Polska od lat umacnia swój wizerunek lojalnego sojusznika Stanów Zjednoczonych. Wypełniając podjęte zobowiązania, zapomina jednak o odpowiednim zabezpieczeniu własnych interesów. Stała współpraca ze Stanami Zjednoczonymi nie jest usystematyzowana. Z jednej strony, przy parlamencie zorganizowany jest zespół Polska – Stany Zjednoczone, szeregi którego zasila 45 posłów i senatorów, ale aktywność tej grupy nie jest dostrzegalna[1]. Z drugiej, różni przedstawiciele polskiego rządu średnio raz na miesiąc bywają w USA, odwiedzając przy okazji biura kongresmenów oraz amerykańskich ministrów (sekretarzy). Niedawno swoją wizytę zakończył sekretarz Bartosz Cichocki, w maju podróż odbył prezydent Andrzej Duda, miesiąc wcześniej w Stanach gościli minister Mariusz Błaszczak, Jadwiga Emilewicz i Jarosław Gowin. Z większą częstotliwością w Stanach Zjednoczonych bywa jedynie sen. Anna Maria Anders, pełniąca rolę pełnomocnika rządu ds. dialogu międzynarodowego. Jej wyjazdy wyróżniają się na tle pozostałych, gdyż senator Anders nie tylko dociera bezpośrednio do amerykańskich polityków, ale dużo czasu poświęca także Polonii. Będąc osobą szanowaną w obydwu środowiskach istotnie wpływa na lepszy wizerunek Polski w USA. Działania samej sen. Anders jednak nie wystarczą.

Od czego można by zacząć? Od lepszego dopasowania działań do realiów pracy amerykańskich kongresmenów. Ich dwuletnie kadencje w Izbie Reprezentantów to stałe zabieganie o reelekcję, co sprawia, że większość podejmowanych przez nich inicjatyw pochodzi albo od potencjalnych wyborców, albo firm lobbingowych i biznesu (sponsorów kampanii). W Senacie, co prawda, kadencja wynosi sześć lat, zaangażowanie grup interesu nie jest jednak mniejsze. Jeżeli chcemy by polskie inicjatywy zyskały poparcie musimy lepiej wykorzystywać te ścieżki dostępu. Co jednak ważniejsze, nie mogą to być działania jednorazowe i post factum. Stała obecność, regularny kontakt i zabieganie o poparcie z wyprzedzeniem tworzą podstawę, na jakiej w Stanach Zjednoczonych opiera się instytucja lobbingu.

Pozostaw to pole puste, jeśli jesteś człowiekiem:

Lobbing jest działaniem o uregulowanym podłożu prawnym. Podmioty lobbujące w interesie innych państw lub podmiotów zagranicznych podlegają rejestracji w oparciu o zasady ustawy Foreign Agents Registration Act (FARA). W Waszyngtonie w większym lub mniejszym stopniu lobbują właściwie wszystkie państwa[2].

Szczególnie skuteczne są Izrael, Zjednoczone Emiraty Arabskie oraz Arabia Saudyjska

Skuteczny lobbing z wykorzystaniem Polonii

W ostatnich latach często można spotkać się z zarzutem, że kongresmani skupieni na fundraisingu na kampanie wyborcze oraz na poczet budżetu Komitetu Partii, mają coraz mniej czasu na kontakt z wyborcami. Jest w tym trochę racji, bo przy średnich kosztach kampanii od miliona (Izba Reprezentantów) do 10 milionów (Senat) przeciętny kongresmen nie pokryje ich z własnych środków. Przy przeciętnej wielkości okręgów wyborczych na poziomie ok. 710 tys. mieszkańców[3], politycy nie mają też możliwości dotrzeć do wszystkich wyborców osobiście. Zadanie to jest jeszcze trudniejsze w przypadku senatorów, wyborcami których są wszyscy mieszkańcy danego stanu[4]. Kongresmeni nie mogą sobie jednak pozwolić na całkowite lekceważenie opinii swoich wyborców, stąd tak skuteczne w Stanach są kampanie telefoniczne i listowne z wyrazami poparcia lub sprzeciwu. Lobbing ze strony wyborców pozostaje zatem w dalszym ciągu istotnym narzędziem politycznym.

Społeczność polonijna podejmuje już oczywiście takie działania, jednak potrzebują one być lepiej skoordynowane. Najbardziej efektywne byłoby skupienie wysiłków na mniejszej grupie przedstawicieli legislatury np. członkach kongresowej grupy ds. Polski (tworzą ją Marcy Kaptur, Daniel Lipinski, Tim Murphy i Chris Smith) czy przedstawicielach Stanów, w których liczebność Polonii jest największa (wskazane są w dalszej części tekstu). W ten sposób przy takiej samej liczbie zaangażowanych wyborców (a zatem wykonanych telefonów, wysłanych listów), sprawa stanie się bardziej widoczna dla pracowników biur kongresmenów i senatorów (tzw. staffers), którzy decydują o tym, na jakie sprawy ma zwrócić uwagę ich szef.

O znaczeniu dobrze zorganizowanej grupy wyborców w lobbingu można się było przekonać podczas prac nad ustawą JUST (Justice for Uncompensated Survivors Today), znaną także pod symbolem S. 447, która została podpisana przez prezydenta Donalda Trumpa w maju br. Mimo zatrudnienia przez Polską Fundację Narodową agencji lobbingowej bardziej aktywne okazały się organizacje polonijne w Stanach Zjednoczonych. Utworzone zostały petycje i listy intencyjne do członków Kongresu oraz prezydenta Trumpa, powstała też specjalna witryna internetowa poświęcona ustawie[5]. Okazją do wzmożonej aktywności była też niedawna decyzja władz Jersey City. Organizacje polonijne jako pierwsze informowały o planach usunięcia pomnika katyńskiego z Exchange Place. W działania włączyły się liczne

organizacje polonijne, które zorganizowały pikietę i zaczęły wywierać nacisk na burmistrza miasta. Początkowo nawiązali kontakt z radnymi miasta, by ostatecznie dotrzeć do samego burmistrza. W międzyczasie w działania równoległe włączyli się polscy dyplomaci z Nowego Jorku i Waszyngtonu, a także przedstawiciele polskiego rządu, którym ostatecznie udało się dojść do porozumienia z burmistrzem Jersey City.

Trzeba zaznaczyć, że w przypadku ustawy JUST, działania Polonii, bez względu na ich jakość, nie miały szansy w pojedynkę zapobiec jej uchwaleniu. W przyszłości trzeba je wesprzeć aktywnymi działaniami dyplomatycznymi czy medialnymi, tak jak w przypadku katyńskiego pomnika. Już dziś warto jednak rozważyć jak polski rząd może wesprzeć amerykańskie organizacje polonijne by skutecznie dbały o interes Polski. Potencjał amerykańskiej Polonii wyraźnie uwidocznił się podczas wyborów prezydenckich w 2016 r. O zwycięstwie Donalda Trumpa zdecydowały wyniki wyborów w tzw. *swing states*¸ m.in. Michigan, Pensylwanii oraz Wisconsin. W tych trzech stanach wyborcy polskiego pochodzenia stanowią wyraźny odsetek głosujących (MI – 9,3 proc.; WI – 8,6 proc.; PA – 7,23 proc.) i częściowo przyczynili się do wyborczego sukcesu prezydenta. Sztab przyszłego prezydenta musiał sobie zresztą zdawać sprawę z roli, jaką wśród ogółu wyborców odgrywają obywatele o polskich korzeniach, skoro zorganizowano jego spotkanie z przedstawicielami Polonii w Chicago na miesiąc przed wyborami.

Według spisu ludności z 2013 r. w USA jest ponad 9,5 mln tzw. Polish-Americans, co stanowi ok. 3 proc. amerykańskiej populacji[6]. Szacuje się, że nawet 20 mln amerykańskich obywateli może mieć polskie korzenie. Aktywnych Polonusów jest oczywiście znacznie mniej, jednak to, że większa część nie udziela się w strukturach żadnej organizacji lub nie są działaczami społecznymi czy politycznymi, nie oznacza, że pozostaną bierni podczas wyborów. Środowisko polonijne ma w związku z tym polityczny potencjał, o którego poparcie powinny zabiegać obie amerykańskie partie. Do tego potrzebna jest jednak lepsza integracja środowiska, a także objęcie Polonii merytorycznym wsparciem przez polski rząd.

Polscy politycy co rusz zachęcają Polonię do aktywizacji na polu działalności lobbingowej. Robił to minister Mariusz Błaszczak podczas wizyty w Nowym Jorku w 2016 r., do tego samego zachęcał w Chicago w 2017 r. wicemarszałek Senatu RP, Adam Bielan. Jednym z regularnych programów szkoleniowych dla działaczy polonijnych, które są organizowane ze wsparciem Polski, jest Szkoła Liderów Polonijnych, która skierowana jest do ogółu osób przebywających poza granicami naszego kraju. Dzięki takim programom rozwija się kompetencje działaczy i

umacnia się ich więź z Polską. Konieczne jest jednak przejrzenie takich programów pod kątem zwiększania politycznej skuteczności i ich lepszego dopasowywania do realiów krajów, z których pochodzą działacze.

Polska administracja musi też być w stałym kontakcie z amerykańską polonią. Tylko wtedy można sprawnie uruchamiać działania polskich dyplomatów równoległe do inicjatyw podejmowanych przez organizacje lub grupy polonijne. Bezpośredni telefoniczny i mailowy kontakt pomiędzy głównymi liderami polonijnych ugrupowań, a pracownikami wysokiego szczebla polskich placówek dyplomatycznych i Ministerstwa Spraw Zagranicznymi pozwoli to osiągnąć.

Na lobbing z wykorzystaniem diasporycznych organizacji pozarządowych stawiają już inne państwa, co także było widoczne na przykładzie ustawy S. 447. Za jej uchwaleniem lobbowały, związane z Izraelem, Liga Przeciwko Zniesławieniu (ADL), Światowa Żydowska Organizacja Restytucji (WJRO) oraz Amerykańsko-Izraelski Komitet Spraw Publicznych (AIPAC). Warto jednak zaznaczyć, że taki rodzaj lobbingu nierzadko budzi kontrowersje. Już w latach 70. Senator William Fulbright zwracał uwagę, że Amerykańsko-Izraelski Komitet Spraw Publicznych powinien podlegać rejestracji na zasadach ustawy FARA jako przedstawicielstwo interesów obcego państwa. Formalnie jednak AIPAC jest zarejestrowany jako grupa amerykańska, a jego środki pochodzą wyłącznie od prywatnych darczyńców i tym samym nie jest bezpośrednio finansowany przez Izrael. Działalność AIPAC ogranicza się głównie do Kongresu, gdzie prowadzi lobbing współpracując z politykami Partii Demokratycznej i Republikańskiej. Co istotne dla działalności AIPAC, to możliwość finansowania kampanii wyborczych, co jest regularnym elementem działań tej, a także innych organizacji pozarządowych parających się lobbingiem. Jeżeli AIPAC zostałaby zarejestrowany jako przedstawicielstwo obcego państwa, nie miałby możliwości finansowania kampanii wyborczych, tracąc potężne narzędzie wpływania na polityków.

Organizacje polonijne też mogłyby korzystać z możliwości finansowania kampanii lub udzielania poparcia kandydatom. Być może nie uda się zebrać środków w skali zbliżonej do AIPAC, bo polityczna siła Polonii opiera się o liczebność społeczności, a nie o czynnik finansowy. Można jednak uzyskać dobry efekt rezygnując z rozproszenia środków na wiele kampanii. Działania powinny skupić się na kongresmenach w stanach w których Polonia stanowi wyraźny odsetek społeczności. Główne skupiska to Wisconsin (9,65 proc.), Michigan (9,59 proc.), Connecticut (8,85 proc.), Illinois (8,13 proc.), New Jersey (7,35 proc.) i Pensylwania (7,28 proc.). Również w Massachusetts, Delaware, Vermoncie, Nowym Jorku i

Minnesocie procentowy udział obywateli o polskich korzeniach wynosi ponad 5 proc. w skali populacji całego stanu. Organizując struktury w tych jedenastu stanach, w dużym uproszczeniu, 22 senatorów i 125 kongresmenów w Izbie Reprezentantów mogłoby stać się celem wywierania nacisków przez Polonię. Oczywiście niemożliwe byłoby objęcie działaniami tak dużej grupy polityków, jednak skupienie uwagi na przedstawicielach dystryktów, które w danych stanach są największymi skupiskami Polonusów, mogłoby doprowadzić do uznania Polonii za istotną grupę wyborców, z interesami której należy się liczyć w czasie kampanii wyborczej. Ważne, by wzorem AIPAC nie ograniczać się do współpracy tylko z jedną partią i wyrażać bezwzględne poparcie dla polityki prowadzonej przez Polskę, niezależnie od wyników wyborów.

Lobbing poprzez profesjonalne firmy

Polski lobbing jest aktualnie prowadzony głównie poprzez wyspecjalizowane w tych działaniach firmy. Jest to działanie słuszne, jednak powinno być ono uzupełnieniem lobbingu polonijnego, a nie alternatywą dla niego. W ostatnich miesiącach sporadyczne działania lobbingowe w Stanach Zjednoczonych prowadziły Polska Grupa Zbrojeniowa oraz Polska Fundacja Narodowa. W 2016 r. Polska Grupa Zbrojeniowa zatrudniła firmę Park Strategies związaną z byłym republikańskim senatorem Alem D'Amato. Celem współpracy była promocja polskiego przemysłu obronnego w związku z odbywającym się w Warszawie szczytem NATO. Zwolennicy tej współpracy twierdzą, iż decyzja i późniejsza realizacja postanowienia o wzmocnieniu wschodniej flanki Sojuszu jest zasługą lobbingu Park Strategies. Rok później PGZ nawiązała współpracę z firmą BGR Group w związku z programami modernizacyjnymi sił zbrojnych „Homar" i Wisła". W tym kontekście warto zwrócić uwagę na kwestie zakupów, jakich polski rząd dokonuje od amerykańskich koncernów zbrojeniowych. Do tej pory Polska skupiała się w przypadku takich kontraktów na jak najwyższej wartości offsetu i transferze technologicznym[7]. Dzięki takim kontraktom zbrojeniowym możemy także zbudować bliższe relacje z amerykańskimi politykami, np. członkami kongresowych komisji, czy przedstawicielami stanów, w których koncerny mają swoje siedziby lub placówki, a w których dzięki nowym kontraktom zostaną utrzymane lub utworzone miejsca pracy. Opcja ta nie była do tej pory raczej wykorzystywana.

W lobbing włączyła się niedawno także Polska Izba Handlowa w Stanach Zjednoczonych (PolCham), która prowadzić będzie samodzielne działania na zlecenie Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu. PolCham będzie jednak przede wszystkim pełnił rolę platformy wzmacniającej gospodarcze relacje pomiędzy Polską i Stanami Zjednoczonymi.

Materiał pobrany ze strony Instytutu Sobieskiego, sobieski.org.pl, autor: Mateusz Piotrowski.

Najbardziej ogólne działanie lobbingowe w USA prowadzi Polska Fundacja Narodowa, zatrudniając firmę White House Writers Group (WHWG). Ma się ona skupić m.in. na problemach reformy sądownictwa, dywersyfikacji źródeł energii czy wreszcie, zmianie narracji o współudziale Polski w Holokauście. Umowę z WHWG zawarto jesienią 2017 r., jednak ciężko dostrzec efekty tej współpracy. Najlepszym tego przykładem jest wspomniana już ustawa JUST (Justice for Uncompensated Survivors Today), która może negatywnie wpłynąć na wizerunek Polski na świecie i polskie interesy ekonomiczne. Tym bardziej dziwi brak wyraźnych prób wpłynięcia przez Polskę na amerykańskich kongresmenów, szczególnie że od głosowania nad tym projektem w Senacie (12.12.2017) do głosowania w Izbie Reprezentantów (25.04.2018) minęły ponad 4 miesiące, więc był czas na podjęcie działań prewencyjnych. Współpraca PFN z firmą lobbingową nie dała też wyraźnych rezultatów, gdy w Polsce wprowadzano nowelizację ustawy o IPN. Nowe prawo nie tylko nadwyrężyło relacje z Izraelem i Stanami Zjednoczonymi, lecz najprawdopodobniej pogrzebało szanse Polski na rozwiązane problemu wizerunkowego, jakim jest używanie przez zagraniczne media określenia „polskie obozy zagłady”. Tylko częściowo odwróci te skutki nowela do ustawy przegłosowana przez sejm w czerwcu.

W imieniu Polski lobbuje więc kilka niezależnych od siebie podmiotów, jednak są to działania zdecydowanie niewystarczające. Problemem nie jest odrębność działań, lecz ich chaotyczność i epizodyczność; brak większego, całościowego planu zabezpieczenia i promowania polskich interesów. Co więcej, zbyt mało podmiotów prowadzi lobbing w naszym interesie. Zatrudnianie po kilkanaście lub nawet kilkadziesiąt podmiotów przez państwa nie jest wyjątkiem. Polska musi zwrócić większą uwagę na zatrudnianie i finansowanie firm lobbingowych w ramach strategii, która uwzględniałaby ogólne relacje Polski ze Stanami Zjednoczonymi, jak i potrzeby resortów współpracujących z amerykańską administracją i polskich firm.

Przykładem skutecznego lobbingu ze strony państw z wykorzystaniem profesjonalnych firm, mogą być działania Zjednoczonych Emiratów Arabskich, które co roku utrzymują się w ścisłej czołówce państw wydających najwięcej na lobbing w Stanach Zjednoczonych i uchodzą za jedne z najskuteczniejszych, poziomem dorównując Izraelowi. Zjednoczone Emiraty Arabskie przy pomocy lobbingu dbają o wizerunek i interesy własnego państwa, a niekiedy także państw sojuszniczych. W 2017 r. ZEA podjęły lobbing w interesie Sudanu, co poskutkowało usunięciem tego państwa z listy krajów, których obywatele mieli zakaz wstępu do Stanów Zjednoczonych. Decyzja ta była o tyle zaskakująca, iż zakaz został przedłużony dla

innych pięciu państw (Iran, Jemen, Libia, Syria, Somalia), a nawet dopisane zostały trzy kolejne państwa (Czad, Korea Północna, Wenezuela). W zamian, Sudan zobowiązał się do włączenia w działania antyterrorystycznej koalicji państw przeciwko rebeliantom Houthi w Jemenie, których starają się zwalczyć Arabia Saudyjska, Zjednoczone Emiraty Arabskie oraz pozostałe państwa Półwyspu Arabskiego. Przykład ten pokazuje też, jak państwa słabsze mogą zabiegać o obronę ich interesu przy wykorzystaniu mechanizmów utworzonych przez inne państwa.

Lobbing poprzez think tanki

Istotną rolę w lobbingu odgrywają także ośrodki analityczne. Ponownie dobrymi przykładami państw prowadzących poprawną politykę w tej materii są Zjednoczone Emiraty Arabskie oraz Izrael. ZEA udało się zdobyć wpływy w takich amerykańskich think-tankach jak Center for Strategic and International Studies czy Atlantic Council i co więcej, doprowadzić do utworzenia własnego ośrodka analitycznego w Waszyngtonie – Arab Gulf States Institute. Z kolei Izrael posiada zaplecze m.in. w Brookings Institute czy Heritage Foundation. Za pośrednictwem AIPAC udało im się też utworzyć własną placówkę, Washington Institute for Near East Policy.

W przyszłości, warto rozważyć uzupełnienie działań polonijnych na tym polu. W przypadku Polski, dość często na uniwersytetach tworzone są polskie katedry, jednak rozwiązanie to niewiele wnosi do wzmacniania pozycji Polski w amerykańskim środowisku naukowym, a tym bardziej poza nim. W USA funkcjonuje Piast Institute, think-tank poświęcony sprawom Polski i relacjom polsko-amerykańskim oraz Kościuszko Fundation, które jest instytucją *stricte* kulturalno-oświatową. To jednak zdecydowanie za mało. Takie wspierające ośrodki wykorzystuje większość państw i Polska nie powinna być w tej kwestii wyjątkiem. Powinniśmy finansować działalność think-tanków w Stanach Zjednoczonych lub decydować się na zakładanie własnych ośrodków analitycznych, przy czym mogłyby być one poświęcone szerszemu obszarowi niż Polska (np. Grupie Wyszehradzkiej i Państwom Bałtyckim), co stworzy też pole do współpracy z innymi państwami Europy Środkowej. W obu przypadkach istotne jest, by w ośrodkach tych zatrudnieni byli także amerykańscy eksperci, gdyż bez nich działalność tych ośrodków nie będzie wystarczająco wiarygodna i usieciowiona. Warto jednak pamiętać, że think-tanki, jako wyspecjalizowane organizacje eksperckie o określonym światopoglądzie mają niewielkie możliwości nacisku na polityków z przeciwnego obozu politycznego, w większym stopniu pełnią więc rolę ośrodków opiniotwórczych. Z kolei niepolityczne organizacje pozarządowe funkcjonują głównie jako organ doradczy i mobilizujący działania oddolne.

Materiał pobrany ze strony Instytutu Sobieskiego, sobieski.org.pl, autor: Mateusz Piotrowski.

Pierwsze kroki do podjęcia

Stany Zjednoczone to aktualnie najważniejszy partner Polski w relacjach międzynarodowych. W zacieśnianiu współpracy pomiędzy państwami istotną rolę odegrać może Polonia, która jest jedną z najliczniejszych grup etnicznych w USA. Przez lata jej potencjał był niewykorzystywany przez stronę polską, choć na przestrzeni dekad odnotowywała ona sukcesy. Kongres Polonii Amerykańskiej miał istotny wkład w zatwierdzenie przez amerykański Kongres śledztwa ws. zbrodni katyńskiej, a także w przyjęcie Polski do NATO. KPA podejmował też inicjatywy współpracy z mniejszościowymi ugrupowaniami innych państw, np. wspomnianą już Ligą Przeciwko Zniesławieniu.

W pierwszej kolejności, należy się zastanowić w jaki sposób skoordynować państwowe działania w kontaktach z Polonią. Na chwilę obecną te stosunki są prowadzone przez wiele podmiotów jednocześnie: Sejm, Senat, Kancelarię Prezesa Rady Ministrów i Kancelarię Prezydenta oraz Ministerstwo Spraw Zagranicznych. Najbardziej rozsądnym rozwiązaniem byłoby skupienie działań mobilizujących Polonię w jednym z tych ośrodków, np. przy Ministrze Spraw Zagranicznych, z uwzględnieniem delegacji z pozostałych instytucji. Umożliwiłoby to niepotrzebne rozproszenie środków i zapobiegłoby ewentualnym sprzecznościom w podejmowanych inicjatywach. Jako przykład takiej koordynacji wielu podmiotów posłużyć może Komitet Integracji Europejskiej, który odpowiadał za koordynację polityki integracji z Unią Europejską. Wspólnie wypracowywane działania mogłyby być potem realizowane przez Departament Współpracy z Polonią i Polakami za Granicą. Wyzwaniem są oczywiście sytuacje, w której Prezydent i Premier są z innej partii politycznej i nie ma woli współpracy między obiema kancelariami, ale sama idea ściślejszej współpracy z Polonią nie powinna dzielić.

Obecnie, w przeciwieństwie do innych państw, Polska nie prowadzi przemyślanego lobbingu. Czas to zmienić poprzez inwestycję w kapitał społeczny jaki już posiadamy na miejscu. Bez sięgnięcia po sprawdzone na amerykańskim gruncie mechanizmy, nie możemy liczyć na powodzenia naszych inicjatyw, bez względu na to, kto aktualnie rządzi w Polsce czy Stanach Zjednoczonych.

---

[1] Można się zastanawiać, w jakim celu w pracach grupy parlamentarnej ds.

Materiał pobrany ze strony Instytutu Sobieskiego, sobieski.org.pl, autor: Mateusz Piotrowski.

współpracy ze Stanami Zjednoczonymi udział bierze aż 45 parlamentarzystów i jakie są faktyczne dokonania oraz zakres działań wszystkich zaangażowanych. Warto podkreślić jednak, iż w polskim parlamencie są także bardziej liczne grupy bilateralne: Gruzja (46), Niemcy (47), Ukraina (51), Kazachstan (53), Chiny (59), Tajwan (83) i Izrael (123). Liczebność grupy Polska – Izrael została znacznie zwiększona w lutym br. jednak przed tym nie należała do mniej licznych, gdyż w jej pracach uczestniczyły 64 osoby. Szczególną uwagę przykuwa jednak Tajwan. Państwo nieuznawane na arenie międzynarodowej, w tym przez Polskę, posiada bardziej liczną grupą parlamentarną niż Chiny, z którymi Tajwan konkuruje o podmiotowość prawnomiędzynarodową.

[2] Szczegółowe informacje o tym, kto, dla kogo i od kiedy lobbuje można znaleźć na stronie Departamentu Sprawiedliwości: https://efile.fara.gov/pls/apex/f?p=185%3A130%3A0%3A%3ANO%3ARP%2C130%3AP130_DATERANGE%3AN

[3] Wartość ta waha się od 527 tys. do 994 tys. mieszkańców.

[4] Średnia liczba mieszkańców przypadająca na jeden fotel w Senacie wynosi niespełna 6,5 mln, jednak tylko 17 z 50 stanów przekracza tę wartość. Rozbieżność pomiędzy skrajnymi wartościami jest aż 68 krotna – populacja Wyoming liczy niecałe 580 tys., podczas gdy w Kalifornii jest to prawie 40 mln.

[5] https://stopacthr1226.org

[6] Jest to liczba obywateli, którzy widzą siebie jako osoby polskiego pochodzenia (self-identified). Pod względem liczebności jesteśmy największą grupą słowiańską i ósmą największą grupą etniczną w ogóle.

[7] Więcej na ten temat w raporcie Instytutu Sobieskiego „Nowy samolot bojowy dla Sił Powietrznych RP”. http://www.sobieski.org.pl/nowy-samolot-bojowy/