka Społeczna. Materiały do studiowania*, red. A. Rajkiewicz, J. Supińska, M. Książkowski, Katowice 1998, s. 253–254.

25 *Ibidem*.

26 *Ibidem*.

27 Tradycyjne, ale mało adekwatne określenie dla ubezpieczeń umownych dotyczących zdrowia, życia i majątku. Należałoby raczej używać nazwy „ubezpieczenia cywilne”.

28 I. Jędrasik-Jankowska, *Pojęcia i konstrukcje prawne ubezpieczenia społecznego*, Warszawa 2010, s. 26.

29 J. Jończyk, *Obowiązek ubezpieczenia społecznego a składka – zagadnienia ogólne*, „Materiały informacyjne ZUS” 1994, nr 8.

określone świadczenie”³⁰. A zatem – podobnie jak w ubezpieczeniach gospodarczych, tak i w przypadku ubezpieczeń społecznych – „każdy płaci według tej samej zasady, nie każdego dotyka ryzyko, a więc nie każdy korzysta ze wspólnie zgromadzonego funduszu. Składka jest zazwyczaj ustalana jako procent zarobków, więc jedni bardziej przyczyniają się do gromadzenia funduszy ubezpieczeniowych, inni mniej. Niektóre świadczenia w pełni kompensują utracony dochód (zasilek macierzyński, zasilek chorobowy, gdy niezdolność do pracy spowodowana jest wypadkiem przy pracy czy chorobą zawodową), inne rekompensują dochód tylko w części (np. zasiłki chorobowe z innych przyczyn niż związane z zatrudnieniem, przy niezdolności trwającej nie dłużej niż 90 dni), inne wreszcie pokrywają część szczególnych kosztów ponoszonych przez osobę ubezpieczoną, np. pogrzebu”³¹.

Sz szczególnie istotne w działalności edukacyjnej jest także wyjaśnienie istoty umowy międzypokoleniowej, czyli zasady, że obecnie wypłacane renty i emerytury są finansowane przez osoby aktualnie aktywne zawodowo, a odprowadzane składki ewidencjonowane na indywidualnych kontach w ZUS. W tym zakresie często (zbyt często) w błąd wprowadzają media, obwieszczając i strasząc, że „kasa ZUS jest pusta”.

Przy tych wszystkich teoretycznych podstawach funkcjonowania systemu ubezpieczeń społecznych nie trudno się dziwić obywatelom, że mogą czuć się nieco zdezorientowani wobec kolejnych debat publicznych na temat zmian w systemie i niepewni swojej ubezpieczeniowej – w szczególności emerytalnej – przyszłości. Niemniej właśnie bez zrozumienia podstaw, istoty i zasad funkcjonowania systemu trudno oczekiwać od społeczeństwa pozytywnego nastawienia do ubezpieczeń społecznych jako takich, a tym bardziej zrozumienia dla kolejnych wprowadzanych zmian. Praca edukacyjna jest niezbędna. Warto jednak zaznaczyć, że w działalności edukacyjnej Zakładu nie ginie oczywiście praktyczny aspekt przekazywanych informacji, dotyczący m.in. tego, jakie świadczenia przysługują ubezpieczonemu z tytułu opłaconych składek, jakie są warunki przyznawania świadczeń, jakie obowiązki ma przedsiębiorca z tytułu prowadzonej działalności gospodarczej i podlegania ubezpieczeniom społecznym indywidualnie i zatrudnianych pracowników.

Działalność edukacyjna w szkołach i na uczelniach

Obecność tematyki z zakresu ubezpieczeń społecznych w szkołach gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych

Jako społeczeństwo nie byliśmy objęci systemową edukacją w zakresie ubezpieczeń społecznych. Ł.T. Sroka przeanalizował podręczniki szkolne, co pozwoliło mu stwierdzić, że: „z punktu widzenia tematyki ubezpieczeń społecznych, podręczniki stanowią zaprzepaszczoną

³⁰ I. Jędrasik-Jankowska, *op. cit.*, s. 26.

³¹ *Polityka Społeczna. Materiały do studiowania, op. cit.*, s. 253–254.

szansę. [...] W sposób szczególny zaskakuje to w przypadku wiedzy o społeczeństwie. To przedmiot właściwy do tego, by przygotować młodego człowieka do życia w społeczeństwie. Lekcje z tego przedmiotu powinny umożliwić poznanie procesów oraz zjawisk kształtujących relacje społeczne oraz mechanizmy rządzące gospodarką. To doskonała okazja, by ukazać korzyści płynące z ubezpieczeń społecznych oraz wytłumaczyć sens związanych z tym obciążeń finansowych³². Te wnioski autora dodatkowo skłoniły kierownictwo Zakładu, by przyspieszyć działania mające na celu wprowadzenie tematyki ubezpieczeń społecznych do szkół. Przed przystąpieniem do opracowania materiałów edukacyjnych i uruchomieniem własnego projektu w szkołach Zakład przeanalizował jeszcze podręczniki szkolne do wiedzy o społeczeństwie i podstaw przedsiębiorczości pod kątem treści z zakresu ubezpieczeń społecznych. Zaskakujące było, jak marginalnie potraktowano tę tematykę, biorąc pod uwagę zapisy obowiązującej podstawy programowej, według której „uczeń:

- wyjaśnia rolę, jaką w gospodarce pełnią instytucje rynkowe: bank centralny, banki komercyjne, giełda papierów wartościowych, fundusze inwestycyjne, firmy ubezpieczeniowe, fundusze emerytalne,
- charakteryzuje system emerytalny w Polsce i wskazuje związek pomiędzy swoją przyszlą aktywnością zawodową a wysokością emerytury³³.

Może cieszyć, że tematyka ubezpieczeń społecznych znalazła się w programach nauczania. Jednocześnie jednak martwi fakt, że jej zakres jest jednak dość ograniczony. Ubezpieczenia społeczne to bowiem nie tylko emerytury. Pkt 5 ust. 5 podstawy – „Przedsiębiorstwo. Uczeń: opisuje procedury i wymagania związane z zakładaniem przedsiębiorstwa³⁴ – nie znajdował stosownego rozwinięcia w analizowanych podręcznikach³⁵ i brakowało wyjaśnienia praw i obowiązków przedsiębiorcy w zakresie ubezpieczeń społecznych.

Zapisy podstawy programowej szkół gimnazjalnych³⁶ również zawierały treści z zakresu ubezpieczeń społecznych. Zgodnie z nimi „uczeń:

- wyjaśnia, na czym polega prowadzenie indywidualnej działalności gospodarczej;
- przedstawia główne prawa i obowiązki pracownika; wyjaśnia, czemu służą ubezpieczenia społeczne i zdrowotne”.

Przeglądając podręczniki, zauważono, że mimo przytoczonych zapisów w podstawie programowej podręczniki do wiedzy o społeczeństwie dla szkół gimnazjalnych

32 Ł.T. Sroka, *Upowszechnianie wiedzy i edukacja w zakresie ubezpieczeń społecznych. Edukacja na temat ubezpieczeń społecznych w kontekście naukowo-dydaktycznej działalności Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie – stan obecny i program działania*, Kraków 2013, s. 36–53.

33 Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 27 sierpnia 2012 r. w sprawie podstawy programowej wychowania przedszkolnego oraz kształcenia ogólnego w poszczególnych typach szkół (Dz.U. nr 977); Podstawa programowa przedmiotu Podstawy przedsiębiorczości, IV etap edukacyjny – zakres podstawowy, pkt 3 ust. 2 i 9.

34 *Ibidem*, pkt 5 ust. 5.

35 Listę przeanalizowanych podręczników zamieszczono na końcu tekstu.

36 Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 27 sierpnia 2012 r. w sprawie podstawy programowej wychowania przedszkolnego oraz kształcenia ogólnego w poszczególnych typach szkół (Dz.U. nr 977); Wiedza o społeczeństwie, III etap edukacyjny, Treści nauczania – wymagania ogólne, pkt 29. Przedsiębiorstwo i działalność gospodarcza, ust. 1 i 4.

były bardzo ubogie w treści o ubezpieczeniach społecznych lub nie zawierały ich wcale.

Wnioski z analizy materiałów edukacyjnych skłoniły kierownictwo Zakładu do podjęcia działań mających na celu rozszerzenie zakresu wiedzy o ubezpieczeniach społecznych proponowanych w podstawach programowych. Jak bowiem zauważa Ł.T. Sroka, ubezpieczenia społeczne „to jedna z kluczowych dziedzin życia człowieka, obok spraw typu zdrowie i bezpieczeństwo. [...] Należy zatem wnioskować, że w procesie przyswajania idei ubezpieczeń społecznych krytycznym momentem nie jest przekroczenie progu ubezpieczyciela przez klienta. Za taki moment należy uznać edukację na etapie szkolnym i uniwersyteckim. Od odebranej edukacji (chodzi tu o jej zakres, treści i jakość) zależy nastawienie, z jakim ów dorosły już klient wejdzie w kontakt z ubezpieczycielem lub to, czy on w ogóle ten kontakt nawiąże”³⁷.

By wyjaśnić wagę i istotę tematu, zorganizowano spotkanie przedstawicieli ZUS i MEN. Przedstawicielom ministerstwa przekazano raport z realizacji projektów edukacyjnych Zakładu, zawierający m.in. wyniki ankiet przeprowadzonych wśród nauczycieli i uczniów na temat oceny przydatności wiedzy o ubezpieczeniach społecznych. W związku z planowaną reformą szkolnictwa Zakład skierował do MEN konkretne propozycje zapisów rozszerzających podstawę programową na obu nowych etapach edukacyjnych.

Zakład zaproponował następujące zapisy:

1) dla szkół podstawowych (II etap edukacyjny):

Uczeń potrafi wskazać różnice między formami zatrudnienia (umową o dzieło, umową zlecenia i umową o pracę), zna podstawowe prawa i obowiązki pracownika oraz pracodawcy, potrafi wymienić główne zadania Zakładu Ubezpieczeń Społecznych i rodzaje ubezpieczeń społecznych w Polsce, poprawnie używać pojęć: ubezpieczenia społeczne, ubezpieczenie zdrowotne, emerytura, zasiłek, świadczenie.

2) dla szkół ponadpodstawowych (III etap edukacyjny):

Uczeń rozumie, czym są ubezpieczenia społeczne, dlaczego są obowiązkowe, potrafi przedstawić ich historię i cele, scharakteryzować rodzaje ubezpieczeń społecznych w Polsce (emerytalne, rentowe, chorobowe, wypadkowe) i świadczeń z tytułu tych ubezpieczeń, odróżnia ubezpieczenia społeczne od ubezpieczenia zdrowotnego, zna rolę i zadania Zakładu Ubezpieczeń Społecznych, wie, na czym polega zasada solidaryzmu społecznego w polskim systemie emerytalnym; zna prawa i obowiązki przedsiębiorców w zakresie ubezpieczeń społecznych, potrafi korzystać z aplikacji internetowych ZUS.

Zakład deklarował przy tym wsparcie w opracowaniu materiałów edukacyjnych, które miałyby posłużyć do nauczania dzieci, młodzieży i dorosłych o polskim systemie ubezpieczeń społecznych, tym bardziej że ma już doświadczenie w tworzeniu takich materiałów we współpracy z metodykiem nauczania. Niestety, mimo starań ZUS w projekcie

³⁷ Ł.T. Sroka, *op. cit.*, s. 36–53.

rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej w sprawie nowej podstawy programowej zapis dotyczący treści nauczania przedmiotu wiedza o społeczeństwie w odniesieniu do ubezpieczeń społecznych nie został rozszerzony, ale wręcz zawężony w stosunku do aktualnie obowiązującej podstawy. Nowa podstawa programowa przewiduje w tym zakresie, że na II etapie edukacyjnym (klasy IV–VIII): „uczeń wyjaśnia, jak funkcjonuje gospodarstwo domowe: wymienia główne źródła jego dochodów (z działalności zarobkowej: pracy, działalności gospodarczej, umów cywilnoprawnych oraz ze świadczeń społecznych – w powiązaniu z rodzajami ubezpieczeń społecznych)”³⁸. Zapis w takim kształcie nie wyjaśnia niestety istoty ubezpieczeń społecznych.

Projekt podstawy programowej do szkół ponadpodstawowych jest aktualnie na etapie prekonsultacji³⁹. W podstawie dla liceów ogólnokształcących i techników w części „VI. Wybrane problemy społeczne w Rzeczypospolitej Polskiej” zapisy dotyczące przedmiotu wiedza o społeczeństwie w zakresie podstawowym przewidują, że „Uczeń: 1) wymienia zadania Zakładu Ubezpieczeń Społecznych; przedstawia funkcjonowanie systemu obowiązkowych ubezpieczeń społecznych, rozróżniając ubezpieczenia: emerytalne, rentowe, chorobowe i wypadkowe”⁴⁰. Podstawa programowa w zakresie rozszerzonym w części „X. Sprawowanie władzy w Rzeczypospolitej Polskiej”, pkt 12, przewiduje, że „Uczeń: wykazuje aktualność kwestii »starzenia się społeczeństwa«; przedstawia główne założenia polityki państwa wobec osób starszych; wyjaśnia zasadę solidaryzmu społecznego w ubezpieczeniach społecznych”⁴¹. Projekt podstawy programowej w zakresie podstawowym do szkoły branżowej I stopnia zawiera podobny zapis jak dla liceów ogólnokształcących i techników⁴². Natomiast nie zawiera tej tematyki projekt podstawy programowej do szkoły branżowej II stopnia⁴³.

Z kolei projekt podstawy programowej dla przedmiotu podstawy przedsiębiorczości nie uwzględnił wprost tematyki ubezpieczeń społecznych. Punktem zaczepienia do wprowadzenia takich treści nauczania mogłyby być poniższe – dość ogólne – zapisy związane z podejmowaniem pracy i prowadzeniem działalności gospodarczej. Pytanie, czy autor bądź wydawca podręcznika będą mieć świadomość, że takie kwestie warto uwzględnić. Zachodzi obawa, że nie, i być może ZUS w trybie awaryjnym powinien – dla dobra społecznego – podjąć się kolejnego zadania: wyedukować autorów podręczników i wydawców.

38 Projekt rozporządzenia w sprawie podstawy programowej dla szkół podstawowych wychowania przedszkolnego oraz podstawy programowej kształcenia ogólnego dla szkoły podstawowej, w tym dla uczniów z niepełnosprawnością intelektualną w stopniu umiarkowanym lub znacznym, kształcenia ogólnego dla branżowej szkoły I stopnia, kształcenia ogólnego dla szkoły specjalnej przysposabiającej do pracy oraz kształcenia ogólnego dla szkoły policealnej. Treści nauczania – wymagania szczegółowe, pkt II Rodzina, ust. 3, s. 95, <http://legislacja.rcl.gov.pl/projekt/12293659/katalog/12403198#12403198> (9.05.2017).

39 Tj.: czteroletniego liceum ogólnokształcącego, pięcioletniego technikum, trzyletniej branżowej szkoły I stopnia (przekształcona trzyletnia zasadnicza szkoła zawodowa), dwuletniej branżowej szkoły II stopnia (przeznaczona dla uczniów będących absolwentami dotychczasowego gimnazjum). Prekonsultacje zaplanowano do 2 czerwca 2017 r.

40 <https://men.gov.pl/wp-content/uploads/2017/04/wos-lo-i-t-zp.pdf> (9.05.2017).

41 <https://men.gov.pl/wp-content/uploads/2017/04/wos-lo-zr.pdf> (9.05.2017).

42 <https://men.gov.pl/wp-content/uploads/2017/04/wos-bs-ist.pdf> (9.05.2017).

43 <https://men.gov.pl/wp-content/uploads/2017/04/wos-bs-iist.pdf> (9.05.2017).

W podstawie dla liceów ogólnokształcących i techników⁴⁴ w części „III. Rynek pracy: mierniki wskaźniki, popyt i podaż na rynku pracy, kariera zawodowa, poszukiwanie pracy, rozmowa kwalifikacyjna, formy zatrudnienia, systemy płac, prawa i obowiązki pracownika i pracodawcy, bhp i organizacja pracy, związki zawodowe, etyka w pracy” w pkt 8 zapisy przewidują, że „uczeń: rozróżnia formy zatrudnienia i rodzaje umów o pracę oraz określa korzyści z wyboru konkretnej formy i umowy”. Z kolei w części „IV. Przedsiębiorstwo: klasyfikacje przedsiębiorstw, biznesplan, otoczenie przedsiębiorstwa, formy organizacyjno-prawne, procedury rejestracji i likwidacji, źródła finansowania działalności, analiza rynku, zarządzanie przedsiębiorstwem, praca zespołowa, marketing, wynik finansowy, formy opodatkowania, księgowość, negocjacje, etyka w biznesie i społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw, funkcjonowanie przedsiębiorstwa” ubezpieczenia społeczne mogłyby się pojawić w nawiązaniu do pkt 7, według którego „uczeń: przedstawia procedury związane z rejestracją indywidualnej działalności gospodarczej i jej likwidacją”.

W podstawie dla szkół branżowych I stopnia⁴⁵ w części „II. Rynek finansowy: pieniądz i jego obieg, instytucje finansowe, formy inwestowania, bank centralny i polityka pieniężna, bankowość komercyjna i spółdzielcza, podatki, ubezpieczenia, umowy bankowe i ubezpieczeniowe, ochrona klienta usług finansowych, etyka w finansach” omówienie ubezpieczeń społecznych mogłoby mieć miejsce w nawiązaniu do pkt 11, w którym „uczeń: charakteryzuje rodzaje ubezpieczeń według różnych kryteriów i porównuje oferty zakładów ubezpieczeń na przykładzie ubezpieczenia nieruchomości lub pojazdów mechanicznych”. Podobnie w części „III. Rynek pracy: mierniki i wskaźniki, popyt i podaż na rynku pracy, kariera zawodowa, poszukiwanie pracy, rozmowa kwalifikacyjna, formy zatrudnienia, systemy płac, prawa i obowiązki pracownika i pracodawcy, bhp i organizacja pracy, związki zawodowe, etyka w pracy”, gdzie w pkt 8 zawarto stwierdzenie: „uczeń: rozróżnia formy zatrudnienia i rodzaje umów o pracę oraz określa korzyści z wyboru konkretnej formy i umowy”.

Tak sformułowane zapisy otwierają furtkę do uwzględnienia wątków edukacyjnych związanych z ubezpieczeniami społecznymi. Otwartą kwestią pozostaje, czy twórcy podręczników z tej furtki zrobią użytek.

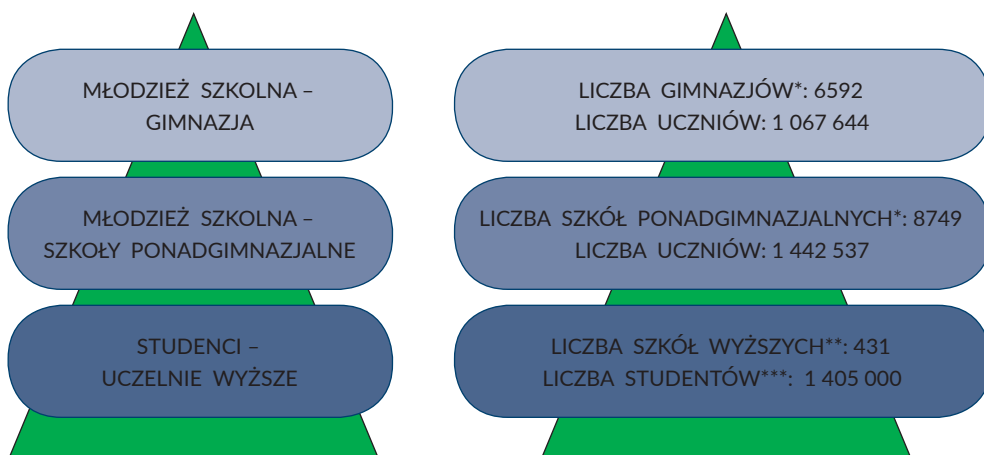
Projekty edukacyjne ZUS w szkołach i na uczelniach

Za pośrednictwem programów realizowanych w szkołach gimnazjalnych, ponadgimnazjalnych i wyższych Zakład mógłby dotrzeć do blisko 3,8 mln młodych ludzi, którzy łąda moment wejdą na rynek pracy (zob. rysunek 1). To wyliczenie wstępne, gdyż studenci, którzy ukończyli 26 rok życia i podjęli działalność zarobkową, podlegają obowiązkowym ubezpieczeniom społecznym, zatem są także uwzględnieni w grupie ubezpieczonych. Niemniej liczby te pokazują, jak liczną grupę Zakład powinien objąć działalnością edukacyjną.

44 <https://men.gov.pl/wp-content/uploads/2017/04/przedsiębiorczosc-liceum-i-technikum.pdf> (9.05.2017).

45 <https://men.gov.pl/wp-content/uploads/2017/04/przedsiębiorczosc-branzowa-szkola-i-stopnia.pdf> (9.05.2017).

Rysunek 1. Liczba uczniów szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych oraz studentów. Opracowanie własne



* Dane GUS za rok szkolny 2014/2015.

** Dane za: *Program rozwoju szkolnictwa wyższego do 2020 r. Część III, Diagnoza szkolnictwa wyższego*, Warszawa 2015.

*** Dane GUS za listopad 2015.

„Lekcje z ZUS” dla szkół ponadgimnazjalnych

Pierwszym projektem edukacyjnym przygotowanym dla szkół przez Zakład były „Lekcje z ZUS”. We współpracy z metodykiem nauczania ZUS opracował scenariusze i konспекty lekcji o ubezpieczeniach społecznych. „Lekcje z ZUS” są zgodne z dotychczasową podstawą programową nauczania⁴⁶, a składające się na nie cztery jednostki dydaktyczne obejmują następujące zagadnienia:

1. „Świadomy zawsze ubezpieczony” – uczeń poznaje istotę i historię tworzenia systemów ubezpieczeń społecznych, w tym systemu polskiego, i dowiaduje się, dlaczego jest on obowiązkowy, zapoznaje się także z rolą i zadaniami ZUS;
2. „Płacisz i masz, czyli co ci się należy, gdy płacisz składki” – uczeń poznaje i rozumie korelacje między poszczególnymi rodzajami ubezpieczeń społecznych a konkretnymi świadczeniami, poznaje różnicę między niepełnosprawnością a niezdolnością do pracy;
3. „Emerytura – Twoja przyszłość w Twoich rękach” – uczeń rozumie istotę polskiego systemu emerytalnego i wprowadzanych w jego ramach reform, w tym reformy z 1999 r., poznaje zasady solidaryzmu społecznego;
4. „E-ZUS, czyli firma pod ręką” – uczeń poznaje obowiązki przedsiębiorcy wobec ZUS w związku z rozpoczęciem i prowadzeniem działalności gospodarczej, uczy

⁴⁶ Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 27 sierpnia 2012 r. w sprawie podstawy programowej wychowania przedszkolnego oraz kształcenia ogólnego w poszczególnych typach szkół (Dz.U. nr 977).

się planować swoją przyszłość w roli przedsiębiorcy, poznaje e-ZUS, czyli Platformę Usług Elektronicznych, za pośrednictwem której może załatwiać sprawy z Zakładem.

Ideą projektu było, by uczniowie zaznajomili się z zasadami działania systemu ubezpieczeń społecznych. Opracowane materiały nie miały być w założeniu nazbyt szczegółowe, miały się raczej skupić na logice systemu. Uczniowie mieli zdobyć wiedzę na temat solidaryzmu społecznego i filozofii ubezpieczeń społecznych, poznać polski system ubezpieczeń społecznych, w tym prawa i obowiązki ubezpieczonego, a także zasady funkcjonowania i rolę ZUS w obsłudze polskiego systemu ubezpieczeń społecznych. Co ważne, w efekcie powinno się zwiększyć zaufanie do zabezpieczenia społecznego jako filaru funkcjonowania państwa, w tym systemu emerytalnego oraz Zakładu Ubezpieczeń Społecznych jako instytucji zarządzającej tym systemem.

W założeniu materiały miały być też jak najbardziej interakcyjne, zmuszać uczniów do włączenia się w dyskusję, skłaniać do przywołania znanych im przypadków korzystania z ubezpieczeń społecznych bądź braku świadczeń ze względu na niespełnienie warunków, wyobrażenia sobie swojej sytuacji zawodowej, życiowej za kilkadziesiąt lat. Scenariusze lekcji przewidują zatem częstą interakcję z uczniami, a same lekcje prowadzone są z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych, filmów, ćwiczeń i tekstów. Materiały dydaktyczne zostały podzielone na te skierowane wyłącznie do nauczyciela (zeszyt *Materiały dla nauczyciela* wraz z płytą DVD – zawiera pełne scenariusze lekcji, dodatkowo teksty uzupełniające z wyjaśnieniami dotyczącymi zagadnień związanych z omawianymi tematami, propozycje rozwiązań ćwiczeń z zeszytu *Materiały dla ucznia*) oraz dla ucznia (zeszyt *Materiały dla ucznia* – zawiera teksty informacyjne na temat omawianych zagadnień oraz ćwiczenia wspomagające zrozumienie i przyswojenie omawianych zagadnień). ZUS przejął na siebie funkcję nie tylko autora materiałów, lecz także wydawcy (druk) i dystrybutora. Przy opracowywaniu materiałów szczególną uwagę zwrócono na język materiałów – przełożono trudny i hermetyczny język ubezpieczeń społecznych na bardziej przystępny i zrozumiały dla przeciętnego siedemnasto- czy osiemnastolatka.

Wszystkie materiały do „Lekcji z ZUS” dostępne są zarówno w formie papierowej (z płytami DVD) – na zamówienie w Zakładzie, jak i elektronicznej na stronie zus.pl/edukacja. Zakład na bieżąco zasila tę stronę dodatkowymi materiałami multimedialnymi, które mogą być wykorzystywane przez nauczycieli podczas lekcji bądź też indywidualnie przeglądane przez uczniów chcących samodzielnie zgłębić materię ubezpieczeń społecznych⁴⁷. Modyfikacje wprowadzane na bieżąco na stronie uwzględniają także potrzeby zgłaszane przez uczniów i nauczycieli. Na stronie zamieszczane są również opinie uczniów i nauczycieli oraz bieżące doniesienia medialne na temat projektu. Ponadto materiały dostępne są na portalu Ośrodka Rozwoju Edukacji scholaris.pl (<http://scholaris.pl/resources/zasoby/eid/SRE/sid/PPRZED5>).

⁴⁷ Więcej na ten temat w sekcji „Elektroniczny kanał ZUS na YouTube”.

Pierwszy etap pilotażu „Lekcji z ZUS”

Projekt „Lekcje z ZUS” uruchomiono pilotażowo w październiku i listopadzie 2013 r. w 10 szkołach w Płocku, Radomiu i Siedlcach. Uczestniczyło w nim 11 nauczycieli i ponad 400 uczniów. W założeniu to sami nauczyciele mają prowadzić lekcje po uprzednim przeszkoleniu⁴⁸. W efekcie pierwszego etapu pilotażu materiały zostały nieco zmodyfikowane, a przede wszystkim uzupełnione o wprowadzające krótkie historie filmowe osób, które nie przewidziały w swoich planach ryzyka wypadku, starości, śmierci. Materiały zostały ocenione bardzo dobrze pod względem przydatności dla nauczyciela i ucznia, stopnia trudności, atrakcyjności wizualnej. Pedagodzy ocenili, że po przeprowadzeniu lekcji poziom wiedzy uczniów na temat ubezpieczeń społecznych się poprawił. Podkreślili, że wzrost poziomu tej wiedzy jest bardzo istotny z punktu widzenia przygotowania młodzieży do startu w dorosłe życie i stanowi ważne uzupełnienie wiadomości zdobywanych na lekcjach przedsiębiorczości i wiedzy o społeczeństwie⁴⁹.

Z oceną nauczycieli korespondowały opinie uczniów. Blisko 90% z nich stwierdziło, że udział w „Lekcjach z ZUS” spowodował wzrost poziomu ich wiedzy o ubezpieczeniach społecznych, a ponad 70% uznało, że wiedza przekazywana w ramach cyklu czterech zajęć była ważna lub bardzo ważna. Prawie wszyscy twierdzili, że wiedza, którą zdobyli, będzie im potrzebna w przyszłości, a 70% – że lekcje o ubezpieczeniach społecznych powinny wejść do programu nauczania na stałe. Uczniowie podkreślali też to, że materiały w warstwie merytorycznej wzbudzały ich zaciekawienie i chęć poznania materii ubezpieczeń społecznych.

Ogólne konkluzje, jakie nasuwały się w wyniku analizy ankiet uczniów i nauczycieli biorących udział w pierwszym etapie pilotażu na temat „Lekcji z ZUS”, są następujące:

- ciekawa tematyka lekcji,
- interesujące i atrakcyjne materiały dydaktyczne,
- wiedza istotna z punktu widzenia przyszłego życia młodych ludzi,
- zasadnym jest wprowadzenie tej tematyki do programu nauczania szkół ponadgimnazjalnych.

Warto odnotować, iż nauczyciele biorący udział w pilotażu zauważyli, że w trakcie realizacji kolejnych lekcji rosło zainteresowanie uczniów omawianą tematyką. Mieli też informacje od uczniów, że przekazane im materiały zainteresowały również ich rodziców. Był to niewątpliwie dodatkowy walor tego przedsięwzięcia⁵⁰, zresztą z góry zaplanowany przez Zakład, stąd koncepcja opracowania i druku zeszytu *Materiały dla ucznia*, który uczniowie mogli zabrać do domu.

48 Dotychczas szkoły często zapraszały ZUS do prezentacji tematyki ubezpieczeń społecznych, ale przez pracowników Zakładu. W projekcie „Lekcje z ZUS” to nauczyciele mają pozyskać najpierw tę wiedzę, by potem przekazać ją uczniom.

49 *Budowanie świadomości obywatelskiej w dziedzinie ubezpieczeń społecznych. Rozmowa z Barbarą Owsiak, wicedyrektor ds. edukacji i komunikacji społecznej w Gabinetie Prezesa Centrali ZUS, „Ubezpieczenia Społeczne. Teoria i praktyka” 2014, nr 2 (119).*

50 *Ibidem.*

Drugi etap pilotażu i wdrożenie ogólnopolskie. Koncepcja scenariuszy warsztatów dla nauczycieli

W drugim etapie pilotażu wzięło udział blisko 180 szkół, ok. 300 nauczycieli i ponad 10,5 tys. uczniów z całego kraju. Wyniki drugiego etapu potwierdziły kierunek i zasadność działań edukacyjnych podjętych przez ZUS. Prezentują się one jak niżej:

Ankieta dla uczniów

1. Czy udział w lekcjach o ubezpieczeniach społecznych spowodował wzrost Twojej wiedzy w tym zakresie?
zdecydowanie tak 33,14%
tak 56,20%
nie 7,86%
zdecydowanie nie 2,80%
2. Czy wiedzę przekazywaną na zajęciach z ubezpieczeń społecznych uważasz za ważną?
bardzo ważną 28,55%
ważną 43,81%
umiarkowanie ważną 24,12%
nieważną 3,52%
3. Czy uważasz, że przedstawiona wiedza będzie przydatna w przyszłości?
tak 92,75%
nie 7,25%
4. Czy tego typu lekcje powinny wejść do programu nauczania w szkołach ponadgimnazjalnych?
tak 76,86%
nie 23,14%

Ankieta dla nauczycieli

1. Jak oceniasz wiedzę, jaką posiadali uczniowie przed omówieniem tematu? Jako:
dużą 4,74%
średnią 47,39%
małą 47,87%
2. W jakim stopniu temat lekcji był dla uczniów atrakcyjny, ciekawy?
dużym 65,73%
średnim 31,92%
małym 2,35%
3. Jak oceniasz wiedzę uczniów po przeprowadzonych zajęciach?
poprawiła się 99,07%
pozostała niezmienna 0,93%

Na zakończenie drugiego etapu pilotażu przeprowadzony został ogólnopolski konkurs wiedzy „Warto wiedzieć więcej o ubezpieczeniach społecznych”. Przystępując do drugiego etapu pilotażu, szkoły miały świadomość, że można wziąć udział w konkursie. Warunkiem było zrealizowanie czterech „Lekcji z ZUS”. Zwycięzcy finału konkursu mogli liczyć na atrakcyjne nagrody (laptopy, tablety, czytniki książek, ipody). Nagrody otrzymywały także zwycięskie szkoły (laptop i wideoprojektor). Był to niewątpliwie dodatkowy walor motywacyjny.

Dzięki wzmocnionym działaniom promującym w kolejnych edycjach wzrastała liczba szkół i uczniów przystępujących do „Lekcji z ZUS”:

- dane o szkołach uczestniczących w projekcie „Lekcje z ZUS”, czyli w których odbyły się 4 lekcje na temat ubezpieczeń społecznych:
 - rok szkolny 2014/2015: 373 szkoły i 17 403 uczniów,
 - rok szkolny 2015/2016: 626 szkół i 29 557 uczniów,
 - rok szkolny 2016/2017: 913 szkół i 46 708 uczniów.
- dane o szkołach i uczniach uczestniczących w konkursie (w trzeciej edycji przekształconego w olimpiadę) „Warto wiedzieć więcej o ubezpieczeniach społecznych”:
 - rok szkolny 2014/2015: 319 szkół i 11 500 uczniów,
 - rok szkolny 2015/2016: 550 szkół i 19 226 uczniów,
 - rok szkolny 2016/2017: 768 szkół i 24 368 uczniów.

O projekcie „Lekcje z ZUS” Zakład informuje w mediach regionalnych i lokalnych⁵¹. W ramach działań promocyjnych ZUS przygotowuje także ulotki, pakiety informacyjne i gadżety promocyjne, które dystrybuuje do kuratoriów oświaty, wydziałów edukacji w urzędach miasta, urzędach gminy, w starostwach powiatowych, do szkół, uczniów i nauczycieli. Od samego początku informacje i artykuły na temat „Lekcji z ZUS” zamieszczane są w mediach skierowanych do nauczycieli, takich jak „Nowa Szkoła” (czasopismo, którego nie ma w obrocie detalicznym, rozprowadzane jest wyłącznie przez prenumeratę do bibliotek szkolnych), „Przegląd Oświatowy” (dwutygodnik NSZZ „Solidarność” Pracowników Oświaty i Wychowania poświęcony problemom edukacji), „Głos Nauczycielski” (tygodnik społeczno-oświatowy zajmujący się problematyką nauczania) oraz w wydawnictwach wojewódzkich kuratoriów oświaty. Dyrektorzy oddziałów Zakładu zobligowani zostali do kontaktów z kuratoriami oświaty i organami prowadzącymi dla szkół (wydziałami edukacji w urzędach miasta, urzędach gminy, w starostwach powiatowych); kontaktów z ośrodkami metodycznymi dla nauczycieli oraz wojewódzkimi i lokalnymi ośrodkami metodycznymi. Jak mówią koordynatorzy ds. komunikacji społecznej i edukacji w oddziałach ZUS realizujący te zadania, jest to niemal działalność akwizycyjna. To pokazuje, jak ważne byłoby silniejsze wsparcie organów państwa w tym zakresie. Sam patronat MRPiPS czy MEN⁵² nie wystarczy, by zmobilizować organy prowadzące, dyrektorów szkół i nauczycieli do dobrowolnej realizacji „Lekcji z ZUS”.

51 Zob. doniesienia medialne cytowane na [zus.pl](http://zus.pl/LekcjeZus/Strony.aspx?id=1&page=1): <http://zus.pl/LekcjeZus/Strony.aspx?id=1&page=1>.

52 Zarówno Ministerstwo Edukacji Narodowej, jak i Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej udzieliły projektowi „Lekcje z ZUS” swoich patronatów.

Z kolei o istotności tematu i zainteresowaniu nim młodych ludzi może świadczyć fakt, że gdy serwis edulandia.pl⁵³ we współpracy z ZUS zorganizował quiz o ubezpieczeniach społecznych zatytułowany „Najbardziej życiowy quiz, jaki kiedykolwiek rozwiążesz”⁵⁴, to sam wydawca był zaskoczony reakcją internautów – w ciągu pierwszych siedmiu dni odnotował ponad 400 tys. wejść i ponad 34 tys. odwiedzin unikalnych użytkowników. Wydawca serwisu określił quiz o ubezpieczeniach społecznych jako jeden z najczęściej „klikanych” testów w serwisie gazeta.pl.

W uznaniu dla innowacyjności tego przedsięwzięcia „Lekcje z ZUS” zostały wyróżnione Certyfikatem Zasługi za dobre praktyki w Konkursie Międzynarodowego Stowarzyszenia Zabezpieczenia Społecznego (ISSA) „Dobre praktyki dla Europy 2016”.

Od konkursu do olimpiady

Jak wspomniano powyżej, istotnym elementem promocji projektu „Lekcje z ZUS” jest konkurs wiedzy „Warto wiedzieć więcej o ubezpieczeniach społecznych” realizowany od roku szkolnego 2014/2015. W roku szkolnym 2016/2017 zmieniono formułę i konkurs ma charakter olimpiady.

Zasady udziału w olimpiadzie określa szczegółowo regulamin. Olimpiada realizowana jest w trzech etapach: szkolnym (rywalizacja indywidualna), wojewódzkim (rywalizacja między trzyosobowymi reprezentacjami szkół) i centralny (rywalizacja między 16⁵⁵ trzyosobowymi reprezentacjami szkół). Nad przebiegiem olimpiady, pytaniami i ocenami czuwa komitet główny konkursu oraz 16 komitetów wojewódzkich. Informacje o wynikach zamieszczane są na bieżąco na stronie zus.pl/edukacja, gdzie znajdują się również regulamin i harmonogram olimpiady oraz szczegółowe załączniki, takie jak reguły obliczania i przyznawania punktów, dane teadresowe komitetów, regulamin pracy i skład komitetu głównego, a także wzory protokołów z poszczególnych etapów olimpiady.

Co ważne, Zakład podjął starania, by laureaci olimpiady mogli uzyskać indeks bądź dodatkowe punkty w staraniach o przyjęcie na kierunki studiów związane z tematyką olimpiady (więcej na ten temat w części dotyczącej edukacji na uczelniach). W pierwszej edycji olimpiady indeksy przyznały Katolicki Uniwersytet Lubelski, Uniwersytet Jana Kochanowskiego, Uniwersytet Mikołaja Kopernika i Uniwersytet Warmińsko-Mazurski. Warto też dodać, że olimpiada (etap wojewódzki) staje się ważnym wydarzeniem lokalnym – odbywa się w szczególnych miejscach, np. salach obrad rady miasta, w salach muzealnych, w aulach uczelni, z udziałem lokalnych władz, przedstawicieli uczelni i mediów.

⁵³ Portal oświatowy i edukacyjny grupy Agora.

⁵⁴ Quiz jest nadal dostępny pod adresem: <http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/13,150167,6330,najbardziej-zyciowy-quiz-jaki-kiedykolwiek-rozwiazesz-w.html> (28.02.2017).

⁵⁵ W regulaminie olimpiady wprowadzono zasadę, że oprócz najlepszych zespołów po jednym z każdego województwa komitet główny może zaprosić do udziału w finale dodatkowe zespoły z miejsc 2 i 3, nie więcej jednak niż 4 zespoły (z różnych województw), które uzyskały najlepszą punktację i czas, a które nie zakwalifikowały się do finału.

„Projekt z ZUS” dla szkół gimnazjalnych

Kolejnym przedsięwzięciem edukacyjnym uruchomionym przez ZUS był „Projekt z ZUS” dla szkół gimnazjalnych. Podobnie jak „Lekcje z ZUS”, także „Projekt z ZUS” jest zgodny z dotychczasową podstawą programową nauczania⁵⁶, a sama nazwa bierze się z formuły, w jakiej to przedsięwzięcie powinno być realizowane przez szkoły. Udział w co najmniej jednym projekcie edukacyjnym jest obowiązkowy dla wszystkich uczniów gimnazjum (zgodnie z tą podstawą w gimnazjum około 20% programu wiedzy o społeczeństwie powinno być realizowane w formie projektu edukacyjnego). Atutem przyjęcia takiej formuły i zachęcenia szkół do udziału było zatem to, że nauczyciel otrzymywał:

- gotowy projekt, powiązany z treściami WOS w gimnazjum,
- scenariusz lekcji wraz z prezentacją multimedialną,
- komplet dokumentacji projektowej,
- opiekę merytoryczną i metodyczną.

Planowany czas trwania realizacji projektu to ok. 8 tygodni. Na jednej godzinie lekcyjnej nauczyciel wprowadza uczniów w tematykę projektu, a następnie konsultuje z nimi postępowanie prac.

Na potrzeby przedsięwzięcia opracowane zostały materiały dydaktyczne przeznaczone tylko dla nauczyciela. W czasie lekcji, która jest częścią „Projektu z ZUS”, uczniowie poznają podstawy obowiązującego systemu ubezpieczeń społecznych, obowiązki jego uczestników oraz świadczenia przysługujące ubezpieczonym. Zadaniem uczniów jest przygotowanie w zespołach materiału promującego ubezpieczenia społeczne i wyjaśniającego, dlaczego są one ważne. Forma tego materiału jest dowolna: plakat lub inna forma plastyczna, prezentacja, film, komiks.

Bazując na doświadczeniach z przygotowań do uruchomienia „Lekcji z ZUS”, Zakład zaplanował najpierw pilotaż. Nauczyciele wzięli udział w zajęciach warsztatowych poświęconych metodyce przeprowadzenia lekcji i otrzymali niezbędne pomoce dydaktyczne. Do pilotażu projektu przystąpiło 11 gimnazjów z Warszawy i okolic oraz z Olsztyna, 16 nauczycieli oraz 272 uczniów. Zakład w ramach realizacji projektu ZUS zapewnia materiały dydaktyczne (scenariusz lekcji wprowadzającej, prezentację na lekcję, karty projektu, arkusze oceny), opiekę merytoryczną, a także szkolenie dla nauczycieli – opiekunów projektów w szkołach.

Po pilotażu spłynęło 16 ankiet od nauczycieli, którzy ocenili projekt jako bardzo przydatny, a wiedzę przekazywaną uczniom jako niezwykle potrzebną. Nauczyciele podkreślali, że w społeczeństwie z pokolenia na pokolenie powielane są stereotypy dotyczące Zakładu Ubezpieczeń Społecznych. W ocenie nauczycieli przed realizacją projektu młodzież gimnazjalna nie kojarzyła pojęć związanych z ubezpieczeniami społecznymi. Do samego Zakładu miała stosunek negatywny, a jedyne informacje, jakie posiadała, to zasłyszane stereotypy i uprzedzenia. Jednocześnie większość nauczycieli

⁵⁶ Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 27 sierpnia 2012 r. w sprawie podstawy programowej wychowania przedszkolnego oraz kształcenia ogólnego w poszczególnych typach szkół (Dz.U. nr 977).

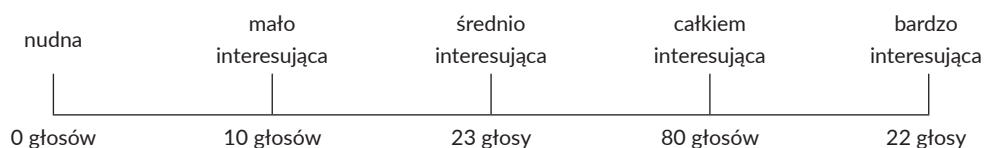
oceniła, że uczniowie chętnie zaangażowali się w przygotowanie projektu i pracowali w grupach. Wykazali się przy tym dużą kreatywnością – powstały prezentacje, filmy, komiksy, prace plastyczne. Większość nauczycieli zadeklarowała w ankietach, że będzie kontynuować projekt. Nauczyciele podkreślali, że walorem projektu było to, iż część uczniów samodzielnie poszukiwała dodatkowych informacji, tak by przygotować jak najlepszą pracę końcową. Udała się w tym celu do placówki ZUS. Na korzyść zmieniło się też postrzeganie przez nich Zakładu Ubezpieczeń Społecznych.

Wśród najistotniejszych korzyści dla uczniów wynikających z udziału w projekcie nauczyciele wskazywali na:

- zdobycie nowej wiedzy i umiejętności przydatnych w późniejszym życiu zawodowym uczniów;
- inspirację do samodzielnego myślenia i pozyskiwania źródeł informacji;
- integrację młodzieży uczestniczącej w programie.

Według opinii nauczycieli młodzieży w programie:			
• wykazywała zainteresowanie projektem	tak 11	częściowo 5	nie 0
• wykazywała zrozumienie dla celów projektu	tak 7	częściowo 8	nie 0
• w pełni realizowała zadania	tak 6	częściowo 8	nie 0
• motywowała się wzajemnie do wyjaśniania zagadnień	tak 5	częściowo 8	nie 2

Uczniowie wskazali w ankietach, że realizacja „Projektu z ZUS” była dla nich:



Tematyka lekcji i sposób prezentacji tematu były dla 99% uczniów zrozumiałe i dobrze wprowadzały w temat ubezpieczeń społecznych. Zdecydowana większość uczniów zadeklarowała, że tematyka projektu i związane z nim działania wymagały od nich poszukiwania dodatkowych informacji i zdobycia nowych umiejętności.

Ponad 70% uczniów stwierdziło, że projekt umożliwił im zdobycie nowej, praktycznej wiedzy i umiejętności przydatnych w późniejszym życiu zawodowym. Ponad 40% uczniów uważało, że projekt zainspirował ich do szukania odniesień w najbliższym otoczeniu (rodzina, znajomi, sąsiedzi itd.) i rozmów na temat ubezpieczeń społecznych. 36% uczniów wskazało, że projekt inspirował ich do samodzielnego myślenia. Blisko 30% uczniów zaznaczyło, że najtrudniejsze w projekcie było dla nich znalezienie, zebranie i zrozumienie informacji.

Ponadto uczniowie chcieliby:

- 1) więcej lekcji z tego zakresu wyjaśniających:
 - rolę ubezpieczeń społecznych,
 - „czy w przyszłości nie zabraknie pieniędzy na moją emeryturę”,
 - jak wygląda praca w ZUS.

- 2) dowiedzieć się więcej:
- o emeryturach i innych świadczeniach wypłacanych przez ZUS – 19%,
 - o tym jak działa Zakład Ubezpieczeń Społecznych – 16%,
 - o roli ubezpieczeń społecznych w życiu – 12%.

W roku szkolnym 2016/2017 ruszyła pierwsza ogólnopolska edycja „Projektów z ZUS”. Rozstrzygnięcie projektu i wybór najlepszych prac projektowych nastąpi w czerwcu 2017 r.

Działalność edukacyjna ZUS na uczelniach

W badaniach przeprowadzonych przez M. Pogonowskiego na grupie słuchaczy studiów licencjackich, magisterskich i podyplomowych aż 75% ankietowanych odpowiedziało, że interesuje się istotnymi uregulowaniami dotyczącymi ubezpieczeń społecznych, ale ich wiedza jest ograniczona, 13,7% interesuje się i posiada solidne podstawy merytoryczne w tym zakresie, natomiast 8,4% nie interesuje się i nie posiada żadnej wiedzy. 82,4% odpowiedziało twierdząco na pytanie „Czy jesteś zainteresowany zdobywaniem wiedzy z zakresu ubezpieczeń społecznych?”⁵⁷.

By odpowiedzieć na potrzebę wprowadzania tematyki ubezpieczeń społecznych na uczelniach jako wykładu dla wszystkich studentów, Zakład skierował swoją ofertę edukacyjną także do szkół wyższych. Wykłady na uczelniach ZUS prowadzi od lat, choć rzadko są to działania systematyczne. Niemniej zdając sobie sprawę z konieczności dotarcia do młodych ludzi, którzy lada moment wejdą lub już weszli w życie zawodowe, Zakład poszukiwał możliwości nieco bardziej systemowego dotarcia z edukacją do tej grupy docelowej. Jedną z nich jest współpraca w programie „Nowoczesne Zarządzanie Biznesem”. Drugą możliwość stanowi bilateralna współpraca z uczelniami.

Program „Nowoczesne Zarządzanie Biznesem”

W 2014 r. Zakład po raz pierwszy przystąpił jako partner do programu realizowanego przez Związek Banków Polskich – Centrum Prawa Bankowego i Informacji. Program ten to jeden z największych projektów edukacyjnych na uczelniach – jest obecny w 125 placówkach szkolnictwa wyższego, publicznych i niepublicznych uczelniach w kraju, na kierunkach ekonomicznych i menedżerskich. Swoim zasięgiem obejmuje całą Polskę i zapewnia dotarcie do tysięcy studentów oraz nauczycieli akademickich. Celem projektu jest połączenie doświadczeń dydaktycznych i naukowych z wiedzą praktyczną, co pozwala na lepsze przygotowanie odbiorców do praktycznego wykorzystania zdobytej wiedzy w przyszłej pracy zawodowej.

Udział partnerów w projekcie polega na:

- opracowaniu wykładu (prezentacji multimedialnej), który został włączony w cykl „Ubezpieczenia społeczne niezbędne w prowadzeniu firmy i codziennym życiu każdego człowieka”,
- realizacji wykładów przez pracowników ZUS umówionych przez koordynatorów programu,

⁵⁷ M. Pogonowski, *Działania edukacyjne ZUS w kontekście stanu wiedzy o ubezpieczeniach społecznych*, op. cit., s. 7–13.

- organizacji i obsłudze stoisk informacyjnych ZUS w ramach tzw. stref NZB (ZUS świadczy wówczas poradnictwo, promuje Platformę Usług Elektronicznych, zakłada profile na PUE itp.),
- opracowaniu e-learningu na bazie wykładu.

Opracowany wykład wraz z prezentacją jest multimedialny – zawiera materiały filmowe, wykresy, grafy. Pomyślany jest tak, by włączać studentów w dyskusję, prowokować do myślenia i wyciągania wniosków. Wykładowcami w programie NZB są pracownicy ZUS.

Jeśli chodzi o zakres merytoryczny, to obejmuje następujące zagadnienia:

- historia ubezpieczeń społecznych w Polsce i na świecie,
- rola Zakładu Ubezpieczeń Społecznych,
- rodzaje ubezpieczeń społecznych (ze szczególnym naciskiem na ubezpieczenie emerytalne), zależności między składką a wypłacanym świadczeniem, wysokość składki z podziałem na poszczególne ubezpieczenia; przykładowa kalkulacja,
- e-urząd ZUS, czyli Platforma Usług Elektronicznych ZUS jako narzędzie kontaktu z Zakładem Ubezpieczeń Społecznych oraz rozliczeń przedsiębiorcy z ZUS.

Tabela 2. Podsumowanie kolejnych edycji programu

Rok akademicki	Liczba zrealizowanych wykładów	Liczba zrealizowanych stref NZB	Liczba studentów uczestniczących w wykładach
2014/2015	50	35	2035
2015/2016	72	54	3200

Źródło danych: ZBP-CPBiI

W roku akademickim 2016/2017 Zakład kontynuuje współpracę. Na prośbę zgłoszoną przez koordynatorów programu ze Związku Banków Polskich – Centrum Prawa Bankowego i Informacji Zakład opracował nowy moduł wykładu zatytułowany „ZUS dla studenta – prowadzenie działalności gospodarczej”. W zamierzeniu autorów moduł ten ma być przewodnikiem dla młodego człowieka, który zdecyduje się na prowadzenie biznesu, stąd ważne jest, by wiedział, jakie ma zobowiązania wobec ZUS, ale też jakie może mieć ulgi na początku prowadzenia działalności.

Współpraca bilateralna ZUS–uczelnie

Kolejną możliwość dotarcia z wiedzą o ubezpieczeniach społecznych do studentów dają bilateralne umowy zawierane przez ZUS z uczelniami. Od kwietnia 2016 r. Zakład podpisał ich ponad 50⁵⁸. Głównym celem tej współpracy jest zaangażowanie środowiska akademickiego w obszerny program „Ubezpieczenia społeczne – edukacja z ZUS”. Zakres umów przewiduje m.in. realizację ogólnych, pojedynczych wykładów na temat ubezpieczeń społecznych bądź cyklu wykładów (w ramach wykładów ogólnouczelnia-

⁵⁸ Stan na 9 maja 2017 r.

nych), wykładów poświęconych praktycznemu aspektowi stosowania prawa ubezpieczeń, współpracy z mediami uczelnianymi, praktyki dla studentów w placówkach ZUS, współpracę naukowo-badawczą (w tym wsparcie w pracach licencjackich, magisterskich, doktorskich), poradnictwo w zakresie ubezpieczeń społecznych dla studentów, wykładowców i pracowników administracji.

Zakład opracował materiały do tzw. wykładu ogólnouczelnianego (OGUN) realizowanego pod tytułem „System ubezpieczeń społecznych w Polsce. Rola i zadania ZUS”. W ramach cyklu przewidziano 19 wykładów poświęconych m.in. ubezpieczeniom chorobowym, ubezpieczeniom rentowym i prewencji rentowej, orzecznictwu lekarskiemu, koordynacji systemów zabezpieczenia społecznego oraz takich, które wiedzę przedstawiają problemowo (np. własna firma – zobowiązania przedsiębiorcy wobec ZUS, ZUS dla studenta). Pakiet materiałów dydaktycznych to konspekt wykładu, pełny skrypt oraz prezentacja. Tym samym jest to zestaw pomocy dydaktycznych, który może być dopasowywany do potrzeb uczelni (liczba wykładów, tematyka wykładów). Materiały mogą być też wykorzystywane do jednostkowych (gościnnych) wykładów na uczelniach. Założeniem autorów materiałów było wzmocnienie procesu dydaktycznego interakcją i dyskusją z uczestnikami wykładu, odwołanie się do ich doświadczeń. Materiały są także bogato zilustrowane, uzupełnione o elementy multimedialne, co również ma wesprzeć proces uczenia się.

Z założenia wykłady prowadzą pracownicy ZUS, eksperci w danej dziedzinie. Każdy cykl musi mieć także koordynatora wykładu, który uzgadnia stronę merytoryczną oraz techniczną wykładów. Funkcję tę może pełnić pracownik uczelni lub pracownik ZUS. Pilotażowo OGUN został przeprowadzony w semestrze zimowym 2016/2017 na Wydziale Nauk Pedagogicznych Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego (cykl 7 wykładów). W uczelnianym systemie USOS UKSW studenci ocenili wykład na 4,52 (121 udzielonych odpowiedzi w skali ocen 1 do 5). Ocena dotyczyła zawartości merytorycznej, kompetencji prowadzących oraz zaangażowania wykładowców w prowadzenie zajęć. W semestrze letnim 2016/2017 wykład ogólnouczelniany został uruchomiony na Uniwersytecie Warszawskim oraz na UKSW na wszystkich kierunkach (cykl 15 wykładów). Podejmowane są podobne starania na innych uczelniach współpracujących z Zakładem.

Działalność edukacyjno-informacyjna poza systemem szkolnictwa

Informacja staje się w coraz szerszym zakresie dobrem publicznym. Człowiek, aby być pełnoprawnym i sprawnym członkiem społeczeństwa oraz aktywnym podmiotem gospodarczym, musi przez cały czas uzupełniać swoje zasoby informacyjne⁵⁹. W tym duchu Zakład stara się kierować działania edukacyjno-informacyjne do swoich klientów. Ta

59 J. Oleński, *Nowa gospodarka – aspekt informacyjny*, „Ekonomia” 2001, nr 1, s. 43.

grupa interesariuszy Zakładu to w sumie 25 mln osób, w tym 15,1 mln stanowią osoby ubezpieczone, 7,4 mln świadczeniobiorcy, a 2,5 mln płatnicy składek. Dodatkowo, jak wspomniano powyżej, swoich odbiorców informacji Zakład podzielił na mniejsze grupy docelowe, dla których opracowuje osobne materiały i dobiera stosowne kanały komunikacji – zgodnie z kryteriami dobrej informacji, do których T. Goban-Klas zalicza:

- użyteczność – informacja musi treściowo odpowiadać pewnej potrzebie związanej z podjęciem konkretnej decyzji;
- dostępność – informacja musi być osiągalna dla zainteresowanej osoby;
- operatywność – informacja musi być aktualna, uzyskana na czas, na ogół szybko;
- trafność – informacja musi być adekwatna, dotyczyć danej kwestii, nie pomijając istotnych elementów;
- zrozumiałość – informacja musi być podana we właściwym języku, przystępna;
- prawdziwość – informacja musi przedstawiać sprawy zgodnie z rzeczywistością, nazywać rzeczy po imieniu;
- wiarygodność – informacja musi pochodzić z wiarygodnego źródła;
- rzetelność – informacja musi dokładnie i starannie przedstawiać swój przedmiot;
- systemowość – informacja musi być częścią szerszej struktury poznawczej, dać się włączyć w ramy ogólniejszej koncepcji teoretycznej;
- weryfikowalność – informacja powinna być możliwa do sprawdzenia, uzupełnienia, pogłębienia, rozszerzenia⁶⁰.

Wydawnictwa własne ZUS

Wydawnictwa masowe

Istotnym kanałem dotarcia z informacją o ubezpieczeniach społecznych są wydawnictwa własne Zakładu skierowane do wszystkich grup klientów i sprofilowane pod ich potrzeby. W większości są to poradniki, broszury oraz periodyki ZUS i ulotki informacyjne poświęcone różnym zagadnieniom z zakresu ubezpieczeń społecznych. W ten sposób Zakład informuje o przepisach dotyczących ubezpieczeń społecznych, prawach i obowiązkach poszczególnych grup klientów – ubezpieczonych, świadczeniobiorców i płatników składek (przedsiębiorców) – oraz usługach świadczonych na ich rzecz przez ZUS. Materiały dostępne są we wszystkich placówkach ZUS oraz instytucjach współpracujących, na stronie [zus.pl](http://www.zus.pl)⁶¹ w wersji elektronicznej, są także dystrybuowane podczas wszystkich wydarzeń zewnętrznych organizowanych przez ZUS samodzielnie lub wspólnie z innymi partnerami instytucjonalnymi.

Na szczególną uwagę zasługują miesięczniki „ZUS dla Ciebie” i „ZUS dla Biznesu”. „ZUS dla Ciebie”⁶² to periodyk skierowany do ubezpieczonych i świadczeniobiorców. Co miesiąc do rąk klientów trafia 100 tys. egzemplarzy. Nakład jest dystrybuo-

60 T. Goban-Klas, *System informacji w państwie a system komunikacji społecznej*, „Przekazy i Opinie” 1999, nr 2, s. 14.

61 <http://www.zus.pl/baza-wiedzy/biblioteka-zus>.

62 „ZUS dla Ciebie” dostępny jest także na stronie internetowej ZUS: <http://www.zus.pl/baza-wiedzy/biblioteka-zus/czasopisma/zus-dla-ciebie>.

wany w 326 placówkach ZUS oraz w innych instytucjach współpracujących z Zakładem – w urzędach miast i gmin, starostwach, urzędach marszałkowskich, urzędach skarbowych, placówkach zdrowia.

Z kolei „ZUS dla Biznesu”⁶³ to miesięcznik, który ukazuje się od marca 2015. W krótkiej i przystępnej formie informuje przedsiębiorców o najważniejszych zmianach w prawie ubezpieczeń społecznych, przypomina o terminach, przytacza interpretacje, na bazie przykładów wyjaśnia skomplikowane zagadnienia prawa ubezpieczeń społecznych. Dystrybuowany jest w formie elektronicznej (bezpośrednia wysyłka do dużych firm oraz – za pośrednictwem organizacji zrzeszających pracodawców i przedsiębiorców – do MŚP) i drukowanej. W przeprowadzonej przez ZUS ankiecie wśród przedsiębiorców miesięcznik został oceniony jako bardzo dobry pomysł. Pozytywnie oceniono koncepcję, sposób prezentacji informacji, język, szatę graficzną oraz dystrybucję elektroniczną. Przedsiębiorcy podkreślali fakt, że miesięcznik w skondensowanej formie i z przykładami podaje najważniejsze informacje o zmianach w przepisach.

Skalę drukowanych i dystrybuowanych wydawnictw ilustruje poniższe zestawienie.

Tabela 3

Rok	Pozycje nieperiodyczne		Pozycje periodyczne	
	Liczba pozycji	Nakład razem	Liczba pozycji	Nakład razem
2013	128	4 599 142	5	1 175 000
2014	144	2 739 791	5	1 054 800
2015	174	2 465 934	6	972 170
2016	250	1 373 798	6	1 250 000

Źródło danych: ZUS

Zestawienie to pokazuje, że Zakład zwiększa liczbę pozycji w związku z profilowaniem komunikatu pod konkretną grupę docelową. Wdrożył także system weryfikacji zapotrzebowania na konkretny tytuł wydawniczy. Udostępnienie materiałów w formie elektronicznej w serwisie zus.pl wpłynęło także na zmniejszenie drukowanych nakładów.

Publikacje specjalistyczne

Kwartalnik naukowy „Ubezpieczenia Społeczne. Teoria i praktyka”

Wśród publikacji specjalistycznych skierowanych do publiczności zainteresowanej tematyką ubezpieczeń społecznych i chcącej zgłębić wiedzę w tej dziedzinie oraz zaznajomić się z kierunkami rozwoju ubezpieczeń społecznych w Polsce i na świecie wymieniać należy kwartalnik naukowy „Ubezpieczenia Społeczne. Teoria i praktyka” i liczne publikacje pokonferencyjne wydawane przez ZUS.

63 „ZUS dla Biznesu” dostępny jest także na stronie internetowej ZUS: <http://www.zus.pl/baza-wiedzy/biblioteka-zus/czasopisma/zus-dla-biznesu>.

Czasopismo „Ubezpieczenia Społeczne. Teoria i praktyka” w pierwotnym założeniu miało popularyzować wiedzę o ubezpieczeniach społecznych, ale – jak wskazywał podtytuł – miało ono także prezentować teksty i opinie ze styku teorii i praktyki ubezpieczeń społecznych. W 2014 r. podjęto jednak decyzję o przekształceniu czasopisma w kwartalnik naukowy, na którego łamach, zgodnie z akademickim obiektywizmem i zasadami obowiązującymi tego typu periodyki (w zakresie m.in. recenzowania), głos zabierają naukowcy oraz eksperci, a także doświadczeni praktycy Zakładu. W założeniu zmiana ta miała pobudzić dyskusję na temat problemów systemów ubezpieczeń społecznych i trendów w ich rozwoju dzięki bieżącej, ale pogłębionej analizie naukowej i eksperckiej zmian w systemie, na rynku pracy i w gospodarce (m.in. poprzez prognozowanie przyszłości na podstawie dostępnych w ZUS danych), by umożliwić reagowanie z wyprzedzeniem. Ponadto Zakładowi zależało na kształtowaniu w ten sposób roli opiniotwórczej czasopisma jako platformy wymiany poglądów między ekspertami w związku z realizacją ustawowego zadania ZUS, którym jest popularyzacja wiedzy o ubezpieczeniach społecznych. Istotne dla wypełniania także innych obowiązków Zakładu Ubezpieczeń Społecznych nałożonych przez prawo jest bowiem rozwijanie, porządkowanie i upowszechnianie wiedzy naukowej. Dzięki prowadzeniu pisma i utrzymywaniu przez to stałych kontaktów ze środowiskiem naukowym ZUS może zlecać i sam podejmować badania oraz inicjować dyskurs w odpowiedzi na szczególnie istotne wyzwania stojące przed systemem ubezpieczeń społecznych, działając niejako zapobiegawczo, antycypując problemy i szukając rozwiązań. W tym celu rozszerzono dotychczasowy skład rady programowej czasopisma o autorytety ze świata nauki: ekonomii, prawa i polityki społecznej. W 2015 r. rozpoczęto wydawanie „Ubezpieczeń Społecznych. Teorii i praktyki”⁶⁴ według kryteriów określonych przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, aby periodyk Zakładu mógł uzyskać status punktowanego czasopisma naukowego.

Publikacje naukowe i eksperckie

W dyskursie naukowym nad stanem obecnym i przyszłością socjalnej funkcji państwa, w tym nad ochroną ubezpieczeniową jego obywateli, Zakład uczestniczy także jako wydawca publikacji powstających w związku z konferencjami naukowymi, które ZUS organizuje we współpracy z uczelniami, instytucjami zajmującymi się zabezpieczeniem społecznym i Polskim Stowarzyszeniem Ubezpieczenia Społecznego. Warto w tym miejscu podkreślić stymulującą rolę PSUS, z którym Zakład współpracuje od wielu lat. Od początku swojego istnienia, czyli od 1984 r., PSUS stara się bowiem rozwijać i popularyzować ideę ubezpieczenia społecznego, inicjować dyskurs na temat doskonalenia systemu ubezpieczenia społecznego poprzez stymulowanie i wspieranie badań naukowych oraz kontaktów przedstawicieli nauki i praktyki w tej dziedzinie, a także szerzenia wiedzy z zakresu ubezpieczeń społecznych. Cele te PSUS realizuje m.in. poprzez organizowanie – także we współpracy z ZUS – konferencji, seminariów, odczytów, konsultacji oraz szkoleń. Wspólne publikacje upowszechniają, pogłębiają i porządkują wiedzę na temat systemu ubezpieczeń społecznych

⁶⁴ Dotychczasowe numery dostępne są na stronie internetowej kwartalnika: <http://www.zus.pl/baza-wiedzy/biblioteka-zus/czasopisma/us-tip>.

i jego rozwoju w Polsce. Publikacje dystrybuowane są do instytucji centralnych państwa, ministerstw, instytucji ubezpieczeń społecznych, instytucji naukowych, bibliotek uczelni, do wydziałów prawa i administracji szkół wyższych, sądów pracy i ubezpieczeń społecznych, a także osób indywidualnych – ekspertów prawa pracy i ubezpieczeń społecznych oraz dziennikarzy. Publikacje dostępne są również w wersji elektronicznej w serwisie zus.pl⁶⁵.

Wśród publikacji naukowych warto zwrócić jeszcze uwagę na wyjątkowe przedsięwzięcie, jakim była kompleksowa monografia *Ubezpieczenia społeczne w procesie zmian. 80 lat Zakładu Ubezpieczeń Społecznych*⁶⁶, wydana wspólnie z Instytutem Pracy i Spraw Socjalnych. Celem publikacji była wieloaspektowa refleksja na temat stanu i perspektyw systemu ubezpieczeń społecznych w Polsce. Wydawnictwo zawiera ważne odniesienia historyczne, pozwalające na prezentację ciągłości funkcjonowania systemu ubezpieczeń społecznych oraz ukazujące istotę i kierunki zmian w tej dziedzinie, jednakże w zasadniczej części koncentruje się ono na współczesnych i przyszłych problemach ubezpieczeń społecznych. W tym kontekście pojawił się też wątek instytucjonalny – dotyczący miejsca, roli i znaczenia zmieniającego się Zakładu Ubezpieczeń Społecznych w rozwoju i obsłudze ubezpieczeń społecznych w Polsce.

Informator Zabezpieczenie społeczne w Polsce

Ważną publikacją zawierającą najistotniejsze informacje z dziedziny ubezpieczeń społecznych jest wydawany rokrocznie informator *Zabezpieczenie społeczne w Polsce*⁶⁷ (dostępny w wersjach: polskiej, angielskiej, niemieckiej i rosyjskiej). To kompendium wiedzy o polskim systemie ubezpieczeń społecznych i zadaniach Zakładu Ubezpieczeń Społecznych, rozszerzone o informacje z zakresu szerszej pojętej polityki społecznej. Publikacja przekazywana jest w szczególności nauczycielom uczestniczącym w projekcie „Lekcje z ZUS” i „Projekt z ZUS” oraz liderom opinii (dziennikarze, eksperci ubezpieczeń społecznych, naukowcy, politycy, samorządowcy). Po publikację chętnie sięgają studenci wydziałów prawa i administracji, stąd też od 2016 r. Zakład przekazuje tę pozycję wydawniczą do bibliotek wydziałów prawa i administracji oraz katedr ubezpieczeń społecznych szkół wyższych.

Wydawnictwa specjalistyczne

Zakład wydaje także wydawnictwa specjalistyczne skierowane do konkretnych grup odbiorców, takie jak *Standardy orzecznictwa lekarskiego ZUS*, *Zasady przeprowadzania badań psychologicznych w ZUS*, *Zeszyty szkoleniowe orzecznictwa lekarskiego*. To publikacje w szczególności adresowane do lekarzy orzekających o niezdolności do pracy, ale mogą po nie sięgnąć wszyscy, którzy chcą zgłębić trudną materię orzekania o niezdolności

65 <http://www.zus.pl/baza-wiedzy/biblioteka-zus/wydawnictwa/wydawnictwa-naukowe-zus>.

66 *Ubezpieczenia społeczne w procesie zmian. 80 lat Zakładu Ubezpieczeń Społecznych*, red. K.W. Frieske, E. Przychodaj, Warszawa 2014, <http://www.zus.pl/baza-wiedzy/biblioteka-zus/wydawnictwa/wydawnictwa-naukowe-zus> (7.06.2017).

67 Publikacja dostępna jest także w internecie pod adresem: <http://www.zus.pl/documents/10182/167567/Zabezpieczenie+spo%C5%82eczne+w+Polsce/387eb8f7-0522-4f74-ace3-907cd6b1e80f> (w wersji polskiej) oraz w wersjach obcojęzycznych pod adresem: <http://www.zus.pl/baza-wiedzy/biblioteka-zus/wydawnictwa/wydawnictwa-obcojeczne>.

do pracy – publikacje są powszechnie dostępne w bibliotece ZUS na portalu zus.pl⁶⁸. Istotną część działalności wydawniczej ZUS stanowią wydawnictwa z zakresu prewencji rentowej i wypadkowej, takie jak kwartalnik „Prewencja i Rehabilitacja”⁶⁹. Szczególną popularnością cieszy się poradnik dla uczniów „W pierwszej pracy”⁷⁰. To publikacja zaadresowana specjalnie do młodych ludzi wkraczających na rynek pracy, która ma być dla nich praktycznym przewodnikiem. Obejmuje ona zagadnienia związane z prawem pracy, wzbogacona jest o elementy z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy, a także wybrane problemy dotyczące ubezpieczeń społecznych.

Wydawnictwa adresowane do osób z niepełnosprawnością

Od kilku lat wspólnie z Państwowym Funduszem Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych Zakład wydaje *Informator dla osób z niepełnosprawnością*, który w jednym miejscu gromadzi najważniejsze informacje przydatne osobom niepełnosprawnym, dotyczące m.in. zasad przyznawania rent, orzecznictwa lekarskiego, rehabilitacji leczniczej prowadzonej przez ZUS oraz uprawnień pracowniczych. Wyjaśnia także, na jaką pomoc z PFRON mogą liczyć osoby niepełnosprawne oraz pracodawcy zatrudniający niepełnosprawnych pracowników. Ponadto zawiera on omówienie zasad ubiegania się o takie wsparcie, warunki jego udzielenia i niezbędne dokumenty.

Od 2016 r., w ramach wsparcia dla osób z niepełnosprawnością i we współpracy ze Stowarzyszeniem Integracja, Zakład Ubezpieczeń Społecznych rozpoczął wydawanie cyklu poradników dla osób z określonymi niepełnosprawnościami, które mają na celu ich aktywizację zawodową i integrację ze społeczeństwem. W 2016 r. ukazał się poradnik *Jak żyć... na wózku*. W 2017 r. planowane są kolejne⁷¹.

Wydawnictwa i komiksy edukacyjne oraz książeczki dla dzieci

Zakład stara się dotrzeć już do najmłodszych – przyszłych klientów ZUS. Specjalnie dla nich przygotowany został komiks-malowanka *ZUS dla najmłodszych (i nie tylko)* udostępniany w kąciakach dla dzieci w salach obsługi klientów w placówkach ZUS, a także podczas wydarzeń organizowanych poza terenem Zakładu.

W ramach programu „Nowoczesne Zarządzanie Biznesem” dla starszej grupy odbiorców – studentów – przygotowany został komiks edukacyjny o tym, czym są ubezpieczenia społeczne.

Nowym obszarem działalności wydawniczej są materiały edukacyjne do szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych, które Zakład samodzielnie wydaje i dystrybuuje. Tabela 4 ilustruje aktywność Zakładu w tej dziedzinie.

68 http://www.zus.pl/documents/10182/24199/Standardy+orzecznictwa+lekarskiego+ZUS_II_wydanie_2013_rok.pdf/35c8181e-c3f6-4e27-9855-3648217d2ce1.

69 Kwartalnik dostępny jest w serwisie internetowym zus.pl: <http://www.zus.pl/baza-wiedzy/biblioteka-zus/czasopisma/prewencja-i-rehabilitacja>.

70 Publikacja dostępna na zus.pl: http://www.zus.pl/documents/10182/167529/Poradnik_W_pierwszej_pracy.pdf/81f7d901-0023-45c4-9dae-5e27b8947d0f?version=1.0.

71 Kolejny planowany tytuł w 2017 r. to *Jak żyć... z problemami zdrowia psychicznego*.

Tabela 4

Rok	Zeszyt Materiały dla nauczyciela			Zeszyt Materiały dla ucznia		
	Nakład	Koszt jednostkowy	Koszt razem	Nakład	Koszt jednostkowy	Koszt razem
2014	1052	10,35 zł	10 887,25 zł	15 051	3,39 zł	50 977,73 zł
2015	1406	10,98 zł	15 433,20 zł	23 606	1,47 zł	34 597,20 zł
2016	1815	11,29 zł	20 487,15 zł	33 630	1,19 zł	39 952,14 zł

Źródło danych: ZUS

Katalog usług świadczeń długoterminowych

Nowym przedsięwzięciem wydawniczym od 2016 r. jest *Katalog usług świadczeń długoterminowych*. To usystematyzowany katalog zapewniający klientowi możliwość wybrania odpowiedniej usługi w zależności od jego sytuacji życiowej. Katalog zawiera wykaz usług z zakresu świadczeń emerytalno-rentowych i jednocześnie umożliwia klientowi w prosty sposób przejście do karty informacyjnej interesującej go usługi. Z kolei karta usługi jest informacją opisującą drogę załatwienia danej sprawy od początku do końca. Posługując się prostym, zrozumiałym językiem, przekazuje klientowi najważniejsze informacje o danej usłudze. Katalogi usług świadczeń długoterminowych zostały udostępnione we wszystkich salach obsługi klientów w placówkach ZUS. Z interaktywnego kreatora usług świadczeń długoterminowych można skorzystać na portalu zus.pl⁷². W opracowaniu są karty usług świadczeń krótkoterminowych oraz katalog usług dla płatników składek.

Radio

Jak wynika z badań⁷³, odsetek mieszkańców Polski słuchających radia utrzymywał się w latach 2013–2015 na poziomie powyżej 73% i wykazywał trend wzrostowy (w 2015 r. – 73,8%), zatem ten kanał komunikacji z Polakami jest również uwzględniany w działaniach komunikacyjnych ZUS.

ZUS dla Ciebie i ZUS dla Biznesu

Zakład od kilku lat współpracuje z Polskim Radiem, na antenie którego przekazywane są informacje dotyczące zmian w przepisach, aktualnych rozwiązań prawnych, interpretacji, porad ekspertów, wywiadów w dwóch cyklach – *ZUS dla Ciebie* i *ZUS dla Biznesu*. W 2015 r. były emitowane w audycji *Sygnaly Dnia* w środy w godzinach 6:40–7:00 na antenie Programu 1 Polskiego Radia; w ich ramach wystąpiło 40 ekspertów. Ponadto eksperci ZUS odpowiadali na pytania słuchaczy podczas dyżurów telefonicznych. Podcasty z audycji i artykuły

⁷² <http://www.zus.pl/ustalanie-uprawnien-do-swadczen>.

⁷³ M. Trochimczuk, *Wskaźniki słuchalności i audytorium programów radiowych w 2015 r.*, Warszawa 2016, http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/kontrola/program/radio/kwartalne/rynek_radiowy2015.pdf (7.06.2017).

redakcyjne na podejmowane na antenie tematy były publikowane w serwisie Polskiego Radia gospodarka.polskieradio.pl, a materiały z audycji i dyżurów (najciekawsze pytania i odpowiedzi) udostępniane na stronie internetowej polskieradio.pl/42,Gospodarka.

Słuchalność każdej z audycji wynosiła średnio 965 tys. słuchaczy. Podcasty i materiały wideo umieszczone na stronie obejrzało 39,5 tys. osób. W 2016 r. na antenie radia wyemitowano 20 odcinków programu. Natomiast w Programie 3 tematyka ubezpieczeniowa gościła w paśmie ekonomiczno-gospodarczym z cyklu *Bardzo Ważny Projekt*. Współpraca jest kontynuowana w 2017 r.

ZUS na antenie *Lata z Radiem*

W latach 2013–2015 ZUS jako partner edukacyjny uczestniczył w wakacyjnych piknikach *Lata z Radiem* (zob. więcej w rozdziale *ZUS Partnerem edukacyjnym Lata z Radiem*). W wakacyjne weekendy na antenie Programu 1 Polskiego Radia ZUS był obecny z informacjami o ubezpieczeniach społecznych podczas kolejnych edycji *Lata z Radiem*, popularnej i nadal bardzo lubianej przez Polaków audycji radiowej realizowanej od 1971 r. W roku 2013 audycje dotyczyły przede wszystkim Platformy Usług Elektronicznych i korzyści, jakie daje ona klientom Zakładu – w tym przede wszystkim możliwości kontrolowania swojego konta w ZUS. W edycji w 2014 r. przez 10 weekendów na antenie *Lata z Radiem* podejmowane były tematy potrzeby edukacji w zakresie ubezpieczeń społecznych i kształtowania świadomości ubezpieczeniowej, form wsparcia ZUS dla przedsiębiorców i ich obsługi w placówkach Zakładu, zawieszenia działalności gospodarczej na czas wakacji. Wyjaśniane były kwestie związane z koordynacją unijną, ale także informowano o tym, jak można korzystać z ośrodków rehabilitacyjnych ZUS w ramach prewencji rentowej. Na antenie dyskutowano również o świadczeniach prorodzinnych realizowanych przez Zakład. W 2015 r. wejścia na antenę *Lata z Radiem* odbywały się pod hasłem „Nie wierz w mity, poznaj fakty”. W trakcie tej edycji eksperci ZUS wyjaśniali, po co są ubezpieczenia społeczne, czy możliwe jest bankructwo ZUS, czym się różni niepełnosprawność od niezdolności do pracy, jakie świadczenia przysługują klientom Zakładu z tytułu opłaconych składek na ubezpieczenia społeczne, na czym polega solidaryzm społeczny i system redystrybucyjny, a także jakie są zasady kontroli płatników składek przez ZUS.

Obecności na antenie towarzyszyły konkursy z nagrodami rzeczowymi dla radiosłuchaczy poświęcone tematyce ubezpieczeń społecznych. Istotą programu było mówienie o ubezpieczeniach społecznych w konwencji letniej audycji: czyli o sprawach ważnych, ale w lekkiej formule. *Lato z Radiem* od początku istnienia cieszy się bardzo dużą popularnością wśród Polaków i ma dużą słuchalność, zatem była to okazja, by takim sprawdzonym kanałem dotrzeć do klientów Zakładu. Według Komitetu Badań Radiowych słuchalność Programu 1 Polskiego Radia wynosiła w tym czasie 9,5% i tym samym stacja zajmowała trzecie miejsce wśród stacji radiowych w Polsce (po stacji RMF FM – 24,9% i Radiu ZET – 13,7%)⁷⁴.

⁷⁴ Od kilkunastu lat badanie Radio Track opracowuje Instytut Millward Brown/ SMG KRC. Są to jedyne oficjalne wyniki słuchalności. Badanie obejmuje pomiarem niemal wszystkie polskie stacje radiowe na obszarze kraju nadjące na podstawie aktualnej koncesji (<http://www.radiotrack.pl/index.php/badanie/obadaniu.html>).

Telewizja i internet

Telewizja – ZUS dla Ciebie

Jak pokazują badania Instytutu Spraw Publicznych przeprowadzone na zlecenie ZUS⁷⁵, najwięcej informacji o ubezpieczeniach społecznych Polacy ciągle jeszcze czerpią z telewizji. 25% respondentów wskazało właśnie to medium i było to najwyższe wskazanie (kolejne to kontakt z ZUS – 17%, strona internetowa ZUS – 11%, rozmowy ze znajomymi – 12%, radio – 8%, prasa internetowa – 8%, dzienniki – 6%, prasa popularna „Fakt”, „Super Express” – 5%, media społecznościowe – 5%, tygodniki – 4%, rozmowy ze specjalistami – 4%, magazyny, prasa kolorowa – 3%). Podobne wnioski dają się wyprowadzić z badania wśród liderów opinii⁷⁶, gdzie media elektroniczne (telewizja i radio) jako częste źródło informacji były wskazywane przez 38% w 2014 r. i 42% badanych w 2016 r. Stąd też Zakład stara się docierać do swoich klientów także za pośrednictwem tego kanału.

Przez wiele lat Zakład był obecny z programem *ZUS dla Ciebie* w porannym paśmie Programu 1 Telewizji Polskiej⁷⁷. Program miał formułę edukacyjno-poradnikową, do studia TVP zapraszani byli eksperci ZUS, którzy w przystępnej formie wyjaśniali kwestie ubezpieczeń społecznych. W 2014 r. zdecydowano się na odświeżenie formuły programu: zmieniono grafikę, przygotowane zostało specjalne studio telewizyjne na potrzeby programu. Także sam format miał nieco inny charakter – oprócz ekspertów ZUS starano się zapraszać również komentatorów zewnętrznych, pokazywać polski system ubezpieczeń społecznych w kontekście zagranicznych systemów i rozwiązań. Program był wzbogacony o relacje reporterskie z zagranicy. Co ważne, moderatorem i prowadzącym program został popularny prezenter telewizyjny Radosław Brzózka, znany jako twórca i prowadzący program popularnonaukowy w TVP1 *Jak to działa?*. Po emisji na antenie TVP1 *ZUS dla Ciebie* był udostępniany na portalu tvp.pl⁷⁸. Oglądalność programu wynosiła średnio 260 tys. widzów⁷⁹.

Dodać należy, że umowy z TVP były tak skonstruowane, by Zakład miał prawo emitować program *ZUS dla Ciebie* także na stronie www.zus.pl oraz na monitorach multimedialnych w salach obsługi klientów w 326 placówkach terenowych ZUS⁸⁰. Od 2014 r. programy udostępniano także na YouTube w kanale ZUS „Elektroniczny ZUS”.

75 *Wiedza i postawy wobec ubezpieczeń społecznych. Raport z badań, op. cit.*

76 Badanie liderów opinii na temat ZUS jest elementem wpisującym się w *Strategię rozwoju ZUS na lata 2013–2015* oraz *Strategię ZUS na lata 2016–2020*. W aktualnie obowiązującej strategii określony został cel „Usprawnienie systemu komunikacji zewnętrznej i polityki informacyjnej”, którego jednym z mierników jest wskaźnik reputacji wśród liderów opinii. Badanie zostało dotychczas przeprowadzone dwukrotnie w I kwartale 2014 r. i w I kwartale 2016 r.

77 W roku 2012 wyemitowano 26 odcinków, w 2013 r. – 33 odcinki; w nowej formule w 2014 – 26 odcinków.

78 <http://www.tvp.pl/publicystyka/ekonomia-i-gospodarka/zus-dla-ciebie/wideo>.

79 Źródło danych: ZTPV Analysis.

80 W 2015 r. placówki terenowe ZUS odwiedziło 21,6 mln klientów, w 2016 r. – 20,2 mln klientów. Źródło danych: ZUS.

Telewizja internetowa – Onet.tv

Obserwując trendy na rynku mediów i chcąc dotrzeć do młodszego odbiorcy, Zakład postanowił od 2015 r. przenieść program *ZUS dla Ciebie* do internetu ze względu na szerszy zasięg i możliwość wielokrotnego odtwarzania w miejscu i czasie wybranym przez widza, ale także linkowanie programu przez portal z innymi materiałami w internecie. Materiały filmowe z poradami ekspertów ZUS pod tytułami *ZUS dla Ciebie* i *ZUS dla Biznesu* emitowane są w telewizji internetowej na popularnym portalu Onet.tv. W 2015 r. na portalu zamieszczono 27 filmów, a w 2016 r. – 25⁸¹. Zasięg informacyjny tych materiałów został zwiększony dzięki publikacji i dystrybucji depeš informacyjnych w serwisie agencji Newseria, która zapewnia dotarcie do szerokiej grupy czytelników przez portale internetowe, gazety, stacje radiowe i telewizyjne. Ze strony serwisu media mogą bezpłatnie pozyskiwać opublikowany materiał. Dzięki takiej promocji dotarcie z istotnymi dla ZUS informacjami zostało zwielokrotnione. Podobnie jak w przypadku umowy z TVP także i te programy przygotowane i wyprodukowane dla Onet.tv można oglądać na monitorach multimedialnych w salach obsługi klientów w placówkach terenowych Zakładu. Filmy są także udostępnione w kanale „Elektroniczny ZUS”⁸² w serwisie YouTube.

Lokowanie produktu w polskim serialu

By wykorzystywać dostępne formy komunikacji i narzędzia marketingowe, Zakład posłużył się także lokowaniem produktu (*product placement*) w serialu telewizyjnym. Produktem była Platforma Usług Elektronicznych ZUS⁸³, a umieszczono ją w popularnym polskim serialu telewizyjnym *Ojciec Mateusz*. Emisja miała miejsce w 2013 r. Przekaz miał zachęcić małych i średnich przedsiębiorców do korzystania z PUE jako kontaktu z ZUS i kanału rozliczeń z Zakładem (aplikacja e-płatnik na PUE udostępniona w profilu dla przedsiębiorcy). Oglądalność serialu w grupie przedsiębiorców po premierze odcinka i następnie powtórkach w TVP1 i TVP serialu wyniosła ponad 1,6 mln w grupie przedsiębiorców 20–59 lat, natomiast całość widowni zamknęła się w liczbie blisko 6,6 mln widzów⁸⁴.

Strona internetowa zus.pl

Podstawowym kanałem komunikacji Zakładu jest oczywiście serwis internetowy ZUS. Średnia miesięczna liczba odsłon wyniosła w 2015 r. 1,7 mln, a w 2016 r. 1,45 mln. W 2017 r. udostępniono klientom Zakładu przebudowany serwis internetowy ZUS. Nowy serwis zawierający ok. 1,5 tys. podstron należy do jednych z największych serwisów instytucji publicznych. Obsługuje go blisko 80 redaktorów odpowiedzialnych za poszczególne sekcje. Architektura serwisu została opracowana na bazie wyników audytu użyteczności przeprowadzonego wśród użytkowników zewnętrznych. W jednym miejscu

81 <http://onet.tv/?q=ZUS%20dla%20Ciebie&s=score>.

82 Aktualnie na kanale „Elektroniczny ZUS” dostępnych jest 137 odcinków *ZUS dla Ciebie*.

83 Zob. więcej o informowaniu społeczeństwa o Platformie Usług Elektronicznych w rozdziale *Komunikowanie na przykładzie produktu – Platformy Usług Elektronicznych ZUS*.

84 Źródło danych: TVP.

umieszczono wszystkie formularze, pogrupowane na kategorie spraw. Stworzono sekcje „Biblioteka ZUS”, „Edukacja z ZUS”, „Baza wiedzy”. Przy tworzeniu portalu dużą wagę kładziono na jego intuicyjność, temu miał służyć wcześniejszy audyt użyteczności⁸⁵. Ponadto zintegrowano serwis informacyjny www.zus.pl z serwisem transakcyjnym Platformy Usług Elektronicznych pue.zus.pl.

Co warto podkreślić, przy budowie serwisu od początku współpracowano z ekspertami ds. standardów umożliwiającymi korzystanie z serwisu osobom niedoświadczonym oraz niedowidzącym (WCAG 2.0⁸⁶). W ocenie Stowarzyszenia Integracja⁸⁷ jest to wzorcowy serwis publiczny tworzony od początku zgodnie z metodologią WCAG.

Dodać należy, że w 2016 r. w ZUS powstał zespół ds. uproszczenia pism, wniosków i formularzy, który zajmuje się uproszczeniem języka komunikacji z klientami. W ramach tego zespołu działa także podzespół zajmujący się upraszczaniem języka materiałów informacyjnych drukowanych i w serwisie internetowym Zakładu. To kolejne działania ZUS na rzecz lepszej komunikacji z klientami. Kolejne sekcje serwisu są upraszczane zgodnie ze standardami tzw. prostego języka (*plain language*)⁸⁸.

ZUS w internecie – „Elektroniczny ZUS” na Youtube

Ważnym sposobem docierania z informacjami do klientów ZUS jest serwis YouTube, na którym Zakład prowadzi kanał „Elektroniczny ZUS”, utworzony w 2014 r. (poprzednio ZUS był obecny pod nazwą „ZUS. Zakład Ubezpieczeń Społecznych”). Tą drogą można dotrzeć z przekazem do tych osób, które nie przychodzą do ZUS, ale chętnie korzystają z internetu. Na kanale zamieszczane są filmy o charakterze informacyjnym, instruktażowym i edukacyjnym (takie jak *ZUS dla Ciebie*), ale Zakład zrealizował także specjalne cykle klipów edukacyjnych, w których w sposób atrakcyjny dla współczesnego internetowego odbiorcy stara się wyjaśniać, co to są ubezpieczenia społeczne i jak realnie wpływają na życie człowieka. W pierwszym cyklu klipów (15 filmów) narratorem został prezenter Telewizji Polskiej Radosław Brzózka. W kolejnym cyklu (10 klipów edukacyjnych) w roli narratora wystąpił znany dziennikarz radiowy Janusz Weiss, a cykl zatytułowano *Janusz Weiss objaśnia ZUS*. O ile bohaterami każdego odcinka pierwszej edycji klipów byli inni ludzie, o tyle filmy w edycji 2015 miały stałych bohaterów i jedno miejsce akcji. Każdy odcinek podzielony został na dwie części: fabularną i merytoryczną z Januszem Weissem w roli głównej. Kręcona z przymrużeniem oka i ironią część fabularna

85 Zob. oceny portalu w wersji próbnej beta udostępnionej klientom w 2016 r. na stronie <http://interaktywnie.com/biznes/newsy/oceny-serwisow/nowa-strona-zus-u-to-smialy-krok-w-dobra-strone-ale-kilka-niedociagniec-warto-by-poprawic-253806>.

86 WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) – zbiór dokumentów opublikowany przez Web Accessibility Initiative (WAI) zawierający zalecenia dotyczące tworzenia dostępnych serwisów internetowych. Od 15 października 2012 r. wytyczne WCAG w wersji 2.0 zyskały status międzynarodowej normy ISO/IEC 40500:2012. Tym samym Zakład spełnił wymogi wynikające z § 19 Rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 12 kwietnia 2012 r. w sprawie Krajowych Ram Interoperacyjności, minimalnych wymagań dla rejestrów publicznych i wymiany informacji w postaci elektronicznej oraz minimalnych wymagań dla systemów teleinformatycznych.

87 Stowarzyszenie Integracja to jedna z największych organizacji pożytku publicznego w Polsce działająca od ponad 20 lat na rzecz osób z niepełnosprawnością.

88 Zob. więcej o wprowadzaniu prostego języka w ZUS w rozdziale *Język komunikacji ZUS*.

rozgrywa się w salonie fryzjerskim, którego pracownicy stykają się z różnego rodzaju sytuacjami i problemami życia codziennego, które dotyczą kwestii ubezpieczeń społecznych. Tu tematyka ubezpieczeń zostaje jedynie zasygnalizowana, więcej internauta dowiaduje się z części merytorycznej, w której Janusz Weiss wraz ze swoimi rozmówcami – często znanymi postaciami historycznymi – rozwija i wyjaśnia temat. Filmy zostały włączone jako materiał uzupełniający do scenariuszy „Lekcji z ZUS”, a ponadto są wykorzystywane podczas wykładów realizowanych przez Zakład na uczelniach oraz w trakcie szkoleń dla klientów ZUS. Filmy pokazywane są także na monitorach w placówkach ZUS.

Istotnym walorem obecności w serwisie YouTube jest możliwość komentowania pod materiałami. W ten sposób Zakład niemal indywidualnie, a przy tym rzeczowo odpowiada na – zwykle stereotypowe – komentarze. Może tym samym edukować właśnie te osoby, które są aktywne w mediach społecznościowych i generują wpisy. W sumie na swoim kanale Zakład wprowadził ponad 2 tys. komentarzy. Internauci oglądali materiały ZUS ponad 5 tys. godzin. Kanał ma 180 tys. wyświetleń, 4,5 tys. ocen, 600 subskrypcji i należy do jednego z najczęściej odwiedzanych kanałów instytucji publicznych w Polsce.

ZUS na forach internetowych

Zakład stara się także monitorować treści na innych forach i reagować na nie. Oczywiście nie ma możliwości obecności na wszystkich forach, niemniej stara się regularnie śledzić wpisy w onet.pl, wykop.pl oraz na forumprawne.org. To także rodzaj działalności edukacyjnej i wchodzenie w bezpośrednią interakcję z klientami Zakładu. Na Onecie ZUS jest obecny ze względu na emitowane tam materiały informacyjne Zakładu *ZUS dla Ciebie*. Serwis wykop.pl jest dość popularny wśród internautów i propagowane tam treści często są podejmowane na innych forach, dlatego Zakład stara się reagować na informacje na temat ubezpieczeń społecznych, w szczególności błędne bądź stereotypowe. Z kolei forumprawne.org prowadzone jest przez prawników i jest swego rodzaju bezpłatną poradnią prawną. Siłą rzeczy pojawiają się na nim także pytania z zakresu ubezpieczeń społecznych. Zakład udziela tam rzeczowych wyjaśnień. W latach 2015–2016 Zakład wprowadził na tych forach ponad 2,8 tys. komentarzy (onet.pl – 1 tys. komentarzy, wykop.pl – 1,3 tys. komentarzy, forumprawne.org – 540 komentarzy).

Inne kanały komunikacji

Sale Obsługi Klientów (SOK) i Centrum Obsługi Telefonicznej (COT)

Naturalnym miejscem komunikacji i udzielania informacji klientowi – a przez to edukacji – są sale obsługi klientów (SOK). Obsługa klientów odbywa się w 323 placówkach ZUS, a ponadto informacji udziela jeszcze 17 punktów informacyjnych. W salach dostępne są nieodpłatnie drukowane materiały informacyjne, na monitorach wyświetlane są bieżące komunikaty oraz emitowane multimedialne materiały edukacyjne i informacyjne. W 2016 r. w SOK-ach obsłużono 20,2 mln klientów, w 2015 r. było to 21,5 mln.

W czerwcu 2012 r. Zakład uruchomił pierwsze Centrum Obsługi Telefonicznej (COT). Konsultanci COT są dostępni dla klientów we wszystkie dni robocze w godzinach 7–18. Oprócz bezpośredniej obsługi przez konsultantów COT klienci mają dostęp do

automatycznego telefonicznego systemu informacyjnego (IVR), dostępnego 24 godziny na dobę przez 7 dni w tygodniu. Umożliwia on uzyskanie informacji o charakterze ogólnym, dotyczącym każdego obszaru działalności ZUS. Poza tradycyjnym połączeniem telefonicznym możliwe są też inne formy kontaktu z COT: połączenie z tzw. zusomatu (czyli maszyny, która umożliwia złożenie dokumentów przez całą dobę 7 dni w tygodniu), za pośrednictwem e-maili, czatów oraz usługi Skype. Poniższa tabela pokazuje liczbę klientów ZUS obsługiwanych w latach 2013–2016 w podziale na poszczególne formy i kanały komunikacji.

Tabela 5

Typ połączeń	2013	2014	2015	2016
Rozmowa telefoniczna	1 563 522	2 554 144	3 330 812	2 976 057
Czat	79 174	119 634	124 204	62 658
E-mail	109 704	177 426	205 433	266 992
RAZEM	1 752 400	2 851 204	3 660 449	3 305 707
Liczba obsługiwanych klientów na SOK	21,3 mln	21,3 mln	21,6 mln	20,2 mln

Źródło danych: ZUS, Departament Obsługi Klientów

Korespondencja do klientów – informacja o stanie konta ubezpieczonego

Zgodnie z art. 50 ustawy o systemie ubezpieczeń społecznych⁸⁹ od 2006 r. Zakład zobligowany jest do przesłania każdemu ubezpieczonemu urodzonemu po 31 grudnia 1948 r. tzw. informacji o stanie konta ubezpieczonego, czyli zewidencjonowanych na jego koncie składkach według stanu na 31 grudnia poprzedniego roku.

Oprócz formalnego druku z zestawieniem szczegółowych danych z konta ubezpieczonego Zakład traktuje tę wysyłkę jako okazję do tego, by zwrócić uwagę klientów Zakładu na konieczność kontrolowania swojego konta w ZUS, a tym samym świadomego zabezpieczenia własnej przyszłości emerytalnej, przypominać o konieczności wyliczenia kapitału początkowego (wyjaśniając jednocześnie, co to jest kapitał początkowy), informując o narzędziach, jakie daje ZUS, by na bieżąco kontrolować swoje konto w ZUS (Platforma Usług Elektronicznych). Dodatkowo do informacji o stanie konta dołączana jest specjalna ulotka z wyjaśnieniem, jak krok po kroku czytać informację o stanie konta ubezpieczonego (IOSKU). Akcji wysyłki IOSKU towarzyszy zawsze kampania informacyjna w mediach ogólnopolskich, regionalnych i lokalnych. Zakład stara się także co roku we współpracy z wysokonakładowymi dziennikami przygotowywać specjalny

⁸⁹ Art. 50 Ustawy z dnia 13 października 1998 r. o systemie ubezpieczeń społecznych (tekst jednolity: Dz.U. z 2009 r., nr 205, poz. 1585, z późn. zm.) oraz art. 13 Ustawy z dnia 18 grudnia 2002 r. o zmianie ustawy o systemie ubezpieczeń społecznych oraz o zmianie niektórych innych ustaw (Dz.U. nr 241, poz. 2074, z późn. zm.).

poradnik dotyczący zawartości IOSKU⁹⁰. IOSKU to co roku wielkie przedsięwzięcie organizacyjne, gdyż zgodnie z ustawą ZUS musi rozesłać informację do 31 sierpnia danego roku. Tabela 6 ilustruje liczbę wysyłanych informacji o stanie konta.

Tabela 6

Informacja	Liczba wysłanych informacji
łącznie za rok 2013 i 2014	20 086 026
za rok 2015	18 694 466*
za rok 2016	19 600 000**

* Zgodnie ze zmianą wprowadzoną ustawą z dnia 6 grudnia 2013 r. o zmianie niektórych ustaw w związku z określeniem zasad wypłaty emerytur ze środków zgromadzonych w otwartych funduszach emerytalnych Zakład nie przesyła informacji o stanie konta ubezpieczonego osobom, które utworzyły profil na Platformie Usług Elektronicznych ZUS. Dla tej grupy ubezpieczonych Zakład wygenerował w PUE 1 228865 informacji.

** Dane szacunkowe. Ponadto dla użytkowników PUE Zakład wygenerował 1 218 354 informacje.

Źródło danych: ZUS

Z listu z ZUS klient Zakładu dowiaduje się zatem, ile składek uzbierał na koncie podstawowym oraz subkoncie, czyli w swego rodzaju II filarze w ZUS. Jest w nim również zawarta informacja o wysokości składek przekazanych do OFE. Jeżeli adresat korespondencji z ZUS do 31 grudnia roku poprzedzającego wysłanie informacji ukończył 35 lat, ZUS wylicza mu również hipotetyczną emeryturę w trzech wariantach. Pierwszy to kwota, którą otrzymałby, biorąc pod uwagę to, co dotychczas zgromadził na koncie emerytalnym. Druga to kwota, którą otrzymałby, gdyby pracował do ustalonego dla niego wieku emerytalnego i nadal odprowadzał składki w średniej wysokości (ustalanej z okresu ubezpieczenia od 1999 r.). Trzeci wariant – i to jest informacja, która po raz pierwszy pojawiła się w IOSKU w 2016 r. (informacja za 2015 r.) – to wysokość hipotetycznej emerytury należnej z konta i subkonta emerytalnego.

Działalność informacyjna za pośrednictwem liderów opinii

Ważne edukacyjnie i wizerunkowo jest docieranie z informacjami do liderów opinii, by w tej grupie kształtować świadomość wagi ubezpieczeń społecznych, roli i zadań ZUS. W rozumieniu niniejszego materiału oraz *Strategii Zakładu na lata 2016–2020* liderzy opinii to osoby, które z racji zajmowanej pozycji społecznej, wykonywanego zawodu lub autorytetu zbudowanego w zindywidualizowany sposób dysponują wystarczającym kapitałem społecznym (towarzyskim), aby wywierać istotny wpływ na opinie, poglądy

⁹⁰ Przykład akcji informacyjnej o IOSK-u z dziennikiem „Fakt”: <http://www.fakt.pl/wydarzenia/polityka/zobacz-jaka-bedziesz-miec-emeryture/37zzvrg>.

i postawy innych osób. Są to zatem publicyści i dziennikarze, ekonomiści, finansiści, eksperci (naukowcy i praktycy) w zakresie ubezpieczeń społecznych.

Współpraca z mediami

Oczywistym kanałem komunikacji z klientami Zakładu są media. Przy czym należy zaznaczyć, że w działalności Zakładu wyróżnia się bieżącą obsługę mediów – obsługę zapytań mediów – inicjowanie materiałów prasowych poprzez wysyłanie komunikatów prasowych oraz przekazywanie istotnych bieżących informacji, a także długofalową współpracę, planowaną w perspektywie rocznej, polegającą na publikowaniu tekstów informacyjno-edukacyjnych z zakresu ubezpieczeń społecznych. W tym ostatnim przypadku może to być współpraca realizowana w formule odpłatnej lub nieodpłatnej.

Bieżąca obsługa mediów

Działania informacyjno-edukacyjne w zakresie bieżącej obsługi mediów realizowane są przez służby prasowe – rzecznika prasowego Zakładu oraz 43 rzeczników oddziałów. W 2016 r. zreorganizowano strukturę służb prasowych poprzez wprowadzenie stanowiska rzecznika regionalnego – zamiast 43 rzeczników oddziałów (którzy oprócz bieżącej obsługi medialnej realizowali także zadania w obszarze szeroko pojętej komunikacji społecznej) wprowadzono 16 rzeczników regionalnych, których zadaniem jest wyłącznie współpraca z mediami i przekazywanie bieżących informacji z zakresu prawa ubezpieczeń społecznych (np. przeglądu emerytalnego, rehabilitacji leczniczej z ZUS, udzielania ulg i umarzania należności), udzielanie odpowiedzi na listy do redakcji, prowadzenie dyżurów redakcyjnych ekspertów ZUS.

W ramach bieżącej obsługi mediów rzecznicy odpowiadają na zapytania mediów, ale też sami inicjują materiały dziennikarskie. W 2014 r. rzecznik Zakładu udzielił mediom ok. 900 odpowiedzi, w 2015 – 680, a w 2016 – 720. Z kolei badania mediów lokalnych i regionalnych przeprowadzone za lata 2013, 2014 i 2016 pokazują częstą obecność treści dotyczących ubezpieczeń społecznych. Ilustruje to tabela 7.

Tabela 7

Województwo	Liczba informacji	Wydźwięk			Wielkość			AVE
		negatywny	neutralny	pozytywny	artykuł	notka	wzmianka	
Dolnośląskie	590	25	521	44	164	130	296	751 385 zł
Kujawsko-pomorskie	1088	76	855	157	267	255	566	1 905 576 zł
Lubelskie	814	35	739	40	259	167	388	1 865 666 zł
Lubuskie	370	18	324	28	100	85	185	993 749 zł
Łódzkie	830	60	735	35	276	203	351	2 817 715 zł
Małopolskie	957	95	818	44	269	227	461	1 323 535 zł
Mazowieckie	621	36	541	44	159	83	379	932 747 zł
Opolskie	374	30	256	88	113	66	195	972 676 zł

Województwo	Liczba informacji	Wydźwięk			Wielkość			AVE
		negatywny	neutralny	pozytywny	artykuł	notka	wzmianka	
Podkarpackie	858	36	608	214	364	112	382	6 268 145 zł
Podlaskie	477	17	438	22	138	81	258	810 382 zł
Pomorskie	689	33	615	41	196	167	326	1 569 348 zł
Śląskie	994	56	829	109	336	237	421	1 849 903 zł
Świętokrzyskie	327	12	286	29	72	35	220	257 712 zł
Warmińsko-mazurskie	168	14	141	13	27	28	113	68 287 zł
Wielkopolskie	975	43	810	122	287	197	491	2 086 383 zł
Zachodniopomorskie	767	83	640	44	223	135	409	1 111 172 zł
Suma	10 899	669	9156	1074	3250	2208	5441	25 584 380 zł

Źródło danych: raport medialny styczeń–grudzień 2013, Press – Service Monitoring Mediów

Badanie treści prasy lokalnej i regionalnej objęło 11 899 tekstów opublikowanych w ponad 100 tytułach. Kolejnym badaniem (za 2014 r.) objęto większą liczbę tytułów – w sumie na potrzeby analizy wyselekcjonowano 20 062 publikacje z mediów regionalnych.

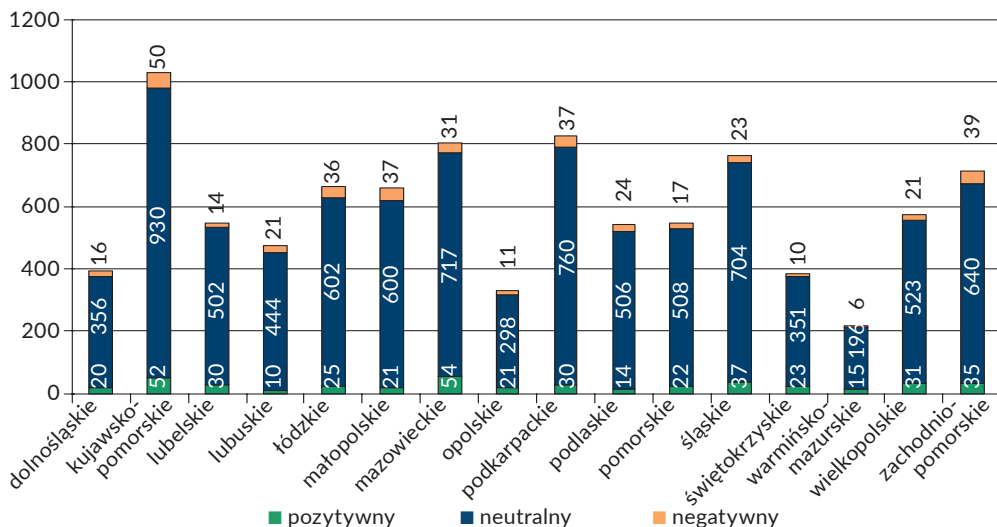
Tabela 8. Liczba publikacji w podziale na tematy, medium i wielkość artykułu

Temat	Internet	Prasa	Pełny tekst	Informacja	Wzmianka	Liczba publikacji
Obowiązek płacenia składek	1 998	1 335	570	580	2 183	3 333
Świadczenia	1 005	2 054	1 321	619	1 119	3 059
Wybór ZUS czy OFE	1 116	1 070	1 514	487	185	2 186
Porady ekspertów ZUS	328	921	884	184	181	1 249
Prawo	161	947	360	399	349	1 108
Procesy sądowe/ afery/ przestępstwa	539	457	484	183	329	996
Akcje edukacyjne/ CRS	508	174	478	131	73	682
Informatyzacja	333	172	255	124	126	505
Satysfakcja klientów	146	332	266	106	106	478
Sprawy pracownicze	1	88	13	18	58	89
Inne	4 457	1 920	398	358	5 621	6 377
SUMA	10 592	9 470	6 543	3 189	10 330	20 062

Źródło danych: Instytut Monitorowania Mediów⁹¹

⁹¹ Analiza wizerunku ZUS w mediach regionalnych na podstawie publikacji prasowych i internetowych zgromadzonych w okresie 01.01.–31.12.2014, Instytut Monitorowania Mediów.

Wykres 1. Liczba publikacji prasowych w regionach w podziale na wydźwięk



Źródło danych: Instytut Monitorowania Mediów⁹²

Przeważająca większość tekstów ma wydźwięk neutralny lub pozytywny. Teksty o wydźwięku negatywnym były z reguły materiałami interwencyjnymi.

W 2016 r. na temat ubezpieczeń społecznych i działalności ZUS ukazały się łącznie 67 192 przekazy medialne, w tym:

- 47 567 na portalach internetowych,
- 16 372 w prasie,
- 3 253 w radiu i telewizji.

Większość przekazów medialnych oceniono neutralnie – 96,9%, pozytywnie oceniono 2,8% informacji, a negatywnie – 0,3%⁹³.

Współpraca odpłatna

W latach 2014–2016 Zakład angażował się we współpracę z prasą o najwyższych nakładach i czytelnictwie i taką, która gwarantuje dotarcie do konkretnych grup odbiorców zdefiniowanych przez Zakład jako istotnych w komunikacji. Przy wyborze medium uwzględniano takie parametry jak nakład i czytelnictwo, ale także profil czytelnika – jego wiek, płeć, wykształcenie, miesięczny dochód, rodzaj zatrudnienia (samozatrudniony, właściciel firmy, pracownik najemny), wielkość miejscowości zamieszkania. Tym samym Zakład starał się docierać do różnych grup docelowych. Podobnie tematyka tekstów dobierana jest pod odbiorcę.

Tabela 9 pokazuje wybrane działania Zakładu w tym zakresie w latach 2014–2016.

⁹² *Ibidem*.

⁹³ Badanie Newton Media, kwiecień 2017.

Tabela 9

Tytuł	Nakład	Czytelnictwo	Rodzaj prasy	Materiał
„TeleTydzień”	1,1 mln	4,6 mln	tygodnik	3 teksty (kapitał początkowy, abolicja, prewencja i rehabilitacja; 2014)
„Angora”	498 tys.	3,7 mln	tygodnik	3 obszerne teksty (rodzaje świadczeń z tytułu ubezpie. społ.; zasady wyliczania emerytur, PUE) i 3 komiksy dla dzieci (2014)
„Super Express”	243 tys.	631 tys.	dziennik	4 obszerne teksty (zasiłki macierzyńskie, rehabilitacja w ramach ZUS, co ocenia lekarz-orzecznik, abolicja) oraz „Przewodnik ubezpieczonego” (2014)
„Do Rzeczy”	148 tys.	brak danych	tygodnik	2 obszerne teksty (urlopy rodzicielskie, emerytury; 2014)
„Gość Niedzielny”	200 tys.	420 tys.	tygodnik	Cykl 6 artykułów w wydaniu drukowanym, udostępnionych także online: rodzaje świadczeń z tytułu ubezpie. społ.; zasady wyliczania emerytur, rehabilitacja z ZUS; koordynacja systemów zabezpie. społ.; zasady działania polskiego systemu ubezpie. społ. (2014)
„Tygodnik Lokalny”*	250 tys.	6 mln	tygodnik	2 różne artykuły (PUE, udogodnienia dla przedsiębiorców) opublikowane w 119 gazetach lokalnych każdy (2014)
„Fakt”	450 tys.	3,3 mln	dziennik	3 artykuły oraz dyżury redakcyjne w związku z Dniami Ubezpieczonego (2015)
„Polityka”	173 tys.	708 tys.	tygodnik	2 artykuły ogólnoedukacyjne (rodzaje składek i świadczenia z tytułu ich optacania; zasady funkcjonowania systemu; 2015)
„Życie na Gorąco”	760 tys.	2,5 mln	tygodnik	„Nie wierz w mity, poznaj fakty” (2015)
„Rzeczpospolita”	65 tys.	478 tys.	dziennik	10 artykułów „Czego nie wiesz o ubezpieczeniach społecznych?” (opublikowanych także w formie e-booka). Także 3 debaty: „Wyfłacalność systemu emerytalnego”, „Niepełnosprawność a niezdolność do pracy”, „Polityka prorodzinna”, które w sumie obejrzało ok. 300 tys. osób (2015)
wprost.pl		liczba odsłon 3,3 mln	tygodnik	10 artykułów (rodzaje składek i świadczenia z tytułu ich optacania; emerytury na nowych zasadach; zasady funkcjonowania systemu; PUE; udogodnienia dla klientów; od lipca do końca 2015 r.)
„wSieci Historii”	23,8 tys.	brak danych	miesięcznik	Obszerny materiał o historii i istocie ubezpie. społ. w Polsce (2016)
„Gazeta Lekarska”	172 tys.	brak danych	miesięcznik	e-ZLA – elektroniczne zwolnienie lekarskie (2015)

* „Tygodnik Lokalny” to wspólny tytuł dla 119 niezależnych tytułów prasy lokalnej.

Źródło danych: Nakłady – ZKDP; czytelnictwo – PBC

Współpraca nieodpłatna

Ze względu na ograniczone środki finansowe i strategię ZUS, zakładającą oszczędne i efektywne gospodarowanie środkami publicznymi, część materiałów informacyjnych w mediach drukowanych publikowana jest nieodpłatnie. W zamian ZUS oferuje gotową treść istotną z punktu widzenia odbiorcy. Na przełomie 2015–2016 zamieszczono blisko 30 takich materiałów w wysokonakładowej prasie kobiecej („Przyjaciółka”, „Tina”, „Naj”, „Dobre Rady”, „Kobieta i Życie”) o łącznym średnim nakładzie tych tytułów 1,2 mln egzemplarzy⁹⁴. Dodatkowe działania to zamieszczanie (w formule nieodpłatnej) treści informacyjno-edukacyjnych w mediach branżowych dla lekarzy i nauczycieli, w pismach studenckich oraz w prasie branżowej.

Artykuły ZUS-u pojawiają się także w pismach branżowych. W branży samochodowej opublikowano trzy artykuły w czasopiśmie „Transport Polski” (emerytura i jej wysokość, świadczenia przedemerytalne, świadczenia z tytułu wypadku przy pracy; nakład: 10 tys. egzemplarzy) oraz materiał o rehabilitacji leczniczej z ZUS w magazynie „Polski Traker” (nakład 10 tys. egzemplarzy). Ponadto Zakład opublikował pięć artykułów w czasopiśmie „Akademia Paznokcia” (rejestrwanie działalności gospodarczej, emerytura i jej wysokość, zasiłki macierzyńskie, świadczenia z tytułu wypadku przy pracy, zatrudnianie pracowników; nakład 8 tys. egzemplarzy), cztery artykuły w magazynie „Kultura Pogrzebu” (zasiłki macierzyńskie, chorobowe i pogrzebowe, rehabilitacja lecznicza z ZUS; nakład 1,5 tys. egzemplarzy). Autorzy tekstów, pracownicy lubelskiego oddziału ZUS, nie tylko musieli każdorazowo przekonać wydawców do współpracy, lecz także przygotować teksty na potrzeby bardzo konkretnego odbiorcy – czytelnika skupionego na zagadnieniach *stricto* branżowych i nie wykazującego aktywności w kierunku podniesienia swojej świadomości ubezpieczeniowej.

Od kilku lat ZUS współpracuje z periodykiem z branży medycznej. „Służba Zdrowia” to najstarsze profesjonalne pismo branży medycznej w Polsce. Ukazuje się nieprzerwanie od 1949 r., a średni nakład wynosi 15 tys. egzemplarzy. Zakład regularnie zamieszcza w nim artykuły z obszaru orzecznictwa lekarskiego oraz prewencji i rehabilitacji.

Ważną grupę odbiorców stanowią nauczyciele. Do nich Zakład dociera za pośrednictwem periodyków wydawanych przez kuratorów oświaty oraz tytułów ogólnopolskich, takich jak „Nowa Szkoła” (czasopismo, którego nie ma w obrocie detalicznym; rozprowadzane jest wyłączenie przez prenumeratę do bibliotek wszystkich szczebli w nakładzie 1 tys. egzemplarzy), „Przegląd Oświatowy” – dwutygodnik NSZZ „Solidarność” Pracowników Oświaty i Wychowania, poświęcony problemom edukacji (nakład: 1 tys. egzemplarzy) czy „Głos Nauczycielski” – tygodnik społeczno-oświatowy zajmujący się problematyką nauczania (artykuły publikowane na stronie internetowej oraz w tygodniku – nakład 30 tys. egzemplarzy).

94 Czytelnicтво tych tytułów wyniosło w sumie 40,18% w grupie wiekowej 16–59 lat. Badanie PBC na zlecenie Polskich Badań Czytelnicтва Sp. z o.o. zrealizował instytut Millward Brown. Badanie przeprowadzono metodą CAPI w okresie od grudnia 2014 do maja 2015 r. na losowej próbie 11 833 przypadków. Ogólnopolska próba była dobierana z operatu PESEL i realizowana do wyczerpania. Podane liczby to wskaźniki CCS – Czytelnicтво Cyklu Sezonowego.

Podkreślić należy, że opisana wyżej współpraca wymaga wyjątkowego zaangażowania pracowników Zakładu odpowiedzialnych za komunikację społeczną i edukację. Bowiem o ile w już wypracowanej, regularnej formule współpracy media czekają na materiał („Rzeczpospolita”, media z branży medycznej i oświatowej), o tyle w wysokonakładowych pismach kolorowych potrzebny jest dość czasochłonny proces rozmów, negocjacji i przekonywania do zamieszczenia materiału. Zaznaczyć też trzeba, że materiały również przygotowują pracownicy ZUS.

Wizyty studyjne

Ponieważ rachunek ekonomiczny zmusza wydawców do ograniczania liczby pracowników, brakuje dziennikarzy specjalizujących się w konkretnych dziedzinach, w szczególności w mediach regionalnych i lokalnych. W związku z tym w kwietniu 2015 r. Zakład uruchomił program wizyt studyjnych adresowany do tej grupy dziennikarzy. Ideą programu jest zapoznanie uczestników z obszarami działalności ZUS. Koncepcja spotkań przewiduje rozmowy z ekspertami ZUS, których moderatorami są pracownicy ZUS z doświadczeniem dziennikarskim. Zaproszeni dziennikarze z redakcji lokalnych i regionalnych mogą się oczywiście włączać w taką rozmowę i zadawać pytania. Scenariusz dyskusji jest tak pomyślany, by przedstawić konkretny obszar działalności, jednocześnie odnosząc się do kwestii trudnych bądź bardziej złożonych. Formuła wywiadu, rozmowy (zamiast zwykłego wykładu) jest ciekawsza w odbiorze, szczególnie że program dwudniowej wizyty przewiduje ok. 10 rozmów. Tym samym dziennikarze mogą przyswoić czasami dla nich nową bądź po prostu trudną wiedzę. Mają także możliwość przeprowadzania indywidualnych wywiadów z ekspertami i kierownictwem ZUS. W 2015 r. zrealizowano cztery cykle spotkań. Wzięło w nich udział 52 dziennikarzy z 43 redakcji oraz 24 rzeczników prasowych oddziałów ZUS. Zarówno formuła tych wizyt, jak i zakres merytoryczny zostały przez uczestników ocenione jako bardzo dobre. Inicjatywa była kontynuowana w 2016 r. Wówczas w spotkaniach wzięło udział 28 dziennikarzy z 19 redakcji.

W 2016 r. zrealizowano pilotażowo wizytę studyjną z udziałem przedstawicieli mediów akademickich (wspólny projekt ze Związkiem Banków Polskich – Centrum Prawa Bankowego i Informacji). Inicjatywa spotkała się z bardzo dobrym przyjęciem i została wysoko oceniona. Będzie zatem kontynuowana w kolejnym roku.

Współpraca z organizacjami pracodawców

Zakład stara się w różnorodny sposób wspierać płatników składek jako szczególną grupę klientów i dlatego od kilku lat intensyfikuje współpracę z organizacjami przedsiębiorców i pracodawców. Działania takie poodejmowane są zarówno przez centralę Zakładu, jak i przez oddziały. Centrala Zakładu realizuje przedsięwzięcia z największymi organizacjami pracodawców, takimi jak Business Centre Club (BCC), Pracodawcy RP czy Konfederacja Lewiatan.

Celem współpracy jest przede wszystkim dotarcie z informacją do płatników składek – o usługach, szkoleniach, z wyjaśnieniami w zakresie przepisów (szczególnie w razie zmian w prawie). Podczas Tygodnia Przedsiębiorcy, ale też w trybie całorocznym organizowane

są seminaria, warsztaty, debaty eksperckie, spotkania z udziałem ekspertów ZUS. Taka współpraca jest również ważna z innego względu – pozwala Zakładowi zbierać informacje o potrzebach przedsiębiorców i pracodawców i na nie reagować poprzez projektowanie nowych i usprawnianie istniejących rozwiązań.

Współpraca z innymi instytucjami publicznymi

Ważnym obszarem aktywności, a tym samym sposobem dotarcia do klientów Zakładu jest współpraca z innymi instytucjami publicznymi i włączanie się w przedsięwzięcia przez nie realizowane bądź też wspólne inicjowanie wydarzeń. Przykładem może być inicjatywa oddziału ZUS w Rzeszowie, który w 2014 r. wspólnie z lokalnymi partnerami zainicjował Społeczną Podkarpacką Akademię Najlepszych Praktyk (SPANP). Partnerami byli samorząd lokalny, uczelnie, organizacje pracodawców, lokalny oddział PFRON czy Okręgowa Izba Pracy. Celem inicjatywy było dostarczenie mieszkańcom Podkarpacia zintegrowanego wsparcia wszystkich partnerów w dostępie do informacji niezbędnych do jak najlepszego funkcjonowania w aktualnym otoczeniu formalno-prawnym i technicznym oraz do wykorzystania wszelkich możliwości rozwojowych i pomocowych, tak na poziomie pojedynczego obywatela, jak na poziomie poszczególnych grup społecznych. SPANP kontynuuje działalność i z powodzeniem realizuje przedsięwzięcia skierowane m.in. do obecnych bądź przyszłych przedsiębiorców. Podobne projekty podejmują także inne oddziały.

Wydarzenia informacyjno-edukacyjne

Coraz chętniej wykorzystywanym przez Zakład sposobem dotarcia do klientów są wydarzenia informacyjno-promocyjne, konkursy i przedsięwzięcia o charakterze promocyjnym lub edukacyjnym realizowane samodzielnie bądź z innymi instytucjami publicznymi: szkołami, uczelniami, ministerstwami, NFZ, urzędami miast, urzędami pracy, urzędami skarbowymi, organizacjami pracodawców i innymi. Zakład organizuje trzy wydarzenia o charakterze ogólnopolskim skierowane do swoich grup klientów – Dni Ubezpieczonego, Tydzień Przedsiębiorcy, Dzień Osób z Niepełnosprawnością. Oddziały podejmują również indywidualnie różne inicjatywy, by z informacją dotrzeć bezpośrednio do klienta.

Dni Ubezpieczonego

Dni Ubezpieczonego to organizowana już od kilku lat akcja informacyjno-edukacyjna skierowana do największej grupy klientów ZUS, czyli osób ubezpieczonych. Stwarza ona możliwość zapoznania się z obowiązującymi przepisami w zakresie ubezpieczeń społecznych, w tym z prawami i świadczeniami przysługującymi ubezpieczonym z tytułu ubezpieczeń społecznych. Niestety, spośród wszystkich grup klientów Zakładu ubezpieczeni dysponują najmniejszą wiedzą o systemie ubezpieczeń społecznych, o swoich

prawach, ale i obowiązkach. Wynika to z bardzo sporadycznego kontaktu z Zakładem Ubezpieczeń Społecznych.

Ubezpieczeni są najliczniejszą grupą klientów ZUS (15,1 mln), ale i najmniej świadomą swoich praw i obowiązków. To często osoby zatrudnione na podstawie umowy o pracę czy umowach zlecenia. W większości nie mają wiedzy i nie widzą powodów do bieżącego kontaktu z ZUS. W efekcie nie interesują się ubezpieczeniami społecznymi, dopóki nie muszą skorzystać z jakiegoś świadczenia. Często odwiedzają też Zakład dopiero w chwili, gdy dowiadują się, że ich składki nie są odprowadzane. Dlatego też Dni Ubezpieczonego to okazja, by zachęcić klientów do bardziej aktywnego zainteresowania się swoją sytuacją jako osoby ubezpieczonej i przypomnienia, że dzisiejsze wybory będą miały znaczący wpływ na przyszłość. Do współorganizacji Dni Ubezpieczonego ZUS zaprasza także inne instytucje, zatem można także uzyskać porady od ekspertów z urzędów skarbowych czy Narodowego Funduszu Zdrowia. Podczas Dni Ubezpieczonego organizowane są również dyżury telefoniczne ekspertów ZUS-u. Każda edycja Dni Ubezpieczonego ma swój temat wiodący, któremu poświęcone są seminaria, spotkania, dyżury telefoniczne w redakcjach mediów ekspertów ZUS. Co ważne, w tym czasie Zakład wychodzi do swoich klientów – udziela porad nie tylko w salach obsługi klientów, lecz także we współpracujących instytucjach, centrach handlowych. Są oczywiście poprzedzone szeroko zakrojoną akcją informacyjną – w lokalnej prasie, TV oraz portalach internetowych, w urzędach miast i gmin, starostwach powiatowych, urzędach skarbowych, urzędach pracy, oddziałach NFZ, szpitalach, przychodniach, większych zakładach pracy na terenie działania danego oddziału, bibliotekach itp.

Tydzień Przedsiębiorcy

Specjalnie dla grupy klientów odpowiedzialnej za odprowadzanie składek Zakład realizuje cyklicznie Tydzień Przedsiębiorcy. Płatnicy składek to najmniej liczna grupa klientów ZUS (obecnie ok. 2,5 mln), która jednocześnie ma z Zakładem najczęstszy kontakt. Skala tych kontaktów jest nieporównywalna z żadną inną grupą klientów. To przedsiębiorcy opłacają składki za ponad 15,1 mln osób ubezpieczonych i miesięcznie składają do ZUS ponad 30 mln różnych dokumentów. Tydzień Przedsiębiorcy to dni poradnictwa skierowane właśnie do nich, a także do osób planujących rozpoczęcie prowadzenia działalności; do klientów Zakładu, którzy chcą dowiedzieć się więcej o obowiązujących przepisach i zasadach dotyczących obowiązku ubezpieczeń społecznych oraz rozliczania składek, jak również o Zakładzie Ubezpieczeń Społecznych. Dlatego też organizowanie Tygodnia Przedsiębiorcy ma na celu:

- umożliwienie przedsiębiorcom uzyskania w jednym miejscu i w przyjaznych warunkach wszelkich informacji, którymi są zainteresowani, zarówno z zakresu zadań realizowanych przez Zakład, jak i przez inne instytucje, np. organy ewidencyjne i podatkowe;
- propagowanie wiedzy o prawach i obowiązkach płatników składek związanych z realizacją zadań z zakresu ubezpieczeń społecznych, rozliczania i opłacania należnych składek, rozliczania i wypłaty świadczeń, prewencji wypadkowej itp.;
- propagowanie wiedzy na temat Zakładu Ubezpieczeń Społecznych oraz zadań, które realizuje;

- upowszechnianie oferowanych przez Zakład usług elektronicznych oraz zachęcanie do korzystania z udogodnień, jakie wynikają z korzystania z Platformy Usług Elektronicznych⁹⁵.

Podczas Tygodnia Przedsiębiorcy, poza indywidualnymi spotkaniami z ekspertami w każdej placówce ZUS, a także w szeregu współpracujących instytucji publicznych, przedsiębiorcy mogą wziąć udział w specjalnie przygotowanych seminariach dotyczących m.in. rozliczania i wypłaty świadczeń, zasad wypełniania i korygowania dokumentów rozliczeniowych czy jakości danych w kontekście rozliczenia konta w ZUS. Ponadto oferowane są spotkania dla przyszłych przedsiębiorców poświęcone podstawom rozpoczynania prowadzenia działalności, a także prawom i obowiązkom z tym związanym. Podobnie jak Dni Ubezpieczonego także Tydzień Przedsiębiorcy jest okazją do skorzystania z porad nie tylko pracowników ZUS, lecz także przedstawicieli innych współpracujących instytucji.

Do współpracy zapraszane są instytucje działające na rzecz zabezpieczenia społecznego oraz rozwoju przedsiębiorczości, m.in. Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej, Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji, Ministerstwo Rozwoju, Ministerstwo Cyfryzacji, Państwowa Inspekcja Pracy, marszałkowie województw, uczelnie i szkoły wyższe, organizacje zrzeszające przedsiębiorców czy też media (tradycyjne oraz elektroniczne). W ramach współpracy instytucje te mogą promować własne inicjatywy na rzecz przedsiębiorców (np. projekty unijne, start-upy).

Także i to wydarzenie poprzedzone jest szeroką akcją informacyjną w mediach i za pośrednictwem wszystkich kanałów informacyjnych ZUS, w tym za pośrednictwem instytucji współpracujących⁹⁶.

Dzień Osób z Niepełnosprawnością

Swoje akcje informacyjne Zakład kieruje także do jeszcze jednej grupy ubezpieczonych – osób z niepełnosprawnością. Taki dzień otwarty adresowany do nich organizowany jest co roku. Akcja ma umożliwić osobom z niepełnosprawnością i ich rodzinom otrzymanie kompleksowych informacji w jednym miejscu. Eksperci udzielają informacji dotyczących m.in. świadczeń z ubezpieczeń społecznych, orzecznictwa lekarskiego czy rehabilitacji leczniczej. Do współpracy Zakład zaprasza zawsze PFRON oraz organizacje działające na rzecz osób z niepełnosprawnością. Celem dnia otwartego jest również aktywizacja zawodowa i włączanie w społeczeństwo. Ważna jest zatem obecność ekspertów, którzy doradzają, jak efektywnie szukać pracy, a także informują zainteresowanych o różnych

95 *Standard organizacji Tygodnia Przedsiębiorcy* – dokument opisuje założenia organizacji i prowadzenia Tygodnia Przedsiębiorcy, tak aby przedsięwzięcie przebiegło we wszystkich oddziałach ZUS z zapewnieniem jednolitości realizacji oraz w sposób spełniający oczekiwania klientów Zakładu.

96 Informacje na ten temat publikują m.in. Polskie Radio, portal Onet, lokalne wydania „Gazety Wyborczej”, TVP, np. *ZUS zaprasza na „Tydzień Przedsiębiorcy”. W placówkach czekają eksperci*, <http://www.polskieradio.pl/42/1699/Artykul/1547892,ZUS-zaprasza-na-Tydzien-Przedsiębiorcy-W-placowkach-czekaja-eksperci> (8.06.2017); *ZUS: trwa Tydzień Przedsiębiorcy pod hasłem „ZUS dla biznesu”*, <http://biznes.onet.pl/wiadomosci/kraj/tydzien-przedsiębiorcy-w-zus/fsrj3s> (8.06.2017), „*Tydzień Przedsiębiorcy w ZUS. Dyżury ekspertów, seminaria*”, <http://radom.wyborcza.pl/radom/1,48201,19218897,tydzien-przedsiębiorcy-w-zus-dyżury-ekspertow-seminaria.html> (8.06.2017).

formach dofinansowania ze środków PFRON i możliwościach uczestnictwa w aktualnie realizowanych projektach oraz ulgach, z jakich mogą skorzystać osoby z niepełnosprawnością. Specjalnie na to wydarzenie Zakład przygotowuje wspomniane już wydawnictwa, takie jak *Informator dla osób z niepełnosprawnością* (wspólnie z PFRON), poradniki *Jak żyć... na wózku* czy *Savoir-vivre wobec osób z niepełnosprawnością*. W całym kraju są także organizowane debaty poświęcone zagadnieniu aktywizacji zawodowej osób z niepełnosprawnością, do udziału w których zapraszani są pracodawcy. Ich celem jest zachęcanie ich do tworzenia miejsc pracy dla osób z niepełnosprawnością.

Wydarzenia outdoorowe

Ubezpieczeni jako najliczniejsza grupa klientów ZUS pojawiają się w placówkach Zakładu dopiero wówczas, gdy muszą skorzystać z jakiegoś świadczenia, a jednocześnie mają oni niewielką wiedzę na temat zasad funkcjonowania systemu ubezpieczeń społecznych – praw i obowiązków w tym zakresie – dlatego Zakład wychodzi do klientów i organizuje stoiska informacyjne w przestrzeni publicznej.

Wystawa i film na 80-lecie Zakładu Ubezpieczeń Społecznych

By dotrzeć wszystkimi możliwymi kanałami komunikacyjnymi do klientów, w 2013/2014 r. Zakład opracował wystawę tematyczną na temat historii ZUS i ubezpieczeń społecznych w Polsce. Polacy często są przekonani, że ubezpieczenia społeczne powstały w PRL-u. Tymczasem Polska ma chlubną tradycję w dziedzinie zabezpieczenia społecznego swoich obywateli. Twórcy II Rzeczypospolitej budowę odrodzonego państwa polskiego rozpoczęli m.in. od tworzenia systemu ubezpieczeń społecznych, zdając sobie sprawę, że gwarancje ubezpieczeniowe i zabezpieczenie od różnych sytuacji losowych to istotny element budowania państwowości i przejaw odpowiedzialności nowoczesnego państwa za swoich obywateli. Zakład doszedł do wniosku, że okrągła, 80 rocznica utworzenia ZUS to wyjątkowa okazja do pokazania historii polskich ubezpieczeń społecznych i Zakładu szerszym grupom społeczeństwa. W dzienniku „Rzeczpospolita” opublikowano specjalny cykl *Rzeczpospolita Ubezpieczonych*. Zaplanowano opracowanie i produkcję wystawy oraz filmu o ubezpieczeniach pokazujących historię ZUS i ubezpieczeń społecznych w Polsce. Na potrzeby przygotowania wystawy ZUS podjął współpracę z Fundacją Ośrodka KARTA – jej eksperci przeprowadzili szeroką kwerendę tekstów i materiałów ikonograficznych i wspólnie z pracownikami ZUS opracowali założenia do wystawy i towarzyszącego jej katalogu. Na 18 tablicach ukazano kolejne etapy historii ZUS i systemu ubezpieczeń społecznych od końca XIX wieku, kiedy tworzył się ten system, do czasów współczesnych. Każda tablica zawiera kontekst historyczny oraz najważniejsze wydarzenia z dziejów ZUS i systemu ubezpieczeń społecznych. Wystawa pod tytułem „Rzeczpospolita Ubezpieczonych. 80 lat ZUS (1934–2014)” towarzyszyła rocznicowym konferencjom naukowym, była eksponowana w blisko 40 lokalizacjach, w tym m.in. w Sejmie RP, w warszawskim Domu Spotkań z Historią oraz w muzeach, bibliotekach, uniwersytetach, urzędach miast w całej Polsce. Wystawa wykonana także

w wersji do ekspozycji zewnętrznej towarzyszyła piknikom *Lata z Radiem*, była prezentowana w centrach miast, na Forum Ekonomicznym w Krynicy. W wersji wirtualnej wystawa była dostępna w internecie⁹⁷. Towarzyszący wystawie katalog zawierał obszerniejszy niż zawarty na tablicach materiał ikonograficzny. Zakładowi zależało bowiem na jak najszerzym wykorzystaniu wyników kwerendy wykonanej na tę okoliczność⁹⁸.

Powstał wówczas także film poświęcony historii ZUS. W założeniu miał on mieć charakter produkcji dokumentalnej, niemniej sposób realizacji miał nadawać mu pewne cechy filmu fabularnego. Chodziło o to, by wciągnąć widza w opowiadaną historię, a jednocześnie uniknąć klasycznej formy promocji. Narrator opowieści występuje zatem jako uczestnik wydarzeń historycznych wmontowany w archiwalne zdjęcia lub postać wkomponowana w fabułę dzięki inscenizacji. Narratorem jest młody, inteligentny człowiek, który prowadzi widza przez dziesiątki lat, od początków II Rzeczypospolitej aż po czasy współczesne. Za pomocą efektów specjalnych i rekwizytów wciela się w postacie typowe dla epoki: jest żołnierzem Legionów, pracownikiem administracji II RP lub publicystą za rządów sanacji, znów żołnierzem, tym razem września '39, później zwykłym obywatelem za PRL-u, by wrócić w roli publicysty opisującego współczesną rolę ZUS. Film towarzyszył również rocznicowym wydarzeniom zorganizowanym przez Zakład w 2014 r. i miał swoją premierę telewizyjną 16 listopada 2014 r. w Programie 1 Telewizji Polskiej. Do dzisiaj film jest dostępny na kanale YouTube. Stanowi on także element scenariusza jednej z „Lekcji z ZUS” poświęconej historii ubezpieczeń społecznych w Polsce oraz wykładów realizowanych na uczelniach.

ZUS partnerem edukacyjnym *Lata z Radiem*

Doskonałą okazją, by wyjść do klientów Zakładu, było przyłączenie się ZUS do trasy koncertowej *Lata z Radiem*. Oprócz audycji na antenie Polskie Radio od lat 90 realizuje trasę koncertową obejmującą przystanki w różnych miejscowościach – przede wszystkim turystycznych. Przez trzy kolejne sezony (2013–2015) przez 10 wakacyjnych weekendów ZUS (wspólnie z Polskim Radiem) gościł w 20 różnych miejscowościach ze swoim stoiskiem (namiotem) informacyjnym. Zakład wystąpił jako partner edukacyjny. Podczas pikników *Lata z Radiem* eksperci ZUS udzielali informacji z zakresu ubezpieczeń społecznych oraz obowiązków i praw obywateli wobec ZUS, zasiłków macierzyńskich, prowadzili poradnictwo emerytalno-rentowe oraz zakładali indywidualne profile na Platformie Usług Elektronicznych, edukując z zakresu funkcjonalności serwisu oraz korzyści z aktywowania indywidualnego profilu. Wydarzeniu towarzyszyły konkursy sceniczne o ubezpieczeniach społecznych oraz dodatkowo konkursy prowadzone w namiocie ZUS. Konkursy były okazją do wyjaśniania zasad funkcjonowania systemu ubezpieczeń

97 ZUS wznowił wystawę z okazji przypadającej w 2018 r. setnej rocznicy odzyskania niepodległości. Wystawa została wzbogacona o dwie tablice.

98 Materiały z kwerendy były wykorzystywane przez Zakład również do innych publikacji np. do obszernego tekstu o historii ubezpieczeń społecznych opublikowanym „wSieci historii” w październiku 2016 r. oraz do obszernej, blisko stustronicowej publikacji ZUS *Rzeczpospolita ubezpieczonych. Historia ubezpieczeń społecznych w Polsce*, Warszawa 2017.

społecznych. Ponieważ na tego typu imprezy przychodzą całe rodziny, dla najmłodszych przygotowany był specjalny kącik zabaw z opieką animatora. Na tę okoliczność Zakład przygotował specjalną książeczkę-malowankę przedstawiającą istotę ubezpieczeń społecznych w postaci historyjki edukacyjnej dla najmłodszych (zob. rozdział *Wydawnictwa i komiksy edukacyjne oraz książeczki dla dzieci*). Dla dorosłych dostępne były informatory i broszury informacyjne ZUS.

Pikniki *Lata z Radiem* były okazją do tego, by o ubezpieczeniach społecznych, a więc sprawach istotnych dla każdego człowieka, mówić w atmosferze wakacyjnego relaksu. Tak oto, w sposób nienachalny – właśnie poprzez wakacyjny konkurs, zgadywanek, malowankę, a także rozmowę i edukację w nietypowych okolicznościach – budowano świadomość emerytalną Polaków. Dodatkowo pikniki służyły szerszej dystrybucji materiałów informacyjnych o ubezpieczeniach społecznych wśród klientów, którzy na co dzień mają rzadki kontakt z Zakładem. Co także ważne – była to jednocześnie okazja do budowania pozytywnego klimatu wokół ZUS i pokazania urzędu wychodzącego do swoich klientów, świadczącego wysoką jakość usług.

PUE-Roomy – stoiska informacyjne w przestrzeni publicznej

Sukces *Lata z Radiem* i pozytywne doświadczenia urzędu wychodzącego do klientów postanowiono kontynuować, tym bardziej że Zakład zobligowany był do promocji Platformy Usług Elektronicznych⁹⁹. Oprócz promocji PUE, w tym stoisk, tzw. PUE-Roomów, w zakładach pracy, gdzie pracownicy Zakładu zakładali profile na PUE, oddziały ZUS organizowały PUE-Roomy w centrach handlowych, na uczelniach, w zakładach pracy, na festynach, dniach miasta, podczas dni otwartych instytucji współpracujących. Ich stałym elementem było oczywiście poradnictwo w zakresie emerytur, rent, zasiłków. Tabela 10 ilustruje aktywność oddziałów w tym zakresie.

Tabela 10

Rodzaj aktywności	Podsumowanie za rok	Liczba wydarzeń
Wydarzenia informacyjno-promocyjne cykliczne, inicjowane i realizowane przez oddziały (takie jak: Targi Aktywni 50+ Poznań; lokalne Targi Pracy; Dni Przedsiębiorczości itp.)	2014	647
	2015	623
	2016	614
Wydarzenia informacyjno-promocyjne niecykliczne inicjowane i realizowane przez oddziały (stoiska w centrach handlowych, na uczelniach, w zakładach pracy, festyny, dni miasta, dni otwarte różnych instytucji itp.)	2014	1713
	2015	1684
	2016	1610

Źródło danych: ZUS

⁹⁹ Projekt PUE ZUS decyzją Ministerstwa Rozwoju Regionalnego uzyskał finansowanie w ramach 7 Osi Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka i ZUS jako beneficjent był zobowiązany do promocji projektu.

Poradnictwo międzynarodowe

W ramach działań popularyzujących wiedzę o ubezpieczeniach społecznych, a więc realizując swoje ustawowe zadanie, Zakład stara się docierać także do Polonii i Polaków za granicą. Stąd też od 2010 r. ZUS realizuje Dni Poradnictwa dla Polonii i Polaków zamieszkałych w państwach członkowskich Unii Europejskiej oraz w krajach, z którymi łączy Polskę dwustronne umowy o zabezpieczeniu społecznym. Poradnictwo realizowane jest w ramach współpracy z MSZ, ale także z zagranicznymi instytucjami zabezpieczenia społecznego.

Poradnictwo realizowane we współpracy z MSZ – działalność informacyjna na rzecz Polonii i Polaków za granicą

Dni Poradnictwa organizowane są od 2010 r. z Konsulatami RP. Odbyły się w następujących krajach: Austria, Australia, Belgia, Dania, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Kanada, Niemcy, Norwegia, Szwajcaria, Szwecja, USA, Ukraina, Wielka Brytania, Włochy. W tym czasie (do końca 2016 r.) udzielono indywidualnych konsultacji w sumie 13 522 osobom (nie licząc uczestników Międzynarodowych Dni Poradnictwa Polsko-Niemieckiego). W tym czasie zrealizowano 182 spotkania w 69 państwach i 137 miastach. Eksperci ZUS udzielają porad Polakom przebywającym za granicą z zakresu świadczeń emerytalno-rentowych, świadczeń z tytułu choroby i macierzyństwa, ustawodawstwa właściwego, zakładane są też profile na PUE.

Dokładne statystyki przedstawia tabela 11.

Tabela 11. Statystyka Dni Poradnictwa organizowanych przez ZUS we współpracy z MSZ

Rok	Państwa	Liczba miast	Liczba spotkań	Liczba osób
2010	1	1	2	110
2011	5	7	10	640
2012	11	21	29	2 650
2013	15	29	38	3 100
2014	12	30	40	3 218
2015	11	22	27	1 673
2016	14	27	36	2 131
Razem	69	137	182	13 522

Źródło danych: ZUS

To ważny aspekt aktywności informacyjnej ZUS. MSZ podkreśla duże korzyści z organizacji Dni Poradnictwa i zwraca przy tym uwagę na takie kwestie jak m.in. zadowolenie polskich obywateli mieszkających i pracujących za granicą z obecności polskich instytucji za granicą. Polonia szczególnie ceni sobie możliwość bezpośredniego kontaktu z przedstawicielami ZUS, od których może uzyskać praktyczne informacje dotyczące ich indywidualnej sytuacji względem zabezpieczenia społecznego. Podczas spotkań informacyjnych rozstrzygane są wątpliwości w indywidualnych sprawach w drodze bezpłatnych konsultacji w czasie dostosowanym do oczekiwań klientów. MSZ zwraca uwagę na wzrost świadomości wśród Polonii na temat przysługujących praw oraz ciężących obowiązków w dziedzinie zabezpieczenia społecznego. Na spotkaniach wyjaśniane są szczegółowo aspekty procesowania wniosków. Bardzo dużą popularnością i zainteresowaniem podczas spotkań ZUS za granicą cieszy się rejestracja profili PUE. Profile PUE zakładają z reguły wszyscy uczestnicy spotkań, a czasami dzwonią wręcz do znajomych w trakcie spotkania, by i oni przyszli założyć profil PUE.

Warto przy tym zaznaczyć, że organizacja Dni Poradnictwa w konkretnych lokalizacjach wynika z rozpoznania zapotrzebowania na poradnictwo przeprowadzanego przez polskie konsulaty.

Poradnictwo we współpracy z zagranicznymi instytucjami zabezpieczenia społecznego

W ramach współpracy z zagranicznymi instytucjami zabezpieczenia społecznego ZUS organizuje poradnictwo w sytuacji zapotrzebowania zgłaszanego przez współpracujące instytucje. Bardzo aktywne kontakty w tym obszarze są między Polską a Niemcami. Na szczególną uwagę zasługują organizowane od 1994 r. Międzynarodowe Dni Poradnictwa Polsko-Niemieckiego, które odbywają się w ramach wieloletniej (od 1975 r.) współpracy ZUS z niemiecką instytucją zabezpieczenia emerytalno-rentowego Deutsche Rentenversicherung (DRV). Eksperti ZUS i DRV udzielają porad Polakom i Niemcom z zakresu świadczeń emerytalno-rentowych.

Tabela 12. Statystyka Dni Poradnictwa organizowanych przez ZUS we współpracy z DRV

Rok	Liczba miast	Liczba spotkań	Liczba osób
2010	8	8	1 681
2011	8	8	1 147
2012	8	8	1 246
2013	8	8	1 539
2014	8	8	1 483
2015	8	8	1 637
Razem	56	56	10 080

Źródło danych: ZUS

Działalność szkoleniowa na rzecz klientów

Zakład na bieżąco stara się informować swoich klientów, w szczególności płatników składek, o zasadach podlegania ubezpieczeniom i o zmianach w przepisach prawa. Stąd też regularnie organizuje bezpłatne szkolenia w zakresie stosowania przepisów w praktyce, z nowych usług adresowanych do poszczególnych grup klientów, w szczególności do przedsiębiorców, z zasad funkcjonowania nowego programu PŁATNIK (Interaktywny Płatnik Plus), wypełniania dokumentów. Ze szkoleń może skorzystać każdy, kto chce uzupełnić (bądź zweryfikować) wiedzę z zakresu ubezpieczeń społecznych. Informacja o szkoleniach dostępna jest na stronie internetowej Zakładu¹⁰⁰ (docelowo na szkolenie będzie można się zapisać, wypełniając interaktywny formularz. Obecnie trzeba się zgłosić pod wskazany na stronie internetowej adres e-mail). Co ważne, można zgłaszać też tematy szkoleń – jeśli jest duże zapotrzebowanie na dany temat, Zakład uzupełnia listę dostępnych szkoleń. Aktywność Zakładu w tym obszarze ilustruje poniższe zestawienie.

Tabela 13

Szkolenia, warsztaty, seminaria (realizowane przez centralę lub oddziały, samodzielnie lub z innymi instytucjami)				
szkolenia dla konkretnych grup klientów ZUS		2014	2015	2016
UBEZPIECZENI	liczba zorganizowanych wydarzeń	570	551	614
	liczba uczestników	13 319	12 454	11 329
PŁATNICZY SKŁADEK	liczba zorganizowanych wydarzeń	1 904	1 811	2 325
	liczba uczestników	47 406	44 711	47 825
ŚWIADCZENIOBIORCY	liczba zorganizowanych wydarzeń	287	283	381
	liczba uczestników	8 439	7 970	6 629
W sumie liczba uczestników w danym roku		69 164	65 135	65 783

Źródło danych: ZUS

Język komunikacji ZUS

Istotnym elementem komunikacji z klientami ZUS jest język. Bez zrozumiałej informacji nie można upowszechniać wiedzy o ubezpieczeniach społecznych. Pierwsze próby uproszczenia języka podjął jeden z oddziałów ZUS w latach 2012–2013. Wydaje się jednak, że

¹⁰⁰ Zob. wykaz dostępnych szkoleń na www.zus.pl/o-zus/kalendarium/szkolenia.

organizacja nie była wówczas gotowa na taki krok. Jak pisze M. Pogonowski: „konieczne jest podnoszenie poziomu językowej kompetencji komunikacyjnej, definiowanej jako umiejętność uzyskiwania i przekazywania informacji w sposób skuteczny i adekwatny do kontekstu. Skuteczne komunikowanie się w rozmaitych sytuacjach staje się kluczową kompetencją pracownika nowoczesnej instytucji. Pracownik często jednak jest tak nasycony terminologią fachową, że nie potrafi ocenić, na ile jego wypowiedź jest dla odbiorcy zrozumiała”¹⁰¹. Dlatego w 2016 r. decyzją organizacyjną nr 19 Prezesa Zakładu Ubezpieczeń Społecznych z 13 maja 2016 r. powołano zespół roboczy ds. uproszczenia pism, formularzy i wniosków. Punktem wyjścia do prac zespołu był przegląd wzorów tych dokumentów zmierzający do ich uproszczenia.

W ramach zespołu prace podjęły 4 odrębne podzespoły do spraw:

- 1) postępowań (w tym k.p.a.) – główny cel to przygotowanie rekomendacji i standardu do tworzenia m.in. decyzji, postanowień, wezwań i innych dokumentów sformalizowanych,
- 2) pism wychodzących (klienci i instytucje) – główny cel to przygotowanie rekomendacji i standardu dla pism wychodzących do klientów i instytucji,
- 3) pism wchodzących (wnioski, formularze, dokumenty ubezpieczeniowe),
- 4) informacji, komunikacji i stron www.

W ramach prac zespołu podjęto decyzję o budowaniu zasobów kompetencyjnych w Zakładzie w zakresie języka zrozumiałego dla klientów. W tym celu ZUS podjął współpracę z Pracownią Prostej Polszczyzny z Uniwersytetu Wrocławskiego (PPP UWFr), która opracowała polski wariant standardu *plain language* i od lat wdraża go w instytucjach publicznych i komercyjnych. PPP UWFr zbadała parametry języka ZUS, wskazując te, które utrudniają zrozumienie przekazu. Na tej podstawie opracowała dostosowane do potrzeb Zakładu zasady pisania uproszczonych tekstów do klientów i przeprowadziła szkolenia. Analiza Pracowni wykazała, że Zakład posługuje się na co dzień językiem jeszcze trudniejszym niż przeciętny urząd. Wynika to ze złożoności i stopnia trudności przepisów w zakresie ubezpieczeń społecznych. Dlatego ważne, że zainicjowano proces upraszczania języka komunikacji ZUS z klientem, zdiagnozowano główne problemy, opracowano podręczniki i od 2017 r. wdrażany jest prosty język oraz realizowane szkolenia z prostego języka w całym Zakładzie.

Podzespół ds. postępowań (w tym k.p.a.) zajął się analizą praktyki działalności Zakładu w obszarze wydawania decyzji, zawiadomień i wezwań pod kątem jej zgodności z przepisami kodeksu postępowania administracyjnego i innych regulacji procesowych oraz możliwości ewentualnego uproszczenia wymienionych dokumentów. Członkowie podzespołu przeanalizowali pisma (z różnych obszarów), jakie ZUS wysyła do klientów (kontrola płatników składek, orzecznictwo, prewencja i rehabilitacja, realizacja dochodów, renty zagraniczne, zasiłki, świadczenia emerytalno-rentowe, obsługa klientów, ubezpieczenia i składki) i na tej podstawie opracowali *Podręcznik wydawania pism*

¹⁰¹ M. Pogonowski, *Edukacyjne i informacyjne aspekty działalności Zakładu Ubezpieczeń Społecznych*, op. cit., s. 352.

w postępowaniu administracyjnym (decyzji, postanowień, zaświadczeń) oraz założenia do pilotażu wdrożenia podręcznika w oddziałach¹⁰².

Celem prac podzespołu ds. pism wychodzących (klienci i instytucje) było uproszczenie treści i poprawa formy korespondencji wychodzącej z ZUS kierowanej do klientów indywidualnych i instytucjonalnych. Podzespół przeanalizował wybrane pisma wysyłane do klientów (pisma informacyjne, wyjaśnienia, odpowiedzi na skargi i interwencje) z obszarów: świadczenia emerytalno-rentowe, renty zagraniczne, zasiłki, obsługa klientów, ubezpieczenia i składki, realizacja dochodów, orzecznictwo lekarskie, prewencja i rehabilitacja i na tej podstawie oraz na bazie wytycznych Pracowni Prostej Polszczyzny przygotował podręcznik dla pracowników *Jak pisać do klientów?*¹⁰³. Ponadto zespół opracował koncepcję pilotażu podręcznika w wybranych placówkach ZUS (Olsztyn, Łódź I, Sosnowiec)¹⁰⁴.

Z kolei podzespół ds. pism wchodzących (wnioski, formularze, dokumenty ubezpieczeniowe) przygotował rekomendacje i standard dla tworzenia formularzy. Uprościł i zoptymalizował ok. 60 formularzy (trwają prace nad uproszczeniem kolejnych) oraz zmniejszył liczbę wniosków, opracował standardy dla tworzenia formularzy w formie *Poradnika dla pracowników projektujących formularze – Jak zaprojektować przyjazny formularz?*. Zainicjował i zrealizował badania opinii publicznej w postaci zogniskowanych wywiadów grupowych (FGI) w zakresie czytelności i zrozumiałości dotychczasowych i nowych wzorów formularzy oraz materiałów informacyjnych i promocyjnych ZUS, które przeprowadziła dla Zakładu w listopadzie i grudniu 2016 r. pracownia Millward Brown. Wyniki badań jednoznacznie wskazywały, że kierunek wybrany przez Zespół jest odpowiedni. Klienci dobrze przyjęli proponowane uproszczenia i ułatwienia. Podzespół przygotował również koncepcję pilotażu nowych druków w wybranych placówkach ZUS (Warszawa II, Jasło, Toruń)¹⁰⁵.

Natomiast podzespół ds. informacji, komunikacji i stron www przygotował rekomendacje i standard dla materiałów informacyjnych oraz strony internetowej ZUS. Przygotował *Księżę dobrego stylu strony www.zus.pl*. Uprościł 200 artykułów¹⁰⁶ na stronie zus.pl. Przyjął przy tym warsztatową formę pracy nad tekstami pod kierunkiem redaktorów językowych z Wydziału Wydawnictw Zakładu i Wydziału Komunikacji Społecznej. Dzięki temu, oprócz upraszczania tekstów dla klientów, rozwinięto kompetencje językowe pracowników centrali ZUS. Aby je pogłębić i rozpowszechnić w Zakładzie, podzespół współpracował z Pracownią Prostej Polszczyzny. Z doświadczenia PPP UW r wynika, że proces upraszczania komunikacji z klientami trwa ok. 3 lat. ZUS jest zatem na początku tej drogi.

Pisząc o prostym języku komunikacji ZUS z klientami, nie sposób nie wspomnieć o portalu obywatel.gov.pl. To jeszcze jeden kanał komunikacji ZUS, przy czym Zakład jest tylko jednym ze współredaktorów portalu. To serwis, który gromadzi, standaryzuje i opisuje

102 Pilotaż odbył się w I kwartale 2017 r. w oddziałach w Kielcach, Lublinie, Siedlcach i Toruniu.

103 Podręcznik został następnie zrecenzowany przez Pracownię Prostej Polszczyzny.

104 Pilotaż miał miejsce w I kwartale 2017 r.

105 Pilotaż przeprowadzono w lutym 2017 r.

106 Docelowo zespół musi uprościć jeszcze blisko 1300 artykułów.

usługi urzędowe w sposób zrozumiały i jednoznaczny dla obywatela oraz ułatwia ich realizację online. Zakład przyłączył się do przedsięwzięcia i prezentuje swoje usługi. Aktualnie udostępnił ich 12 (docelowo ma być 120). Zasadniczym elementem prezentacji usługi jest zestandaryzowana karta z czytelnym wyjaśnieniem zgodnym z zasadami prostego języka.

Podsumowanie

Przedstawione aktywności ujmują zakres działalności Zakładu w obszarze edukacji ubezpieczeniowej w latach 2013–2016. Zakład robi wiele (choć skromnymi zasobami osobowymi), ale walka z funkcjonującymi stereotypami i niewiedzą jest niezwykle trudna. To praca u podstaw, stąd też ZUS kierował i nadal kieruje apele do MEN o pilne i konieczne rozszerzenie podstawy programowej o zagadnienia związane z ubezpieczeniem się od życiowych ryzyk. Nieuwzględnienie tematyki ubezpieczeń społecznych w szerszym wymiarze w edukacji szkolnej w dalszej perspektywie grozi wychowywaniem społecznie egoistycznych obywateli, często samowolnie (świadomie lub nieświadomie) wykluczających się z systemu ubezpieczeń społecznych i jednocześnie liczących na opiekę społeczną. Samodzielne działania Zakładu na polu edukacji i promowania odpowiedzialnych postaw, zwiększania przezorności emerytalnej obywateli i akceptacji obowiązkowego uczestnictwa w systemie ubezpieczeń społecznych nie spowodują diametralnej zmiany bez odpowiedniego zaangażowania się i wsparcia innych instytucji państwa. Bez ogólnopolskiej długotrwałej kampanii społecznej i systemowej edukacji w szkołach i na uczelniach społeczeństwo nadal będzie tkwić w rozkroku między przekonaniem o wolności wyboru i decydowaniu o samym sobie a oczekiwaniem, że to państwo winno zabezpieczyć byt w różnych sytuacjach życiowych. Z braku wiedzy i świadomości, czym są ubezpieczenia społeczne, nakręcać się będzie spirala roszczeń, pretensji i oczekiwań z jednej strony oraz oburzenia na przymusowość powszechnych ubezpieczeń społecznych z drugiej.

Można się oczywiście zastanawiać, w jaki inny sposób ZUS może jeszcze efektywniej docierać z informacjami o ubezpieczeniach społecznych do swoich obecnych i przyszłych klientów. Konkretne propozycje przedstawia Ł.T. Sroka w pracy *Edukacja na temat ubezpieczeń społecznych w kontekście naukowo-dydaktycznej działalności Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie – stan obecny i program działania*¹⁰⁷. Część z nich Zakład już uruchomił (pomoce dydaktyczne, scenariusze lekcji, warsztaty edukacyjne dla nauczycieli, włączanie w działalność edukacyjną kuratorów oświaty), a powyższy tekst pokazuje, że robi bardzo wiele na tym polu, niemniej nadal pojawia się pytanie, czy wobec nawarstwiającego się wieloletniego zaniedbania Zakład jest w stanie sam temu zadaniu sprostać. Czy Ministerstwo Edukacji Narodowej i Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego we współpracy z Ministerstwem Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej nie

¹⁰⁷ Ł.T. Sroka, *Upowszechnianie wiedzy i edukacja w zakresie ubezpieczeń społecznych. Edukacja na temat ubezpieczeń społecznych w kontekście naukowo-dydaktycznej działalności Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie – stan obecny i program działania*, op. cit.

powinny bardziej włączyć się w ten temat i podjąć zdecydowane działania w zakresie edukacji o istocie i roli ubezpieczeń społecznych dla jednostki i dla społeczeństwa?

Edukację w zakresie ubezpieczeń społecznych należy rozpatrywać szerzej – w kontekście budowy kapitału społecznego. Niestety – jak pokazuje raport *Budowanie pozytywnego wizerunku administracji publicznej. Doświadczenia krajów członkowskich UE*¹⁰⁸ zaufanie społeczne do sektora publicznego (a zatem do państwa) jest niskie, a w ostatnich latach jego poziom jeszcze się obniżył. Autorzy raportu wskazują, że wysoki poziom zaufania może stać się fundamentem społecznej akceptacji wyrzeczeń w czasach kryzysu: „Zwiększenie kapitału zaufania jest jednym z najlepszych sposobów poprawy efektywności sektora publicznego, obniżenia kosztów transakcyjnych oraz zachęcenia polityków do przeprowadzenia najważniejszych reform. Odbudowa zaufania wymaga zazwyczaj więcej czasu, zasobów i wysiłku, niż planowane i stałe działania mające na celu wypracowanie reputacji i wzajemnego zaufania między administracją publiczną a społeczeństwem. Dlatego jest rzeczą najwyższej wagi, aby administracja koncentrowała się właśnie na tych ostatnich działaniach”. Do tych wniosków nawiązuje przywołana we wprowadzeniu do niniejszego tekstu *Strategia rozwoju kapitału społecznego 2020* bazująca na szerokiej diagnozie społecznej. Jako obszar kluczowy, w którym w najbliższych latach konieczna jest interwencja państwa realizowana w partnerskim współdziałaniu z obywatelami, wyróżnia „postawy i kompetencje społeczne”.

Konkludując – nie przerywając dotychczasowej aktywności edukacyjno-informacyjnej oraz realizując wszystkie zadania wynikające z ustawy systemowej, jak również nowe zlecone Zakładowi – ZUS mógłby zainspirować instytucje państwa i zainicjować szeroką i długotrwałą ogólnopolską kampanię społeczną dotyczącą istoty ubezpieczeń społecznych jako filaru państwowości, którego fundamentem jest solidaryzm społeczny oparty na tzw. umowie międzypokoleniowej, a niezbędnymi cechami – powszechność i przymus. Działanie to byłoby wkładem na rzecz budowy kapitału społecznego w Polsce.

108 *Budowanie pozytywnego wizerunku administracji publicznej. Doświadczenia krajów członkowskich UE*, Warszawa 2011.

Barbara Owsiak
wicedyrektor w Gabinetie Prezesa ZUS

Lista podręczników przeanalizowanych przez ZUS pod kątem tematyki ubezpieczeń społecznych

Lista zawiera wykaz podręczników wraz ze wskazaniem tematu, który wpisuje się w tematykę ubezpieczeń społecznych, ale sama tematyka nie jest pogłębiona w stopniu wystarczającym:

- J. Musiałkiewicz, *Zarys przedsiębiorczości*, Wydawnictwo Ekonomik – podejmowanie działalności gospodarczej, rozpoczęcie pracy.

- E. Dobrzycka, K. Makara, *Wiedza o społeczeństwie 2. Podręcznik*, Wydawnictwo Pedagogiczne Operon – procedury odwoławcze, od decyzji urzędów, zatrudnianie młodzieży i podejmowanie działalności gospodarczej.
- A. Janicki, J. Kięczkowska, M. Menz, *W centrum uwagi. Część 1*, Nowa Era – zmiany społeczne, instytucja państwa.
- L. Czechowska, A. Janicki, K. Święcicki, *W centrum uwagi. Część 2*, Nowa Era – prawo i systemy prawne, prawo administracyjne.
- Z. Zioło, T. Rachwał, *Rola przedsiębiorczości w edukacji*, Nowa Era – przedsiębiorczość w edukacji.
- S. Gregorczyk, *Przedsiębiorczość bez tajemnic*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne – zakładanie działalności gospodarczej, jak zostać pracownikiem (prawa i obowiązki), dochody ze świadczeń.
- Z. Makiela, T. Rachwał, *Krok w przedsiębiorczość*, Nowa Era – cele i rodzaje działalności gospodarczej, zakładanie firmy, zatrudnianie pracowników.
- *Podstawy przedsiębiorczości nr 2. Wydanie specjalne*, Wydawnictwo Pedagogiczne Operon – rynek ubezpieczeń, podejmowanie działalności gospodarczej, formy zatrudniania, obowiązki i prawa pracownika oraz pracodawcy.
- J. Żmijski, M. Grondas, *Po prostu WOS*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne – załatwianie spraw w urzędach, kiedy nie zgadzasz się z decyzją urzędu, jakie są tryby odwołań.
- P. Krzyszczuk, *Ciekawi świata*, Wydawnictwo Pedagogiczne Operon – załatwianie spraw w urzędach.

ŹRÓDŁA

- „Axa Papers. Risk education and research” 2011, No 2, s. 38.
- *Biała księga. Przegląd emerytalny. Bezpieczeństwo dzięki odpowiedzialności*, 2016.
- *Budowanie pozytywnego wizerunku administracji publicznej. Doświadczenia krajów członkowskich UE*, Warszawa 2011.
- Goban-Klas T., *System informacji w państwie a system komunikacji społecznej*, „Przekazy i Opinie” 1999, nr 2.
- Jończyk J., *Obowiązek ubezpieczenia społecznego a składka – zagadnienia ogólne*, „Materiały informacyjne ZUS” 1994, nr 8.
- Marczak R., *Polityka społeczna*, „Przegląd emerytalny 2016. Bezpieczeństwo dzięki odpowiedzialności” 2016, nr 1 (tematyczny), Warszawa 2016.
- Oleński J., *Nowa gospodarka – aspekt informacyjny*, „Ekonomia” 2001, nr 1.
- Owsiak B., *Budowanie świadomości obywatelskiej w dziedzinie ubezpieczeń społecznych*, „Ubezpieczenia Społeczne. Teoria i praktyka” 2014, nr 2 (119).
- Pogonowski M., *Działania edukacyjne ZUS w kontekście stanu wiedzy o ubezpieczeniach społecznych*, „Ubezpieczenia Społeczne. Teoria i praktyka” 2014, nr 2 (119).
- *Polityka Społeczna. Materiały do studiowania*, red. A. Rajkiewicz, J. Supińska, M. Książkowski, Katowice 1998.

- *Popularyzacja* [w:] *Słownik języka polskiego PWN* [online], <http://sjp.pwn.pl/sjp/popularyzacja;2572116.html> (6.06.2017).
- Putnam R., Leonardi R., Nanetti R.Y., *Demokracja w działaniu: tradycje obywatelskie we współczesnych Włoszech*, Kraków, Warszawa 1995.
- *Raport roczny ZUS 2016*, Warszawa 2017.
- Sobczyk A., *W sprawie kryzysu edukacji z zakresu ubezpieczeń społecznych na studiach prawniczych*, „Ubezpieczenia Społeczne. Teoria i praktyka” 2014, nr 2 (119).
- Sroka Ł.T., *Upowszechnianie wiedzy i edukacja w zakresie ubezpieczeń społecznych. Edukacja na temat ubezpieczeń społecznych w kontekście naukowo-dydaktycznej działalności Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie – stan obecny i program działania*, Kraków 2013.
- Sześciło D., *Państwo chłopcem do bicia*, „Instytut Idei” 2015, nr 8.
- *Ubezpieczenia społeczne w procesie zmian. 80 lat Zakładu Ubezpieczeń Społecznych*, red. K.W. Frieske, E. Przychodaj, Warszawa 2014, <http://www.zus.pl/baza-wiedzy/biblioteka-zus/wydawnictwa/wydawnictwa-naukowe-zus> (7.06.2017).
- Trochimczuk M., *Wskaźniki słuchalności i audytorium programów radiowych w 2015 r.*, Warszawa 2016, http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/kontrola/program/radio/kwartalne/rynek_radiowy2015.pdf (7.06.2017).
- *Wiedza i postawy wobec ubezpieczeń społecznych. Raport z badań*, Warszawa 2016.

Popularizing knowledge about social insurance by the Social Insurance Institution

The article deals with the issue of popularizing knowledge about social insurance in Poland, which is implemented by the Social Insurance Institution as its statutory task. Reference was made to the definition of the 'popularization of knowledge' and there analyzed the activities of the Institution – their scope, target groups, tools, reach channels. ZUS education projects for schools (junior and junior high schools), including the results of their piloting, have also been described – the views of pupils and teachers indicating the need to introduce this subject into the curricula at schools and institutions of tertiary education. The challenges for the Institution in this regard were presented – resulting from the scale of the task on the one hand and the capacity of the institution on the other. It also raised the issue of a broader involvement of state institutions in the process of building social capital and trust in public institutions as well the educating of citizens to be responsible for the community in which they live, primarily in the context of insuring themselves against life risks and individual responsibility for their future. It must be taken into account that social insurance contributions are often seen as (another) tribute to the state and not as one's own insurance, indicating that there is a lack of knowledge in society about the substance and principles of social insurances. The Polish Social Insurance Institution, as one of only a few institutions, faces up to this challenge – it conducts a variety of educational activities as well as comprehensive, theme-based information campaigns.

Key words: social insurance education, target groups of communication, social campaign, communication channels, social capital, social communication, teaching curriculum