

Nr 2 ISSN 2450-0402

 **Dyskursy**

Dyskursy o kulturze

Discourses on Culture

Redaktor naczelny: **Grzegorz Ignatowski**

Łódź 2014


WYDAWNICTWO
SPOŁECZNEJ AKADEMII NAUK

Nr 2



Dyskursy o kulturze Discourses on Culture

Redaktor naczelny: **Grzegorz Ignatowski**

Łódź 2014



WYDAWNICTWO
SPOŁECZNEJ AKADEMII NAUK

Wersja elektroniczna czasopisma jest wersją podstawową
dyskursy.san.edu.pl

Zeszyt recenzowany

Redaktor naczelny: Grzegorz Ignatowski
Sekretarz redakcji: Ewa Stroińska

Korekta językowa: Dominika Świech
Skład i łamanie: Marcin Szadkowski
Projekt okładki: Marcin Szadkowski

© Copyright by Społeczna Akademia Nauk

ISSN 2450-0402

Wydawnictwo
Społecznej Akademii Nauk
ul. Kilińskiego 109, 90-011 Łódź
42 676 25 29, w. 339, e-mail: wydawnictwo@spoleczna.pl

Spis treści

Ireneusz Bittner <i>Kultura – jej antropologiczne wyznaczniki</i>	7
Julita Woźniak, Paulina Królikowska <i>Discourses and Culture: The Perspective of Critical Discourse Analysis on Gender-Related Issues</i>	31
Jędrzej Sudnikowicz <i>Alergiczność kultury współczesnej</i>	47
Paweł Łubiński <i>Proces hybrydyzacji starych i nowych mediów na przykładzie aktywności Ruchu Narodowego</i>	61
Ewa Kaźmierczak, Bogusław Sułkowski <i>Niewspółmierne skale pomiaru przemocy w grach i na ekranie</i>	81
Muzahim Al-Noorachi <i>Wykorzystanie postaci kobiecej w reklamie wizualnej</i>	99
Grzegorz Ignatowski <i>Reklama komercyjna w perspektywie edukacji dzieci i kulturowych uwarunkowań</i>	111
Olga Tsaryk <i>The Culture of Individual Speech as a Pedagogical and Philosophical Problem</i>	121
Vira Vykhreshch <i>Professional Culture of the Future Elementary School Teacher in the Context of Methodics of Pedagogics in the University</i>	135
Edyta Zawadzka <i>Formy wspierania osób starszych w perspektywie wybranych społecznych teorii starzenia się</i>	145
Ireneusz Bittner <i>Wartości, kultura i etyka biznesu</i>	167
Leonti G. Chystokletov <i>Theoretical and Legal Aspects of Improving the Quality of Professional Training of Specialists in Higher Education</i>	177

Ireneusz Bittner ibittner@spoleczna.pl

Spółeczna Akademia Nauk

Kultura – jej antropologiczne wyznaczniki

Culture– the anthropological determinants

Abstract:

Culture is an extremely durable feature of human functioning. Its influence can be seen in every piece of human existence. It is visible in both at work and in society. The article is an attempt to reflect on the evolution of culture as a mechanism of adaptation to life in the social business space. Author seeks anthropological determinants influencing its development.

Key words:

culture, anthropological determinants.

Wprowadzenie

Jednym z najbardziej reprezentatywnych współczesnych biologów, kontynuujących antropologiczny kierunek rozważań na gruncie przyrodoznawstwa, jest Konrad Lorenz (1909–1989), autor książek: *Tak zwane zło*, *Odwrotna strona zwierciadła*, *Osiem grzechów śmiertelnych cywilizowanej ludzkości* i *Regres człowieczeństwa*.

Punktem wyjścia antropologicznych rozważań Lorenza była teza, iż człowiek nie jest istotą „gotową”, co oznacza, że w toku niezakończonych ewolucji nadal powstają i kształtują się jego swoiście ludzkie cechy i nadal stanowi on pośrednie ogniwo w łańcuchu stworzeń. Autor *Tak zwanego zła* wyraził tę myśl pisząc, że ogniwem między człowiekiem a zwierzęciem jesteśmy „właśnie my”. Jako „żywy system” człowiek na obecnym etapie rozwoju ewolucyjnego utracił swą organiczną jedność, swą – jak to określał Lorenz – homeostazę. Jego

rozwój kulturowy jest odległy od właściwej mu natury, co sprawia, że „subsystem” kulturowy człowieka staje się coraz bardziej sprzeczny z ludzką naturą, w wyniku czego nasila się aktywna wrogość w międzyludzkich kontaktach.

Lorentz w książce *Osiem grzechów śmiertelnych* (mając głównie na uwadze ową „aktywną wrogość” człowieka) twierdził, iż główną przyczyną problemów kulturowych jest specyfika działania ludzi. Są one nie zgodne z ludzką naturą oraz jej biologicznymi uwarunkowaniami. Wskazywał, że mamy do czynienia z sytuacją wieszczącą epidemię ducha ludzkiego, neurotyczne schorzenie ludzkiej natury a to może wieścić nadejście szeroko rozumianej sytuacji kataklizmów czy też patologii Lorentz podkreślał min., że śmierć w wyniku ataku atomowego mniej zagraża współczesnemu człowiekowi, niż śmierć w wyniku dehumanizacji [Lorentz 1983a, ss. 343–355].

Człowiek dziedziczący zwierzęce zachowania, także agresywne, musi – zaznaczył Lorenz – dla dalszego przetrwania wypracować mechanizmy hamujące agresywność. „Mamy wszelkie powody po temu, aby w obecnej sytuacji rozwojowej historii kultury i techniki ludzkiej uważać agresję w obrębie gatunku za najgroźniejsze z wszystkich niebezpieczeństw. Nie poprawimy szansy na stawianie czoła tej groźbie przez traktowanie agresji jako zjawiska metafizycznego i nieuniknionego. Może natomiast sprostamy temu zadaniu przez zbadanie łańcucha przyczyn, które ją wyzwalają” [Lorentz 1996, s. 5].

Pisząc *Odwrótną stronę zwierciadła*, autor wprowadził do analiz natury człowieka nowe elementy. Usiłował wyjaśniać kwestię pewnej jej „dwoistości”, rozważał zjawisko kategorialnej odmienności człowieka od wszystkich istot żywych. Lorenz zwracał uwagę na pojawiający się dualizm pomiędzy obiektywnością fizjologiczną a swego rodzaju podmiotowym przeżywaniem. Interesował go wszakże nie tyle problem tego rozziwu (który uznaje za nieprzezwycięzalny), nie tyle przepaść, oddzielająca cielesne od psychicznego, ile cezura „oddzielająca człowieka od zwierząt” – cezura ich „cielesności i psychiki”. Zdawał sobie sprawę, że swoistości psychiki człowieka, jego świata wewnętrznego, nie można wyjaśniać za pomocą praw chemofizycznych oraz organizacji neurofizjologicznej [Lorentz 1977].

Chyba najbardziej wartościową częścią dorobku Lorenza i kierunku obranych przez niego badań jest analiza specyficznych właściwości człowieka, które dostrzegł w nowym (względem innych istot żywych) aparacie poznawczym oraz w zdolności uzyskiwania i gromadzenia informacji, a zwłaszcza – uczenia się. Lorenz, polemizując z Arnoldem Gehlenem (który określał człowieka jako istotę „organicznie pozbawioną środków” i wskazywał na niedostatek przystosowania narządów ludzkich do warunków życia), zwracał uwagę, że Gehlen przeoczył istotny fakt: narzędziem „ponad wszelką miarę dobrze przystosowanym do zadań ludzkiego życia”, jest mózg. Ma on ogrom-

ny wpływ na wszelkie procesy uczenia się, dzięki niemu człowiek zdolny do myślenia pojęciowego może się uniezależnić od „obecności obiektu”. W „tradycji” człowiek zachowuje „to, co wyuczone”, a wszystko, co wyuczone, staje się potencjalnie dziedziczne – konstatował Lorenz.

Wprowadzając kategorię „tradycji”, nabierającej w jego poglądach charakteru antropologicznego, Lorenz uhistorycznił swą antropologię. Kładł nacisk na tezę, iż wiedza w kulturze ludzkiej będąca w posiadaniu człowieka opiera się na odmiennych mechanizmach jej gromadzenia przez system gatunkowy zwierząt. „We właściwym sensie wrodzone, tzn. ulokowane w genomie, oznacza zawsze program, który zawiera w sobie wszystkie możliwe dla organizmu sposoby rozwoju, włącznie z tym, czego może się on indywidualnie nauczyć. Ten program zawiera w sobie informację, od której zależy podtrzymująca gatunek celowość zachowania się” [Lorenz 1983b, s. 112].

Autor *Regresu człowieczeństwa* uważał, że człowiek „jako taki wcale nie jest człowiekiem”; może nim być „tylko jako członek duchowej grupy”, a więc zbiorowości społecznej.

Lorenz widział isierkę nadziei na utrzymanie człowieczeństwa w świecie cywilizacji i represji społecznych w tym, że ludzie „genetycznie” nie są dostatecznie pozbawieni człowieczeństwa. W swej diagnozie odwołał się do poglądów Ericha Fromma, który nerwice mieszkańców miast, poddawanych „niwelującej hiperorganizacji”, interpretował jako przejaw walki człowieka przeciwko pozbawieniu go tego, co ludzkie. W represjonowanym społeczeństwie – sądził Lorenz – wielu ludzi uchodzi za „normalnych” tylko dlatego, że „zamilkł w nich głos człowieczeństwa”.

Szczegółne niebezpieczeństwo upatruje w wyzwaniu „agresywnego entuzjazmu zbiorowego”, sprawiającego, że człowiekowi „wszystkie wartości wydają się nieważne z wyjątkiem tej jednej, którą się w danym momencie entuzjazmuje”.

Dla antropologia, przyrodnika i ekologa pragnienie, by „dać się zabawić”, a zatem rezygnacja z twórczej aktywności, bierne nastawienie na „bycie zabawianym”, jest przejawem „niezwykle pożałowania godnego stanu natury”. Lorenz zgodził się z tezą Marksa, iż warunki rozwoju człowieczeństwa zostaną stworzone w nowej fazie dziejów ludzkości. Zaakceptował marksowskie określenie dotychczasowego procesu dziejów jako historii powstawania człowieka (*Entstehungs-geschichte*).

Na podkreślenie zasługuje fakt, iż Lorenz (wbrew Freudowi) nie traktował kultury jako kompensacji tłumionych popędów jednostki, nie pojmował jej też jako czynnika nerwicotwórczego. Zdaniem Lorenza świat kultury stanowi sferę zaspokojenia wszystkich popędów, dynamizujących ludzkie siły, umożliwia pełną ekspresję zdolności człowieka i ekspansję cywilizacyjną

ludzkiego gatunku. Jest swoistym narzędziem, za pomocą którego może się uzewnętrznic biologiczno-duchowa „matryca”.

Człowiek, jeśli przyjmiemy ten punkt widzenia – jest swoistym wspornikiem, gwarantującym ciągłość istnienia i ewolucję ludzkiego ducha, sfery „nadbudowanej” nad naturą. Idzie tylko o to, by nie dopuścić do rozpadu tego, co biologiczne i tego, co kulturowe. Na rozpad taki wskazuje pęd kultury zachodniej do „sztuczności”, przeludnienie, dewastacja środowiska naturalnego, zwyrodnienie moralne i nienormalna konkurencja wewnątrzgatunkowa.

Konrad Lorenz, mimo uznania współczesnej cywilizacji za stan „sztuczny”, „niepokojąco oddalony od sfery ducha”, w samym fakcie dostrzegania tego stanu, chęci badania współczesnej cywilizacji i narodzinach „medycyny kultury”, widział szanse uniknięcia zagłady ludzkości i ocalenia człowieczeństwa.

Kultura jako zaprogramowanie istoty żywej

Kwestie kultury, skupiające się wokół kategorii człowieka i człowieczeństwa, preferują taki typ dyskursu humanistycznego, taki sposób myślenia o zjawiskach składających się na kulturę, który ukazuje człowieka jako istotę mającą możliwość zrealizowania w sferze kultury swych potencjalnych zdolności i potrzeb, uznawanych za osobotwórcze.

Nieuwzględnienie tego wymogu w humanistycznej problematyce kultury i sposobie jej rozwiązywania czyni wszelkie inne ujęcia (bez względu na wiele alternatyw) niewydolnymi teoretycznie i ułomnymi metodologicznie.

Ważne jest, że wiedza o kulturze znajduje swe fundamenty w naukach humanistycznych, w tym zwłaszcza w antropologii filozoficznej. Na szeroko pojęty kontekst teoretyczny kultury składają się założenia i reguły interpretacji, odniesione do szczególnych, humanistycznych, przedmiotów kulturowych, niebędących „rzeczami”, lecz wartościami, posiadającymi w doświadczeniu ludzkim nie tylko „treść” zmysłową, ale i znaczenie, którego nie można wykryć dostępnymi metodami i analizami przyrodniczymi [Znaniński 1988].

Fundamentalne znaczenie ma uwzględnienie współczynnika humanistycznego, wpisanego w samą istotę wszelkich form i dziedzin kultury. F. Znaniński przez współczynnik ten rozumie „tę cechę zjawisk kulturalnych, przedmiotów humanistycznego badania, tę ich zasadniczą właściwość, że jako przedmioty teoretycznej refleksji są one już przedmiotami, komuś danymi w doświadczeniu, lub czyimiś świadomymi czynnościami, nazwać możemy współczynnikiem humanistycznym tych zjawisk. Młt, dzieło sztuki, wyraz mowy, narzędzie, schemat prawny, ustrój społeczny są tym, czym są, jedynie jako świadome ludzkie zjawiska...” [Znaniński 1988, s. 25].

Współczynnik humanistyczny jest istotnym elementem metodologicznym, ważnym z tego względu, iż często z pola widzenia wymyka się fakt (wielokrotnie w praktyce badawczej niedoceniany) uznania kultury za wewnętrzny dorobek jednostek, za produkt działania człowieka, manifestujący się w doświadczeniach ludzi.

Akcentując konstatację A. Kłoskowskiej, iż w ujęciu kultury dominuje relatywizowanie (czego wyrazem jest stanowisko G.P. Murdocka, M. Herskovitsa, R. Lintona, A.L. Kroebera), poprzez specyficzne odnoszenie kultury do działalności człowieka Kultura społeczna „charakteryzuje się tym, że podmiotem i przedmiotem kulturalnie określonych działań są tutaj sami ludzie, że regulujący wpływ kultury odnosi się w tym przypadku nie do żadnych innych substancji lub wartości, lecz do stosunków, ról i układów ludzi w ich wzajemnych powiązaniach” [Kłoskowska 1983, ss. 71–72]. A zatem trzeba przyjąć, że socjologiczna conceptualizacja form uczestnictwa jednostki w kulturze winna być zarazem ich conceptualizacją humanistyczną.

Nie wymaga uzasadnienia teza, iż człowiek rozpoznaje się poprzez swe ekspresje życiowe, zobiektywizowane w rzeczywistości kulturowej, w której ujawnia się jako istota rozwijająca w sobie gatunkowe cechy człowieczeństwa i kształtująca właściwości osobowościowe. Tak pojmowana rzeczywistość staje się zwierciadłem człowieka, odbiciem jego możliwości osobniczych, dyspozycji samorealizującej się jednostki.

Wydaje się uzasadnione, iż wizja człowieka w kulturze stanowi wstępne założenie wszelkich analiz jego funkcjonowania jako istoty psychofizycznej, dążącej w swych działaniach do pełnej zgodności „ja” z doświadczeniem egzystencjalnym, doświadczeniem siebie (*self-experiences*). Jeżeli też można się zgodzić z sądem Gabriela Marcela, iż „właściwością osoby jest stawianie czoła”, to należy przyjąć, iż właśnie w świecie kultury człowiek (jako reprezentant gatunku i jako osoba) ma szansę kreować siebie i stawać się świadomym siebie.

Kierunek rozważań o kulturze, rozumianej jako system wartości wyrażających postawy człowieka i zaspokajających jego potrzeby, odsłania rozległy obszar pytań, dotyczących funkcji kultury globalnie pojętej. W kulturze urzeczywistniają się wartości, wyznaczone przez akty kreacji, wzmożonej kontroli nad sobą, przy czym – zauważmy – źródła tej kontroli tkwią w klasie zjawisk objętych kulturą, są umiejscowione „wewnątrz” jednostki.

Kierunek myślenia o kulturze staje się (jeśli przyjąć interesujący nas punkt widzenia) myśleniem o istocie ludzkiej, która dzięki kulturze (a więc afirmacji i stosowaniu preferowanych wartości, wzorców i norm) ma umacniać i pogłębiać poczucie swego sprawstwa, a zwłaszcza poczucie wpływu na własny rozwój osobowy.

Można przyjąć, że w kulturze w sposób pełny manifestuje się podmiotowość człowieka, jego dynamizujące zaangażowanie, wyrażające się w prze-

chodzeniu od przeżywania do działania.. Stosując heglowskie formuły, zawarte w jego *Wykładach o estetyce* – stwierdzić można, iż człowiek „sam siebie ogląda, sam siebie czyni przedmiotem swych wyobrażeń i myśli”. W działaniach tych człowiek wyraziście się ujawnia jako podmiot dla samego siebie, rozpoznaje swoje zdolności jako własne, uzewnętrznia je (eksterioryzuje) w sposób autentyczny i niewymuszony przez otoczenie.

W tym ujęciu ludzkich właściwości jako relacji, zachodzących pomiędzy człowiekiem a światem kultury, będącym jego światem, ujawnia się specyfika kultury – terenu doświadczeń i przeżyć jednostek, miejsca realizacji ich potrzeb: samoaktualizacji, autodeterminacji, obiektywizacji i interioryzacji. Szczególne miejsce zyskuje człowiek, działający w obrębie kultury i naznaczający ją własnym piętnem.

Jeśli przyjąć tezę J.P. Sartre'a, iż człowiek pojawił się jako istota, która „stworzyć ma swą własną naturę, naturę zawsze osobiwą” (człowiek „to nic innego niż jego życie”), to nabiera znaczenia problem konceptualizacji kultury, w pełny sposób ujawniającej swoistość kondycji człowieka, jego istnienia ujętego w kategoriach dyspozycji („jestem”), powinności („mogę”) oraz przeżyć („chcę”).

Zwaloryzowany sposób ujęcia kultury, struktura ludzkiej osobowości oraz opis doświadczenia egzystencjonalnego człowieka (uwypuklającego w jednostce poczucie sprawstwa) wydają się adekwatne do właściwości istoty stanowiącej podmiot procesów kulturowych, realizujących jej możliwości i zarazem stwarzających teren działania.

W kontekście problemowym człowiek a kultura szczególnego znaczenia nabiera określenie, jaki on jest i jaki może się stać. Istotna okazuje się też kwestia kształtowania za pomocą kultury pożądaných cech osobowości, rozwijających jednostkę, wzbogacających i doskonalących ją, czyniących ludzkie „ja” zaangażowanym (*ego involment*).

Kultura, stanowiąca świadomościową formę stosunku człowieka do siebie, znajduje głęboko humanistyczny wyraz w powinnościowym charakterze wobec jednostki, w konstytuowaniu za pomocą systemu wartości etosu, wyposażającego jednostkę w orientacyjny i preferencyjny dla niej schemat działań i zachowań. To właśnie włączenie wartości kultury w świat osobowy staje się ucieleśnioną możliwością człowieka i potwierdza humanistyczny wymiar tej dziedziny, jej charakter aksjologiczno-etyczny.

Człowiek jawi się w kulturze jako „byt” otwarty, który przejawia się jako modalność ontyczna (możność – *das Können* – u Nicolaia Hartmanna – autora *Etyki*) lub modalność realna (możliwość – *das Möglichkeit* – u Hartmanna). Dzięki modalności ujawnia się ludzka możliwość stanowienia o swej człowieczej kondycji, autosterowność i kreatywność istoty ludzkiej, realizującej swą wartość osobową. W sferze kulturowej, będącej sferą „gry możliwości”,

człowiek może być wierny sobie, kierować się własną racją, a nade wszystko doskonalić się i wzbogacać wiedzę o sobie („ja” osobowym i aksjologicznym).

Tak zarysowując problematykę roli kultury w kreowaniu ludzkiej osobowości należy wspomnieć, iż badania jej funkcji wciąż jeszcze są – zdaniem piszącego – na etapie eksploracji i oczekują na głębsze analizy, warte odrębnych opracowań i studiów. Trzeba też zdać sobie sprawę z istoty wartości, składających się na humanistyczną funkcję kultury (antropologiczno-humanistyczne treści i walory). Uświadomienie sobie ich charakteru i istoty pozwala zarazem uzyskać pełniejszy ogląd samej kultury jako homogenicznej całości, obejmującej środki poszerzające obszary autentycznego życia człowieka, rozwijające i zaspokajające jego nowe potrzeby, ukierunkowane na wyższe wartości.

Zagadnieniem o istotnej wadze poznawczej i badawczej staje się sposób charakteryzowania kultury na płaszczyźnie funkcjonalności człowieka aktualizującego siebie, to jest osoby „w pełni funkcjonującej” (osoby osiągnącej pełnię swych możliwości) oraz na płaszczyźnie rzeczywistości ludzkiej (*human reality*), „rzeczywistości przeżytej” (*live reality*). Dodajmy, że wyznaczony sposób opisywania kultury odpowiadałby tendencjom reprezentowanym w psychologii humanistycznej (A.H. Masłowa i C.R. Rogersa), kładącej nacisk na kwestię, czy człowiek jest taki, jaki jest, czy też taki, jaki mógłby być. Tendencje te są zgodne z tendencją spotykaną na gruncie analizy transakcyjnej, przedstawionej w książce R. Rogolla *Aby być sobą*.

Kultura syntetyzuje ludzkie doświadczenia, uniwersalizuje je wedle aksjologicznej, porządkującej (hierarchizującej) zasady, jest swobodą „grą” możliwości ludzkich, w której człowiek okazuje się nie tyle istotą dążącą do homeostazy i redukcji napięcia, ile do „pełniejszego” istnienia i doświadczania siebie (*self-experiences*).

Wtakszerokim ujęciu kultury należy podkreślić fakt, iż w jej obszarze ludzkie doświadczenie zyskuje rangę doświadczenia wartościującego, stanowiącego wyróżnik kondycji ludzkiej (*conditio humana*), wyznacza jakość pełnego i bogatego życia. Temu ujęciu staje się bliskie stanowisko fenomenologiczne (rozpoznawanie poprzez kulturę stanów człowieka, jego istoty, wglądu w siebie).

W ramach kultury, skoncentrowanej na pytaniach o człowieka i człowieczeństwo, nie sposób nie dostrzec tych właściwości, które sprawiają, iż staje się ona środowiskiem życia, pozwalającym kształtować postawy typu „być”, wzbogacającym egzystencję oraz przywracającym poczucie wartości życia.

Podstawowe znaczenie zyskuje kwestia treści konstytutywnych kultury, istotnych i specyficznych dla niej, odnoszących się do ludzkich postaw i procesów emancypowania się człowieka, a zarazem poszerzających zakres gatunkowego i jednostkowego samourzeczywistnienia, możliwości aktywnego kierowania postępowaniem, gotowość do podejmowania wyzwań i możliwości sprostania im.

W kategoryalnym aparacie, właściwym analizom antropologicznego fenomenu kultury, punktem centralnym staje się pojęcie sprawstwa. Nie będzie też przesadą, jeśli funkcję kultury, polegającą na potęgowaniu poczucia sprawstwa, uznamy za najbardziej zbliżoną do tej właściwości ludzkiej egzystencji i ontycznej struktury człowieka. Poczucie sprawstwa i związane z nim doświadczenie własnej tożsamości w relatywnym ujęciu daje się sprowadzić do funkcji intensyfikującej istnienie, funkcji instauracji.

Sprawstwo w kulturze wyraża się w ujmowaniu siebie jako autonomicznego podmiotu efektywnych, skutecznych działań, objętych kulturą, z natury niepoddających się kwantyfikacji. Dałoby się sprowadzić do działań zamierzonych i wolnych, stanowiących formę autokreacji i samoaktualizacji człowieka poprzez zignorowanie jego sił psychicznych i fizycznych, a więc aktualizację dyspozycji. Sprawstwo, stanowiące istotny wymiar ludzkiej istoty, znajduje w kulturze swój pełny wyraz, nadaje treściom funkcjonującym w jej ramach istotne odniesienia humanistyczne. Kultura wyraża prawa do rozwiniętej ludzkiej podmiotowości, a więc prawa leżące u podstaw humanizmu.

Interesująco rysują się analizy kultury jako ekspresji zdolności przyrodzonych człowieka, i to w wymiarze zarówno indywidualnym, jak i ponadindywidualnym. Kultura bierze swój początek w naturalnych ludzkich zadatkach psychofizycznych, stwarza jednostce szanse manifestowania siebie jako istoty twórczej i w twórczości ujawniającej to, co jest dla niej wartością, co stanowi wyróżnik jej człowieczeństwa i co wyraża ją samą.

Jest zrozumiałe, iż kierunki myślenia o kulturze są zarazem kierunkami myślenia o człowieku i o jego potrzebach kulturowych, stanowiących wyznaczniki człowieczeństwa. Pojawia się tu kwestia konstytutywnych treści pojęcia potrzeb „wtórnych” człowieka (jak to określa Jan Szczepański – „potrzeb otoczkowych”), będących podłożem zjawisk kultury, konstytuujących ją, tworzących jej warstwę (stronę) przedmiotowo-aksjologiczną.

Funkcja kultury polega na stwarzaniu bodźców do określonego działania i zachowania, koncentrowaniu ludzkiego wysiłku, na urzeczywistnianiu wartości przydających istocie ludzkiej godności i uroku. W swej funkcji regulatywnej kultura skłania jednostki do podejmowania optymalnych wyzwań w stosunku do ich możliwości, a nawet przekraczających je.

Można, godząc się z tymi ustaleniami – potraktować wartości zawarte w warstwie przedmiotowej kultury jako analogon bodźca. W tym sensie konstytuujące ją wartości pełnią rolę motywów skłaniających jednostkę do realizacji posiadanych predyspozycji psychofizycznych. Ten powinnościowy charakter wartości kulturowych nadaje sens ludzkiej egzystencji, wyrażający się w przystosowaniu jednostki do tego, co być powinno (w jej intencjonalnym ukierunkowaniu ku temu, co upragnione).

Za hermeneutykami powiemy, że dzięki temu ukierunkowaniu człowiek bytuje przez usensowienie. Można tu mówić o etosie kultury, dzielącej instrumentalne wartości „środka” od nadrzędnych wartości „celu”, tworzącej między nimi stosunek podrzędności i nadrzędności, uświadamiającej, iż dane wartości instrumentalne (u M. Schelera – konsekwentne) nie mogą występować bez określonej wartości moralnej – wartości „samoistnej” (*Selbstwerte*).

Nazwanie tego, co w kulturze stanowi o jej wyróżnikach antropologicznych (a nie tylko o jej funkcjach humanistycznych) wymaga respektowania swoistej natury badanej rzeczywistości kulturowej. Konieczne jest stosowanie specyficznej dla humanistyki aparatury pojęciowej, a więc odpowiednich narzędzi poznawczych oraz metod, głównie wartościowania, to jest odniesienia do wartości (*Wertbeziehung* u H. Rickerta). Kultura wymaga zarazem wyjaśniania, opartego na „przeżywającym rozumieniu” (jak u W. Diltheya), czy też czynienia faktów zrozumiałymi poprzez ukazywanie ich zależności od „szerszych, lecz w samej kulturze obecnych regularności” (wedle określenia Ph. Bagby).

Już dotychczasowe analizy, określające antropologiczny kierunek refleksji teoretycznej w interpretacji kultury współczesnej, pozwalają dostrzec funkcję syntetyzującą, organizującą oraz uniwersalizującą doświadczenia cielesności człowieka – istoty biopsychicznej. W tym też sensie kultura jest środkiem pozwalającym – parafrazując sformułowanie Ernsta Cassirera, odnosząc się do historii sztuki – „wejrzeć w naturę ludzką”. Właśnie w jej ramach dokonuje się przewyższenie opozycji między tym, co psychiczne, a tym, co cielesne, którą odznacza się struktura bytowa człowieka.

Namysł nad istotą kultury, metodologią i jej miejscem w dorobku ludzkości uwyraźnia rozległość współczesnych perspektyw badawczych w kontekście antropologii, pozwala wyodrębnić obszar analiz naukowych człowieka w trojakim aspekcie, jako istotę:

- tworzącą wartości kulturowe i rzeczywistość kulturową;
- żyjącą w świecie zobiektywizowanych wartości w rzeczywistości kulturowej; w tym znaczeniu człowiek jest „w kulturze”;
- doświadczającą, afirmującą i internalizującą wartości, wzory i normy tworzące tę rzeczywistość; w tym znaczeniu kultura jest „w człowieku”.

Kultura w aspekcie moralnych zobowiązań

Tu, w tym ujęciu, przyjmijmy określenie kultury w jej aspekcie normatywnym jako zespół norm obowiązujących dla danej wspólnoty ludzkiej i stanowiących swoisty dla tej wspólnoty sposób przekazu.

Koncentrując się na tym normatywnym aspekcie kultury należy przyjąć, iż kultura jest swoistą „konfiguracją” wyznaczonych zachowań, których elementy są podzielone i przekazywane jako normy, modele i wartości przez członków danego społeczeństwa.

Tak odczytana kultura przybiera często charakter wypowiedzi, wkraczających swoimi znaczeniami w analizy typu socjologicznego.

Piotr Rybicki skonstatował, że bez wspólnego zasobu dóbr kulturowych, bez odniesienia do niektórych przynajmniej wartości nie może istnieć żadna grupa społeczna, żadna szersza społeczność. W tym też duchu Stefan Czarnecki – wybitny polski socjolog i historyk kultury, zwrócił uwagę na społeczną ciągłość kultury i na jej zasięg. Zaakcentował, iż kultura jest dobrem zbiorowym i zbiorowych dorobkiem, jest owocem twórczego i przetwórczego wysiłku niezliczonych pokoleń [Rybicki 1948, ss. 16–17].

Prezentację zaczniemy od tekstu artykułu Piotra Kwiatkowskiego pt. *Kultura* – zawartym w nr 7/85 czasopisma „Mówią Wieki”.

Autor artykułu, akcentując, iż kultura stanowi wytwór człowieka, umożliwia ludziom przetrwanie, zaspokojenie potrzeb i rozwój ich zdolności, przytoczył myśl Ralpha Lintona:

„Kultura – pisał Linton – jest konfiguracją wyznaczonych zachowań i ich rezultatów, których elementy składowe, są podzielane i przekazywane przez członków danego społeczeństwa” [Linton 1975].

Opierając się na stwierdzeniu Antoniny Kłoskowskiej – autor Kwiatkowski cytuje „w obręb kultury wchodzi zachowania ludzkie podporządkowane wspólnym społecznym wzorom i modelom” [Kłoskowska 1964].

Z kolei autor przytoczył charakterystykę kultury, którą sformułował Mellville Jean Herskowits – antropolog kulturowy, propagator relatywizmu kulturowego:

1. kultury się uczymy: orientują jednostkę zespoły dyrektyw,
2. wywodzi się ona z biologicznych, psychologicznych i historycznych elementów ludzkiej egzystencji,
3. jest zorganizowana; ogólne zasady postępowania ustalone są przez ich hierarchię,
4. wieloaspektowa; dzięki uporządkowaniu zasad jednostka wie, jak i dlaczego ma tak a nie inaczej postępować,
5. dynamiczna; noszą w sobie szanse rozszerzenia granic ludzkiego bytowania.

I dwie tu uwagi:

1. w kulturze znaleźć można pewne prawidłowości, które pozwalają ją badać metodami naukowymi,
2. kultura jest środkiem przystosowania się ludzi do otoczenia, umożliwia im także twórczą ekspresję.

Uznając kulturę za jeden z klasycznych problemów socjologii ogólnej, Piotr Rybicki skonstatował, że bez wspólnego zasobu dóbr kulturowych, bez wspólnego odniesienia do niektórych przynajmniej wartości, nie może istnieć żadna grupa społeczna, żadna szersza społeczność.

Stanisław Rybicki – autor *Struktury społecznego świata*, tak określił status człowieka istoty – podmiotu kultury:

- człowiek – istota społeczna rodzi się i wyrasta w świecie pełnym znaczeń wartości;
- człowiek jest istotą dążącą do realizacji określonych wartości, a zarazem istotą spełniającą czynności, które mają treść znaczeniową – są *meaningful* (w anglosaskiej terminologii);
- człowiek – istota społeczna „nigdy nie wychodzi” ze świata znaczeń i wartości; jest powiązany z tym światem i pozostaje w ciągłym do niego odniesieniu;
- ludzie ustawicznie ku czemuś dążą; społeczność w nurcie zbiorowego życia zespala dążenie ludzkie ku czemuś; w zbiorowości zintegrowanej dążenia te nie są przypadkowe i bezładne.
- człowiek jest istotą, która posiada „świadomość nieinstrumentalną” (termin Arnolda Schlena); być może ta właśnie świadomość tworzyła w dziejach ludzkości najważniejsze i najbardziej humanistyczne instytucje;
- być może, że ta nieinstrumentalna świadomość (*ideatives Beswusstsein* – termin Gehlena) jest czynnikiem kreującym prawdziwe człowieczeństwo;
- istotną funkcją kultury jest organizowanie życia w całość znaczącą; kultura – najogólniej – to świat znaczeń i wartości [Rybicki 1979].

Stefan Czarnowski akcentował, że kultura jest dobrem zbiorowym i zbiorowym dorobkiem; jest owocem twórczego i przetwórczego wysiłku niezliczonych pokoleń.

Wypowiedź ta stanowi wystarczającą podstawę do uznania za konstytuujące elementy kultury:

- wytwory pracy ludzkiej,
- wzory postępowania i systemy normujące zachowania ludzkie,
- instytucje organizujące ludzkie zachowania, ludzkie postępowania.

Rozpatrywane z tej perspektywy cechy kultury oznaczają, że:

- stanowi ona zobiektywizowany, trwały dorobek określonych społeczeństw,
- rodzaj przekazu doświadczenia minionych pokoleń – przekazu pokoleniom przyszłym,
- może być przekazywana zarówno w przestrzeni, jak też i w czasie.

Zaznaczmy tu, że jeden z uznanych badaczy kultury – Edward B. Tylor – ujął pojęcie kultury i cywilizacji w sposób synonimiczny. Zacytujmy jego wypowiedź: „Kultura, czyli cywilizacja w najszerszym znaczeniu etnograficznym, jest to pojęcie obejmujące wiedzę, wierzenia, sztukę, moralność, prawo, obyczaje i inne zdolności i przyzwyczajenia, zdobyte przez człowieka jako członka społeczeństwa” [Tylor 1896, s. 15]

Dodajmy, że w wielu wypowiedziach E.B. Tylor konstatował, iż przez kulturę rozumieć należy „cały splot materialnych i duchowych czynności człowieka [podkr. – I.B.] jako członka zbiorowości społecznej” [Tylor 1896, s. 20].

Autor *Struktury społecznego świata* Paweł Rybicki uznał „trzy podstawowe zakresy, w których kształtują się założenia kultury i w których kształtują się właściwe poszczególnym kulturom odniesienia do świata i do wartości, które chce się urzeczywistnić w ludzkie życie” [Rybicki 1979, s. 435].

Odnosząc się do pierwszego z wymienionych zakresów – według autora można by go ująć mianem poglądu na świat (stąd funkcja kulturowa wielkich religii).

„Wielkie religie – pisał Rybicki – takie jak braminizm, buddaizm, mahometanizm, nie tylko określają życie religijne objętych nimi wielkich zbiorowości ludzkich [...], lecz kształtują zasadniczy stosunek tych zbiorowości do świata i życia jako tego co istnieje i co jest dane ludziom. Taką funkcję kulturowo-społeczną spełnia chrześcijaństwo.

Drugi zakres – kontynuował autor – w którym kształtują się założenia kultury, obejmuje treści moralne. Każda kultura, zwłaszcza zaś kultura tworząca się i żywa, mieści w sobie pojęcie dobra i zła [...]. Ze stanowiska socjologicznego jest istotne to, że niosą one imperatywy działania, które mają urzeczywistniać to, co jest uznane za dobre, jak również zakazy, czynności, które poczytuje się za złe [...]” [Rybicki 1979, ss. 436–437]. W religii są to normy poparte sankcją właśnie religijną; w prawie poparte sankcjami prawnymi; w obyczajach (normy obyczajowe) poparte uznaniem lub naganą.

Trzecia sfera, w której wyrażają się odniesienia wspólnot kulturowych do świata i życia, łączy się z dążeniem do piękna i realizacją powiązanych z nim wartości. W bardzo wczesnych cywilizacyjnie formach życia takie dążenia przejawiają się w zdobnictwie naczyń, sprzętów, przedmiotów codziennego użytku, w strojach i ozdobach [Rybicki 1979, ss. 436–437].

Dodajmy, że na taką możliwość interpretacji kultury wskazuje Jan Szczepański w *Elementarnych pojęciach socjologii*. Za dziedzictwo kulturowe uznał on tę część kultury, która została przekazana następnym pokoleniom, tę część, która zdała egzamin trwałości w czasie.

Kultura w świetle ukazanej jej sfery – podkreślmy – przedstawia rozległą sferę aktywności ludzkiej; wyraża się zarówno w czynnościach, jak i w wy-

tworach. Uwzględniając w człowieku współistnienie i współzależność różnego rodzaju czynności, kultura umożliwia ludziom przetrwanie, zaspokojenie potrzeb i rozwój ich zdolności.

Ostatnio – zdaniem Bogdana Suchodolskiego – co potwierdza Wielka Encyklopedia Powszechna t. VI – proponuje się rozróżniać w kulturze:

- sposoby przekazywania: język, pismo, symbole, wychowanie;
- opanowanie przyrody i technika, gospodarka, służba zdrowia;
- społeczną organizację: władza, prawo, obyczaje, moralność;
- orientację podmiotową: religia, metafizyka, światopogląd, ideologie;
- twórczą ekspresję: sztuka, literatura;
- działalność intelektualną: poznanie, nauki.

Do głównego nurtu wypowiedzi odnoszących się do zachodnich myślicieli koncentrujących swoje rozważania na istocie kultury zaliczyć należy Ernsta Cassirera, autora *Eseju o człowieku. Wstępu do filozofii kultury*.

Zdobyczą człowieka staje się obok zasad biologicznych (kręgu funkcjonalnego u Johannaesa von Uexküll'a) system symboliczny sprawiający, iż w porównaniu do innych zwierząt człowiek żyje nie tylko w rozleglejszej rzeczywistości, żyje jakby w nowym wymiarze rzeczywistości – jak pisał Cassirer.

Równoległe [...] z językiem pojęciowym – pisał autor – istnieje język emocjonalny, równoległe zaś z językiem logicznym czy naukowym istnieje język wyobraźni poetyckiej [...]

Umysł ludzki odpowiada za nieograniczoną wielość poszczególnych i zmiennej wydarzeń definiowaniem, inwentaryzacją, układaniem spisów, sprawadzaniem do jednej kategorii i szufladkowaniem [...] [Cassirer 1977, s. 80].

Cechą charakterystyczną człowieka, jego znakiem rozpoznawczym nie jest jego metafizyczna czy fizyczna natura – lecz jego praca. To właśnie praca, to właśnie system ludzkich działań określa i determinuje zakres pojęcia «człowieczeństwa».

Tak ujęty tu podtytuł kultury jako struktury rządzącej aktywności gospodarczą wiąże się ze sformułowaniami i poglądami Charlesa Hampdena Turnera i Alfonsa Trompenaarsa, autorów *Siedmiu kultur kapitalizmu* [1998], a odniesiony jest głównie do aspektów ekonomii.

W tym rozumieniu kultury, jej wartości i jej funkcji rozróżnić się daje kilka płaszczyzn rozumienia obejmującego zderzenia odmiennych paradygmatów w jej ujęciu; konflikty wartości i kierunki psychologii = behawioryzmu jako „rodzimego produktu psychologii amerykańskiej” (B.T. Skinner).

Autorzy *Siedmiu kultur kapitalizmu* – Hampden-Turner oraz Trompenaars – rozpatrują kulturę i jej przejawy w sposób dualistyczny, w szerokim ujęciu tego sposobu. W tym ujęciu kultura i jej właściwości rozpatrywana jest w siedmiu przeciwstawnych sobie sferach uniwersalizmu i partykularyzmu;

analizy i syntezy; indywidualizmu i kolektywizmu; wewnątrzsterowności i zewnątrzsterowności; następstwa i synchronizacji; osiągnięcia (stanowiska) i otrzymywania (stanowiska); równości i hierarchii.

Zarysujemy to główne elementy wyodrębniających się sfer. Uniwersalizm oparty jest na kodeksach i regułach nieuwzględniających żadnego wyjątku. Partykularyzm uwzględnia i dopuszcza występowanie przypadku, zalecając rozważenie go w całej jego wyjątkowości.

W formule analizy preferowana jest wartość działań „rozkładowa zjawisk na części”; na określone pojedyncze zadania w oparciu o liczby.

Synteza dopuszcza i wymaga, by łączyć elementy działań, tworząc z nich szersze konteksty; w szczególności rozpatrywać w sposób nieantagonistyczny zysk i partnerstwo.

Indywidualizm jest formułą najogólniej pojętą w oparciu o zasadę „pogrania na sobie”; skupienia się na rozwoju każdej jednostki jej „bogacenia się” w poglądach.

Kolektywizm aprobuje stanowisko człowieka, który „nikomu niczego nie zawdzięcza” w myśl reguły „self-made-man”.

Wewnątrzsterowność, jako zasada, szczególnie ceni w wytyczaniu kierunków działań oparcia o nasze wewnętrzne cechy, decyzje, impulsy – płynące z „wnętrza”. Stąd w jej formule aktywności okazuje się szacunek, na jaki jednostka „sobie zasłużyła”. Wedle idei zewnątrzsterowności nie uznaje się reguły, że logika klientów jest tożsama z logiką „twórcy produktu”. Ale też wedle tej idei-zasady cenić należy sygnały, wymagania, trendy świata zewnętrznego; świata, do którego musimy się dostosować.

W sferze następstwa ceni się pewnego rodzaju „pośpiech” (określenie Ameryka „krajem pośpiechu”); ważne jest zaplanowane szybkich działań w możliwie jak najkrótszym czasie.

Z kolei w sferze synchronizacji ceni się właśnie synchronizacja wysiłków w działaniach skoordynowanych. W tym mówi się – ocenia się menadżerów jako „synchronicznych” – przeciwnych menadżerom „sekwencyjnym”.

Swoistą sferą kultury jako struktury zasad, wartości, praktyki jako formuła „osiągania stanowiska”; waloryzuje się tu pozycję pracownika, który pozycję tę osiągnął sam – swoim wysiłkiem. Ceni się zatem wysiłek, jaki pracownik włożył w osiągnięcie pozycji w pracy. Mówi się tu o zasadzie „zależność pozycji od osiągnięć”.

Otrzymywanie stanowiska uzależnione jest w tym kontekście rozważań – od wieku, wykształcenia, zdolności; ale też i od pochodzenia, koneksji rodzinnych („znakomita rodzina”). W szerokim ujęciu obyczajowo-historycznym zasada otrzymywania stanowiska wiąże się z praktyką u Japończyków ceniących więzi duchowe jako moralne spoiwo społeczeństwa.

Sfera równości obejmuje traktowanie pracowników jako „równych”; a reakcje wobec nich wyznaczają formy nakazów. Sfera ta, jako kierunek obejmujący zawody, odznacza się relacjami bezosobowymi, utylitarnymi „zimnymi” (o charakterystyce zbiorowości dałby się zastosować termin z języka niemieckiego *Gesselsheft* – I.B.).

Z kolei sfera hierarchii; akcentuje się tu pozycje autorytetu, a zarazem charakter rodzinny i uczuciowy zbiorowości. Mówi się tu o stylu hierarchii w Singapurze i Japonii (w terminie języka niemieckiego relacje w zbiorowości dałyby się określić terminem *Gemeinschaft* – I.B.)

W literaturze – definicja kultury firmy wskazuje na możliwości wąskiego, specjalistycznego interpretowania, co – na gruncie danych firm – stanowi wystarczającą podstawę jej rozumienia we właściwym rozszerzonym pojęciu.

W istocie uproszczone pojęcie, uznawane jako kultura firmy, jest swoistym przeorientowaniem pojęcia kultury. Tak uproszczone pojęcie kultury firmy przybiera najczęściej postać wypowiedzi zawartej w książce Toma Lamberta: *Problemy zarządzania*. Tak uproszczona konotacja kultury w książce tej brzmi:

„Najlepsza o najzwięźlejsza definicja kultury jest bardzo prosta: jest to sposób działania firmy” [Lambert 1999, s. 294.]

Autor, chyba świadom uznania tak określonego pojęcia kultury, dodał: „To nieskomplikowane ujęcie pozbawia zagadnienie kultury posmaku mistyki [? – I.B.], który niekiedy zniechęca menadżerów-praktyków do zajęcia się nimi”.

Jeśli można zrozumieć dążenie autora do pozbawienia pojęcia kultury „posmaku mistyki” wyzwalające w odbiorcy i uczestniku kultury różnych jego dyspozycji, w tym dyspozycji „mistyka”, to trudniej zrozumieć dążenie autora do spłycenia pełnego pojęcia kultury, które to pojęcie traktowane jest w tym kontekście kultury firmy jako „nieprzydatne” do należytego funkcjonowania przedsiębiorstwa.

Właśnie tak należy rozpatrywać w tej perspektywie „nieprzydatność” pełnego rozumienia kultury. Wszak – jak określił to autor – tu w skrócie – działanie firmy jako „działanie zapewniające stale optymalne wykorzystanie możliwości stworzonych przez rynek, jeśli zaspokaja aspiracje personelu kierowniczego; jeśli „akcjonariusze dostają to, czego oczekują, mamy taką kulturę, jakiej nam trzeba – na dzisiaj”.

Wnioskiem wywodów autora jest konstatacja: „kultury, podobnie jak planu marketingowego nie da się w nieskończoność utrzymywać w niezmienionej postaci”.

I dalej:

„Dopiero kiedy jesteśmy przekonani, że wprowadzenie nowej kultury przyczyni się do realizacji planu działalności, zapłaci i za siebie w rozsądnym

czasie, a zmianę będzie można zakomunikować wszystkim, od których zależy jej wprowadzenie [...] [Lambert 1999, s. 294].

Tom Lambert swoje przemyślenia o kulturze, tu określonej jako marketingowa, oparł o tekst Dawida Drennana – autora *Transforming Company Culture*. Tekst poniżej określa wybrane sformułowania zebrane przez Drennana jako czynniki kształtujące kulturę przedsiębiorstwa:

1. Większość firm rozpoczyna swe istnienie jako przedsiębiorstwa energicznie kierowane przez bardziej lub mniej charyzmatyczną jednostkę. [...] Dzięki mechanizmowi mitu byli liderzy pozostają wzorcami osobowymi, a ich cienie mogą podtrzymywać raz określoną kulturę [...].
2. Nie bez określonych kosztów, jakie firma General Motors poniosła, autor Drennan stwierdza konieczność wzmocnienia zarządzeń finansowych [...].
3. „Poważna zmiana technologii, produktów i usług może mieć niszczyielskie skutki dla całej branży. Niemal z dnia na dzień firma może przejść od działalności pracochłonnej [...] do zaawansowanej technologicznie [...]”.
4. „Wpływ dominujących klientów może być potężnym czynnikiem określającym kulturę firmy [...]” Bywa jednak tak, że „aktualny główny klient tak silnie i wyraźnie ukształtował [działania firmy – I.B.], iż w praktyce uniemożliwił dywersyfikację w kierunku nowych rynków”.
5. „Bez względu na zamierzenia kierownictwa, czynnikiem kształtującym sposób pracy na poszczególnych stanowiskach jest wprowadzenie nowych systemów informacji oraz kontroli”.
6. W odniesieniu do międzynarodowego konglomeratu firm można twierdzić, że występuje w nim raczej mnogość kultur lokalnych niż jedna kultura firmy”.
7. „Wiele firm oficjalnie utrzymujących, że są innowacyjne w rzeczywistości rządzi się regułami narzucanymi przez menadżerów, którzy z zasady mówią «nie»”.
8. Nie ma wątpliwości, że strukturalny i organizacyjny kształt firmy jest pomyślany w tym właśnie celu, by zapewnić ramy dla jej sposobu działania”.
9. „Dla kultury firmy niezwykle ważne jest to, w jakim stopniu wszyscy menadżerowie i pracownicy rozumieją cele, wartości i przekonania organizacji oraz je dzielą”.

I tu w formie konkluzji sformułowanej przez Toma Lamberta, a poprzedzającej szczegółowe „czynniki” określone przez Drennana, przytoczmy w skrócie w formie swoistego credo.

„Jeśli sposób działania firmy zapewnia stałe optymalne wykorzystanie możliwości stwarzanych przez rynek, zaspokaja aspiracje personelu i zespołu kierowniczego, powoduje, że firma jest postrzegana przez lokalną społeczność jako dobry sąsiad, a akcjonariusze dostają to, czego oczekują, mamy

taką kulturę, jakiej nam trzeba na dzisiaj. Jeśli któraś z potrzeb czy aspiracji ulegnie zmianie, trzeba będzie być może zmienić kulturę, by nadal ją zaspokajać” [Lambert 1999, 294].

Formuła kultury w opcji marketingowej – przypomnijmy – jako kultura powiązana ze strategią firmy, jej strukturami i systemami daje się odczytać w sposób skonwencjonalizowany jako synonim uwikłania człowieka a zwłaszcza kapitału, zysku materialnego deprecjonującego w konsekwencji jego wartości podmiotowo-osobowych, deformującego jako „towar”.

W tym sensie kultura marketingowa staje się zdolna do przeorientowania człowieka i zawłaszczenia nim w imię „wszechwładnej ewangelii sprzedaży (Erich Fromm). Przeobrażając stosunki gospodarcze w formę rynku zdominowanego materialnym sukcesem pozbawia ponadto normalnego uczestnictwa w życiu grupowym.

W działaniu tak „okrojonego” człowieka w kulturze opcji marketingowej – zaznaczmy za Stanisławem Ossowskim – złożoność motywacji w zdobywaniu kapitału. Idzie tu o dwojakie zasady jego działania związanego z funkcjami kapitału: czy mianowicie „kapitał” stanowi znaczący element intencji w działaniu człowieka; intencji zdającej się wyrazić w określeniu „żeby”; czy też w działaniu dającego się wyrazić w określeniu motywu tego działania określonego słowem „ponieważ”. Obie opcje w ocenie działania człowieka nie powinny być obojętne w usiłowaniu rozumienia ludzkiego zachowania” [Ossowski 1983, s. 120].

Michael Armstrong w *Zarządzaniu zasobami ludzkimi szczegółowo* określił znaczenie i rolę kultury przedsiębiorstwa, jej znaczenie dla zespołu pracowniczego; jej różnorodność i jej implikacje.

W tak rozległym ujęciu kultury, firmy ograniczyły się tu do określonych akapitów rozdziału poświęconego kreowaniu kultury firmy.

Celami tego kreowania są:

- wypracowanie zasad pomocnych w strategii i założeniach firmy,
- stworzenie i utrzymanie pozytywnej atmosfery,
- wzmacnianie misji przedsiębiorstwa.

„Kultura – pisał Armstrong – stanowi nieodzowny składnik procesu, którego celem jest realizacja misji i strategii firmy [...] [Armstrong 1996, s. 92 i nast.].

Kulturę można opisać jako zespół wartości, norm i wytworów [...]. Jako taka jest ona wzajemnie powiązana ze strategią firmy, jej strukturami i systemami” [podkr. – I.B.]

„Kultura w oczywisty sposób kształtuje wizerunek przedsiębiorstwa [...]”. Nie istnieje coś takiego jak kultura idealna, istnieje tylko kultura «odpowiednia» bądź nieodpowiednia.

Kultura i jej odniesienie do jakości życia osobistego i społecznego

Dla autora *Piątej dyscypliny*, Petera M. Senge, istotnym elementem i funkcją kultury jest mistrzostwo osobiste.

Autor powołał się na wypowiedź Roberta Fritza, który wskazuje, że potrzeba tworzenia określonych rzeczy nie jest obwarowana ani wierzeniami ani narodowością czy też poziomem i jakością wykształcenia. W każdy człowieku tkwi określony potencjał i chęć do tworzenia rzeczy od spraw codziennego egzystencjonalizmu do rzeczy wzniosłych. Senge akcentował, że praktykowanie zasad i cnót z poziomu sacrum (wyższych) zarówno w życiu osobistym każdego człowieka jak i w wymiarze zawodowym nie wykluczają się – w przeciwieństwie uzupełniają się i wzbogacą [Senge 2014].

Określając – w sposób redukcjonistyczny – kulturę, wydaje się, że na takim jej sprowadzaniu do wartości marketingowych zaciążyła zbyt radykalna jej alternatywa, wykraczająca poza jej znaczenie.

Spróbujmy tu podzielić się kilkoma refleksjami:

Krzysztof Szymborski, odwołując się do badacza Wiliama Hamiltona, zadał stawiane przez tego badacza pytania:

„Jakie korzyści dla jednostki wynikają z przynależności do grupy i jaka jest jej cena?”

I dalej – stwierdził Hamilton:

„Pogląd, że na ewolucję ludzkiej inteligencji wpływ miało rozwiązywanie konfliktów – a także pomiędzy jednostkami lub koalicjami należącymi do tej samej grupy – zwany jest popularnie koncepcją «inteligencji makiawelicznej»” [Szymborski 2011].

Według Richarda Byrne i Andrew Whitena ze szkockiego University of St. Andrew w pracy *Machiavellian Intelligence* (1988): “rozważając ewolucyjne pochodzenie ludzkiej inteligencji, nie można oprzeć się na podejrzeniu, że na jej rozwój, ogromny wpływ miała potrzeba społecznej manipulacji, stosowanie podstępów i oszustwa, a także usiłowanie zdemaskowania uciekających do nich osobników oraz oparta na wyrachowaniu kooperacja.

Używając tu – w tej charakterystyce *społecznej manipulacji* nie mogę oprzeć się trafnemu określeniu udziału Machiavellego jako jego *chichotu*. I tak więc koncepcja makiawelicznej inteligencji wpisuje się dobrze w kognitywistyczny model ludzkiej osobowości, lecz ten – jak od dawna uświadamiać sobie zaczęli liczni badacze – nie oddaje całej złożoności ludzkiej kondycji i natury. Dodajmy, że do mózgu ludzkiego jako niezwykle sprawnego

instrumentu, nie dociera jednak do jego świadomości większość toczących się procesów myślowych” [Szyborski 2011, s. 157, 159, 164].

Określając w tytule pracy kategorię kultury, wskazywaliśmy tu też orientację – odniesienie do problematyki ekonomicznej.

Wskazując na możliwość interpretowania kultury w tym jej odniesieniu, określmy kilka uwag dla tak scharakteryzowanej jej orientacji – odniesienia.

Odwołajmy się tu do znaczącej uwagi Adama Smitha o tych „doktrynerach”, którym wydaje się, że można niejako ustawiać członków społeczeństwa z taką „łatwością”, jak ręka ustawia różne pionki na szachownicach”. Ów doktryner – spostrzegł Smith – nie bierze pod uwagę, że pionki szachownicy stosują się jedynie do czynnika poruszającego [...], natomiast na wielkiej szachownicy społeczeństwa ludzkiego każdy pojedynczy pionek posiada własny czynnik poruszający [Smith 1989, ss. 348–349].

Gdy chodzi nam tu o wskazanie właściwości identyfikacyjnej kultury, o wskazanie źródeł i metody identyfikowania systemu kulturowego, idzie o to, aby kultura, a więc umiejętności i sprawności jednostek stała się uczestnikiem życia zbiorowości ludzkiej i w konsekwencji nie mogłaby być oderwana od materialnych sfer życia; ściślej – dla człowieka gospodarującego w motyvacji zdobywania „kapitału”.

1. „Kultura, pisał Ricky W. Griffin – jest pojęciem amorficznym, wymykającym się obiektywem pomiarowi czy obserwacji. Niemniej jednak odgrywa ona ważną rolę w kształtowaniu zachowania” [Griffin 2009, s. 179, 193].
2. „Wielokulturowość” w organizacjach.
3. „Ze względu na ogromne możliwości zwiększenia przewagi konkurencyjnej, jakie może stwarzać różnorodność i wielokulturowość, a również na ewentualne następstwa towarzyszącemu temu konfliktu, w ostatnich latach wiele uwagi koncentruje się na sposobach lepszego zarządzania różnorodnością i wielokulturowością przez jednostki i organizacje”.
4. Za zarządzanie różnorodnością i wielokulturowością w organizacjach mogą ponosić odpowiedzialność zarówno jednostki w obrębie organizacji, jak i same organizacje. [...] Do głównych podejść organizacyjnych zaliczam środki polityki, przyjęte praktyki organizacyjne, szkolenie w zakresie różnorodności i kulturę organizacji.
5. Menadżerowie muszą docenić to, że różnorodnością i wielokulturowością można zarządzać. Powinni np. zrozumieć takie indywidualne strategie, jak zrozumienie, empatia, tolerancja i gotowość do komunikowania się, które mogą pomóc w popieraniu różnorodności [Griffin 2005, s. 179, 193].

Nie rozpatrując tu w sposób analityczny wypowiedzi Tylora o człowieku jednostce jako człowieku zbiorowości społecznej, piszący (omawiając prace N.A. Christakis i J.H. Fowlera, opublikowane w „Zeszytach Naukowych”)

pragnie poczynić pewne uwagi, rozpatrując kategorie kultury jako formy internalizacji norm współtworzonych przez uznawanych członków wspólnoty i w ramach kultury – normy te uznawane za obowiązujące.

Rodzi się pytanie, w jakim stopniu grupy skłonne do tak zwanych zachowań prospołecznych rozszerzają swoją „sieć”; nawet przyjąć „drugie ty” skłonne są do kształtowania w ramach kultury określonych postaw. Czy „bycie w sieci” sprawia „postrzeganie siebie jako części nadorganizmu, czy w przypadku odrębnym od zachowań prospołecznych traci się jako „osoba” związek ze „swoją” kulturą.

Zacytujmy autorów *W sieci*:

„Proponowana przez ekonomistów nazbyt uproszczona koncepcja osoby jako jednostki [...] mogłaby ewentualnie mieć zastosowanie w wypadku osobników żyjących w całkowitej izolacji i pozbawionych interakcji społecznych, czyli w sytuacji spotykanej tylko na najbardziej odległych krańcach świata, która nigdy nie charakteryzowała w pełni kondycji człowieka” [Christakis, Fowler 2011, s. 220].

„Pochwyceni w sieci społeczne, w których znajdujemy się pod wpływem powiązanych z nami osób, nieodzwrotnie tracimy jakąś część swojej indywidualności. Takie rozumienie zachowań grupowych [...] sprawia, że jednostki tracą nieco na znaczeniu”.

[...] Jednak największą zaletą tej świadomości [tj. pewnej utraty samoświadomości – I.B.] będzie zwyczajna radość z odkrywania samych siebie i uprzytomnienia sobie prawdy, że aby poznać siebie, trzeba najpierw zrozumieć, w jaki sposób – i dlaczego – jesteśmy wszyscy ze sobą połączeni” [Christakis, Fowler 2011, s. 291, 292].

Świadomość – dodana za Józefem Tischnerem – połączeni ze wszystkimi nie oznacza, że człowiek jest „rozszczepiony”, jest inny dla «świata», inny «w sobie». Zachowuje swą aktualność i głęboki sens postulatu – wezwanie «bądź sobą», «bądź tym, kim jesteś». Bądźmy wierni «wezwaniu do autentyczności» [Tischner 1984, ss. 102–103].

Dla Petera M. Senge wartość bezwzględna ma wizja i „tylko świadomość celów istnienia może prowadzić do nowej wizji”. „To właśnie – pisał Senge – dlatego mistrzostwo osobiste musi być jedną z dyscyplin [tj. dyscyplina organizacji uczących się – I.B.]. Jest to proces ciągłego koncentrowania się, przewartościowania i ponownego koncentrowania się na tym, czego naprawdę się pragnie, na osobistych wizjach przyszłości” [Senge 2014, s. 154].

Bardzo, w tym kontekście kultury jako wyznacznika potrzeby tworzenia, znamienne są przytoczone przez Senge wypowiedzi Kazuo Inamori; posłużymy się jedną z nich jako zakończeniem przedłożonego tekstu:

„Jeżeli pracownicy nie mają własnej wewnętrznej motywacji do osiągnięcia celów związanych ze wzrostem i rozwojem techniki w korporacji [...], wówczas nie ma wzrostu, nie wzrasta wydajność i nie następuje rozwój techniki w korporacji” [Senge, s.145].

Kultura, wraz ze swoistymi kodami znaczeniowymi, tworzy system znaków zrozumiałych dla danej grupy – pokoleń, będącej jej dorobkiem [Filipiak 2000, s. 9].

Kultura i jej „modele” w perspektywie zorganizowanych ludzkich działań

W dorobku naukowym, w wykładach, monografiach spotyka się wiele odniesień i synonimów kultury „modelowej”; wiele też jej wyróżnień opisowych, jak np. scenariusz organizacyjny, kulturowa polityka organizacji, filozofia misji formy.

Wśród tych określeń preferowane są określenia kultury jako całość założeń służących do integracji wewnętrznej pomocniczej w działaniach zespołowych firm.

Szczególną uwagę pojęć, wartości i norm postrzeganych w procesie rozwoju firmy stanowią określone wskazówki i dane, jak prowadzić interesy, jak powinni zachowywać się pracownicy i jak powinni być traktowani [Masłyk-Musiał 2000, s. 42].

Na oddzielne potraktowanie – w ramach kultury zarządzania – zasługuje ujęcie kulturowych modeli zachowań w biznesie.

Wyróżnia się tu:

- kultury protransakcyjne kontra kultury pro partnerskie [Gestetand 2000, s. 19];
- kultury miceremionalne a kultury ceremonialne [Gestetand 2000, s. 49];
- kultury monochromiczne – kultury umiarkowanie monochromiczne a kultury polichromiczne [Gestetand 2000, s. 59];
- kultury bardzo ekspresyjne – kultury o zróżnicowanej ekspresywności – kultury powściągliwe [Gestetand 2000, s. 70].

Przypisem – komentarz do materiału kultury zarządzania w Gazecie Wyborczej „10-11 listopada 2012” Alicja i Piotr Pacewin przeprowadzili poznawczo merytorycznie i metodycznie wartościowy wywiad ze *Srikumar Rao*, dotyczącą m.in. modelu życia, w którym „konsumpcja jest znakiem «szczęścia»”.

Zaznaczmy tu, iż *Srikumar Rao* był profesorem na kilku nowojorskich uniwersytetach. Sławę przyniósł mu kurs Creativity and Personal Mastery, który od 1994 r. prowadzi na najlepszych uczelniach finansowych świata.

Mając na uwadze wciąż rosnący wpływ kultury organizacyjnej na sukces rynkowy, w Howard Business School przeprowadzono badania wśród 200 przedsiębiorstw, wskazując m.in. na znaczenie kultury organizacyjnej i rosnący czynnik sukcesu – ale także w określonych warunkach porażkę [Piotrowski, Świątkowski 2000, s. 25].

Bibliografia

- Armstrong A. (1996), *Zarządzanie zasobami ludzkimi. Strategia i działanie*, Profesjonalna Szkoła Biznesu, Kraków
- Cassirer E. (1971), *Esej o człowieku. Wstęp do filozofii kultury*, Warszawa.
- Cassirer E. (1977), *Esej o człowieku, czyli wstęp do filozofii kultury*, Czytelnik, Warszawa 1977
- Christakis N.A., Fowler J.H. (2011), *W sieci*, Smak Słowa, Sopot.
- Darowski R. (1995), *Filozofia człowieka. Zarys problematyki*, Kraków.
- Filipiak M. (2000), *Socjologia kultury*, Lublin.
- Gestetand R.R. (2000), *Różnica kulturowa a zachowanie w biznesie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Griffin R.W. (2009), *Podstawy zarządzania organizacjami*, PWN, Warszawa
- Kłokowska A. (1981), *Socjologia kultury*, PWN, Warszawa.
- Kłokowska A. (1983), *Socjologia kultury*, PWN, Warszawa
- Kłokowska A., (1964), *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, PWN, Warszawa
- Kmita J. (1985), *Kultura i poznanie*, Warszawa.
- Lambert T. (1998), *Problemy zarządzania*, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa
- Linton R. (1975), *Kulturowe podstawy osobowości*, PWN, Warszawa
- Lorentz K. (1996), *Tak zwane zło*, Wyd. PIW, Warszawa.
- Lorenz K. (1977) *Odwrotna strona zwierciadła. Próba historii naturalnej ludzkiego poznania*, przeł. K. Wolicki, Warszawa 1977
- Lorenz K. (1983a), *Zivilisationspathologie und Kulturfreiheit* [w:] K. Lorenz, „*Das Wirkungsgefüge der Natur und das Schicksal des Menschen*”. Gesammelte Arbeiten. Herausgegeben und eingeleitet von Irenäus Eibl-Eibesfeldt. Mit 23 Abbildungen, Piper & Co Verlag, München-Zürich.
- Lorenz K. (1983b), *Evolution des Verhaltens* [w:] K. Lorenz, *Das Wirkungsgefüge der Natur und das Schicksal des Menschen. Gesammelte Arbeiten. Herausgegeben und eingeleitet von Irenäus Eibl-Eibesfeldt Mit 23 Abbildungen*, Piper & Co Verlag, München-Zürich,
- Masłyk-Musiał E. (2000), *Ludzie w świecie biznesu*, Wyższa Szkoła Menedżerska, Warszawa.
- Nowa encyklopedia powszechna PWN* (2004), T. 6, PWN.
- Nowicka E. (1991), *Świat człowieka a świat kultury*, Warszawa.
- Ossowski S. (1983), *O osobliwościach nauk społecznych*, PWN, Warszawa

- Piotrowski K., Świątkowski M. (2000), *Kierowanie zespołami ludzi*, Bellona.
- Rybicki P. (1979), *Struktura społecznego świata. Studia z teorii społecznej*, PWN, Warszawa.
- Senge P. (2014), *Piąta dyscyplina*, Wolter Kluwers, Warszawa.
- Smith A. (1998), *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*, PWN, Warszawa.
- Szyborski K. (2011), *Polityczne zwierzę*, Polityka.
- Tischner J. (1984), *Etyka wartości i nadziei*, Spectrum.
- Tylor E. B. (1989), *Cywilizacja pierwotna. Badania rozwoju mitologii, filozofii, wiary, mowy, sztuki i zwyczajów*, drukarnia F. Csernaka, Warszawa
- Van der Poel C.J. (1987), *W poszukiwaniu wartości ludzkich*, przełożył T. Zembrowski, Warszawa.
- Zbiegień-Maciąg L. (1999), *Kultura w organizacji – Identyfikacja kultur znanych firm*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Znaniecki F. (1998), *Wstęp do socjologii*, PWN, Warszawa.

Julita Woźniak *julitawozniak@op.pl*

University of Łódź

Paulina Królikowska *paula.krolikowska@gmail.com*

University of Łódź

Discourses and Culture: The Perspective of Critical Discourse Analysis on Gender-Related Issues

Abstract:

The primary objective of this article is to illustrate how the theoretical framework of Critical Discourse Analysis contributes to the broad range of research on culture. As a concise theoretical overview of the current research on various aspects of discrimination of women carried out within CDA, the article presents how CDA combined with the feminist thought (i.e. Feminist CDA) enables to analyse gender-related topics within the broad domain of culture and – by these means – the cultural codes that are there. The authors present CDA as a set of theories and methods to examine the dialectics between different discourses and societies, focusing on the ways in which discourse reflects, represents and reconstructs attitudes towards a particular social group. In this vain the article proves the usefulness of CDA in the analyses of those discursive manifestations of power and ideology that sustain unequal social orders and influence the position of women in contemporary societies. Following the assumption that language is not only a tool of communication, but also a tool for creating institutionalized power asymmetries between men and women, the authors present the key principles of feminist discourse praxis and stress the need for practical application of the results of studies conducted within Feminist CDA.

Key words:

culture, discourse, gender, CDA, Feminist CDA, feminist linguistics.

1. CDA as a methodological framework

As a specific approach to the research on social phenomena, Critical Discourse Analysis has expanded enormously in the recent years. It is broadly applied by scholars representing as diverse disciplines and fields as linguistics, politics, sociology, ethnography or media studies, among others. Nevertheless, before referring to the theoretical outline of CDA together with its implications for gender-oriented research, the notion of discourse requires some comment. The word ‘discourse’ derives from the Latin verb *discurrere* meaning ‘going back and forth’ and this fact seems to be one of only few that discourse analysts indisputably agree on.

The term itself (together with ‘discourse analysis’) established its significant position in social studies in 1970 when Michel Foucault’s used it in his famous lecture on ‘orders of discourse’. Presenting twenty-three meanings of discourse, Foucault signaled the complexity of this notion and anticipated problems with creating its ultimate definition. In this seminal lecture Foucault formulated numerous key axioms concerning contexts of discursive events, which he defined as *énoncés* [Reisigl 2004 in Wodak 2011]. All credits go to Foucault also for describing what definitely is *not* a discourse. As he argued, discourse cannot be precisely defined with the particular notion apparatus, moreover – it cannot be perceived as an object. Instead, what defines discourse is the group of relations appearing between discursive events. These reservations paved the way for the functional approach that, in turn, made it possible to point to both static and dynamic relations between discursive events, together with analyzing reasons and consequences of social changes [Lemke 1999, Wodak and Wright 2006].

A true milestone in the process of negotiating the definition of discourse was the research of Teun A. van Dijk [1990] who differentiated discourse analysis from text linguistics and defined discourse as ‘text in the context’. However, the context itself became then one of the most complex and difficult to define notions in discourse studies, which made the definition of discourse even more difficult to formulate. Hence, although the notion of discourse has been widely used in numerous studies on language and society, its universal definition still waits to be worked out. Nevertheless, several researchers have made attempts at clarifying and limiting the range of its meaning, with Ruth Wodak among them, who stated that:

(...) discourse means anything, from a historical monument, a *lieu de mémoire*, a policy, apolitical strategy, narratives in a restricted or broad sense of the term, text, talk, a speech, topic-re-

lated conversations, to language per se. We find notions such as racist discourse, gendered discourse, discourses on un/employment, media discourse, populist discourse, discourses of the past, and many more – thus stretching the meaning of *discourse* from a genre to a register or style, from a building to a political programme [Wodak and Meyer 2009, p. 3].

Beyond any doubt, all definitions of discourse emphasize the crucial aspect of context that can be perceived as ‘environments’ (cognitive, social, political, cultural or historical) explaining a given discourse [van Dijk 2008, p. 216], but they derive no tools to precisely describe limits of these environments. Consequently, ‘context’ usually refers only to arbitrarily chosen relevant aspects of the particular environment. That is why the notion of discourse always needs to be clarified for the demands of particular research and specific theoretical approach.

Critical Discourse Analysis is perceived as a specific theoretical framework which is a critically-oriented type of a discourse analysis. It does not apply to any single, unitary theory or methodology, as it has evolved from different theoretical backgrounds elaborated for various types of data. Nevertheless, discourse analysts agree that, by definition, CDA deals with examining a conversation or a text in the frames of outlined social contexts, especially in reference to relations of power, domination and social inequality [Fairclough 1995, Wodak and Meyer 2009, Wodak and Chilton 2005]. Therefore, CDA should not be understood as one scientific field applying a strictly defined and complete list of theories or methods, but as an approach constitutively oriented towards interdisciplinary dialogue and collaboration with various branches of social studies.

Summing up, CDA may be perceived as the group of various critical approaches to the complex relations between language (discourse) and other aspects of social processes. According to van Dijk [2007] “(...) the core of discourse studies as scientific discipline is systematically realized analysis of different structures and strategies used on different levels of texts and speeches” [p. 14, cit. in Wodak 2011, p. 13]. That is why every CDA contains an element of detailed analysis of the text (the term ‘text’ is used here in the broadest meaning possible and covers any spoken interactions, ‘multimodal’ texts on TV and on the Internet that mix language and visual codes, as well as all kinds of written and published texts).

This increasingly interdisciplinary facet of CDA resulted in the discussion on replacing the term ‘Critical Discourse Analysis’ with the broader one, i.e. ‘Critical Discourse Studies’ [Fairclough, Grahan, Lemke and Wodak 2004]; however, the term CDA is still widely used in the academia.

2. CDA as a tool to expose unfair social practices

The language as means of communication has been a constitutive factor for human communities, which is why any analysis of social changes would be incomplete without discourse analysis. As Farclough and Wodak [1997] point out, the most significant feature of CDA is the explicit awareness of perceiving language as a social practice:

CDA sees discourse – language use in speech and writing – as a form of ‘social practice’. Describing discourse as social practice implies a dialectal relationship between a particular discursive event and the situation(s), institution(s) and social structure(s), which frame it. The discursive event is shaped by them, but it also shapes them. That is, discourse is socially constitutive as well as socially conditioned (...) [p. 258].

CDA as a tool for analyzing relations between discursive and non-discursive elements of social processes aims at revealing the role of language in establishing and maintaining unfair social patterns of power and ideology, along with those discursive practices that dehumanize, subdue and/or marginalize particular social groups. When it comes to the linguistic realizations of power exerted by dominant groups, it may be visible in laws, rules or habits that they establish and obey. In consequence, norms that are supposed to be the guarantee of a peaceful social co-existence, create such a form of social relations that Gramsci defined as ‘hegemony’ [1971], citing as an example class domination, sexism and racism. What is crucial, such unequal social relations are often deeply grounded in everyday practices and do not undergo any critical reflection, which means that they are unconsciously strengthened in the course of time.

As CDA operates at the intersection of language and social structures, a subject of scientific study for CDA must be a social issue/a social problem. This way, some of the most frequently analysed topics within this framework are connected with migration, social position of women and minority groups in contemporary multicultural societies, degradation of the natural environment, unemployment, and consequences of free market economy entering the sphere of education and public healthcare. Blommaert and Bulcaen [2000] described the range of CDA’s scientific interests pointing to following ”applied and applicable topics and social domains: 1) Political

discourse; 2) Ideology; 3) Racism (together with immigration); 4) Economic discourse; 5) Advertisement and promotional culture; 6) Media language; 7) Gender; 8) Institutional discourse; 9) Education; 10) Literacy” (p. 450). In all these social spheres the practitioners of CDA critically analyse power asymmetries, social inequalities and manipulation. This way they reveal opaque social structures by means of in-depth analysis of cultural codes – “compact packages of shared values, norms, ethos and social beliefs” [Gavriely-Nuri 2011, p. 78] conveyed by different discourses.

One of the basic social mechanisms traced by CDA is the discursive construction of ‘us’ and ‘others’ that starts with creating generalizations of differences between various social groups and categorizing them with positive and negative labels. These categorizations are then attributed to the whole groups, which in turn results in stereotyping and developing the whole system of discrimination. Such a system possesses a specific discourse that may be used to marginalize or exclude any minority out-group, be that representatives of another race, religion, gender, etc. As far as discrimination of women is concerned, a substantial amount of critical research on discourse has been conducted within the CDA perspective oriented at gender-related issues, because in patriarchal societies and communities it is women that become the out-group. This way, feminist studies have become paradigmatic for much of CDA and they concentrate on critical analysis of male domination and its representations in different discourses. As it has already been mentioned, many CDA-rooted studies have been devoted to the discursive character of ideologies that are perceived as representations of those aspects of social life that define individual interests as the interests of the groups, which contributes to legitimizing unjust forms and relations of power. As Wodak [2010] points out, “one of the aims of CDA is to ‘demystify’ discourses by deciphering ideologies” [p. 298]. A good example of such an ideology is sexism, as it may be analysed as an ideology that serves the purpose of legitimizing unfair treatment of women (similarly, racism may be perceived as an ideology legitimizing unfair treatment of certain ethnic groups).

3. CDA for gender-oriented issues

Feminist thought and academic research revolve around the problems of women’s inequality in all domains and dimensions of social life. This makes the goals of these disciplines inherently intertwine with many of the fundamental assumptions of Critical Discourse Analysis (or Critical Discourse Studies, if we apply the most current nomenclature), because the main mission

and motivation of CDA research is to expose and raise awareness of instances of discursively construed discrimination and its consequences for individuals, groups and communities. For this reason, an integrated framework under the name of Feminist Critical Discourse Analysis [cf. Lazar 2007, Lehtonen 2007] was proposed, the aim of which is to combine the developments of these two academic fields in the service of advancing a broader and more comprehensive understanding of the influence of power and ideology on the representations of gender-related issues in discourse.

Nevertheless, the interest in the links between ideology, power, gender and language/discourse can be traced as far back as 1970s, 1980s and 1990s when the most influential feminist theories were put forward as a result of studies of the differences in the ways men and women use language to communicate. Some of the most notable contributions to this research topic come from Tannen [1990], Canary and Hause [1993], Herring [1994], Aries [1996], Gefen and Straub [1997].

Generally speaking, however, according to Cameron [1990], the following three main fields in the feminist critique of language can be singled out:

3. women's silence and exclusion from language,
4. naming and representation,
5. behavioral differences in language.

The first field of research deals with the absence or significant under-representation of women's voices in domains such as politics, science, religion or law, as in many contexts women either did not speak at all or attempted to sound like men, which was motivated by a persistent stereotypical belief that female speakers could not be taken seriously. For these reasons, on the assumption that commonly used language reflects only the male perspective, feminist scholars also sought an authentic female language [cf. Irigaray 1985, Leclerc 1990] that would fill in this gap and enable to level out the women's language contribution to cultural development.

The second field, i.e. 'naming and representation' focuses on how women are represented, that is, talked about. According to Lakoff [1975] "men are defined in terms of what they do in the world, women in terms of the men with whom they are associated" [p. 30]. This state of affairs leads to promoting and consolidating some linguistic conventions that, again, contribute to androcentric representation of women. One of such conventions is related to how females are addressed: on the one hand, there is the practice of addressing them depending on whether they are married or not (i.e. Miss or Mrs), but on the other hand – mostly as a result of feminist efforts – a new term Ms. has been introduced. As Weatherall [2002, p. 22] points out, the main motivation behind it was to make it impossible to segregate women

based on their marital status, but it seems that nowadays ‘Ms.’ is used mostly by widows and declared feminists.

When it comes to the third field of feminist critique of language, i.e. behavioral differences, they are to be understood as differences in male and female modes of speech. According to a stereotypical perception, men are more direct communicators, while women are more hesitant, because they use more question tags and indirect questions. Further divisions that follow from it involve treating and representing men as more aggressive, noisy and loud-mouthed [cf. Antill 1987], and women as emotional, gentle, passive and gossipy [cf. Zammuner 1987]. Whether such categorizations hold water or not on the academic level is a matter of perspective, but without doubt many stereotypical considerations of gender-related behavioral differences in communication rule in social practice, that is, they govern the ways people communicate in various domains of life.

Today, due to the fact that gender is no longer seen as “a binary, biologically shaped or socially determined entity” [Sunderland 2006, p. 23], but rather as a culturally (and as a consequence, discursively) formed construct, the research interests of feminist linguists have started to revolve around performance, the construction of identity in discourse, and the relevance of non-linguistic social practices. Hence, with the growing impact and popularity of Gender Studies and the problematic aspects of social identity, ethnicity, age, disability, sexuality, social rank and hierarchy systems, more and more critical, CDA-rooted approaches have emerged in order to analyse how these aspects of social life are discursively construed, sustained and/or challenged in different contexts. What is worth outlining, Feminist CDA does it with the overall governing motivation of using such research to stimulate changes and positively influence communities across cultures. It attempts to do it by eliminating or decreasing the scale of discrimination resulting from uneven power distribution between men and women or prejudices based on age, ethnicity, social status, etc.

As a result, approaches that are classified as grounded in Feminist CDA are – just like CDA itself – interdisciplinary, as they are oriented at enriching both linguistic research and widely understood feminist studies with their focus on the issues of gender in general and women in particular. As far as solely linguistics is concerned, there are several (but by no means mutually-exclusive) fields and perspectives within this discipline that are informed and developed by studies explicitly tagged as ‘feminist’. As Lazar [2007] points out, some of these include ‘feminist stylistics’ [cf. Mills 1995], ‘feminist pragmatics’ [cf. Christie 2000] and ‘feminist conversation analysis’ [cf. Kitzinger 2000]. With their feminist orientation at examining language phe-

nomena, studies conducted in these areas have marked a breakthrough in what linguistic mainstream research offered, i.e. a maximally objective and neutral analyses of language and theories put forward by male scholars, who undeniably dominated the academia.

Even the then, that is, decisively male-dominated CDA has not escaped some criticism from feminist scholars, because – as Cameron [1998, pp. 969–970] claimed – “[CDA] is one of those broadly progressive projects whose founders and dominant figures are nevertheless all straight white men, and Wilkinson and Kitzinger [1995] specifically remark on these men’s failure to give credit to feminists by citing their work”. Therefore, on the assumption that this state of affairs has to be challenged, more and more female and feminism-oriented scholars started to integrate feminist principles into their linguistic research and analyse the linguistic and discursive aspects of gendered oppression. According to Lazar [2007], however, there is yet another reason for the formation of Feminist CDA; this reason is “the absence of self-naming [which] has meant that growing numbers of feminist critical discourse analysts dispersed across the globe have not sufficiently organized them/ourselves to come together in a common forum” [p. 4].

Feminist CDA has satisfied and continues to satisfy this need, which in the future will potentially help it gain a well-established position both in academia and outside of it. Thanks to its focus on social inequalities, injustice and something that we could in simple terms call ‘gender-correctness’ (or rather lack of it) in text and talk, Feminist CDA serves as a useful and a novel set of tools to analyse data and phenomena in a both synchronic and diachronic way, i.e. looking at both what happens now and what (and how) has changed over time when it comes to different types of oppression.

To introduce some regularity into studies conducted under Feminist CDA, Lazar [2007] has proposed five key principles that govern the analytic work and attitudes of researchers dealing with gender- and feminism-oriented discourse analysis.

The first principle is the so called ‘feminist analytical activism’ [Lazar 2007, p. 6]. As a part of what Lazar [2007, p. 6] calls ‘emancipatory critical social science’, Feminist CDA is aimed at maximising social justice through conducting research that pinpoints discursive practices which maintain patriarchal social order and downplay the role of women in societies. With the general CDA principle that discourse is both socially constituted and socially constitutive [Fairclough 1992], Feminist CDA serves as a means to show that the same applies to, e.g. the oppression of women, which is here perceived as both produced by and reproduced in discourse. Although ‘gender’ works as a controlling category in the organization of reality and mutual relations

of members of societies, it usually structures them in a way which excludes and disempowers women, leading to the existence of major asymmetries in social practices and hierarchies. Therefore, the role of Feminist CDA is to trigger social transformation and challenge the existing status quo by advocating a stance in which our position shall not depend on whether we are men or women. By this, it attempts to make “linguistics itself more accountable, more responsible, and more responsive to questions of social equity” [Kress 1990, p. 88], which means that the mainstream research objectivity is in Feminist CDA (as well as in CDA in general) consciously replaced by subjectivity, which by no means disqualifies studies from being legitimate ‘science’. This is partly caused by the fact that topics such as gender are excluded from discussion and constructive scrutiny in some fields and areas of science, so when they are taken up by feminist CDA scholars with the motivation to trigger social transformation, they inherently entail subjectivity, but in this case it is treated as a advantage which increases the force of their arguments.

The second principle is the treatment of gender as ideological structure. As Lazar [2001, p. 7] points out, “from a feminist perspective, the prevailing conception of gender is understood as an ideological structure that divides people into two classes, men and women, based on hierarchical relation of domination and subordination, respectively”. This way, gender entails dichotomies that seem to be rather too easily and thoughtlessly introduced to simplify the organization of reality around us in all domains of social life. This a highly ideological process, because its consequences translate into the symbolic, political and economic levels of the functioning of the societies. In many if not most of the cases they are construed, entrenched and reproduced through discourse, so, as the very name suggests, the role of feminist critical discourse analysis is to show how exactly this takes place. For this reasons both the individual and the institutional contexts of language use are analysed, because it is only the relation between these two that really empowers the promoted ideology and makes it difficult to challenge.

The third principle is the awareness of the complexity of gender and power relations. Contemporary developments in feminist theories have already drawn attention to this fact discussing the ways social order is construed and maintained. Feminist CDA remains sensitive to it as well, and deals with the ways power relations are construed in and by discourse. This entails, among others, analyzing different modalities, implicitness/explicitness and symbolism in language to see how they work in the service of promoting men-women asymmetry, sexism, oppression and discrimination. In most of the cases this refers to the ways modern western societies function: although there usually are no blatant forms of disregard for women such as a general consent to

physical violence or sexual harassment, every day in all areas of social life there are subtle and seemingly trivial instances of discrimination and disempowerment that are exercised through discourse. Applying Bourdieu's [1991] terminology, Lazar comments on this state of affairs in the following words:

Modern power (and hegemony) is effective because it is mostly cognitive, based on internalization of gendered norms and acted out routinely in the text and talk of everyday life. This makes it an invisible power, 'misrecognized' as such, and 'recognized' instead as quite legitimate and natural [Lazar 2007, p. 9].

Thus, apart from the already mentioned analyses of discursively construed and enforced representations of power, and the consequent unequal distribution of it, Feminist CDA also deals with examining the access women have (or do not have) to the publicly empowering and/or disempowering forms of discourse such as culturally valued genres and communicative events [cf. van Dijk 1996].

The fourth principle deals with the role discourse plays in the (de)construction of gender. Within Feminist CDA discourse is perceived as one of elements of social practices, so those aspects of such practices that are inherently discursive, are of prime interest for researchers affiliated with this framework. Again, just as in the case of the previous principles, it focuses on how gender ideology and gendered power relations are construed and represented in discourse. This corresponds to the social constructionist approaches, according to which gender and social identities are accomplished through ongoing, repeatable and active discursive processes that take place in a given culture, place and time.

The fifth principle deals with critical reflexivity perceived as praxis of late modern societies. Following Giddens [1991], Lazar [2007, p. 13] defines it as a common property of members of such societies, who use their knowledge about social processes to shape their own practices. Feminist CDA deals with it in a two-fold manner: 1) analyzing the role reflexivity plays in the practices of institutions and the ways they translate into the practices of individuals, and 2) maintaining continuous self-reflexivity of the researchers who aim to trigger radical transformations in the existing social order. By these means Feminist CDA research addresses the topic of public awareness of the importance of feminist issues and examines to what extent it is raised by feminists themselves and by generally non-feminist environments, which do it for non-feminist motives.

As a result, on one side there is a growing approval for 'gender and language' courses taught as a part of linguistic curricula, which potentially help raise awareness among students and this way promote more understanding

of the complex relationships between language and gendered oppression. On the other side there is activity of, for example, advertising industry [cf. Gill 2003, Lazar 2004] which in some cases appropriates feminism for building and forcing particular images of advertised products for – but hopefully not solely for – commercial gain.

The focus on analytic self-reflexivity is crucial to the revision of existing and newly developed theoretical frameworks and research practices to ensure that they serve their purpose, i.e. help disestablish harmful social order and continuously unveil injustice, prejudice and discrimination. Without it, for at least two major reasons social transformation may occur impossible. First, the existing frameworks and models may prove insufficient in solving long-term problems such as the position of women on the job market¹ or their double-shift work, i.e. the work in the office and the work at home, which means that they have to be revised to, for example, address such a problem from another perspective and take up more effective action.

Second, some existing frameworks and models may prove insufficient in grasping the currently more and more popular issues such as problems with the nomenclature of female generic job position names in languages that use grammatical gender. In some cases, one of which is the discourse of the European Union documents [cf. Pałczyńska 2013], there are significant differences between, for example, German and Polish language versions of legal acts and official proceedings and generic nouns and pronouns used in them, which leads to consolidating androcentric discursive representations of women.

Pałczyńska [2013] argues that it in the case of the Polish language it results from the lack of a policy for handling translations that would enable to eliminate such discriminatory language forms. The need for such guidelines is even bigger considering the fact institutions are dominated by men and language used by institutions translates to the language used by individuals:

[A]ndrocentric practices not only reflect normative ideologies but also are instrumental in maintaining and reproducing the status quo. Language reform will provide language users with alternative concepts of reality, thus contributing to changes in attitudes and social practices [Hellinger 2011, p. 568].

1. An interesting example of such research comes from Martin Rojo and Gómez Esteban [2003, 2005], who conducted an interdisciplinary analysis of management models and gender relations to explore the influence of new theoretical models of management on the possibility of promoting women to high positions in companies. The research revealed strong links between social roles, traditional gender attributes and the ways women perform their professional tasks, but the overarching goal of it was to support managing models which are supposed to decrease discrimination experienced by female managers and other representatives of female workforce.

Thus, it is now the prescriptive potential of Feminist Linguistics and Feminist CDA that has to be used. So far, various guidelines for avoiding the use of sexist language have been written [cf. Pauwels 1998, 2003] and institutions such as universities and publishing houses started to pay special attention to how they talk, write and publish, to avoid linguistic discrimination of women. According to Hellinger [2011] initiatives for language reform rest on the assumption that language not only reflects, but also shapes gendered hierarchies and stereotypes. Hence, to contribute to social change, language used to talk to and about women has to change as well.

4. Conclusion

Discourse analysis has become an integral part of contemporary linguistic as well as cultural and social research, due to the fact that social phenomena are indispensably connected with different kinds of relations between discursive and non-discursive factors. To keep pace with the social changes that currently take place, researchers are obliged to consider the array of various aspects concerning the issue under analysis. An in-depth and multidimensional CDA is the only way to examine discursive strategies that are frequently easy to overlook, since they are subtle, complex, and intertwine with various context factors.

It well refers to the gender-related discourse analysis, as the extensive research on this topic, carried out within the methodological framework of CDA/Feminist CDA, effectively exposes unfair discursive practices and attracts public attention to the opaque social systems. This way it serves the purpose of revealing the discrimination of women and pointing to unfair gendered social hierarchies/patterns that demand immediate improvements. For this reason, the results of Feminist CDA research need practical application and should be taken into consideration by people responsible for creating gender-equal policies in various domains of social life, including institutions and social actors responsible for policies related to language. Undoubtedly, Feminist CDA/CDA in gender-oriented research makes a significant and interdisciplinary contribution to the vast panorama of the CDA domain, and enables to effectively uncover and eliminate inequalities between men and women.

References

- Antill J.K. (1987), *Parents' beliefs and values about sex roles, sex differences, and sexuality: Their sources and implications*, "Sex and gender. Review of personality and social psychology", 7.
- Aries E. (1996), *Men and women in interaction: Reconsidering the difference*, NY, US: Oxford University Press, New York.
- Blommaert J., Bulcaen Ch. (2000), *Critical Discourse Analysis*, "Annual Review of Anthropology", no. 29.
- Bourdieu P. (1991), *Language and symbolic power*, Polity Press, Cambridge.
- Cameron D. (1990), *The Feminist Critique of Language*, Routledge, London.
- Cameron D. (1998), *Gender, language and discourse: A review essay*, "Signs: Journal of Women in Culture and Society", no. 23.
- Canary D.J., Hause K.S. (1993), *Is there any reason to research sex differences in communication?*, "Communication Quarterly", no. 41 (2).
- Christie C. (2000), *Gender and language: Towards a feminist pragmatics*, Edinburgh.
- Fairclough N. (1995), *Critical Discourse Analysis. The Critical Study of Language*, Longman, London.
- Fairclough N., Graham P., Lemke J., Wodak R. (2004), *Introduction. Critical Discourse Studies*, 1.1.
- Fairclough N., Wodak R. (1997), *Critical Discourse Analysis* [in:] T.A. van Dijk (ed.), *Introduction to Discourse Studies*, Sage, London.
- Fairclough N. (1992), *Discourse and social change*, Polity Press, Cambridge.
- Gavriely-Nuri D. (2012), *Cultural approach to CDA*, "Critical Discourse Studies", no. 9 (1).
- Gefen D., Straub D.W. (1997), *Gender Differences in the Perception and Use of E-Mail: An Extension to the Technology Acceptance Model*, "MIS Quarterly", no. 21 (4).
- Giddens A. (1991), *Modernity and self-identity*, Polity Press, Cambridge.
- Gill R. (2003), *From sexual objectification to sexual subjectification: The re-sexualisation of women's bodies in the media*, "Feminist Media Studies", no. 3.
- Gramsci A. (1971), *Prison Notebooks*, International Publishers, New York.
- Hellinger M. (2011), *Guidelines for Non-Discriminatory Language Use* [in:] R. Wodak, B. Johnstone, P. Kerswill (eds), *The SAGE Handbook of Sociolinguistics*, SAGE Publications Inc., London.
- Herring S. (1994), *Gender differences in computer-mediated communication: Bringing familiar baggage to the new frontier*, Paper presented at panel entitled *Making the Net*Work*: Is there a Z39.50 in gender communication?*, American Library Association Annual Convention, Miami, June 27.
- Kitzinger C. (2000), *Doing feminist conversation analysis*, "Feminism and Psychology", no. 10.

- Kress G. (1990), *Critical discourse analysis*, "Annual Review of Applied Linguistics", no. 11.
- Lakoff R. (1975), *Language and Woman's Place*, Routledge, New York.
- Lazar M.M. (2004), *(Post-)Feminism in contemporary advertising: A global discourse in a local context*, Paper presented at the Discourse, Globalisation and Gender Identities Conference, Cardiff, UK.
- Lazar M.M. (2007), *Feminist Critical Discourse Analysis: Articulating a Feminist Discourse Praxis*, "Critical Discourse Studies", no. 4 (2).
- Lehtonen S. (2007), *Feminist critical discourse analysis and children's fantasy fiction – modelling a new approach*, Paper presented at "Past, present, future – From women's studies to post-gender research", 14–17 June, Umeå, Sweden.
- Lemke J. (1999), *Typological and Topological Meaning in Diagnostic Discourse*, "Discourse Processes", no. 27 (2).
- Mills S. (1995), *Feminist stylistics*, Routledge, London.
- Pałczyńska A. (2013), *An analysis of three language versions – English, German and Polish – of the Official Journal of the European Union from the perspective of feminist linguistics*. Unpublished Doctoral Dissertation. University of Łódź, Poland.
- Pauwels A. (1998), *Women Changing Language*, Longman, London.
- Pauwels A. (2003), *Linguistic sexism and feminist linguistic activism* [in:] J. Holmes, M. Meyerhoff (eds.), *The Handbook of Language and Gender*, Blackwell, Oxford.
- Reisigl M. (2004), *Wie man eine Nation herbeiredet. Eine diskursanalytische Untersuchung zur sprachlichen Konstruktion österreichischen Nation und österreichischen Identität in politischen Fest – und Gedenkreden* (Doctoral dissertation, University of Vienna).
- Reisigl M., Wodak R. (2001), *Discourse and Discrimination. Rhetorics of racism and anti-Semitism*, Routledge, London and New York.
- Tannen D. (1990), *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation*, Ballantine, Canada.
- Van Dijk T.A. (1990), *The future of the Field: Discourse Analysis in the 1990s*, "TEXT" no. 10.
- Van Dijk T.A. (2007), *The study of Discourse – An Introduction*, "Discourse Studies", vol. I.
- Van Dijk T.A. (2008), *Kontekstualizacja w dyskursie parlamentarnym. Aznar, Irak i pragmatyka kłamania* [in:] A. Duszak, N. Fairclough (eds), *Krytyczna analiza dyskursu. Interdyscyplinarne podejście do komunikacji społecznej*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS, Kraków.
- Van Dijk T.A. (1996), *Discourse, power and access* [in:] C.R. Caldas-Coulthard, M. Coulthard (eds), *Texts and practices: Readings in critical discourse analysis*, Routledge, London.

Weatherall A. (2002), *Gender, Language and Discourse*, Routledge, New York.

Weiss G., Wodak R. (2007), *Critical Discourse Analysis. Theory and Interdisciplinarity*, Palgrave Macmillan.

Wodak R. (2011), Wstęp: Badania nad dyskursem [in:] R. Wodak, M. Krzyżanowski (eds), *Jakościowa analiza dyskursu w naukach społecznych*, Oficyna Wydawnicza Łośgraf, Warszawa.

Wodak R., Chilton P. (eds) (2005), *A new agenda in (Critical) Discourse Analysis*, Benjamins, Amsterdam.

Wodak R., Koller V. (eds) (2010), *Handbook of Communication in the Public Sphere*, De Gruyter Mouton, Berlin/New York.

Wodak R., Meyer M. (eds) (2009), *Methods of Critical Discourse Analysis*, Sage, London.

Wodak R., Wright S. (2006), *The European Union in Cyberspace: Multilingual Democratic Participation in a Virtual public Sphere?*, "Journal of Language and Politics", no. 5 (2).

Zammuner V.L. (1987), *Children's sex-role stereotypes: a cross-cultural analysis. Sex and gender*, "Review of personality and social psychology", no. 7.

Alergiczność kultury współczesnej

The Allergic Nature of Contemporary Culture

Abstract:

The author in this paper attempts to embed the concept of allergy in the discourse of cultural studies. In the opinion of the author allergy as a disease has its counterpart in the culture and purely medical definitions can be transposed to contemporary humanities studies. The author assumes that there are "modest" and completely "innocent" concepts, which has a remarkable capacity to their cultural reinterpretation and expansion. These concepts are present in the works of science, the statements of politicians and publicists, journalists and leader's opinions. These are all described in the paper as emergent allergens. They are hidden in the words, speeches, newspaper's headlines, political and social events. They are often replaced by their substitutes. They reveal themselves in the most critical moments. The aim of this paper is not so much to find these concepts and their discovery as readable as ensure that their sound, interpretation and understanding lacks cognitive fiction and falsified.

Key words:

culture studies, discourse, metaphor, allergy, critical theory.

Wstęp

Nawiązując do memetycznej metafory wirusa umysłu, zaproponowanej przez Richarda Dawkinsa w książce *Samolubny gen* [Dawkins 2007], proponuję opisanie współczesnych komunikatów kulturowych jako uczulających alergenów, a reakcje na nie – jako zespół dokuczliwych alergii. Wychodzę z założenia, że alergia jako choroba cywilizacyjna ma swój odpowiednik w kulturze i można to pojęcie przetransponować do słownika kulturoznawczego. Posłużenie się takim kluczem pojęciowym ma swoje uzasadnienie. Zakładam bowiem, że tak jak na antyseptyczny styl życia uczuleniuowo reaguje ludzka

skóra, tak na płynność, dowolność i konsumpcję, z równie niekomfortowymi konsekwencjami reaguje człowiek jako jednostka i społeczny aktor. Zakładam przy tym, że człowiek współczesny jest uczulony na to, czego pożąda lub to, co jest od niego wymagane jako przejaw kulturowych kompetencji.

Kluczowym dla powyższych założeń jest wyodrębnienie *alergenu* jako swoistej funkcji języka. Zgodnie z koncepcją Dawkinsa, można stworzyć *mem* – językowy wirus, jednak jest to twór już od samego początku złośliwy i ma najczęściej charakter mocno skontekstualizowany, lokalny. Istnieje jednak z pozoru zupełnie „niewinne” pojęcia, które posiadają niezwykle potencjał, umożliwiające ich reinterpretację oraz kulturową ekspansję. Pojęcia te, mające charakter emergentny, wyłaniają się z prac naukowych, wypowiedzi publicystów, dziennikarzy, osób opiniotwórczych oraz z przestrzeni powszechnego społecznego *hydeparku*. Owa emergencja, jak to zostanie pokazane na podstawie opisanych w tym tekście pojęć, utożsamionych z alergenami, nie musi cechować się natychmiastową namacalnością, czytelnością. Pojęcia te nie dość, że posiadają zdolność kamuflowania się, to jeszcze bywają zastąpione przez swoje substytuty. Celem niniejszej analizy jest zatem nie tyle odnalezienie i prezentacja tych pojęć w formie czytelnych komunikatów, ale także zadbanie o to, aby ich brzmienie, interpretacja i zrozumienie nie uległo zafałszowaniu.

Alergeny

Zmienność

Rzeczywistość, jako przedmiot poznania, objawia się w człowiekowi współczesnemu w sposób dojmujący – jako rzeczywistość *per se*. Tym, co broni człowieka przed siłą tego istnienia, jest przekonanie, że w dowolnym momencie rzeczywistość ta może ulec zmianie. Przekonanie to jest tak silne, że zmiana jest celem współczesnej edukacji oraz jednym z haseł przewodnich współczesnej kultury. Jednakże ta postulowana zmiana jest ideą, a jako taka posiada swój hipostatyczny odpowiednik, którym w tym przypadku jest *zmienność* [por. Bauman 1999, s. 21]. Rozróżnienie to bierze się z założenia, że *zmiana* nigdy nie jest dana człowiekowi w czasie teraźniejszym. Nigdy nie poddaje się percepcji w czasie, w którym się dzieje. Dostrzeżenie *zmiany* możliwe będzie jedynie w odniesieniu do przeszłości, z określonej perspektywy, dystansu, poprzez „zasieki” wspomnień, wyparcie i idealizacji. Będzie więc to obraz zniekształcony, odmienny od tego, co działo się w przeszłości. *Zmiana*

funkcjonuje jako idea, więc jak każda idea jest nieosiągalna. *Zmienność*, jako osiągalny substytut *zmiany*, odnosi się do specyficznego katalogu wartości, składającego się nie tylko z przedmiotów, lecz także z wybranych atrybucji tego, co materialne. *Zmienność* to nabycie i porzucenie produktu i jego cechy, na którą istnieje akurat zapotrzebowanie. Uwikłanie w *zmienność* powoduje namacalną intensyfikację, nagromadzenie działań tak, że koniec jednej czynności staje się nie tylko początkiem kolejnej, lecz momentem sprzed wykonania tej pierwszej. Jest więc to ciągle bycie „od początku”. Wykluczony zatem zostaje czas, jako warunek konieczny do zaobserwowania pewnego procesu. *Zmienność* dokonuje się nie w czasie, lecz w przestrzeni, na zasadzie wielokrotnej i błyskawicznej zmiany położenia, przekładania, czysto fizycznego faktu istnienia lub nieistnienia danego produktu lub cechy. Jak pisze Zygmunt Bauman: „Najobłędniejsze to z błędnych kół... Zawrotne tempo zmian odbiera wartość każdej rzeczy, która mogłaby dziś uchodzić za godną pożądania, gdyby nie pewność, że jutro powędruje na śmietnik, a równocześnie strach przed tym, by samemu na śmietnik nie trafić, strach wynikający z zawrotnego tempa, w jakim dokonują się zmiany, sprawia, że pożądamy coraz bardziej pożądliviej i coraz niecierpliwiej zmian się domagamy” [Bauman 2005, s. 170].

Wygaśnięcie czasu, będące wynikiem zastąpienia zmiany jej substytutem, poddaje pod wątpliwość możliwość wystąpienia rozwoju, rozumianego właśnie jako zmiana. Jest to niemożliwe tym bardziej, że wstrzymaniu ulega pierwotnie uczasowiona oscylacja pomiędzy regresem a progresem.

Trwanie

Czasu nie ma. Ta prosta konstatacja dopełnia twierdzenie o istnieniu rzeczywistości. Mówiąc dokładniej, czas nie istnieje jako jedność, a poczucie jego rozbicia jest zależne od kulturowego kontekstu. Odczuwanie czasu mieści się na kontinuum między jednoczesnością epizodów a doznaniem rozciągłości. Z ambiwalencją poczucia czasu koreluje zmiana percepcji istnienia człowieka: z czasowego na przestrzenne. Przestrzeń, w której istnieje człowiek to *trwanie*, rozumiane jako powtórzenie początku lub wybranego punktu na linii czasu. To powielony sampel rzeczywistości, który najpierw bywa porywający, kuszący, by w końcu stać się irytujący, nudny i uciążliwy.

Trwanie to hasło o niezwyklej sile, odnosi się bowiem do różnych obszarów uczestniczenia w kulturze pełnej napięć i frustracji. *Trwanie* w tym rozumieniu łączy się z poczuciem bezpieczeństwa, utożsamionego z życiem, jako ciągiem gładko i bezkonfliktowo następujących po sobie etapów, co sugerowałoby powrót do społeczeństwa historycznego. Próba osiągnięcia lub rekon-

strukcji takiego stanu jest jednak niemożliwa. Rekonstrukcja oznaczałaby bowiem stworzenie rezerwatu wartości, w którym poprzez *trwanie* miałyby się metaforycznie zatrzymać czas i człowiek. Jednakże *trwanie* znosi granice takich rezerwatów i czyni to w sposób dwojaki. Z jednej strony skazuje na dowolność historyczną i zagubienie w relatywizmie interpretacji, z drugiej zaś na brak granic: ich dostępności, osiągnięcia i możliwości przekroczenia. O ile projekcje związane z *trwaniem* dotyczą bezpieczeństwa i spokoju, to ono samo odczuwane jest jako napięcie będące wynikiem paradoksu *trwania*: postulowane bezpieczeństwo i stałość historyczna konfrontowane są z nakazem zmienności, wynikającym z postępu cywilizacyjnego. *Trwanie* oznacza więc stałe porzucenie.

Oczekiwanie

Nie ma granic, więc nie można ich przekroczyć. Wobec tej niemożności, powiązanej ze specyficzną recepcją rzeczywistości pozbawionej czasu, pozostaje jedynie *oczekiwać*. Nieważny wydaje się przy tym przedmiot *oczekiwania*, ponieważ w jego miejsce można zawsze podstawić mniej lub bardziej znaczące hasła i produkty kultury. Tak rozumiane *oczekiwanie* nie zawiera w sobie innych, układających się w kulturową całość działań, mających na celu osiągnięcie obiektu, którego dotyczy. Jest ono pozbawione działania, czujności i napięcia. Odczuwane jest jednak jako stan niezwykle przykry, choć nie generujący poważniejszych konfliktów. Dzieje się tak, gdyż *oczekiwanie* nie ma charakteru ciągłego – występuje cyklicznie, gdyż najzwyczajniej ulega zapomnieniu i wymaga ponownego przypomnienia. Kolejnym powodem braku ciągłości i ukrycia tego stanu jest jego wstydlivość. Istnieje nakaz *oczekiwania* wynikający z uznania cnót cierpliwości i pokory za istotne, a jednocześnie istnieje nakaz natychmiastowego zaspokojenia potrzeb i pragnień. Z jednej strony *oczekiwanie* jest poręcznym narzędziem kontroli, wywierania presji, rozdysponowania nagrody i kary, z drugiej zaś jest narzędziem pomiarowym, badającym dostosowanie się do aktualnych wymogów kulturowych [por. Adam 2008, ss. 505–511]. Tworzy ono przy tym niezbędną do zachowania ładu ułudę wyjątkowości jednostki, a jednocześnie gwarantuje usprawiedliwienie, pozwalające uznać dany moment za nieodpowiedni dla jakiegoś działania. W przypadku oczekiwania znów należy sięgnąć do Bauman: „Czekanie jest wstydlive i przynosi wstyd temu, kto zmuszony jest czekać. Czekania należy się wstydzić, ponieważ ktoś może dostrzec, że czekamy i wziąć to za dowód naszej gnuśności albo słabej pozycji, uznać za objaw odrzucenia i sygnał do wykluczenia nas z rozgrywki” [Bauman 2005, s. 170].

Problemem jest to, że nie bardzo wiadomo, kto ustala kryterium odpowiedzialności, kto uzurpuje sobie do tego prawo: człowiek czy kultura? Trzeba zatem zgadywać, kiedy *oczekiwać*, a kiedy nie i konieczność takiej skontekstualizowanej adaptacji jest źródłem podstawowych napięć.

Istnienie

Człowiek *jest* i we wszelkich relacjach nie dzieje się z nim nic więcej. Jak zauważa Emmanuel Levinas: „Wszystkie te relacje są przechodnie: dotykam przedmiotu, widzę Innego. Ale nie *jestem* Innym. Jestem całkowicie sam. To zatem bycie we mnie, fakt, że istnieję, moje *istnienie* [*mon exister*] stanowi element absolutnie nieprzechodni, coś bez intencjonalności, bez odniesień. Wszystko można między bytami wymieniać oprócz istnienia” [Levinas 1999, s. 24].

Oprócz człowieka jest wszystko i jest on (we) wszystkim. Człowiek współczesny uległ magii dwóch bytów: ekranu i przestrzeni wirtualnej. Wokół nich snuje się sieć rytuałów i tabu. W nich lokuje treść swoich myśli i z nich czerpie wzory poczyną i źródła działań, które ulokowane są w repozytorium lęków i fascynacji. Wokół tych bytów rodzi się poczucie całości. Ekran i przestrzeń wirtualna to mityczne zwierzę i współłobecny archetyp zachowań. Dlatego plemienność człowieka współczesnego to etap pierwszy – pierwotny, jednocześnie przed religią i polityką, a zarazem po nich [por. Baudrillard 2001, ss. 14–15]. Jest to stadium budzenia się świadomości człowieka pierwotnego, dla którego świat jest ciągłą całością, lecz nie na zasadzie przyczyny i skutku czy współoddziaływania. To jest całość złożona z wielkich, niepołączonych ze sobą bytów jak choćby ekonomii, edukacji, polityki, mediów czy administracji. Plemienność przejawia się w braku zaawansowanej refleksji kulturowej. Brak ów jest spowodowany dwoma paradoksami. Pierwszym z nich jest fascynacja obyczajowością, zapętleniem w niej i sztywnym trzymaniem się obyczajów rytuałów i tabu, które nie mają jednak globalnego, ogólnospołecznego charakteru. Drugim paradoksem jest to, że o kulturze „się mówi” jako o zbiorze, a nie bycie. Komentuje się ją i każdy jej produkt aż do całkowitego wyczerpania interpretacyjnego potencjału. Cały czas jest to głównie komentarz nad obyczajowością i kulturalnością, ideami oraz eventami, obawami, pragnieniami, projekcjami i generowaną przez nie fikcją.

Przyszłość

Nie ma przyszłości, ponieważ w człowieku współczesnym wygasła zdolność jej postrzegania. Przyszłość jest kolejnym dniem dzisiejszym lub zawieszonym

jutrem [por. Bauman 1999, s. 85] – „istnieje obecnie” jako społeczna potrzeba, jako projekcja potencjalnego „dzisiaj” oraz kalejdoskop nowości, które wraz z nadejściem dnia następnego muszą stać się obowiązujące i powszechne. Towarzyszą temu dwie obawy. Pierwsza z nich jest strachem o niemożność zasymilowania wszystkich nowinek, serwowanych przez jutro, strachem przed znalezieniem się poza głównym nurtem życia. Druga z nich to lęk i jednocześnie fascynacja obietnicami ogólnospołecznego przełomu cywilizacyjnego bądź groźbą światowej katastrofy. Jutro jest faktyczne, jest kontynuacją dnia dzisiejszego, choć staje się niezauważalnie, skrycie. Przyszłość funkcjonuje jako przepowiednia, przerażająca już dziś, lecz niemająca przecież racjonalnego związku ze stającym się jutrem. Związek ten istnieje wirtualnie, jako napięcie wywołane przez kulturowe hasła. To, co swojemu uczestnikowi wpaja współczesna kultura, to przekonanie, że do przyszłości można i należy się przygotować poprzez profilaktyczne działania oraz dzięki nagromadzeniu kulturowych produktów. Tak odbierana przyszłość zmienia pewien porządek, w którym rzecz, nawet ta rozumiana jako pewna idea, była wynikiem działania. Jest odwrotnie: to rzecz określa działanie, czynność lub czynności prowadzące do jej zdobycia, posiadania. Działanie istnieje tylko w powiązaniu z rzeczami, które warunkują jego zaistnienie w przestrzeni. Nawet samo posiadanie istnieć może tylko, gdy istnieje rzecz. Można ją nabyć, ukraść, kupić, znaleźć, zdobyć, wypracować, posiąść. Zatem: już nie kapitał, czy towar, a konsumowanie i używanie są wyrażeniami metafizycznymi w języku współczesnej kultury.

Rozumienie przyszłości ukazane powyżej doskonale koresponduje z *plemiennością* współczesnego społeczeństwa. Można zatem pokusić się o wprowadzenie analogii współczesnych plemion od słynnego plemienia Hopi gdzie: „Większość wyrażen metafizycznych [...] to czasowniki, a nie rzeczowniki jak w językach indoeuropejskich” [Whorf 2003, s. 86]. Nie oznacza to bynajmniej, że zmieniła się struktura zachodniego języka, jakkolwiek należy tu mówić raczej o zmianie semantycznej pojęcia przyszłość. Ta zaś, rozumiana jako kontynuacja, powtórzenie dnia dzisiejszego, a zarazem potwierdzenie faktu trwania, doprowadza do dewaluacji czasu, jego zaniku: „W systemie Hopi czas zanika, przemianom zaś podlega przestrzeń; nie ma w nim homogenicznej, bezpośredniej, beczasowej przestrzeni naszych instytucji i klasycznej mechaniki newtonowskiej” [Whorf 2003, s. 84].

Jednocześnie już nie zwycięstwo, ale udział jest najistotniejszy. Już nie ogień sprawia zachwyt, ale fakt jego wzniesienia [por. Baudrillard 2001, s. 86]. Można mówić o egzaltacji wyczynem bez następstw przy jednoczesnym pożądaniu kulturowych produktów. Czyn zostaje pozostawiony bez skutków, wymaga zatem repetycji, natomiast rzecz – powielenia. Skutek pojawia się bez poprzedzającego go czynu. Można zatem stwierdzić, że czyn jest zawsze

ten sam, a rzecz jest zmienna, natomiast przyszłość jest jedynie pojmowana jako kryterium dostępności rzeczy.

Poparciem takiego karkołomnego stwierdzenia okazuje się znów analogia do plemienia Hopi: „Mamy tu do czynienia ze stanem dynamicznym, ale nie z ruchem – nic nie nadciąga do nas z przyszłości, ale „tkwi w nas” w swej formie zasadniczej, w formie mentalnej (...) [Whorf 2003, s. 85]. Dla Hopi takie rozumienie świata wynika z naturalnej budowy języka. Tym bardziej widoczna staje się dezorientacja współczesnego człowieka, który nie może, posługując się daną mu gramatyką i znaczeniem, wypowiedzieć tego, co wie i co odczuwa. Brak percepcji przyszłości, a co za tym idzie: brak poczucia sprawstwa, zmusza do poszukiwania natychmiastowej realizacji zamiarów w teraźniejszości i porzucania ich efektów na rzecz nowych „bardziej teraźniejszych”. Na poziomie zbiorowym zmiana znaczenia pojęcia *przyszłość* tworzy wewnętrzny relatywizm wspólnego języka, a co za tym idzie: brak możliwości, ustalenia (metafizycznego) celu.

Pamięć

Nie ma pamięci, gdyż jest ona człowiekowi współczesnemu niepotrzebna. Wszystkie istotne i historyczne wydarzenia znajdują się w przestrzeni – repozytorium, do którego można sięgnąć za pomocą szeregu narzędzi. Pamięć jest wyrzykowa, będąc jednocześnie zbiorem nawyków. Pamięć to niechciany obowiązek. Dodatkowo, horyzontalność współczesnej kultury zakłada jej „rozlanie się” w przestrzeni i konieczność jej nieustającej eksploracji. Kultura współczesna jest niezmiernie bogata, nabrzmiała niezliczoną liczbą produktów, z których każdy domaga się szczególnej uwagi. Stąd kolejnym nakazem kultury jest próba nieograniczonego *zapamiętywania* wszystkich możliwych produktów wraz z ich nieposkromioną zmiennością. *Pamiętanie* to oczywiście ersatz pamięci. Ta ostatnia nie jest już repozytorium dla wartości – stają się one jedynie *pamiętaniem*, a więc mechaniczną repetycją, enumeratywnym wyliczeniem. *Pamiętanie* jest więc pewną funkcją, jedynym narzędziem pozwalającym na bezpieczne i komfortowe osvajanie kultury i osvajanie siebie z nią i jej komunikatami. Miara oglądu rzeczywistości zmieniła się. Jej jednostką miary jest nie czas, lecz odczasowione wydarzenie. Nawet daty zastąpione zostały „kryptonimami” mającymi odpowiadać określonemu wydarzeniu. Tendencja do posługiwania się nimi ma swoje podłoże w nakazie poszukiwania wydarzenia granicznego. Wobec promocji każdego wydarzenia jako kluczowego, doniosłego bądź przełomowego oraz wobec ich nagromadzenia, istnieje konieczność ich *zapamiętania*, powielenia i nieustannej repetycji.

Poszukiwanie istotności doprowadza do poszukiwania doświadczeń ekstremalnych. W tej kwestii aktualna pozostaje myśl Carla Gustava Junga: „Tym historycznym inicjacjom (...) człowiek nowoczesny nie może nic przeciwstawić. Wolnomularstwo, *l'eglise gnostique de la france*, legendarni różokrzyżowcy, teozofia itp. to jedynie żalosne wytwory, które mają zastąpić coś, co na liście strat historycznych należałoby wypisać czerwonymi głoskami” [Jung 1981, s. 94].

Fizyczne doświadczanie ekstremum jest ekspozycją duchowego poszukiwania progu, indywidualnej lub społecznej granicy. Poprzez wynikanie owego poszukiwania nie z wewnętrznej potrzeby, a z pewnego kulturowego nakazu (który może być odbierany jako wewnętrzna potrzeba), granica uległa dewaluacji. Przykładem tego jest pojęcie cezury. Proces jej dewaluacji polega na wyodrębnieniu się coraz krótszych przestrzeni pomiędzy poszczególnymi wydarzeniami, pretendującymi do miana istotnych. Następuje „cezurowe” trwanie. Przełomowość staje się ciągłością, co zmusza do symulowania przełomów poprzez „wmówienie” ich istotności i wpisanie w mechanizm *pamiętania*.

Alergia

Alergia, najprościej mówiąc, to schorzenie spowodowane nieprawidłową (nadmierną) reakcją na określone czynniki zewnętrzne. Przyczyną nie jest zatem bakteria czy wirus, nie istnieje wytłumaczenie, dlaczego dany układ odpornościowy reaguje nadmiernie na sierść kota lub pyłki topoli. Co prawda, można podać przyczyny pośrednie, takie jak podłoże genetyczne, bilans pomiędzy kwasami omega trzy i sześć, czy antyseptyczny tryb życia wynikający z rozwoju cywilizacyjnego, jednak na poziomie ogólnym można stwierdzić jedynie, że *Coś* powoduje występowanie takiej reakcji. Rzecz ma się podobnie z kulturą. *Coś* lub *Ktoś* sprawia, że postępowania jednostek lub grup społecznych jest takie, a nie inne [por. Zamiara 2001, s. 15, 19]. Nie pomaga wiedza, że ów *Ktoś* składa się wyłącznie z fizycznych osób, trudno bowiem byłoby bezpośrednio obwiniać określoną osobę lub grupę za odczuwane cierpienie, nowoczesny *weltshmerz*, wynikający z reakcji na kulturowe alergeny. A jednak konteksty obecne, choćby w publicystyce, pokazują, iż doświadczenie tego *Kogoś*, całkowicie nieuosobionego, jest tak dojmujące, że bardzo łatwo jest nadać danej grupie lub jednostce część mocy owego *Kogoś*, a więc zdolność i odpowiedzialność za współtworzenie dyskomfortowej opresji. Mechanizm tej przemocy doskonale ujmuje Andrzej Bełkot: „Uwarunkowania obiektywne mediatyzowane przez świadomość społeczną przybierają formę systemowej przemocy. (...) Ta systemowa przemoc jest dla świadomości

jednostek trudno uchwytne, ponieważ kultura w znacznej mierze pozostaje skryta, nieświadoma. „Nieświadomość” tej przemocy ma charakter psycho-kulturowy. Jednostka jest w stanie dostrzec „zarysy” postaci przemocy (sytuacji przemożnej), przymusu czy też presji w zależności od refleksyjnej głębi partycypacji w kulturze” [Bełkot 2006, s. 17].

Umiejętność odczuwania tej przemocy, funkcjonowania w niej, niekiedy nawet podjęcie próby jej opisu lub zrozumienia, to elementy składowe powszechnie danej, kulturowej refleksyjności, polegającej na nadwrażliwości (jak wyżej: nadmiernej reakcji) na kulturowe komunikaty – alergeny. Istotnym jest, że owa, upośledzająca przecież normalne działanie, kondycja ludzkiego organizmu-umysłu-świadomości jest jedyną możliwością funkcjonowania w zastanej konfiguracji kulturowej. Można stwierdzić, ponownie metaforyzując, że reakcja uczuleniowa objawia się specyficznym odczynem. Uczulona część organizmu jest zarazem przynależna do pierwotnej całości, a jednocześnie jest obca, gdyż nie pasuje do ogólnej konstytucji organizmu. To nieprzystosowanie staje się opresyjne i niejako ekshibicjonistyczne, poprzez swoją kontrastującą widoczność na tle całości, jako coś innego. Zarazem nieprzystosowanie to jest wpisane w funkcjonalność całego organizmu. Sprowadzając całość do paradoksu, można uznać nadwrażliwość, swoisty rodzaj ogólnego i wielowymiarowego nieprzystosowania (tak powszechnie diagnozowanego we współczesnym społeczeństwie) jako najwyższy i jednocześnie przymusowy stopień adaptacji do zastanej kultury. Oczywistym jest więc, że czym innym będzie samo „właściwe” nieprzystosowanie objawiające się poprzez różne formy buntu, od alergicznego nieprzystosowania. Alergiczność współczesnej kultury jest konglomeratem wyzwań i prowokacji blokowanym przez samego wyzywającego i prowokatora oraz to, co wyzywające i prowokujące. Wymienione wcześniej alergeny korelują ze sobą tworząc wielowarstwową strukturę. W strukturze tej prawdopodobne jest współlistnienie *trwania* i *zmienności*. *Trwanie* umożliwia dokonywanie *zmienności*, gdyż „trwa się” w generowanym przez nią punkcie (w *oczekiwaniu* na *trwanie*). Należy jednak pamiętać, że dla społeczeństw historycznych to *trwanie* było nieuświadomione (jako *prze-trwanie*) zaś dla społeczeństwa współczesnego funkcjonuje jako jasno określony ideał, a jednocześnie – zagrożenie. *Trwanie* umożliwia doznanie i oswojenie jutra niebędącego przyszłością. Jest ono niemożliwym do uchwycenia, zrozumienia i zinterpretowania, nagromadzeniem *zmienności* i znaczeń zbliżających istnienie do świadomego nie-istnienia, *trwania* absolutnego.

Wobec *zmienności* i *trwania*, *przyszłość* jest słowem-kluczem. Otwiera możliwość ekspansji nieskończonej i niezmiennej projekcji. W przyszłości ma bowiem działać się to, co zostanie *zapamiętane*. Doniosłość jakiegoś kulturo-

wego produktu jest z góry zakładana, synergia wydarzeń jest zaś czymś, co próbuje się przewidzieć. Brak percepcji przyszłości prostuje znaki zapytania tworząc z nich wykrzykniki. I to właśnie one, pierwotne niemalże w swej konstrukcji wskaźniki strachu, roszczenia, pretensji, biadolenia, pożądania, zachwyty i samozadowolenia, są narzędziem ekspresji współczesnego człowieka. Wszechobecny „wykrzyknik” wymaga odpowiedniej reakcji, polegającej na bezwarunkowej uznaniu *istotności*. Jako że kultura trwająca w oparciu o mechanizmy pamięci wymaga od swoich uczestników *zapamiętania* tego, co (uznane) za istotne, ilość tego, co warte *pamiętania*, narasta. Wzrost ten, w połączeniu z technologicznymi możliwościami, zmusza do kolekcjonowania i do jednego z najbardziej dostępnych stanów metafizycznych: stanu posiadania. Wyrażenie *posiadać* jest skondensowanym odzwierciedleniem trwania współczesnego człowieka. Jest to termin w swojej jakości niezmienny, mimo zmienności liczby materialnych bądź niematerialnych rzeczy.

Stopień skrytości samej alergii jest niekiedy odwrotnie proporcjonalny do siły wywołanych przez nią objawów. Jednocześnie, wobec kategorii alergenów opisanych wyżej, stosowana jest frazeologia adekwatna do aktualnego światopoglądu jednostki lub obecnego w danej grupie społecznej i utrzymywanego przez nią paradygmatu. Do tych określeń, w pewien sposób przyczyniających się do wzmocnienia błędnego koła samomultiplikującej się interpretacji zaliczyć można pojęcia-wytrychy uruchamiające określone style myślenia, będące niejako katalizatorami działań (zazwyczaj prewencyjnych, ratunkowych oraz w dużej mierze uzurpatorskich), które w momencie wygasania fascynacji danym pojęciem okazują się produktem istniejącym na rzecz czegoś, co jest zupełnie odmienne od tego, co powszechnie odczuwane.

Alergiczne reakcje

Pierwsze założenie, jakie należy przyjąć mówi, że odczyn alergiczny utożsamiany jest niekiedy błędnie jako alergen, który, co jest niezmiernie ważne, sam w sobie jest nieszkodliwy i niewinny. To dopiero szczególna konstrukcja danego organizmu skazuje go na podatność na określone czynniki. Przecież otyłość, spowodowana nadmiernym spożyciem czekolady, rzędu na przykład trzech tabliczek dziennie, a odczyn alergiczny wywołany jedną, nieopatrznie zjedzoną kostką, to z kulturowego punktu widzenia dwa całkowicie różne stany chorobowe. Mimo to trudno traktować czekoladę jako coś obiektywnie złego. Reakcja alergiczna jest zatem jednostkową lub społeczną reakcją na dane zjawisko – alergen. Sprowadza się do określonych zachowań, działań, słów,

stanów emocjonalnych bądź umysłowych, a nawet do braku podjęcia działania (lub jego pozoru), co jest bodaj najciekawszym typem reakcji.

Alergeny mimo drobnych różnic w wywoływanych przez siebie odczynach działają podobnie głównie przez to, że są ze sobą połączone. Zasadnicze różnice będą zachodziły na płaszczyźnie reakcji na owe komunikaty. I tak będziemy mieli do czynienia z: a) bezrefleksyjnym byciem-w-kulturze, wraz z alergiczną reakcją polegającą na przeniesieniu napięcia na uosobionego *Kogoś*; b) byciem refleksyjnym, z reakcją uczuleniową na bycie typu „a”; oraz c) byciem ryzykownym, z reakcją polegającą na przedawkowaniu alergenów.

Jedną z reakcji dostępnych każdemu uczestnikowi kultury jest próba utrzymania wszelakich dychotomii. Mimo tych starań następuje przemiana percepcji, w której substytut uznany jest za rzecz właściwą (mimo iż się nią nie staje), natomiast stylizacja i kopia, powielenie, multiplikacja to główne formy pokazywania rzeczywistości. Pojęcie oryginału i podróbki staje się niezauważalnie nieistotne dla współczesnego człowieka. Te dwie postacie przedmiotu i zjawiska nie różnią się bowiem niczym, jeśli chodzi zarówno o sferę emocji, jak i intelektu. Każda z nich odciska realne piętno mające wpływ na zachowanie człowieka, jego uczucia i myśli.

Kolejną reakcją wspólną jest kompleks przewidywalności. Jerzy Szacki w publikacji poświęconej przełomowi roku 1989 zauważa, że: „Wielka Zmiana okazała się dla nauk społecznych zaskoczeniem. Inaczej być nie mogło, albowiem nie rozporządzały one żadną teorią makrospołecznej zmiany, która nadawałaby się do wyjaśniania i przewidywania tego rodzaju procesów” [Szacki 1999, s. 127].

Źródła tego dopatruje się w nieoczekiwanej przez nikogo zmianie z przełomu lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych, która wywołała niezaspokojony głód *zmiany*, stworzyła jej mit, a wraz z nim pragnienie przewidzenia – przywołania *zmiany* i określonych reakcji społecznych. Zdaje się, że pragnienie to przypadło także w udziale mediom, lubującym się w odnajdywaniu wydarzeń istotnych, kluczowych, po których coś ulegnie *zmianie*. Premedytacja, z jaką jest to czynione, zatrważa, obdziera dane wydarzenie poprzez samo wypowiedzenie pewnych sformułowań, z jego potencjału do generowania refleksji. Wypowiedź ogłaszająca zakończenie komunizmu w Polsce, wypowiedziana nieśmiało, z (należyty) przestachem jest niedoścignionym ideałem. Należy zauważyć jedno: mówienie o *zmianie* dotyczy tego, co się dopiero wydarzy, a nie tego, co już się wydarzyło, co stanowi odwrócenie pewnego porządku. Być może przyszłość tak bardzo nie istnieje dla człowieka współczesnego, że próbuje ją stworzyć na własną rękę.

Aby ukazać jak najkompletniejszy obraz kulturowej alergii, należy uwzględnić wyjątek znacząco różniący ją od tej typowej choroby. Ta ostat-

nia zawsze bowiem powoduje dyskomfort. Alergeny kulturowe potrafią natomiast uzależnić, wywołać przyjemność lub utrzymać nieświadomość bycia uczulonym. Dopiero owa (nie)świadomość w połączeniu z przyjemnością są źródłem kulturowego bólu, gdy skonfrontowane zostaną z nieumiejętnym wypełnieniem kulturowych komunikatów. Jeśli alergia jest wynikiem głębokich modyfikacji zachodzących w kulturze, tak jak jest nią reakcja układu trawiennego na genetycznie modyfikowaną żywność, to być może właśnie teraz gen kultury ulega modyfikacji. Pytanie podstawowe dotyczy tego, czy jest to jedynie tradycyjna ogrodnicza krzyżówka, czy laboratoryjny mutant. Jest to wtedy istotne, gdy w rozpoznaniu reakcji alergicznych pójdzie się dalej i sięgnie do zjawisk niebezpiecznych, mających radykalne efekty. Takie rozumowanie jest niebezpieczne, gdyż daje możliwość poszukiwania usprawiedliwień i racjonalizacji, wymaganych zarówno przez *trwanie*, *oczekiwanie*, jak i współczesną percepcję przyszłości.

Kultura będąca źródłem *nadmiernej reakcji* jawi się jako owoc zakazany z racji powodowanej przez siebie alergii. Wywołana nią nadwrażliwość bliska jest zdolności poznania i wiedzy uzyskanej przez biblijnych przodków po zjedzeniu jabłka, zdolności okupionej cierpieniem.

Adaptacje

Współczesnemu człowiekowi dana jest tęsknota za światem, którego nie znał i za czasem, który nie był mu dany. Żyje on w poczuciu pragnienia nieobecnych rzeczy i niedoznanych doświadczeń. Żyje w świecie mediów, które jednocześnie niepokoją i zapewniają spokój. Zachodzi tu paradoks: media tak mocno eksploatują ludzkie emocje, że dochodzi do ich deprywacji. Trafnie, acz dosadnie ujmuje to Michel Maffesoli: „Można sobie wyobrazić, że stajemy dziś w obliczu pewnej formy „świętych obcowania”. Poczta elektroniczna, sieci seksualne, rozmaite solidarności, zgromadzenia sportowe i muzyczne – to wszystko oznaki kształtującego się etosu. To wyznacza nowego Ducha czasów, którego można nazwać uspołecznieniem” [Maffesoli 2008, s. 118].

Mnogość projekcji i rekomendacji dotyczących tego, jak myśleć i żyć, zmusza do kapitulacji wobec własnej niedoskonałości. Człowiek współczesny sam dla siebie jest jednocześnie wspaniały i brzydki, wszechmocny i kaleki. W nim stapia się świadomość marności, poczucie końca i zachwyt epoką jego historycznych poprzedników. Wielość możliwości, przekonanie o zdolności do nieograniczonego sprawstwa łączy się w człowieku i społeczeństwie współczesnym z poczuciem niemocy. Jest ona spowodowana zanikaniem siły oddziaływania ludzkiego buntu, a w podstawowej, elementarnej formie – siły

oddziaływania informacji. Traci ona swoją moc, gdyż przechodzi przez dwa skrajne bieguny. Pierwszy z nich to fanatyczna fascynacja informacją (nie zdarzeniem!) lub lęk paniczny przed nią. Drugi biegun to dewaluacja informacji, następująca poprzez poznawczą habituację. Jako, że adresat jest zawsze uniwersalny, informacje giną już w kolejce do jednostkowej i zbiorowej świadomości. To wszystko tworzy specyficzny typ współczesnej osobowości: osobowości *przed przejściem*. Nie jest to jeszcze osobowość liminalna, nie jest to osobowość liminoidyczna, choć jak stwierdza Victor Turner: „Dzisiejsza liminoidyczność jest wczorajszą liminalnością” [Turner 1992, s. 58 cyt. za: Brzozowska-Krajka 2003, s. 3]. Jest to osobowość oczekująca na przełom.

Zakończenie

Chciałbym określić krąg i odczytać, rozszyfrować odczucie hasła i tekstów kultury. Odpowiedź na hasła kulturowe widzę w rozpoczęciu poszukiwania, nie rozumianego jednak jako kolekcjonowania doświadczeń lub rzeczy, lecz jako fenomenu i celu mającego swoje źródło w zjawisku niedostępności. Tej zaś dopatrywałbym się w chęci doznania ekskluzywności i ekskluzyj. Zakładam przy tym, że ekskluzywność pojęta w sensie ekonomicznym jest całkowicie poza kręgiem rozważań. Pytania, które można zadać na zakończenie brzmią następująco: czy współczesna kultura tworzy produkty ekskluzywne, a więc niedostępne poprzez ukrycie, utajenie oraz nieuświadomienie? Wreszcie: czy reakcje wywołane przez alergiczną kulturą są źródłem tego ukrycia, zblokowania dostępu do tych produktów? Osiągnięcie stanu poszukiwania nowej jakości niedostosowania do alergennego środowiska jest pierwszym etapem odpowiedzi na te pytania.

Bibliografia:

- Adam B. (2008), *Czas społeczeństwa przemysłowego i władza* [w:] P. Sztompka, M. Boguni-Borowska (red.) *Socjologia codzienności*, Znak, Kraków.
- Baudrillard J. (2001), *Ameryka*, wyd. Sic!, Warszawa.
- Bauman Z. (1999), *Po co komu teoria zmiany?* [w:] J. Kurczewska (red.) *Zmiana społeczna. Teoria i doświadczenia polskie*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa.
- Bauman Z. (2005), *Życie na przemiał*, przeł. Tomasz Kunz, Wydawnictwo Literackie, Kraków.
- Bełkot A. (2006), *Konsumpcja jako kulturowo uwarunkowana forma przemocy* [w:] H. Mamzer (red.), *Formy przemocy w kulturze współczesnej*, Wydawnictwo Naukowe UAM., Poznań.
- Brzozowska-Krajka A. (2002–2003), *Liminalność/liminoidyczność a postmodernistyczna bajka o szczęściu/nieszczęściu (przypadek Girl Guide)*;
http://annales.umcs.lublin.pl/annales_filologia.php, dostęp: 26.09.2012 r.
- Dawkins R. (2007), *Samolubny gen*, przeł. Marek Skoneczny, wyd. Prószyński i S-ka, Warszawa
- Jung C.G. (1981), *Archetypy i symbole. Pisma Wybrane*, przeł. Jerzy Prokopiuk, wyd. Czytelnik, Warszawa.
- Levinas E. (1999), *Czas i to, co inne*, wyd. KR, Warszawa.
- Maffesoli M. (2008), *Czas plemion. Schyłek indywidualizmu w społeczeństwach ponowoczesnych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Szacki J. (1999), *Nauki społeczne wobec wielkiej zmiany* [w:] J. Kurczewska (red.), *Zmiana społeczna. Teoria i doświadczenia polskie*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa.
- Turner V. (1992), *Variations on a Theme of Liminality* [w:] *Blazing the Trail. way marks in the exploration of symbols*, University of Arizona Press, Tucson and London.
- Whorf B.L. (2003), *Model uniwersum Indian* [w:] G. Godlewski (red.), *Antropologia słowa. Zagadnienia i wybór tekstów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Zamiara K. (2001), *Skrytość kultury a świadomość indywidualna* [w:] K. Zamiara (red.), *Skrytość kultury*, Wydawnictwo Fundacji Humaniora, Poznań.

Paweł Łubiński *pawel.lubinski@work.uwm.edu.pl*

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Proces hybrydyzacji starych i nowych mediów na przykładzie aktywności Ruchu Narodowego

The Hybridization of Old and New Media As Exemplified by the Activities of the National Movement

Abstract:

The article shows the interpenetration of old and new media in the transmission formulated through representatives of the National Movement. The author tries to clarify the relationships between the two types of media, giving concrete examples of media activities of the National Movement and its activities both in the pages of traditional media and social forms of communication, which gives the possibility to use the Internet today. The processes of convergence and hybridization of media make it articulated in this way makes it easier to transfer to reach the potential customer, which becomes an effective model of communication connecting the "new" with the "old" and derived from the "old" to complement the "new". Formed in this way enriches order to communicate, disseminate information flow and make this model of a universal tool for content distribution.

Key words:

hybridization, old media, new media, the National Movement.

Wprowadzenie

Współczesny rozwój przestrzeni publicznej, medialnej i politycznej w dobie wszechstronnych rozwiązań stosowanych przez świat nauki i techniki zachodzi w charakterystycznym dla tego procesu, dynamicznym tempie. Publicyści i wydawcy medialni skarżą się na spadek zainteresowania tradycyjnym „sło-

wem pisany”. Jeśli chodzi o narzędzia, metody, instrumenty, nośniki oraz sposób formułowania przekazu serwowanego szerszemu odbiorcy, naukowcy oraz badacze problemu podkreślają skok cywilizacyjny, zwieńczony naturalnym przejściem pomiędzy „starym” a „nowym” porządkiem. Czy rzeczywiście tzw. stare media zostaną z czasem całkowicie wyparte przez możliwości, jakie daje współczesnym społeczeństwom dostęp do Internetu? Czy proces ten naprawdę już się rozpoczął? Co prasa, książki, radio i telewizja mają jeszcze do zaoferowania, a jakie potrzeby mogą być zaspokojone już tylko dzięki mediom nowym? Jak wygląda koegzystencja/kolizja starych i nowych mediów na konkretnych przykładach i co nazwać można hybrydyzacją (kreolizacją) medialną? Celem niniejszego opracowania jest próba odpowiedzi na zasygnalizowane pytania w kontekście inicjatywy społeczno-politycznej, jaką jest Ruch Narodowy, która posłuży do analizy wykorzystywania starych i nowych mediów w procesie formułowania przekazu i docierania z nim do jak najszerzej publiczności.

W niniejszej analizie szczególnie pomocne okazały się następujące pozycje bibliograficzne: Fiut I.S. (2011), *Konwergencja mediów a komunikowanie* [w:] K. Pokorna-Ignatowicz, J. Bierówka (red.), „Stare” media w obliczu „nowych”, „nowe” w obliczu „starych”, t. 3, Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków; Trudzik A.M. (2010), *Rola mediów w funkcjonowaniu współczesnego ruchu anarchistycznego w Polsce* [w:] M. duVall, A. Walecka-Rynduch (red.), „Stare” i „nowe” media w kontekście kampanii politycznych i sprawowania władzy, t. 2, Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków; Przybycień K.K. (2007), *Edukacja „ery informacji”* [w:] P. Drzyzga (red.), *Nowe media a tradycyjne środki przekazu*, Maternus Media, Kraków; Szpunar M. (2012), *Nowe – stare medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa.

Konwergencja a hybrydyzacja starych i nowych mediów

Traktując o pewnych płaszczyznach działań medialnych, które w sposób zamierzony i intencjonalny wpływają na świadomość (ale i podświadomość) współczesnego człowieka, nie sposób jest nie dostrzec konfrontacji słowa pisanego (którego nośnikiem jest przede wszystkim prasa i książka) oraz obrazu (kojarzonego z elektronicznymi środkami przekazu). Jest to o tyle istotne, że dotyczy problemu miejsca książki i innych nośników związanych ze starymi mediami w epoce ogólnodostępnego Internetu [Nowakowski 2007, s. 27].

Dywagacje naukowe odnoszące się do tytułowej hybrydyzacji mediów należy, zdaniem autora, rozpocząć od zdefiniowania związanego z nią zjawiska konwergencji medialnej, a więc upodabniania się różnych form i środków przekazu.

Katarzyna Kopecka-Piech konwergencję medialną przedstawia jako proces, którego cechami charakterystycznymi są „zbieżność, integracja i upodabnianie się zawartości mediów (treści i struktury) oraz typów uczestnictwa w komunikacji. Poszczególne elementy determinują się wzajemnie, a konwergencja medialna pozostaje w tej relacji z innymi typami konwergencji” [Kopecka-Piech 2010, s. 3]. Badacze problematyki medialnej podkreślają, że obecne trendy rozwoju komunikowania międzyludzkiego przybierają często postać tzw. „kultury konwergencji”, która charakteryzuje się z kolei aktywnym uczestnictwem konsumentów przekazów medialnych w tworzeniu i redystrybucji treści oraz nowych form przekazu. Wzrost znaczenia kultury konwergencji nie musi jednak oznaczać zerwania „medialnych więzi” łączących nadawców i odbiorców określonych treści, które były do tej pory domeną wyłącznie starych mediów. Owe stare media nie są bowiem całkowicie wypierane przez media nowe. Będą one ewoluować pod wpływem ich nowych odpowiedników i wchodzić z nimi w interakcje. Problem polega na traceniu znaczenia starych narzędzi przekazu na rzecz nowych, nie zaś na „obumieraniu” mediów starych jako takich [por. Fiut 2011, ss. 13–14; Jenkins 2007, s. 19]. Komputer, jako narzędzie oraz dostęp do Internetu stały się obecnie środami do gromadzenia, prezentowania oraz generowania informacji, które w sposób bezpośredni przyczyniają się do bardziej efektywnej pracy i wykorzystania możliwości starych mediów, ale w nowej i (z punktu widzenia upowszechnienia się technologii informacyjnych) ulepszonej formule [por. Przybycień 2007, s. 19].

W procesie unifikacji, czy kodyfikacji przekazów, narzędzi, systemów medialnych, które pierwotnie nie były ze sobą powiązane, a które zaczynają pełnić podobne funkcje, wyróżnia się trzy formy konwergencji: technologiczną, transmisyjną oraz rynkową [Fiut 2011, s. 15]. Konwergencja technologiczna polega na rozpropagowaniu wytworów medialnych o podobnych cechach użytkowych w oparciu o najnowszą technologię informacyjną (przykładem może być cyfryzacja przekazów medialnych). Konwergencja transmisyjna dotyczy wykonywania pewnych podobnych usług z tym, że z wykorzystaniem różnych środków ich świadczenia (przykładem będzie rozwój technologii związanych z multimedialnym świadczeniem usług telekomunikacyjnych). Konwergencja rynkowa zaś dotyczy wzajemnego przenikania się odmiennych sektorów rynku medialnego (przykładem może być pomysł świadczenia usług internetowych za pomocą łączy „mobilnych” oraz kablowych – tak telefonicznych, jak i telewizyjnych [Fiut 2011, ss. 14–15].

To właśnie konwergencja o charakterze technologicznym jest uważana za główny powód koncentracji treści, stanowiących medialny przekaz, w Internecie, a owa koncentracja, jako jedno z podstawowych pojęć „mainstreamowej” egzystencji tzw. mass-mediów, prowadzi do ujednolicenia i komercjalizacji serwowanych odbiorcy przekazów [zob. Szpunar 2012, s. 147]. Przekaz ten nie jest jednak domeną wyłącznie wirtualnej komunikacji międzyludzkiej jako takiej, która rozgrywa się na łamach internetowej sieci. Komunikowanie polityczne (jako część komunikowania międzyludzkiego) jest bowiem równie ważnym elementem, który poprzez uniformizację (spowodowaną procesem konwergencji) oddziałuje na przekaz informacyjny za pośrednictwem mediów [Maciejewska 2005, ss. 286–287]. Z kolei media w ramach sfery politycznej pełnią funkcję gromadzenia informacji dotyczących życia publicznego, analizy i przetwarzania tychże informacji, upowszechniania ich, diagnozy skuteczności wpływu na postawy oraz zachowania odbiorców i opracowywania strategii informacyjnych, które będą wzmacniały efektywność komunikacji społecznej [Sobkowiak 1999, s. 213].

Procesy związane z przemieszczaniem się tradycyjnych metod i technik komunikacyjnych zarówno w sferze instrumentów rozpowszechniających daną treść, jak i wirtualizacji form przekazu, są odpowiedzialne za ostateczny „produkt medialny”, który trafia w ręce odbiorcy. Ten informacyjny przepływ wiąże się także z hybrydyzacją, która w sferze nauk politycznych, a szerzej – nauk społecznych „składa się przede wszystkim z zapożyczania i pożyczania koncepcji, metod, teorii i praktyki badawczej” [Żukowski 2005, s. 14]. W odniesieniu do dyskursu mediów proces hybrydyzacji dotyczy krzyżowania się obrazu, dźwięku i tekstu (a więc m.in. ilustracji, filmu, głosu, muzyki i prozy), a odnosząc to do pewnego rodzaju „sztuki medialnej” – również elementów natury technicznej, semiotycznej i estetycznej [Couchot 2006, s. 58].

Jak słusznie zauważa Ignacy S. Fiut, proces hybrydyzacji polega na przemieszczaniu się „różnych form komunikowania przekazów, postaw odbiorczych wśród publiczności oraz użytkowników mediów. Hybrydyzacja taka zmierza w dwóch kierunkach: pionowym oraz poziomym. Pionowa działa wtedy, kiedy innowacje technologiczne w nowych mediach wpływają na innowacyjność struktury oraz obiegu komunikacyjnego starych mediów¹ (...). Natomiast jej mechanizm poziomy polega z kolei na tym, że media nowe i stare sukcesywnie upodabniają się do siebie² (...)” [Fiut 2011, s. 17]. Różnorodność form i na-

1. Autor cytowanego fragmentu wymienia tu przykład nowego medium, jakim jest prasa bezpłatna, która jest wynikiem połączenia formy tradycyjnego medium (prasy) z elementem bezpłatnego odczytywania treści zamieszczanych w Internecie.

2. Autor cytowanego fragmentu podaje za przykłady: strony WWW, portale społecznościowe i tabloidyzację prasy, które za sprawą obrazu upodabniają się do przekazu serwowanego odbiorcom w telewizji i Internecie.

rzędzi służących procesowi komunikacji i postępujący proces hybrydyzacji medialnej sprawiają, że dostęp do szerszej oferty (formułowanych w ten czy inny sposób) treści jest otwarty dla coraz większej części społeczeństwa. Nie jest rzeczą nową to, iż szczególnie ludzie w młodym wieku (średnim również) są w największej grupie odbiorców treści przedstawianych właśnie za pomocą komunikatorów i serwisów informacyjnych publikujących na łamach Internetu. Bez wątpienia upowszechnienie się (będące przecież jednym ze skutków konwergencji i hybrydyzacji medialnej) m.in. czytania e-booków³ na nowych urządzeniach typu smartfon, tablet, palmtop i innych narzędziach, służących jako czytnik „wirtualnych książek”, staje się swoistym trendem rzutującym w sposób bezpośredni na dalszy rozwój nowych metod i narzędzi komunikowania społecznego.

Ruch Narodowy a stare media

Nie bez powodu autor do swej analizy wybrał właśnie Ruch Narodowy⁴, który swą popularność zawdzięczać można nie tylko ogólnemu stanowi frustracji wśród młodszej części społeczeństwa, spowodowanemu polityką sprawowaną przez koalicję rządzącą, ale również swej wzmożonej aktywności w środkach masowego przekazu, mimo niechętnego stanowiska większości mediów, określanych przez środowisko narodowo-patriotyczne jako media „mainstreamowe”⁵. Jeśli chodzi o tradycyjne środki przekazu, przez wielu (zdaniem autora niesłusznie) pomijane w analizach i współcześnie spychane do roli drugorzędnych⁶, oprócz radia i telewizji wymienić można także wlepki, ulotki, broszury, prasę, książki, filmy, plakaty, postery, graffiti, grafiki umieszczane na odzieży oraz wydawnictwa muzyczne (kasety i płyty wydawane często w tzw. „drugim obiegu”). Te i inne tego typu środki przekazu były obecne i nierzadko przodowały w formułowanym przez polityków i określone grupy przekazywaniu propagandowym przez dziesiątki lat. Niezależnie od pozytywnego lub negatywnego wydźwięku płynących za sprawą owych mediów treści – są one w dalszym cią-

3. E-book jest rodzajem książki zapisanej w formacie elektronicznym, której odczyt jest uzależniony od posiadania jednego z urządzeń z oprogramowaniem umożliwiającym odtworzenie zapisanej w ten sposób treści.

4. Nieformalne stowarzyszenie różnorodnych podmiotów prowadzących oddolną działalność społeczną, którego fundamentem współpracy jest ich autonomiczna aktywność w ramach wspólnie wyznawanych zasad, wartości i idei – wyrosłych z myśli społeczno-politycznej obozu narodowego w latach międzywojennych. Podmioty te podejmują aktywność na polu społecznym, kulturalnym, wychowawczym oraz edukacyjno-historycznym. Od 11 lutego 2015 roku Ruch Narodowy działa również jako partia polityczna.

5. Tzw. media głównego nurtu.

6. Jako pozbawionych ich dotychczasowego znaczenia w porównaniu z rozwojem nowoczesnych form przekazu.

gu ważnym elementem wpływającym na poszerzanie grona odbiorców określonych informacji wykorzystywanym do tego celu również przez środowiska skupione wokół Ruchu Narodowego (przykład białej propagandy).

Podjmując się analizy treści medialnych ferowanych przez Ruch Narodowy w tradycyjnych środkach przekazu należy zacząć od wymienionej wlepki. Wlepka jest rodzajem niewielkiego plakatu (najczęściej przybiera formę papierowego kwadratu o boku kilku centymetrów), która po procesie jej powielenia zostaje rozłokowana w różnych miejscach danego okręgu, miasta, regionu. Zazwyczaj wlepki są samoprzylepne i rozmieszcza się je na słupach, drzewach, blokach mieszkalnych, murach, ścianach, skrzynkach, znakach drogowych itd. Ich celem jest rozpropagowanie znajdującej się na nich treści (w przypadku Ruchu Narodowego są to treści z pogranicza historii, patriotyzmu, religii, dumy narodowej czy sprzeciwu wobec odmiennych postaw i ideologii). Poniżej autor prezentuje przykładowe wlepki o tematyce narodowej:

Rys. 1. Wlepki o treści narodowo-patriotycznej

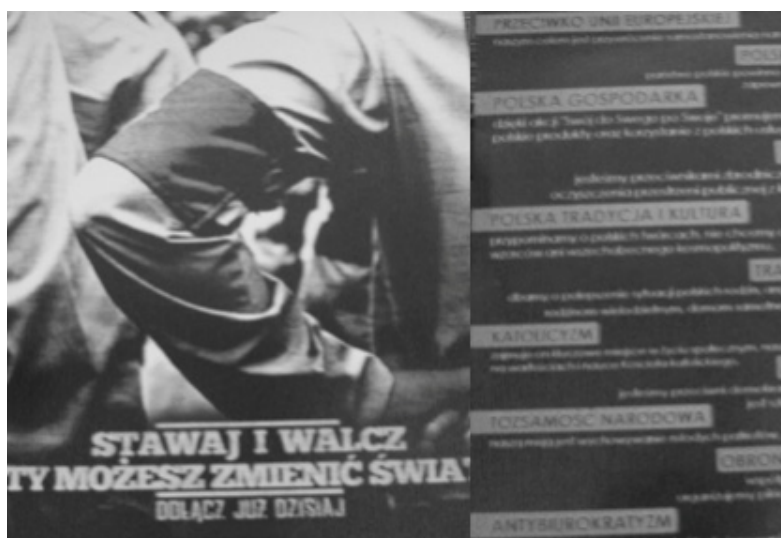


Źródło: archiwum autora.

Powyższa ilustracja obrazuje wlepki propagujące inicjatywę Ruchu Narodowego, osobę Romana Dmowskiego – ideologicznego przewodnika przedwojennych narodowców i wzór męża stanu dla współczesnych środowisk narodowych, wydarzenia związane z komunistycznymi represjami dotyczącymi polskich żołnierzy i procesem rotmistrza Witolda Pileckiego, zamordowanego w 1948 roku pod zarzutem szpiegostwa oraz inicjatywę obchodów Narodowego Święta Niepodległości podczas odbywającego się corocznie Marszu Niepodległości.

Kolejnym tradycyjnym medium, wykorzystywanym przez organizacje współtworzące Ruch Narodowy, jest ulotka – drukowana forma przekazu określonych treści, którą charakteryzuje prostota w swym wyrazie, klarowność formułowanych za jej pośrednictwem haseł oraz niski koszt jej powielenia i rozpowszechnienia [Trudzik 2010, s. 47]. Dążąc do systematyzacji tej formy przekazu można stwierdzić, że ulotki narodowo-patriotyczne są wydawane przez ośrodki ogólnonarodowe (kryterium ośrodka wydawniczego), poruszają zarówno sprawy krajowe, jak i międzynarodowe (kryterium stopnia ogólności tematycznej), mają charakter ogólnoinformacyjny (kryterium zakresu problematyki), są drukowane (kryterium formy przekazu), z reguły rozdawane lub rozklejane (kryterium formy kolportażu) i formułują treści narodowe, anty-unijne, anty-globalistyczne, treści pro-life itd. (kryterium treści przekazu) [Trudzik 2010, s. 48]. Mogą one przybrać poniższą formę.

Rys. 2. Dwustronna ulotka programowa Obozu Narodowo-Radykalnego



Źródło: archiwum autora.

Niewątpliwymi zaletami wlepek i ulotek są stosunkowo niskie koszty ich produkcji i powielania, bezpośredni sposób ich dostarczenia do odbiorcy oraz możliwość wielokrotnego ich powielenia i rozłokowania, co zwiększa możliwości redystrybucyjne nadawcy. Podobną funkcję pełni broszura. W odróżnieniu od wlepek i ulotek ta forma prezentowania postulatów i haseł ma bardziej obszerną i wyczerpującą w swej treści osnovę. Poza miejscem przeznaczonym na tytuł, czy też hasło danej inicjatywy, której broszura dotyczy, oraz na wszelkie znaki graficzne uatrakcyjniające wygląd i świadczące o jej estetyce, broszura (wydana w formie folderu, składanej kartki papieru czy niewielkiej książeczki) powinna zawierać informację o środowisku, grupie czy jednostce, która jest odpowiedzialna za promocję określonej inicjatywy, organizację akcji społecznej czy prekursorstwo mobilizacji społecznej w jakimś określonym celu, a także szersze nakreślenie problematyki związanej z odpowiednią (do powyższych zagadnień) treścią.

Rys. 3. Broszura Ruchu Narodowego rozdawana podczas Marszu Niepodległości w dn. 11.11.2013r.



Źródło: <https://www.facebook.com/pages/Dlaczego-jeste%C5%9Bmy-narodowcami/524816097609731>.

Pierwsza z powyższych fotografii obrazuje okładkę broszury Ruchu Narodowego pt. „Dlaczego jesteście narodowcami?”. Rozpowszechnienie jej podczas Marszu Niepodległości miało na celu zaznajomienie jego uczestników z historią ruchu narodowego, jako obozu, którego początki sięgają Ligi Polskiej oraz wskazanie tendencji rozwojowych Ruchu Narodowego – struktury odwołującej się do okresu międzywojnia. 36-stronicowa broszura, podzielona na 6 rozdziałów, opisuje historię obozu narodowego, osobę Romana Dmowskiego, odzyskanie niepodległości, realia dwudziestolecia międzywojenne-

go, walkę NSZ⁷ z reżimem komunistycznym, okres po 1989 roku oraz idee i założenia programowe współczesnego Ruchu Narodowego [Wyrostkiewicz 2013]. Na drugiej fotografii przedstawiona jest paleta z nakładem broszury przeznaczonej do dystrybucji bezpłatnej – co należy odnotować jako kolejną cechę broszury. Środki finansowe na jej produkcję pochodzą ze składek lub anonimowych datków osób popierających określoną inicjatywę.

Periodyczne wydawnictwa w postaci czasopism (tygodników, miesięczników, kwartalników) oraz te o charakterze nieperiodycznym (głównie wydawnictwa książkowe) zaliczane do starych, tradycyjnych mediów, są niezwykle istotnymi elementami łączącymi płynący z ich treści przekaz z percepcją i sposobem myślenia odbiorcy. Poza zamierzonym efektem propagowania określonych idei i myśli autorów artykułów prasowych i książek, słowo pisane (słowo drukowane) posiada szereg cech, które z komunikacyjnego punktu widzenia są istotne dla podtrzymywania wspomnianej więzi. Tekst wzmacnia u czytelnika świadomość rangi własnych myśli w procesie rozumienia określonych pojęć i zjawisk, pobudza wyobraźnię i (paradoksalnie) pozwala stworzyć w głowie czytelnika (odbiorcy treści) obraz o szerszym zasięgu niż ten formułowany w przekazach wizualnych, wyrabia u czytelnika cierpliwość i rozwija umiejętności artykulacyjne [Nowakowski 2007, ss. 32–34]. Wzmacnia także intelektualne zaangażowanie odbiorców w przeciwieństwie do biernej konsumpcji przekazów właściwej mediom nowym [Szpunar 2012, s. 161].

Współcześnie, pomimo wielu tytułów prasowych, w których znaleźć można tematykę mniej lub bardziej zbliżoną do problematyki narodowej, istnieje szczególnie kilka pozycji prasowych stricte odwołujących się do myśli i idei narodowej – będących jednocześnie swoistymi organami prasowymi Ruchu Narodowego o szerszym zasięgu. Sam Robert Winnicki, jeden z liderów Ruchu Narodowego, wymienia takie pozycje, jak: „Polityka Narodowa”, „Myśl.pl” i „Magna Polonia” [Winnicki 2013, 27]. Stosunkowo młodą pozycją prasową (wydawaną od września 2013 r.) jest ogólnopolski tygodnik „Polska Niepodległa”, na łamach którego swoje teksty publikują członkowie organizacji współtworzących Ruch Narodowy.

.....
7. Narodowe Sity Zbrojne.

Rys. 4. Przykłady prasy narodowo-patriotycznej



Źródło: <http://sklep-niezalezna.pl/pl/p/Polityka-Narodowa.-Ruchy-nacjonalistyczne-w-Europie-numer-10/571>, <http://capitalbook.pl/prasa/943-my%C5%9Blpl-numer-27-22013.html>, <http://www.ngopole.pl/tag/magna-polonia/>, <http://niepoprawni.pl/blog/1801/niepodlegla-polska-rekomendacja-nowego-tytulu>.

Tematyka i charakter wspomnianych tytułów prasowych sugerują pewnego rodzaju spójność natury tożsamościowej i ideowej. Jak zaznaczają twórcy periodyku, „Polityka Narodowa” jest pismem (kwartalnikiem założonym w 2008 roku) społeczno-politycznym poświęconym sprawom narodu, którego zespół redakcyjny tworzą osoby uznające się za kontynuatorów społecznego, politycznego i kulturalnego dorobku „jedyne go w pełni polskiego ruchu społecznego”, jakim był obóz narodowo-demokratyczny i widzące w nim przykład do naśladowania oraz swoisty podkład do konfrontacji z obecną rzeczywistością [Polityka Narodowa, b.r.]. „Polityka Narodowa” to stosunkowo obszerny (ok. 300–350 stron) periodyk spójny tematycznie, podkreślający zarówno problemy kulturalno-tożsamościowe, jak i kwestie międzynarodowe współczesnego świata oraz zawierający recenzje pozycji ideowo bliskich linii tematycznej pisma. Redaktorem naczelnym pisma publikującego artykuły na zasadzie non-profit jest Konrad Bonisławski. W kontekście niniejszego opracowania można przytoczyć frazę z Manifestu „Polityki Narodowej”, w której zespół redaktorski zamieścił następujące zdanie: „Jako formę przekazu świadomie wybraliśmy papier, ponieważ wbrew prorokom ery nowoczesności, zmierzch słowa drukowanego nie tylko nie nastąpił, ale druk stał się na powrót ekskluzywnym nośnikiem treści cywilizacyjnych” [Polityka Narodowa, b.r.].

Podobny wydźwięk ma kwartalnik społeczno-polityczny „Myśl.pl”, którego redaktorem naczelnym jest Krzysztof Tenerowicz. Na stronie internetowej promującej pismo można wyczytać m.in.: „Celem pisma jest zarówno przedstawianie poglądów szeroko rozumianego ruchu narodowego na sprawy dzisiejsze, jak i prezentacja relacji narodowej myśli do zdarzeń minionych” [Myśl.pl, b.r.]. Na łamach pisma rozpatruje się wątki tematyczne charakte-

rystyczne dla poszczególnych numerów pisma, ideowe, polityczne, geopolityczne, gospodarcze, historyczne, dotyczące społeczeństwa, nauki i edukacji, społecznie aktywnych kobiet i organizacji współtworzących współczesny obóz narodowo-patriotyczny. Nakład pisma sięga 1 500 egzemplarzy, a autorami są zarówno publicyści narodowi, osoby ze środowisk młodzieżowych i akademickich, jak i przedstawiciele formacji oraz stowarzyszeń współdziałających z Ruchem Narodowym⁸.

Kolejną pozycją periodyczną jest pismo o profilu narodowo-radykalnym, kwartalnik „Magna Polonia” – organ prasowy Obozu Narodowo-Radykalnego. Redaktorem naczelnym czasopisma jest Adam Seweryn, a kwartalnik składa się z 100–150 stron, na których znajdują się artykuły działaczy Obozu Narodowo-Radykalnego oraz organizacji kobiecej współpracującej w ramach Ruchu Narodowego – Sekcji Kobiet Ruchu Narodowego⁹. Na łamach pisma zamieszczane są teksty dotyczące działalności Obozu Narodowo-Radykalnego, bieżącej sytuacji w kraju i na świecie z narodowym odniesieniem do tych kwestii, idei narodowo-chrześcijańskiej, historii, aktywności fizycznej oraz kultury. Dodatkowym elementem wpływającym na kolportaż prasy narodowo-patriotycznej są różnorodne dodatki do numerów promocyjnych w postaci płyt z muzyką patriotyczną czy plakatów upamiętniających pewne wydarzenia z historii Polski. „Świeża” pozycją o tematyce patriotycznej jest ogólnopolski tygodnik „Polska Niepodległa” (redaktor naczelny – Piotr Bachurski), charakteryzujący się brakiem względu na „poprawność polityczną” oraz dość jednoznacznym przekazem nastawionym na publikację artykułów liderów Ruchu Narodowego (m.in.: Robert Winnicki, Przemysław Holocher, Krzysztof Bosak, Jerzy Wasiukiewicz, Tomasz Pałasz), przedstawicieli środowisk akademickich oraz społecznych aktywistek i aktywistów. Niewątpliwą zaletą owego tygodnika jest systematyczność w docieraniu z przekazem do odbiorcy i jego przystępna cena.

Zaliczana do starych mediów książka wzmacnia pozycję słowa w przestrzeni medialnej i na co zwraca uwagę Piotr Nowakowski „musi być wynikiem jego stałej i konsekwentnej promocji. Słowo musi zawsze przeważać (...) nad każdym innym typem przekazu. (...) (Jednak – przyp. P.L.) logosfera nie może być postrzegana jako przeciwieństwo ikonosfery” [Nowakowski 2007, s. 35]. Środowiska skupione w Ruchu Narodowym czy też z nim sympatyzujące, poprzez pozycje książkowe odwołują się do potencjalnego odbiorcy, co ma też podwójny wymiar: po pierwsze książka jest tradycyjnym środkiem przekazu, po drugie, Ruch Narodowy w dużej mierze artykułuje po-

8. Autor ma tu na myśli m.in.: Młodzież Wszechpolską, Unię Polityki Realnej, Kongres Nowej Prawicy, Ruch Wolności, Stowarzyszenie Republikanie, Stowarzyszenie KoLibier, Stowarzyszenie Nowoczesnego Patriotyzmu, Akademicki Klub Myśli Społeczno-Politycznej „VadeMecum”, Stowarzyszenie „Sztafeta” i inne.

9. Drugą organizacją kobiecą o profilu narodowo-patriotycznym są Kobiety dla Narodu (KDN).

głądy zbieżne z konserwatywnym, właśnie tradycjonalistycznym sposobem postrzegania rodziny, roli religii, narodu oraz całego państwa. Przykładami narodowych książek, korespondujących z linią programową Ruchu Narodowego, które wyznaczają pewne trendy tematyczne w środowisku, mogą być: „Bezpieka. O mitologii służb specjalnych PRL” Aleksandra Ściosy, „Precz z komuną” Marcina Hałasia, „Paszkwil Wyborczej” Leszka Żebrowskiego, zestawienie wywiadów z liderami Ruchu Narodowego pt. „Kto się boi Ruchu Narodowego?” opracowane przez Magdalenę Mądrzak, czy „Droga Nacjonalisty” Tomasza Greniucha – pozycja ukazująca drogę, po której autor zmierzał w stronę „Szczytu Góry Przeznaczenia” [Greniuch 2013]. Niemniej istotnymi publikacjami (podstawowymi) są pisma i dzieła twórców myśli narodowo-demokratycznej, tj. Romana Dmowskiego, Zygmunta Balickiego czy Jana Ludwika Popławskiego oraz innych, późniejszych narodowców, w których upowszechnianiu prym wiodą takie wydawnictwa jak Nortom, Dom Wydawniczy Ostoja i Capital (wydawca wznowienia dzieła Romana Dmowskiego „Myśli nowoczesnego Polaka” w roku 2013).

Poza wspomnianymi na początku wlepkami i ulotkami, graficzny wymiar mają także inne środki przekazu, wśród których wymienia się najczęściej filmy, plakaty, graffiti, różnego rodzaju grafiki oraz w sferze „audio” – wydawnictwa muzyczne. Filmy o tematyce narodowej, w zależności od ich tematyki, można podzielić na historyczno-dokumentalne¹⁰ i propagandowe¹¹. Filmy są dobrym rozwiązaniem, jeśli chodzi o próbę dotarcia z przekazem szczególnie do osób ceniących sobie niewymagający zaangażowania sposób rejestracji treści. Obraz i dźwięk nie wymuszają na odbiorcy skupienia się na przekazie, a ten jest z kolei ulotny i często brak jest możliwości powrotu do opisanych już wydarzeń (np. filmy emitowane w telewizji).

Grafiki patriotyczne umieszczane na różnych nośnikach (plakat, graffiti, odzież) mają na celu rozpropagowanie określonych haseł i idei, będących źródłem pożądanych wśród narodowców postaw. Grafiki i przedstawiany za ich pośrednictwem obraz są o tyle cenne, że treści prezentowane w taki sposób mają nie tylko w ostatnim czasie modny wśród młodzieży wyraz patriotyczny, anty-komunistyczny, anty-globalistyczny i anty-unijny [por. Trudzik 2010, ss. 56–57], ale także stanowią niekiedy (np. w formie grafiki naniesionej na odzież) wartościowy gadżet dla „nosiciela” określonych treści – co jest charakterystyczne dla młodszej części społeczeństwa. Graffiti czy plakaty różnią się między sobą formą przekazu (rysunek na murze, grafika w formie posteru), natomiast niekoniecznie treścią. Poniżej przykłady grafik narodowo-patriotycznych.

10. Np. „Noce i dnie” (1975) Jerzego Antczaka, „Roman Dmowski” (1995) Mariana Kubery, „Róża” (2011) Wojciecha Smarzowskiego.

11. Odnoszące się stricte do Ruchu Narodowego, w więc m.in. film promujący inicjatywę Marszu Niepodległości.

Rys. 5. Przykłady patriotycznego graffiti



Źródło: <http://www.prabuty.com/dokonczone-graffiti-lupaszki/>, <http://www.mmwarszawa.pl/448785/2013/5/22/mur-wyscigow-do-remontu-czy-ocaleja-graffiti-zdjecia?category=kultura> (21.11.2013).

Niewątpliwie dywersyfikacja źródeł przekazu i ich oddziaływanie na percepcję odbiorcy są kluczowymi elementami skuteczności komunikowania międzyludzkiego. Formą przekazu mogą być także utwory narodowe, patriotyczne, za sprawą których grono odbiorców tych treści znacznie się powiększa. Istnieje wiele twórców muzycznych ze sceny tożsamościowej¹², którzy poprzez teksty piosenek wpływają na odbiorców i determinują tym samym wzrost ich akceptacji oraz zainteresowania treściami uznawanymi dotąd za archaiczne i niedostosowane do zaistniałej rzeczywistości społeczno-politycznej, stanowiąc tym samym pewnego rodzaju zaprzeczenie dla obecnego porządku instytucjonalno-prawnego w kraju.

12. W czerwcu 2013 roku został zorganizowany pierwszy festiwal muzyki tożsamościowej pod nazwą Festiwal Orle Gniazdo, na którym swą twórczość zaprezentowali m.in.: Irydion, Ptaku, Basti, AllBandits, Obłąd, Tormentia.

Ruch Narodowy a nowe media

Pojęcie nowych mediów, którego początki sięgają już połowy lat 80. XX wieku [Szpunar 2012, s. 59] jest w stanie ciągłej ewolucji. Kluczowym terminem, który pojawia się w kontekście nowych mediów, a który odnosi się w sposób bezpośredni do komunikowania, jest interaktywność rozumiana jako interdyscyplinarność podejścia do procesu odbioru (ale i przekazywania) pewnych informacji, co daje użytkownikom nowych mediów szerszą i bardziej zindywidualizowaną ofertę opcji do wyboru. Owa interaktywność, dająca możliwości „producenckie” (obok biernej konsumpcji przekazu), uaktywnia odbiorcę, czyni go „kreatorem i komentatorem” zarazem oraz daje przewagę mediom nowym nad ich starym odpowiednikiem [Szpunar 2012, ss. 61–62; Łęcicki 2011, s. 61].

Co podkreśla wielu badaczy problematyki mediów, stare media (czy też ich wymiar merytoryczny) stają się zawłaszczane przez nowoczesne formy charakterystyczne dla mediów nowych oraz głównego nośnika współczesnych treści, jaki bez wątpienia jest Internet. Jednocześnie zachodzące procesy hybrydyzacji oraz homogenizacji medialnej w obszarze sieci wirtualnych zależności stały się asumptem do rozważań naukowych nad znaczeniem nowych mediów dla przekazu formułowanego przez Ruch Narodowy – środowisko wykorzystujące wszelkie formy społecznej (społecznościowej) aktywności na łamach różnorodnych dostępnych form przekazu.

Autor pragnie skupić się na tych możliwościach Internetu, które z punktu widzenia przekazu formułowanego przez Ruch Narodowy cieszą się największą popularnością i zasięgiem oddziaływania. Podstawowym źródłem informacji dla użytkowników sieci są strony internetowe popularyzujące ideę narodową i poglądy patriotyczne – charakterystyczne dla analizowanego środowiska. Strony www, tj. ruchnarodowy.net¹³, narodowcy.net¹⁴, marszniepodleglosci.pl¹⁵, mw.org.pl¹⁶, onr.h2.pl¹⁷, mysl24.pl¹⁸, niklot.org.pl¹⁹, bch.org.pl²⁰, ruchwolnosci.org²¹, endecja.pl²² czy romandmowski.pl²³, są istotnym

13. Strona internetowa Ruchu Narodowego.

14. Portal informacyjny Narodowcy.net.

15. Strona internetowa Marszu Niepodległości.

16. Strona internetowa Młodzieży Wszechpolskiej.

17. Strona internetowa Obozu Narodowo-Radykalnego.

18. Strona internetowa Mysł24.pl (wcześniej Mysł.pl).

19. Strona internetowa Stowarzyszenia na rzecz Tradycji i Kultury „Niklot”.

20. Strona internetowa Fundacji im. Bolesława Chrobrego.

21. Strona internetowa Ruchu Wolności.

22. Strona internetowa poświęcona Narodowej Demokracji.

23. Strona internetowa poświęcona osobie Romana Dmowskiego i jego twórczości.

źródłem informacji o samym Ruchu Narodowym, instytucjach go współtworzących oraz idei, która łączy wszelkie autonomiczne środowiska społeczne, kulturalne i tożsamościowe w pracy na rzecz postulatów głoszonych przez reprezentantów Ruchu.

Ogólnie rzecz ujmując strony internetowe można podzielić na trzy grupy. Pierwszą stanowią strony, których celem jest opis danej organizacji, ukazanie jej stopnia sformalizowania, unaocznienie jej założeń i poglądów (mi.in. strony Młodzieży Wszechpolskiej i Obozu Narodowo-Radykalnego); drugą kategorię tworzą witryny internetowe mające za zadanie przekazywanie informacji o profilu narodowo-patriotycznym dotyczących wydarzeń, uroczystości z tym związanych (np. portal Narodowcy.net); trzecią grupę stanowią natomiast strony o wydźwięku tożsamościowo-historycznym i ideowym, wskazujące na korzenie i pierwowzory myśli oraz myślicieli, do spuścizny których narodowcy się odwołują (np. strona internetowa poświęcona historii i twórczości członków obozu Narodowej Demokracji).

Ważnym dla charakteru i tematyki owego opracowania jest też zasygnalizowanie pewnego trendu, wedle którego artykuły prasowe, teksty książek, grafiki plakatowe, filmy oraz muzyka, będące dotąd domeną starych mediów, są wykorzystywane (obrazuje to właśnie proces hybrydyzacji medialnej) przez „świat nowych mediów” tyle, że w nowej przestrzeni – wirtualnej – znacznie bardziej podatnej na nadużycia i inne zagrożenia. Jak pisze Magdalena Szpunar: „Celem (...) krytycznego stosunku do nowości nowych mediów nie jest zanegowanie nowej jakości, bowiem w wielu wymiarach mamy z nią do czynienia (...) ale zwrócenie uwagi na fakt, iż mimo niezwykłych możliwości, jakie oferuje Internet, jedynie niewielki odsetek jego odbiorców decyduje się na aktywne uczestnictwo” [Szpunar 2010, s. 16], co jest przecież sprzeczne z założeniem aktywizacji społeczeństwa artykułowanej przez Ruch Narodowy.

Kolejnym wyznacznikiem aktywności narodowców, wykorzystującym możliwości Internetu, są portale społecznościowe i platformy umożliwiające komunikację z potencjalnym odbiorcą za pomocą haseł, wpisów, tekstów, grafik, filmów, dźwięków i innych interaktywnych sposobów porozumiewania się. Należy do nich zaliczyć przede wszystkim Facebook, Twitter i YouTube – cyberprzestrzenne nośniki informacji przodujące współcześnie na rynku usług swoistego „pośrednictwa międzyludzkiego”. Z profilu Ruchu Narodowego na popularnym Facebooku, poza informacją o rozpoczęciu jego działalności w dniu 11 listopada 2012 roku i odwołaniem do narodowców z XIX i XX wieku, Romana Dmowskiego, czasów II Rzeczypospolitej i okresu II wojny światowej, suwerenności państwa i tożsamości narodowej, można wyczytać także szereg informacji dotyczących konkretnych wydarzeń, spotkań Ruchu Narodowego, wystąpień jego działaczy, protestów organizowanych

przez działaczy narodowych, manifestacji programowych frakcji współdziałających z Ruchem Narodowym oraz ich działalności społeczno-kulturalnej [zob. Facebook, 25.11.2013].

Coraz popularniejszym medium społecznościowym staje się Twitter, na którego platformie internetowej Ruch Narodowy również posiada swoje konto. Portal ten jest często wybierany przez osoby publiczne, polityków i dziennikarzy, ponieważ nie wymaga tak znacznego nakładu czasu podczas jego użytkowania, jak choćby Facebook. Twitter jest serwisem społecznościowym, który oferuje jego użytkownikom możliwość wysyłania, odczytywania krótkich wiadomości tekstowych²⁴ i tym samym staje się narzędziem komunikowania dostosowanym do potrzeb współczesnych relacji międzyludzkich w sferze internetowych realiów determinowanych przez dynamizm, skuteczność, prostotę przekazu i impulsywność zachowania współczesnych odbiorców²⁵ [Nowakowski 2007, ss. 33–34]. Przykładowymi tweetami Ruchu Narodowego mogą być: „Dziś o 17:30 tv Trwam pokaże trwające niecałą godzinę nagranie Marszu Niepodległości, zarejestrowane przez ich kamerę na Pl. Konstytucji” czy „A już w tę sobotę pierwsze zjazdy wojewódzkie i referenda ws. startu w wyborach do europarlamentu w 2014 roku” [zob. Twitter, 25.11.2013], które jak widać pełnią funkcję głównie informacyjną. Tweetującymi członkami Ruchu Narodowego są m.in. Robert Winnicki, Artur Zawisza i Krzysztof Bosak²⁶.

Trzecią platformą, która rzecz jasna nie wyczerpuje tematyki posługiwania się przez Ruch Narodowy możliwościami, jakie stwarzają nowe media, jest serwis YouTube, umożliwiający jego użytkownikom zamieszczanie, odtwarzanie oraz komentowanie materiałów graficznych w postaci filmów. Obecnie jest to główne internetowe źródło przekazu łączące w sobie cechy mediów tradycyjnych (radio i telewizja), a więc o dominującym przekazie audiowizualnym. Znakiem czasu, co również podkreśla wielu badaczy, jest związana z rozwojem tychże mediów hegemonia obrazu [Nowakowski 2007, s. 30], ale i dźwięku. Za sprawą portalu YouTube Ruch Narodowy ma możliwość docierania do odbiorcy w trakcie emisji (uzależnionej od dostępu do Internetu, czasu i dobrej woli odbiorcy) m.in. debat telewizyjnych z udziałem liderów środowisk narodowych i patriotycznych, wywiadów z nimi, rozmów nagrywanych często przy użyciu amatorskiego sprzętu, a mających nierzadko cenne znaczenie dla analiz naukowych i publicystycznych, spotkań tematycznych i konferencji z udziałem liderów narodowych organizacji [zob. YouTube, 25.11.2013]. Można mnożyć przykłady wykorzystania nowych mediów do

24. W serwisie tym nazywanych tweetami.

25. Użytkowników Facebooka lub tzw. followersów na Twitterze.

26. Poza wymienionymi konta na Facebooku posiadają także inni liderzy Ruchu Narodowego: Marian Kowalski, Tomasz Pałasz, Witold Tumanowicz i Jerzy Wasiukiewicz.

walki o elektorat, poparcie społeczne czy rozszerzenie wpływu wyznawanych idei i poglądów Ruchu Narodowego, natomiast dla charakteru niniejszego opracowania zasadne jest unaocznienie jedynie zarysu pewnej tendencji – przemieszania się oraz wzajemnej współegzystencji starych i nowych mediów w kontekście inicjatywy Ruchu Narodowego.

Zakończenie – Ruch Narodowy w procesie hybrydyzacji medialnej

Wyższość nowego typu mediów nad tradycyjnymi środkami przekazu, ukazywana na każdym niemalże kroku w dobie globalno-technologicznego świata, wymusza stwierdzenie, że czas starych mediów na rynku informacyjnym i komunikacyjnym dobiega końca. Można się z tym zgodzić, ale częściowo, jedynie co do formy tradycyjnych środków przekazu. Wiele naukowych rozważań koncentruje się na zasygnalizowanym już procesie mieszania się form, typów, metod, technik, narzędzi i instrumentów świadczących o komunikacji międzyludzkiej oraz jej instytucjonalnej formule. Podkreśla się „nowe” podejście do „starych” mediów, niekoniecznie skutkujące całkowitym zanikiem tych drugich, a na pewno ich ewolucją w kierunku wyznaczonym przez technologiczne standardy współczesnego rynku. Na podstawie analizy wykorzystania przez Ruch Narodowy możliwości starych i nowych mediów do wyartykułowania własnego światopoglądu i głoszenia idei narodowej, można wywnioskować, iż proces hybrydyzacji medialnej zachodzi tu w całej swej okazałości. Biorąc powyższe pod uwagę należy wyrazić przekonanie, iż „stare media” w najbliższej przyszłości nie zostaną całkowicie wyparte przez możliwości, jakie oferuje dziś Internet, choć wypada zaznaczyć, że proces dekompozycji dotychczasowego znaczenia owych mediów już się rozpoczął. Wydaje się, że prasa, książki, radio i telewizja zmieniają jedynie formę oddziaływania społecznego (stopniowo ich funkcje przejmuje sieć wirtualnych powiązań komunikacyjnych), a współwystępowanie „mediów starych” i „mediów nowych” współcześnie, w opinii autora, można nazwać dosyć stabilną koegzystencją obojga analizowanych. Reprezentanci Ruchu Narodowego poprzez rozpowszechnienie przekazu właściwie w większości z możliwych, dostępnych środków przekazu, są żywym przykładem na poparcie tezy o nieuchronności wzajemnego przenikania się metod, środków i narzędzi służących obiegowi informacji w zakresie treści podlegających rozpowszechnieniu.

Bibliografia

- Couchot E. (2006), *Sztuka medialna: hybrydyzacja i autonomia*, „Czas Kultury”, nr 5-6, ss. 58–63.
- Facebook – profil Ruchu Narodowego, dostęp 25 listopada 2013, <<https://www.facebook.com/RuchNarodowy.net>>.
- Fiut I.S. (2011), *Konwergencja mediów a komunikowanie* [w:] K. Pokorna-Ignatowicz, J. Bierówka (red.), „*Stare media w obliczu „nowych”, „nowe” w obliczu „starych”*”, t. 3, Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków.
- Greniuch T. (2013), *Droga Nacjonalisty*, WN Michał Olszewski, Opole.
- Jenkins H. (2007), *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.
- Kopecka-Piech K. (2010), *Nowe media z perspektywy konwergencji. Wzajemne determinacje struktury, treści i typów uczestnictwa* [w:] S. Jędrzejewski, P. Francuz (red.), *Nowe media i komunikacja wizualna*, Wydawnictwo KUL, Lublin, dostęp 4 listopada 2013, <http://www.academia.edu/994124/Nowe_media_z_perspektywy_konwergencji._Wzajemne_determinacje_struktury_tresci_i_typow_uczestnictwa>.
- Łęicki G. (2011), *Etyczne aspekty interkomunikatywności internetowej* [w:] A. Adamski, M. Laskowska (red.), *Nowe media – możliwości i pułapki*, Wydawnictwo Naukowe Scriptorium, Poznań-Opole.
- Maciejewska K. (2005), *Komunikowanie polityczne* [w:] S. Opara, D. Radziszewska-Szczepaniak, A. Żukowski (red.), *Podstawowe kategorie polityki*, Instytut Nauk Politycznych UWM, Olsztyn.
- Mądrzak M. (rozm. i oprac.) (2013), *Kto się boi Ruchu Narodowego*, Bollinari Publishing House, Warszawa.
- Myśl.pl (b.r.), *Portal opiniotwórczy myśl.pl*, dostęp 20 listopada 2013, <http://mysl.pl/?m=17&art_id=&bd=1>.
- Nowakowski P.T. (2007), Środowisko słowa a środowisko obrazu w mediach. Aspekt pedagogiczny [w:] P. Drzyzga (red.), *Nowe media a tradycyjne środki przekazu*, Maternus Media, Kraków.
- Polityka Narodowa (b.r.), *Manifest*, dostęp 19 listopada 2013, <<http://polityka-narodowa.pl/manifest/>>.
- Przybycień K.K. (2007), *Edukacja „ery informacji”* [w:] P. Drzyzga (red.), *Nowe media a tradycyjne środki przekazu*, Maternus Media, Kraków.
- Sobkowiak L. (1999), *Komunikacja społeczna* [w:] A. Antoszewski, R. Herbut (red.), *Leksykon politologii wraz z aneksem: reforma samorządowa w Polsce, partie, parlament, wybory (1989–1997)*, Atla 2, Wrocław.
- Szpunar M. (2012), *Nowe – stare medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego*,

Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa.

Trudzik A.M. (2010), *Rola mediów w funkcjonowaniu współczesnego ruchu anarchistycznego w Polsce* [w:] M. duVall, A. Walecka-Rynduch (red.), „Stare” i „nowe” media w kontekście kampanii politycznych i sprawowania władzy, t. 2, Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków.

Twitter – profil Ruchu Narodowego, dostęp 25 listopada 2013, <<https://twitter.com/RuchNarodowy>>.

Winnicki R.A. (2013), *Jestem Polakiem i jestem z tego dumny* [w:] M. Mądrzak (rozm. i oprac.), *Kto się boi Ruchu Narodowego*, Bollinari Publishing House, Warszawa.

Wyrostkiewicz R.W. (2013), *Przeciw moskiewskiej, brukselskiej i amerykańskiej dyktaturze!*, dostęp 19.11.2013, <<http://www.prawy.pl/z-kraju/4060-przeciw-moskiewskiej-brukselskiej-i-amerykanskiej-dyktaturze>>.

YouTube – filmy z udziałem liderów i przedstawicieli Ruchu Narodowego, dostęp 25.11.2013, <http://www.youtube.com/results?search_query=ruch%20narodowy&sm=3>.

Żukowski A. (2005), *Wprowadzenie: Politologia jako dyscyplina naukowa i kierunek kształcenia – zarys problematyki* [w:] S. Opara, D. Radziszewska-Szczepaniak, A. Żukowski (red.), *Podstawowe kategorie polityki*, Instytut Nauk Politycznych UWM, Olsztyn.

Ewa Kaźmierczak *ewuszekkaz@gmail.com*

Spółeczna Akademia Nauk

Bogusław Sułkowski *bosulkow@uni.lodz.pl*

Spółeczna Akademia Nauk

Niewspółmierne skale pomiaru przemocy w grach i na ekranie

Violence in Video Games and on the Screen

Abstract:

Paper is a methodology focused on tools measuring density of violence in the cinema and in computer games. We will not examine here the causal effects of violence in the real world. Fictional images of violence can be classified as follows: verbal threats and threatening guns, vandalism, accidents, images of wounds, blood and victims, use of firearms, act of killing, body aggression, torture. During content analysis you can count single acts of violence or entire sequences. The video game graphics and pictures have its own specificity different from that of cinema. In relation to video games we must modify the traditional key codes. Here images of the victims, blood and the decomposing bodies or torture are much more dramatic than the very acts of killing. Numbers of weapons in action per hour in video games are much greater than in the cinema or TV, but the very nature of these acts of violence is different. In the game player thanks to his avatar has the causal power.

Key words:

media violence, measurement of violence, content analysis, video games.

Jedną z podstawowych kwestii w badaniach dzisiejszej kultury wizualnej jest pytanie o sprawcze skutki medialnych obrazów przemocy w realnym świecie. By nie odpowiadać na to pytanie globalnie, wysunięto sześć hipotez ułożonych na kontinuum między tzw. neoplatonistami (potwierdzającymi istnienie realnych skutków sprawczych) a sceptykami [Sułkowski 2006]. Co więcej, grubo ponad dziesięć lat temu zespół anglosaskich psychologów i socjologów rozpowszechnił zbiorczy raport zdający się definitywnie zamykający cały pro-

blem, analiza ponad trzech tysięcy poważnych badań empirycznych prowadzi tam do przekonania, że w stopniu wystarczającym udowodniono już życiowe skutki naświectłania dzieci, młodzieży oraz dorosłych obrazami przemocy emitowanymi z ekranów kinowych i telewizyjnych. Tezę tę, wprowadzie nieco słabiej udowodnioną, odniesiono też do gier sieciowych [Anderson 2001, Paik, Comstock 1994, Huesmann 2001]. Rodzi się jednak wątpliwość, czy rozsądnym jest na gruncie jakiegokolwiek dyscypliny naukowej sugerowanie, iż nie są tam konieczne dalsze badania szczegółowe. Zwłaszcza gry sieciowe są fenomenem historycznie nowym, są popularne szczególnie wśród młodych mężczyzn, dotyczą generacji, która czasami w ogóle nie używa już ekranu telewizyjnego. Czy badania nad skutkami przemocy każdego medium mogą posługiwać się jedną, wspólną i już tradycyjną aparaturą metodyczną, czy też stajemy wobec konieczności poszukiwania nowego, uniwersalnego narzędzia?

Artykuł niniejszy ma charakter metodologiczny i metodyczny, skupia się na narzędziach pomiaru natężenia przemocy w tak różnych przekładnikach jak kino i telewizja z jednej strony, a współczesne gry cyfrowe offline i online. Nie będziemy tutaj uprawiać psychospołecznych analiz odbioru ani badać wspomnianych sprawczych skutków medialnej przemocy. Nasze pytanie dotyczy nie psychologii społecznej, ale metodologii analiz treści, będziemy dociekać, czy istnieje możliwość zbudowania narzędzia skutecznego pomiaru zagęszczenia przemocy w mediach tak odmiennych technologicznie jak kino, telewizja oraz gry. Czy sensownie jest liczyć, jak chcą niektórzy, obrazy agresji i gwałtu tą samą metodą w kinie i w grach komputerowych? Każda z sześciu szczegółowych tez o sprawczych skutkach medialnej przemocy, jeśli zyskuje dowód z badań empirycznych, to najczęściej dąży do pokazania statystycznych korelacji (lub jej braku) między natężeniem przemocy w konkretnych filmach, widowiskach czy grach a późniejszymi życiowymi zachowaniami odbiorców tychże treści. Kiedy chcemy korelować dwie zmienne, to warto więcej uwagi poświęcić każdej z nich, w szczególności samej kwestii szacowania przemocy.

Natężenie przemocy ekranowej

Dziesiątki lat badań nad medialną przemocą ustabilizowały definicję samego zjawiska, w każdym razie gdy ograniczymy się do węższego rozumienia przemocy fizycznej, nie dodając tu np. przemocy symbolicznej Pierre Bourdieu.

„Przemoc jest albo otwartą demonstracją użycia siły fizycznej /z użyciem broni lub bez, wobec siebie lub innych/, włączając w to działanie przeciw czyjejś woli, albo też jest groźbą zranienia lub zabicia kogoś, albo jest istotnie zranieniem lub zabiciem kogoś” [Gerbner, Gross, Morgan, Signorelli 1980] lub

prościej: „Jest to otwarty opis zagrożenia przemocą fizyczną albo samo użycie siły z intencją fizycznego skrzywdzenia istoty żywej” [Mediascope 1996].

Posługując się podobnymi definicjami, można sklasyfikować konkretne obrazy filmowe w zależności od stopnia natężenia prezentowanej przemocy: groźba werbalna /ale nie przekleństwa/, straszenie użyciem niebezpiecznego narzędzia, widok krwi, okaleczonego lub uśmierconego ciała, wypadki, katastrofy, widok samej broni w działaniu, w użyciu, destrukcja, intencjonalne dewastowanie czegokolwiek, akt przemocy z użyciem jakiegokolwiek broni, walka wręcz, przemoc fizyczna ciałem /także tortura/, zabójstwo.

W badawczej analizie treści można liczyć najmniejsze pojedyncze akty przemocy (semeny przemocy) lub całe sekwencje gwałtu. Aktem, incydem przemocy jest całość, o której zdecydował montażysta filmu: każdy następny incydent pojawia się, gdy następuje zmiana broni, zmiana osób, zmiana scenografii itd. Te pojedyncze incydenty łączą się w obszerniejsze sekwencje gwałtu, gdy liczymy np. całą bójkę czy walkę, która może toczyć się w zmieniających okolicznościach i środowiskach. Bywają filmy akcji, gdzie można powiedzieć, że całe półtoragodzinny spektakl mógłby być uznany za jedną sekwencję przemocy. Ogólnie mówiąc, kiedy liczymy sekwencję, a nie akty, otrzymujemy wskaźnik dwukrotnie niższy niżli gdy liczyć akty, incydenty. Być może z tego powodu badacze uniwersyteccy liczą najmniejsze akty, incydenty, zaś badacze inspirowani przez korporacje medialne liczą sekwencje, całe epizody agresji.

Uproszczona typologia aktów przemocy może rodzić wiele wątpliwości, niektórzy badacze zauważają, że z punktu psychologii społecznej ważnych jest kilka dodatkowych kwalifikacji obrazów agresji, na przykład ważne jest, jaka postać używa przemocy i w jakim celu. Bywali badacze liczący osobno akty przemocy prospołecznej w porównaniu do proporcji gwałtu bezprawnego. Istnieje tzw. przemoc heroiczna, kiedy to bohater stosuje przemoc w obronie innych i przeciw bezprawiu. Jednakże już w początkach badań tego typu Albert Bandura zauważył, że dla młodzieży najbardziej niebezpieczny jest bohater pozytywny, który pobudza identyfikację, gdy to on właśnie jest zmuszony posługiwać się siłą. Wątpliwości budziła też metodologia prostego zliczania aktów przemocy np. podanie liczby aktów przemocy na godzinę emisji programu telewizyjnego. Analizy treści filmowych lub telewizyjnych mogą mieć charakter analiz ilościowych lub jakościowych, metody ilościowe cechuje większa rzetelność, ale mniejsza trafność w kwestii interpretacji zestawień statystycznych. Z tego powodu badacze wciąż komplikują sposoby oceny każdego pojedynczego aktu przemocy i sposoby kwalifikowania materiału do analiz ilościowych. Najbardziej wyrafinowany indeks przemocy staje na pograniczu analizy ilościowej i jakościowej, uwzględnia przynajmniej pięć miar analitycznych: odsetek całych programów zawierających przemoc (P), wskaź-

nik scen przemocy na pojedynczy program (R:P), wskaźnik takich scen na godzinę (R:H), odsetek bohaterów uwikłanych w przemoc, sprawców i ofiar /V/, odsetek postaci uwikłanych w zabijanie, zabójców i ofiar /K/. Zatem indeks przemocy = $\%P+2R/P+2R/H+\%V+\%K$ [Gerbner, Morgan, Signorelli 1994].

Kombinowanie analizy ilościowej z bardziej wyrafinowanym aparatem jakościowym wydaje się zadaniem fascynującym. Rzecz w tym, że każda niezwykle kosztowna próba tego typu jest przedsięwzięciem wysoce zindywidualizowanym i jednorazowym, odróżnia jedno środowisko badawcze od innego, w rezultacie trudno o porównawcze międzynarodowe zestawienia. Porównaniom łatwiej podlegają proste statystyki liczby aktów przemocy na godzinę programu telewizyjnego lub filmu. Takie analizy ilościowe prowadzone niegdyś w Polsce wykazały, jak szybko w procesie transformacji ustrojowej, w rezultacie prywatyzacji i deregulacji telewizji, natężenie medialnej przemocy zbliżyło się do standardów amerykańskich [Sułkowski 2006 s. 114]. Być może w latach następnych, a i współcześnie w Polsce zjawisko narastania agresji w tzw. *prime time* zostało zahamowane, a nawet trend został nieco odwrócony w sytuacji niebywałej ekspansji seriali telewizyjnych dla kobiet.

Tabela 1. Akty a epizody przemocy w godzinach 20–23 w roku 2005 N=1516

Stacja telewizyjna	Akty, incydenty	Na godzinę	Epizody, sceny	Na godzinę
TVP1	377	17,9	199	9,4
Polsat	493	23,5	312	14,8
TVN	646	22,7	227	10,8

Źródło: badania własne.

Nawet prosta ilościowa analiza natężenia obrazów przemocy w programie telewizyjnym może poważnie się na typologię takich obrazów emitowanych w czasie największej oglądalności. Przytoczone tu konkretne medialne obserwacje w okresie dwóch lat metodą równych odstępów i zgromadzono 6 599 aktów agresji, które budowały poniższą strukturę.

Tabela 2. Struktura aktów przemocy

- przemoc fizyczna ciałem, walka - 1 259
- użycie broni wszelakiej - 1 117
- krew, rany, ciała ofiar - 981
- demolka, destrukcja - 783

- katastrofy wypadki - 736
- widok samej broni w akcji, w działaniu - 723
- zagrożenie fizyczne, bronią i ciałem - 544
- groźba werbalna - 456

Źródło: badania własne.

Widzimy z zestawienia, że obok pytania o zagęszczenie obrazów przemocy warto pytać także o ich naturę odróżniając np. przemoc najcięższą od tej lżejszej. Kino i dokumentacja przemocy stają się dla młodych mężczyzn medialną przynętą, kiedy są drastyczne w użytych środkach wyrazu. To stwierdzenie jest ważne dla obrazów kinowych, kiedy widz sam podejmuje decyzję o wyborze obrazu. Natomiast nadmierna drastyczność przedstawienia w telewizji w godzinę największej oglądalności może mieć efekt przeciwny, w kategoriach statystycznych może nawet pomniejszać frekwencję przed telewizorem przypadkowej publiczności.

Dla dalszych rozważań porównujących pomiar treści ekranowych z internetowymi grami ważne będzie postawienie pytania o możliwość stosowania wspólnego klucza kodowego w analizach ilościowych. Można przypuszczać, że z punktu widzenia psychologii społecznej grafika gier komputerowych posiada własną specyfikę. Podstawowym faktem jest aktywność gracza, jego sprawczość w fikcyjnym świecie gry. Awatar, którym posługuje się gracz jest jego uosobieniem, często gracz ma możliwość osobistej konstrukcji tej postaci poprzez dobieranie jej atrybutów i także broni. Hazard w grze rodzi, pobudza silniejszą identyfikację z prowadzoną postacią. Tymczasem postaci filmowe są nam dane jako gotowe, przeżycia projekcji i identyfikacji w kinie są rezultatem słabszego lub silniejszego wczuwania się w ekranową postać i jej losy. Fenomeny wczuwania w grze wymagają nowej teorii psychospołecznej, w grze uczestnik oglądający swą ruchliwą postać z tyłu lub z kamery umieszczonej jak gdyby na głowie postaci, osobiście dokonuje za nią wyborów i podejmuje decyzje. Przemoc jest tu wytwarzana na odpowiedzialność gracza, a sprawca gwałtu nie może pozostać obserwatorem współczującym, jak to bywa w kinie. Do tego wszystkiego dochodzi odmienna struktura samego spektaklu gry i środków wyrazu. W takiej grafice walka ciałem wygląda inaczej niż na dużym ekranie, ogólnie mówiąc walki w grze są z natury tworzywa prezentowane mniej ekspresywnie, nie ma tu wielkich pełnoekranowych zbliżeń dużego ekranu, nie ma naturalnego ruchu i wyrafinowanej reżyserii, w zamian mnoży się samą liczbę ataków i uderzeń. Użycie i stosowanie seryjnej broni palnej lub wszelakiej innej, często bywa machinalne i z reguły niezwykle rozrzutne, w zamian szafuje się obrazami krwi, ran i poszarpanych storturowanych ciał.

Charakterystyka wybranych gier z gatunku survival horror

Sięgnięto tu po przykład względnie nowego gatunku gier, do gier survival horror, ta dyscyplina rozrywki rozwija się niezwykle szybko, konwergując, łącząc i przekształcając gatunki wcześniejsze. Kilka kryteriów decydowało o dobrej próbie gier: ich popularność na rynku, cechy charakterystyczne dla badanego gatunku, rozwiązania fabularne. Każda z tych gier reprezentuje konwencję survival horror, choć znacznie się one różnią między sobą. W tytułach należących do gatunku survival horror należało dobrać gry o następujących cechach: tajemnicza lokalizacja łącząca w sobie elementy grozy, ponadnaturalny przeciwnik, sadysta o najgorszych intencjach, oprawa graficzna budząca strach, niepokój, wstręt, odrazę, bezsilność, to jest ograniczony lub całkowity brak możliwości podjęcia walki w celu ochrony bohatera, awatara. Pośród cech gatunkowych nie wymieniamy tu nasilenia aktów przemocy, w istocie ta kwestia jest dopiero przedmiotem naszego postępowania badawczego.

Dead Space to gra z 2008 roku, wyprodukowana przez jednego z największych producentów studio Electronic Arts. Gracz wciela się w postać Isaaca Clarke'a, inżyniera będącego członkiem zespołu naprawczego statków kosmicznych. Akcja rozpoczyna się w momencie, gdy załoga odbiera sygnał z USG Ishimury, ogromnego statku, który uległ awarii. Na miejscu okazuje się, że załoga została zlikwidowana. Pozostawione na pokładzie ciała są zainfekowane tajemniczym, pozaziemskim wirusem. Odtąd głównemu bohaterowi przyjdzie zmierzyć się z niezwykle silnym oraz brutalnym przeciwnikiem. Wirus, który dostanie się do ciała żywiciela, ewoluuje, tworząc tym samym zupełnie nową formę życia. Ludzkie ciało zamienia się w monstrum, stanowiące śmiertelne zagrożenie dla gracza. Eksploracja statku odbywa się zza pleców głównego bohatera błądzącego po korytarzach. W przypadku *Dead Space* częstym widokiem jest krew, zmasakrowane ciała załogi oraz ciała przeciwników.

Silent Hill to seria gier wydanych przez japońskie studio Konami. Ważnym elementem gry jest mit miasteczka Silent Hill, które w przeciągu kilku chwil potrafi przemienić się w prawdziwe „piekło na ziemi”. Alex, poszukując śladów swojego młodszego brata, musi stawić czoła licznym, bezlitosnym przeciwnikom. Cechą charakterystyczną każdej z części *Silent Hill* jest mnogość ich zakończeń. To, jakie decyzje podejmie gracz, będzie miało wpływ na finał rozgrywki. W momencie, gdy gracz nie pomaga postaciom uwikłanym w fabułę lub jego wybory dotyczą np. zemsty, braku litości itd., Alexa czeka przykry koniec. Gracz jest głównym sprawcą przemocy, obrazów ran i ciał ofiar. Gracz

klikając po raz wtóry dokonuje serii ciosów i szybko uśmierca przeciwnika. Pokryte krwią atakujące awatara demony stanowią o charakterystyce gatunku. W *Silent Hill: Homecoming* filmiki są wypracowane graficznie i epatują przemocą. W jednej ze scen „Piramidogłowy” potężny demon uśmierca w brutalny sposób ojca bohatera. Ból i cierpienie w tej fabule nigdy się nie kończą.

Amnesia: Mroczny Obłąd to dzieło Fictional Games z 2010 roku. Okrzyknięta jedną z najstraszliwszych survival horrorów gra ta stanowi ważny przykład gatunku. Daniel – główny bohater – jest niemogącą się bronić ofiarą, gracz nie może stać się sprawcą przemocy. Każdy atak potwora obniża poziom życia sterowanej przez gracza postaci. Uderzenia są znakowane w odpowiedni sposób – jęk bohatera oraz kilkusekundowa zmiana odcieni ekranu. Są tu obrazy kaźni, rozczłonkowane ciała, pomieszczenia, w których spoczywa wiele trupów. W *Amnesii* pominięto najbardziej drastyczne obrazy zastępując je /zamieniając je/ werbalną narracją. Gracz dowiaduje się, iż Daniel (jego awatar) był sprawcą bardzo brutalnych, eksperymentalnych tortur na ludziach.

Outlast to też pierwszoosobowy survival horror z 2013 wyprodukowany przez studio Red Barrels. Akcja gry przenosi gracza do zakładu dla psychicznie chorych. Gracz wkrada się do budynku, gdzie zostaje uwięziony. Gracz nie może zaopatrzyć się w broń, aby stawić opór, staje się jedynie uczestnikiem lub obserwatorem wydarzeń. Może jedynie unikać walki, awatar staje się ofiarą przemocy. W kulminacyjnym momencie bohater zostaje pokaleczony przez pacjentów placówki. Pacjenci to postaci zdeformowane, oszpecone, pokaleczone, wydają z siebie dziwne, niezrozumiałe jęki. Przedmioty w grze, które służą do walki, to noże, pręty lub łańcuchy.

Outlast: The Whistleblower to kontynuacja tytułu wyprodukowana przez studio Red Barrels. Po ogromnym sukcesie pierwszej części twórcy zdecydowali się na odświeżenie wątku. Całość jest znacznie bardziej brutalna oraz rozbudowana aniżeli część pierwsza. W tym przypadku gra obfituje w sceny o podtekście seksualnym łącząc je z licznymi scenami przemocy. *Outlast* oraz *Outlast: The Whistleblower* odbiły się szerokim echem w świecie gry. Całość oddaje elementarne cechy survival horroru natomiast realistyczna oprawa graficzna zdaje się wywierać w wielu momentach efekt kina gore. Przemoc na tle seksualnym nie została wyodrębniona w naszej pracy jako oddzielny element badawczy. W związku z tym, iż jest to stosunkowo nowe rozwiązanie (producenci gier niechętnie umiejscawiają podteksty seksualne w grach), klasyfikacja aktów przemocy nie została powiększona o kolejny element klucza kodowego.

The Walking Dead to seria gier zapoczątkowana w 2012 roku, opartych na amerykańskim komiksie autorstwa Roberta Kirkmana. Za ich produkcją stoi studio Telltale Games. Całość traktuje o postapokaliptycznym świecie, w którym porządek został zakłócony przez niebezpiecznego wirusa zamieniającego zmarłych w zombie (żywe trupy żywiące się ludzkim mięsem). Lee poznaje małą dziewczynkę – Clementine, którą obiecuje chronić za wszelką cenę. Pokazywanie cierpienia dziecka (niezależnie od jego wieku) nadal jest tematem tabu gier komputerowych. Rzadko kiedy twórcy decydują się na przełamanie tej bariery. *The Walking Dead* (sezon 2, epizod 2) jest produkcją, która przełamuje konwencje. Wydawać by się mogło, iż kreskówkowa grafika zatrze niejako emocje, które ma wywołać horror. Charakterystycznym elementem całości jest to, iż gracz wciela się w małą dziewczynkę, która parokrotnie sama dokonuje wyboru, komu zaufać, kogo zabić i w jaki sposób to zrobić. To ona staje się zarówno ofiarą jak i oprawcą. Istotny jest moment, w którym dziewczynka pada ofiarą przeciwnika. Twórcy ograniczają pole widzenia gracza, jedynie dźwięk jasno wskazuje na to, iż Clementine zginęła. Śmierć dziecka nie stała się elementem wartym uwagi.

Na oddzielną uwagę zasługują we wszystkich tych grach obrazy przemocy akty pokazujące torturę. Najcięższa przemoc jest zazwyczaj najbardziej graficzna oraz budzi mieszane odczucia. W grze komputerowej w przeciwieństwie do filmu gracz nie jest już utożsamiany tylko z obserwatorem, cichym, biernym uczestnikiem wydarzeń. Gracz wciela się w postać awatara, którego lęki stają się lękami samego gracza. W przypadku tortur, które mają miejsce w grach komputerowych, gracz z reguły jest tylko bezbronnym obserwatorem. Rzadko kiedy twórcy tworzą mu jakiś sposób ucieczki. Zazwyczaj odbywa się to wskutek fabuły niezależnej od aktywnej rozgrywki gracza np. tak jak w przypadku *Outlast: The Whistleblower*, gdzie więzień zaatakował oprawcę gracza, zanim ten zdążył skrzywdzić głównego bohatera. Scena odbywa się zaraz po sekwencji zdarzeń, w których to Gluskin maltretował innych więźniów. W pierwszej części gry *Outlast* awatar gracza został pokaleczony w wyniku tortury, którą zastosował na nim jeden z oponentów. Do końca rozgrywki gracz musi znosić widok zakrwawionych i pokaleczonych rąk. Sam proces odcinania członków nie został pokazany. Gracz zaobserwuje jedynie efekt takiego działania. W *The Walking Dead* tortury odbywają się poza widokiem. Oponent Clementine – Carver torturuje jednego z jej towarzyszy, aby reszta zespołu, która ukrywa się w podanej lokalizacji, przysłała mu na ratunek. Tortury poza graficznymi, nielicznymi scenami odbywają się w wyobrażeniu i tu dużą rolę odgrywa dźwięk danej produkcji. Głośne, przerażające krzyki uatrakcyjniają dane sceny. Starsze gry z tego gatunku bardzo rzadko zwierały tortury, nowsze produkcje coraz śmielej po sięgają po to, by bardziej przera-

zić gracza oraz wpłynąć na jego dyskomfort (komfort psychiczny?). Nie ma jednak reguły, kto będzie główną ofiarą tego typu działań.

Skala aktów przemocy w grach

W grach obserwujemy ten sam fenomen co uprzednio w kinie, postępująca desentyzacja odbiorców żąda od twórców przemocy coraz bardziej drastycznej, tzw. creative violence. Granica wciąż się przesuwa, krytycy filmowi radzili, by w końcu zaopatrzyć widza w kasie biletowej dodatkowo w kostkę dynamitu. W filmie tortura jest dopracowana artystycznie, a aktów tortury jest mniej, w najnowszych grach obserwujemy najczęściej dopiero wstrząsające skutki tortury (szczętka ciała, okaleczenie, pozostawione narzędzia) i obrazów tego rodzaju jest nieproporcjonalnie dużo. Dlatego w odniesieniu do gier najwyższa pora wprowadzić nową pozycję klucza kodowego przemocy najcięższej, jaką jest tortura. Należy też w odniesieniu do gier zmodyfikować hierarchię klucza kodowego między biegunami przemocy ciężkiej i tej lżejszej [Sułkowski, s. 106]. W zależności od intensywności elementów graficznych zakłada się, że obrazy uśmierconego ciała, ran, okaleczeń i krwi w kałużach w grach komputerowych są częstsze i bardziej dopracowane graficznie aniżeli obrazy przedstawiające użycie broni. Tymczasem w filmie wyreżyserowany akt zabójstwa z użyciem broni uważany był za sam biegun przemocy ciężkiej. Widok zmasakrowanych zwłok jest zarówno elementem danej scenerii i może być wynikiem działania samego gracza. W wielu grach komputerowych gracz, który uśmiercił przeciwnika, może nadal podejmować interakcje z jego ciałem powodując większe obrażenia lub rozczłonkowując zwłoki. Podsumowując, o ile użycie broni może wzbudzić chwilowy lęk gracza, nie może zostać uznane za element bardziej niebezpieczny, destrukcyjny aniżeli zbliżony obraz zmasakrowanych zwłok. Można by się spierać, czy użycie broni i zabicie lub zranienie przeciwnika strzałem z broni palnej niesie na ekranie komputera więcej negatywnych emocji aniżeli widok zmaltretowanego ciała. Broń wykorzystywana w grach bywa różnorodna, akty przemocy dokonywane za pomocą jakichkolwiek przedmiotów zostały zaklasyfikowane do mocniej oddziałujących na wyobraźnię obserwatora. Już sam fakt partycypacji w takiej czynności, gdzie jedna z postaci rani drugą, niesie za sobą gwałtowny przekaz emocjonalny. Odtąd gracz ofiara bądź sprawca „krzywdzi” przeciwnika niezależnie od tego, czy był on antagonistą, czy niewinną ofiarą..

Badania przemocy, którymi należy się posłużyć, będą opierały się na wykazaniu liczby takich aktów w wybranych grach oraz podzieleniu ich wedle na nowo uporządkowanej skali.

1. Przemoc werbalna – przejawiająca się poprzez groźby słowne. Do tego rodzaju przemocy nie zalicza się przekleństw;
2. Groźba fizyczna – polegająca na straszeniu użyciem siły lub broni;
3. Sceny kataklizmów, katastrof i wypadków;
4. Celowe, intencjonalne zachowania destrukcyjne, niszczenie przedmiotów;
5. Obrazy przedstawiające użycie broni, czyli sama broń w działaniu
6. Obrazy przedstawiające widok uśmierconego ciała, ran, okaleczeń i krwi;
7. Akty fizycznej przemocy przy użyciu wszelkiego rodzaju broni;
8. Obrazy przedstawiające walkę wręcz i przemoc fizyczną przy użyciu ciała.
9. Obrazy pokazujące torturę.

Badanie będzie skupiało się na sprawdzeniu każdorazowo określonej gry komputerowej pod kątem liczby aktów przemocy. Główną bazę stanowi wcześniej już wspominania solucja (walkthrough). W grze występują pewne schematyczne sceny, w których bierze udział sam gracz. Przykładowo kompozycja filmu jest linearna, niezmienna. Gra komputerowa, która stanowi środowisko pełne interakcji, wymaga od gracza podjęcia różnego rodzaju czynności. Gracz może cofnąć się lub na dłuższą chwilę porozglądać się po danej lokalizacji. Zdarza się, że nie wie, jaki krok podjąć, zatem kilkakrotnie próbuje różnego rodzaju ruchów, co znacznie wydłuża rozgrywkę. Na potrzeby tej pracy wykorzystane zostaną solucje, które w pełni obrazują już sam linearny proces przebiegu gry, bez dodatkowych zawahań. Można by odnieść wrażenie, iż w ten sposób gra zostanie zinterpretowana jak film, jednak jest to działanie nieuchronne i najbardziej skuteczne.

Zaimplementowana metoda liczenia aktów przemocy wywodzi się od analizy przemocy w mediach zaproponowanej przez zespół badaczy opierających się wyłącznie na materiale filmowym [Sułkowski 2006, s. 106]. Metoda ta zostanie rozbudowana o specyficzne elementy odnoszące się *stricto* do gier komputerowych. Liczenie poszczególnych aktów przemocy odbywało się poprzez uwzględnienie aktów niepowtarzających się w sposób machinalny np. wystrzelenie serii pocisków z karabinu automatycznego czy powrót do tego samego miejsca w grze w wyniku „złędzenia”. Wystąpienie załamania danej sceny przez chociażby pojawienie się kolejnego przeciwnika lub kontratak przeciwnika w trakcie walki świadczy o zakończeniu poprzedniego oraz roz-

1. W przeciwieństwie do filmu, akcja gry komputerowej oraz jej dalszy postęp zależy od czynności podjętych przez gracza. To on decyduje, w jakie miejsce chciałby się udać. Gry survival horror opierają się na koncepcji gier przygodowych, co oznacza, że niezwykle ważna jest eksploracja najbliższego otoczenia oraz realizacja poszczególnych zadań. Można by mówić o dublowaniu poszczególnych aktów przemocy jak np. sceny – obrazy zakrwawionych pomieszczeń. Analiza, będąca kluczowym elementem niniejszej pracy, nie zalicza dublowania takich aktów przemocy celem wykluczenia ich wielokrotnego powtórzenia. Można by tę czynność porównać do przewijania filmu wstecz w przypadku, gdy widz pominął wyjaśniony wcześniej wątek. W ten sposób wraca do elementów już zaistniałych, których był świadkiem.

poczęciu kolejnego aktu. Seria ataków np. uderzeń wielokrotnych, jednostajnych w pojedynczego przeciwnika, została uznana za pojedynczy incydent. Tak też miało miejsce w analizie gier *Dead Space* oraz *Silent Hill*. Gdyby liczyć serie ataków, wynik badania byłby zawyżony, co zniekształciłoby statystykę. W przypadku tytułu *The Walking Dead* (odcinek 2 sezonu 2) przemoc wobec przeciwnika określona jest każdorazowo jako pojedynczy incydent ze względu na charakter rozgrywki. Każde uderzenie jest indywidualnym incydentem, które ma znaczący wpływ na całość. Bowiem nie są one powtarzalne ani mechanicznie odtwarzalne.

Wybrany materiał nie został ujednolicony co do częstotliwości czasowej bowiem gry komputerowej nie można uchwycić w tak sztywnej ramie. Większość tytułów posiada określony czas trwania, który ze względu na rozgrywkę nie dostarcza kilkunastogodzinnej rozrywki. W przypadku tytułów takich jak *Dead Space* czy *Silent Hill: Homecoming* na potrzeby niniejszej pracy została wykorzystana próbka materiału licząca odpowiednio 90 minut. W związku z tym, iż oba te tytuły łączą w sobie elementy gry akcji z grą survival horror, ich twórcy rozbudowali elementy budujące dynamikę, skracając fabułę. Produkcje, które wymagają od gracza podjęcia ataku celem obrony awatara, są znacznie dłuższe. System walki w grach komputerowych jest wzbogacony o chociażby takie elementy, jak unik, odskok, kontratak, seria ciosów. Gracz musi tu wykonać zdecydowanie więcej ruchów. W przypadku gier, w których bohater danej gry jest zawsze ofiarą, obserwatorem przemocy, paleta jego umiejętności znacząco się zmniejsza.

Analiza ilościowa aktów przemocy w grach

Tabela 3. Struktura obrazów przemocy w wybranych grach komputerowych.

- obrazy ran, pokrwawionych ciał - 220
- użycie broni wszelakiej - 219
- walka wręcz - 72
- sama broń w działaniu - 35
- groźba fizyczna - 34
- destrukcja, demolowanie - 24
- groźba werbalna - 14
- katastrofy, wypadki - 10
- tortury w zbliżeniu - 3

Źródło: badania własne.

Porównanie struktury aktów przemocy w kinie, telewizji z jednej strony z grami z drugiej strony ujawnia charakterystyczne różnice. Gry epatują przede wszystkim przerażającymi obrazami poszarpanych, poranionych lub gnijących ciał, w dodatku zalanych krwią. Natomiast kino nie poświęca tyle uwagi obrazom grozy po walce, z pola bitwy bądź po torturach. W grach sam akt wykonywania tortury najczęściej przesłonięty jest ilustracją dewastujących skutków tej tortury. Po drugie, gry, obok walki wręcz, walki ciałem częściej niż kino wykorzystują nieskończenie bogaty repertuar wszelakiej broni, gra toczy się o zdobycie coraz nowszych zasobów broni, co zapewnia bezpieczeństwo awatara. Coraz wyraźniejsze jest przypuszczenie, że nowe tworzywo fikcji artystycznej żąda budowy nowego klucza kodyfikacyjnego. Do podobnych sugestii zdaje się prowadzić przeliczenie gęstości aktów przemocy w grach. Liczba takich aktów na godzinę w grach wielokrotnie przekracza to, co obserwujemy na ekranie kina akcji, nawet na przykładzie mistrzów kina gore lub creative violence. Zasadnicza zmienność tworzywa w obu wypadkach, żąda nowej metodologii pomiaru, istnieje zapewne także zasadnicza odmienność psychologii odbioru widza oraz gracza.

Tabela 4. Liczba aktów przemocy na godz. gry

Tytuł gry komputerowej	Liczba aktów na godzinę
Dead Space 1	154
Silent Hill: Homecoming	137
Amnesia: The Dark Descent	31,5
Outlast	128
The Walking Dead season 2 episode 2	82,3
Outlast: The Whistleblower	85,4

Źródło: badania własne.

Liczba aktów przemocy w każdym z wybranych tytułów wskazuje na nie-regularność gatunkową gier komputerowych. Gatunki prezentowanych gier przenikają się i ewoluują zapożyczając różnego rodzaju elementy oraz cechy. W przypadku *Dead Space* oraz *Silent Hill: Homecoming* akcja, o której świad-

czy aktywizacja samego gracza zawiera w sobie więcej przemocy sprawczej. Równie problematyczną kwestią jest jakość przemocy w ogóle. Z biegiem lat aktywizacja gracza zmieniała się. Skala sprawca – ofiara, na której należy zakwalifikować gracza, ulega przekształceniu. Survival horror z początku wzorowany był na grach przygodowych, później były to już gry akcji, natomiast teraz mamy do czynienia z zupełnie nowym tworem. Znaczne przekształcenie rozgrywki dobrze obrazuje pozycja „biernego” gracza, „bierny” to zresztą niefortunne określenie. Jest to postać, która zawsze pozostaje ofiarą. Model gry komputerowej, gdzie gracz nie może bronić swojego awatara, jest stosunkowo młody. Konwencja horroru zakłada, iż strach ma być najważniejszą cechą danej produkcji, a co za tym idzie odebrano graczowi decyzyjność w sprawach samoobrony. Przemoc, której niegdyś sprawcą był sam gracz, teraz zastępuje się innymi rodzajami przemocy.

Zakończenie

Gracz utożsamia się ze swoim awatarem, ale w grach typu survival horror jest to szczególnie ważne. Całość skonstruowana jest w taki sposób, aby gracz odczuwał lęki, strach i zagrożenia. Gdyby gracz podchodził do swojej rozgrywki bezemocjonalnie, gatunek ten nie miałby racji bytu. Survival horror określany był mianem gry przygodowej. Początkowo rozgrywka, mimo iż miała za zadanie w pewien sposób wystraszyć widza, była dość prosta i opierała się głównie na rozwiązywaniu zagadek. Z biegiem czasu, wraz ze wzrostem agresji w grze, gatunek survival horror wykształcił swoją własną poetykę. Przekształcił cechy gry przygodowej na grę coraz bardziej aktywizującą. Survival horror polega na „przetrwaniu”, stawką jest życie awatara, a według założeń konwencji, również „życie” samego gracza.

W ramach badań nad intensywnością przemocy w grach komputerowych należałoby stworzyć jeszcze inną istotną, dwustopniową skalę umiejscawiającą gracza po stronie ofiary lub oprawcy. W przypadku filmów lub książek gracz zdaje się tylko obserwatorem poszczególnych wydarzeń. Gra komputerowa intencjonalnie wymaga od gracza aktywizacji, podejmowania wszelkiego rodzaju działań celem ukończenia konkretnych etapów gry. Warto zastanowić się, jaki rodzaj akcji wzbudza w graczach większe napięcie – bycie ofiarą czy bycie napastnikiem. Gracz napastnik pojawia się w większości strzelanek i gier walki, ale gracz ofiara jest charakterystyczny głównie dla survival horror.

Podkreślamy w ten sposób potrzebę budowy nowego, wyspecjalizowanego instrumentarium pomiaru przemocy w grach. Zasadniczo odmienna od kina

struktura aktów agresji, zogniskowana na makabrycznych obrazach ofiar i chwytająca niewyczerpaną mnogość stosowania rozmaitej broni, ujawnia w istocie ograniczony repertuar środków wyrazu tego gatunku rozrywki. Za wszystkim tym kryje się specyficzna poetyka tej rozrywki nastawiona na inną psychologię grania. Zabijanie i zmiana broni bywają mechaniczne, machinalne i powtarzalne, zabójstwo nie musi być definitywne, a pokonany przeciwnik może jeszcze powrócić do gry. Wielokrotnie większa liczba lekomyślnych aktów agresji w żaden sposób nie może być porównana do ekspresji zbrodni w kinie. Potrzebne są zatem nowe klasyfikacje i nowe klucze kodowe. A zmiana pozycji od widza kinowego do sprawcy kierującego agresją swego awatara ma skutki na razie niezbadane. Wiemy tylko, że sprawcą czynów gwałtownych za konsolą lub przed komputerem jest z reguły młody mężczyzna lub dziecko. Można uznać, że stosowane od lat w analizach treści filmowych klucze kodowe aktów i epizodów przemocy uzyskały akceptację lub są po prostu tolerowane przez filmoznawców. W stosunku jednak do gier fabularnych i gier typu role-playing games kompetencje należą do stosunkowo młodych dyscyplin naukowych: narratologii i ludologii. To na gruncie tych dyscyplin pojawić się mogą zasadne propozycje wyodrębnienia i typologii „semenów”, najmniejszych znaczących aktów przemocy w grach. W określonej przyszłości mogą pojawić się tam konkretne kryteria użyteczne socjologom w ilościowych analizach treści. Rzecz jednak w tym, że na gruncie ludologii kwestia wirtualnej przemocy nie doczekała się wielkiej literatury, ludologia nie przecenia zagrożeń opisywanych w psychologii społecznej.

W sytuacji, gdy nie mamy sprawdzonego, wyspecjalizowanego narzędzia pomiaru przemocy w grach, możemy sięgnąć do innej, tradycyjnej metody badań, jaką są rangowanie i rankingi. Rangowanie stopnia przemocy i syntetyzujące opinie w tej kwestii czynione przez grupy ekspertów, psychologów bliższe są pomiarom jakościowym. Metoda jest wykorzystywana w praktykach klasyfikacji gier komputerowych w świecie. Nawet wstępny przegląd tych klasyfikacji (ratingów) i ich oznaczenia, przypisania wiekowego graczy ujawnia jednak arbitralność i dyskusyjność takich oznaczeń, w praktyce na rating nakłada się marketing.

Bibliografia

Anderson C.A. (2001), *Effects o Violent Video Games. Mata analytic Review o Scientific Literature*, "Psychological Science", 12.

Carroll N. (2004), *Filozofia horroru albo Paradoksy uczuć*, Wyd. Słowo/obraz terytoria, Gdańsk.

Drewniak H. (2007), *Prze-grane dzieci i bezradni rodzice* [w:] K. Walc (red.), *Przemoc. Konteksty społeczno-kulturowe, T. II Kulturowe i edukacyjne aspekty zjawiska*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów.

Has-Tokarz A. (2011), *Horror w literaturze współczesnej i filmie*, Wydawnictwo UMCS, Lublin.

Huesmann L.R., Moise-Titus Ł., Podolski C.L., Eron L. (2001), *Longitudinal Relations Between Children Exposure to Television Violence and Later Violent Behavior*, Ed. Ann Arbor; University of Michigan.

Kmiecik-Baran K. (2000), *Młodzież i przemoc. Mechanizmy socjologiczno-psychologiczne*, Wydawnictwo PWN, Warszawa.

Kmiecik-Baran K. (1998), *Przemoc wobec dzieci – diagnoza i interwencja* [w:] J. Papież, A. Pułkis (red.), *Przemoc dzieci i młodzieży*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.

Krawiec S. (2011), *Niektóre uwarunkowania przemocy w Polsce. Aspekty socjologiczne* [w:] J. Wawrzyniak (red.), *Socjologiczne i psychopedagogiczne aspekty przemocy*, Wydawnictwo AHE w Łodzi, Łódź.

Kruszelnicki M. (2003), *Oblicza strachu. Tradycja i współczesność horroru literackiego*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.

Krzystanek K. (2011), *Oddziaływanie „agresywnych” gier komputerowych na dorastającą młodzież*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jana Kochanowskiego, Kielce.

Laniado N., Pierta G. (2006), *Gry komputerowe, Internet i telewizja. Co robić, gdy wasze dzieci są nimi zafascynowane?*, Wydawnictwo eSPe, Kraków.

Markiewicz-Matyja M. (2011), *Przemoc jako zjawisko społeczne* [w:] J. Wawrzyniak (red.), *Socjologiczne i psychopedagogiczne aspekty przemocy*, Wydawnictwo AHE w Łodzi, Łódź.

Noga H. (2005), *Bohaterowie gier komputerowych – Implikacje pedagogiczne*, Wydawnictwo Nakładem Autora, Kraków.

Ulfik-Jaworska I. (2005), *Komputerowi mordercy. Tendencje konstruktywne i destruktywne u graczy komputerowych*, Wydawnictwo KUL, Lublin.

Siemieniecki B. (2008), *Media a patologie* [w:] B. Siemieniecki (red.), *Pedagogika medialna*, t. 1, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Singorelli N. (1985), *The Measurement of Violence in Television: Violence Indices* [in:] *Broadcasting Research*, 3.

Sułkowski B. (2006), *Przemoc i pornografia śmierci jako przynęty medialne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

Szeja J. (2004), *Gry fabularne – nowe zjawisko kultury współczesnej*, Wydawnictwo Rabid, Kraków.

Świdorski K. (2001), *Przemoc jako problem społeczny XXI wieku – analiza socjologiczna* [w:] J. Wawrzyniak (red.), *Socjologiczne i psychopedagogiczne aspekty przemocy*, Wydawnictwo AHE w Łodzi, Łódź.

Walc K. (2007), *Ludzka przemoc w świecie przedstawionym współczesnego horroru* [w:] K. Walc (red.), *Przemoc. Konteksty społeczno-kulturowe, T. II Kulturowe i edukacyjne aspekty zjawiska*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów.

Żiżek S. (2010), *Przemoc. Sześć spojrzeń z ukosa*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa.

Netografia

Adamkiewicz A., *The case for a AAA sandbox MMO*, http://www.gamasutra.com/blogs/AleksanderAdamkiewicz/20111216/9115/The_case_for_a_AAA_sandbox_MMO.php, [dostęp: 26.08.2014r.].

Amnesia: Mroczny Oblęd –poradnik (dotyczy całej playlisty), https://www.youtube.com/watch?v=Xlif_WC5fbU, [dostęp 15.06.14r.].

Among The Sleep [PC], źródło: <http://www.gry-online.pl/S016.asp?ID=18478> [dostęp: 25.08.2014].

Butler-Hartley J., *Survival horror vs. action horror*, <http://www.zero1gaming.com/2013/05/01/survival-horror-vs-action-horror/> [dostęp: 16.07.2014r.].

Chmielik T., *Recenzja dodatku Whistleblower do gry Outlast – krawy horror gore dla odpornych*, <http://www.gry-online.pl/S020.asp?ID=9715>, [dostęp: 16.06.2014]

Chorąży P., *Negatywny wpływ gier komputerowych na rozwój dzieci i młodzieży*, źródło: www.szkolypto.pl [dostęp: 10.03.2014 r.].

Dead Space, <http://www.ea.com/dead-space>, [dostęp: 16.06.2014]

Dead Space – poradnik, <https://www.youtube.com/watch?v=MZvMfwwmT8> [dostęp: 14.06.2014].

Silent Hill: Homecoming - poradnik, <https://www.youtube.com/watch?v=BYP-PHI66b1Q&list=PLD3AC6092EDC5617F> [dostęp: 14.06.2014].

ESRB, FAQ, <http://www.esrb.org/ratings/faq.jsp#14>, [dostęp: 7.07.2014r.]

FAQ, Często zadawane pytania, http://www.pegi.info/pl/index/id/362#question_5, [dostęp: 7.07.2014r.].

Gra komputerowa (definicja), http://pl.wikipedia.org/wiki/Gra_komputerowa [dostęp: 10.03.2014 r.].

HiZ1 [PC], <http://www.gry-online.pl/S016.asp?ID=23667>, [dostęp: 29.08.2014r.].

Informacje o PEGI, Co to jest PEGI?, <http://www.pegi.info/pl/index/id/364/>, [dostęp: 7.07.2014r.]

Informacje o PEGI, Co oznaczają poszczególne znaki?, <http://www.pegi.info/pl/index/id/369/>, [dostęp: 7.07.2014r.].

Kirkland E., *Horror Videogames and the Uncanny*, źródło: <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/09287.25453.pdf>, [dostęp: 11.03.2014 r.].

Kirkland E., *Survival Horrrality: Analysis of a Videogame Genre*, <http://irishgothichorrorjournal.homestead.com/Kirkland.html>, [dostęp: 11.03.2014 r.].

Klasyfikacja gier, <http://www.gry-online.pl/S018.asp?ID=208&STR=2>, [dostęp: 10.03.2014 r.].

Kłoda-Staniecko B., *Sprawcza przemoc, przemoc sprawczości. O ewolucji prezentacji przemocy w grach wideo*, <http://www.laboratoriumkultury.us.edu.pl/?p=28115>, [dostęp: 12.03.2014 r.].

Outlast [PC], <http://www.gry-online.pl/S016.asp?ID=19813>, [dostęp: 15.03.2014].

Outlast –poradnik, <https://www.youtube.com/watch?v=IK7dljUFQMU>, [dostęp: 16.06.14 r.].

Outlast: The Whistleblower – poradnik, <https://www.youtube.com/watch?v=nIsp-2bEx6-Q>, [dostęp: 16.06.14 r.]

Perron B., *Sign of a Threat: The Effects of Warning Systems in Survival Horror Games*, źródło: http://ludicine.ca/sites/ludicine.ca/files/Perron_Cosign_2004.pdf, [dostęp: 11.03.2014 r.].

Przemoc (definicja), <http://sjp.pwn.pl/szukaj/przemoc> [dostęp: 28.02.2014 r.].

Strona tytułowa gry Amnesia: The Dark Descent, <http://www.amnesiagame.com/#-game>, [dostęp: 19.06.2014].

Strona tytułowa gry Outlast, <http://www.redbarrelsgames.com/index.php> [dostęp: 19.06.2014].

The Forest – strona oficjalna: <http://survivetheforest.com/about/>, [dostęp: 26.08.2014r.]

The Walking Dead Season 1, <http://www.telltalegames.com/walkingdead/season1/> [dostęp: 16.06.2014].

The Walking Dead: Season Two, <http://www.gry-online.pl/S016.asp?ID=22620>, [dostęp: 16.06.2014].

The Walking Dead (sezon 2, część 2) – poradnik, <https://www.youtube.com/watch?v=5TweS843bbQ> [dostęp: 15.06.2014].

Wykorzystanie postaci kobiecej w reklamie wizualnej

The Use of Femininity in Visual Advertising

Abstract:

The main objective of this article is to present the role and significance of advertising. The author focuses on the description of the use of the image of women, which is used in advertisements. Based on analysis of the literature shows two basic kinds of images of women in advertisements: traditional and modern.

Key words:

advertisement, images of women.

Wprowadzenie

Zachęcanie do zakupu i wymiany produktów przez różnorodne formy rozpowszechnianej informacji ma historię sięgającą najdawniejszych czasów. Świadcą o tym napisy i rysunki umieszczane na murach i ścianach domów w starożytnej Fenicji, Babilonii, Egipcie, Grecji i Rzymie. W starożytności i średniowieczu uliczni i targowi sprzedawcy głośno zachwalali swe towary. W XXI wieku taki sposób informowania i zachęcania do zakupu rozmaitych wyrobów zauważa się na ulicach i placach targowych w wielu krajach rozwijających się Azji, Afryki i Ameryki Łacińskiej, zwłaszcza tych nastawionych na przetrwanie – ekonomicznie najbiedniejszych.

Reklama jako narzędzie (instrument) komunikowania się przedsiębiorstwa z rynkiem wciąż cieszy się największą popularnością. Według definicji Amerykańskiego Stowarzyszenia Marketingu (AMA) reklama stanowi masową, odpłatną i bezosobową formę prezentowania oferty sprzedaży przez okre-

ślonego sprzedawcę [Nowacki 2005, s. 38]. Jej głównym celem jest kreowanie potrzeb przez opisywanie i przedstawianie korzyści, walorów produktów, co w efekcie skłania nabywców do ich zakupu. Reklama powinna być traktowana w dwojaki sposób. Z jednej strony jako sztuka pozytywnego skojarzenia reklamowanego produktu, a z drugiej strony efektywnego instrumentu przyczyniającego się do wzrostu sprzedaży. W związku z tym należy podkreślić, że dobra reklama bądź przekaz reklamowy to taki, który jednocześnie oddziałuje na sferę emocjonalną i rozumową odbiorcy. Wpływanie na emocje powoduje w przyszłości efekt przywoływania skojarzeń z daną marką czy produktem, wymusza odpowiednie reakcje, natomiast klasyczne dane typu rzeczowego, w postaci informacji, wpływają na pozornie zdroworozsądkowe decyzje.

Należy zaznaczyć, że obecnie, kiedy mamy do czynienia ze zjawiskiem załewu produktów niemal w każdej branży przy nieco mniejszych rozmiarach popytu, reklama powinna być nie tylko kreatywna jako dzieło sztuki, lecz także zawierać aspekty przyczyniające się do wzrostu sprzedaży. Innymi słowy oznacza to, że reklamodawca musi pamiętać o tym, że jego przekaz reklamowy musi być wyróżniający i ma siłę przebicia się na zatłoczonym rynku reklamowym z unikalnym i nieprzeciętnym pakietem informacji dla odbiorcy.

Celem artykułu jest opis sposobu wykorzystania wizerunku kobiet w reklamach wizualnych. Autor przedstawia podział reklam z udziałem kobiet na tradycyjne i nowoczesne. Ów obraz wynika, z analiz autora, ze specyfiki postrzegania kobiet przez pryzmat wartości kulturowych o charakterze tradycyjnym – lokalnym oraz wartości kosmopolitycznych.

Materiał powstał na podstawie analizy literatury przedmiotu.

1. Rodzaje i cechy mediów reklamowych

Reklamodawcy mają do dyspozycji różne media, za pomocą których mogą informować, przekonać i nakłaniać potencjalnych nabywców do zakupu ich produktów. Jednak należy zaznaczyć, iż każde z mediów ma swoje zalety i wady. Poniżej omówimy najbardziej popularne z nich, mianowicie:

- Reklama telewizyjna – telewizja jako narzędzie bądź nośnik reklamy ma największe oddziaływanie na odbiorców. W spotach telewizyjnych – filmach reklamowych, które średnio trwają 30–35 sekund, wykorzystany jest kolor, ruch, dźwięk i obraz. W tym czasie następuje obrazowa demonstracja cech produktu i przekonująco wyjaśnione są ich korzyści dla konsumentów. Innymi słowy, w reklamie telewizyjnej są wykorzystane dwa zmysły człowieka tj. wzrok i ruch. Jej za-

letą jest: przykuwanie uwagi (w przypadku ciekawego spotu), duża siła perswazji (przekonywanie), masowy krąg odbiorców, dość duża częstotliwość, wysoki stopień wiarygodności. Natomiast do głównych wad należy wysoki koszt całkowity, przekaz jest krótkotrwały i łatwo się go zapomina, jeśli nie jest powtarzany (co z kolei bywa kosztowne) oraz nie zapewnia selekcji odbiorców według kryterium docelowego segmentu rynku.

- Reklama radiowa – medium reklamowe, jakim jest radio, wykorzystuje tylko jeden zmysł ludzki tj. słuch. To medium, które w żaden sposób nie jest w stanie wykorzystać pozostałych zmysłów ludzkich. W związku z tym reklamodawcy powinni pamiętać o tym, że głównymi zaletami medium radiowego są masowy zasięg i niskie koszty, zaś główną wadę stanowi brak oddziaływania wizualnego. Chodzi bowiem o to, że prezentacja produktu ogranicza się do mówionego tekstu oraz dźwięku. W związku z tym efektywna reklama radiowa musi mądrze wykorzystać wybraną muzykę, dźwięku, tekstu oraz inne elementy kreatywne pobudzające wyobraźnię słuchacza, by tworzyć w niej sugestywne, nośne i przyjemne obrazy. Ponadto należy zaznaczyć, iż medium radiowe ma niższy stopień przyciągania uwagi w porównaniu z telewizją, ponieważ wielu słuchaczy traktuje go jako źródło muzyki i nie zwraca uwagi na nadawane reklamy.
- Prasa jako medium reklamowe obejmuje dwa rodzaje: prasę codzienną (gazety, dzienniki) oraz magazyny (czasopisma), określone jako media drukowane, bardzo różniące się od mediów audiowizualnych. Pierwsza z nich ma zasięg ogólnokrajowy lub regionalny. Drugie tj. magazyny mają najczęściej zasięg ogólnokrajowy lub międzynarodowy bądź globalny. W reklamie prasowej wykorzystuje się głównie tekst i grafikę. Za jej pomocą można dostarczać szczegółowej informacji o produkcie i sposobach jego konsumowania albo użytkowania. Wadą zaś jest statyczny obraz reklamowanego produktu, co utrudnia jego prezentację lub demonstrację. Oznacza to, że niezwykle trudno jest stworzyć wizerunek plastyczny, który będzie odbierany przez większość konsumentów z docelowego segmentu tak, jak sobie życzył nadawca reklamy [Pilarczyk, Mryk 2006, s. 216].
- Reklama zewnętrzna (outdoor) – reklama zewnętrzna jest środkiem wizualnym stanowiącym jedną z najstarszych form komunikacji przedsiębiorstwa z klientami. Jest prezentowana na specjalnie do tego przeznaczonych nośnikach reklamy: tablicach wielkoformatowych (bilbordach), na których są klejone wielkowymiarowe plakaty, reklamy malowane na budynkach, płotach, mostach itp. oraz reklamy

zewewnętrzne ruchome na środkach transportu publicznego świetlane ruchome plansze reklamowe, balony itp. Należy podkreślić, że reklama typu outdoor jest kierowana głównie do osób, które większość czasu spędzają w ruchu. Główną jej zaletę stanowi to, iż jest mało kosztowna i zarazem stanowi doskonały środek do uzupełniania reklamy w innych mediach przy wprowadzaniu nowego produktu lub w budowaniu świadomości marki. Natomiast jej głównymi wadami są m.in. ograniczona możliwość przekazywania szczegółowych informacji dotyczących sprzedaży, ponieważ tekst reklamowy ogranicza się jedynie do kilku słów oraz trudności związane z mierzeniem jej efektywności ekonomicznej.

- Lokowanie produktów (product placement) – jest to sposób promocji polegający na umieszczeniu na zasadach komercyjnych w filmie, sztuce teatralnej, programie telewizyjnym czy też innym nośniku audiowizualnym lub drukowanym produktu albo sytuacji prezentującej określony wzór zachowań (najczęściej konsumenckich) [Czarnecki 2003, s. 22]. Jego przewagę nad klasyczną reklamą stanowi to, iż nie budzi u widzów zniecierpliwienia lub nawet awersji. Najczęściej lokowanie produktów jest uznawane za specyficzną formę sponsoringu, ponieważ decyduje o tym zasada wspierania procesu powstania filmu czy sztuki teatralnej środkami uzyskanymi za umieszczenie znaku firmowego (logo) bądź korzystania z samego produktu na przykład pojazdu mechanicznego, zegarka, stroju sportowego, sprzętu gospodarstwa domowego itp.
- Reklama w Internecie – największy wpływ na oblicze współczesnego biznesu wywiera bez wątpienia Internet. Skutki wywołane powstaniem Internetu zarówno w sferze społecznej, jak i gospodarczej, są porównywane niekiedy do konsekwencji wynalazku druku przez Gutenberga, odkrycia Kopernika czy rewolucji przemysłowej [Gregor, Stawiszyński 2002, s. 51, Wiktor 2001, s. 232]. Reklama internetowa jest jednym z najtańszych instrumentów marketingu bezpośredniego, jak i komunikacji bezpośredniej. Zatem do pozostałych zalet należy m. in. zaliczyć jej globalny zasięg, interaktywność, dużą możliwość doboru odbiorców. Natomiast do wad należy zaliczyć przede wszystkim coraz większą liczbę przekazów.

2. Istota doznań wzrokowych w reklamie wizualnej

Istotą reklamy wizualnej jest wykorzystanie jednego z pięciu zmysłów ludzkich tj. WZROKU, którego narządem są oczy, zdolność widzenia, czyli reagowania na takie cechy przedmiotów, jak barwy, kształty, relacje przestrzenne. Na ogół w takiej reklamie wykorzystuje się obraz ruchomy i statyczny, często łączony z tekstem mówionym albo pisanym w celu dotarcia w przekonujący sposób do serca i umysłu nabywcy.

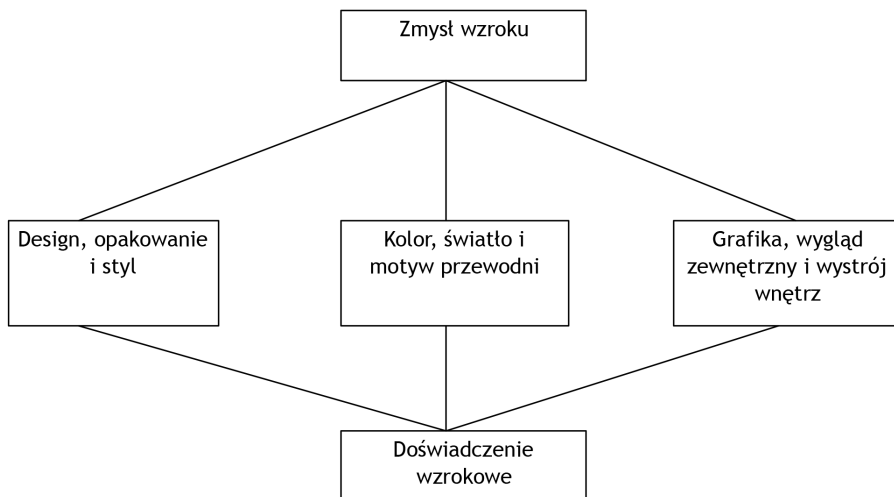
Na podstawie obserwacji i analizy różnych przekazów reklamowych uważa się, że spośród pięciu ludzkich zmysłów to zmysł wzroku dominuje. Inne zaś zmysły ludzkie – dotyk, węch, słuch i smak mimo ważnej roli, jaką odgrywają podczas dokonywania przez nabywców wyboru produktu lub marki, wykorzystuje się w mniejszym stopniu. Na przykład niemożliwe jest, aby wszystkie albo większość produktów producentów artykułów spożywczych da się wypróbować przed podjęciem decyzji zakupu przez nabywców. Natomiast da się bardziej przekonać potencjalnych nabywców co do wyboru produktu i marki dzięki ciekawemu i kreatywnemu przekazowi reklamowemu, atrakcyjnemu opakowaniu i designowi. Również nie da się wahać i dotykać niemal wszystkich produktów, ale w większości przypadków da się ich w różny sposób przedstawić wizualnie.

Zatem badania psychometryczne potwierdziły, iż ważność zmysłu wzroku wynika z następujących faktów:

- dwie trzecie wszystkich bodźców docierających do mózgu to bodźce wizualne;
- ponad 50% mózgu zajmuje się przetwarzaniem obrazów;
- proces uczenia jest oparty w 80% na materiale wizualnym [Hill 2010, s. 43].

Wzrok powszechnie uważa się za najpotężniejszy z ludzkich zmysłów i największego kusiciela. Większość ludzi całkowicie ufa swoim doznaniom wzrokowym. Wzrok pomaga dostrzegać kontrasty i różnice, na przykład pomiędzy obiektami dużymi i małymi, jasnymi i ciemnymi lub cienkimi i grubymi. Zmysł wzroku wychwytuje wszystkie kontrasty, różnice i anomalie. Należy podkreślić, że większość codziennych decyzji opiera się na wrażeniach wzrokowych. Do wyróżnienia tożsamości firmy lub marki konieczna jest wizualizacja wrażeń zmysłowych, którymi posługuje się firma. Wzrok może przyczynić się do zwiększenia świadomości marki i kreacji wizerunku marki poprzez wizualizację, będąc wyzwalaczem doznań [Hulten, Broweus 2011, ss. 89–90] (patrz rysunek nr 1).

Rysunek 1. Wzrok a wizualizacja



Źródło: B. Hulten, N. Broweus, M. van Dijk, *Marketing sensoryczny*, PWE, Warszawa 2011, s. 90.

3. Wizualizacja produktu (wartości)

W działalności marketingowej bardzo ważną kwestią jest wizualizacja produktu.

Nabywca, kupując produkt, nabywa w zasadzie wartość, która ma zaspokajać jego potrzebę, a marketing polega na tworzeniu, utrzymaniu i dostarczaniu wartości dla nabywcy. Natomiast oceny rzeczywistej wartości nabywca dokona porównując wartości zawartej w ofercie z istotnie uzyskaną w czasie konsumpcji i użytkowania produktu.

Wartość w ujęciu marketingowym jest przede wszystkim kombinacją jakości, obsługi i ceny (QSP – *quality, service, price*) zwaną konsumencką triadą wartości [Kotler, Keller 2012, s. 11]. Z punktu widzenia nabywcy wartość wzrasta wraz z jakością i poziomem obsługi, a spada przy wzroście cen. Jedną z metod wizualizacji wartości, jakie motywują nabywców do zakupu danego produktu i marki jest idea „piramidy wpływu”. Jej główne założenie polega na tym, że człowiek z natury zwraca uwagę na zachowanie i styl życia znanych ludzi i celebrytów, którzy go otaczają. W związku z tym starają się naśladować i upodabniać do nich w taki czy inny sposób. Wiele firm oferujących produkty konsumpcyjne trwałego użytku – np. producenci pojazdów mechanicznych,

produkty spożywcze, jak czekolady, lody itp., produkty sportowe – jak obuwie sportowe, produkty kosmetyczne – np. perfumy itd., wykorzystuje znanych ludzi i twarze ze świata kultury, sportu, medycyny, działalności społecznej w przekazach reklamowych ruchomych i statycznych. W ten sposób wybrane osoby stają się ikonami reklamowanych produktów i marek wpływając tym samym na zwiększenie liczby sprzedanych jednostek. W 1985 r. amerykański producent sprzętu i ubiorów sportowych Nike zatrudnił jako twarz koszykarza Michaela Jordana. Posunięcie Nike’a opłaciło się. Linia butów do koszykówki „Air Jordan” po prośbie zniknęła z półek sklepowych i już w pierwszym roku zarobiła dla firmy 100 mln dolarów. Taki sukces rynkowy skłonił Nike do wykorzystania twarzy reprezentujących inne dyscypliny sportowe, jak golf – znany golfista Tiger Woods, tenis – tenisistka rosyjska Maria Szarapowa, tenisista szwajcarski Roger Federer, tenisista hiszpański Rafael Nadal itd.

4. Obraz kobiety w reklamie wizualnej

Obraz kobiety w reklamie wizualnej może pojawić się w reklamie telewizyjnej, kinowej, internetowej, prasowej, billboardowej, plakatowej, katalogowej, ulotkach, na wewnątrz i zewnątrz środków komunikacji, placówkach handlowych i w wielu innych miejscach. Obraz ów jest wykorzystywany w dwojaki sposób, z jednej strony jako instrument promocji produktu, a z drugiej strony perswadowanie określonego stylu życia. Jest ona przedstawiona we wszelkiej roli: stojąca, leżąca, chodząca, siedząca, rozbierana, skromnie ubrana, tradycyjnie ubrana, śmiejąca, smutna, opiekująca, agresywna, młoda, starsza, babcia, matka, córka, ładna, atrakcyjna, seksowna, brzydka, zadbana, elegancka... itd. J. Bator uważa, że obecność treści reklamowych w naszym codziennym życiu stanowi podstawę do rozważań o sensie i znaczeniu przekazywanych przez media typowych figur wizerunkowych kobiet i relacji płci. Reklamy nie pokazują nam, jak kształtuje się wizerunek kobiet i ich relacje z innymi osobami, ale prezentują tor myślenia oraz schemat współistnienia społecznego. Na tym etapie pracy warto zaznaczyć, że kobiety częściej niż mężczyźni pojawiają się jako główne bohaterki reklam. W przewadze również stają się głównym ich odbiorcą [Bator 1998, ss. 7–8].

Obraz kobiety w reklamie zwłaszcza telewizyjnej jest przedstawiony w dwóch kategoriach tj. kobiety tradycyjnej, której wizerunek jest silnie zakorzeniony w kulturze lokalnej – miejscowej oraz kobiety nowoczesnej, wyemancypowanej, a nawet kosmopolitycznej.

4.1. Kobieta tradycyjna

Kobieta tradycyjna w reklamie występuje na ogół w roli matki, gospodyni albo pani domu, babci, żony, opiekunki. W związku z tym treść czy sens przekazu reklamowego koncentruje się na pokazywaniu jej pojedynczych lub kilku funkcji jednocześnie np. dbanie o gospodarstwo domowe i troskliwa opieka nad członkami rodziny. Uczestniczki czy przedstawicielki płci pięknej są na ogół o przeciętnej, niewyróżniającej się urodzie, z którymi zazwyczaj identyfikuje się większość zwyczajnych gospodyń gospodarstw domowych.

Obserwując reklamy wizualne, w których jest wykorzystywana postać kobiety tradycyjnej, zauważa się co następuje:

- Reklamuje ona proszki do prania, wybielacze i inne środki chemiczne do czyszczenia, których efekty działania są kontrastowo zestawione z wynikami osiągniętymi przy użyciu innego środka nieznanego. Kobieta występująca w takich reklamach prezentuje rezultaty działania reklamowanych produktów. Na ogół po ich użyciu jest promienna i bardzo zadowolona. Sceną reklamy zazwyczaj jest mieszkanie, gdzie kobieta wykonuje obowiązki domowe – kuchnia, łazienka, ogród, salon. Natomiast celem takich reklam jest przekonanie i motywowanie milionów gospodyń domowych, że warto korzystać na co dzień z ofert troskliwych producentów, którzy mają na uwadze ciężki obowiązek pracy domowej i dobro kobiet.
- Kobiety występujące w reklamach produktów spożywczych (jak zupy w proszku, gotowe dania, wyroby mięsne i inne wyroby tego typu) pokazywane są jako gospodynie domowe demonstrujące, jakie to są wyroby smaczne, zdrowe, niewymagające poświęcenia dużo pracy i jednocześnie zaspokajające potrzeby domowników. Na ogół kobieta tradycyjna w takich przekazach wizualnych pokazywana jest jako uśmiechnięta, zadowolona, sympatyczna, opiekuńcza i dbająca o ognisko domowe.
- Wizerunek kobiety tradycyjnej zdecydowanie częściej jest wykorzystywany w reklamie ruchomej np. telewizyjnej niż statycznej np. prasowej zewnętrznej. Chodzi bowiem o to, iż o wiele łatwiej jest pokazywać problemy życia codziennego, warunków funkcjonowania gniazdka domowego i zmagania się z problemami w postaci filmowej niż jedno albo dwa zdjęcia czy grafiki. Innymi słowy pokazywanie korzyści z konsumpcji albo użytkowania danego produktu jest o wiele łatwiejsze i bardziej przekonujące, kiedy jest on pokazywany w formie jednej z wielu scen zdarzających się każdego dnia.
- Rzadko kiedy, a nawet prawie wcale, przedstawicielki słabej płci w reklamach wizualnych wyżej wymienionych produktów przejawiają ce-

chy atrakcyjności seksualnej. Ten aspekt kobiecości zarezerwowany jest dla przekazów reklamowych wyrobów producentów, którzy sprzedają nadzieję kobietom lub ich oczekiwania.

4.2. Kobieta nowoczesna

Kobieta nowoczesna, tak samo jak kobieta tradycyjna, występuje w reklamach wizualnych w kilku odmianach i wcieleniach. Jej aparycja odwołuje się do kanonów piękna i zarazem budzi zachwyt. Jest obiektem pożądania seksualnego, przedstawicielką estetyki, kobietą pracującą, profesjonalistką na polu zawodowym [Nowacki, 233–234]. Na ogół jest przedstawiana jako wzór do naśladowania, a jej nieprzeciętna i nietuzinkowa uroda i zmysłowość ma przyciągnąć uwagę odbiorców reklamy.

Obserwując tego typu reklamy wizualne zauważa się co następuje:

- Kobieta nowoczesna promuje, reklamuje i zachęca do zakupu i użytkowania produktów mających potwierdzić, iż uroda i wygląd stanowią priorytet w życiu płci pięknej. Występuje ona w czterech grupach wyrobów, mianowicie:
- Linie produktów kosmetycznych z grupy tzw. *make up* (makiaż) pielęgnujące, dbające i podkreślające znaczenie twarzy kobiety tj. cera, oczy, rzęsy, brwi i usta. Przedstawicielki nieskazitelnej urody, pełne wdzięku przekonują niewiasty do zakupu kremów, błyszczyków, tuszy do rzęs, cieni do powiek itp.
- Linie produktów dbających i jednocześnie chroniących włosy przed zniszczeniem, zwłaszcza rozwarstwieniem. Są nimi różnorodne szampony, odżywki i żele do włosów oraz szeroka i głęboka paleta farb. Na ogół reklamodawcy pokazują w takich reklamach wizualnych zwłaszcza telewizyjnych stan przed korzystaniem z dobrodziejstwa wybranego produktu i stan po jego użytkowaniu. Taki spot reklamowy działa na wyobraźnię i psychikę odbiorców, utwierdzając ich, że wygląd włosów jest jednym z elementów atrakcyjności i wdzięku. Innymi słowy ta linia produktów ma na celu przekonanie kobiet, że ich konsumpcja jest konieczna, ponieważ włosy będą błyszczące, mocne, gęste i piękne jak jedwab.
- Linie produktów pielęgnacyjnych i dbających o budowę ciała, a więc smukłość, zgrabność i wygląd oraz jędrność powłoki organizmu człowieka, skóra pełniąca przede wszystkim funkcję ochronną. Do takich wyrobów należą żele do i po kąpieli albo prysznic, balsamy do pielęgnacji

- gnacji ciała, suplementy diety i przeciw otyłości, kremy do opalania ciała itp.
- Linie produktów upajających i oszałamiających zapachów, do których należą perfumy, oleje zapachowe, dezodoranty zwalczające przykry zapach, środki do higieny osobistej-intymnej itp.
 - Kobiety reklamujące wyżej wymienione produkty skupiają się na powierzchni i estetyce swojego ciała i wyglądu.
 - Najczęstszym argumentem, jaki akcentuje występująca w reklamowaniu tego rodzaju produktów kobieta nowoczesna jest odwołanie się do nauki, nowoczesności, natury oraz innowacyjności.
 - Kobieta nowoczesna jest pokazywana we wszelaki sposób: stojąca, leżąca, skąpo ubrana, elegancka, przyciągająca, obiektem pożądania, celebrytka, osoba sukcesu, romantyczna, pewna siebie itp.

Podsumowanie

Obraz kobiety w przekazach reklamach wizualnych, zwłaszcza telewizyjnych jest w różny sposób wykorzystany:

1. po pierwsze – kobiety występują o wiele więcej niż mężczyźni w reklamach wizualnych, ze względu na specyfikę produktów, które są przedmiotem przekazu. Innymi słowy, są one bardziej wiarygodne i przekonujące niż płęć męska – na przykład w reklamach proszków do prania czy produktów chemii domowej;
2. po drugie – kobieta tradycyjna jest pokazywana jako kobieta o przeciętnej urodzie niewyróżniająca się, troskliwa, opiekuńcza, czuła, oszczędna, schludnie ubrana, ale dość elegancka, w średnim wieku, ale zdarza się również nieco starsza. Często pełni wiele funkcji w gospodarstwie domowym tj. żona, matka, gospodyni domu. Często występuje w reklamie wielopokoleniowej pokazującej zazwyczaj autorytet najstarszego członka rodziny, czyli babci;
3. po trzecie – w przekazach reklamowych gdzie występują kobiety nowoczesne – wyzwolone, często spotyka się z ich uprzedmiotowieniem, czyli przedstawieniem kobiet jako obiektów, a nie podmiotów. Na ogół dochodzi do fragmentaryzacji ich ciał. Zamiast ukazywania całej postaci twórcy reklam pokazują jedynie zarys sylwetki, usta, oczy, zęby, rzęsy czy nogi, aby reklamować dany produkt. Wymienione części ciała wystarczająco przykuwają uwagę odbiorców;
4. po czwarte – zwykle w spocie, grafice czy na zdjęciu reklamowym kobieta jest pokazywana jako osoba dbająca o siebie, potrafiąca lepiej niż

mężczyzna zająć się problemami rodzinnymi i opieką nad jej członkami w życiu codziennym oraz znająca się na artykułach chemicznych gospodarki domowej;

5. po piąte – kobieta w reklamach wizualnych wciela się w różne role, mianowicie: kobieta opiekunka, kobieta ekspertka i zarazem pełniąca rolę doradcy, kobieta kreatorka, kobieta towarzyska, kobieta gwiazda, kobieta uwodzicielka.

Analizując wykorzystywany w mediach wizerunek kobiet, w dalszej kolejności warto podjąć próbę zdiagnozowania i opisanie, czy i na ile pokazywane wzorce kobiet są naśladowane w życiu realnym. Czy są to wyobrażenia wynikające z konieczności dopasowania kobiet do produktów, które reklamują? Czy stają się one wyznacznikiem określonego stylu życia? Na te pytania warto odpowiedzieć, gdyż wyniki pokażą, na ile ludzie identyfikują się z wzorcami wyznaczającymi ich sposób funkcjonowania w przestrzeni społecznej.

Bibliografia

- Bator J. (1998), *Wizerunek kobiety w reklamie telewizyjnej*, Warszawa.
- Czarnecki A. (2003), *Product placement –Niekonwencjonalny sposób promocji*, PWN, Warszawa.
- Gregor B., Stawiszyński M. (2002), *e-Commerce*. Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz-Lódź.
- Hill D. (2010), *Emocjonika*, Dom Wydawniczy REBIS, Poznań.
- Hulten B., Broweus N., van Dijk M. (2011), *Marketing sensoryczny*, PWE, Warszawa.
- Kotler Ph., Keller K.L. (2012), *Marketing*, Dom Wydawniczy REBIS, Poznań.
- Nowacki R. (2005), *Reklama*, Difin, Warszawa.
- Pilarczyk B., Mruk H. (2006), *Kompendium wiedzy o marketingu*, PWN, Warszawa.
- Wiktor J.W. (2001), *Promocja – system komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem*, PWE, Warszawa.

Grzegorz Ignatowski *gignatowski@spoleczna.pl*

Spółeczna Akademia Nauk

Reklama komercyjna w perspektywie edukacji dzieci i kulturowych uwarunkowań

The Impact of Commercial Advertising on the ON Children, Culture and Society

Abstract:

Regardless of the cultural and social context, each advertising refers to stereotypes and emotions understandable for the recipient. In order to promote products, catchphrases, easy to remember to the end of associating a potential customer with the brand of the given product. Stereotypes shape the view of the surrounding reality and exempt from thinking, while the catchphrases become an effective tool for social communication. Let us note, for example, that the use of stereotyped roles attributed to women in advertising perpetuates her traditional functions which completely do not match the changing times. In order for future generations not to yield to stereotypical thinking, not to be associated with the brand of the product and to use fairly correct language, children should be constantly educated, which will allow the societies to keep the necessary distance from commercial advertising.

Key words:

advertising, stereotype, brand, culture.

Od wielu lat trwa ożywiona dyskusja na temat wpływu reklam na podejmowane przez klientów decyzje, kształtowanie postaw konsumpcjonizmu oraz ich oddziaływania na sferę językową. Jeden z wniosków, który można wyciągnąć z tej debaty, dotyczy wpływu reklamy na dzieci. Mianowicie, dziecko ze względu na brak krytycznej postawy wobec rzeczywistości, jest bardziej niż osoba dorosła podatne na przekaz reklamowy kształtujący jego sposób myślenia

i postępowania. Jest to zapewne najważniejszy powód, który decyduje o tym, że prawodawcy w sposób szczególnie chronią dziecko przed oddziaływaniem reklam [Kozłowska 2011, s. 505]. W artykule szesnastym Ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji z 16 kwietnia 1993 r. czytamy, że czynem nieuczciwej konkurencji jest „reklama odwołująca się do uczuć klientów przez wywołanie lęku, wykorzystanie przesądów lub łatwowierność dzieci”. Znacznie bardziej wymowna w swojej treści jest Ustawa z dnia 31 marca 2000 r. o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji i ustawy o języku polskim, która w artykule szesnastym zakazuje emitowania reklam:

- a) nawołujących bezpośrednio niepełnoletnich do nabywania produktów lub usług,
- b) zachęcających niepełnoletnich do wywierania presji na rodziców lub inne osoby w celu skłonienia ich do zakupu reklamowanych produktów lub usług,
- c) wykorzystujących zaufanie niepełnoletnich, jakie pokładają w rodzicach, nauczycielach i innych osobach,
- d) ukazujących w nieuzasadniony sposób niepełnoletnich w niebezpiecznych sytuacjach.

W bardziej ogólnym artykule osiemnastym ustawy z marca 2000 r., który ogranicza emisję pewnych programów, czytamy, że:

- a) zabronione są audycje lub inne przekazy zagrażające fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu rozwojowi niepełnoletnich, w szczególności zawierające treści pornograficzne lub w sposób nieuzasadniony i nadmierny eksponujące przemoc,
- b) audycje lub inne przekazy, które mogą zagrażać fizycznemu, psychicznemu i moralnemu rozwojowi niepełnoletnich nie mogą być rozpowszechniane między godziną 6 a godziną 23.

Cytowana powyżej doktor Anna Kozłowska [ss. 505–507] wymienia jeszcze inne regulacje prawne ograniczające emisję reklam skierowanych do dzieci. Wiemy dobrze, że samo prawo nie rozwiąże wielu problemów dotyczących edukacji. W naszych poszukiwaniach koncentrujemy się zatem na racjach, które decydują o konieczności kształcenia dzieci w dziedzinie percepcji przekazu reklamowego.

Potrzeba edukacji dzieci w odbiorze reklamy

Przypomnijmy najpierw, że w uzasadnieniu swoich tez dzieci odwołują się zazwyczaj do emocji, a nie do rzeczowej argumentacji. Wynika to z faktu, że nie posiadają wystarczającej wiedzy oraz doświadczenia życiowego. Do emo-

cji i uczuć odwołują się również reklamy, które w zdecydowanej większości pomijają warstwę informacyjną. Jest to jeden z zasadniczych powodów, dlaczego reklamy w łatwiejszy sposób docierają do maluchów niż do dorosłych. Ponadto, dzieci poświęcają znacznie więcej czasu na oglądanie telewizji niż rodzice. Reklamy, zarówno radiowe, emitowane przez telewizję publiczną i prywatnych nadawców, poprzedzają dzisiaj niemal każdy program. W telewizji publicznej bloki reklamowe nie przerywają na razie projekcji filmach. Wszyscy zaś nadawcy emitują różnego rodzaju promocje w trakcie gier i transmisji sportowych. W telewizji publicznej jest to często wyraźnie ukryta forma promocji, która przejawia się w eksponowaniu fundatora nagród, którym jest zazwyczaj określony producent lub precyzyjnie określony produkt. Reklamy odnajdujemy dzisiaj w nowoczesnych nośnikach przekazu informacji, takich jak Internet, telefony komórkowe i smartfony. Właśnie od nich coraz bardziej są uzależnieni mali uczniowie korzystający z nowoczesnych środków komunikacji w celach edukacyjnych. Zwróćmy jeszcze uwagę na fakt, że dzieci są głównymi decydentami przy zakupie materiałów szkolnych, ubiorów, żywności czy też środków higieny osobistej. Mając na uwadze emisję reklam w programach telewizyjnych i radiowych, dodajmy, że ze względu na brak rozwiniętego krytycyzmu, dzieci traktują bloki reklamowe jak każdy inny film lub program informacyjny.

Kolejnym powodem, który decyduje o konieczności edukacji dzieci w odbiorze reklamy, jest jej oddziaływanie na sferę językową. Hasła z nich zaczerpnięte stają się skrótami myślowymi, które służą dzieciom jako narzędzie komunikacji. Reklamy chętnie posługują się prostymi i zwięzłymi zwrotami niewymagającymi zachowania uciążliwych reguł gramatyki i ortografii. Sytuacja ta sprawia, że coraz trudniej zachować rodzicom i wychowawcom relacje i osobisty kontakt z ich podopiecznymi.

Następnym powodem, który decyduje o tym, że należy prowadzić gruntowną edukację w odbiorze reklamy jest fakt, że dzieci chętnie wiążą się nie tylko z konkretnym produktem, lecz także z samą marką. Reklamy tego typu pojawiły się w drugiej połowie XIX w. Już wówczas przekonywały one klientów, że wybierana przez nich marka decyduje o wysokiej jakości nabywanego towaru. W konsekwencji bywa i tak, że dana marka jest utożsamiana z samym produktem; producentowi zapewnia natomiast ciągłość sprzedaży, a nawet przetrwanie firmy w sytuacji kryzysowej [Almeida 2005, s. 52]. Związanie klienta z marką ma znaczący wpływ na postawy konsumenta i jego wybory. Klient nie tyle kieruje się argumentami racjonalnymi, lecz utartymi schematami. Okazuje się, że problem ten jest szczególnie widoczny w społeczeństwie polskim, które łatwiej niż inne narody europejskie wiąże się z konkretną marką. W konsekwencji reklamy kreują utarte sposoby naszego myślenia.

Reklama, stereotypy i manipulacja

Wszystkie wymienione powyżej powody decydują o konieczności szczególnej edukacji w dziedzinie odbioru przekazu reklamowego. W dalszej części niniejszej wypowiedzi autor chciałby się jednak skoncentrować na dwóch innych przyczynach, które wymagają edukacji dzieci w dziedzinie przekazu reklamowego. Należą do nich stereotypy oraz manipulacja. Mimo że termin „stereotyp” pojawił się w światowej literaturze dopiero w 1922 r., to jednak szybko stał się pożytecznym narzędziem w analizie zjawisk społecznych [Chodkowska 2011, ss. 13–14]. W naszym codziennym myśleniu ma on wyraźnie pejoratywny wydźwięk. W popularnym „Słowniku synonimów” opracowanym przez Andrzeja Dąbrowską, Ewę Geller i Ryszarda Turczyńskiego [2005, s. 164] czytamy, że termin „stereotypowy”, można zastąpić między innymi takimi określeniami, jak: „spowszedniały”, „nieoryginalny”, „oklepany”, „ograny”, „wyświechtany”, „wytarty”, „tuzinkowy”, „obiegowy”, „standardowy”, „szlampowski”. Tymczasem, analiza wszystkich synonimów terminu „stereotyp” pozwala wyciągnąć wniosek, że nie zawsze należy myśleć o nich w zdecydowanie negatywny sposób. „Stereotypowy” to również „osłuchany”, „uznany”, „przyjęty”, czy też „klasyczny”. Nie przesądzając o ich negatywnym lub pozytywnym potencjale, badacze zajmujący się stereotypami uważają, że są one zwykłymi uogólnieniami na temat danej grupy [Nelson 2003, s. 28]. Niestety, w ocenie konkretnej społeczności posługujemy się najczęściej negatywnymi stereotypami, które nasycone są pejoratywnymi wartościami, emocjami i uproszczeniami oraz nadmiernie uogólnionym podejściem do danej grupy. Dodajmy, że o stereotypach należy mówić w znaczeniu bardziej ogólnym, nie tylko w odniesieniu do danej społeczności, lecz także do konkretnych rzeczy i sytuacji lub płci.

W kontekście edukacji dzieci do najbardziej niebezpiecznych stereotypów, które mogłyby mieć negatywny wpływ na ich wychowanie, zaliczyłbym posługiwanie się uogólnieniami dotyczącymi płci oraz wykorzystywaniem tradycyjnego podziału funkcji jaki istnieje w rodzinie i społeczeństwie. Mimo że w ostatnim czasie jesteśmy świadkami wzrostu ilości reklam odbiegających od stereotypów związanych z płcią, to należy zauważyć, że stale w promocjach towarów nie są uwzględniane przemiany dokonujące się w naszej sferze gospodarczej i społecznej. Mianowicie, w dalszym ciągu głównie kobiety reklamują środki czystości, lekarstwa lub zajmują się wychowaniem dzieci. Niebezpieczne dla edukacji są stereotypy dotyczące innych narodów i kultur. Wiele z nich funkcjonuje w naszym społeczeństwie i często utwierdza negatywne – zakorzenione w kulturze i związane z historią – oceny innych narodów, takich jak Niemcy, Romowie, Żydzi, Rosjanie, Ukraińcy, czy Fran-

cuzi. Zazwyczaj są one zwykłym pomieszaniem nieuzasadnionych przesądów i obiegowych opinii, które nie mają żadnego racjonalnego uzasadnienia. Gdyby reklamy utrwały negatywne stereotypy innych narodów, musiałyby budzić poważne obawy. Nasuwają się tymczasem dwa wnioski. Po pierwsze, trwałość stereotypów o negatywnych cechach spotykamy najczęściej wśród ludzi starszych. Po drugie, przedstawiciele innych narodów, kultur lub religii rzadko występują w reklamach komercyjnych [Ignatowski 2012, ss. 29–36].

Zasadniczym problemem przy realizacji podjętego tematu pozostaje również pytanie o źródła stereotypów. Badania pokazują, że powstają one we wczesnym okresie rozwoju. Już nawet u kilkuletnich dzieci pojawiają się stereotypy dotyczące wieku, roli ojca i matki, a nawet przynależności do danej grupy etnicznej. Ich źródła należy szukać w przekonaniach rodziców oraz najbliższego dziecku środowiska. Wraz z rozwojem, źródłem kształtowanych stereotypów u dzieci stają się ważne dla nich osoby oraz grupy społeczne. Należy do nich zaliczyć nauczycieli i rówieśników. W wieku ośmiu lat, a być może nawet wcześniej, autorytetem dla dzieci stają się nowoczesne media. Te zaś, jak wiadomo, przedstawiają świat nadmiernie uproszczony, co szczególnie widoczne jest w reklamach. Nie należy w tym kontekście zapominać o ważnej roli, jaką w kształtowaniu stereotypów odgrywa kultura. Jak zauważa Maria Chodkowska [2011, s. 20], stereotypy „nie muszą być przekazywane w sposób bezpośredni, jednostka bowiem uczy się ich przez obserwacje i naśladowanie zachowania osób znaczących, czyli początkowo rodziców, później rówieśników i ważnych dla nich osób dorosłych, spoza kręgu rodzinnego”.

Podsumowując, zauważmy, że nawet jeśli reklamy nie wykorzystują negatywnych stereotypów, to i tak w tej właśnie perspektywie wydaje się niezbędną edukację dzieci. Posługiwanie się nimi ma bowiem negatywny wpływ na cały proces wychowania. Przejmowane przez wszystkich, a szczególnie przez dzieci, stereotypy zwalniają z myślenia i przeprowadzania gruntownych analiz. Po prostu, używanie stereotypów nie wymaga podejmowania wysiłku poznawczego, ponieważ dzieciom oferowane są wypracowane schematy myślenia i gotowe oceny.

Omawiając edukację dzieci w perspektywie reklamy nasuwa się potrzeba zwrócenia uwagi na sposoby manipulacji, którymi posługują się reklamodawcy. Do najbardziej rozpowszechnionych środków należy stosowanie barwy, kształtu napisów lub podkładu muzycznego. Jeszcze w pierwszej połowie XIX w. reklamy miały w przeważającej mierze charakter informacyjny. Ponieważ były małego formatu, dlatego w swojej treści musiały z konieczności zawierać tylko informacje o produkcie i producencie. Pojawienie się większych reklam prasowych zdecydowało, że kształt i kolor liter oraz zamieszczone ilustracje zaczęły dominować nad treścią [Gorman, McLean 2010, s. 78]. Dzisiaj w każ-

dej reklamie, prasowej, telewizyjnej lub umieszczanej na billboardach, zdecydowanie dominuje element emocjonalny. W reklamie usług i produktów bankowych lub ubezpieczeniowych nie występują eksperci, lecz znani aktorzy. Ich popularność na rynku medialnym ma być wystarczającym argumentem za wyborem promowanego przez nich towaru. Mechanizm oddziaływania na odbiorcę jest tutaj niezmiernie prosty. Skoro dany towar reklamuje lub kupuje osoba znana, to znaczy, że zasługuje on na jego posiadanie i jest jakościowo dobry [Malec-Litwińska 2003, s. 17; Perczak 2011, s. 305]. Oczywiście, że przy wyborze produktów bankowych lub usług ubezpieczeniowych decydujący głos należy do dorosłych. Sytuacja zmienia się diametralnie, kiedy kwestia dotyczy telefonów komórkowych, sprzętu elektronicznego lub ubrań.

Ze względu na wychowanie szczególny akcent należy położyć na tak zwaną ukrytą formę promocji. Odbiorca nie jest wówczas zaznajomiony w sposób jednoznaczny z faktem, że ma do czynienia z reklamą [Budzyński 2007, s. 16]. Natomiast według ustaw dotyczących radiofonii i telewizji, klient powinien być wyraźnie poinformowany o tym fakcie. Zamieszczenie reklam w specjalnym bloku pozwala bowiem w sposób bardziej świadomy ustosunkować się do emitowanego materiału. W celu ominięcia surowego prawodawstwa stosuje się zatem proste zabiegi. Znani sportowcy i aktorzy noszą ubrania z wyraźnie eksponowaną nazwą towaru lub firmą go produkującą. Ukrytą formą reklamy są spotykane w prasie zdjęcia wielu produktów wraz z ich omówieniem, wskazaniem na zalety i cenę. Wspomnieć trzeba również o nadmiernym eksponowaniu sponsorów emitowanego programu lub nawet o prowadzonej przez nich działalności charytatywnej [Perczak 2011, ss. 296–298]. W tych samych kategoriach należy rozpatrywać konkursy. Zachęcony do udziału w kwizie czytelnik widzi, a nawet uczestnik zawodów sportowych jest zaznajamiany z jakością i marką oferowanej nagrody. Analiza skierowanego do młodzieży tygodnika „Bravo” pokazuje, że systematycznie stosowano w nim właśnie tego typu praktykę [Ignatowski 2013, ss. 28–29]. Dla porządku wspomnijmy jeszcze o reklamie podprogowej. Według przeprowadzonych analiz przesadzone jest twierdzenie, że reklamy tego typu są w pełni skuteczne. Ich oddziaływanie jest krótkotrwałe, nie wpływa zatem na trwałe postawy klienta i dokonywane przez niego wybory [Wierzchoń 2008, ss. 191–194]. Ogólnie, kwestia wykorzystywania reklam ukrytych ma szczególne znaczenie w przypadku dzieci, ponieważ wpływ autorytetów na ich postawy jest znacznie większy niż na dorosłych. Przypomnijmy, że w pierwszym okresie edukacji najważniejszym autorytetem dla dzieci ciągle pozostają rodzice. Badania pokazują, że już w wieku ośmiu lat podmiotem odniesienia stają się również telewizja i inne media oraz obecne w nich autorytety.

Wpływ reklamy na dziecko

Na początku niniejszego artykułu przypomniano artykuł 16 Ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji z 16 kwietnia 1993 r., w którym czytamy, że czynem nieuczciwej konkurencji jest „reklama odwołująca się do uczuć klientów przez wywołanie lęku, wykorzystanie przesądów lub łatwowierność dzieci”. Pozostaje zatem pytanie, jak należy konstruować reklamę skierowaną do dzieci? Katarzyna Grzybczyk [2008, s. 71] uważa, że powinna być ona przede wszystkim pozbawiona dwuznaczności i kontrowersji, prosta w przekazie. Hasła nie mogą zawierać elementów abstrakcyjnych i fikcyjnych, a przekazywane informacje mają być jasne i precyzyjne. Według tej samej autorki w reklamach skierowanych do dzieci trzeba unikać sugestii, iż posiadanie przez nich konkretnego produktu sprawi, że staną się lepszymi od swoich rówieśników. Ponadto, nie powinno się wykorzystywać osób znanych i autorytetów, a przekaz reklamowy nie może być źródłem konfliktu z rodzicami.

Wszystkie wymienione powyżej postulaty byłyby słuszne, gdyby dało się odizolować małego odbiorcę od programów przeznaczonych dla osób dorosłych, a tym samym podzielić reklamy na takie, które są skierowane do starszych i do dzieci. Odbiorcami reklam, które są wyprodukowane na potrzeby dorosłych są przecież także dzieci. Posiadają one mniejszą od dorosłych zdolność zrozumienia informacji o produkcie i są mniej krytycznie wobec niego nastawione. Ze względu na niedojrzałość emocjonalną widoczny jest u nich brak odporności na stosowaną wobec nich perswazję. Dlatego reklama może prowadzić do zaburzenia pozytywnej relacji między dziećmi a rodzicami. Tym ostatnim jest zawsze trudno wytłumaczyć swoim podopiecznym, dlaczego polecany produkt jest w rzeczywistości zbyteczny lub należy go zastąpić przez inny, niebędący wprawdzie markowym, lecz jakościowo nie odbiegającym od obowiązującej mody. Reklamy wywierają także negatywny wpływ na dzieci ze względu na wyimaginowany świat, który tworzą – pełen dobrobytu, bogactwa, sławy i pochlebstw. Każde dziecko chce mieć bowiem eleganckie ubranie, posiadać nowoczesny samochód, najnowsze przedmioty codziennego użytku pełne nowinek technologicznych [Witek 2008, s. 78 i 80].

Warto jeszcze zauważyć, że o reklamach komercyjnych nie można mówić wyłącznie w perspektywie negatywnej. Zmuszają one bowiem firmy produkcyjne i usługowe, a nawet ośrodki edukacyjne, do podnoszenia jakości produktów i usług, zapewniają miejsca pracy, zwracają uwagę na nowe towary i technologiczne nowinki pojawiające się na rynku. Dla przykładu wspomnijmy, że polecane w nich środki czystości, kosmetyki lub preparaty lecznicze przyczyniają się do rozwoju higieny osobistej i troski o własne zdrowie. Re-

klamy przypominają o konieczności zadbania o swoją przyszłość, ułatwiają korzystanie z banków, wskazują na oferowane nowe konkurencyjne formy ubezpieczeń. Z tej perspektywy wyrabiają one poczucie obowiązku i odpowiedzialności, bez których trudno wyobrazić sobie nowoczesne społeczeństwo [Kowalska-Myśliwiecka 2013, s. 18].

Uwagi końcowe

Na koniec należy podkreślić kilka rzeczy. Działalność reklamowa nie jest zwykłą manipulacją. Dorosły klient zachęcony do kupna określonego towaru nie musi przecież doznawać z tego powodu wymiernej krzywdy. Inaczej zagadnienie to należy rozpatrywać z perspektywy rozwoju emocjonalnego i intelektualnego dzieci. Posługiwanie się przez twórców reklam swoistą manipulacją, określaną łagodnie dezinformacją, prowadzi do wykształcenia u dzieci negatywnych cech, takich jak nieuczciwość w życiu codziennym, zawodowym i społecznym. Stereotypy wpływają natomiast negatywnie na nasz sposób myślenia. Zmniejsza się bowiem kreatywność i chęć wzbogacania własnego języka.

Od dwudziestu lat jesteśmy uczestnikami i świadkami przemian gospodarczych oraz bierzemy udział w budowaniu społeczeństwa obywatelskiego. Jednym z istotnych czynników, który decyduje o powodzeniu podjętego przez nas przedsięwzięcia jest wykorzystanie potencjału intelektualnego tkwiącego w każdym człowieku. Ponieważ stereotypy oraz dezinformacja przyczyniają się do jego ograniczenia, dlatego należy kłaść większy akcent na wychowanie dzieci do świadomego odbioru przekazu reklamowego.

Bibliografia

- Almeida F. d' (2005), *Manipulacja*, Gdańskie Towarzystwo Psychologiczne, Gdańsk.
- Budzyński W. (2007), *Reklama. Techniki skutecznej perswazji*, Wydawnictwo Poltex, Warszawa.
- Chodkowska M. (2011), *Antyczne korzenie współczesnych stereotypów* [w:] A. Bujanowska, J. Szadura (red.), *Stereotypy – walka z wiatrakami?*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii-Curie Skłodowskiej, Lublin.
- Dąbrówka A., Geller E., Turczyn R. (2005), *Słownik synonimów*, Świat Książki, Warszawa.
- Gorman L., McLean D. (2010), *Media i społeczeństwo. Wprowadzenie historyczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Grzybczyk K. (2008), *Prawo reklamy*, Wolters Kluwer Business, Warszawa.
- Ignatowski G. (2013), *The Meaning of Advertisement Directed to the Youth for Parents and Educators – An Analysis of the Weekly “Bravo”*, „Family Pedagogy. Pedagogika Rodziny”, nr 3.
- Ignatowski G. (2012), *Multicultural Elements in Press Advertisements – an Analysis of Newsweek Poland*, „Journal of Intercultural Management” 2012, nr 4.
- Kozłowska A. (2011), *Reklama. Techniki perswazyjne*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa.
- Kowalska-Myśliwiecka S. (2013), *Człowiek w reklamie, czy reklama w człowieku? Wpływ reklamy na życie człowieka* [w:] A.J. Kukulka (red.), *Współczesne uwarunkowania promocji i reklamy*, Difin, Warszawa.
- Malec-Litwińska (2003), *Manipulacja reklam telewizyjnych*, „Edukacja i dialog”, nr 18.
- Nelson T.D. (2003), *Psychologia uprzedzeń*, Gdańskie Towarzystwo Psychologiczne, Gdańsk.
- Perczak J. (2011), *Reklama w życiu codziennym. Kto i jak nami manipuluje?* [w:] R. Sierocki, Sokołowski M. (red.), *Konkurencyjny rynek medialny. Telewizja wobec nowych mediów*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
- Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19930470211>: dostęp, 8 października 2013.
- Ustawa z dnia 31 marca 2000 r. o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji i ustawy o języku polskim, <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU20000290358>: dostęp, 8 października 2013.
- Wierchoń M. (2008), *Czy można ufać reklamie?* [w:] H. Mamzer, T. Zalesiński (red.), *Zaufanie a życie społeczne*, Wydawnictwo Fundacji Humaniora, Poznań.
- Witek P. (2008), *Język reklamy kształtuje postawy moralne dzieci* [w:] R. Szttychmiller (red.), *Media – wartości – prawo*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn.

Olga Tsaryk *tsarykolga@gmail.com*

Ternopil National Economic University

The Culture of Individual Speech as a Pedagogical and Philosophical Problem

Abstract:

The article deals with the concept "an individual", "culture", "pedagogical culture of an individual", "language culture", and "speech culture". Such communicative features of speech culture of an individual as correctness, accuracy, consistency, variety, clarity, appropriateness, expression, emotion are analyzed. The comparative analysis of the concept "speech culture" in Polish-, German-, English-, and French-speaking context is made. The main factors influencing the formation of speech culture of an individual are concerned. The concept "culture of writing speech" is characterized. The state of the writing speech culture as a pedagogical problem is investigated as well as the way to solve it. The peculiarities, basic techniques and trends in the culture of individual speech in view of the gradual development of language, psychological age, and the child's inner world are analyzed.

Key words:

an individual, culture, pedagogical culture of an individual, language culture, speech culture, writing speech, communicative features of language culture, language education, linguistic competence.

The Common European Framework of Reference for Languages, the National Doctrine of Education Development in Ukraine, the Law on Languages, and the Concept of Language Education are aimed at the development of a linguistic individual who is able to express himself/herself well verbally and in writing as well as to use the appropriate linguistic means fluently and in ac-

cordance with the communicative situation. Therefore, the culture of individual speech becomes an urgent pedagogical and philosophical problem for Ukrainian and international scientists in the area of language education.

The theoretical foundations of speech culture in Ukraine were investigated by N.Babych, I.Bilodid, L.Bulahovskyy, B.Holovin, S.Yermolenko, M.Zhovtobryuh, M.Ilyash, A.Koval, V.Kostomarov, M.Pentylyuk, M.Pylinskyy, O.Potebnya, I.Synytsya, L.Skurativskyy, M.Sulyma, L.Struhanets, V.Chernyshov and others.

This article is actual because of the intensification of speech culture in communication and exchanging the information that meets individual requirements in the age of globalization of society.

The aim of this article is to describe the theoretical foundations of speech culture concept in Ukrainian and foreign language education and to review the state of individual speech culture as a pedagogical and philosophical problem.

Firstly, it is necessary to consider the meaning of such notions as „an individual”, „culture”, „pedagogical culture of an individual”, and „culture of individual speech”.

1. An individual is a person capable to self-improvement and creativity [Vykhruhshch, <http://anatoliyv.info/4.html>].
2. There are several approaches to understanding the culture as a multi aspect but general social phenomenon: a system of symbols for mutual understanding between people in society; a set of results - material and spiritual - of human activity; a specific combination of values, behavior patterns, standards of activities; spiritual production; human activity technology [Kultura i razvitie cheloveka 1989]. Based on the activity approach to the culture definition, in the broad sense, „culture is a social mechanism of interaction between the individual and the community with the environment that ensures the transfer of experience and development of transforming activity”. In the narrow sense, „culture is the values, beliefs, patterns, norms of behavior inherent in a particular social group and certain society” [Sotsiologhiia: slovnyk terminiv i poniat...]. The concept analysis in philosophical science suggests that the culture can be a means of improving the spiritual forces of a man and his mind; the essence of the concept „culture” is defined by the idea of activity cultivation, human intelligence, realized through the assimilation of the world and national culture values [Filosofskiy entsiklopedicheskii slovar... 1989]. Thus, the culture reflects the scope of formation, development, socialization, human achievements and foresees the further development of society [Tsaryk 2014, pp.72–78].
3. The pedagogical culture of an individual is an activity aimed at self-improvement and creating the conditions for human development. Profes-

sor A.Vyhrusch focuses on the willingness of an individual to self-improvement and practical activity to achieve the level of the individual.

4. The scientists start the analytical study of scientific terms „language culture” and „culture of speech” with clarifying the differences of inter-related notions „language” and „speech”. Language is considered as a system of signs with the results of man’s knowledge of reality coded in this system; and speech - as implementation of a language code that only due to it is transformed into an act of communication [Struhanets 1997, p. 10]. A number of Ukrainian and Russian scientists – D. Rosenthal, L. Skvortsov, V. Sokolov, L. Struhanets, S. Ermolenko, L. Macko, L. Tailor, S. Shevchuk, I. Klimenko – proposed in their monographs and textbooks the definitions that cover the content of language culture. Taking into consideration the basic logical principles of defining the concepts, we believe that the culture of language is a set of literary language qualities, which can be defined under the different terms of communication accordingly to the aim and content of the utterance.

In linguistics and language education, the term „speech culture” is used parallel with the term „language culture” (M. Illyash, B. Golovin, N. Babych, L. Macko, L. Tailor, V. Stepson, S. Shevchuk, I. Klimenko).

In our view, the culture of speech is a level of competence, which includes the compliance with oral and written literary language according to the situation of communication.

Analyzing the theoretical background of language culture, scientists relied on the concept of communicative appropriateness (Kostomarov, Leon-tiev), literary language normativity (Skvortsov, Illyash), language communication qualities (Golovin, Vasilieva), communicative intentions (Vasilieva), communication strategy (Michalska). In his manual „The Culture of Professional Speech” N.Babych notices that the culture of speech is the culture of thinking and the culture of social and spiritual relations among persons. The author also analyses the communication features of speech culture. Taking into account the linguistic peculiarities (language proficiency standards) and extra-linguistic ones (these include knowing the laws of reasoning, practical experience, purpose, speaker’s mental state), the author identifies the basic communication features of speech culture, correctness, accuracy, consistency, richness (diversity), cleanliness, appropriateness, expression, emotion.

The correctness of speech bases on the correspondence to language norms of the certain era such as the correctness of pronunciation, accent, inflection, word usage, spelling rules for writing. The grammar, spelling and punctuation rules that change with the development of language are also important. The speech cannot be limited only by the criterion of correctness as „to speak cor-

rectly does not mean to speak well – for good speech it is necessary to select in a particular communication the most appropriate, expressive and stylistically justifiable option (if it exists) of a literary language” [Pasynok 2012, p.44].

The accuracy of speech is necessary not only to reproduce reality, but also the attitudes, experiences, and feelings. The accuracy is also necessary to use the vocabulary familiar to communicants, who operate the rules of literary language, and to design and express the thoughts according to the subject and aspects of reality. The process of understanding between the interlocutors is proved to depend on their intellectual level – the higher the intellectual level of the speaker and the listener is, the more common linguistic means are used for information transferring and perception. The accuracy of speech is defined by the general level of knowledge, language skills, and ethics of a speaker.

The logical speech as a sign of speech culture develops at the level of thinking – language – speech and depends on the knowledge of logic. N. Babych considers the poor speech to be the result of poor thinking first and only then – of the language ignorance. However, logic is recognized as subjective and conceptual. By M. Golovin, subjective logic is a correspondence of semantic connections and relations of language units in speech communications and the attitude of objects and phenomena in reality. The conceptual logic reflects the structure and logic of its development in semantic connections of language elements in speech. Logical speech bases on logical thinking skills, knowledge of language tools, technique of semantic coherence, logic of presentation [Konverskyi 1998, p. 34].

The richness and diversity of speech base on verbal-conceptual, structural, and organizational resources of language. „The wealth of speech is reached by semantically and stylistically different units, which differ by their word-formation and grammatical features; that means they are not repeated. A variety is an expression of the same idea, the same grammatical meaning in different ways and means” [Pasynok 2012, p. 56]. The speech richness and diversity require the knowledge of vocabulary, phraseology, word formation, grammatical and stylistic language resources.

The purity of speech relates to the accuracy and assumes the absence of non-literary elements. By N. Babych, the purity expresses in three ways: 1) in orthoepy: the correct literary and normative pronunciation, the absence of interferent phenomena; 2) in discourse: the absence of speech non-literary elements – dialects, vulgarisms, bureaucratise, stamps, pleonasms, macaronicisms, stamps, word-parasites; 3) in intonation: the correspondence of intonation to the content and expression of statements, the absence of rough, abusive, and hypocritical tones [Babych 1990, p. 61].

The relevance of speech is a feature of speech culture, which affects the accuracy, consistency, precision, and purity. In addition to the choice of linguistic resources for the relevance, it is necessary to consider the situation, form of communication, tonal tone and aesthetic problem. Despite the stylistic appropriateness, the researchers emphasize the need for contextual relevance. „According to the law of unity the content and form (the plan of content and the plan of expression), the uniformity of expressive and style tonality requires to control the verbal and expressive, and structural and intonation linguistic and extra linguistic means of expression” [Pasynok 2012, p.65].

The speech expressiveness requires from the speaker the correct, expressive articulation, and the compliance with orthoepy. An expressive means of sound and artistic speech affects the expressiveness of speech as the conceptual, emotional, expressive; and even extra linguistic means stimulates the activity of imagination which encourages seeing and estimating of what is heard.

In modern society, with a number of political and intercultural issues, the formation of tolerance and communicative competence as one of the main objectives of teaching science, in particular language education is becoming more important. The language education examines the patterns of language acquisition, principles and methods of teaching, ways and means of forming a linguistic individual. The level of individual speech culture of the native and foreign languages indicates the formation of linguistic competence. In foreign language education, the high human culture is considered as an important component of the overall culture. The famous Polish linguist V.Doroshevskyy wrote that the language should be a field of ongoing cooperation of theory and practice, and the work on language - the only area in which the vanity and futility of theory without practice and practice without theory is traced particularly clearly. These words are the leitmotiv of all works of contemporary Polish linguists in language culture. V.Doroshevskyy was the first to create the theoretical normative concepts. It was he, who initiated the creation of a new type of language pedagogy. Moreover, all these facts are reflected in the pages of „Rozmowy o języku” and „O kulturę słowa” [Mohyla, <http://kulturamovy.univ.kiev.ua/KM/pdfs/Magazine16-18.pdf>, p.1].

In the Polish language education, the term „kultura języka” is used for the concept of language culture. Scientists define this term in different ways. However, the most common and concise definition of A. Markowski is as follows “language culture is a conscious and deliberate use of language in different communicative situations” [Markowski 2002, p. 1650].

In German language education, the speech culture is transmitted by the term „Sprachpflege”, where „Sprache” means „language, speech” and „Pflege” is interpreted as „custody, care, concern”. In general, the culture of speech is

perceived as improving the speech. The culture of language and the culture of speech both belong to the same area, but differ by the scientific approach, and base on the different scientific traditions [Tsaryk 2014, pp. 218–229].

At the conference „European culture of language and culture of speech”, the scientists made the comparative analysis of the forms of speech culture of different European language communities. They concluded that in a society with the blurred and enhanced ideology of „a sense of threat” towards the national language there is no need in language care, but it is available in a society with a real shortage of language means to overcome the communication problems in modern society. In contrast to this trend, the linguists disagree with the idea that the large linguistic communities can keep their language separately from the others, because each language requires the development and cultivation [Greule, Lebsanft 1998, p. 10].

The formation of speech culture or an individual depends on the study of language in academic institutions, language education in schools, language advertisement, language consultations, information on the language status, language criticism.

The cultivation of language in the German language education is defined as an activity that involves the establishment, preservation and adaptation of language, linguistic codification of rules, and language observation – criticism of language for the implementation of language culture in the language medium.

The communicative features of language culture – the accuracy and reasonableness of speech – are investigated in the criticism of language, i.e. the evaluation of speech concerning the spelling, pronunciation, grammar, syntax and vocabulary. The essential aspects of language criticism are the differentiation and precision of language tools taking into account the process of understanding. Thus, the language culture depends on the public as the discussion, development and implementation of language standards depend on the democratic discourse in which the selection and evaluation of linguistic resources are reasonably substantiated.

In the English language education, the terms „language culture” and „speech culture” do not have the direct equivalents. But in the Oxford English-German dictionary the term „language culture” has a different semantic nuance, because, by G. Lampert, the concept of language culture concerns a set of cultural practices and relates to the language knowledge in English society [Lampert 199, p. 37].

In the English version of H. Busman „The Encyclopedia of Linguistics”, „The Encyclopedia of Language and Linguistics” consisting of ten volumes, there is no information about the language culture, except a few very general remarks on language planning and management of language development.

However, in English, just as in German, the Romanization of English stipulated the phenomenon of purism. „The campaign for pure English” advocated pure English [Lampert 1998, p. 43].

In the French language education, the culture of language is of a particular importance, and the existence of appropriate institutions is the evidence of this fact.

The work of J. Klare, in which the development of language culture in France is historically traced, is very important in our research as well. The author notes that in the French-speaking medium the term „globalization” has a somewhat negative connotation, because English as a means of international communication threatens the credibility and international recognition of the French language [Klare 2006, pp. 41–92, www.interlinguistik-gil.de/wb/media/beihefte/13/beiheft13-klare.pdf, p.14].

Therefore, in Polish, German, English and French language education, the common definition of speech culture is the ability to speak and write correctly in accordance with the language norms approved in the society. Every studied language has its own peculiarities. The term „speech culture” in the foreign language education is regarded as the aspects relevant to European space such as language culture (literary language), cultivation of language (linguistic theoretical work, language education, language policy), culture of speech (use of language, communicative culture), cultivation of speech (observation, description and language recommendations), branch of linguistics that studies the speech culture.

Then let us analyze the importance of personal development for writing speech. There are two terms in the methodological literature: writing and writing speech. To clarify the semantics of these terms let us refer to these concepts in details. „As a means of formation and formulation of thoughts, the writing bases on the use of language signs fixed by neural connections of the cerebral cortex in the form of visual and hand motoring images that interact with hearing and speech-moving ones. The literate people complete the audio and graphic images of words” [Metodyka navchannia inozemnykh mov... 1999, p. 208]. The writing speech is defined as the ability to express thoughts in writing, and the process of writing speech begins with the inner speech. In the inner speech, „the program of utterance and combination in paragraphs is prepared. The entire process consists of internal uttering and fixation of the prepared material on paper that requires automated handling of sound-image associations” [Metodyka navchannia inozemnykh mov... 1999, p. 209].

The scientists consider the forming of motivation, which is not revealed in the children of primary school age, to be an important aspect of writing speech. In oral speech, the motivation is available; the dynamic situation reg-

ulates and stipulates it. In writing speech, it is necessary to imagine such situation individually. Saying a word, the child is not aware and does not analyze the sound structure, but while writing it is necessary to understand the sound structure of words and reproduce in the written signs. Similarly, the phrases are transferred in writing; syntactic and semantic structure of speech are analyzed as well. L.Vyhotskiy notes that such process is so complex because the writing relates to the internal speech in the different way as compared with the oral one. If the development of external speech aheads the internal one, the writing speech appears after the development of internal speech [Vygotskiy 1982, p. 239].

The scientific studies of written and oral speech investigate the appearance of an intermediate type of communication that is both written and oral – the visual speech, which is perceived by the eyes and is mainly used on the Internet [Sytdykova 2012, p. 128].

The final goal of language learning is the speech activity that includes the linguistic, communicative and sociocultural competences, which in their turn form the linguistic competence. Speech competence involves the ability to use all types of speech activities: the understanding of spoken and written speech (listening and reading as receptive types of speech activity), the production of oral and written speech (speaking and writing as reproductive kinds of speech activity), and the possession of codes of oral and written speech. The difference between spoken and written speech is especially clearly traced in the process of learning a foreign language: people who are in a foreign language environment learn the oral speech, but the forming of writing speech skills is quite difficult. The scientists consider this situation as a didactic problem - the need to explore the new writing speech code that is different from the oral speech code [Vorozhtsova 2007, p. 55]. The pedagogical problem of creating the writing speech culture is traced particularly in the growth of computerization of the educational process and loss of motivation for learning in general. The hypothesis concerning the regress of writing speech culture in the early 80-ies amazed the US public. The low level of writing speech culture at colleges and universities caused the concern on pauperization of an individual, as the possibility of cognitive knowledge processing was losing. This social problem in the United States led to researching the theoretical grounds of writing speech culture creation. To study the relationship between perceptions, thinking and learning the scientists turned to cognitive science, awareness and motivation of cognitive psychology, text linguistics. The foreign scientists perceive the reasons for writing speech decline in propagation of multimedia information culture. This propagation causes the loss of scientific consciousness, the methods of acquisition and

consolidation of knowledge, which is known to be closely related to writing, the limitations of thinking that is in direct proportion with the writing and the book, the reduce of the overall level of human development that causes in fewer people who can read and write. Writing speech skills of students and even high school graduates significantly worsened, the researchers suggest that this is due to fundamental changes in the perceptions of young people about the language and communicative speech.

In the early twentieth century Professor of Poznan University Nikolai Rudnytsky in his work „Language education in life and in school”, outlined the development of linguistics as a science that applies to both high school and all intellectuals. With scientific and methodological point of view, the language learning has practical advantages over all other objects, as a student, applying the acquired language skills, can use the inductive – deductive method in any area, as well as observe, draw conclusions, think and formulate his own definitions. The research and observational method is proposed to the students to study their native language, which contains the richest material as compared to the natural sciences, mathematics, and even psychology. The author underlines the essential importance of speech culture development for students of secondary schools, as the development of students’ ideas requires for their design an adequate level of speech culture and possession of a sufficient amount of linguistic means as a measure of cultural development [Rudnicki 1920, p. 43].

The language in its deepest sense is an intellectual and voluntaristic function, as during the development of speech activity the main features of a character are trained such as freedom, choice and decision. Studying the language, a high school student masters each time the new and higher level of culture. That leads to the fact that native language becomes the center of education in general, and creates the mind and imagination, aesthetic and ethical inclinations.

The development of cultural of an individual depends on speech development. The spiritual and material content contained as a historical heritage of the nation in the language, in its expressions and phrases, in its semantic system is definitely concerned to be the cultural richness of the nation. The school activity cannot influence the linguistic abilities of a child, even though the school is obliged to develop language skills of their students in order to enrich the culture of people. The speech culture affects the economic, financial, social and political spheres of people’s life. In particular, it is impossible to downplay the importance of language skills while concluding the commercial and industrial contracts and while formulating the legal, political acts of social programs. We consider the ability to formulate individual

opinions in writing as an important aspect of individual development. One of the most effective means of intensification of training activities and the link of training with child mental development is the creative written works, which help establish the culture of speech writing. The scientists consider the creative written works as the reproductive types of self-writing: writing essays and retellings that are the means of developing the fluent speech and forming the communicative skills. To form the stylistic aspects of oral and written speech culture, the empirical practice proposed to read and learn the works of classics by heart. However, the Methodists advised to use the method of mechanical learning the classical texts as linguistic material with the heuristic, inductive, and deductive methods.

The written creative work played an important role in training and educating the students in secondary schools, as testified about spiritual development of children. By H. Rowid, the literacy while writing the works is growing, and the individual expressions of feelings and thoughts of a student based on the direct observation and experienced emotions are developing [Rowid 1920, p. 17].

The themes of creative works should not be one-sided and concern the literature only. To expand the reproductive skills, the limited enough themes as „The description of my pen”, „My pencil”, and „The table I study at” were used in the written works. Sometimes the following type of the task was used: „Describe in detail the meaning of words ox, donkey, sheep, fall, etc.” [Rudnicki 1920, p. 150]. Therefore, the most effective for the development of writing speech are the themes of works related to life situations, everyday environment of the child, including the child’s life at home and in school, observations during the walks and excursions, the most important events in his native land areas, religious and secular holidays, the ratio of youth to the moral, social, national and global problems. The discussion and check of free stylistic exercises were advised to be conducted during the lesson in the presence of students, not forgetting the caution, pedagogical tact, elegant feeling of psyche of the child. For example, let us consider the subject of works:

Mom has a lot of work today, because tomorrow is Sunday.

Have you been with your mother in the market and what have you seen there?

Do you have a dog at home?

There is a lot of fun in our yard.

What should Mom remember when winter comes?

Would you like to have pets? Describe how you would care about it.

Do you have pictures at home? Write which one you like the most and why.

Has St. Nicholas visited you?

How did you spend Christmas holiday?

Easter [Rowid 1920, p. 26].

In the works of Ukrainian and foreign scientists in the XXI century, the language learning is concerned in close connection with the development of an individual. There is the importance of foreign language study for the development of general competence and creativity of students. To solve this problem it is necessary to respect the laws of individual development and to use the effective teaching methods, as well as to combine with advances pedagogy, methodology, psychology, sociology, anthropology, neurobiology and linguistics, sociolinguistics, psycholinguistics, communication.

The language environment, the cultural level of parents, the possibility of active communication is an important factor of successful language acquisition in the process of creating a speech culture of an individual [Vykhreshch 2014, p. 20].

Thus, the comparative analysis of the concepts of language culture and speech culture gives the reason to argue that these terms relate to each other, as a general (language) and a specific (speech). Therefore, the language culture is a set of literary language qualities that appear under the different communicative conditions according to the aim and content of expression. The speech culture is the level of competence that includes the compliance with oral and written literary language according to the situation of communication. The research of scientific principles of creating the speech culture showed that for the formation of speech skills that are necessary for the development of speech culture of an individual, the abilities to analyze and organize material and language tools take an important part. The ability to take into account the communication features of speech culture such as the correctness, accuracy, consistency, diversity, clarity, appropriateness, expression, emotion is very important as well.

During the globalization of society, the increase of success in creating the speech culture of an individual through the effective combination of oral and written language as a reflection of this activity and its products at the level of meta communication is assumed.

References

- Babych N. (1990), *Osnovy kultury movlennia*, Lviv: Svit, 1990, 232 s.
- Filosofskiy entsiklopedicheskiy slovar'* (1989), red. L. Il'ichev, P. Fedoseev, S. Koval'ev, Sov. entsiklopediya, 840 s.
- Frentz H. (2003), *Schreiben und Schreibentwicklung. Konzepte im Spannungsfeld zwischen Wandel und Wirksamkeit. Vortrag auf dem 14. Symposium Deutschdidaktik*, September 2002/ Hartmut Frentz/ – Erfurt, Mai, 20 s.
- Greule A., Lebsanft F. (1998), *Europäische Sprachkultur und Sprachpflege*, Tübingen: Narr, 276 s.
- Klare J. (2006), *Sprachkultur und Sprachenpolitik in der Romania (Frankreich, Spanien, Italien)* [in:] J. Klare, *Interlinguistische Informationen. Mitteilungsblatt der Gesellschaft für Interlinguistik e. V.*, Beiheft 13, Berlin, November 2006, ss. 41–92, //http://www.interlinguistik-gil.de/wb/media/beihefte/13/beiheft13-klare.pdf.
- Konverskyi A. (1998), *Lohika: Pidruchnyk dlia studentiv vyshchych navchalnykh zakladiu* [in:] A. Konverskyi, *Chetverta khvyliia*, 360 s.
- Kultura i razvitie cheloveka: ocherk filosofsko-metodologicheskikh problem* (1989), Otv. red. V. Ivanov. K.: Nauk. Dumka, 320 s.
- Lampert G. (1998), "To hell with the future, we'll live in the past": *Ideas and Ideologies of Language Culture in Britain* [in:] A. Greule, F. Lebsanft, *Europäische Sprachkultur und Sprachpflege*, Tübingen: Narr, ss. 37–62.
- Markowski A. (2002), *Kultura języka, Nowy słownik poprawnej polszczyzny*, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN, s. 1650.
- Metodyka navchannia inozemnykh mov u serednikh navchalnykh zakladakh: Pidruchnyk* (1999), Lenvit, 320 s.
- Mohyla O., *Kultura movy v PNR*, Elektronnyi resurs, Rezhym dostupu, <http://kulturamovy.univ.kiev.ua/KM/pdfs/Magazine16-18.pdf>.
- Pasynok V. (2012), *Osnovy kultury movlennia. Navch. Posib*, Vydavnytstvo «Tsentr uchbovoi literatury», 184 s.
- Rowid H. (1920), *Z metodyki wypracowań pisemnych (zbiorek wolnych cwiczeń dzieci)*, Lwów – Warszawa: Książnica polska T-wa nauczycieli szkół wyższych, 56 s.
- Rudnicki M. (1920), *Wykształcenie językowe w życiu i w szkole*, Poznań-Warszawa: Nakład księgarni św. Wojciecha, 240 s.
- Sydykova I. (2012), *Pysemna komunikatsiia v suchasnomu mediinomu prostori// Movni i kontseptualni kartyny svitu. Zbirnyk naukovykh prats Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Vypusk 42. Chastyna 2, VPTs «Kyivskiy universytet»*, ss. 125–130.
- Sotsiologhiia: slovnyk terminiv i poniat* (2003), Uporiad. Ye.A.Bilenkyi, M.A.Kozlovets, V.O.Fedorenko, za zah. red. M.A.Kozlovtsia. - Zhytomyr, "Volyn", 236 s.
- Struhanets L. (1997), *Teoretychni osnovy kultury movy: Navchalnyi posibnyk dlia studentiv filolohichnykh fakultetiv*, L. Struhanets. – Ternopil, 96 s.

Tsaryk O. (2014), *Naukovi zasady formuvannia kultury movlennia*//*Visnyk Cherkaskoho universytetu: zbirnyk naukovykh prats seriia «Pedahohichni nauky»*, Cherkasy, № 3, ss. 72–78.

Tsaryk O. (2014), *Teoretychni zasady formuvannia kultury movlennia u zarubizhnii linhvodydaktytsi*//*Liudynoznavchi studii: zbirnyk naukovykh prats Drohobyt'skoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Ivana Franka*, Drohobych: Vydavnychiy viddil DDPU imeni Ivana Franka, 2014. – Vypusk 29. Chastyna 3. Pedahohika, ss. 218–229.

Vorozhtsova I. (2007), *Osnovy lingvodidaktiki*, Izhevsk: Udmurtskiy gosudarstvennyy universitet – 113 s.

Vygotskiy L. (1982), *Sobranie sochineniy: v 6-ti t. T. 2. Problemy obshchey psikhologii*, Pod red. V. V. Davydova, Pedagogika, 504 s.

Vykhreshch A. (2014), *Linhvodydaktyka v systemi ekonomichnoi nauky/ Metodyka rozvytku inshomovnoi kompetentnosti studentiv ekonomichnoho profilu: kolektyvna monohrafiia*, Ternopil: Pidruchnyky i posibnyky, 298 s.

Vykhreshch A., *Osobystist v konteksti pedahohichnoi personolohii*, Elektronnyi resurs, Rezhym dostupu: <http://anatoliyv.info/4.html>.

Professional Culture of the Future Elementary School Teacher in the Context of Methodics of Pedagogics in the University

Abstract:

In the basis of the professional culture is the awareness of it like a powerful socio- spiritual factor of society and person development, understanding its impact on all the kinds of activities. In any activity its connection with universal culture is essential. Wider the spread professional culture in any sphere, more effective will be functioning of the sphere. Professional culture – it is the certain set of ideological and expertise, features, skills and feelings, individual values, which manifests in its subject-employment activity and provides higher efficiency. In the professional culture of a specialist appears not only connection and social interaction, personality and profession but all its individual culture. New direction in shaping methodological and pedagogical knowledge, in our opinion, is in investigation and consideration the student's educational features like a subject of the studying process and in the future needs adequate interpretation and technology of teaching pedagogic in higher educational establishments.

Key words:

universal culture, professional culture, future elementary school teacher, methodic of pedagogic.

Problem topicality. In the base of analysis of the professional culture is awareness of culture like powerful socio spiritual factor of society development and person, understanding its impact on all the kinds of activity. Really,

in any activity its connection with universal culture is essential. The question of the correlation between professional culture with the common culture can be decided if it will be considered in two dimensions: related mass, general and individual, personal. In the first case we are talking about the importance of the phenomenon, which includes a particular group, community of people. In the second case – personal dimension of culture professionally. Wider the spread the professional culture in a given area, higher will be the efficiency of this sector. And on the contrary.

Existing views and approaches to this phenomenon (Alexandrova E., Byhovskaia I., Vaskovskaia S., Kagalniak A., Kuzmina N., Kuzin F., Leontiev A., Mityna L., Erasov B., Savyn N., Iadov V., Iashchyshyn K. and other) allow to define it. Professional culture is a certain set of worldview and special knowledge, qualities, skills, feelings, value orientations of the person which are manifested in its subject of labor activity and provides its higher efficiency.

As it is known, in the activities there are revealed not only achieved level of skills formation, demonstration ability but also the level of creative installations development, their willingness to implement more professional culture. That's why in professional culture of the certain specialist it is realized not only the connection and the interaction of society, person, and profession but all his individual culture.

The need in pedagogical skills of the representatives of some branches of knowledge, professions, social groups has become especially subtle at the beginning of the third millennium. Today, not only future teachers, but also the students of the faculty of postgraduate education, courses for teachers and administrative staff, senior pupils of secondary schools, managers of firms, experts on HR management and others are among them. However, the teachers of pedagogics of higher educational establishments of various levels of accreditation need to improve the system of their training. The increased number of people who attend courses in pedagogical disciplines, providing them with focused training, also feels the need of the creation of separate discipline "Methods of pedagogics". Moreover, the problems of methods of pedagogics after the publication in 1987 of the book "Methods of pedagogics teaching" by M.V. Savin [1982, p. 102] turned out to have been left on the sidelines of pedagogical knowledge. There is no literature in Soviet pedagogy that could be considered a textbook for future teachers of pedagogy of any level of accreditation of higher educational establishment. Some attempts were made by the authors of the Russian pedagogy, including V.I. Denderina (Russia, Stavropol Pedagogical University, 2004).

Thus, the increasing need for highly-qualified teachers and thoroughly developed course of methods of pedagogics can be anticipated.

The aim of the article is to define the tendencies in the reforming of the discipline “Methods of pedagogics” in the system of general professional training and preparation of future teachers.

The state of the problem development. When defining the professional pedagogical culture of the teacher, it is necessary at first to consider such concepts like “professional culture” and “pedagogical culture”. Professional culture – its developed ability to solve professional problems, while development of professional thinking is a foundation.

In considering the question about pedagogical culture we mean the next concepts: methodological, moral and aesthetic, communicative, technological, spiritual, physical education teachers personality. Pedagogical culture inherent in every human or other source, which affects the formation of personality, professional and pedagogical culture is a characteristic of the person, who must carry out the educational process in professional specially organized activities.

In Pedagogical science has developed a set of provisions which allows to define the concept of professional and pedagogical culture:

- professional and pedagogical culture – is a universal characteristic of educational reality, which manifests itself in various forms of existence;
- professional and pedagogical culture – internalized a common culture and performs the function of a specific design of a common culture in the field of teaching activities;
- professional and pedagogical culture – is a systemic education, including a number of structural and functional components having their own organization, selectively interacts with the environment and having the integrative properties of the whole, is not reducible to the properties of the individual parts;
- the unit of analysis of professional and pedagogical culture serves creative by natural educational activity;
- particularly the formation and implementation of professional and pedagogical culture of the teacher are due to individual creativity, psychophysiological and age characteristics, the prevailing socio-pedagogical experience of the person.

Professional and pedagogical culture consists of three main components: axiological, technological and personal-creative.

Axiological component includes a set of pedagogical values taken by the teacher and perceived from various sources throughout life and professional activities. Teacher’s culture from this point of view is determined by a set of values, the allocation of priorities among them, the ability to identify new value in the world, in the processes of life and educational sphere. In ped-

agogic historically system of objective values was created, that determine the level of skill and development of the teacher, depending on the subjective perception and acceptance of these values.

The technological component represents pedagogical activity as a process of solving pedagogical problems. Recently there has been an increased interest to the concept of “educational technology”. This is due to many reasons, for example, development of pedagogical science has not only the theoretical aspect, but also in need of practical experiments, development, allows you to explore a variety of theories and hypotheses. Pedagogical theory is largely at odds with the actual current practice of education and training, in this case pedagogical technology acts as a link: on the basis of theoretical calculations are based models and developed technologies of their implementation. Educational technology includes such an important component as “technology pedagogical activities”. Considering it is worth noting that educational activities must necessarily be integral system focused, which is the base for the technology development of pedagogical activity. This technology is constructed as a system of gradual solving of pedagogical analysis, planning, goal setting, organization, evaluation and correction. That is, the technology of teaching activities is an implementation of techniques and methods of management of educational process in the school. There are different ways of solving educational problems. Based on the conditions of compliance with the goals and activities of the subject of learning to the conditions of this activity in each case selects the most appropriate ways of solving problems that make up the educational process.

The practical training of masters students of the “Pedagogical education”, “Primary education” department as one of the decisive factors led to the need for systematic training of future teachers of pedagogical subjects, and thus, to the practical development of the separate course “Methods of pedagogics in higher pedagogical educational establishment”. To study the satisfaction of psychological, pedagogical, professional, methodical knowledge, a questionnaire survey of 155 teachers in pedagogical institutes and universities in different regions of Ukraine has been conducted. It was found out that depending on the type of knowledge the indicators of dissatisfaction with ones training in this category of respondents change as follows: psychological knowledge – 70.3%, pedagogical – 60.0%, professional – 43.8%, methodical – 33.5%. The dynamics of satisfaction indicators were as follows: psychological knowledge – 11.6%, pedagogical – 21.3%, professional – 48.4%, methodical – 50.3%. The given data set up the scientists and supervisors of higher education to develop and provide a high level of general training in education and other areas of socionomic professional activity [Ananov 2002, p. 208;

Antonov 1988, p. 118; Bodalev 1983, p. 127; Kuzmyna 1967, p. 81; Levchenko 2001, p. 45], which involves a few important levels.

Although there is a need to develop methods of pedagogics, attention is drawn to the weak, inadequate use of open consistent patterns of pedagogics, existing approaches in pedagogical science. There are two important aspects of this problem.

Firstly, laws, patterns and principles of activity are well-grounded in pedagogical science, the objectivity of their nature and the need to implement are proved and experimentally verified. But a huge gap between science and practice of teaching at all the levels of education is consistently observed: the people on the ground act as their experience suggests, not always adequately to the demands of the society and ignoring or not taking into account the achievements and requirements of pedagogical science. The great variety of approaches to teaching every fundamental issue, an attempt to simplify some of general pedagogical phenomena and reduce them to the level of “for example” (give them a purely practical direction), which certainly does not provide the educational progress as a whole, for it doesn’t reflect the patterns in their development, are manifested. Even the simplest question “What to teach?” is debatable, problematic. Methodical issues are closely related to methodological ones. Inadequate or ambiguous scientific development of many principles blocks the solutions of the methods of pedagogics problems. However, it is impossible to wait until all the general pedagogical issues are solved clearly and definitely.

Secondly, there is a constant conflict between the practice of teaching-upbringing in the university and scientific orientations associated with the expected level of justification of this practice in concrete historic conditions. In other words, students should be taught the future pedagogics as the subject requires, and today it means “to teach ahead of the time”. On this way the main obstacle is the internal resistance of traditional content of studies to new pedagogics, i.e. the resolution of the above mentioned question “What to teach?” in the broad meaning and the dependence of the principles of methods of pedagogics on its solution are inevitable.

The lack of elaborated question about the specific aspects of pedagogical knowledge, its internal structure cause additional difficulties. In this regard the problem of mastering creative and artistic component of pedagogical activity and the technologies of getting acquainted with it by future teachers remain controversial in the system of general professional training (Bransky, Pozharskyj 2002, p. 276; Kuzmyna 1967, p. 85; Trusov 1980, p.144].

An important level in the formation of methodical pedagogical knowledge is the development of the methods of pedagogics as an independent research

direction that should be done by moving away from purely didactic level of studying its problems. After all, the researchers are committed to this [Bran-skyj, Pozharskyj 2002, p. 276; Elkanov 1989, p. 89; Kan-Kalyk 1987, p.124; Kuzmyna 1967, p. 81; Trusov 1980, p. 44]. The methods of pedagogics should have its own methodology, research methods and conceptual apparatus, i.e. the base, which will help to reconsider its place in the pedagogical knowledge and will make this direction of pedagogical activity really scientific and its conclusions more thorough.

A new direction in the formation of methodical pedagogical knowledge, in our opinion, lies in examining and taking account of the student's pedagogical features as a subject of educational activity, in adequate needs of future interpretation and teaching technology of pedagogics at the university.

The acquisition of new knowledge is based on its correlation with the previous experience of the subject of educational activity. Thus, it is necessary to study the expectations of the student (listener), who begins to study pedagogics, within the methods of pedagogics. According to psychologists, the expectation is both emotional state and structural-operational formation [Vaskovskaya 1987, p. 12]. The system of expectations of the subject of educational activity consists of cognitive, affective, connative and communicative components.

The cognitive component is the knowledge related to academic subject and obtained from various sources prior to its systematic study. They are called *background* as new information is perceived and evaluated with regard to this knowledge. University student gets background knowledge while studying in high school or at another educational establishment (systematized background knowledge). Otherwise, it is spontaneous, randomly accumulated knowledge related to the subject (unsystematized background knowledge). If in the first case (when the main categories and patterns of academic subject were previously studied in high school) the scope and content of systematized knowledge can clearly be established, in the second case (to define the amount, content and structure of unsystematized background knowledge) requires special investigation. Based on prior background knowledge preliminary understanding of the subject, its image is formed.

The affective component is emotional and evaluative attitude towards the subject, its attraction to the subject of educational activity.

The connative component is the need to deepen, broaden, organize previously accumulated knowledge and master of new knowledge, learning motivation, self-produced learning objectives of the discipline.

All three components of the expectations system are closely interrelated, however, the cognitive component is the leading. During the reception of

a new subject (initial acquaintance with it without deep understanding) the contents of the subject which is directly perceived (teacher's explanations or textbook content) is correlated with its pre-created image [Kagalnyak, Yashhyshyn 1989, p. 49]. The result of this correlation is cognitive control of the subject. The system of expectations is remade, reorganized. The variants of consistency-inconsistency of the perceived content of the subject and its previously created image can be represented in Table 1.

Table 1. *The system of expectations of a student (listener) in the process of his perception of a new subject*

Cognitive component	Affective component	Connative component
1. Total compliance of the perceived content of the subject with its image or belief about it	1. The subject is assessed as very light, that requires no effort to digest	1. The need to expand, deepen, systematize the knowledge on the subject does not appear, cognitive activity is minimal
2. Partial compliance of the perceived content of the study material with its image or belief about it	2. The subject is rated as interesting, complex enough so that it takes effort to master it	2. There is a need to expand, deepen, systematize knowledge on the subject, cognitive activity maximum
3. Total incomppliance of the perceived content of the subject with its image or belief about it	3. The subject is assessed as boring, uninteresting, too complicated	3. The need to expand, deepen, systematize the knowledge does not appear

Source: Kagalnyak A.Y., Yashhyshyn K.E., *Formyrovanye samoocenky professyonalno znachumykh kachestv budushhykh uchytel'ey*, „Voprosy psichologyy”, 1989, N 5, p. 49.

The proposed description of the student's (listener's) expectations and its possible reorganization allows us to see the issues that have always been out of researcher's attention. So the problems of size, content, structure of background knowledge, preliminary ideas about the subject that is proposed to study are of vital importance in methods of pedagogics. Unsystematized background knowledge, the problem of the social situation of development influence, overall social impact on the affective component of the future teachers' expectations system should be thoroughly studied.

The study of the expectations system of the student who begins to master pedagogics, is also of a great importance for the development of the problems of this discipline because they exist in the form of the subjects direct

experiences, are of particular cognitive value due to their ability to introspection, self-analysis and self-report in the form of inner speech, personal value. Specific character of the student's learning of pedagogical theory is determined not so much by its content, but by how he himself treats this content, how he perceives pedagogical knowledge. The student, who starts to study pedagogics, has an image of pedagogical reality that predetermines his own rethinking of the nature of the educational process, and solving educational problems that are the basis of communication in the formation of professional culture of the teacher. The study of pedagogics as a discipline lies in perception and understanding of descriptions of pedagogical phenomena. This in turn provides matching of this description with the prototype, which has been formed earlier. The pedagogical reality is the system of such prototypes, which served in the learning process as a pedagogical problem.

However, the course pedagogics involves students exploring not only the actual material, but the laws of the pedagogical process. The efficiency of mastering pedagogics depends on the correlation of everyday, household image of pedagogical reality and the image reproduced on the basis of the description of educational purpose, the accuracy and quantity of special study material provided for generalization, dynamic character of learning activity level.

Teacher, deciding what a specific task that has arisen in a real situation, builds a solution based on models that exist in his memory, thanks to the lessons learned:

- analytical and reflective – problem analysis and reflection of complete pedagogical process and its components;
- constructive and forward-looking – the task of building a holistic pedagogical process in accordance with the overall objective professional and educational activities, development and adoption of pedagogical solutions, predicting outcomes and consequences of the adopted pedagogical decisions;
- organizational-activity – the problem of realizing the best options of the pedagogical process, a combination of multiple types of teaching activities;
- assessment and information – the task of collecting, processing and storage of information on the status and prospects of development of the educational system, its objective evaluation;
- correction and regulators – the problem of correcting the course, contents and methods of the pedagogical process, the establishment of the necessary communication links, their regulation and support, and others.

Personality-creative component of pedagogical culture is manifested in the teacher ability to creatively implement technology of pedagogical process,

based on the theory, to carry out practical activities, making a personal contribution, enriching it with new techniques and methods that are in constant search for optimal solutions. Culture of the professional teacher differs by its ability to find heuristic solutions, develop based on their own experiences and those of colleagues new and most effective ways out of this situation (pedagogical tasks). Creative intellectual activity of the teacher is a complex synthesis of all mental spheres of teacher's personality: cognitive, emotional, volitional and motivational.

Conclusions. Thus, the lecturer who once again begins the course of pedagogics, has always a choice (regardless of whether he is aware of this option): whether to ignore the motives that have been made by the students before the study, or rely on them. The first way is typically used by the lecturer of pedagogics in his practice. The second (more complex) involves posing the students to explore long-term goals of pedagogics and display of actions with the help of which these goals can be achieved. The optimal correlation of external goals with the expectations is achieved by the choice of the subject of the activity, providing the optimal level of compliance of the general pedagogical study material with the students expectations.

References

- Anan'ev B.G. (2002), *Chelovek kak predmet poznaniya*, Polytexnyka, 288 s.
- Antonov A.V. (1988), *Ynformacyya: vospryyatyie y ponymaniye*, Naukova dumka, 183s.
- Bodalev A. A. (1983), *Lychnost y obshhenye*, Nauka, 271 s.
- Branskyj V.P., Pozharskyj S.D. (2002), *Sotsyalnaya synergetyka y akmeologyya*, Polytexnyka, 476 s.
- Vaskovskaya S.V. (1987), *Psixologicheskiye usloviya formirovaniya professionalnogo samopoznaniya uchytelya*, Avtoref. kand. dys., Kyev, 17 s.
- Elkanov S.B. (1989), *Osnovy professionalnogo samovospytaniya budushhego uchytelya*, Pedagogyka, 1989, 189 s.
- Kagalnyak A.Y., Yashyshyn K.E. (1989) *Formirovaniye samoocenky professionalno znachimykh kachestv budushhiykh uchytel'ey*, „Voprosy psixologyy”, N 5, ss. 45–51.
- Kan-Kalyk V.A. (1987), *Uchytelyu o pedagogicheskoy obshchenyy*, Prosveshhenye, 190 s.
- Kuzmyna N.V. (1967), *Ocherky psixologyy truda uchytelya*, yzd. LGU, 181 s.
- Levchenko E.V. (2001), *Sub'ektyvnye ozhydaniya studenta y metodyka prepodavaniya psixologyy*, „Voprosy psixologyy”, N 2, ss. 41–47.
- Leontev A.A. (1979), *Pedagogicheskoye obshhenye*, Znanye, 48 s.
- Savyn N.V. (1982), *Metodyka prepodavaniya pedagogiky*, Prosveshhenye, 207 s.
- Trusov V.P. (1980), *Sotsialno-psixologicheskiye issledovaniya kognityvnykh processov (po materialam zarubezhnykh eksperimentalnykh rabot)*, pod red. prof. V.A.Yadova y prof. N.V. Kuzmynoy, Leningrad: yzd. LGU, 144 s.

Edyta Zawadzka *ezawadzka.ez@gmail.com*

Akademia Pedagogiki Specjalnej im. Marii Grzegorzewskiej

Formy wspierania osób starszych w perspektywie wybranych społecznych teorii starzenia się

Forms of Supporting the Elderly in the Perspective of Selected Social Theories of Aging

Abstract:

This paper presents basic aspects of operation of chosen forms of support for elderly people. Those support forms are evaluated as to their significance in the life of an aging/elderly people in the perspective of assumptions of social theories of aging. Therefore, these considerations can be assigned both theoretical and practical functions. The first function implies the extension of current research based on humanities and social sciences by new threads. Practical implications come down to conclusions concerning optimal forms of support for the elderly – such forms that would both contribute to their bio-socio-cultural development and would favourably affect the quality of their lives. The conclusions may become an inspiring factor to authorities responsible for social policy as well as to non-governmental organisations and individuals in offering elderly people adequate forms of support according to their developmental needs.

Key words:

old age, aging, social theories of ageing, support for elderly people

Wprowadzenie

Starość jest ostatnim etapem życia jednostki. A. Nowicka [2010, s. 17] zwraca uwagę, że jest to najbardziej zróżnicowana faza ludzkiej egzystencji, bowiem poprzedzające ją, a także wpływające na nią okresy – dzieciństwo, młodość i wiek dojrzwały przebiegają u każdego człowieka odmiennie.

Starość i starzenie się nie są pojęciami synonimicznymi. Starzenie się rozumiane jest jako naturalny, długotrwały, fizjologiczny proces o charakterze dynamicznym, polegający na wzajemnym synergetycznym oddziaływaniu na siebie stopniowo pojawiających się zmian biologicznych, psychicznych i społecznych prowadzących do naruszenia równowagi biologiczno-psychicznej, którego konstytutywną cechą jest nieodwracalność [por. Chabior 2000, s. 22, Pędich 1996, s. 7, Zych 2010, s. 67]. Starość definiowana jest natomiast jako końcowy etap procesu starzenia się, będąc jednocześnie jego efektem, co wpływa na to, że ma ona charakter statyczny [por. Pędich 1996, s. 7, Zych 2010, s. 163].

Wyznaczając początek starości, najczęściej badacze odnoszą się do wieku demograficznego, który równoznaczny jest z ilością przeżytych lat. Najczęściej za umowny próg starości uznaje się 60 rok życia w odniesieniu do obu płci, jednakże niekiedy różnicuje się go ze względu na płeć – wtedy starość w przypadku kobiet wyznacza właśnie data 60 urodzin, natomiast w przypadku mężczyzn 65 [por. Garret 1990, s. 19, Leszczyńska-Rejchert 2007, s. 41; Nowicka 2010, s. 17]. Zwieńczeniem starości jest natomiast moment śmierci człowieka.

Starości towarzyszą wzajemnie na siebie oddziałujące zmiany we wszystkich najważniejszych sferach funkcjonowania człowieka – biologicznej, psychicznej oraz społecznej, które wielorako wpływają na funkcjonowanie i jakość życia zarówno człowieka starzejącego się jak i starszego. W kontekście zagadnień podejmowanych w niniejszym artykule za zasadne nie uznano ich charakteryzowania. Jednocześnie należy podkreślić, że ich implikacją jest konieczność podejmowania działań ukierunkowanych na wsparcie osób starzejących się i starszych. Mogą one mieć zarówno wymiar *stricté* instytucjonalny, jak i być aranżowane przez podmioty polityki społecznej, organizacje pozarządowe czy samych seniorów. Wsparcie udzielane osobom starszym może przyjmować każdą z postaci wsparcia społecznego. Pierwszą z nich jest wsparcie emocjonalne wiążące się z komunikatami werbalnymi i niewerbalnymi, które mają na celu uświadomienie jednostce pozytywnego stosunku do niej. Wsparcie wartościujące wyraża się w komunikatach ukierunkowanych na podwyższenie samoceny człowieka, a także uświadomienie jego znaczenia dla grupy. Wsparcie instrumentalne kojarzone jest z konkretną pomocą (np. materialną, pomoc w zaspokojeniu potrzeb, etc.). Ostatnia forma wsparcia to wsparcie informacyjne, czyli udzielanie informacji oraz porad [Kawula 1996, s. 6].

W Polsce seniorzy korzystać mogą z różnych form wsparcia. U podstaw ich działania sytuują się różne założenia. W niniejszym artykule nie chciałabym koncentrować jedynie się na ogólnodostępnych informacjach dotyczących idei ich funkcjonowania, ale pójść krok dalej i zastanowić się również nad ich znaczeniem w życiu starzejącego się i starego człowieka. Moim celem nie jest również wartościowanie owych form, a raczej refleksja nad nimi. Za

perspektywę interpretacyjną prowadzonych rozważań postanowiono przyjąć społeczne teorie starzenia się.

Społeczne teorie starzenia się jako jedna z płaszczyzn interpretacyjnych procesu starzenia się człowieka

Z uwagi na fakt, że społeczne teorie starzenia są perspektywą interpretacyjną, zasadne jest ich scharakteryzowanie.

W literaturze gerontologicznej wyróżnia się dwie płaszczyzny interpretacyjne procesu starzenia się człowieka – biologiczną oraz społeczną. Charakteryzowanie założeń biologicznych teorii starzenia się, w świetle zagadnienia podejmowanego w niniejszym artykule, wydaje się zbędne. Jednakże analizując ich opis dokonany przez różnych autorów [Krzyżowski 2004, ss. 46–58, Szarota 2004, s. 37, Zych 1995, ss. 28–30, Zych 2010, ss. 182–183] podkreślić należy, że cechą łączącą je wszystkie jest precyzyjne i dość wąskie wyjaśnianie przyczyn starości w oparciu o fizjologiczne determinanty funkcjonowania organizmu człowieka.

Odrębną płaszczyznę interpretacyjną procesu starzenia się człowieka stanowią teorie społeczne. Wydają się one nie tylko szerzej ujmować analizowany proces, ale również akcentować znaczenie osoby starszej w kontekście modyfikowania jego obrazu i implikacji. Poniżej przedstawiono założenia najważniejszych ze społecznych teorii starzenia.

Teoria aktywności, jak zauważa A.A. Zych [2010, ss. 180–181], zaproponowana została przez R.S. Cavan, E.W. Burgessa, H. Goldhamera i R.J. Havighursta. Badacze ci rozumieli starzenie jako „zjawisko społeczne polegające na gromadzeniu się napięć związanych z obrazem siebie, które powstaje wraz ze zmianą pełnienia ról społecznych” [Zych 2010, s. 181]. Stali oni na stanowisku, że dobre samopoczucie osób znajdujących się w fazie starości uwarunkowane jest kontynuowaniem zaangażowania w życie społeczne oraz wykazywaniem aktywności fizycznej, intelektualnej oraz społecznej adekwatnej do stanu zdrowia i wieku, podobnej do tej podejmowanej we wcześniejszej fazie – średniej dorosłości. Takie poglądy związane są z założeniem, że zachowania i reakcje każdego człowieka opierają się na jego samoocenie i doświadczaniu akceptacji ze strony innych ludzi [Chabior 2000, s. 33, Trafiałek 2006, s. 27, Szarota 2004, s. 46, Zych 2010, s. 181, Zych, Bartel 1990, ss. 31–32]. Teoria ta stała się jedną z przesłanek do stworzenia idei optymalnego starzenia. Koncepcja ta podstawowym wyznacznikiem udanej starości czyni realizację przez

osoby starsze różnych form aktywności do najpóźniejszych lat życia. Teorii aktywności, jak pisze E. Trafiałek [2006, s. 27] przypisuje się często iluzoryczność. Przesłanką do takiej opinii jest fakt, że w niektórych przypadkach z uwagi na realia społeczno-gospodarcze niemożliwe jest osiągnięcie postulowanego w ramach takiej koncepcji aktywnego i komfortowego modelu starości.

Teoria niezaangażowania (wyłączania/wycofywania się), jak uważa A.A. Zych [2010, s. 183], opracowana została przez E. Cumming i W.E. Henry'ego. Pojęciem konstytutywnym dla tej teorii jest „niezaangażowanie”, które postrzegane jest jako jedna z ważniejszych cech charakteryzujących człowieka starego [Chabior 2000, s. 33, Trafiałek 2006, s. 27, Szarota 2004, s. 46, Zych 2010, s. 183, Zych, Bartel 1990, ss. 32–34]. Omówienia wymaga rozumienie tego pojęcia. A.A. Zych oraz R. Bartel [1990, s. 33], powołując się na T. Parsonsa wyjaśniają, że należy ujmować je raczej jako brak chęci do podejmowania nowych obowiązków niż zaniedbywanie obecnie czy dawniej pełnionych zadań. Za główny czynnik warunkujący powstanie takiej postawy u ludzi starych uważa się osłabienie więzi społecznych, zwłaszcza rodzinnych oraz przyjacielskich, uwarunkowane z jednej strony wyłączaniem się człowieka starszego z życia społecznego, zmianą pełnionych przez niego ról społecznych, brakiem pomysłu na dalszą egzystencję, z drugiej tendencją społeczeństwa do odsuwania ludzi starych od podejmowania decyzji oraz pozbawiania ich prestiżu [Trafiałek 2006, s. 27, Zych 2010, s. 183]. Inne czynniki to choroby oraz zmęczenie [Zych 2010, s. 183]. A.A. Zych oraz R. Bartel [1990, s. 32] przytaczają ponadto, za E. Cunnning oraz W.E. Henrym, trzy hipotezy dotyczące procesu wycofywania się ludzi starzejących się i starych. Pierwsza koncentruje się na następującym stwierdzeniu: „stopień i różnorodność interakcji zmniejsza się wraz z wiekiem” [Zych, Bartel 1990, s. 32], kolejna wyraża się w słowach: „zmianom tym towarzyszą zmiany percepcji świata społecznego, przestrzeni życiowa ludzi w podeszłym wieku coraz bardziej zawęża się” [Zych, Bartel 1990, s. 32]. Ostatnia skupia się na fakcie, że „zmniejsza się także stopień zainteresowania życiem społecznym, miejsce zainteresowania innymi w społecznej przestrzeni życiowej zajmuje zainteresowanie samym sobą, a miejsce troski zajmuje obojętność wobec wszelkich spraw życiowych” [Zych, Bartel 1990, s. 32]. Z. Szarota [2004, s. 46] stoi na stanowisku, że proces wyłączania się człowieka starego i opisane powyżej sytuacje z nim związane są zinternalizowane przez jednostkę i uznawane za element konieczny do osiągnięcia radości i zadowolenia z życia.

Podsumowując opis teorii aktywności, należy zauważyć, że jak pisze A.A. Zych [2010, s. 183] nie wzbudza ona aprobaty wszystkich gerontologów, co więcej często spotyka się z krytyką koncentrującą się na podważaniu nieuchronności społecznego wyłączania się osób starzejących się.

Teoria osobistej korzyści, której twórcą jest A.A. Zych, to psychologiczna teoria, która próbuje uzgodnić dwie opisane wcześniej. U jej podstaw leży dylemat wyrażający się w pytaniu, dlaczego niektóre osoby starsze podejmują różnego typu aktywności, inne natomiast unikają ich i raczej się wycofują z życia społecznego. A.A. Zych uważa, że taka sytuacja wynika z osobistych korzyści, jakie człowiek czerpie, wybierając jedno z tych alternatywnych podejść do swojego działania w starości. Autor ten uważa, że człowiek stary dokonuje bilansu zysków i strat związanych z różnymi aspektami swojej sytuacji – finansowym, emocjonalnym, społecznym i na tej podstawie, czasem nawet podświadomie, podejmuje decyzję dotyczącą kontynuowania aktywności lub jej zaprzestania [Zych 2007, ss. 271–275, Zych 2010, s. 183].

Teoria „szkoły bońskiej”, której twórcami są H. Thomae oraz jego uczniowie [Zych 2010, s. 184]. Powstała jako efekt programu Bońskiego Longitudinalnego Studium Starzenia się. W toku prac prowadzonych w ramach tego programu dokonano analizy osobowości ludzi starych. Stwierdzono, że główną zmienną powodującą starość nie jest wiek chronologiczny. Większe znaczenie przypisano natomiast ukształtowanemu obrazowi siebie, który uwarunkowany jest stanem zdrowia, cechami osobowości czy też poziomem aktywności. Ponadto zwrócono uwagę na rolę zmiennych interweniujących, do których zaliczono ogólną sytuację życiową, wykształcenie, środowisko oraz motywację. Wyniki analizy osobowości człowieka stały się przesłanką do sformułowania dwóch jej założeń. Według pierwszego podstawą tej teorii jest przystosowanie i socjalizacja człowieka starego, które przyczyniają się do przekształcania procesu integracji społecznej ludzi znajdującej się w tej fazie życia. Drugie koncentruje się na fakcie, że przejawiane zachowanie czy doświadczane uczucia osób starszych są w większym stopniu uwarunkowane poznawczą reprezentacją danej sytuacji niż jej obiektywnym obrazem. Zwolennicy teorii szkoły bońskiej (m.in. A. Zych) zwracają uwagę, że jej ogromna zaleta tkwi w tym, że docenia znaczenie zarówno fizycznych jak i psychicznych cech człowieka jako czynników sprzyjających ulepszaniu interakcji społecznych ludzi starszych. Ponadto zwolennicy zwracają uwagę, że wskazuje ona możliwość zmiany zachowania na drodze uczenia się [Zych 2010, s. 184, Zych, Bartel 1990, ss. 34–35].

Wydaje się, że za egzemplifikację społecznych teorii starzenia się uznać można również koncepcję wychowania do starości, sformułowaną przez jednego z najważniejszych polskich pedagogów społecznych – Aleksandra Kamińskiego. U jej podstaw sytuuje się przekonanie, że starość człowieka byłaby szczęśliwsza i bardziej satysfakcjonująca, gdyby we wcześniejszych fazach życia podejmowane były działania, które pomogłyby nabyć zainteresowania, umiejętności, postawy i przyzwyczajenia, które w ostatniej fazie życia będą

przyczyniały się do konstruktywnego i przynoszącego radość wykorzystania czasu wolnego, a także realizowania użytecznych prac [Kamiński 1978, s. 357]. Działania te podejmowane powinny być zarówno przez samą jednostkę przygotowującą się do starości, jak i inne osoby (inspiratorów) i przyjmować mogą różne formy – m.in. podejmowanie aktywności fizycznej, kształtowanie zainteresowań i przyzwyczajzeń, angażowanie się w działalność społeczną, przyzwyczajanie się do większej ilości wolnego czasu, tworzenie planu na życie na emeryturze, orientowanie się w ofercie instytucji pomagających zagospodarować czas wolny, pobudzanie postawy akceptującej wobec starości, kreowanie zdolności do radzenia sobie z ewentualnymi problemami związanymi ze starością, nakłanianie do podejmowania zachowań prozdrowotnych, proponowanie uczestnictwa w różnego rodzaju zajęciach, a także tworzenie godnych warunków życia i umierania seniorów [Kamiński 1978, ss. 356–391].

Po przybliżeniu założeń najważniejszych społecznych teorii starzenia się możliwe jest zwerbalizowanie przesłanki sytuującej się u podstaw uczynienia ich płaszczyzną interpretacyjną procesu starzenia się człowieka. Teorie te ujmują proces starzenia się i jego skutek (starość) jako „coś”, co jest zależne od człowieka, jego działalności, środowiska życia, a także działań podejmowanych z nim i dla niego, a więc promują aktywną postawę wobec starości. Taka postawa przyczynia się do poprawy subiektywnej jakości życia, co sprawia, że również taką funkcję pełni wsparcie udzielane uwzględniające ich najważniejsze założenia.

Po przedstawieniu ogólnych informacji dotyczących starości, a także przybliżeniu najważniejszych założeń społecznych teorii starzenia się, możliwe jest podjęcie rozważań dotyczących wybranych form wsparcia osób starszych.

Dom Dziennego Pobytu jako forma wsparcia osób starszych

Dom Dziennego Pobytu jest placówką przeznaczoną m.in. dla osób starszych, działającą na mocy Ustawy z dnia 12 marca 2004 roku o pomocy społecznej (Art. 51). Forma ta sytuowana jest na pograniczu instytucjonalnej opieki (mającej miejsce w domach pomocy społecznej) oraz pomocy środowiskowej. Główna idea tego typu placówek tkwi w tym, że nie są one miejscem zamieszkania seniora, a jedynie miejscem gdzie przebywa on kilka godzin dziennie (najczęściej nie dłużej niż osiem), ma zapewnione najczęściej trzy posiłki oraz zajęcia o charakterze zabawowo-rekreacyjno-terapeutycznym, a niekiedy również rehabilitacyjnym [por. Matusiak 2010, s. 278, Mielczarek 2010, s. 116, Orzechowska 2001, s. 52, Szarota 2004, s. 88, Zych 2009, ss. 131–132]. Ich

niezwykle istotną cechą jest fakt, że liczba uczestników jest stosunkowo mała [Szarota 2004, s. 88]. Kierowani są oni zazwyczaj do tego typu placówki na podstawie decyzji ośrodków pomocy społecznej i najczęściej ponoszą za to opłatę ustalaną przez Miejski Ośrodek Pomocy Społecznej [Szarota 2004, s. 88].

Konfrontując założenia społecznych teorii starzenia się oraz ideę funkcjonowania Domów Dziennego Pobytu, zasadne wydaje się sformułowanie konstatacji wyrażającej się w stwierdzeniu o pozytywnym znaczeniu analizowanej formy wsparcia w życiu starzejącego się człowieka. Uzasadnienie takich poglądów wyraża się w kilku czynnikach. Pierwszym i najważniejszym z nich jest zamieszkiwanie we własnym domu, czego implikacją jest z jednej strony brak konieczności adaptacji do nowych warunków, a z drugiej permanentna odpowiedzialność za dbanie o zaspokojenie własnych potrzeb, co zapobiega wystąpieniu zjawiska wyuczonej bezradności.

Ponadto kontakty społeczne, a także udział w interesujących seniora różnorodnych zajęciach jest czynnikiem przyczyniającym się do poprawy nie tylko nastroju, ale również subiektywnej oceny własnej sytuacji życiowej oraz obrazu własnej osoby. Ponadto pobyt w tego typu placówce staje się okazją do zawierania nowych znajomości, które mogą stać się inspiracją nie tylko do kontaktów towarzyskich w czasie wolnym od zajęć w DDP, wzajemnej pomocy, ale również podejmowania wspólnych aktywności.

Odnosząc funkcjonowanie analizowanej formy wsparcia do teorii niezaangażowania, wydaje się, że możliwe jest przypisanie jej funkcji profilaktycznej przeciw ujawnianiu się u osoby starszej cechy charakteru utożsamianej z niezaangażowaniem, a także wyłączenia społecznego osób starszych i pojawiania się poczucia samotności. Ponadto wydaje się, że dzięki uczęszczaniu do Domów Dziennego Pobytu senior uzyskuje również konkretne korzyści ułatwiające mu funkcjonowanie życiowe, np. brak konieczności przygotowywania posiłków w domu, wsparcie o charakterze informacyjnym udzielane przez pracowników placówki, zagospodarowanie czasu wolnego, niekiedy pomoc medyczną oraz oszczędności finansowe [por np. Orzechowska 2001, ss. 51–55, Mielczarek 2010, s. 117]. Stają się one przesłanką do podejmowania aktywności, opuszczenia na kilka godzin środowiska domowego, a także kontynuowania uczęszczania do Domu Dziennego Pobytu.

Podsumowując, wsparcie udzielane przez Domy Dziennego Pobytu ocenić można w kategoriach pozytywnych i przypisać mu funkcję aktywizującą osoby starsze, zaspokajającą różne rodzaje potrzeb, również te z wyższych poziomów Piramidy Masłowa, a także opóźniającą pojawienie się konsekwencji (zwłaszcza psychicznych i społecznych) związanych z okresem starości i towarzyszącymi jej przemianami. Jednocześnie jednak nie ograniczają autonomii oraz poczucia sprawczości uczestników.

W tym kontekście należy zaznaczyć, że idea ta jest prawdziwa zwłaszcza wtedy, gdy decyzja o uczęszczaniu do Domu Dziennego Pobytu, jest osobistym wyborem seniora, a nie implikacją działań podejmowanych przez inne osoby. Ponadto istotna jest jakość funkcjonowania takiej placówki, adekwatność proponowanych aktywności do potrzeb seniorów, a także kompetencje pracowników i ich zaznajomienie z ofertą projektów europejskich, których grupą docelową są osoby w fazie późnej dorosłości.

Dom Pomocy Społecznej jako forma wsparcia osób starzejących się i starszych

Kolejna instytucja oferującą wsparcie seniorom również działa na podstawie zapisów zawartych w ustawie o pomocy społecznej z dnia 12 marca 2004 roku (Art. 54). Natomiast zagadnienia szczegółowe związane z funkcjonowaniem domów pomocy społecznej, m.in. dotyczące sposobu ich działania, standardu świadczonych usług, a także dokumentów niezbędnych w procesie kierowania i przyjmowania do tego typu placówek – zawarte są w Rozporządzeniu Ministra Polityki Społecznej z dnia 23 sierpnia 2012 roku w sprawie domów pomocy społecznej.

W § 5 wspomnianego Rozporządzenia sprecyzowano rodzaj usług świadczonych przez analizowaną formę wsparcia osób starszych. Pierwszy ich rodzaj to usługi dotyczące potrzeb bytowych pensjonariusza, a więc dzięki domowi pomocy społecznej człowiek starszy ma zapewnione miejsce zamieszkania, wyżywienie, odzież oraz działania mające na celu utrzymanie czystości (zarówno własnego ciała, jak i miejsce zamieszkania – przyp. EZ). Udzielanie pomocy w zakresie realizacji podstawowych czynności życiowych, pielęgnowanie oraz udzielanie niezbędnej pomocy dotyczącej spraw osobistych to zadania składające się na usługi opiekuńcze. Najwięcej działań realizowanych jest w ramach usług wspomagających. Najważniejsze z nich to: umożliwienie uczestnictwa w zajęciach terapii zajęciowej, umożliwienie zaspokajania potrzeb o charakterze religijnym i kulturalnym, zachęcanie do nawiązywania i podtrzymywania relacji społecznych, podejmowanie działań ukierunkowanych na adekwatne do możliwości pensjonariusza jego usamodzielnienie, a także zapewnienie respektowania przysługujących mieszkańcowi uprawnień.

Osoba starsza przyjmowana jest do domu pomocy społecznej na podstawie decyzji o skierowaniu do placówki wydanej przez Ośrodek Pomocy Społecznej [Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia

23 sierpnia 2012 roku w sprawie dps §8 ust.4]. Pensjonariusz przyjmowany jest do DPS-u przez jego kierownika lub inną wyznaczoną przez niego osobę (§12 ust. 2). Osoba przyjmująca odpowiedzialna jest za przeprowadzenie rozmowy z nowoprzybyłym mieszkańcem na temat jej aktualnej sytuacji i zmian w niej zachodzących, wstępnych warunków pobytu, a także zakresu świadczonych usług (§12 ust. 3).

Bezsprzeczne wydaje się przekonanie o zasadności istnienia domów pomocy społecznej jako formach wsparcia i opieki nad osobami starszymi. Niezależnie jednak od powyższego stwierdzenia, opierając się na własnych badaniach jakościowych dotyczących losów życiowych podopiecznych domu pomocy społecznej [Zawadzka 2011] oraz analizując ideę ich działania w kontekście społecznych teorii starzenia się, możliwe jest sformułowanie kilku wniosków o charakterze kontestacyjnym. Pierwszym i najważniejszym z nich jest przekonanie, że zamieszkiwanie w domu pomocy społecznej, a więc miejscu, w którym personel odpowiedzialny jest za zaspokojenie wszystkich najważniejszych potrzeb człowieka, sprzyja nie tylko powstawaniu stanu wyuczonej bezradności, „odwyczajaniu się” od podejmowania aktywności skoncentrowanych na doskonaleniu własnych warunków życiowych, a także gospodarowaniu (nawet ograniczonymi) zasobami pieniężnymi, ale również sprzyja utracie motywacji do podejmowania tego rodzaju działań. To wszystko sprawia, że człowiek, dokonując bilansu i zysków i strat związanych z różnymi aspektami swojej sytuacji życiowej, wybiera bierną postawę wobec świata.

Ponadto wspomniane badania własne wskazują, że codzienność pensjonariuszy domów pomocy społecznej koncentruje się zazwyczaj na placówce – najczęściej na ich pokoju, co uznać można za czynnik hamujący zarówno działalność o charakterze kulturalno-społecznym, jak i nawiązywanie i kontynuowanie relacji międzyludzkich z osobami z i spoza instytucji [Zawadzka 2011, s. 192]. Implikacją tego może być powstawanie „niezaangażowania” będącego kluczową kategorią pojęciową teorii niezaangażowania. Wyniki prowadzonych badań pokazały, że najczęstszym sposobem spędzania czasu wolnego było korzystanie z mediów, czytanie książek oraz modlitwa. Jedyнным elementem urozmaicającym monotonne życie w DPS-ie są zajęcia terapii zajęciowej oraz imprezy okolicznościowe, w których nie wszyscy mieszkańcy wyrażali chęć uczestniczenia [Zawadzka 2011, ss. 192–193]. Zauważamy zatem, że decyzja o zamieszkaniu w domu pomocy społecznej wiąże się z rozpoczęciem nowego etapu życia, o kształcie znacznie różniącym się od tego wcześniejszego, którego podstawową cechą jest rezygnacja z większości pełnionych ról, a także podejmowanych aktywności. Implikacją tego jest stwierdzenie, że podstawowe założenie teorii aktywności, które niejako „zapobiega” starości, nie jest spełnione.

Konkluzją powyższej analizy postanowiono uczynić wniosek wyrażający się w dwóch stwierdzeniach. Dom Pomocy Społecznej jest formą wsparcia najlepszą dla tych osób, które nie są już w stanie zaspokajać samodzielnie własnych potrzeb. Jednocześnie stwierdzenie takie nie jest równoznaczne z aprobatą zaspokajania przez pracowników jedynie podstawowych potrzeb osób starszych. Wręcz przeciwnie, powinni oni stymulować kontakty społeczne pensjonariuszy zarówno z osobami z, jak i spoza placówki. Ponadto ich rola mogłaby wyrażać się w podejmowaniu działań mających na celu urozmaicenie monotonii dnia codziennego, a także zachęcanie mieszkańców do aktywnych postaw wobec własnej codzienności. Drugi wniosek dotyczy przekonania, że w każdej sytuacji, gdy osoba chociażby w niewielkim stopniu jest zdolna do zaspokajania własnych potrzeb, a także podtrzymywania aktywności, powinno zachęcać się ją do korzystania ze wsparcia placówek opartych na innych założeniach – rodzinnych domów pomocy, mieszkań chronionych, domów dziennego pobytu czy zapewniać jej w odpowiednim wymiarze usługi opiekuńcze.

Rodzinne domy pomocy jako forma wsparcia osób starzejących się i starszych

Niezależnie od faktu, że rodzinne domy pomocy społecznej, również działają na podstawie wspomnianej już Ustawy o pomocy społecznej z dnia 12 marca 2004 roku (Art. 52), nie wydają się bardzo popularną formą wsparcia osób starszych. Kwestie szczegółowe związane z ich organizacją określone są w Rozporządzeniu Ministra Polityki Społecznej z dn. 31 maja 2012 roku w sprawie rodzinnych domów pomocy.

Rodzinne domy pomocy społecznej świadczą usługi opiekuńcze i bytowe w jednorodziennym budynku mieszkalnym, którego właścicielem lub najemcą może być osoba fizyczna lub organizacja pozarządowa [Rozporządzenie Ministra Polityki Społecznej z dnia 31 maja 2012 r w sprawie rdp, §2, §4 ust. 1]. Ponadto Ustawa o Pomocy Społecznej (Art. 52, ust. 2) określa, że w analizowanej placówce nie może mieszkać mniej niż 3 osoby i więcej niż 8 osób.

We wspomnianym Rozporządzeniu (§4 ust. 2) bardzo wyraźnie podkreślono, że świadczone usługi powinny być adekwatne do stanu zdrowia, sprawności fizycznej i intelektualnej oraz indywidualnych potrzeb i możliwości osoby przebywającej w rodzinnym domu pomocy. Ponadto uwzględnić należy prawa człowieka, w tym w szczególności prawo do poszanowania i ochrony godności, wolności, intymności i poczucia bezpieczeństwa oraz dbać o ochronę dóbr osobistych.

Główny cel wsparcia realizowany przez domy pomocy społecznej oraz rodzinne domy pomocy wydaje się tożsamy i wyraża się w zapewnieniu osobie starszej wsparcia w zakresie realizacji potrzeb bytowych oraz opiekuńczych. Jednakże ramy organizacyjne związane z funkcjonowaniem obu rodzajów placówek różnicują ich znaczenie w życiu człowieka starszego. Nieprawdą jednakże byłoby stwierdzenie, że samo przebywanie w rodzinnym domu pomocy społecznej jest czynnikiem maksymalnie aktywizującym podopiecznych tego typu placówek. W tym kontekście zaakcentować należy rolę osób kierujących tego typu placówkami, ich kompetencji, a także postaw wobec osób starszych, stereotypów na ich temat, ale również zaangażowania seniorów w codzienność i funkcjonowanie placówki. Możemy bowiem wyobrazić sobie sytuację, że każdy z pensjonariuszy będzie spędzał czas w swoim pokoju, a pracownicy będą w znacznym stopniu wspomagali go w realizacji jego potrzeb. Jednakże możliwe jest wykorzystanie dwóch głównych potencjałów związanych z organizacją tego typu placówek – małej liczby podopiecznych, a także zlokalizowania ich w domu jednorodzinnym – i zachowując autonomię osób starszych i aktywnie wspierając ich w realizacji ich potrzeb, budować w nich poczucie wspólnotowości prowadzące do powstania współodpowiedzialności za wygląd domu, realizowane przez niego działania, innych mieszkańców, a także przemiany przestrzeni adekwatne do potrzeb. Dzięki temu człowiek starszy będzie miał poczucie celowości własnego istnienia, a także podejmie działania o różnorodnym charakterze, co sprawi, że podstawowy postulat teorii aktywności oraz zaangażowania się będzie mógł się urzeczywistnić.

Ponadto dokonując bilansu zysków i strat związanych z uczestnictwem w działaniach na rzecz domu, innych mieszkańców i siebie, człowiek ma świadomość, że wszystko, co robi, ma realny wpływ na jego warunki życia. Konfrontując powyższą konstatację z założeniami teorii osobistych korzyści, wydaje się, że prawidłowo prowadzone rodzinne domy pomocy społecznej realizują również postulatory z niej wynikające.

Wydaje się również, że mała liczba mieszkańców (3–8) zamieszkujących tego typu placówki stwarza doskonałą płaszczyznę do adaptacji do nowych warunków życia i nie tylko do nawiązywania powierzchownych relacji, ale również tworzenia się i trwania przyjaźni, opartych zarówno na wzajemnym wspieraniu się, ale również zaangażowaniu we wspólne inicjatywy. Należy również zauważyć, że tak mała liczba osób daje pewne złudzenie rodziny, pozwala na podejmowanie różnych ról. Niezależnie od stanu swojego zdrowia, wykształcenia, umiejętności czy sprawności fizycznej każda z osób może czuć się potrzebna innym, chociażby poprzez pełnienie roli doradcy czy rozmówcy. Opisane powyżej prawidłowości wpływają na posiadany przez osobę starszą obraz własnej osoby, w którym obok właściwości o charakterze biologicznym

będących konsekwencją starości, występuje szereg pozytywnych odnoszących się do sfery psychicznej i społecznej człowieka. W ten sposób urzeczywistnia się idea opisana w teorii szkoły bońskiej.

Podsumowując, rodzinne domy społecznej pełnią istotną rolę w życiu człowieka starszego/starzejącego się, jednocześnie zapewniając mu pomoc w realizacji codziennych czynności, jak i stanowiąc czynnik zachęcający ich do podejmowania aktywności na rzecz społeczności mieszkańców, a także siebie samego.

Mieszkania chronione jako forma wsparcia osób starzejących się i starszych

Alternatywą dla scharakteryzowanych wcześniej form wsparcia osób starszym są mieszkania chronione. Działają one również na podstawie przywoływanej już wielokrotnie Ustawy o pomocy społecznej z dnia 12 marca 2004 roku (Art. 53). W krajach Europy Zachodniej nazwa mieszkania chronione odnosi się do zespołu niezależnych mieszkań, które zgrupowane są tak, aby możliwe było świadczenie wsparcia osobom, które go potrzebują [Zych 2009, s. 134]. W Polsce natomiast mieszkania chronione utożsamia się z lokalami przeznaczonymi dla osób o zbliżonych potrzebach. Składają się na nie: przestrzeń mieszkalna, kuchnia lub wnęk kuchenna, łazienka, ustęp wydzielony lub miska ustępowa w łazience oraz przestrzeń komunikacji wewnętrznej. Przeznaczone są one dla przynajmniej 3 osób, z zastrzeżeniem o minimalnej wartości przestrzeni użytkowej przypadającej na jednego mieszkańca, która nie może mniejsza niż 12 m² [Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dn. 14 marca 2012 w sprawie mieszkań chronionych, §6, ust. 1,2,3].

W Rozporządzeniu Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dn. 14 marca 2012 w sprawie mieszkań chronionych, w paragrafie 2 wymienione zostały następujące formy wsparcia świadczonego mieszkańcom tego typu placówek: praca socjalna, poradnictwo specjalistyczne, utrzymanie posiadanego poziomu sprawności zarówno w zakresie podstawowych umiejętności życiowych, jak i kontaktów i ról społecznych, pomoc w zakresie przemieszczania się, czynności życiowych, realizacji kontaktów społecznych. Wymienione powyżej formy wspierania osób starszych, według przywoływanego Rozporządzenia (§2, ust.3, 4) powinny być adekwatne do indywidualnych potrzeb mieszkańców i być świadczone przynajmniej 3 godziny dziennie przez 7 dni w tygodniu lub w wymiarze umożliwiającym osiągnięcie założonych celów,

co oznacza, korzystanie z tego typu placówek niekoniecznie musi wiązać się z zamieszkiwaniem w nich. Decyzja o korzystaniu ze wsparcia najczęściej wydawana jest na czas określony (§3, ust.1).

Pracownikami analizowanych placówek, a zarazem osobami udzielającymi wsparcia mieszkańcom, są: pracownik socjalny, psycholog, terapeuta, asystent osoby niepełnosprawnej, opiekun [Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dn. 14 marca 2012 roku w sprawie mieszkań chronionych, §2, ust. 5].

Analizując ideę działania mieszkań chronionych w świetle założeń społecznych teorii starzenia się, zasadne wydaje się sformułowanie wniosku wyrażającego się w stwierdzeniu, że korzystanie ze wsparcia realizowanego przez analizowane w tej części placówki może być istotną przesłanką wpływającą na pozytywne funkcjonowanie życiowe człowieka starzejącego się i starszego. Pierwszym argumentem uzasadniającym powyższą tezę są sposoby wspierania osób starszych. Zauważamy bowiem, że nie są one ograniczane jedynie do zaspokojenia potrzeb osoby starszej, ważniejsze wydaje się raczej wdrożenie jej do jak największej samodzielności, a także podtrzymywanie jej sprawności odnoszących się do różnych sfer życia. W tym kontekście zwrócić uwagę należy, że najważniejszym czynnikiem ułatwiającym realizację powyższego celu są pracownicy, których rozmaite kompetencje sprzyjają podejmowaniu różnych działań na rzecz osób starszych, adekwatnych do sygnalizowanych przez nie potrzeb. Kolejnym czynnikiem ułatwiającym realizację założonych zadań jest takie zaaranżowanie przestrzeni placówki, że przyjmuje ona postać środowiska podobnego do tego, gdzie człowiek starszy spędził większość swojego życia, ale co ważniejsze takiego, w którym realizować musi czynności pozwalające mu na prawidłowe funkcjonowanie. Mieszkania chronione są więc placówkami, które w naturalnych, bliskich człowiekowi warunkach zachęcają osoby starsze zarówno do podejmowania aktywności dotyczących własnej osoby, ale również takich ukierunkowanych na wspólną przestrzeń życia (mieszkanie), a także inne osoby korzystające z tego rodzaju wsparcia. Dzięki temu osoba starsza buduje poczucie własnej wartości, realizuje potrzebę afiliacji, jej samopoczucie, a także zaangażowanie w działania na rzecz siebie i innych wzrasta. Ponadto wydaje się, że posiadanie świadomości obecności osób, które w trudnej sytuacji „podadzą pomocną dłoń” sprzyja bardziej optymistycznemu postrzeganiu własnej sytuacji.

Ponadto należy zwrócić uwagę, że mieszkania chronione oraz świadczone przez nich wsparcie, stanowią doskonałą płaszczyznę do zawierania, a także realizowania kontaktów społecznych osób charakteryzujących się wspólnymi doświadczeniami oraz problemami, a więc placówki te są istotną formą przeciwdziałania samotności osób starszych.

Równie ważne wydaje się stwierdzenie, że korzystając ze wsparcia realizowanego przez mieszkania chronione, osoba starsza dostrzega konkretne korzyści z tym powiązane – a więc pomoc w realizacji istotnych z jej punktu widzenia potrzeb, możliwość uzyskania kompetentnego wsparcia zarówno w charakterze psychologiczno-terapeutycznym, jak i socjalnym, doskonalenie własnej sprawności, a także posiadanie grona zaprzyjaźnionych osób, co uznać można za czynnik motywujący do uczestnictwa w życiu społeczności mieszkańców.

Opisane powyżej prawidłowości związane z funkcjonowaniem mieszkań chronionych, sugerują, że są to placówki działające zgodnie z postulatami społecznych teorii starzenia się. Jednakże w ramach implikacji praktycznych podejmowanych rozważań, należałoby zastanowić się, czy wsparcie przez nie oferowane jest wystarczająco kompleksowe. Wątpliwości nie budzi stwierdzenie, że przyczyniają się one do aktywności osób starszych w zakresie środowiska domowego, a także funkcjonowania w społeczności lokalnej. Jednakże pewne obawy pojawiają się w związku z brakiem akcentowania roli działalności kulturalnej w życiu seniora, czego konsekwencją jest brak podejmowania działań ukierunkowanych na realizację potrzeb związanych z tą sferą egzystencji człowieka.

Konkludując, w Polsce istnieje potrzeba upowszechniania idei funkcjonowania mieszkań chronionych. Jednocześnie jednak należy zaznaczyć, że ich rozwój wciąż hamowany jest brakiem form budownictwa mieszkaniowego, które pozwoliłoby na ich optymalne funkcjonowanie uwzględniające specyficzne potrzeby osób starszych [Mielczarek 2010, s. 118]. Ponadto istnieje potrzeba zaakcentowania w dokumentach, określających założenia organizacji mieszkań chronionych, konieczności podejmowania działań związanych z aktywnością kulturalną osób starzejących się i starszych. Dzięki temu możliwe będzie realizowanie postulatu promowanego na gruncie pedagogiki społecznej, wyrażającego się w stwierdzeniu, że człowiek jest istotą bio-socjo-kulturalną [por np. Marynowicz-Hetka 2007, s. 136]. Jednocześnie taka idea stanowić będzie czytelny drogowskaz dla osób prowadzących mieszkania chronione.

Wolontariat oraz działania samopomocowe jako formy wspierania seniorów

Opisane powyżej formy wspierania osób starszych, pomimo różnych założeń sytuujących się u podstaw ich funkcjonowania, cechują się raczej homogenicznością w zakresie realizowanych celów, które utożsamiać można ze wspieraniem osób starszych w zakresie realizacji istotnych potrzeb o charakterze

fizjologiczno-społecznym. W kolejnych częściach niniejszego artykułu skoncentrowano się na realizujących nieco inne cele formach wsparcia seniorów.

Wolontariat jako formę wsparcia osób starszych można postrzegać dwójako. Przyjmując pierwszą perspektywę, akcentuje się rolę wolontariuszy, którzy pomagają działając w ramach różnych instytucji wspierających osoby starsze. Jednakże wolontariat może być również czynnikiem aktywizującym osoby starsze, a przez to nadającym ich życiu konstruktywny cel i pomagającym zaaranżować swój czas. Pierwszy ze sposobów postrzegania wolontariatu silnie wiąże się z funkcjonowaniem wolontariuszy w instytucjach opisanych wcześniej i ich rola zbliżona jest do tej pełnionej przez te instytucje, czego implikacją jest niekoncentrowanie się na tych zagadnieniach w niniejszym artykule. Za ważniejsze uznano zastanowienie się nad rolą wolontariatu w drugiej z przywołanych perspektyw.

Najprościej wolontariat rozumieć można jako „bezpłatne, świadome i dobrowolne działania na rzecz innych, wykraczające poza więzi rodzinno-koleżeńsko-przyjacielskie” [por. Stawiarska 2011, s. 12]. Mimo tego, że wolontariat jest działalnością bezinteresowną, możliwe jest wskazanie kilku korzyści wynikających z tego rodzaju działania dla wolontariusza. Badania prowadzone przez badaczy amerykańskich, m.in. R. Rosethala, R.L. Rosnowa, na które powołuje się P. Stawiarska [2011, ss. 52–53] wskazują na fakt doświadczania przez wolontariusza społecznej integracji oraz uzyskiwania zdystansowanej postawy wobec swoich problemów. Ponadto działalność taka buduje poczucie sensu życia oraz wzmacnia świadomość własnej skuteczności oraz kompetencji, a także pozwala na doświadczanie pozytywnych emocji. B. Szatur-Jaworska, P. Błędowski oraz M. Dziegielewska [2006, ss. 176–178], zastanawiając się nad wolontariatem podejmowanym przez osoby starsze, wskazują ponadto, że dzięki takiemu działaniu seniorzy mogą wykorzystać swoje doświadczenie i mądrość życiową, dzielić się nią z innymi.

W kontekście rozważań dotyczących działań podejmowanych przez seniorów na rzecz innych osób, na uwagę zasługuje działalność samopomocowa. Definiowana jest ona jako „pomoc wzajemna, polegająca na dwustronnym świadczeniu usług określonej grupie osób, co równocześnie pozwala na uzyskanie pomocy samemu sobie” [Halicka, Pędich 1997, s. 14]. W tym ujęciu jest to najczęściej działanie zorganizowane przyjmujące postać różnego rodzaju organizacji czy stowarzyszeń.

Istota funkcjonowania grup samopomocowych wyraża się w budowaniu określonych modeli zachowań lub stanów psychicznych osób, które są ich członkami [Chabior 2001, s. 100]. Wyróżnić można dwie główne funkcje opisywanej formy wsparcia seniorów. Pierwsza wyraża się w świadczeniu sobie usług związanych z codziennymi potrzebami fizycznymi i materialnymi

człowieka, a także w tworzeniu świadomości bycia częścią pewnej grupy oraz możliwości liczenia na innych. Istota drugiej wiąże się z poczuciem podmiotowości, niezależności i wolności ludzi starych, które powstaje w wyniku działania w grupach samopomocowych [Chabior 2001, s. 100]. A. Chabior [2000, s. 176] zauważa, że bycie członkiem takiej grupy przyczynia się do aktywizowania osoby starszej oraz zaspokaja jej istotne potrzeby psychiczne – uznania, akceptacji, samorealizacji, szacunku i przynależności. Autorka ta uważa ponadto, że działanie seniorów w ramach grup samopomocowych jest czynnikiem silnie aktywizującym osoby starsze oraz ułatwiającym im przystosowanie się do często niekorzystnych zmian łączących się ze starością, zwłaszcza do życia na emeryturze [Chabior 2001, s. 98].

Konkludując, bezsprzeczne wydaje się stwierdzenie, że zarówno wolontariat osób starszych jak i działania samopomocowe są bardzo istotnymi czynnikami, które w perspektywie społecznych teorii starzenia się, postrzegać można jako te mające pozytywne znaczenie w życiu podejmujących je osób. Przyczyniają się zarówno do aktywizowania osób starszych, a także podtrzymywania ich zaangażowania w życie społeczne, poprawy ich samopoczucia, budowania pozytywnego obrazu siebie, nabierania dystansu do własnych problemów oraz kształtowania pozytywnych relacji z innymi osobami. Formy te stanowią również płaszczyznę pozwalającą na zaspokajanie istotnych w życiu człowieka starszego potrzeb – zarówno utożsamianych stricte z wsparciem instrumentalnym i informacyjnym, ale również wartościującym i emocjonalnym.

Pomimo tych wszystkich pozytywnych aspektów analizowanej w niniejszej części formy wsparcia osób starszych, w Polsce wciąż jest ona dość mało popularna i raczej uważana za alternatywną. Wydaje się, że hipoteza, która mogłaby próbować wyjaśnić takie zjawisko wiąże się ze stereotypowym postrzeganiem osób starych jako takich, które wymagają bogatych form wsparcia niż jako podmioty, które mogłyby go kompetentnie udzielać. Takie generalizowanie jest bezsprzecznie niewłaściwe, wydaje się więc, że osoby, które za cel stawiają sobie urozmaicenie życia seniorów i poprawę jego jakości, w swoich projektach powinny również uwzględniać działania tego typu.

Uniwersytety trzeciego wieku jako forma wsparcia osób starzejących się i starszych

Wydaje się, że za formę wsparcia osób starszych uznać można również Uniwersytety trzeciego wieku, które są placówkami o charakterze oświatowym lub ośrodkami kształcenia o charakterze uniwersytetu otwartego, które przeznaczone są przede wszystkim dla osób starszych, proponującymi różnorodne

zajęcia [Zych 2010, s. 195]. W Polsce Uniwersytety trzeciego wieku działają najczęściej jako stowarzyszenia korzystające z patronatu naukowego uczelni wyższej. W rzeczywistości polskiej obecne są również sytuacje, gdy UTW działają w strukturach uczelni wyższych, centrów kultury lub bibliotek. Ponadto wyróżnić można instytucje tego typu funkcjonujące przy jednostkach organizacyjnych pomocy społecznej, a także jako organizacje pozarządowe zakładane przez różne podmioty [Ziębińska 2009, ss. 22–23].

Niezależnie od formy organizacyjnej, jedynym kryterium, które uwzględniane jest przy zapisie do opisywanych w tym paragrafie instytucji, jest wiek. Słuchacz musi mieć ukończony 40 rok życia. W trakcie pracy dydaktycznej nie stosuje się ocen oraz egzaminów, nie ma również selekcji w zakresie przechodzenia na kolejny rok [Aleksander 2001, s. 24].

Najczęściej program zajęć prowadzonych na uniwersytetach trzeciego wieku ma charakter fakultatywny, często tworzony przez słuchaczy. W placówkach tych odbywają się różnego typu zajęcia: kursy, wykłady, seminaria, konwersatoria, lektoraty, praca w sekcjach, koła zainteresowań czy różne formy aktywności fizycznej oraz turystycznej [Dobroniewski 1998, ss. 27–35, Nowicka, Majdańska 2010, ss. 283–296]. T. Aleksander [2001, ss. 108–109] zwraca uwagę, że oferowane są również zajęcia o charakterze kulturalno-artystycznym zarówno w formie jedynie recepcji (udział w spektaklach teatralnych, wystawach czy koncertach, zwiedzanie muzeów), jak i twórczej (uczestnictwo w grupach teatralnych przygotowujących przedstawienia amatorskie, kabaret, etc.). Zajęcia odbywają się najczęściej jeden lub dwa razy w tygodniu (w zależności od preferencji uczestników) i trwają od 2 do 4 godzin [Aleksander 2001, s. 111].

Konfrontując założenia funkcjonowania uniwersytetów trzeciego wieku z ideami społecznych teorii starzenia się, na szczególną uwagę zasługuje kilka kwestii wyrażających w pojawiających się w literaturze poglądach dotyczących znaczenia tego typu placówek w życiu człowieka starszego.

Jak pisze T. Aleksander [2001, s. 118], uniwersytety trzeciego wieku pozwalają człowiekowi staremu zaspokoić jego potrzebę afiliacji i integracji. Uczestnicząc w tego typu działalności edukacyjnej, człowiek otrzymuje szansę poznania osób w jakimś stopniu do niego podobnych pod względem sytuacji życiowej, doświadczeń, zainteresowań czy problemów, nawiązania z nimi przyjaźni, co zapobiega odczuwaniu przez człowieka starego samotności czy osamotnienia, poprawia samopoczucie, daje mu poczucie bezpieczeństwa. W ramach tych funkcji zwraca się również uwagę, że słuchacze UTW mają poczucie, że w sytuacji trudnej mogą liczyć na pomoc osób, z którymi udało im się zawrzeć znajomości, a także wspólne spędzanie czasu po zajęciach [Górna 2007, s. 516].

Uniwersytetom trzeciego wieku przypisuje się również znaczenie w tworzeniu sensu życia człowieka starzejącego się/starszego. Uczestnictwo w zajęciach porządkuje życie człowieka, nadaje mu konstruktywny cel, stawia wyzwania, a także daje świadomość bycia odpowiedzialnym za siebie oraz swój los oraz buduje pozytywny obraz siebie oraz starości. Istotne wydają się również poglądy koncentrujące się na tym, że uniwersytety trzeciego wieku popychają człowieka do działania oraz pomagają w odkrywaniu własnej tożsamości [Łój 2003, s. 65].

Uniwersytety trzeciego wieku spełniają ponadto funkcję edukacyjną. Jak twierdzi T. Aleksander [2001, s. 118] placówki te oferują uczestnikom możliwość poszerzania swojej wiedzy w interesujących ich dyscyplinach naukowych, nabywania i pogłębiania nowych zainteresowań. B. Szatur-Jaworska, P. Błędowski oraz M. Dziegielewska [2006, s. 171] opis funkcji edukacyjnej UTW uzupełniają również o fakt, że instytucje te pozwalają kompensować braki w wiedzy. Przyczyniają się ponadto do kształtowania i utrzymywania sprawności sił umysłowych, ćwiczenia pamięci, a także utrwalania pewnych motywacji do samokształcenia i samopoznawania. Ponadto pozwalają im zdobyć informacje, które pomagają im rozwiązać pojawiające się problemy [Łój 2007, s. 475].

Przez zajęcia, proponowane zwłaszcza w sekcjach, uniwersytety trzeciego wieku pozwalają człowiekowi staremu zaspokoić jedną z jego najważniejszych potrzeb – ekspresji, wyrażającej się w chęci bycia aktywnym, tworzącym, działania na rzecz innych, przeżywania uniesień duchowych a także realizowania swoich pasji hobbystycznych [Aleksander 2001, s. 119].

Działania prowadzone przez uniwersytety trzeciego wieku pełnią również funkcję profilaktyczną. Proponując bardzo różnorodne aktywności przyczyniają się do aranżowania czasu wolnego ludziom na emeryturze, co przyczynia się do tego, że osoby nie te mają poczucie, że ich życie jest nudne, monotonne czy bezcelowe. Działalność profilaktyczna wyraża się również w przekazywaniu słuchaczom aktualnych informacji na temat sposobów dbania o własne zdrowie, motywowaniu ich do wprowadzania ich w swoje codzienne funkcjonowanie [Aleksander 2001, ss. 119–120].

Konkludując, wydaje się, że uniwersytety trzeciego wieku, dzięki specyfice swojego funkcjonowania, są istotną instytucją stanowiącą wielorakie wsparcie dla osób starszych, aktywizującą ich na wielu płaszczyznach, wzmacniającą ich zaangażowanie w działania o charakterze społeczno-towarzyskim, stymulującą powstawanie więzi społecznych, pomagające im zbudować pozytywny obraz własnej osoby. Taka konstatacja stanowi przesłankę potwierdzającą stwierdzenie, że uniwersytety trzeciego wieku są formą wsparcia osób starszych, pozwalającą na realizację postulatów wynikających ze społecznych teorii starzenia się.

Zakończenie

Bezsprzecznym wydaje się stwierdzenie, że wszystkie opisane w niniejszym artykule formy wsparcia osób starszych, zarówno o charakterze *stricte* instytucjonalnym, jak i społecznym, są niezbędnymi elementami polityki społecznej państwa. Realizują one różnorodne działania – zarówno takie odnoszące się do podstawowych potrzeb człowieka starzejącego się i starego – mieszkania, wyżywienia, higieny, jak również tych umiejscawianych na wyższych szczeblach Piramidy Masłowa – a więc bezpieczeństwa, afiliacji, akceptacji, sukcesu, braku monotonii w życiu oraz rozwoju.

Celem niniejszego artykułu nie było wartościowanie podejmowanej przez nich działalności w perspektywie ogólnej, czego implikacją mogłaby być odpowiedź na pytanie, które z nich są najważniejsze i najbardziej potrzebne osobom starszym. Postawiono raczej przed sobą zadanie zastanowienia się, które z nich mają znaczenie w kontekście doświadczania przez osoby starsze społecznych konsekwencji związanych ze starością. Oczywista bowiem jest konstatacja, że człowiek starszy nie ma wpływu na postrzeganie go jako osoby starej ze względu na wiek. Niewielka lub ograniczona jest również rola człowieka starszego w kontekście wystąpienia u niego biologiczno-fizjologicznych przemian związanych z okresem starości. Jednakże, zgodnie ze społecznymi teoriami starzenia, bardzo istotne jest znaczenie seniorów w procesie subiektywnego doświadczania starzenia się i starości, a także modyfikowania kształtu tych procesów. Implikacją tego było akcentowanie w prowadzonych rozważaniach tych aspektów funkcjonowania analizowanych form wsparcia w perspektywie stwarzania osobom z nich korzystającym płaszczyzny do implementacji działań ukierunkowanych na opóźnianie doświadczania społecznych i subiektywnych konsekwencji starzenia się i starości.

Prowadzone rozważania odnosiły się do modelowo realizowanych form wspierania osób starszych. Jednakże w kontekście każdej z opisywanych form na szczególne zaakcentowanie zasługują czynniki o charakterze jednostkowym, związane z kompetencjami i postawami pracowników/inspiratorów działań, sposobami zarządzania i organizowania placówek, a także indywidualnymi cechami osób starszych korzystających z proponowanych form.

Sformułowane wnioski są efektem refleksji. Możliwe jest więc postrzeganie ich jako pewnych przesłanek czy hipotez dla badań empirycznych, których przedmiotem są formy wspierania osób starszych. Bezsprzecznie, by zachować perspektywę społecznych teorii starzenia się, a także stworzyć płaszczyznę do formułowania trafnych wniosków, badania te powinny być badaniami jakościowymi prowadzonymi przez stosunkowo długi okres.

Bibliografia

- Aleksander T. (2001), *Uniwersytety Trzeciego Wieku w Polsce*, „Rocznik Pedagogiczny”, nr 24, ss. 101–123.
- Chabior A. (2000), *Rola aktywności kulturalno-oświatowej w adaptacji do starości (w świetle badań seniorów z rodzin kieleckich)*, Wydawnictwo ITE, Radom-Kielce.
- Chabior A. (2001), *Kierunki działalności kulturalno-oświatowej z osobami starszymi* [w:] A.A. Zych (red.), *Demograficzne i indywidualne starzenie się: wyzwania edukacyjne*, Akademia Świętokrzyska, Kielce.
- Dobroniewski A. (1998), *Uczestnictwo w Uniwersytecie Trzeciego Wieku* [w:] O. Czerniawska (red.), *Style życia w starości*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Humanistyczno-Ekonomicznej, Łódź.
- Garret G. (1990), *Potrzeby zdrowotne osób starszych*, PIWL, Warszawa.
- Górna J. (2007), *Znaczenie uniwersytetów trzeciego wieku dla poczucia jakości życia ludzi w wieku senioralnym – na przykładzie UTW w Częstochowie* [w:] A. Horbowski, J. Potoczny (red.), *Edukacja i animacja społeczno-kulturalna dorosłych (diagnoza-potrzeby-prognozy)*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów.
- Halicka M., Pędich W. (1997), *Działania samopomocowe ludzi starszych*, Akademia Medyczna w Białymstoku, Białystok.
- Kamiński A. (1978), *Wychowanie do starości jako czynnik adaptacji ludzi do nowoczesnego społeczeństwa* [w:] A. Kamiński, *Studia i szkice pedagogiczne*, PWN, Warszawa.
- Kawula S. (1996), *Wsparcie społeczne – kluczowy wymiar pedagogiki społecznej. Głos w dyskusji*, „Problemy opiekuńczo-wychowawcze”, nr 1, ss. 6–7.
- Krzyżowski J. (2004), *Psychogeriatrya*, Medyk, Warszawa.
- Leszczyńska-Rejchert A. (2007), *Człowiek stary i jego wspomaganie – w stronę pedagogiki starości*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn.
- Łój G. (2003), *Stymulatory rozwoju ucznia uniwersytetu trzeciego wieku w świetle teorii samorealizacji A. Masłowa*, „Nauczyciel i Szkoła”, nr 1–2, ss. 59–66.
- Łój G. (2007), *Potrzeby edukacyjne osób starszych* [w:] A. Horbowski, J. Potoczny (red.), *Edukacja i animacja społeczno-kulturalna dorosłych (diagnoza-potrzeby-prognozy)*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów.
- Marynowicz-Hetka E. (2007), *Pedagogika społeczna*, tom 1, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Matusiak A. (2010), *Aktywność zabawowa podopiecznych Domów Dziennego Pobytu w Zielonej Górze* [w:] A. Nowicka, *Wybrane problemy osób starszych*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków.
- Mielczarek A. (2010), *Człowiek stary w domu pomocy społecznej z perspektywy polityki społecznej i pracy socjalnej*, Wydawnictwo Edukacyjne „Akapit”, Toruń.

Nowicka A., Majdańska E. (2010), *Aktywność seniorów – słuchaczy Żarskiego Uniwersytetu Trzeciego Wieku* [w:] A. Nowicka (red.), *Wybrane problemy osób starszych*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków.

Nowicka A. (2010), *Starość jako faza życia człowieka* [w:] A. Nowicka (red.), *Wybrane problemy osób starszych*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków.

Orzechowska G. (2001), *Aktualne problemy gerontologii społecznej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn.

Pędich W. (1996), *Ludzie starzy*, Centrum Rozwoju Służb Społecznych, Warszawa.

Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 14 marca 2012 roku w sprawie mieszkań chronionych, Dz. U. z dnia 20 marca 2012 roku, poz. 305.

Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dn. 31 maja 2012 roku w sprawie rodzinnych domów pomocy, Dz. U. z dnia 26 czerwca 2012 roku, poz. 719.

Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dn. 23 sierpnia 2012 roku w sprawie domów pomocy społecznej, Dz. U. z dnia 27 sierpnia 2012 roku, poz. 964.

Stawiarska P. (2011), *Wolontariat hospicyjny*, Difin, Warszawa.

Szarota Z. (2004), *Gerontologia społeczna i oświatowa – zarys problematyki*, Wydawnictwo Naukowe AP, Kraków.

Szatur-Jaworska B., Błędowski P., Dziegielewska M. (2006), *Podstawy gerontologii społecznej*, Aspra-Jr, Warszawa.

Trafiałek E. (2006), *Starzenie się i starość. Wybór tekstów z gerontologii społecznej*, Wszechnica Świętokrzyska, Kielce.

Ustawa z dnia 12 marca 2004 roku o pomocy społecznej, Dz. U. 2004 Nr 64 poz. 593 z późniejszymi zmianami.

Zawadzka E. (2011), *Losy życiowe podopiecznych Domu Pomocy Społecznej „X”*, niepublikowana praca magisterska.

Ziębińska B. (2009), *Uniwersytety trzeciego wieku – wybrane aspekty funkcjonowania organizacji*, „Polityka Społeczna”, nr 3, ss. 21-26.

Zych A.A. (1995), *Człowiek wobec starości. Szkice z gerontologii społecznej*, Interart, Warszawa 1995.

Zych A.A., Bartel R. (1990), *Sytuacja życiowa ludzi w podeszłym wieku w Polsce i Republice Federalnej Niemiec – studium metodyczno-porównawcze*, Wyższa Szkoła Pedagogiczna im. Jana Kochanowskiego, Kielce.

Zych A.A. (2007), *Aktywność versus niezaangażowanie a osobista korzyść w okresie starości*, [w:] A.A. Zych, A. Nowicka (red.), „*By człowiek nie musiał cierpieć...*” - Księga jubileuszowa dedykowana Pani Profesor Aleksandrze Maciarz, Wrocław.

Zych A.A. (2009), *Przekraczając smugę cienia. Szkice z gerontologii i tanatologii*, Śląsk Katowice.

Zych A.A. (2010), *Leksykon gerontologii*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków.

Ireneusz Bittner *ibittner@spoleczna.pl*

Spółeczna Akademia Nauk

Wartości, kultura i etyka biznesu

Values, Culture and Ethics of Business

Abstract:

Values belong to basic goods possessed by societies. Nowadays we are exposed to their devaluation for a number of reasons. The most important of them include the globalization process. According to Maria Gołaszewska, while speaking about the values one needs to bear in mind higher values such as truth, goodness, beauty, authority and basic elements of our daily life. The values are among the factors in our lives that cannot be regulated by laws, directives and regulations. They have always been dependent on culture and tradition, in which both the individual and the whole societies are being raised. In order to build a solid foundation for the economy, one needs to take care of the consolidation of the ethos of work, which is based on values such as honesty, conscientiousness and diligence.

Key words:

values, culture, ethics.

Kwestia wartości należy do jednego z najważniejszych zagadnień w dyskursie społecznym. Bez nich nie może funkcjonować żadne społeczeństwo ani rozwijać się kultura. Trudno wyobrazić też sobie, aby pozbawiona wartości etycznych gospodarka rozwijała się w sposób dynamiczny i płynny. Należy też przyznać, że w nieuniknionym procesie globalizacji kultur i ekonomii zagrożone są te wartości, które dla danych społeczeństw stanowiły niezbywalny fundament i ostoję. Dlatego wydaje się w pełni uzasadnione, aby do zagadnienia wartości podejść z pełną powagą i pogłębioną refleksją.

Pojęcie i typologia wartości

Profesor Maria Gołaszewska [1994, s. 27] zauważa, że człowiek w oparciu o swoje doświadczenie dostrzega w ciągu swojego życia potrzebę zachowania i eksponowania wartości. Pragnie też im służyć, a nawet kreować, czyli uczestniczyć w procesie ich powstawania i utrwalania. W oparciu o swoje założenia, autorka przyjmuje dość ogólną definicję wartości. Mówi o trzech sposobach jej pojmowania:

- wartość jako to, co jest cenne;
- wartość jako odpowiedź na potrzebę;
- wartość jako idea ogólna, mająca doniosłe znaczenie w antroposferze.

Rozpatrując rozległą przestrzeń aksjologiczną, wspomniana autorka mówi o hierarchii i zmienności wartości. Wynika to z faktu dojrzewania człowieka, ulegania wpływom kulturowo-wychowawczym. Nie bez znaczenia dla Gołaszewskiej [1994, s. 29] są pojedyncze, zwyczajne wydarzenia i szczegółowe sytuacje.

Przywoływana powyżej autorka, w procesie klasyfikacji wartości konstruuje pewne kręgi, które uwzględniają postawy materialistyczno-konsumpcyjne oraz ideowo-kreatywne. Wymienia ona trzy podstawowe źródła, które decydują o posiadaniu indywidualnych hierarchii wartości. Gołaszewska [1994, ss. 254 i 259] ma na uwadze:

- wzgląd na wzniosłość; to wartości wyższe – prawda, dobro, piękno,
- wzgląd na autorytety; rodzice, szkoła, Kościół, organizacje polityczne,
- wzgląd na oczywistość podstawy bytowej wartości witalnych; m.in. sublimacja instynktu samozachowawczego jako warunku istnienia życia, biologicznego trwania.

Za podstawową kategorię aksjologiczną wartość uznaje także Leszek J. Krzyżanowski [1999, ss. 200–205]. Ujmując jego poglądy na ten temat w sposób syntetyczny, wskażmy, że wartościami są dla niego:

- zjawiska, i fakty, a także doznania lub przeżycia psychiczne, które mają różny charakter;
- pozytywne i cenne postawy wobec niektórych stanów docelowych, które zasługują na to, aby je zdobyć;
- zasady ocen, poglądy osób oceniających, a także ich przekonania o tym, co jest godne zdobycia;
- wartości, jakie posiadają przedmioty, zwłaszcza ich zdolności do zaspakajania potrzeb ludzkich.
- wszystko, co jest aktualnie dobrze oceniane lub polecane, to co się chce osiągnąć lub czego się oczekuje, pożąda i do czego się systematycznie dąży.

Dostrzegamy zatem, że kwestię wartości można rozpatrywać z różnej perspektywy i pod odmiennym kontem. Nie jest to łatwo zdefiniować i określić w sposób jednoznaczny sposób ich pojmowania. Uwaga ta jest o tyle cenna, że żyjemy w świecie, w którym nie tylko naukowcy, ale i politycy chętnie odwołują się do wyznawanych przez siebie wartości, które trzeba urzeczywistniać. Pokazane próby ich określenia wskazują jednoznacznie, że wartości nie da się zaprowadzić, a tym bardziej wprowadzić w życie za pomocą ustaw i uchwał przez najbardziej nawet szanowane gremia. Wartości jednak, jak zostało to zaznaczone we wstępie, są niezbędne do funkcjonowania społeczeństw i organizacji życia gospodarczego. Z tego też powodu w poniższym paragrafie rozpatrzmy kwestię wartości w kontekście kultury i życia gospodarczego.

Wartości, kultura, bogactwo narodów

W tej części niniejszej wypowiedzi autor odwołuje się do pracy Charlesa Hampdena-Turnera i Alfonsa Trompenaarsa, która zatytułowana jest *Siedem kultur kapitalizmu* [Warszawa 1998]. Badacze oparli się na wynikach ankiety, która została przeprowadzona wśród piętnastu tysięcy menedżerów. Warto też zauważyć, że poczynione uwagi odnoszą się do Stanów Zjednoczonych, Japonii, Niemiec, Wielkiej Brytanii, Szwecji i Holandii. Źródła dobrobytu poszczególnych państw upatrują oni w handlu międzynarodowym, który – według nich – jest substytutem wojny. W wymienionych państwach coraz częściej rezygnuje się z chęci osiągnięcia szybkich korzyści materialnych. Dobrobyt nie jest też niczym złym. Według wspomnianych autorów jest on nawet aktem moralnym. Wartość owego aktu doceniona była w protestantyzmie. Wyznawców różnych nurtów w protestantyzmie łączyło bowiem przekonanie, że praca stanowi sens i przyczynę istnienia człowieka na świecie. Nawet więcej – przez nadanie pracy wartości moralnej chcieli zbudować na ziemi królestwo niebieskie. Poszczególne narody swoje bogactwo osiągnęły nie dzięki ekonomii. Powodem jest fakt, że nie zajmuje się ona człowiekiem i jego problemami, lecz ogranicza się do badania transakcji i ich analizowania. Pomijając kwestie związane z działalnością i kondycją współczesnego człowieka, nie da się zbudować solidnej i opartej na wartościach gospodarki [Hampden-Turner, Trompenaars 1999, ss. 12–13]. Według autorów, w procesie tworzenia przedsiębiorstwa przynoszącego dobrobyt należy uwzględnić następujące elementy:

1. Koniecznie należy ustanowić reguły postępowania i wskazać możliwości odstępowania od nich. Owe reguły, wartości wyznawane przez właściciela przedsiębiorstwa muszą być zależne od zasad uniwersalnych, które należy umiejętnie godzić z wyjątkami.

2. Koniecznie należy analizować jakość poszczególnych produktów i ich składniki. Nie wystarcza to jednak do zbudowania dobrobytu. Analizować trzeba także podejmowane działania, doszukiwać się i znajdować wady oraz wprowadzać ulepszenia.
3. Przy zarządzaniu jednostkami trzeba zadbać o to, aby każda tworząca grupę jednostka otrzymywała niezbędną opiekę, zwracano na nią uwagę, dostarczano informacji i wsparcia. Indywidualizm poszczególnych pracowników należy łączyć z zasadami ogólnymi.
4. Należy zwracać uwagę na to, czy przedsiębiorstwo potrafi godzić inspiracje wewnętrzne z wymaganiami i odkryciami dokonywanymi poza nim samym.
5. Wyznaczone przed przedsiębiorstwem zadania należy wykonywać szybko, w możliwie najkrótszym okresie.
6. Przy osiąganiu największych zdolności, które zapewniają maksymalny zysk należy uwzględniać możliwości jednostek [Hampden-Turner, Trompenaars 1999, ss. 17–19].

Miejsce etyki w rozwoju ekonomicznym

Poczynione powyżej uwagi pozwalają na wyciągnięcie prostego wniosku: nie da się zbudować i respektować wartości bez zwrócenia uwagi na moralność. Etyka życia gospodarczego lub etyka biznesu jest dyscypliną zajmującą się formułowaniem i analizą reguł moralnych w życiu gospodarczym. Ma ona głównie charakter normatywny. Uznanie „opłacalności” etyki w biznesie stało się kuszącym zawołaniem dla wielu instytucji gospodarczych. Znalazło to wyraz w swoistym zespoleniu systemów ekonomicznych, którym podporządkowany jest biznes ze standardami moralnymi. Owo praktyczne niejako zorientowanie świata biznesu na te standardy przeciwdziała – jak wskazują fakty – samodestrukcyjnym tendencjom wielu form. Uznanie „opłacalności” moralności i jej „przydatności” w biznesie wskazuje na praktyczny wymiar etyki biznesu. W ten oto sposób uprawomocnił się termin „praktyczna etyka biznesu”. Badając i zajmując się moralnością w przedsiębiorstwie etyka biznesu staje się jedną z nauk stosowanych. Ci, którzy hołdują zasadzie „pogoni z zyskiem”, „wzbogacić się szybko i bez względu na sposób”, ignorując etykę w biznesie jako taką naukę – w rzeczywistości stawiają swoje firmy w walce konkurencyjnej w gorszym położeniu, a być może na skraju bankructwa. Według Elaine Sternberg [1998, ss. 84–95] liczne i dramatyczne klęski oraz straty w biznesie wynikały zasadniczo z braku szacunku dla etyki i moralnego postępowania.

Tak więc, aby zbudować dobrze prosperujące przedsiębiorstwo należy ko-

niecznie zwrócić uwagę na etykę i aktywnego w każdym przedsiębiorstwie człowieka, który potrzebuje swoistego dowartościowania. W takim też kontekście etyka życia gospodarczego staje się standardem moralnym przedsiębiorstw. Jest ona – jeśli wolno tak powiedzieć – przydatnym rozwiązaniem w funkcjonowaniu przedsiębiorstwem i biznesmenów.

Dokładna analiza przedsiębiorstwa i jego funkcjonowanie pozwala na wyciągnięcie jeszcze jednego wniosku. Człowiek zorientowany tylko na karierę i zysk zatracą swoje człowieczeństwo. Nie wystarczy wówczas wskazać mu na etykę i moralność w działaniu. Potrzebne jest podkreślenie jego uwarunkowań kulturowych. Przede wszystkim kultura, a nie tylko biznes ma szansę zmieniać świat na lepszy. To człowiek, który jest zakorzeniony w kulturze, jest zdolny zachować siebie i swoje wartości oraz przedstawić receptę na szczęście. Nie będzie pozbawione sensu przypomnienie, że wspomniana na początku Maria Gołaszewska mówiła o trzech rozumieniach wartości integrujących osobowość i nadających sens życiu. Twierdzi ona, że człowiek posiada zdolność do rozpoznawania wartości, jest zdolny je kreować i uznawać, że jego człowieczeństwo jest wartością samą w sobie.

Uwagi końcowe

Cytowana już Elaine Sternberg [1998, s. 23] w refleksji nad etyką w biznesie stawia przed etykami poważne ostrzeżenie. Przekonuje, że filozofia, która jest niezdolna do ujęcia działania ludzkiego stwarza niewielkie nadzieje na zrozumienie etyki i biznesu. Nie należy też pokładać wygórowanych nadziei w etyce życia gospodarczego. Nie jest ona w stanie odpowiedzieć na wiele doniosłych pytań. Według Sternberg [s. 291] powodem jest fakt, że ogromna część życia znajduje się poza sferą działań gospodarczych. Tymczasem ludzie oczekują od współczesnych przedsiębiorstw, że będą one wykonywały to, czego oni sami nie są w stanie uczynić. Mają one nie tylko wytwarzać produkty, lecz także zapewniać schronienie osobom bezdomnym. Nawet więcej, powinny one nadawać sens ludzkiemu życiu. Wszystkie wymagania stawiane gospodarce powinny mieć na uwadze, że przedsiębiorstwa mają zupełnie inne cele. Nie będą one jednak w stanie go zapewnić bez docenienia etyki i moralności w życiu gospodarczym. Już Adam Smith, klasyczny przedstawiciel liberalizmu ekonomicznego, uchodzący za twórcę ekonomii naukowej, przypominał, że rynki wymagają cywilizacyjnego, etycznego sposobu funkcjonowania. Powinny one zachowywać skłonność do kompromisu, gotowość do świadczenia usług i kierowania się dobrymi manierami. Większe jeszcze wymagania stawiał dziedzinie handlu. Powinien on przerzucać mosty jedności między

ludźmi i narodami. Od uczestników gry rynkowej wymagał, aby byli uprzejmi i pełni szacunku dla odmiennego punktu widzenia innych klientów, czy też dla kontrahentów. Należy tu mieć świadomość tego, że praktyki handlowe tworzą pomiędzy ludźmi coraz bardziej złożone interakcje i osiągają też coraz większy – a więc i międzynarodowy – zasięg. Nie kto inny, jak Smith podkreślał, że jedną z najcenniejszych wartości moralnych jest cnota współodczuwania, która wymaga w kontaktach z innymi uwzględnienia perspektywy odczuwania i oceniania nie tylko własnej, ale także drugiego człowieka. To właśnie dzięki tej cnocie – tej „sympatii” można według Smitha lepiej rozumieć świat i innych ludzi; lepiej dostrzec ich potrzeby oraz ich możliwości. Uważał on również, że wymogi rynku i społeczeństwa handlowego, opartego na stosunkach wymiany są niezbędnym warunkiem właściwych form współżycia, a także niezbędnym elementem – wręcz gwarancją sukcesu gospodarczego, a więc opłacalności etyki w biznesie. Przypomnijmy jeszcze raz Adama Smitha. Ostrzegął on przed „doktrynerami”, którym wydaje się, że można niejako ustawiać członków społeczeństwa z taką „łatwością, jak ręka ustawia różne pionki na szachownicach”. Ów doktryner – jak pisze Smith – nie bierze „pod uwagę, że pionki szachownicy stosują się jedynie do czynnika poruszającego [...]”; natomiast na wielkiej szachownicy społeczeństwa ludzkiego każdy pojedynczy pionek posiada własny czynnik poruszający [Smith 1989, ss. 348–349]. Jego uwagi są ciągle aktualne i zasługują na pogłębioną refleksję.

Bibliografia

Gołaszewska M. (1994), *Fascynacja złem. Eseje z teorii wartości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Charlesa Hampden-Turner Ch., Trompenaars A. (1998), *Siedem kultur kapitalizmu*, DW ABC, Warszawa.

Krzyżanowski L.J. (1999), *U podstaw kierowania organizacjami inaczej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Sternberg E. (1998), *Czysty biznes. Etyka biznesu w działaniu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Smith A. (1989), *Teoria uczuć moralnych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Komunikat

Leonti G. Chystokletov

Lviv University

Theoretical and Legal Aspects of Improving the Quality of Professional Training of Specialists in Higher Education

The globalization of socio-economic processes, focus on Ukraine joining the European educational space determine the study of international experience in various areas of public life, including the field of training in education, deepening international relations, particularly in education. In this mechanism the international exchange of “carriers” of knowledge becomes important in the integration and adaptation of educational services.

Despite the rapid development of information communication technologies, the main way of “supply” of knowledge across borders is a movement of students and teachers. Before higher education faces new challenges – training of professional staff who will be able to work effectively in the global market. Now it is very important to modernize higher education, which aims to improve the quality, effectiveness of education.

At present, much attention is paid to the development of a global educational space through the convergence of different approaches to the organization of education and learning processes of its citizens, and through recognition of education of the world. The open educational environment will facilitate the mobility of students and teaching staff. And in this great role interaction should be given to improvement of quality of professional training in the field of education. It is the quality of higher education which is the most important parameter of socio-economic importance of education in the society.

The concept of quality education is not only an economic and management category of quantitative measurement. It also includes important aspects of sociology with the results regarded as a comprehensive description of the

educational activity. Integrated results and the most important criterion of quality of higher education in the modern sense of sophistication is the ability to apply to graduate formed competence to deal effectively with diverse socio-professional and personal challenges in a changing environment.

Thus, the problem of improving the quality of professional training in the field of higher education is becoming more important, because the very category of “quality education” serves as one of the indicators of human development. And not for nothing known English writer R. Kipling wisely observed that education - the highest of earthly goods, if it is of the highest quality, otherwise it is completely useless.

Implementing this idea contributes to the Bologna Process and it should be determined that:

- European students’ needs and the right to study for a degree should be recognized in Europe, not only in the country (region) where they were taken;
- The main responsibility of educational institutions and organizations like high schools is to ensure that they are doing everything possible to provide the same high level of training to its students.

To achieve the objectives of the Bologna Declaration (increased competitiveness of European higher education system, increased mobility of students and as a result, the labor force within the European space) were expressed by the following objectives:

1. a system of qualification levels of higher education (yards-Neva system “bachelor-master”);
2. a system of accumulation and transfer of credits or units “credits” that will give the opportunity to continue their studies in another country;
3. cooperation in the field of quality management;
4. creation of a European standard of higher education;
5. mobility of students, teachers, researchers.

However, differences in national systems of higher education can be a real obstacle to economic globalization and the transition to the information economy leads to increased specific requirements for future graduates.

Weighing this, for professors of higher educational institutions is not an easy task – to build educational and academic work so that it not only meets the demands of society, but also ensures the conservation of the intrinsic value of education and science. And in this process innovative and technological capabilities of modern education should promote empowerment institution of higher education in preparing professionally competent graduate from the standpoint of creating a culture of professional that requires a systematic and integrated study.

Thus, at the present stage of modernization of national systems of higher education shall be directed to the transformation of the system and structure and implemented through the development of higher education in the context of the Bologna Declaration, but, the Bologna process has lead to over-adjustment of the national education system. On the contrary, it is necessary to deeply understand the condition, comparing with European standards and innovations, and identify opportunities for improvement in the new stage – education should develop in a harmonious relationship with society as a whole, taking on the role of its leader.

