

które realizują to zadanie w ramach tak zwanych ustawowych zadań własnych. Przedstawienie gospodarki odpadami jako działania planowego, celowego (i zintegrowanego) w świetle specyfiki metod i instrumentów stosowanych w samorządach województwa lubuskiego miało na celu ocenę gospodarności, jej efektywności oraz możliwości optymalizacji za pomocą dostępnych metod i technik. Aby rozwój regionalny dokonywał się w całościowym wymiarze oraz był efektywny i skuteczny, powinien zawierać aspekt aksjologiczny, czyli inaczej mówiąc - stanowić politykę rozwoju. Polityki publiczne mają charakter działań celowych, zamkniętych w czasie, zakładających alokację środków i odpowiedzialności. Znajdują one wyraz w formalnych, umocowanych prawnie dokumentach, aprobowanych przez odpowiednie organy. Polityki publiczne dotyczące ochrony środowiska obejmują działania, których celem jest ograniczanie szkodliwego oddziaływania ludzkiej aktywności na środowisko przyrodnicze.

Planowanie, implementacja oraz ewaluacja polityk środowiskowych w związku z występowaniem problemu agencji oraz wysokich kosztów transakcyjnych, jak podkreśla się w literaturze, mogą uniemożliwiać skonstruowanie syntetycznego miernika oceny skuteczności i efektywności działania. W związku z przyjęciem, że teoria rozwoju trwałego i zrównoważonego obejmuje ekonomiczne, społeczne i środowiskowe aspekty, założono, że pojęcie efektywności jest najodpowiedniejsze do wyrażenia wieloaspektowości problemu. Zastosowanie elementów analizy systemowej oraz podejścia teorii efektów zewnętrznych pozwoliło na ujawnienie takich niedoskonałości funkcjonowania systemu gospodarki odpadami, jakie po zdiagnozowaniu mogą zostać usunięte w ramach doskonalenia procesów zarządzania.

zebrała Ewa Popitka
Oficyna Wydawnicza

PATRYCJA POKAZAŁA PAZUR

Obecnie, kiedy ze wszystkich mediów zalewa nas potok informacji i reklam, trudno znaleźć złoty przepis na to, by instytucja którą reprezentujemy w znaczący sposób wybijła się i była widoczna pośród innych, jej podobnych. Ponadto każdy z nas przywiązuje wagę do innych treści. Poszczególne grupy wiekowe dostrzegają zupełnie inne aspekty tej samej sprawy. Dlatego zaproponowaliśmy studentom Wydziału Artystycznego udział w konkursie na plakat promujący Uniwersytet Zielonogórski. W końcu kto jak kto, ale właśnie rówieśnicy powinni najlepiej się rozumieć i mieć świadomość, co do nich samych, a jednocześnie do ich kolegów najlepiej trafia.

Pierwszy termin zgłoszenia prac konkursowych upływał z końcem marca br. W szranki stanęło 7 studentów WA. Jury, któremu przewodniczył prorektor ds. studenckich prof. **Wojciech Strzyżewski** uznało, iż prac jest zbyt mało i postanowiło przedłużyć konkurs do 20 kwietnia br. Ostatecznie w konkursie wzięli udział studium na grafice: studentki I roku I stopnia: **Katarzyna Alicja Skorupska**, **Patrycja Dominika Morawska**, **Małgorzata Paluch**, **Weronika Tysz**, która oprócz grafiki studiuje jednocześnie na II roku I stopnia *edukację artystyczną w zakresie sztuk plastycznych*; studenci III roku I stopnia na kierunku grafika - **Karolina Wanda Chabros** oraz **Michał Bielerzewski**; **Tomasz Olejnik**, student II roku I stopnia na kierunku *architektura wnętrz*; a także studium kierunku *edukacja artystyczna w zakresie sztuk plastycznych* - **Katarzyna Kulikowska**, studentka II roku II stopnia i **Michał Sarnowski**, student III roku I stopnia. Warto dodać, że P.D. Morawska złożyła prace konkursowe w obu terminach.

W ostatnich dniach kwietnia jury, które stanowili oprócz prof. W. Strzyżewskiego, zastępca dyrektora Instytutu Sztuk Wizualnych Wydziału Artystycznego prof. **Radosław Czarkowski** oraz niżej podpisana, zebrało się po raz drugi i jednogłośnie zdecydowało, że zwyciężczynią konkursu zostaje **Patrycja Dominika Morawska**. Jej prace najbardziej nas przekonały. Jednocześnie zastrzeżliśmy, że

w promocji UZ będą wykorzystywane wszystkie 3 prace tej studentki, zgłoszone na konkurs. Jedną z nich możecie Państwo obejrzeć na sąsiedniej stronie.

Sama autorka stwierdziła, że przygotowując się do udziału w konkursie przyjrzała się wielu plakatami promującym inne uczelnie. Zdaniem Patrycji były przeładowane w treści. Postacie, dużo tekstu - tak naprawdę nie wiadomo, na czym skupić uwagę. Dlatego Jej prace są bardzo oszczędne i w formie, i w treści. Przy tym jednoznaczne, nie pozostawiające cienia wątpliwości. Dzięki temu będą wykorzystywane nie tylko w reklamach prasowych, ale także na plakatach, billboardach, na autobusach.

Kiedy jesteśmy w ruchu, nie bardzo możemy skupiać uwagę na długim tekście czy skomplikowanych obrazach. Krótki, prosty przekaz zauważy większość z nas. Zainteresowanych treścią powinien zaintrygować, zachęcić do dalszych działań. Na przykład do... podjęcia studiów na Uniwersytecie Zielonogórskim.

Nagrodą dla Patrycji jest bon o wartości 1 000 złotych do zrealizowania w sklepie z materiałami plastycznymi.

Plakaty, które złożyła w konkursie już są wykorzystywane. Pojawiły się w prasie lokalnej, na stronach internetowych „Moje Miasto” w województwach: dolnośląskim i wielkopolskim. Pod koniec maja plakat Patrycji wzmocni reklamę UZ w dodatku specjalnym „Newsweeka”. Na tym jednak nie koniec. Proszę uważnie przyglądać się swemu otoczeniu ☺.

P.S. Konkurs powtórzymy w kolejnym roku akademickim. Do wzięcia w nim udziału zaprosimy wszystkich studentów UZ.

Ewa Tworowska-Chwalibóg