

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ М.П. ДРАГОМАНОВА

Факультет філософської освіти і науки
Кафедра культурології

КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АЛЬМАНАХ

Випуск 3

Управління культурними проектами і креативна індустрія

2017

УДК 130.2(059)
ББК 411
К 90

*Рекомендовано Вченою радою факультету філософської освіти і науки
НПУ імені М.П. Драгоманова (протокол № 10 від 25 квітня 2017 р.)*

Редакційна колегія:

Андрущенко Т.І. – доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри етики і естетики НПУ імені М.П. Драгоманова, заслужений працівник культури України.

Бондаренко В.Д. – доктор філософських наук, професор, член-кореспондент НАПН України, завідувач кафедри культурології факультету філософської освіти і науки НПУ імені М.П. Драгоманова, заслужений діяч науки і техніки України.

Більченко Є.В. – доктор культурології, професор кафедри культурології факультету філософської освіти і науки НПУ імені М.П. Драгоманова.

Лютый Т.В. – доктор філософських наук, доцент кафедри філософії та релігієзнавства Національного університету «Києво-Могилянська академія»

Меднікова Г.С. – доктор філософських наук, професор кафедри культурології факультету філософської освіти і науки НПУ імені М.П. Драгоманова.

Можейко М.О. – доктор філософських наук, професор, завідувача кафедрою методології гуманітарних наук Білоруського державного університету культури і мистецтв.

Мозгова Н.Г. – доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри філософії факультету філософської освіти і науки НПУ імені М.П. Драгоманова.

Немчинов І.Г. – доктор філософських наук, професор кафедри філософії факультету філософської освіти і науки НПУ імені М.П. Драгоманова.

Осташук І.Б. – доктор філософських наук, професор кафедри культурології факультету філософської освіти і науки НПУ імені М.П. Драгоманова.

Павлова О.Ю. – доктор філософських наук, професор кафедри етики, естетики і культурології філософського факультету Київського національного університету імені Т.Шевченка.

Чорноморець Ю.П. – доктор філософських наук, професор кафедри культурології факультету філософської освіти і науки НПУ імені М.П. Драгоманова.

Відповідальний секретар:

Русakov С.С. – кандидат філософських наук, доцент кафедри культурології НПУ імені М.П. Драгоманова.

Барма О.А. – викладач кафедри менеджменту соціо-культурної діяльності Білоруського державного університету культури і мистецтв.

Культурологічний альманах: Випуск 3. Управління культурними проектами і креативна індустрія. – Київ: Видавництво НПУ імені М.П. Драгоманова, 2017. – 108 с.

ISBN 978-966-931-092-7

В альманасі висвітлено теоретичне осмислення новітніх тенденцій в культурі, які пов'язані з креативними індустріями, медіа, становленням нової якості спільнот і появою нової інфраструктури міст.

У розвідках вчених теми розглянуті з нового культурологічного ракурсу, який дає змогу поєднати роль культури і творчості в сучасному суспільстві.

© Автори статей, 2017

© Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова, 2017

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
M.P. DRAGOMANOV NATIONAL UNIVERSITY OF PEDAGOGY

Faculty of Philosophy Education and Science
Department of Cultural Studies

CULTUROLOGICAL ALMANAC

Issue 3

Cultural Project Management and Creative Industry

2017

*Recommended by the Academic Board of the Faculty of Philosophy Education and Science,
M.P. Dragomanov National University of Pedagogy (minutes of meeting No 10 of 25 April 2017)*

Editorial Board:

T.I. Andrushchenko, Doctor of Sciences in Philosophy, Professor, Chair of the Ethics and Esthetics Department of M.P. Dragomanov National University of Pedagogy, Meritorious Worker of Culture of Ukraine

V.D. Bondarenko, Doctor of Sciences in Philosophy, Professor, correspondent member of the National Academy of Educational Sciences of Ukraine, Chair of the Department of Cultural Studies, Faculty of Philosophy Education and Science of M.P. Dragomanov National University of Pedagogy, Meritorious Worker of Science and Engineering of Ukraine

Y.V. Bilchenko, Doctor of Sciences in Cultural Studies, Professor at the Department of Cultural Studies, Faculty of Philosophy Education and Science of M.P. Dragomanov National University of Pedagogy

T.V. Liutyi, Doctor of Sciences in Philosophy, Associate Professor at the Department of Philosophy and Religious Studies of the National University of Kyiv-Mohyla Academy

G.S. Mednikova, Doctor of Sciences in Philosophy, Professor at the Department of Cultural Studies, Faculty of Philosophy Education and Science of M.P. Dragomanov National University of Pedagogy

M.O. Mozheiko, Doctor of Sciences in Philosophy, Professor, Chair of the Department of Methodology of Humanities of Belarusian State University of Culture and Arts

N.G. Mozgova, Doctor of Sciences in Philosophy, Professor, Chair of the Philosophy Department, Faculty of Philosophy Education and Science of M.P. Dragomanov National University of Pedagogy

I.G. Nemchynov, Doctor of Sciences in Philosophy, Professor at the Philosophy Department, Faculty of Philosophy Education and Science of M.P. Dragomanov National University of Pedagogy

I.B. Ostashchuk, Doctor of Sciences in Philosophy, Professor at the Department of Cultural Studies, Faculty of Philosophy Education and Science of M.P. Dragomanov National University of Pedagogy

O.Y. Pavlova, Doctor of Sciences in Philosophy, Professor at the Department of Ethics, Esthetics and Cultural Studies, Faculty of Philosophy of Taras Shevchenko Kyiv National University

Y.P. Chornomorets, Doctor of Sciences in Philosophy, Professor at the Department of Cultural Studies, Faculty of Philosophy Education and Science of M.P. Dragomanov National University of Pedagogy

Responsible secretary:

S.S. Rusakov, PhD in Philosophy, Assistant Professor at the Department of Cultural Studies of M.P. Dragomanov National University of Pedagogy

O.A. Barma, lecturer at the Department of Management of Sociocultural Activities of Belarusian State University of Culture and Arts

Culturological Almanac: Issue 3. Cultural Project Management and Creative Industry. – Kyiv: Publishing of National Pedagogical University, 2017. – 108 p.

ISBN 978-966-931-092-7

The almanac offers theoretical interpretation of the latest trends in culture, related to creative industries, media, rise of the new quality of communities and appearance of new urban infrastructure.

The subjects of scholarly research have been studied from a new culturological angle that enables to combine the roles of culture and creativity in the contemporary society.

© Article authors, 2017

© M.P. Dragomanov National University of Pedagogy, 2017

KOMUNIKACJA NUKOWA W INTERNECIE

Smorczevska-Mickiewicz Bożena

doktorantka Uniwersytetu Zielonogórskiego

bozibuzi@wp.pl

Promotor -

doktor habilitowany nauk historycznych (historii), profesor UZ L. J. Belzyt

Wprowadzenie

W XXI wieku elitarny model uprawiania nauki został zastąpiony przez powszechny dostęp do wiedzy [6, ss. 18–21], co zaowocowało zmianami w komunikacji naukowej, wpłynęło na status i wizerunek naukowca w społeczeństwie. Thomas S. Khun uważał, że zmiany w sposobie uprawiania nauki bliskie są idei rewolucji, dla zaistnienia której niezbędne są nowe narzędzia i instrumenty [8, s. 112]. Konsekwencją rozwoju nowych środków komunikacji, przede wszystkim Internetu, stała się zmiana w sposobie funkcjonowania naukowców (m.in. zdobywanie informacji na temat prowadzonych badań, publikowanie, szukanie współpracowników) oraz dzielenia się wiedzą (m.in. prowadzenie blogów, dyskusje na forach naukowych, Nauka 2.0, Open Access, otwarte modele współpracy naukowej, badania prowadzone przy otwartym notatniku - 'Notebook Science'). Popularne serwisy internetowe tworzone są zgodnie z filozofią Web 2.0. Zakłada ona większą interaktywność, możliwość łączenia i wymiany treści między serwisami oraz wykorzystanie zbiorowej inteligencji ich użytkowników w nadziei, że wiedzę tą skomentują, uzupełnią i rozszerzą na zasadzie dobrowolnej współpracy, dlatego współczesny badacz powinien władać umiejętnością poruszania się zarówno w rzeczywistym, jak i wirtualnym świecie, korzystać z nowoczesnych technologii do promowania własnych badań oraz budowania wizerunku [17, s. 121]. Dzielenie się wiedzą oraz sposobami dochodzenia do odkryć wynika niezaprzeczalnie z etosu nauki. Jest także wyrazem siły jednostki w wyrażaniu własnych przekonań, historia wszelkich ludzkich idei bowiem, to dzieje nieodpowiedzialnych marzeń, uporu i błędów [12, s. 365].

Nauka w Internecie

Badacze ogłaszają wyniki swoich prac, krytykują je i weryfikują. Działania te określa się mianem wewnętrznej komunikacji naukowej lub komunikacją badawczą [9, s. 4]. Naukowcy dzielą się wiedzą (ang. knowledge sharing), co polega na rozprzestrzenianiu, podawaniu do publicznej wiadomości oraz użytku wiedzy własnej [5, s. 33]. Współczesny badacz, wyposażony w nowe kompetencje (m.in. znajomość softwear'u, nowych mediów, programowania), powinien komunikować się językiem zrozumiałym dla szerokiego odbiorcy, publikować i informować o wynikach badań w otwartym dostępie, a także wykorzystywać strategie promujące siebie i swoje badania. Według Michaela Hanlona środowisko naukowe korzysta obecnie z pomocy swoich własnych rzeczników prasowych, specjalistów od wizerunku i kontaktów z mediami, stron

internetowych. Zwraca również uwagę, iż nauka stała się czymś podobnym do polityki – potężnym oceanem zmieniających się nieustannie opinii i trendów, zaś jej przedstawiciele – gwiazdami z pierwszych stron gazet oraz popularnych programów w telewizji i internecie [14, ss. 4–5].

Jednym z prekursorów zmian w sposobie komunikowania się ze społeczeństwem był amerykański profesor astronomii, Carl Edgar Sagan. Wizjoner, mówiący o istocie działań uczonych, że „nauka to więcej niż zakamuflowana wiedza. To również sposób myślenia. To krytyczne badanie Wszechświata, przy pełnej świadomości, że człowiek jest omylny”. Badacz, który przekonał społeczeństwa oraz nimi rządzących, do wielu nowatorskich inwestycji, z programem SETI na czele. Ten wybitny popularyzator nauki był przede wszystkim uczonym, który „przyczynił się do poznania planet, celnie przewidział istnienie metanowych jezior na księżycach Saturna. Wykazał, że atmosfera wczesnej Ziemi musiała zawierać gazy cieplarniane. Jako pierwszy rzucił pomysł, że zmiany marsjańskich pór roku spowodowane są nawiewaniem pyłu. Carl był pionierem poszukiwań życia oraz inteligencji pozaziemskiej. Odegrał kluczową rolę w programach sond kosmicznych eksplorujących Układ Słoneczny” [4].



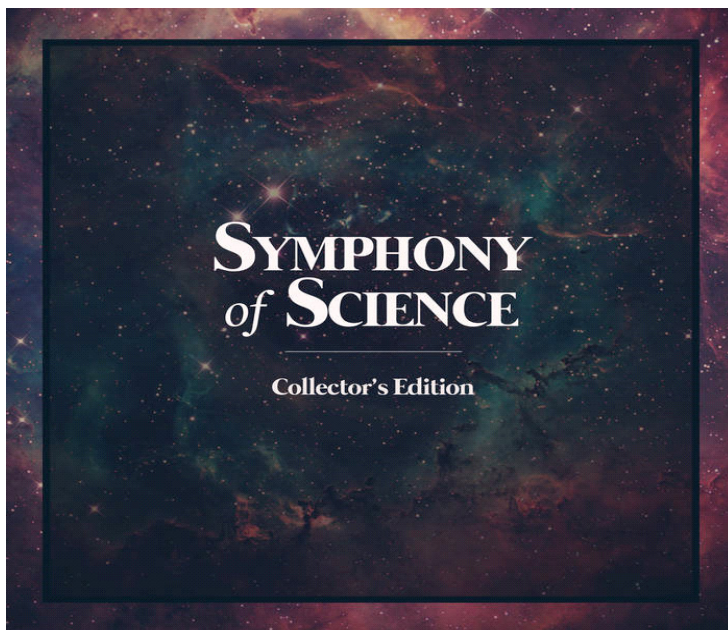
Źródło: Carl Sagan i płytka Pioniera, <http://wewnetrnezwierze.blogspot.com/2010/11/umar-wielki-czowiek.html> [dostęp: 01.05.2017].

Seria „Cosmos: A Personal Voyage” [15], w którym Carl Sagan był

naszym przewodnikiem po Wszechświecie, stał się przełomowym i najchętniej oglądanym dokumentem o tej tematyce w historii telewizji amerykańskiej. Na całym świecie serię obejrzało pół miliarda ludzi. Remake „Kosmosu” powstał niedawno przy współudziale żony uczonego, Ann Druyan, i astrofizyka Niela deGrasse Tysona, którego Carl Sagan zainspirował do zostania naukowcem.

W pierwszym odcinku remake „COSMOS – A SPACETIME ODYSSEY - STANDING UP IN THE MILKY WAY”, Prezydent USA Barack Obama rozpoczyna serię zwracając się do oglądających z porywającym przesłaniem: „Ameryka zawsze była krajem nieustraszonych odkrywców, którzy marzyli o rzeczach wielkich i sięgali dalej niż inni byli w stanie sobie wyobrazić. To duch odkrycia, który w swojej oryginalnej serii „Kosmos” uchwycił Carl Sagan. Dzisiaj dokładamy wszelkich starań, by to poczucie ogromnych możliwości przekazać nowej generacji, gdyż wiele obszarów wciąż czeka na odkrycie (...). Przekraczaj granice, otwórz oczy i uruchom wyobraźnię, bo kolejne wielkie odkrycie może należeć właśnie do ciebie” [4]. Narrator serii, Niel deGrasse Tyson, wspomina na ekranie: „Kalendarz Carla Sagan z 1975 roku - pokazuje datę 20 grudnia i wpis „Niel Tyson” - Zadaje pytanie - „Kim ja wtedy byłem?” - i odpowiada - „Siedemnastkiem z Bronxu, który marzył o zajmowaniu się nauką. Najbardziej znany astronom świata znalazł czas, żeby zaprosić mnie do Itacki i spędzić ze mną sobotę. Pamiętam ten śnieżny dzień, jakby to było wczoraj... Carl odebrał mnie na przystanku autobusowym, pokazał mi swoje laboratorium na Uniwersytecie Cornella. Wyjął z biurka książkę, żeby wpisać dedykację: „Nielowi przyszłemu astronomowi, Carl”. A potem odwiózł mnie na przystanek. Śnieg prószył coraz mocniej, więc zapisał mi swój domowy numer telefonu i powiedział: „Gdyby autobus utknął w zaspach, to dzwoń do mnie, przenocujesz u nas”. Wtedy wiedziałem już, że chcę zostać uczonym, a tego popołudnia dowiedziałem się od Carla, jakim chcę zostać człowiekiem. On nas zainspirował do studiów, do nauczania i do czynnego uprawiania badań. Nauka jest bowiem przedsięwzięciem kolektywnym, dziełem kolejnych pokoleń uczonych. Sztafeta mistrzów i uczniów zaczęła się już w Starożytności i biegnie dalej ku gwiazdom. Chodźcie za mną. Podróż dopiero się rozpoczyna...” [4].

Innym przykładem zmian w promowaniu nauki może być udział wybitnych uczonych (m.in. Stephen Hawking, Niel deGrasse Tyson, David Attenborough, Lawrence Krauss), w projekcie kompozytora Johna D. Boswella [3, s. 1]. Autor „Symphony of Science” zaproponował artystyczną wizję polegającą na połączeniu muzyki elektronicznej z wykładami naukowymi i filmami dokumentalnymi, w zaskakujący sposób otwierającą nowe spojrzenie na naukę i tworzących ją uczonych. W „Symphony of Science” znani i popularni naukowcy wygłaszają swoje poglądy i teorie naukowe w utworach, dla których muzyka jest istotnym tłem, dopełnieniem słów, deklaracji, przemyśleń. „Ma w sobie dużo podniosłości, co stwarza klimat do rozmyślania o rzeczach przedwiecznych, wszechogarniających, ale i sprowadzonych też do codziennego zadziwienia wszechświatem, którego jesteśmy częścią, który jest w nas i który wywodzi się z eksplodującej gwiazdy” [21, s. 17].



Źródło: J. D. Boswell (2013): *Symphony of Sciences*, <https://melodysheep.bandcamp.com/album/symphony-of-science-collectors-edition> [dostęp: 30.03.2013].

Ruch Open Access

Nauka Otwarta, to idee i trendy będące efektem zastosowania nowych mediów w nauce współczesnej. Termin ten obejmuje „wszystkie próby stosowania otwartych modeli produkcji i dystrybucji treści w sferze nauki” [7, s. 54].

Nauka 2.0 stanowi kontynuację modelu publikacji naukowej, wypracowanej u początków nauki nowożytnej, dla której normą stało się publikowanie własnych badań. Michael Nielsen postawił ciekawą tezę, że przyszłością nauki jest pełna otwartość treści dostępna bezpośrednio w Internecie w ramach ruchu Open Access [10, s. 1, 16, s. 314]. Bezpłatny dostęp do zasobów naukowych (Open Access, dalej OA) to możliwość „wykorzystania nieograniczonych źródeł wiedzy i dziedzictwa kulturowego, która powinna być aprobowana przez całą społeczność naukową” [7, s. 21]. Publikacje w otwartym dostępie „to publikacje cyfrowe umieszczone w internecie, dostępne bez opłaty (otwarty dostęp gratis) i pozbawione zbędnych ograniczeń prawnoautorskich i licencyjnych (otwarty dostęp libre)” [18, s. 19]. Zatem dzięki OA każdy użytkownik ma prawo bezpłatnie skopiować, wydrukować lub przesłać publikację innym zainteresowanym, przy czym warunkiem wykorzystania udostępnionej w taki sposób wiedzy jest jej zacytowanie oraz niedokonywanie zmian w tekście [18, s. 19].

Ruch Open Access był protestem skierowanym przeciwko wydawcom, w związku z narzucaniem przez nich coraz wyższych cen odbiorcom. Stał się możliwy dzięki naukowcom, którzy wysyłają swoje publikacje do otwartych czasopism lub deponują je w otwartych repozytoriach. Obecnie 50. instytucji finansujących i ponad 100. uczelni z jednej strony zachęcają do publikowania, z drugiej zaś wymagają udostępniania prac w ramach OA. Niewątpliwie z punktu widzenia instytucji OA jest działaniem promującym osiągnięcia, ułatwiającym ewaluację, procedury zarządzania wiedzą oraz wpływającym na zwrot z inwestycji w badania naukowe [18, s. 69–75].

Środowisko naukowe i infrastruktura badawcza

Środowisko naukowe rozumiane jest jako jakakolwiek formalna lub nieformalna grupa lub sieć osób prowadząca systematyczną działalność polegającą na zdobywaniu wiedzy [11, s. 5]. Do prowadzenia badań naukowych niezbędne jest zaplecze badawcze. Infrastruktura badawcza oznacza obiekty, zasoby i powiązane z nimi usługi, które są wykorzystywane przez środowisko naukowe do prowadzenia badań naukowych w swoich dziedzinach. Definicja ta obejmuje wyposażenie naukowe lub zestaw przyrządów, zasoby oparte na wiedzy, takie jak zbiory, archiwa lub uporządkowane informacje naukowe, infrastrukturę dostępową opartą na technologiach informacyjno-komunikacyjnych, taką jak sieć, infrastrukturę komputerową, oprogramowanie i infrastrukturę łączności, oraz wszelkie inne unikalne środki niezbędne do prowadzenia badań naukowych [11, s. 5].

Nowym typem infrastruktury składającej się z rozproszonych zasobów teleinformatycznych, wspierających zespołową pracę badawczą, jest e-infrastruktura. Ze względu na funkcje można podzielić ją na: wspierającą bieżącą komunikację; gromadzącą i udostępniającą dane badawcze (data repositories) i programy komputerowe powstałe w ramach projektów badawczych (software repositories); zapewniającą dostęp do cyfrowych źródeł [20, s. 44].

Analizując obszar humanistyki warto wspomnieć, że do tej pory mieliśmy do czynienia z sytuacją, w której artykuł, wynik badań czy twierdzenie opierały się na innych tekstach. Współcześnie w prowadzeniu badań decydującą rolę zaczynają odgrywać narzędzia i instrumenty cyfrowe, które wnoszą nieznane dotychczas możliwości automatyzacji procesu badawczego (zautomatyzowane procesy, funkcje i algorytmy oprogramowania) [2, ss. 60–67].

Współczesna humanistyka cyfrowa (ang. computing in the humanities) powstaje na bazie instytucjonalnej dygitalizacji, udostępniania danych w sieci, oddolnej produkcji użytkowników oraz nowych możliwości rejestrowania zachowań ludzi. Jeszcze do niedawna humanistykę cyfrową postrzegano jako dziedzinę wspierającą tradycyjne badania humanistyczne. Początkowo na I etapie wykorzystywano narzędzia cyfrowe przede wszystkim do przeszukiwania tekstów, korpusów danych, dygitalizacji i archiwizacji dziedzictwa kulturowego, na II etapie (od kilku lat) powstają nowe metodologie, zaś narzędzia cyfrowe wykorzystywane są do badania artefaktów stworzonych w cyfrowym świecie

(blogosfera, portale społecznościowe, gry komputerowe) [2, ss. 59–60].

Budowa i działanie infrastruktur badawczych to przedsięwzięcia kosztowne, wymagające szerokiej wiedzy specjalistycznej, dlatego w programach unijnych, m.in. programie Horyzont 2020 na rzecz infrastruktur badawczych przeznaczono 2,488 mln euro. W Polsce e-infrastruktura OA to m.in. repozytoria oraz ich agregatory, systemy zarządzające procesem publikacji, służące przechowywaniu i udostępnianiu treści czasopism, biblioteki cyfrowe, serwisy dedykowane, blogi, witryny osobiste autorów i serwisy społecznościowe.

Blogi naukowe i serwisy społecznościowe

Pierwsze blogi powstały w latach 90. wraz z raz z pojawieniem się narzędzi do publikacji internetowej. Blog (ang. Web log), dziennik sieciowy, to rodzaj strony internetowej zawierającej chronologicznie zamieszczone wpisy (posty), które zamieszczane są przez autora blogu (blogera). Podobnie jak w przypadku mediów społecznościowych możliwe jest łączenie różnych środków wyrazu (fotoblog, podcast, vlog) [22]. Blog ma zazwyczaj charakter tekstowy, zaś komunikacja na blogach ma charakter komunikacji otwartej i interdyscyplinarnej. Istotną częścią bloga są komentarze zamieszczane przez innych użytkowników, a także odnośniki do innych blogów i stron internetowych [16, s. 316].

Zmiana w sposobie komunikacji naukowej spowodowała, że wielu naukowców pisze własne blogi, które stają się uznanym źródłem informacji. Często są obserwowane i komentowane przez studentów, dziennikarzy naukowych oraz szeroko rozumianą konkurencję: wydawnictwa (z promowaną pod ich marką własną blogosferą) oraz innych naukowców. Przykładem może być strona Niel deGrass Tyson, którego na Twitterze obserwuje 7,41 mln osób, a na FB ok. 4 mln osób.

Blog naukowy jest to blog prowadzony przez naukowca lub specjalistę w danej dziedzinie, posiadający zasadniczo jednego autora, poświęcony w głównie tematami związanym z przedmiotem badań autora, kładący większy nacisk na elementy naukowe niż popularyzatorskie [9, 4–5, 19, s. 44]. Polska blogosfera definiowana jest jako blogi naukowców, serwisy o nauce, blogi uczelniane i agregatory wpisów. Tworzona jest i utrzymywana dzięki zaangażowaniu czytelników blogów oraz rozwiązaniom technicznym [9, s. 4–5].

W polskim środowisku młodych naukowców i studentów bardzo popularnym jest prowadzony od wielu lat „Warsztat badacza komunikacji”, na którym uczony, Emanuel Kulczycki, pisze i dyskutuje głównie o narzędziach badawczych, programach komputerowych oraz przepisach prawnych regulujących pracę badawczą. Odnosi się również do zmian proponowanych w ramach reform szkolnictwa wyższego. Aktywnie wspiera rozwój blogosfery akademickiej, tworząc „Katalog blogów naukowych” (ok. 160) oraz „Sylwetki blogerów naukowych” [9, s. 5].

Popularnym polskim blogiem naukowym jest prowadzone przez Stanisława Czachorowskiego „Profesorskie gadanie”, który opisuje swoją pasję badawczą: „Pogawędki prowincjonalnego naukowca, biologa entomologa i hydrobiologa.

Wirtualny spacer z różnorodnymi przemyśleniami, w pogoni za nowoczesną technologią i nadszającą za blaknącym kontaktem mistrz-uczeń. I o tym właśnie chciałbym opowiadać” [13].

Interesującym osiągnięciem polskiego naukowca i filozofa, Michała Ostrowickiego (Sidey Myoo), jest istniejąca od 2007 roku Academia Electronica. Academia jest działającym całkowicie w środowisku 3D ośrodkiem uniwersyteckim bez fizycznej instytucji. Od 2013 roku Academia stała się niezinstytucjonalizowaną częścią Instytutu Filozofii Uniwersytetu Jagiellońskiego oraz częścią oferty e-learningowej Instytutu Filozofii UJ. Celem istnienia Akademii jest zaproszenie naukowców oraz studentów do wspólnego badania zjawisk sieciowych z uwzględnieniem różnych dyscyplin naukowych. Od początku istnienia prowadzone są tu wykłady otwarte, dyskusje oraz oficjalne kursy akademickie i konferencje naukowe [23]. W 2012 roku w Akademii odbyła się pierwsza publiczna obrona pracy doktorskiej [1, s. 1] oraz pierwszy egzamin licencjacji i magisterski w sieci.

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej

**Wydział Humanistyczny
Instytut Kulturoznawstwa**



Radosław Bomba

Gry komputerowe w perspektywie antropologii codziennosci

Rozprawa napisana pod kierunkiem

Prof. dr hab. Andrzeja Radomskiego

Lublin 2012

Źródło: Radosław Bomba (2012): Gry komputerowe w perspektywie antropologii codzienności. Rozprawa doktorska <https://www.facebook.com/232309160152268/photos/a.238451679538016.55081.232309160152268/374014325981750/?type=3&theater> [dostęp: 06.06.2012].

Przykładem bloga naukowego o zasięgu międzynarodowy może być działający we Włoszech od 2011 roku Return on Academic ReSearch (dalej ROARS), który powstał na fali niezadowolenia środowiska naukowego i studentów włoskich uczelni stanem szkolnictwa wyższego oraz wprowadzaną przez rząd reformą. Naukowcy tworzący ROARS są przekonani, mimo krytycznych wypowiedzi polityków na temat opłacalności ('zwrotu') z badań w dziedzinie nauk humanistycznych i społecznych, że stanowią one istotny element rozwoju kultury i gospodarki nie tylko Włoch, ale również Europy i świata. ROARS to jedno z najważniejszych włoskich forum dyskusji naukowej, w trakcie trwania której analizowane są pomysły, „co” i „w jaki sposób” należy zmienić, by włoskie uczelnie stały się konkurencyjne zarówno pod względem poziomu nauczania, jak i efektów prowadzonych badań. Powodem sukcesu naukowców skupionych wokół ROARS jest wypracowana reputacja będąca efektem autentycznego zaangażowania, pasji naukowej, obiektywizmu oraz nowoczesnego spojrzenia na problemy dotyczące nauki włoskiej i europejskiej. Naukowcy skupieni w ROARS zwracają uwagę, iż nauka jest sposobem na wyjście z recesji, ponieważ gospodarka oparta na wiedzy wpływa na poprawę jakości życia obywateli oraz pozwala konkurować państwom na arenie międzynarodowej [16, s. 318–321].

Zakończenie

Wiele procesów społecznych oraz wynalazków wpłynęło na sposób uprawiania nauki i komunikacji naukowej. W związku z pojawieniem się problemów demograficznych oraz dyskusyjnych reform administracyjnych związanych z funkcjonowaniem nauki i naukowców, widoczny jest z jednej strony trend do podporządkowania się narzucanym odgórnie regułom, z drugiej zaś sprzeciw, konsolidacja i mobilizacja środowiska akademickiego. Istotnym elementem współczesnej nauki jest otwarty dostęp do treści, dlatego niezrozumiałą jest zauważalny speptycyzm środowiska naukowego wobec idei szerokiego upowszechniania wyników badań w ramach Open Access oraz aktywności popularyzatorskiej na forach internetowych i blogach naukowych.

Bibliografia

- **Bomba R.** (2012): Gry komputerowe w perspektywie antropologii codzienności. Rozprawa doktorska, [s. 1], <https://www.facebook.com/232309160152268/photos/a.238451679538016.55081.232309160152268/374014325981750/?type=3&theater> [dostęp: 06.06.2012].
- **Bomba R.** (2013): Narzędzia cyfrowe jako wyznacznik nowego paradygmatu badań humanistycznych [w:] Zwrot cyfrowy w humanistyce, E-Naukowiec, Lublin, [ss. 58–67], <http://e-naukowiec.eu/zwrot-cyfrowy-w-humanistyce/> [dostęp: 30.04.2016].
- **Boswell J. D.** (2013): Symphony of Sciences, <https://melodysheep.bandcamp.com/album/symphony-of-science-collectors-edition> [dostęp: 30.03.2013].
- **Braga B., Pope B., Druyan A.** (2014): „COSMOS – A SPACETIME ODYSSEY - STANDING UP IN THE MILKY WAY”, 20th Century Fox Home Ent. http://www.disclose.tv/action/viewvideo/168516/Cosmos_A_SpaceTime_Odyssey_Episode_1_Standing_up_in_the_Milky

Way/ [dostęp: 30.01.2017].

- **Cisek S.** (2009): Dzielenie się wiedzą w Internecie, [w:] Książka współczesna, „BIBLIOTHECA NOSTRA”, Nr ¾, [s. 33].

- **Gray J.** (2009): Jim Gray on eScience: A Transformed Scientific Method: The Fourth Paradigm: Data-Intensive Scientific Discovery, Microsoft Research, Washington, [ss. 18–31], <http://research.microsoft.com/enus/collaboration/fourthparadigm/> [dostęp: 30.04.2016].

- **Hofmokr J, Tarkowski A, Bednarek-Michalska B, i in.** (2009): Otwarta nauka [w:] Przewodnik po otwartej nauce, ICM UW, Warszawa, [s. 21–54] <http://www.otwartanauka.pl/wp-content/uploads/2010/01/przewodnik-po-otwartej-nauce.pdf>. [dostęp: 30.04.2013].

- **Kuhn T. S.** (2009): Struktura rewolucji naukowych, Warszawa, [s. 112].

- **Kulczycki E.** (2012): Blogi i serwisy naukowe. Komunikacja naukowa w kulturze konwergencji, red. I. Sujkowska, EBIB Nr 22, Toruń, [s. 4–5].

- **Nielsen M.** (2008): The Future of Science, July 17, [s. 1] <http://michaelnielsen.org/blog/the-future-of-science-2/>, [dostęp: 01.04.2015].

- Organizacja badawcza i infrastruktura badawcza w świetle przepisów o pomocy publicznej, 2015, [s. 5] https://www.poir.gov.pl/media/2842/Poradnik_Organizacja_badawcza_infrastrukturaB_R_a_pomoc_publiczna_maj_2015.pdf [dostęp: 01.05.2017].

- **Popper K.** (1999): Droga do wiedzy, PWN, Warszawa, [s. 365].

- Profesorskie Gadanie <http://czachorowski.blox.pl/html> [dostęp: 30.04.2016].

- **Rybicka U.** (2012): Jak przebić się z nauką do mediów?: NIMB 13, Kraków, [ss. 4–5].

- **Sagan C., Duryan A., Soter S.** (1980): „Cosmos: A Personal Voyage” http://www.dailymotion.com/video/x10ao6u_cosmos-carl-sagan-a-personal-voyage-episode-1_tech [dostęp: 01.01.2017].

- **Smorczewska-Mickiewicz B.** (2014): Blog naukowy – współczesne forum promocji nauki i dyskusji naukowej na przykładzie ROARS (Return On Academic ReSeach) [w:] Włoskie i Polskie osobliwości. Relacja, Komplementarność, Integracja, red. P. Prufer, P. Słowiński, Gorzów Wielkopolski, [ss. 313–325].

- **Smorczewska-Mickiewicz B.** (2016): Promocja nauki i naukowca w Internecie [w:] Badania i rozwój młodych naukowców w Polsce. Społeczeństwo, red. J. Leśny, J. Nyckowiak: Młodzi Naukowcy, [ss. 117–122].

- **Suber P.** (2014): Otwarty dostęp, CEON, Warszawa, [s. 18–75].

- **Szprot J.** (2014): Otwarta nauka w Polsce w 2014. Diagnoza, ICM, Warszawa, [s. 44].

- **Starzewski M.** (2015): e-Infrastruktura: preludium cyfrowej humanistyki: CzasKultury 185 (2/2015), [s. 44].

- **Żabicki P.** (2012): Eksperymenty w otoczeniu nauki: NIMB 14 (3), Kraków, [s. 7], <https://blog.ancientlives.org/> [dostęp: 30.04.2016].

- <http://en.wikipedia.org/wiki/Blog>

- <http://www.academia-electronica.net/>

ПРОБЛЕМА ДЕФІНІЦІЇ ПОНЯТТЯ «PUBLIC ART»

Герасименко Владлена Вячеславівна
студентка IV курсу
факультету філософської освіти і науки

Науковий керівник –
кандидат філософських наук, доцент
Русаков Сергій Сергійович

Постановка проблеми. Явище public art у світовому контексті існує близько півстоліття, але навіть серед зарубіжних вчених немає одностайної узгодженості в тому, як воно інтерпретується та які має включати в себе головні елементи. Кожний з дослідників даного мистецтва дає визначення, спираючись на свою орієнтацію, якою він наділяє public art. Результатом цього є низка дефініцій, які не просто різняться, а інколи суперечать одна одній.

Метою статті є аналіз найпоширеніших визначень public art та формування на їх основі найбільш точного трактування даного явища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У цій статті були використані фрагменти праць Боднар А., Мусієнко Н., Новічкова Н., Романової Л. та Юхименко В.

Виклад основного матеріалу. Public art активно включається в життя сучасного міста, але відсутність в нормованої теоретичної складової, а власне визначення даного явища, стає суттєвою перешкодою на шляху його розвитку та дослідження. Постає питання, які твори мистецтва належать до public art, якщо так, то за яким критерієм.

Public art – це мистецтво, яке реалізується в міському середовищі, а точніше – в публічному, тобто доступному всьому міському населенню, просторі [32;3].

«Public art позначає будь-який мистецький твір, створений зі спеціальними намірами, інтенцією бути розміщеним в публічному просторі» [1].

«Public art називається будь-який витвір мистецтва чи дизайну, що створюється митцем для того, щоб бути встановленим у публічному просторі, найчастіше просто неба, і орієнтований на непідготовленого глядача» [136;2].

Public art – це форма існування сучасного мистецтва поза художньою інфраструктурою, в публічному просторі, розрахована на комунікацію з глядачем, в тому числі непідготованим, і проблематизацію різноманітних питань, як самого сучасного мистецтва, так і того простору, в якому воно представлене [5].

Найбільш повним є останнє визначення, тому що воно включає в себе найголовніші аспекти public art. Що стосується дизайну, який вказаний у

третьому визначенні, то public art все ж є виявом сучасного мистецтва і актуалізує проблеми суспільства та інших сфер його життя, на відміну від дизайну, який представлений переважно естетичною функцією.

З приводу того положення, що public art створюється з метою репрезентації у міському середовищі – це те, як має бути в ідеалі. Адже public art на початковому етапі був представленим процесом, за якого художники «виходили на вулицю» з існуючими роботами, які первинно були створені для галерей.

З розвитком даної тенденції від загального числа митців відділились ті, які почали творити суто в просторі міста. Виникає питання, чи повинен public art мати цей намір, чи будь-який твір, який розміщується в просторі міста, можна вважати public art. Але в ситуації, коли ми бачимо мистецький об'єкт в місті, ми автоматично відносимо його до сфери public art, так як воно таким і є для пересічної людини.

Дана суперечність викликана тим, що у більшості визначень ігнорується одна важлива функція мистецтва public art – воно, окрім взаємодії з суспільством, покликано на встановлення контакту з самим містом та його трансформацією в результаті. А для того щоб трансформувати міський простір, необхідно створювати конкретні мистецькі твори, враховуючи специфіку місця, історичний та сучасний контексти, функціональність тощо. На жаль, особливо в Україні, інколи дана умова ігнорується.

Таким чином, проаналізувавши всі ці визначення та розглянувши певні спірні питання, можна виділити декілька головних характеристик public art:

- розміщення у міському середовищі;
- взаємодія з непередбачуваним глядачем з наміром встановлення взаємодії;
- існування у бідь-яких доступних для розміщення в міському просторі формах;
- трансформація міського простору, в якому воно презентовано.

Окрім цього є доволі критичне ставлення до public art, яке представлене думкою, що це мистецтво, яке виступає в якості замовлення якоїсь галереї чи особи, тобто створене за згоди та сприяння певного суб'єкта чи організації. Таке визначення певною мірою характеризує частину сучасного public art, який ми можемо в переважній більшості спостерігати в містах України, але до «істинного» public art воно дотичне частково [4].

Дане визначення постає як протиположність street art, який в розумінні більшості є антикомерційним та несанкціонованим виявом протесту суспільства проти існуючих норм та проблем, які в ньому панують. У порівнянні public art та street art, перше постає як щось більш регламентоване, адже воно представлене в переважній більшості професійними художниками, в той момент як street art є чистим проявом думки соціуму. З іншої сторони, street art в переважній більшості свій представлений тегінгом, який не містить в собі жодного смислового навантаження щодо

нагальних проблем суспільства, а є просто бажанням піти проти системи найдоступнішими способами.

Висновки. Отже, для public art характерним є відсутність чіткої теоретичної бази, що є причиною поліваріативності дефініцій та концепцій розуміння даного явища. Аналіз найбільш вживаних термінів даного явища дав змогу виділити його головні складові, які стають критерієм відбору, та сформувані визначення, яке найбільш точно відображає суть мистецтва public art.

Література:

1. Боднар А. Осмислюючи мистецтво в публічному просторі. [Електронний ресурс] / Боднар Аліна. - Електронні дані. - 28.12.2015. - Режим доступу: <http://uainfo.org/blognews/1451316067-osmislyuyuchi-mistetstvo-v-publicnomu-prostori-foto.html> (дата звернення 26.02.2017 р.). - Назва з екрана.
2. Мусієнко Н. Public Art у просторі сучасного міста. Київська практика. // Сучасні проблеми дослідження, реставрації та збереження культурної спадщини. К. - ХІМДЖЕСТ. - 2010. № 7. - С. 136-149.
3. Новичков Н. Городское искусство и предназначение современного города. // Современные проблемы сервиса и туризма. - 2013. - № 4. - С. 29-37.
4. Романова Л. Чем публик-арт отличается от стрит-арта? [Електронний ресурс] / Лиза Романова. - Електронні дані. - 06.2015. - Режим доступу: <https://thequestion.ru/questions/7552/chem-publik-art-otlichaetsya-ot-strit-arta> (дата звернення 20.04.2017 р.). - Назва з екрана.
5. Юхименко В. Паблик арт – это. [Електронний ресурс] / Вікторія Юхименко. - Електронні дані. - 25.11.2009. - Режим доступу: <http://www.propublicart.ru/article?id=6> (дата звернення 19.04.2017 р.). - Назва з екрана.

GAMIFIKACJA WKRACZA DO EDUKACJI

Glazer Łukasz

student Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

lukaszglazer@gmail.com

Streszczenie

Zabawa jest bliska człowiekowi od wieków, stąd nieustanne próby wprowadzania i urozmaicania jej w różnych dziedzinach codziennego życia. W XXI wieku pojawiło się zjawisko gamifikacji, czyli sposób na uatrakcyjnienie codzienności. Celem artykułu jest omówienie fenomenu społecznego jakim jest gamifikacja i ukazanie możliwości zastosowania jej w edukacji. Poza tym, przedstawiono sylwetki graczy, jak również mechanizmy, które są stosowane w grach. Na koniec dokonano podsumowania, wskazując na korzyści płynące z wprowadzenia takiego sposobu nauki w szkole. Zasygnalizowano

również skalę problemów jakie można po drodze w napotkać.

Słowa kluczowe: gamifikacja, dydaktyka, motywowanie, mechanizmy gry, rodzaje graczy.

Summary

Fun has been close to man for centuries. Hence constant attempts to introduce and diversify it in various areas of everyday life. In the 21st century, the phenomenon of gamification emerged, that is a way to make everyday life more attractive. The aim of the article is to discuss the social phenomena of gamification and to show the potential for its application in education. In addition, it presents some players' profiles as well as the mechanisms used in the games. The last part summarizes the benefits of introducing such learning in school. The scale of the problems that could be encountered along the way is also signaled.

Keywords: gamification, didactics, motivation, game mechanics, types of players.

Wstęp

Według antropologii filozoficznej *Homo ludens* jest jedną z definicji człowieka akcentującej rolę rozrywki i zabawy w życiu istoty ludzkiej. Na przestrzeni wieków element ten, stanowiący ważną część spędzania wolnego czasu w gronie rodzinnym, wśród znajomych bądź w samotności, nieustannie rozwijał się i ewoluował. Wystarczy podać choćby przykład igrzysk olimpijskich z początku starożytności, które trwają do dziś, choć w nieco innej odsłonie i dyscyplinach. W zależności od epoki historycznej i rozwoju technicznego ludzie odkrywali nowe sposoby na zapewnienie sobie rozrywki, radości i relaksu. Były to gry, które wymagały nie tylko wysiłku fizycznego i zręczności, ale polegały także na „szczęśliwym trafie” i miały w sobie coś z hazardu, np. gra w karty, gra w kości. Na potrzeby osób lubiących ćwiczyć swój intelekt wymyślano gry planszowe, które wymagały od graczy konkretnej strategii, np. warcaby, szachy. Jednakże w dobie XXI wieku, kiedy to technologia rozwija się w bardzo szybkim tempie, stajemy się świadkami nieustannego przenikania świata wirtualnego z rzeczywistym. Sprzęty takie jak komputery czy smartfony dostosowane do każdego użytkownika i umożliwiające nieograniczony dostęp do Internetu, aparaty, kamery, funkcje GPS wykorzystywane w życiu codziennym a także upowszechnienie serwisów i portali społecznościowych stały się dostępne dla wszystkich na wyciągnięcie ręki. Efektem tego jest wzrost liczby osób posiadających „dobrodziejstwa techniki” oraz wielki wpływ technologii do kultury, który odgrywa w niej bardzo ważną rolę. Nasze społeczeństwo staje obecnie u progu rozwoju nowego zjawiska zwanego gamifikacją, które zostało zapoczątkowane niespełnadesięć lat temu. Zdaje się, że odegra ono znaczący wpływ na wiele dziedzin naszego życia. Celem niniejszego artykułu, poprzez analizę dostępnej literatury, jest omówienie zjawiska gamifikacji oraz możliwości jego zastosowania w edukacji.

Zjawisko Gamifikacji

Fenomen popularności gier komputerowych i ogromnego na nie zapotrzebowania powoduje obustronne napędzanie rozwoju. Twórcy pragną dać klientom produkty najwyższej jakości, a to z kolei generuje zaopatrywanie

się w coraz to nowsze sprzęty lub usprawnienia techniczne, które umożliwiają skorzystanie z nowego zakupu. W ten sposób świat gier wpisuje się jako jeden z głównych przestrzeni życia wielu osób, a w szczególności wielu firm, środowisk informatycznych, jak też szczególnie młodych ludzi, którzy mają ogromną elastyczność i łatwość w korzystaniu z dobrodziejstw techniki. Świadomość tego faktu pozwala na dokonanie analizy tego zjawiska społecznego i wykorzystania świata gier w innych przestrzeniach życia[9, s.290].

Gamifikacja, bo o niej mowa, polega na wykorzystaniu i przeniesieniu charakterystycznych technik i mechanizmów dla gier komputerowych na inne dziedziny życia, wywołując w odbiorcach oczekiwane i zaplanowane przez twórców zachowania. Pomocą w osiągnięciu zamierzonego efektu jest podnoszenie motywacji i zaangażowania klientów w konkretne czynności. Słowo gamifikacja jest jedną z kilku wersji polskiego tłumaczenia angielskiego słowa „gamification”. Inne określenia to grywalizacja oraz gryfikacja [7, s.19]. Metoda ta jest używana przede wszystkim w marketingu, badaniach rynku, ale może być również zastosowana w edukacji. Chociaż funkcjonowanie programów lojalnościowych i systemów nagród nie jest czymś nowym to jednak samo zjawisko grywalizacji zostało opracowane w Stanach Zjednoczonych dopiero w 2010 r. Na rynek wchodziły wtedy pierwsze strony internetowe zawierające funkcje i mechanizmy z gier, aby uatrakcyjnić ofertę, a przede wszystkim przyciągnąć klientów [4, s.37-38].

Wzbudzenie w użytkownikach zainteresowania danym produktem jest w stanie zapewnić marce wysoki wzrost przychodów i reklamę, czego obecnie nie może zagwarantować sama informacja, bądź przekonywanie o wartości produktów. Wykorzystanie przez firmę gryfikacji pozwoli uzyskać na rynku przewagę nad innymi, którzy prezentują porównywalną konkurencyjną ofertę. Podejście do odbiorców jako graczy zakłada trwałą współpracę osadzoną na przyjemności i zabawie. Wszystko może stać się zabawą, niezależnie od tego jakiej tematyki lub branży byśmy się nie podjęli. Atrakcyjności i poziomu zabawy gry nie stanowi jej myśl przewodnia, ale mechanizm działania, który przyciąga odbiorców na dłuższy czas. Dzięki błyskawicznemu rozchodzeniu się informacji między graczami za pomocą portali społecznościowych, firma zyskuje rozgłos, stając się potencjalnym liderem na rynku. Deklarując się na współpracę z firmą, użytkownicy uzyskują poczucie przynależności do większej grupy miłośników nawiązując zarazem relacje między sobą. Spektrum wpływu gamifikacji jest wręcz nieograniczone. Poza reklamą i zyskaniem znacznej liczby klientów, można uzyskać zmotywowanie pracowników, czy też zainspirowanie ich do tworzenia innowacyjnych projektów, które podniosą pułap firmy jeszcze wyżej, sami zaś uzyskują radość z samorealizacji [12, s.233-234].

Dobrym przykładem jest implikacja tego typu mechanizmu wciągającej gry do sprawności fizycznej i wykorzystywania technologii *Nike Plus*, która początkowo miała na celu jedynie wyświetlanie pomiaru tętna, ilości kroków itp. Obecnie oferuje szeroką gamę uzależniających gier, które wykorzystując nieustanny dostęp do Internetu, wgląd portali społecznościowych w wyniki

treningu na bieżąco, a jedną z funkcji jest stymulacja biegacza do pokonywania dalszych etapów za pomocą dodawania motywacji przez znajomych w postaci wiwatu za pomocą telefonu komórkowego. Po zakończeniu biegu może zobaczyć komentarze znajomych. Tym co najbardziej wciąga w tej grze to możliwość podejmowania wyzwań, bądź też samemu proponując wyszukane trudne zadanie do realizacji, celem poprawy kondycji innych [13, s.93-95].

Rodzaje graczy i mechanizmy gry

Przyglądając się funkcjonowaniu gier komputerowych i osób z nich korzystających, naukowcy po przeprowadzaniu specjalnych badań podzielili graczy na cztery rodzaje. Pierwszym są odkrywcy, którym najwięcej zabawy przynosi penetrowanie wirtualnego świata i zgłębianie praw nim rządzących. Dzięki temu zbierają oni cenne doświadczenie. Drugi to rekordziści, liczy się dla nich przede wszystkim uzyskanie jak najwyższych rezultatów i realizacja celów. Z uwagą przyglądają się tabelom z punktami i pozycją, którą obecnie zajmują. Wykonują następne zadania, aby osiągnąć wyższy wynik i przegonić osoby lepsze od siebie. Poniesienie klęski wiąże się z rezygnacją i utratą zainteresowania daną aplikacją. Trzeci to społecznicy, którzy skupiają się na nawiązywaniu relacji z innymi. Początkowo są one jedynie w świecie wirtualnym, z czasem dochodzi do spotkań w świecie rzeczywistym. Podczas gier chętnie prowadzą rozmowy z innymi, a sama gra jest jedynie okazją do spotkania nowych znajomych. Ostatnim rodzajem graczy są zabójcy. Jest to co prawda najmniejsza grupa graczy. Tym co niepokoi, jest fakt, że dla nich najważniejsza jest porażka innych. Ich celem jest osiągnięcie władzy nad innymi poprzez rzucanie wyzwań, toczenie pojedynków, okradanie i zabijanie. Po analizie okazuje się, że każdy z graczy przejawia wszystkie rodzaje zachowań z jednym, bądź dwoma dominującymi. Zatem firmy zainteresowane gamifikacją, uwzględniają specyfikę każdego użytkownika, aby wciągnąć ich w grę i zachęcić do intensywniejszej pracy i zaangażowania [12, s.236].

Dobrze skonstruowane mechanizmy gry sprawiają, że gra jest interesująca i przyciągająca nowych użytkowników. Dla przejrzystości w podanej poniżej tabeli zostaną omówione konkretne elementy wpływające na atrakcyjność aplikacji. Zastosowanie wszystkich pozwala spodziewać się odniesionego sukcesu.

Mechanika gry	Opis
Różnorodność	Uwzględnienie każdego typu gracza i jego zróżnicowanych potrzeb wpływa na wzrost <u>zainteresowania użytkownika</u> .
Zdefiniowany cel	Jeden z najważniejszych mechanizmów, gdyż daje klientom poczucie sensu wykonywanych zadań.
Wyzwania	Kształtują one zachowania graczy i wiążą się z podejmowaniem różnych projektów. Budują one poczucie chęci osiągnięcia mistrzostwa wśród użytkowników.

System nagradzania	Dobrzeprzemyślane docenianie za osiągnięte rezultaty i wykonane zadania dają poczucie satysfakcji.
Wirtualne dobra	Uzyskiwanie przez graczy punktów umożliwia im ich wymianę na wymierne dobra, które będą wpływały na charakter dalszej rozgrywki.
Komunikacja wewnętrzna	Dla użytkowników niezbędne narzędzie do uzyskiwania informacji, powiadomień o obecnym stanie punktów, możliwych wyzwań, ale także <u>nawiązywanie relacji z innymi graczami</u> .
Profil gracza	Informuje o statusie użytkownika, jego tożsamości, przynależności do wybranej grupy oraz o posiadanych wirtualnych dobrach
Ranking	Odpowiada na potrzebę rekordzistów, dając informację o zajmowanym miejscu na liście w drodze do mistrzostwa.
Odznaczenia	Pełni funkcje wirtualnych trofeów zdobytych poprzez pokonywanie kolejnych wyzwań, świadcząc o zdobytej wiedzy i doświadczeniu.
Technologiczna koncepcja platformy	Bez użycia odpowiedniej aplikacji, nie będzie można dotrzeć do szerszego grona odbiorców. Najślusznieszłą wydaje się wykorzystanie przeglądarki internetowej.

Przedstawione powierzchownie powyżej główne elementy pojawiające się w większości aplikacji grywalizujących są niejako próbą zebrania ich razem, ale ich potencjał nie został w pełni wykorzystany oczekując na rozwój i wynalezienie kolejnych [11, s. 235-245].

Dzieci zanurzone w świecie gier

Po omówieniu zjawiska gamifikacji w ogólności wraz z jego charakterystyką, pora napróbę jej aplikacji do środowiska szkolnego. Społeczeństwo XXI jest zanurzone w świecie gier. Ta forma rozrywki stała się na tyle powszechna, że dotyczy zarówno dorosłych, jak i dzieci. Stanowi ona swojego rodzaju jeden z podstawowych wymiarów otoczenia oraz u niektórych główne tematy rozmów [9, s.290-291]. Pod znakiem zapytania stoi poziom wychowania najmłodszych, którzy większość swojego czasu spędzają przed komputerem, a nie z rodzicami, bądź wychowawcami. Wielkie koncerny filmowe jak i te produkujące gry komputerowe utrzymują, że ich celem nie jest wychowywanie dzieci, a jedynie zapewnienie im zabawy na wysokim poziomie. Podopieczni zamiast nabierać właściwych i dobrych wzorców od najbliższych, uczą się wielu zachowań powtarzanych w grach komputerowych, chociażby takie jak zabijanie przypadkowych ludzi, bądź dokonywanie kradzieży, bez ponoszenia za to konsekwencji. Ochrona przed wpływem gier na najmniejszych wydaje się bardzo trudna [2, s.9-12]. Jednakże poza rozwojem gier fabularnych,

pojawiły się na rynku również gry edukacyjne mające na celu kształcenie dzieci w różnych dziedzinach, pobudzając je do kreatywności, podejmowania decyzji oraz rozwiązywania problemów [3, s.99]. Świadomość faktu obecności gier w świecie dziecięcym pozwala wykorzystać funkcjonowanie gier celem powrotu do źródeł i zwrócenia uwagi uczniów na to co dobre, ludzkie i przede wszystkim rzeczywiste.

Wśród społeczeństwa panuje stereotyp gracza-pasjonata, dziecka, które chce się bawić. Jednakże kwestia motywacji do poświęcania swojego czasu na gry nie jest taka oczywista. Składają się na nią przede wszystkim przemyślane mechanizmy gier (omówione wcześniej), które mają wciągnąć w świat wirtualny i nie chcą już gracza wypuścić. Wbrew stereotypom, użytkownicy nie zawsze grają z przyjemności. Na początku grania towarzyszy ciekawość, radość z odkrywania nowych miejsc oraz zyskiwania nowych mocy, następnie zaczyna się walka o zdobywanie punktów i poziomów. W ten sposób dochodzi do paradoksu, z jednej strony radość z gry wygasa, ale trudno jest zostawić tę rozrywkę ze względu na poświęcony wysiłek, by coś w niej zdobyć. Zachętą są kolejne nagrody, punkty, poziomy, a wszystko to by utrzymać gracza w rozgrywce [8, s. 3-5].

Gamifikacja w progach szkoły

Jak wielki wpływ mają gry komputerowe na dzieci, doskonale widzą nauczyciele w szkołach. Przypatrują się temu każdego dnia i zdają sobie sprawę, że tradycyjne formy edukacji już nie trafiają. W trzecim tysiącleciu, rozpoczęto wprowadzać komputery do szkół w celach pomocy dydaktycznej i edukacyjnej. Poza tym czas reform trwa, nauczyciele są zobowiązani do ciągłego doskonalenia umiejętności zawodowych, aby wychowywanie i kształcenie dzieci było jak najlepsze [6, s.281-282]. Wciąż jednak problemem pozostaje. Przepaść pomiędzy młodym pokoleniem uczniów, które jest z technologią na bieżąco każdego dnia, a nauczycielami, którzy jeszcze trzymają się twardo tradycyjnych metod dydaktycznych wiernie realizując program edukacyjny sprzed dekad jest duża. Często starsi nie zdają sobie sprawy z potencjału, który drzemie w grach. Wynika to z przykładania swojego doświadczenia osobistego na następne pokolenia, które mają już inną mentalność. Młodsza kadra nauczycieli zaś i ich poziom świadomości technologicznej jest coraz większy. Jest to okazja do wdrażania nowych koncepcji dydaktycznych tworząc przestrzeń dla gier. Umożliwi to obudzenie w uczniach nowych pokładów motywacji do nauki, będzie mógł być wprowadzony inny system oceniania, który zmobilizuje do podwyższania osiągnięć naukowych uczniów. Dzięki temu gamifikacja jest coraz bliżej szkoły. Chce ona wyjść naprzeciw uczniom i ich potrzeb edukacyjnym. Jednakże aby to uczynić wymaga to od nauczycieli wprowadzenia nowości w swoje nauczanie, które wypływa np. z prawa oświatowego, zasad dydaktyki, metodyki e-learningu, możliwości technicznych i wyposażenia szkół jak i przejścia szkolenia z technologii informacyjnej. Pośród tak bogatej oferty nauczyciele muszą zdecydować jaki sposób najlepiej sprawdzi się u jego uczniów.

Bez skupienia i chęci nauki u uczniów, edukacja będzie bezowocna. gamifikacja uwzględni w swym procesie stan przeplwyu. Jej celem jest

podniesienie motywacji dzieci. Stan ten opisuje się jako pełną koncentrację, zaangażowanie i zainteresowanie ucznia zleconym przez nauczyciela zadaniem, aby ten działając efektywnie, odczuwał z tego powodu przyjemność i radość. Ten przepływ można zaobserwować w momentach dla nas najprzyjemniejszych, np. gra na ulubionym instrumencie, słuchanie muzyki, malowanie obrazu, oglądanie dobrego filmu, wykonywanie pracy, którą lubimy. Towarzyszy temu utrata kontroli nad czasem, poczucie samorealizacji, a wykonywanie tej pracy jest nagrodą samą w sobie. Dzięki temu można uzyskać u uczniów otwartość na nowe rzeczy i wejście w świat nauki całym sobą, czego celem jest ogólnie rozumiana edukacja, która ma zapewnić dobre wykształcenie młodemu wchodzącym w dorosłość [5, s.581-583]. E-learning jest jedną z propozycji platformy, która umożliwi rozwój gamifikacji w edukacji. Umożliwia ona wprowadzenie różnorodności typów uczestników kursu [10, s.179].

Perspektywy jakie daje gamifikacja w edukacji wydają się nieograniczone. Zaprojektowanie scenariuszy zajęć lekcyjnych, przygotowanie fabuły gry i wprowadzenie uczniów w nowy świat danego przedmiotu lekcji bazujący na zasadach i mechanizmach pochodzących z gier komputerowych spowoduje ich zainteresowanie. Uczniowie obecnie preferują obrazowe i multimedialne formy przekazu informacji. O przydatności wprowadzenia grywalizacji świadczą wysokie rezultaty uzyskane w szkołach, w których wprowadzona została strategii gryfikacyjna. Dla przykładu, jeden z nauczycieli zastosował system współpracy wieloosobowej wykorzystywany w grach multiplayer. Młodzi musieli wykonać konkretne misje, przygotować sprawozdanie w formie multimedialnej, przeprowadzić badania, aby uzyskać punkty, dające przepustkę do następnego poziomu rozgrywki. Byli zmotywowani do wzajemnej pomocy, aby na koniec, uzyskać ocenę na podstawie zdobytych punktów. Po analizie wyników okazało się, że po zastosowaniu gamifikacji w klasach wzrosła średnia ocen, a obecność uczniów na zajęciach utrzymuje się na wysokim poziomie. Poza tym to co najważniejsze, uczniowie czuli się jak w grze, dzięki temu przyswajanie przez nich wiedzy było błyskawiczne, zdobywając przy tym nowe umiejętności.

Edukacyjna użyteczność zastosowania gamifikacji wynika przede wszystkim ze sposobu, w jaki prezentowana jest wiedza. Warunkiem *sine qua non* wejścia uczniów w grę lekcyjną jest przygotowanie ciekawostek, nowinek, zagadek, nagród, które wypełnią potrzeby naukowe graczy. Ważne jest określenie celu oraz umieszczenie przeszkód i wyzwań, które będą wymagały wysiłku użytkowników, aby przejść dalej, co da im poczucie zdobywania doświadczenia. Implementacja tych mechanizmów z gier ma zmusić uczniów do poszukiwania odpowiedzi na zagadki z różnych zasobów i dziedzin. W rezultacie nabędą oni doświadczenie, że w świecie nie wszystko jest wartościowe i bardzo ważna jest umiejętność odróżniania źródeł wiarygodnych od bezużytecznych. Zastosowanie najróżniejszych kombinacji uwzględniając typy graczy przełożone na uczniów i mechanizmy z gier w lekcjach może się okazać jako zjawisko przełomowe w skuteczności edukacji szkolnej [1, s.256-259].

Wnioski

Zapoznając się z nowym zjawiskiem gamifikacji, które dopiero wkracza do naszych różnych przestrzeni życia, zdaje się być atrakcyjną dla nas formą, jako pokolenia XXI wieku. Przekładając ją na edukację szkolną może być ratunkiem przed małą frekwencją uczniów na zajęciach, oddawaniem zadań domowych na ostatni dzień lub po terminie, brakiem systematyczności w nauce, brakiem własnego zgłębiania wiedzy i oparciem się jedynie o minimum wyłożone przez nauczyciela. –Odpowiednie wdrożenie grywalizacji do szkoły daje duże prawdopodobieństwo zmiany zaangażowania uczniów, wzrost motywacji do nauki oraz podwyższenie jakości i wydajności kształcenia. Głównie przynosi ona pozytywne skutki tam, gdzie została już wprowadzona. Efektem jest włączenie się do gry lekcyjnej, zdobywanie kolejnych poziomów, aktywność na zajęciach, konkurencja w rankingach. Jednakże poza dobrą stroną pojawiają się pewne problemy. Mianowicie, gdzie gra staje się obowiązkiem, tam znika radość i zabawa. Trudno jej się wkomponować w tradycyjny model nauczania szkolnego. Uczniom jest ciężko dopasować się do tego typu systemu, gdzie pod atrakcyjną przykrywką i tak kryją się oceny[7, s.20-21].

Dostrzegając zarówno dobre jak i złe strony tego fenomenu społecznego jakim jest gamifikacja, można spodziewać się jeszcze jej ewolucji, tak by mogła rozprzestrzeniać się po świecie, docierając do szkół, oferując wysoką jakość kształcenia połączoną z rozwijaniem pasji naukowych uczniów.

Bibliografia:

1. Badzińska E., *Potencjał urządzeń mobilnych i gamifikacji w usługach edukacyjnych*, w: Informatyka Ekonomiczna, nr 2 (32), Wrocław 2014
2. Braun-Galkowska M., *Wpływ gier komputerowych na psychikę dzieci*, w: *Oddziaływanie „agresywnych” gier komputerowych na psychikę dzieci*, Lublin 2000
3. Braun-Galkowska M., Ulfik-Jaworska I., *Zabawa w zabijanie*, Lublin 2002
4. Kozłowska I., *Gamifikacja – specyfika wykorzystania narzędzia w Polsce*, w: Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, t. 255, Katowice 2016
5. Ławiński A., *Gamifikacja. Jak zastosować symulacyjne gry komputerowe w szkole*, XXII Konferencja Diagnostyki Edukacyjnej, Kraków 2016
6. Miodek B., *Kompetencje informatyczne nauczycieli wobec wyzwań społeczeństwa informacyjnego*, w: *Kultura, media, etyka*, Gnieźnieńskie Studia Europejskie, t. 10, Poznań-Gniezno 2012
7. Rodwald P., *Edukacyjny system gamifikacyjny*, w: EduAkcja. Magazyn edukacji elektronicznej, nr 1 (9), Warszawa 2015
8. Skok K., *Gamifikacja i edukacja – rola motywacji w procesie uczenia się*, w: *Przyszłość edukacji – edukacja przyszłości*, Łódź 2014
9. Strużyna J., Kania K., *Strategiczne wyzwania gamifikacji*, w: Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Organizacja i Zarządzanie, t. 88, Zabrze 2016
10. Swacha J., *Gamifikacja e-learningu w kontekście zróżnicowania typów uczestników*, w: Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Studia Informatica, nr 38, Szczecin 2015
11. Wawrzyniak J., Marszałkowski J., *Gamifikacja w edukacji: przegląd wymagań dla platformy gamifikacyjnej*, w: Homo Ludens, nr 1 (7), Poznań 2015
12. Wrona K., *Grywalizacja i gry oraz ich potencjał do wykorzystania w strategiach marketingowych*, w: Marketing i Rynek, nr 10, Warszawa 2013
13. Zichermann G., *Grywalizacja. Mechanika gry na stronach WWW i w aplikacjach mobilnych*, Gliwice 2012

МОВНА ГРА В РЕКЛАМНОМУ ПОВІДОМЛЕННІ

Зам'яла Анна Олександрівна
магістрантка напряму «Культурологія»,
факультет філософської освіти і науки НПУ імені М.П.
Драгоманова
anna.zamiala@gmail.com

На сьогодні проблемі мовної гри дослідники приділяють значну увагу (В. Виноградов, О. Земська, Н. Арутюнова, Т. Грідіна, В. Санников, Б. Норман), і це не випадково, оскільки “Мовна гра – це нетрадиційне, неканонічне використання мови, це творчість, це орієнтація на приховані естетичні можливості мовного знака” [4, с. 16]. “Мовна гра активізує увагу носіїв мови до мовної форми, до її структурних елементів” [4, с. 41], вона пов’язана із ситуацією несподіваності, яка обумовлена порушенням в ігровому тексті певних норм і стереотипів та усвідомленням цього порушення. Проте мовна гра в рекламному повідомленні стає предметом аналізу невеликої кількості вчених, зокрема недостатню увагу приділено прагматичному та семантико-структурному аспектам, що і становить мету нашої розвідки.

Термін «реклама» походить від латинського «*reklamare*», що означає відгукуватися, заперечувати, висловлювати невдоволення. Реклама в англійській мові позначається терміном «*advertising*», що в перекладі означає повідомлення і тлумачиться, як привернення уваги споживача до продукту (товару, послуги) і поширення закликів, пропозицій, рекомендацій придбати даний товар чи послугу.

Значення реклами у сучасному суспільстві, економіці, бізнесі, маркетингу, а надто у сфері комунікацій важко переоцінити. Не менш складним виявляється і формулювання вичерпного визначення реклами, що відображало б усі грані цього феномену.

Використання багатого арсеналу різнорівневих мовних засобів, які передають імпліцитну інформацію, вводять додаткові конотації, створює ігрову тональність рекламного тексту, що веде до підвищення його експресивності. Серед популярних прийомів мовної гри у банерній рекламі є каламбур, ядро якого складають мовні одиниці з однаковим чи близьким звучанням:

- be – bee: Don'tWorry... Bee Happy! Send a Smiley Greeting;
- CNN – scene: Go on the SCENE with CNN;
- free – three: As Easy as One, Two, Free!;
- here – hear: Hear. There. Everywhere;
- saw – thawed: They Came, They Thawed, They Conquered. Ice Age;
- scents – sense: Scented Gifts It Just Makes Scents!;
- sight – site: Love at first web-site;
- tongue – thong: thong in cheek? thrilling thongs & jaunty jocks;

- week – weak: Seven days without EXERCISE makes one weak!

Гра слів фіксується у слогані good better bizzed. bizzed.com, де заміником прогнозованого прикметника у найвищому ступені порівняння best виступає близькозвучна одиниця bizzed, яка є адресою рекламованої веб-сторінки. Такий прийом дозволяє копірайтерам створити ефект ошуканого очікування, який є одним із найдієвіших засобів привернення уваги.

І. Морозова говорить, що гра слів є одним із найпоширеніших прийомів творення рекламного тексту. Систематизуючи методи і прийоми мовної гри зі значеннями слів і словосполучень, учена виділяє такі базові техніки, як каламбур, слова-«матрьошки» та використання стійких виразів (фразеологізмів). Дослідниця називає такі три вимоги до мовної гри, як ефективного засобу реклами:

1) значущість (гра слів повинна містити слово, яке позначає значущу рекламну одиницю, що допоможе назві виконувати функції реклами);

2) виправданість (значення каламбуру повинно відповідати об'єкту реклами; так, якщо вдається знайти омонім, то не слід використовувати його задля самого прийому каламбуру, коли він руйнує значення назви);

3) сприйняття (мовна гра має бути зрозумілою для цільової аудиторії).

Дослідниця Т. Романова звертає особливу увагу на сучасну тенденцію до створення рекламних назв каламбурного типу, таких, як слова-матрьошки, акроніми з подвійною мотивацією, а також граматичні й семантичні каламбури, коли ергоніми поєднують у собі двопланову семантику, як елемент мовної гри, що «сприяє підвищенню рівня діалогічності рекламної назви, яка має особливе значення для реалізації назвою рекламної функції» [5, с.14].

Творці мовної гри – носії різних рівнів освіченості і культури – елітарна верхівка (згадаймо, гра в каламбури – улюблена розвага аристократії у минулі століття); літератори, котрі з давніх часів проводять цей унікальний експеримент у своїй творчості; рекламисти, оскільки немає жодного професіонала, який би не прагнув більшої виразності і впливовості створеного рекламного повідомлення; прості люди, що творять демократичні, низові форми мовної гри – усі вони, бавлячись із мовленням, можливо, не завжди свідомо, переслідують не лише реальні цілі (заінтригувати, захопити, змусити себе слухати), а й розвивають мовлення, мислення, повсякчас збагачують мову свіжими і неповторними новотворами. На думку сучасних дослідників, можна назвати декілька причин такої популярності мовної гри серед кіл населення.

На думку дослідників, це її причетність до животрепетних реалій життя, глибинних зв'язків із найважливішими царинами людської діяльності: суспільними явищами, культурою, наукою, мистецтвом. Не менш важливою причиною поширення мовної гри, на думку дослідників, є комунікативна рівність між відправником і одержувачем інформації, при якому відправник може розраховувати на розуміння його творчості у

вигляді мовної аномалії: «У розмовному стилі презумпція комунікативної рівності, а саме, настанова на високу обізнаність, зрозумілість адресата отримала виявлення у поширенні мовної гри» [2, с.10].

Можна констатувати, що мовна гра в Україні перестала бути виключно літературним експериментом і увійшла у повсякденне життя українців. Достатньо подивитися на численність прикладів гри слів в українських ЗМІ: радіо- й телепередачі, заголовки статей у пресі, рекламні слогани, назви кінофільмів та ін. До прикладу такі, як «Про100», «Не гальмуй! Снікерсуй!», «Tuborg! Початок Greenдіозного настрою», «Злачно та смачно».

Ігрові маніпуляції, засновані на нестандартному варіюванні мовних норм, сприяють створенню ефекту несподіванки, підвищують експресивність рекламного тексту, що у свою чергу реалізує його прагматичний потенціал.

Таким чином, досягнення прагматичного ефекту рекламного тексту полягає у застосуванні багатого інвентаря різнорівневих експресивних прийомів, покликаних впливати на свідомість адресата через апелювання до його почуттів та розуму.

Література:

1. Зірка В.В. Мовна парадигма маніпулятивної гри в рекламі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук : спец. 10.02.02 „Російська мова” / В.В. Зірка. – К., 2005. – 32 с.
2. Крутько Т.В. Англомовна реклама у віртуальному просторі: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Тетяна Валеріївна Крутько. – Рівне: РІСКСУ, 2006. – 216 с.
3. Крутько Т.В. Прецедентні феномени у рекламному дискурсі (на матеріалі банерної реклами) / Т.В. Крутько // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки: Філологічні науки / [відп. ред. Є.І. Гороть]. – Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі Українки. – 2012. – № 6. – С. 104–107.
4. Сніховська І.Е. Механізми, засоби та прийоми мовної гри в сучасній англійській мові: автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.04 „Германські мови” / І.Е. Сніховська. – Запоріжжя, 2005. – 20 с.
5. Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций: [монография] / Виктор Иванович Шаховский. – М. : Гнозис, 2008. – 416 с

OBOWIAZKI I UPRAWNIENIA SŁUŻB BHP WOBEC NORMY 18001 A NORMY PRAWNE- PODEJŚCIE INNOWACYJNE

Robert Zielonka,

Doktorant Uniwersytetu Zielonogórskiego, Instytut Historii, Zielona Góra
r_zielonka@o2.pl

Promotor –

dr hab. Leszek Belzyt, prof. UZ,
Zakład Historii Społecznej, Gospodarczej
i Wojskowości, Uniwersytet Zielonogórski

1.1 Podstawowe akty prawne BHP

Jednym z podstawowych aktów prawnych w tej dziedzinie jest **kodeks pracy** [7], w którym **rozdział X** poświęcono wyłącznie problemom bezpieczeństwa i higieny pracy. Kodeks pracy w dziale X, art. 237 nakazuje zorganizowanie w zakładach pracy służby względnie stanowiska pracy do spraw bezpieczeństwa i higieny pracy, niemniej nie określa zakresu jej działania, uprawnień, wymaganych kwalifikacji i liczebności [1, str. 31]. Takowe posiada **rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 2 września 1997 r. w sprawie służby bezpieczeństwa i higieny pracy** (Dz.U. Nr 109, poz. 704) [8].

Bezpieczeństwa pracy przestrzegamy na mocy:

- Konstytucji RP,
- Kodeksu Pracy,
- Ustaw i Rozporządzeń,
- Dyrektyw Unii Europejskich,
- Polskich Norm,
- Regulaminów Pracy,
- Instrukcji stanowiskowych i instrukcji obsługi.

Powyższe akty nie wyczerpują w pełni tematu, a są jedynie fundamentami.

Wczęścietaktyprawnezostanąomówioneizaznaczone rzecznajistotniejsze z wytłumaczeniem ważności spraw tam opisanych.

Do przepisów ogólnie obowiązujących poza wyżej wymienionymi możemy zaliczyć:

- T.J Dz. U. z 1998r nr 21 ze zmianami -Kodeks Pracy [7],
- T.J Dz.U. 2003 nr 169 poz. 1650 Obwieszczenie Ministra Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej z dnia 28 sierpnia 2003 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu rozporządzenia Ministra Pracy i Polityki Socjalnej w sprawie ogólnych przepisów bezpieczeństwa i higieny pracy [9],
- Ustawy związane z bezpieczeństwem pracy: T.J Dz.U z 2009r Nr 178 o ochronie Przeciwpowodziowej ;T,J Dz.z2009r nr 152 o substancjach i preparatach chemicznych; T.J Dz.U z 2006r nr 156 [10],
- Prawo budowlane T.J Dz.U z 2004r Nr 204 systemie oceny zgodności

[11],

- Przepisy branżowe dotyczące BHP w różnych gałęziach gospodarki

[12].

Ważnymi aktami powodującymi uniwersalność panujących zasad są normy, o których poniżej.

1.2 Normy

Normy zharmonizowane [3, str. 220] to prawna kwalifikacja specyfikacji technicznych, funkcjonujących jako normy europejskie, którym dyrektywy nadały specjalne znaczenie. Mogą być stosowane, gdy zostaną oficjalnie opublikowane w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej oraz gdy przynajmniej jedno państwo członkowskie przeniosło je do zbioru norm krajowych. Normy zharmonizowane są dobrowolne, jednakże z praktyki wynika, iż stosowanie ich jest wymuszone poprzez fakt domniemania spełnienia wymagań dyrektyw. W polskim zbiorze norm oznacza się je jako PN-EN, a ich wykazy są publikowane przez Prezesa Polskiego Komitetu Normalizacyjnego w formie obwieszczeń w Monitorze Polskim.

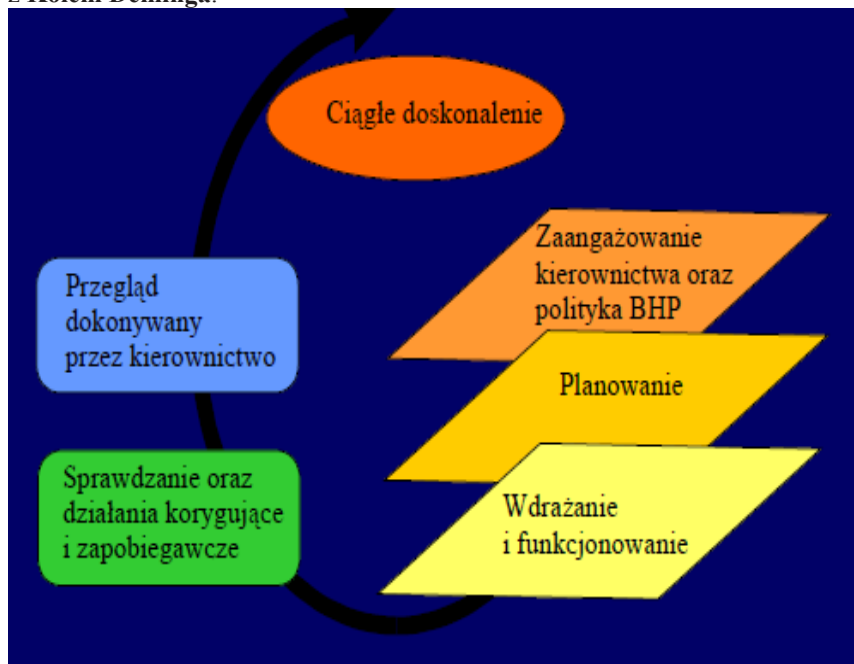
Normy to dokumenty obdarzone dużym zaufaniem publicznym i jako takie mogą być powoływane w przepisach prawnych, jako dobry sposób rozwiązywania zagadnień technicznych i spraw spornych. Wysokie zaufanie wynika nie tylko z odpowiednich kwalifikacji osób opracowujących te normy, lecz także z faktu, że oparte są na przejrzystości, dobrowolności, bezstronności, efektywności, wiarygodności, spójności i uzgadnianiu na poziomie krajowym i europejskim. Znajomość wiedzy zawartej w normach zharmonizowanych jest zalecana nawet w przypadku rezygnacji producenta z ich stosowania [13].

W 1996 roku opublikowano pierwszą normę dla systemu zarządzania bhp, a była nią norma brytyjska 8800, następnie podobne normy publikowano w Holandii czy Australii i Nowej Zelandii. Na obecny moment nie istnieje norma powszechnie uważana za międzynarodową w zakresie systemu zarządzania bhp (decyzja ISO z 1997 o nie podejmowaniu prac nad taką normą ze względu na zbyt duże różnice w poszczególnych państwach), jednakże kilka instytucji podjęło samodzielne próby i tak opracowano w 1998 roku przez Bureau Veritas „Safety Cert” oraz w 1999 roku OHSAS 18001 [6], przygotowany przez konsorcjum pod przewodnictwem British Standards Institution [2, str.117]. Norma PN-N-18001 w wielu obszarach jest identyczna do wcześniejszej ISO 14001, choć położono tu nacisk na to czy firma przed wdrożeniem spełnia wszystkie właściwe regulacje prawne, natomiast w obrębie PN-N-18001:2004 i OHSAS 18001:2007, zauważyć można różnice: [4, str. 34]

- koncentruje się na zagrożeniach dla ludzi (urazy i choroby zawodowe),
- obejmuje swoim zasięgiem osoby będące pod kontrolą organizacji (na terenie i tam, gdzie prowadzone są prace/działania), co jest zgodne z podejściem Dyrektywy Ramowej (człowiek, a nie pracownik, stąd pojęcie gościa),
- ułatwia integrację systemu BHP z systemami zarządzania środowiskowego oraz zarządzania jakością,

- w znacznie wyższym stopniu akcentuje konieczność przestrzegania wymagań prawnych i innych odnoszących się do organizacji,
- jest normą, a nie jak dotychczas specyfikacją, co podnosi jej status.

Struktura wymagań jest oparta o cykl ciągłego doskonalenia z 5 fazami zgodnie z **Kołem Deminga**.



Rys.1 Model systemu zarządzania BHP przyjęty w normie PN-N 18001:2004 [5]

1.3 Kodeks pracy

Kodeks pracy posiada zagadnienia związane, z tymi, które są poruszane w normie PN-N-18001:2004. Odniesienie do współudziału pracowników to KP art. 237/11a, Art. 23712. § 1. brzmi : „Pracodawca zatrudniający więcej niż 50 pracowników powołuje komisję bezpieczeństwa i higieny pracy, zwaną dalej „komisją”, jako swój organ doradczy i opiniodawczy. W skład komisji wchodzi pracownicy służby bhp, lekarz sprawujący opiekę zdrowotną nad pracownikami, społeczny inspektor pracy, a także przedstawiciele pracowników - wybrani przez zakładową organizację związkową, a w przypadku gdy u pracodawcy nie działa zakładowa organizacja związkowa - przez pracowników, w trybie przyjętym w zakładzie pracy. § 2. Przewodniczącym komisji jest pracodawca lub osoba przez niego upoważniona, a wiceprzewodniczącym - społeczny

inspektor pracy. Następnie szkolenie, świadomość, kompetencje i motywacja (pkt. 4.4.3 normy) to Art. 2373. § 1. O treści: Nie wolno dopuścić pracownika do pracy, do której wykonywania nie posiada on wymaganych kwalifikacji lub potrzebnych umiejętności, a także dostatecznej znajomości przepisów oraz zasad bezpieczeństwa i higieny pracy. § 2. Pracodawca jest obowiązany zapewnić przeszkolenie pracownika w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy przed dopuszczeniem go do pracy oraz prowadzenie okresowych szkoleń w tym zakresie.

Art. 2374. § 1. Pracodawca jest obowiązany zaznajamiać pracowników z przepisami i zasadami bezpieczeństwa i higieny pracy dotyczącymi wykonywanych przez nich prac.

§ 2. Pracodawca jest obowiązany wydawać szczegółowe instrukcje i wskazówki dotyczące bezpieczeństwa i higieny pracy na stanowiskach pracy.

§ 3. Pracownik jest obowiązany potwierdzić na piśmie zapoznanie się z przepisami oraz zasadami bezpieczeństwa i higieny pracy.”

Dokumentacja systemu zarządzania (pkt. 4.4.5 normy) – wzór protokołu ustalenia okoliczności i przyczyn wypadku przy pracy Dz. U z 2004r nr 227 poz 2298 okres przechowywania 10 lat zgodnie z KP art. 234 par 3 z indeksem.1 Rejestr podejrzeń o choroby zawodowe wg KP 235 par 4 i 5.

Zapobieganie, gotowość i reagowanie na wypadki przy pracy i poważne awarie (pkt. 4.4.8 normy)- KP art. 209/1.

Zakupy (pkt. 4.4.9 normy) - KP art. 217,-219

Podwykonawstwo (pkt. 4.4.10 normy)- KP art. 304 oraz 208 – koordynator normy. Badanie wypadków przy pracy, chorób zawodowych i zdarzeń potencjalnie wypadkowych (pkt. 4.5.2 normy)-KP art. 234.

1.4 CE oraz Dyrektywy UE

CE to znak umieszczany na produkcie, potwierdzający zgodność wyrobu z **unijnym systemem zgodności wyrobów przemysłowych**. Dochodzenie [3, str. 217-218] do tego znaku jest procesem złożonym. System zgodności jest oparty na tzw. Nowym Podejściu, w którym sprecyzowano [3]:

- wymagania zasadnicze zawarte w obowiązujących dyrektywach, dotyczące bezpieczeństwa użytkowników, konsumentów i produktów oraz ochrony środowiska, zawierające ograniczone wymagania techniczne. Szczegółowe specyfikacje techniczne określone są w normach, które jeśli są zgodne z poszczególnymi dyrektywami nazywane są normami zharmonizowanymi.

- normy zharmonizowane – charakter dobrowolny, domniemywa się, że jeśli wyroby spełniają ich wymagania, to spełniają tym samym wymagania zasadnicze dyrektyw.

Wyroby spełniające wymagania zasadnicze mają zapewniony swobodny przepływ. Wytyczne UE ds. zgodności zawarto w ramach Globalnego Podejścia do certyfikacji i badań, a jego główne cele to: wytwarzanie bezpiecznych, wysokiej jakości wyrobów oraz budowa zaufania opartego na kompetencjach technicznych.

Tabela 1. Droga do uzyskania znaku CE [3, str. 218]

	Harmonizacja	Normalizacja	Testowania certyfikowanie
Wspólnota	Rada Wspólnot Europejskich na wniosek Komisji Europejskiej określa dyrektywy zawierające podstawowe wymagania	CEN/CENELEC w standardach (normach) europejskich opracowują podstawowe wymagania	Komisja Europejska publikuje nazwy wyznaczonych instytucji
Kraj	Rządy zobowiązane są do przetworzenia dyrektywy, w określonym czasie, na przepisy krajowe i regulacje. Muszą one odpowiadać dyrektywom i pozwalać na import do swojego kraju tylko tych wyrobów, które odpowiadają dyrektywom.	Krajowe instytucje normalizacyjne wspólnie pracują nad europejskimi standardami	Minister wyznacza instytucje badawcze i certyfikujące (organy notyfikowane)
Przedsiębiorca	Wyrób musi odpowiadać podstawowym wymaganiom dyrektyw	Aby osiągnąć zgodność z wymaganiami, producent może produkować zgodnie z europejskimi standardami, ale nie jest do tego zobowiązany.	Na wyrobach musi znaleźć się symbol CE- zrobi to albo wytwórca, albo importer, po przetestowaniu przez organ notyfikowany lub po pisemnej deklaracji (ocena zgodności)

Umieszczony znak CE na produkcie oznacza, że osoba prawna lub fizyczna, która go umieściła upewniała się, że dany wyrób spełnia wymagania

odnośnych dyrektyw i poddany został procedurom oceny zgodności. Informuje użytkownika, że produkt spełnia podstawowe wymagania bezpieczeństwa według dyrektyw Nowego Podejścia.

Polski system zgodności tworzą instytucje [3, str. 223]:

- Polskie Centrum Akredytacji- ocenia kompetencje technicznych jednostek funkcjonujących w ocenie zgodności,
- Polski Komitet Normalizacyjny- transponuje normy zharmonizowane do Zbioru Polskich Norm.
- Jednostki notyfikowane- ocena zgodności wyrobów w procedurach oceny przewidujących udział trzeciej strony,
- Nadzór rynku- kontrola stosowania wymagań zasadniczych określonych w dyrektywach dla wyrobów wprowadzonych do obrotu. W Polsce instytucjami nadzoru są Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz tzw. Organy wyspecjalizowane, m.in.: wojewódzcy inspektorzy Inspekcji Handlowej, inspektorzy pracy, Prezes Urzędu Regulacji Telekomunikacji i Poczty, organy Inspekcji Ochrony Środowiska.

Omówimy Dyrektywę UE W tym konkretnym przypadku odnosimy się do dyrektyw Nowego Podejścia, które są obowiązujące, tzn. państwa członkowskie są zobowiązane do wdrożenia ich postanowień w przepisy krajowe. Stosują się one tylko do wyrobów nowo wytworzonych w państwach członkowskich i do wyrobów importowanych z poza UE (tu również używanych). Dyrektywa nakłada zadania i odpowiedzialność na [3, str. 218-219]:

- **producenta wyrobu i/lub jego przedstawiciela-** zapewnić, że proces produkcyjny gwarantować będzie zgodność wyrobów (np. poprzez wprowadzenie i poddanie certyfikacji systemu zarządzania jakością; opracować odpowiednią dokumentację techniczną; sporządzenie deklaracji zgodności WE, zgodnej z odpowiednimi dyrektywami; umieszczenie oznakowania CE na wyrobie,

- **jednostkę wprowadzającą wyrób na rynek**, np. importer spoza WE- dostarcza produkt zgodny z odnośnymi dyrektywami, sytuacja podobna do producenta,

- **kupującego i użytkownika-** powinni kupować produkty zgodne z dyrektywami, przestrzegać instrukcji obsługi oraz utrzymywać produkty w dobrym stanie,

- **jednostkę notyfikowaną-** działanie w zgodności z kryteriami dyrektywy, w ramach której jednostka została notyfikowana; udział w procesie w procesie tworzenia norm europejskich w dziedzinie, która objęta jest notyfikacją; stosowanie procedur określonych dla danej dyrektywy.

2. Obowiązki i uprawnienia służb BHP

Podstawą organizacji służby bhp jest ustalenie stanu zatrudnienia, **rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 2 września 1997 r. w sprawie służby bezpieczeństwa i higieny pracy** określa te stany w § 1 ust.3 i 4 jako stany minimalne i tak, gdy pracodawca zatrudnia 100-600 pracowników tworzy wieloosobową lub jednoosobową komórkę albo zatrudnia w tej komórce pracownika służby bhp w niepełnym wymiarze czasu pracy, jeśli jednak

zatrudnia ponad 600 pracowników zobowiązany jest zatrudnić w pełnym wymiarze czasu pracy co najmniej 1 pracownika służby bhp na każdych 600 pracowników. Zatrudnienie ogółem nie jest jedynym aspektem jaki powinien wziąć pracodawca pod uwagę, gdyż § 1 pkt.2 uzupełnia go o warunki pracy i związane z nimi zagrożenia zawodowe, a także uciążliwości pracy.

Zadania służby bhp określa § 2 ust.1 rozporządzenia [8]:

- przeprowadzanie kontroli warunków pracy oraz przestrzegania przepisów i zasad bezpieczeństwa i higieny pracy,
- bieżące informowanie pracodawcy o stwierdzanych zagrożeniach zawodowych, wraz z wnioskami zmierzającymi do usuwania tych zagrożeń,
- sporządzanie i przedstawianie pracodawcy, co najmniej raz w roku, okresowych analiz stanu bezpieczeństwa i higieny pracy zawierających propozycje przedsięwzięć technicznych i organizacyjnych mających na celu zapobieganie zagrożeniom życia i zdrowia pracowników oraz poprawę warunków pracy,
- zgłaszanie wniosków dotyczących wymagań bezpieczeństwa i higieny pracy w stosowanych oraz nowo wprowadzanych procesach produkcyjnych,
- przedstawianie pracodawcy wniosków dotyczących zachowania wymagań ergonomii na stanowiskach pracy,
- opiniowanie szczegółowych instrukcji dotyczących bezpieczeństwa i higieny pracy na poszczególnych stanowiskach pracy,
- udział w ustalaniu okoliczności i przyczyn wypadków przy pracy oraz w opracowywaniu wniosków wynikających z badania przyczyn i okoliczności tych wypadków oraz zachorowań na choroby zawodowe, a także kontrola realizacji tych wniosków,
- prowadzenie rejestrów, kompletowanie i przechowywanie dokumentów dotyczących wypadków przy pracy, stwierdzonych chorób zawodowych i podejrzeń o takie choroby, a także przechowywanie wyników badań i pomiarów czynników szkodliwych dla zdrowia w środowisku pracy,
- doradztwo w zakresie przepisów oraz zasad bezpieczeństwa i higieny pracy; udział w dokonywaniu oceny ryzyka zawodowego, które wiąże się z wykonywaną pracą; doradztwo w zakresie organizacji i metod pracy na stanowiskach pracy, na których występują czynniki niebezpieczne, szkodliwe dla zdrowia lub warunki uciążliwe, oraz doboru najwłaściwszych środków ochrony zbiorowej i indywidualnej;
- współpraca z właściwymi komórkami organizacyjnymi lub osobami, w szczególności w zakresie organizowania i zapewnienia odpowiedniego poziomu szkoleń w dziedzinie bezpieczeństwa i higieny pracy oraz zapewnienia właściwej adaptacji zawodowej nowo zatrudnionych pracowników,
- współdziałanie z lekarzem sprawującym profilaktyczną opiekę zdrowotną nad pracownikami, a w szczególności przy organizowaniu okresowych badań lekarskich pracowników; współdziałanie ze społeczną inspekcją pracy oraz z zakładowymi organizacjami związkowymi,
- uczestniczenie w pracach, powołanej przez pracodawcę, komisji

bezpieczeństwa i higieny pracy oraz w innych zakładowych komisjach zajmujących się problematyką bezpieczeństwa i higieny pracy, w tym zapobieganiem chorobom zawodowym i wypadkom przy pracy,

- inicjowanie i rozwijanie na terenie zakładu pracy różnych form popularyzacji problematyki bezpieczeństwa i higieny pracy oraz ergonomii.

Zostały przytoczone większość z nich, gdyż naprawdę trudno ocenić, które są mniej ważne, ponieważ wszystko zależy od specyfiki danego zakładu pracy. Należy nadmienić, iż służba bhp nie może być obciążana innymi zadaniami niż wymienione w § 2 ust.1, z wyjątkiem pracownika, o którym mowa w art. 237[12] § 3 Kodeksu pracy, tj. pracownik zatrudniony przy innej pracy, któremu powierzono wykonywanie zadań tej służby.

Jednym z najważniejszych zadań jest **przeprowadzenie kontroli warunków pracy oraz przestrzegania przepisów i zasad bezpieczeństwa i higieny pracy**. Wymienia się **podstawowe zasady przeprowadzania takiej kontroli** [1, str. 109]:

1. Przed kontrolą dokładnie określony jej zakres i rodzaj, tzn. czy objąć ją cały zakład, niektóre komórki czy tylko wybrane stanowiska pracy, czy powinna obejmować całość zagadnień bhp czy tylko wybrane np. okresowe badania lekarskie, instalacje elektroenergetyczne, obrabiarki itp.

2. Prowadzący kontrolę powinien być dobrze przygotowany merytorycznie w zależności od rodzaju i zakresu przewidywanych działań kontrolnych.

3. Kontrolę należy przeprowadzać w obecności przedstawiciela jednostki kontrolowanej (kierownik lub osoba przez niego wyznaczona), jeśli jednak potrzebna jest natychmiastowa reakcja (sytuacja awaryjna), kontrolujący inspektor przeprowadza ją samodzielnie i wydaje dyspozycje.

4. Kontrola winna być zakończona sporządzeniem protokołu lub odpowiednim zapisem w „Księżce kontroli”.

5. Ustalenia zawarte w „protokole” lub „księżce kontroli”, a zwłaszcza terminy realizacji powinny być potwierdzone przez kierownika jednostki kontrolowanej.

Uprawnienia służby bhp określa § 3[8]:

- przeprowadzania kontroli stanu bezpieczeństwa i higieny pracy, a także przestrzegania przepisów oraz zasad w tym zakresie w zakładzie pracy i w każdym innym miejscu wykonywania pracy,

- występowania do osób kierujących pracownikami z zaleceniami usunięcia stwierdzonych zagrożeń wypadkowych i szkodliwości zawodowych oraz uchybień w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy;

- występowania do pracodawcy z wnioskami o nagradzanie pracowników wyróżniających się w działalności na rzecz poprawy warunków bezpieczeństwa i higieny pracy; występowania do pracodawcy o zastosowanie kar porządkowych w stosunku do pracowników odpowiedzialnych za zaniedbanie obowiązków w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy,

- niezwłocznego wstrzymania pracy maszyny lub innego urządzenia

technicznego w razie wystąpienia bezpośredniego zagrożenia życia lub zdrowia pracownika albo innych osób,

- niezwłocznego odsunięcia od pracy pracownika zatrudnionego przy pracy wzbronionej; niezwłocznego odsunięcia od pracy pracownika, który swoim zachowaniem lub sposobem wykonywania pracy stwarza bezpośrednie zagrożenie życia lub zdrowia własnego albo innych osób,

- wnioskowania do pracodawcy o niezwłoczne wstrzymanie pracy w zakładzie pracy, w jego części lub w innym miejscu wyznaczonym przez pracodawcę do wykonywania pracy, w wypadku stwierdzenia bezpośredniego zagrożenia życia lub zdrowia pracowników albo innych osób.

Jeśli chodzi o przyznawanie nagród, to należy to rozumieć jako docenienie **nowatorskich rozwiązań techniczno-organizacyjnych**, wpływających wyraźnie na poprawę pracy lub zmniejszenie narażenia na wypadki, a nie z rzetelnego wypełniania obowiązków, co jest nakazem wynikającym z kodeksu pracy [1, str.37-38]. Natomiast, gdy mowa o „bezpośrednim zagrożeniu”, powinno się rozumieć to jako czynności narażające na obrażenia, utratę zdrowia, a nawet życia i nie odnoszą się tylko do pracowników w podstawowym znaczeniu tego słowa, ale są nimi wtedy wszyscy bezpośrednio narażeni.

W BHP szukamy obecnie innowacyjnych rozwiązań, które poprawiają bezpieczeństwo można je wymienić w następujący sposób [14]:

- **rozwiązania techniczne i technologiczne** – wdrożone rozwiązania autorskie, ograniczające zagrożenia dla człowieka w środowisku pracy (np. sposób poprawy akustyki sali szkolnej lub wykładowej poprzez zastosowanie metod służących zrozumiałości mowy przez słuchaczy);

- **prace naukowo-badawcze** – opracowania naukowe związane z poprawą bezpieczeństwa i warunków pracy, które mogą być zastosowane w praktyce, w tym prace doktorskie (np. temat pracy doktorskiej „Metodyka humanizowania telepracy” i analiza naukowo-badawcza obciążenia pracą fizyczną z wykorzystaniem monitoringu pracy serca);

- **przedsięwzięcia organizacyjne i edukacyjne** – opracowania, rozwiązania lub działania z zakresu organizacji pracy, edukacji i popularyzacji bezpieczeństwa pracy, w tym prace dyplomowe – np. inżynierskie, licencjackie, magisterskie, wydawnictwa (np. opracowanie i upowszechnienie gry edukacyjnej dotyczącej zagrożeń związanych z pracą w górnictwie, czy program redukcji stresu dla pracowników na stanowiskach górniczych).

Należy mieć nadzieję, że innowacyjne podejście nie pozostanie tylko w sferach pomysłów, a zostanie wdrożone w praktykę wielu gałęzi gospodarki.

BIBLIOGRAFIA

Książki i podręczniki

1. Dołęgowski B., Janczała S.: Praktyczny poradnik dla służb bhp, ODDK, Gdańsk 1998.
2. Grudowski P.: Jakość, środowisko i bhp w systemach zarządzania, AJG, Bydgoszcz 2003.
3. Hamrol A.: Zarządzanie jakością z przykładami, PWN, Warszawa 2005.

Czasopisma

4. Karczewski J., Karczewska K.: Promotor BHP. PN-N-18001:2004 i OHSAS 18001:2007

– czym się różnią? Promotor 9/07, str. 34.

Normy i Dzienniki Ustaw

5. Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem i Higieną Pracy według normy: PN-N-18001:2004.
6. Systemy zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy- norma BS OHSAS 18001:2007.
7. T.J Dz. U. z 1998r nr 21 ze zmianami -Kodeks Pracy.
8. Dz. U. Nr 109, poz.704 Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 2 września 1997 r. w sprawie służby bezpieczeństwa i higieny pracy.
9. T.J Dz.U. 2003 nr 169 poz. 1650 Obwieszczenie Ministra Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej z dnia 28 sierpnia 2003 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu rozporządzenia Ministra Pracy i Polityki Socjalnej w sprawie ogólnych przepisów bezpieczeństwa i higieny pracy.
10. T.J Dz.U z 2009r Nr 178 o ochronie Przeciwpozarowej ; T,J Dz.z2009r nr 152 o substancjach i preparatach chemicznych; T.J Dz.U z 2006r nr 156
11. Prawo budowlane T.J Dz.U z 2004r Nr 204 systemie oceny zgodności.

Strony WWW

12. <http://www.ciop.pl>
13. <http://www.pkn.pl/dyrektywy-i-normy>
14. <https://www.portalbhp.pl>

ROLA PŁCI W PRZEKAZIE TRADYCJI RODZINNYCH

Kaźmierczak Agnieszka

Uniwersytet Marii Curie – Skłodowskiej w Lublinie

Stanowisko: samodzielny referent

akazmierczak128@gmail.com

Na wstępie należy zadać sobie pytanie czym jest płeć? Tu pojawia się problem. Pojęcie to wymaga sprecyzowania obszaru, z którego chcemy aby definicja została podana. W zależności od nauki, z której wychodzimy otrzymujemy inne narzędzia pomagające nam w zdefiniowaniu tego terminu. Na gruncie medycyny tymi wyznacznikami będzie uwarunkowanie genetyczne, gonadalne, genitalne, somatyczne lub fenotypowe (załącznik nr1) . Na gruncie nauk psychologicznych płeć rozumiana jest jako suma cech, zachowań i stereotypów odnoszących się do przyjmowania przez ludzi danych ról płciowych w zależności od kultury i socjalizacji. W aspekcie nauk społecznych podkreślana jest tzw. wartość metrykalną. W tym ujęciu za człowieka danej płci uznaje się osobę legitymującą się danym dowodem tożsamości lub aktem urodzenia. W Polsce w przypadku braku pewności co do płci noworodka do akt wpisuje się płeć żeńską, a w pierwszym roku życia dziecka przeprowadza się szczegółowe badania płci genitalnej i gonadalnej (2 s.17). Jest to bardzo niepokojące zjawisko. Przez pierwszy rok życia dziecka rodzice utożsamiają je z pewnymi predyspozycjami wynikającymi z przynależności do danej płci. W przypadku pomyłki lekarzy cały ten obraz ulega dezaktualizacji a w rodzicach tworzy

poczucie niepewności i zagubienia. Jak podkreślają Claire M. Renzetti i Daniel J. Curran (1, s. 60) „[...]choć jest dla nas trudne, powinniśmy przestać myśleć o płci jako o jednowymiarowym zjawisku posiadającym dychotomiczne aspekty. Podobnie płeć kulturowa – to co ogólnie nazywamy męskością lub kobiecością – jest dalekie od bycia zjawiskiem albo/albo; mieści ona w sobie szerokie spektrum nastawień, zachowań i oczekiwań społecznych, które poznajemy w ciągu całego życia, przez interakcje międzyludzkie i doświadczenia zdobywane w różnych środowiskach”.

Odmienne stanowisko reprezentuje Kościół Katolicki. Definiuje płeć w odniesieniu do wersetów *Pisma Świętego*. Czytamy w nim : „Stworzył [...] Bóg człowieka na swój obraz [...] stworzył mężczyznę i niewiastę” (Rdz 1, 27). W *Katechizmie Kościoła Katolickiego* czytamy natomiast , że „każdy człowiek, mężczyzna i kobieta, powinien uznać i przyjąć swoją tożsamość płciową. Różnicowanie i komplementarność fizyczna, moralna i duchowa są ukierunkowane na dobro małżeństwa i rozwój życia rodzinnego” (KKK 2333). Kościół Katolicki postuluje tradycyjny model podziału płciowego na kobiety i mężczyzn wraz z podziałem ról społecznych i kulturowych w oparciu o ten paradygmat. Odrzuca wszelkiego rodzaju odstępstwa od tej zasady jak: transwestytyzm, homoseksualizm lub androgeniczność.

W świetle tak różnych stanowisk i poglądów dotyczących problemu płci trudno jednoznacznie stwierdzić, które z nich uznać można za błędne, a które a prawdziwe w całej swojej doktrynie. W dobie nagłego rozwoju medycyny oraz nauk przyrodniczych cechy zewnętrzne świadczące o tym czy dana osoba uważana może być za kobietę czy mężczyznę wydają się drugorzędne. Prowadzi to do pytania czy istnieje możliwość całkowitego usunięcia różnic między płciami?

Biologiczne różnice płci

Na gruncie genetyki wydaje się, że bardzo łatwo określić przynależność danej istoty ludzkiej do konkretnej płci – kobiety posiadają chromosomy XX a mężczyźni XY. Czasami jednak sprawa to pewne trudności. „Jeśli w zarodku nie pojawi testosteron, urodzi się dziewczynka. [...] Geny wysyłają sygnał nakazujący hormonom wykonanie określonego zadania. Jeśli dopływ testosteronu zostanie zablokowany, nowo narodzone dziecko, mimo w pełni klasycznego męskiego wyposażenia genetycznego (XY), może wyglądać na dziewczynkę [...]. Gdyby nie wpływ testosteronu, wszyscy urodzilibyśmy się jako osoby rodzaju żeńskiego” (1, s. 51). Potwierdzają to badania przeprowadzane na myszach. „[...] Brytyjscy naukowcy wykazali, że ten konkretny fragment chromosomu Y usunie się normalnemu samcowi XY, (a jednocześnie zablokuje się wpływ testosteronu) zwierze staje się samicą. U normalnych samców region ten uaktywnia się dokładnie w momencie różnicowania płciowego rozwijającego się z zarodka. Z drugiej jednak strony, jak dowiodły dalsze badania, samcom XX brakuje pewnej istotnej informacji genetycznej. Myszy te, podobnie jak mężczyźni XX, nie mają w pełni wykształconych męskich narządów płciowych” (Blum, s.54). Wydaje się więc, że na gruncie genetyki określenie płciowości danego osobnika nie jest

takie proste.

Płeć społeczno - kulturowa

Płeć społeczno - kulturowa określana również pojęciem gender stała się przyczyną wielu sporów oraz dyskusji zarówno na gruncie akademickim, jak i w debacie publicznej. Warto przyjrzeć się jak definiowany jest gender przez swoich zwolenników, jak i przeciwników. Barbara Limanowska (konsultantka ONZ i OBWE w dziedzinie przeciwdziałania handlowi ludźmi, praw kobiet i polityki genderowej stwierdza, że „Gender jest teorią - nie ideologią - z obszaru wiedzy humanistycznej, która pozwala patrzeć na zmianę stosunków społecznych poprzez reakcję między mężczyznami i kobietami. Na to, jakie funkcje pełniły i pełnią w danym okresie kobiety, a jakie mężczyźni. Gender zadaje pytania. O to, kto ma władzę, kto korzyści, kto jakie obowiązki i przywileje.” (5, s.1).

Według przedstawicieli Kościoła Katolickiego będącego głównym przeciwnikiem gender jest to ideologia wywodząca się z przemian społeczno-kulturowych inicjowanych przez ruchy marksistowskie czy neomarksistowskie, feministyczne oraz związane z rewolucją seksualną. Opiera się na wierze w to, że „biologiczna płeć ma charakter jedynie kulturowy, że z biegiem czasu można ją sobie wybrać, a tradycyjna rodzina jest przeżytkiem i obciążeniem społecznym.”. Do płci możliwych do wyboru przez człowieka zalicza się: geja, lesbijka, osoba biseksualna, transseksualna i heteroseksualna. Do zagrożeń płynących z gender KK zalicza głoszenie przez jej przedstawicieli prawa do: zmiany płci, pozostawania w związkach homoseksualnych (często również adopcji dzieci), in vitro, antykoncepcji, aborcji. W *List Pasterski na Niedzielę Świętej Rodziny z 29 grudnia 2013 roku* czytamy: „niebezpieczeństwo ideologii gender wynika w gruncie rzeczy z głęboko destrukcyjnego charakteru zarówno wobec osoby, jak i relacji międzyludzkich, a więc całego życia społecznego. Człowiek, pozbawiony stałej tożsamości płciowej, gubi bowiem sens swego istnienia, nie jest w stanie odkryć i wypełnić zadań stojących przed nim w jego rozwoju osobowym, rodzinnym i społecznym, także zadań dotyczących prokreacji” (*List Pasterski z 29 grudnia 2013 roku*).

Odpowiedzią na wystąpienia przeciwników gender jest „Oświadczenie w sprawie nieprawdziwych interpretacji pojęcia gender” wydane przez Pełnomocnika Rządu Do Spraw Równego Traktowania”. Pełnomocnik stwierdza w nim, że pojęciu gender „przypisuje się nieprawdziwe znaczenia i próbuje udowodniać, że gender to niszczenie rodziny, seksualizacja dzieci, dowolność wyboru płci czy odrzucanie macierzyństwa.”. W ramach poszukiwania definicji płci społeczno-kulturowej istotne wydaje się powiązanie jej z następującymi pojęciami (funkcjonującymi w prawie): *gender equality* (równość kobiet i mężczyzn), *gender pay gap* (luka płacowa), *gender mainstreaming* (uwzględnienie perspektywy równości płci w głównym nurcie polityki), czy *gender based violence* (przemoc ze względu na płeć), którymi zajmują się poszczególne ministerstwa (np. pracy i sprawiedliwości. W dokumencie znaleźć można dosyć obszerną ale opartą na jasnych przykładach definicję interesującego nas pojęcia: „gender - płeć kulturowa, to kategoria badawcza, która analizuje

przejawy kobiecości i męskości w czasie, przestrzeni, w różnych kulturach i kręgach cywilizacyjnych. Np. w Polsce piłka nożna to sport wybitnie męski, a w USA - raczej kobiecy. W Europie kierowanie samochodem czy podróżowanie przez kobiety to czynności dnia codziennego, a w Arabii Saudyjskiej to złamanie obyczaju i prawa, które kończy się wezwaniem policji i męskich członków rodziny. W Polsce kobiety mają prawo głosować od 95 lat, a w niektórych krajach na świecie kobiety do dziś nie mają praw wyborczych lub prawa do edukacji. Te różnice nie wynikają z biologii, ale z obowiązującej w danym społeczeństwie kultury. Kulturowe różnice nie sprawiają, że zanika biologia płci. Płeć kulturowa nie neguje płci biologicznej. Jako kategoria badawcza, *gender* nie jest związana z żadnym światopoglądem ani ideologią – po prostu opisuje świat męskości i kobiecości taki, jakim jest w danej kulturze.” (4, s.1)

Tradycja w kulturze

Kolejnym terminem wymagającym wyjaśnienia jest pojęcie obrzędu, rytuału oraz świętowania. „Tradycyjne obrzędy doroczne w Polsce stanowią zespół silnie ze sobą splecionych zwyczajów kulturowych i magicznych, wierzeń, wróżb, folkloru słownego (modlitw, życzeń, oracji, pieśni, legend i widowisk), muzycznego i tanecznego” (8, s. 127). Z rytuałem łączy się nierozzerwalnie pojęcie świętowania, które odnosi się bezpośrednio do czasu – jego wyjątkowości. „Świętowanie łączy się semantycznie i z czasem wolnym, czasem próżnowania, odpoczynku, i z radości, wesołością, z określonym rytuałem, tańcem, przyjęciem, ucztą. Łączą się z kultem religijnym i z ważnymi datami historii narodu i państwa, prawem pracy i organizacją produkcji, weście z tradycjami ruchów społecznych, ich dążeniami, hałasami, uroczystościami i demonstracjami w określone dni” (12, s. 16).

Michał Buchowski oraz Wojciech Jeży Burszta poddają analizie rolę rytuału i świętowania w mieście. Piszą: „obrzędy służą zaznaczeniu i oddzieleniu ról w grupach społecznych tam, gdzie mogą być one pomieszane. Zgodnie z przekonaniem podmiotów tych obrzędów ich wykonanie nie tylko odzwierciedla, ale i wpływa na owe relacje społeczne w sposób „mistyczny”, odwołujący się do pojęć natury religijnej. Poza tym zakres dających się określić funkcji rozumianych w ten sposób rytuałów okazuje się dość szeroki. Należą do nich także: redukcja szkodliwych skutków zakłóceń powodowanych zmianami w hierarchii w odrębnej grupie; pozytywne oddziaływanie, drogą związków mistycznych, na dobrobyt uczestników obrzędu; utrzymanie ekwilibrium społecznego poprzez odnawianie niezbędnych kontaktów z siłami nadprzyrodzonymi” (9, s. 60-61).

Ostatnim pojęciem wymagającym wyjaśnienia jest samo pojęcie czasu. Na potrzeby pracy uwzględnić należy potrójny podział czasu: kościelny, świecki oraz rodzinny. „Kalendarze są określone za pomocą świąt. Chrześcijanie rozpoczynają tydzień niedzielą, powszechnie też ludzie świętują początek nowego roku specyficznymi obrzędami i zwyczajami. Kalendarz jest jakby spichlerzem tradycji religijnych i społecznych. [...] Obrzędowość około bożonarodzeniowa w klasyfikacji etnologicznej zaliczana jest do tzw. rytuałów dorocznych, czyli periodycznych. Rytuały doroczne związane są z trwaniem

oraz odnawianiem się kosmosu i natury lub z historycznymi uwarunkowaniami. [...] Obrzędy doroczne określają rytm życia społecznego oraz uprawomocniają określone wartości wspólnotowe poprzez ukazanie celów, działającego systemu norm i zasad współzawodnictwa” (10, s.17).

Przekazywanie tradycji w rodzinie

Agnieszka Stanek tak opisuje przekazywanie tradycji w rodzinie: „rozpatrując tradycje rodzinne na przykładzie dorocznych świąt, można stwierdzić, że pozwalają one umacniać emocjonalne więzi w gronie najbliższych jak i krewnych, a czasem znajomych. Niepodważalnym przykładem jest tutaj kolacja wigilijna związana z obchodami Świąt Bożego Narodzenia, do której zasiada o jednej godzinie cała rodzina, aby spożyć tradycyjnie postne potrawy świąteczne. Zwyczaj łamania się opłatkiem z bliskimi towarzyszący kolacji wigilijnej cechuje niezwykłą życzliwość. Natalia Han Ilgiewicz w książce „O tradycji w wychowaniu” pisze o tym w następujący sposób: : nie wolno nam zapominać o niezmiernie ważnym składniku tradycji- o dodatnim, uczuciowym stosunku między tym kto przekazuje, a tym kto przejmuję tradycję, kryje się w nim bowiem ciągły czynnik życzliwości. Podobna sytuacja towarzyszy życzeniom noworocznym i wielkanocnym. Umacnianiu więzi emocjonalnej w rodzinie służy świętowanie ważnych dla jej członków członków uroczystości np. urodzin, imienin, rozpoczynania i kończenia nauki, sukcesów szkolnych i zawodowych, rocznic. [...]Takie uroczystości wychowują dzieci w przekonaniu o późniejszej konieczności organizowania podobnych i o traktowaniu ich jako coś bardzo ważnego i osobistego. Uczą one przeżywania i odbierania wzruszeń i nastrojów dlatego powinny być wspólnie przygotowywane, celebrowywane, przeżywane. Tradycje rodzinne nadają wychowancom wzorce do naśladowania przekazywane przez starsze pokolenie. Rodzina ma decydujący wpływ na kształtowanie się prawidłowego procesu wychowawczego i osobowości dziecka. Środowisko rodzinne jest głównym ośrodkiem rozwoju sfery emocjonalnej osobowości, postaw moralnych dzieci i ich ideowego wychowania. Rodzina zapewnia wychowanie dzieci i młodzieży, ciągłość społeczną, a przez tradycję - kulturową. Niewątpliwie właśnie tradycje rodzinne stanowią ogromną wartość wychowawczą, gdyż odpowiednie wpajanie, przekazywanie i dziedziczenie, wyzwala w nas przede wszystkim pozytywne uczucia”.

Podsumowanie

„Tradycje, obyczaje i zwyczaje w rodzinie, podlegają takim samym procesom jak w innych zespołach i w całym społeczeństwie. Niektóre z czasem zanikają, inne pieczołowicie są pielęgnowane, a jeszcze inne podlegają modyfikacji. Tradycje wygasające są to zachowania kulturowe, które w obecnych czasach nie spełniają już celów którym kiedyś służyły”.

Wracając do pytania o istnienie opozycji płci należy przyjąć, że ciężko wskazać jednoznaczną odpowiedź, będzie ona zawsze uzależniona od paradygmatów bądź teorii na których się opieramy. Jak widać w tekście według Kościoła Katolickiego tej opozycji nie ma, kobieta i mężczyzna są wobec

siebie komplementarni i dzielą się rolami na podstawie swoich predyspozycji biologicznych. Wśród zwolenników teorii gender widać rys konfliktowy wywodzący się głównie z feminizmu oraz częściowo marksizmu. Opozycja odnosi się do konieczności wywalczenia przez kobiety lub zapewnienia im przez rząd, organizacje międzynarodowe bądź NGO równego traktowania czy równego statusu z mężczyznami.

Bibliografia:

1. Blum Deborah, 2000, *Mózg i pleć. O biologicznych różnicach między kobietami i mężczyznami*, tłum. Elżbieta Kołodziej – Józefowicz, Warszawa.
2. Dakowicz Anna, 2000, *Pleć psychologiczna a poziom samoaktualizacji*, Białystok.
3. *Katechizm Kościoła Katolickiego*.
4. Kozłowska-Rajewicz Agnieszka, *Oświadczenie w sprawie nieprawdziwych interpretacji pojęcia gender*, <http://rownetraktowanie.gov.pl/aktualnosci/oswiadczenie-w-sprawie-nieprawdziwych-interpretacji-pojecia-gender-> wejście 16.02.2014 r.
5. Limanowska Barbara, *Co to jest gender?*, „Wysokie Obcasy” nr 52 (759), http://www.wysokieobcasy.pl/wysokieobcasy/1,98083,15194525,Barbara_Limanowska_Co_to_jest_gender.html – wejście 16.02.2014 r.
6. *List Pasterski na Niedzielę Świętej Rodziny z 29 grudnia 2013 roku*.
7. Renzetti Claire M., Curran Daniel J., 2005, *Kobiety, mężczyźni i społeczeństwo*, Warszawa.
8. Klimaszewska J., *Doroczne obrzędy ludowe*, w: *Etnografia Polski: przemiany kultury ludowej*, t. II, pod red. M. Biernackiej, M. Frankowskiej, Wrocław 1981.
9. Buchowski M., W. J. Burszta, *O założeniach interpretacji antropologicznej*, Warszawa 1992.
10. Nowak J., *Adwent i Boże Narodzenie w regionie tomaszowskim, Studium religijności ludowej*, Lublin 2003.
11. Stanek A., *Wychowawcza wartość tradycji rodzinnych*, <http://www publikacje.edu.pl/publikacje.php?nr=4793> - wejście 8.05 2017.
12. Żygulski K., *Święto i kultura. Święta dawne i nowe*, Warszawa 1981.

Załącznik nr 1.

Różnice płci. Opracowanie własne

Rodzaj płci	Czas kreacji	Determinanty	Mężczyzna	Kobieta
Chromosomalna (genetyczna)	Zapłodnienie	Biologiczne	Para chromosomów XY	Para chromosomów XX
Gonadalna	Szósty/siódmy tydzień życia	Gruzoły płciowe	Przekształcenie gonad męskich w jądra	Przekształcenie gonad żeńskich w jajniki
Hormonalna	Życie płodowe	Czynności wewnętrzwydzielnicze jąder lub jajników	Przewaga testosteronu nad estrogenami	Przewaga estrogenów nad testosteronem
Wewnętrznych narządów płciowych	Życie płodowe	Zróżnicowanie dróg rozrodczych rozwijających się z przewodów gonad	Przekształcenie przewodów Wolffa w nasieniowody	Przekształcenie przewodów Müllera w jajowody i macicę

Zewnętrzne narządy płciowe	Życie płodowe	Biologiczne	Moszna i prącie	Pochwa
Fenotypowe (somatyczne)	Okres pokwitania (u dziewczynek od 8, a u chłopców od 10 roku życia)	Wygląd zewnętrzny: drugo- i trzeciorzędowe cechy płciowe	Wygląd męski	Wygląd żeński
Metaboliczna	Życie płodowe	Rodzaj aparatu metabolicznego niektórych systemów metabolicznych	Nieodwracalna aktywizacja układu enzymatycznego przez męskie hormony płciowe	Nieodwracalna aktywizacja układu enzymatycznego przez żeńskie hormony płciowe
Mózgowa	Życie płodowe	Hormonalna	Męski mózg w męskim (lub kobiecym) ciele	Kobiece mózg w kobiecym (lub męskim) ciele
Socjalne (metrykalne)	Określone przez lekarza po urodzeniu	Biologiczne i hormonalne	Prącie, jądra	Pochwa
Psychologiczne	Subiektywny wybór jednostki	Interakcja czynników biologicznych i społecznych	Poczucie bycia mężczyzną	Poczucie bycia kobietą

ФЕНТЕЗИЙНИЙ КІНЕМАТОГРАФ ЯК КАТАЛІЗАТОР НА ШЛЯХУ ВИНИКНЕННЯ НОВИХ МОЛОДІЖНИХ СУБКУЛЬТУР

Карпець Марія Сергіївна

студентка Національного університету

«Острозька академія»

mariakarpets@ukr.net

Фентезі – молодий культурний феномен, оскільки його виникнення співвідносять з написанням Дж.Р.Р. Толкіном культового епічного роману «Володар перснів», тобто з 30-40 роками минулого століття. Про популярність жанру свідчить його синкретичність (в значенні не розчленованості первісного мистецтва), особливо в останні десятиріччя. Таким чином, порушення меж реальності на рівні найпоширеніших напрямків культури

спричинено високою популярністю жанру в усьому світі.³ З огляду на це, літературне фентезі поширилось на інші види мистецтва: ігрову індустрію, мультиплікацію, анімацію, музику та кінематограф. Останній, завдяки власній системі образів та тенденції до втечі від реальності, став підґрунтям на шляху ескапізму на рівні реальності, що просто парадоксально, і став передумовою виникнення нових молодіжних субкультур.

Згідно із цим, потребують виокремлення елементи, за якими ідентифікується фентезі. Характерними особливостями цього жанру є наявність таких компонентів, як героїзм, авантюризм, квест, зображення ірреальних світів, істот, магії та атмосфери, що нагадує умовне Середньовіччя. Такі елементи застосовують у літературі жанру фентезі, а оскільки остання у багатьох випадках є матеріалом для екранізацій, то ціж ознаки переносяться і на кінематограф. Останній для створення наближених реальностей використовує різні комбінації елементів, що ідентифікують фентезі. Головною передумовою для створення фентезійних світів є поєднання ознак реальності та ірреальності. Воно ж має місце і серед молоді, оскільки такі елементи формують їх світогляд, стають джерелом культурної ідентифікації, відмінності від основної маси суспільства. Тому варто зазначити, що поєднання реальних та ірреальних рис має характер протистояння, наслідок якого проявляється у втечі від реальності. Такою втечею на рівні молоді є субкультури, що мають романтико-ескапістський характер, на створення яких значно вплинув кінематограф. Серед аспектів, які дають установку на реальність у кінопродукті жанру фентезі є часопростір (хронотоп). Найсуттєвішою орієнтацією фентезі є часова, оскільки «час фентезі дихотомічний, здатен подвоюватись. Презентовано як мінімум два види часу: міфічний та емпіричний» [1, с.63]. Таким чином перший вид часу – це втрачений назавжди ідеал, коли людина була в єдності з природою. Він є підґрунтям для проєкції майбутнього, існування теперішнього та створює історико-героїчне полотно картини. Другий вид часу характеризується тими подіями, котрі відбуваються в теперішній дійсності. Його провідна риса презентована головною проблемою сюжету фентезі – боротьбою добрих сил і протилежних їм. Наступною орієнтацією, що дає установку на реальність є простір, що, як і час, опирається на міфологічні системи. В фентезійному світі поєднується вертикальна модель простору (верх-низ, середній світ), котра відповідає за небо, ландшафтний простір, підземне царство та горизонтальна, яка тотожна з поняттям «відкритого простору». Таким чином, елементи реальності протиставляються протилежним, не менш вагомим, тобто ірреальним. Така альтернативна дійсність має у фентезі два типи відображення. Перший пов'язаний із наявністю в кінострічках міфічних істот, функційність яких не може бути раціонально пояснена. Як правило, такі створіння являють собою повсталих з давніх міфів створінь, що зазнали авторської інтерпретації. Інший тип пов'язаний із часом онейричним (снів, пророцтва та марень). Основними його видами є сновидне потьмарення свідомості,

що характеризується пророчими мареннями. Таким чином, загальними рисами проявів ірреальності у фентезі є такі категорії як надприродне та сюрреальне.

Наслідком протиставлення обох видів елементів фентезійних світів (реальних і ірреальних) стає втеча від реальності, оскільки людина потребує у фільмах таких ознак, що не відриватимуть її повністю від об'єктивної дійсності, тобто даватимуть відчуття наближеної реальності. Тим самим глядач поринає в фентезійні світи, що мають певну точку перетину зі світом дійсним, що зазнав певних трансформацій. У свою чергу, ірреальні мотиви спрямовані на те, щоб людина серед міфічних героїв, магії, пророцтв чи окультизмів змогла віднайти розраду та знайти вирішення власних проблем на основі досвіду героїв фільму, віднайти гармонію.

Як зазначає Фромм: «Людина не в силах зрозуміти, що вона належить власним силам, що вона сама має надати сенс своєму життю, а не отримати його від якоїсь вищої сили, тому людям потрібні ідоли та міфи» [2, с.4]. Відтак, люди здійснюють втечу від реальності. Сам ескапізм, як зазначають дослідники, має два види прояву. Перший представлений втечею на рівні героя фільму, другий – відносить глядача в альтернативні виміри буття. Та варто зазначити про третій вид, на якому мало акцентують увагу. Споживачі кінематографічного продукту не лише відходять у світ ілюзій на рівні фільму, а й створюють щось на кшталт альтернативного виміру в об'єктивній дійсності. Тобто вони намагаються візуалізувати всесвіт, який спостерігають на телеекранах. Таким чином, кінематограф жанру фентезі почав впливати на становлення нових молодіжних субкультур. Та варто зазначити, що такий вплив мав не лише на вказані нами види мистецтва, а й інші, зокрема літературу. Проте, незважаючи на це, кінематограф має значну перевагу над іншими напрямками мистецьких продуктів у формуванні субкультур. Це пов'язано із тим, що він є першим шляхом візуалізації образів героїв та ірреальних світів із книг. Таким чином, протистояння вище описаних елементів кіно в жанрі фентезі спричинило виникнення ескапізму, який вплинув на формування нових молодіжних субкультур.

Субкультури – угруповання людей, здебільшого молодих, із схожими інтересами, що комунікують і в реальному вимірі (рольові ігри «толкіністів»), і у віртуальному (створення клубів прихильників).

Варто акцентувати увагу саме на ролі кінематографа як фактору, що впливає на створення таких субкультур. Споживачі цього виду мистецтва не повинні самі уявляти події, героїв та світ, у якому вони живуть (що відбувається при читанні фентезійної літератури), оскільки все вже візуалізовано і готово для безпосереднього сприйняття.

Характерними рисами субкультури є ухвалення її членами певного світогляду, стилю життя, зовнішнього вигляду, який у цьому випадку є атрибутом належності до молодіжного угруповання. Як приклад, організація весіль у стилі культового серіалу «Гра престолів». Це не просто тематичні свята, адже фани не лише використали в них якусь символіку, пов'язану з

серіалом, а перевтілились в образ двох центральних героїв (Джона Сноу та ДайнерісТаргарієн), а саме весілля провели у замку, стилізованому під Вінтерфелл.

Друга характерна риса субкультури полягає в об'єднанні групи людей навколо певного «центру». Часто таким осередком є музика, проте в останні десятиріччя кінематограф вдало конкурує з нею. Якщо акцентувати увагу на субкультурі толкіністів, то першочергово вона сформувалась навколо творів Дж.Р.Р. Толкіна, але, незважаючи на це, деякі корективи, що конкретизували її, були добавлені завдяки екранізації «Володаря перснів», тобто кінопродукту.

Наступна важлива ознака субкультур – система цінностей, що має зовнішній вираз, тобто символіка і атрибутика. Останню часто використовують рольовики та прихильниками фентезійних кінострічок.

Отже, кінематограф у жанрі фентезі спонукає людей до втечі від реальності, одним із проявів якої є та, що передбачає створення альтернативного виміру буття в об'єктивній дійсності. Вона знаходить своє найповніше відображення у середовищі формування нових молодіжних субкультур, процес існування яких активно розвивається в останні десятиріччя, що зумовлено виходом культових кінострічок.

Список використаних джерел

1. Кузьмина М.Ю. Фэнтези: к вопросу о «жанровой сущности» // Вестник Ульяновского гос. пед. ун-та. - Вып.2. – Ульяновск, 2006. – С. 50 – 66.
2. Фромм Э. Бегство от свободы [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <http://pramen.io/wpcontent/uploads/2016/04/Эрих-Фромм.%D0%91%D0%B5%D0%B3%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE%D0%BE%D1%82-%D1%81%D0%B2%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D0%B4%D1%8B.pdf>

ПЕРСПЕКТИВИ ОСВІТИ У СМАРТ-СУСПІЛЬСТВІ

Колтишева Ганна Сергіївна

*студентка НПУ імені М.П. Драгоманова
annalui1810@gmail.com*

Науковий керівник -

старший викладач Бут Н.К.

Щороку створюються і вдосконалюються сотні інтерактивних пристроїв та приладів. Віртуальний світ і життя в ньому вже не менш важливі, ніж життя у реальному світі не лише для людей, яким необхідно працювати в умовах віртуального простору (створювання проєктів, моделювання, програмування та прогнозування, які можливо здійснити лише за допомогою технічних пристроїв), але віртуальне життя важливе і для дітей та дорослих, які проводять багато часу у мережі. Саме тому велику кількість інформації суспільство отримує саме завдяки віртуальному простору, а отже, можливе використання інтуїтивного розуміння та сприйняття інформації, що подається за допомогою технологічних приладів.

Освіта, яку можна організувати в віртуальному просторі оперує всіма можливими методами моделювання, дозволяє представити і спростити складне, і, на основі сформованого у учнів уявлення і набутих знань, вимагати здійснити аналіз процесів та явищ природничо-математичного, суспільного-політичного, економічного характеру. Такий аналіз та сформоване уявлення дозволяє набувати практичних навичок для розв'язку проблем і задач, з якими учні можуть зіткнутися не лише в умовах навчання, але і в умовах реального життя.

Освіта, яка здійснюється за потребами і в умовах смарт-суспільства, вимагає творчого, індивідуального, інноваційного підходу. Надзвичайно важливими стають мобільність та креативність навчання. Вчитися можна не лише на заняттях, але і поза ними, шукати відповіді на питання, які не були розглянуті протягом навчання. Навчання стає мобільним, ми вчимося не тільки в межах аудиторії і бібліотек, але і весь час. Смарт-навчання сприяє творчому розв'язку задачі про явище, при розгляданні його з різних боків і сфер, де застосовується явище. Так, уявлення про звук, підкріплене знаннями з фізики і музики, сприяє більшому розвитку інтелекту особистості, аніж вузький погляд на проблему.

Саме слово смарт (SMART) є аббревіатурою, що розшифровується як щось конкретне, вимірюване, досяжне, доречне і визначене в часі. Саме тому можливе виконання конкретної задачі у навчанні – створити умови завдяки доступній і зрозумілій формі інформації для її розуміння і можливої подальшої роботи з нею.

Крім безпосереднього навчання на заняттях та поза межами аудиторій в рамках навчальних інтерактивних програм, можлива реалізація освітнього

процесу на рівні відеоігор. Так інформація про історичні події, політичних діячів, наукові відкриття та основи теоретичних знань з будь-якої галузі, які будуть гармонійно інкрустовані в сюжет відеоігри сприятимуть творчому та ненав'язливому розвитку кожного гравця.

Важливим є індивідуальний підхід у смарт-навчанні. Цьому сприяє розглядання проблем та явищ під різними кутами і у різних площинах. Це враховує особливості кожного учасника навчального процесу і сприяє формуванню уявлення та розуміння проблеми та явища.

Також індивідуальний підхід освіти у смарт-суспільстві вимагає створенню креативного індивіда. Це можливо тільки тоді, коли людина вільно оперує поняттями та явищами.

Навчання все більше стає дистанційним або комплексним: традиційно-дистанційним. Онлайн-курси дозволяють вчитися в час, який зручний кожному, а також шукати та знаходити цікаві та потрібні кожній людині курси. Це також є видом індивідуального підходу, а крім того економить час як і в тому, що для розуміння предмету та досягнення мети витрачається менше часу, ніж при прослуховуванні комплексного курсу різних дисциплін, а також економія часу визначається у тому, що людина може переглядати дистанційні навчальні матеріали, не витрачаючи час на дорогу до освітнього закладу. Для жителів великих міст, а також для людей, які живуть і навчаються в різних населених пунктах, дорога до навчального закладу та додому вимагає витрату великої кількості часу, який можна використати з користю, користуючись умовами дистанційного-навчання.

Суспільство вимагає високоосвічених, всебічно розвинутих, творчих та креативних особистостей. Наразі найбільш оптимальним для забезпечення розвитку кожної особистості є використання смарт-технологій.

Однак, важливо пам'ятати про критичну оцінку будь-якої інформації, оскільки у більшості випадків проблемою є не нестача інформації, а її невідповідність дійсності. Саме тому, освіта у смарт-суспільстві має бути гармонійним поєднанням традиційних (підручники) та інноваційних методів навчання. Це є необхідною умовою створення творчого, креативного та інноваційного розвитку суспільства та кожної людини в ньому.

Список використаних джерел

1. Семеніхіна О. В. Нові парадигми у сфері освіти в умовах переходу до Smart-суспільства / О. В. Семеніхіна. // Науковий вісник Донбасу. - 2013. - № 3. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvd_2013_3_22
2. Дмитриевская Н.А. Смарт образование / Н.А.Дмитриевская [Электронный ресурс]. – Режим доступа к док.: http://mesi.ru/upload/events/presentations/smart_education.ppt. –Название с экрана

РЕКЛАМНИЙ ГІПЕРСИМУЛЯКР У СЕКТОРІ «НОВИХ МЕДІА»

*Лещук Олена Олександрівна,
аспірант Східноєвропейського національного
університету імені Лесі Українки
e.leshchuk@gmail.com*

Ми пам'ятаємо слова Маршала Маклюєна про те, що зміни в комунікації та її засобах приводять до масштабних змін у суспільстві та й у самій людині. Проте якщо раніше становлення нового засобу комунікації вимірювалося століттям, то зараз це десятиліття, а, можливо, в майбутньому і того менше. Це актуалізує дослідження медіакультурного простору сьогодення.

Відразу виділимо ключові аспекти в контексті заявленої теми. По-перше, основні відмінності нових медіа від мас-медіа. По-друге, симулятивність мас-медійного простору та рекламні симулякри у цьому просторі. По-третє, зміни рекламного симулякра в контексті розвитку нових медіа.

Дослідник впливу нових технологій на медіа-індустрію та медіа-контент, науковець із Сіракузького університету (США) Він Кросбі у своїй праці «Що таке нові медіа?» («WhatIsNewMedia?») вказує на наступні особливості нових медіа:

- індивідуалізовані повідомлення можна одночасно доставляти необмеженій кількості людей;
- кожен із учасників комунікації може здійснювати контроль над контентом;
- більше нема потреби будь-кому, хто хоче індивідуально передавати унікальне повідомлення кожному отримувачу, обмежуватися спілкуванням одночасно лише з однією людиною;
- будь-хто, хто хоче відразу передавати повідомлення широкому колу людей, більше не повинен бути неспроможним повністю індивідуалізувати контент цього повідомлення для кожного адресата [5].

Дослідник підкреслює, що нові медіа поєднують в собі характеристики як масової комунікації, так і міжособистісної, розширюючи їх можливості.

Якщо однією з характеристик мас-медійного простору є його симулятивність, то, відповідно, нові медіа ще більше розширюють симулятивні можливості. Говорячи про симулятивність мас-медійної візуальності, вітчизняна дослідниця Катерина Батаєва пропонує поняття «соціальна медіа-ікона». Вона пише: «Симулятивність соціальних медіа-ікон проявляється в тому, що або взагалі не існує референта/живої особи, історію якої було б зображено на медіа-іконі, або ті особи, образи яких «клонуються» у мас-медіа, в дійсності є лише «типажами», що втілюють абстрактні ідеї краси й спішності (Анджеліна Джолі), харизматичності і революційності (Юлія Тимошенко), сили і мжності (брати Клички) тощо»

[1, с.116]. У статті «Симулятивна природа рекламних образів» ми вже писали про симулятивність як родову ознаку реклами [4]. Рекламні симулякри є не просто копіями без оригіналу, які маскують відсутність реального, це не просто механізми стимулювання споживацької активності, а певні неписані моральні кодекси для людини. Та й сам образ людини в рекламі є лише інструментом стереотипізації, орієнтиром для знаходження свого «Я».

Жан Бодріяр у роботі «Суспільство споживання» піднімає багато важливих проблем рекламної візуальності, одними з яких є проблема втрати особистості та проблема персоналізації. Він вказує на те, що рекламні симулякри нав'язують людині бажання персоналізації. І тут Бодріяр слушно акцентує: «Якщо хтось є, чи може він «знайти» свою особистість? І де знаходитеся *ви* поки ця персоналізація вас шукає? Якщо ви є самим собою, то чи потрібно ще ним бути «по-справжньому»? <...> І якщо я вже є самим собою, то як я можу бути таким «більше, ніж коли-небудь»: значить я зовсім не був таким вчора? Чи можу я подвоїти себе, чи можу я вписатися в цінність, додану до моєї, як додаткову вартість до активів підприємства?» [2, с. 118]. Дослідник пише, що рекламна риторика персоналізації самого себе виходить з того, що особистості нема. Особистість як Суб'єкт, наділений волею, характером, як абсолютна цінність із незнищенними рисами відсутня, мертва.

Коли ми говоримо про рекламний симулякр в контексті мас-медіа, то усвідомлюємо, що він є чимось зовнішнім по відношенню до людини. Ми трактуємо його як фактор впливу на людину, стимулювання її бажань, програмування дій, зміни свого світобачення чи орієнтир пошуку певного світобачення. Що ж ми спостерігаємо сьогодні? Сьогодні, коли медіа-середовище змінилося і вже не ідентичне тому, що бачив Бодріяр. Оскільки наш погляд сфокусований на рекламну медіа-візуальність, то, по-перше, змінюється її форма. Свого часу Жан Бодріяр писав про деградацію значущості рекламної форми: «Сцени для товару більше не існує: від неї лишилася тільки непристойна і порожня форма. І реклама якраз і є ілюстрацією цієї форми, насиченої і порожньої. Ось чому в неї більше немає території. Її помітні для ока форми перестали бути значущими» [3, с. 138]. Але рекламна форма – це лише форма. Ядро ж самої реклами – це її образи як транслятори рекламної ідеології. Якщо говорити точніше, то зміни стосуються рекламних образів-симулякрів. Під впливом нових медіа рекламні симулякри отримали можливість залишити рекламну форму. Закономірно виникає питання: а куди ж вони «переселилися»? Завдяки розвитку нових медіа та розширеним можливостям не лише масового отримувача медіа-продукту, а й генерування кожною людиною масового медіа-контенту, рекламний образ-симулякр перестав сприйматися як штучно створений. Тепер рекламні образи транслуються не лише з власне рекламної продукції, тепер вони мають тіло і плоть – саму людину. Якщо говорити образно, то це явище нагадує сюжет голівудських фантастичних фільмів про захоплення людини, знищення її «Я» та використання тіла

як контейнера для підселення створінь з паралельного світу. Якщо в мас-медійній візуальності рекламний симулякр все-таки був кимось створений, бодай для нас невідомого, але все-таки мав автора, то рекламний гіперсимулякр відзначається здатністю самозароджуватись в людині. Особливо, якщо це молода людина, яка ще не сформувала свою особистість, не відшукала в собі своє істинне «Я». Тоді ми можемо говорити про копію образу людини без її подоби – рекламний гіперсимулякр. Нові ж медіа, особливо соціальні мережі, сприяють масовому поширенню рекламних гіперсимулякрів та підвищенню довіри до них (адже тут присутній елемент міжособистісної комунікації) у порівнянні з рекламними симулякрами, що не виходять за межі власне рекламної форми.

Література

1. Батаєва К. В. Соціальна візуалістика і медіа-візуальність : навчальний посібник / К. В. Батаєва. – К. : Кондор-Видавництво, 2017. – 344 с.
2. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр; [пер. з франц., послесл. и примеч. Е. А. Самарской] . – М. : Республика ; Культурная революция, 2006. – 269 с.
3. Бодрийяр Ж. Симулякри і симуляція / Ж. Бодрийяр; [пер. з фр. В. Ховхун]. – К. : Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2004. – 230 с.
4. Лещук О. О. Симулятивна природа рекламних образів / Олена Олександрівна Лещук // Філософія і політологія в контексті сучасної культури. – 2016. – Випуск 3(12) . – С. 98-107.
5. Crosbie V. WhatisNewMedia? [Electronic resource] / Vin Crosbie // Sociology Central. – 2002. – Mode of access: <http://www.sociology.org.uk/as4mm3a.doc>

BUDOWANIE WIZERUNKU OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH

Lisowska-Szron Irena

Studentka Uniwersytetu Zielonogórskiego w Zielonej Górze

irena.szron@gmail.com

Promotor-

doktor habilitowany nauk historycznych, profesor B. Nitschke-Szram

Wprowadzenie

Wizerunek (inaczej *image*, *reputacja*) pełni we współczesnym społeczeństwie funkcję kreatora sukcesu lub porażki każdego człowieka, firmy czy też instytucji w procesie kształtowania pozytywnych relacji z otoczeniem. Jest on definiowany jako „zbiór skojarzeń, które pojawiają się po usłyszeniu nazwy, zobaczeniu logo, siedziby lub produktu w zależności od podmiotu, którego skojarzenia dotyczą”. W poniższym tekście przedmiotem rozważań będzie wizerunek osób niepełnosprawnych, który jest kreowany

poprzez kampanie reklamowe publikowane głównie w Internecie oraz jako spoty reklamowe. Osoby z niepełnosprawnościami do realizacji swoich celów potrzebują określonego odbioru ze strony pozostałej części społeczeństwa, a drogą ku temu są mechanizmy budowania wizerunku.

Działania public relations jako etap budowania wizerunku

Spółeczne rozumienie terminu public relations (PR) sprowadza się do skojarzeń z reklamą, biznesem czy też mediami, a dokładniej z promowaniem pozytywnego wizerunku firmy lub osoby [1, s. 39-40]. Jednakże precyzyjne określenie tego, czym jest public relations nie jest już kwestią najłatwiejszą. Pojęcie to wywodzi się ze Stanów Zjednoczonych, a za jego twórcę uważa się prezydenta Thomasa Jeffersona, który jako pierwszy użył tego terminu na Uniwersytecie w Yale - wówczas to PR oznaczało działanie na rzecz dobra publicznego [2]. Należy jednak podkreślić, że to amerykański dziennikarz Ivy Ledberter Lee jako pierwszy zauważył, że przyznawanie się do popełnionych błędów oraz ich naprawa z uwzględnieniem interesów innych, niosą za sobą wiele korzyści. Na przykładzie przedsiębiorstwa Lee zaobserwował, iż należy nie tylko łagodzić krytyczne opinie, ale również w aktywny sposób dążyć do zdobycia społecznego zaufania i dobrej woli klientów i obywateli [3, s.11].

Filozofią public relations jest to, że łatwiej osiąga się założone cele, jeśli ich realizacji towarzyszy społeczne zrozumienie oraz wsparcie, aniżeli jeśli występuje społeczny sprzeciw czy też obojętność. Założenie to obowiązuje bez względu na to, czy działania public relations są podejmowane na polu gospodarczym, handlowym, w relacjach między organizacjami czy na arenie międzynarodowej [4, s. 11]. Istotę public relations można określić kilkoma słowami: „reputacja, odzew społeczny, wiarygodność, zaufanie, harmonia i poszukiwanie wzajemnego zrozumienia, opartego na prawdziwej i pełnej informacji” [5, s.11-12].

Wśród kilku definicji godnych przytoczenia warto zacząć od definicji Międzynarodowego Stowarzyszenia Public Relations, która głosi, że „Public relations jest funkcją zarządzania o ciągłym i planowym charakterze, dzięki której organizacja pozyskuje i podtrzymuje zrozumienie, sympatię i poparcie tych, którymi jest zainteresowana obecnie lub może być zainteresowana w przyszłości (...)” [6, s. 17]. Z kolei w Deklaracji Meksykańskiej, która została podpisana w sierpniu 1978 roku przez reprezentantów ponad 30 krajowych i regionalnych stowarzyszeń public relations, stwierdzono, iż „Praktyczne działania w ramach public relations to dziedzina sztuki i gałąź nauki społecznej polegająca na analizie tendencji, przewidywaniu ich konsekwencji, doradztwie dla kierownictwa różnych instytucji oraz wdrażaniu zaplanowanych programów działań, które będą służyć zarówno danej instytucji jak i dobru publicznemu” [7, s.14].

Jednak public relations to nie tylko działania bądź pewne funkcje. Pojęcie to możemy rozpatrywać również w kategoriach procesu. Właśnie tę drogę definiowania wybrał Philip Lesly, który przekonuje, iż public relations jest to proces pomiędzy organizacją a jej otoczeniem, którego zadaniem jest doprowadzenie do wcześniej zaplanowanych celów, za pomocą odpowiednio dobranych środków i metod

działania. A ponieważ jest to proces – efekt nie może być krótkotrwały i nie może on przerwać dalszego działania. Następuje regularna wymiana informacji pomiędzy organizacją a jej otoczeniem [8, s.34].

Definiując public relations można również wziąć pod uwagę charakter manipulacyjny, który to pojęcie określa. Możemy powiedzieć, że public relations jest to „planowe, perswazyjne komunikowanie się, zmierzające do wywołania wpływu na znaczne grupy społeczne, lub też umiejętne przesłanie idei do rozmaitych grup społecznych w celu wywołania pożądanego rezultatu” [9, s.15]. Bądź prościej, „jako sztukę robienia i mówienia tego, co spowoduje, że ludzie będą mieli dobre zdanie o organizacji” [10, s.15]. Podejmuje się zatem działania zmierzające do stworzenia konkretnego, pożądanego poglądu na temat organizacji (m.in. partia polityczna), zarówno w sytuacji stabilności, jak i podczas sytuacji kryzysowej.

Jednak to nie definicje public relations są najważniejsze. O wiele bardziej istotne są słowa-klucze przewijające się przez ich większość. Pierwszym słowem kluczem jest ‘zamyśl’, bowiem działania podejmowane w ramach PR nigdy nie są przypadkowe i irracjonalne. Ich celem jest przede wszystkim wywarcie wpływu na ludzi, zdobycie poparcia społecznego oraz zjednanie sobie społeczeństwa tak, aby możliwe było poznanie i przygotowanie właściwej strategii na ich reakcje. Działania public relations opierają się na sformułowanym planie, dlatego każde działanie podjęte niejako poza nim, może zaburzyć cały proces kształtowania wizerunku organizacji [11, s.22].

Kolejnym kluczowym dla nas słowem będzie ‘plan’. Wszystkie działania PR są działaniami zorganizowanymi, dlatego właściwych rozwiązań poszukuje się w ramach różnych systemów logistycznych. Przy realizacji planu niezbędni są specjaliści z tej dziedziny, zajmujący się przeprowadzeniem i weryfikacją badań. Głębszej analizy wymagają również bieżące relacje organizacji z otoczeniem, otoczenie, a także sygnały płynące z wewnątrz (od społeczeństwa). Efektem tak przeprowadzonego badania powinien być przemyślany i racjonalny plan działania [12, s.22].

Prowadzenie dobrego PR uzależnione jest również od osiągnięć organizacji. Sukcesy na polu ekonomicznym, czy też - w przypadku partii politycznych - na polu wyborczym, stanowią główny motywator dla dalszych działań oraz weryfikują ich skuteczność [12, s.22]. Sukcesy organizacji są ponadto niezbędnym materiałem do budowania wizerunku. W przypadku przedsiębiorstwa eksponowanie sukcesów może przyczynić się do wzrostu wiarygodności firmy oraz do wzrostu znaczenia marki. Z kolei eksponowanie osiągnięć partii politycznych daje szansę na sukces wyborczy.

Trzecim słowem-kluczem jest ‘interes społeczny’, podkreślający szerzej rozumiany, nieegoistyczny wymiar PR, godzący służbę danej instytucji ze służbą społeczeństwu. Taką sytuację przedstawia znany nam model idealny, jednak w praktyce bywa zupełnie inaczej. Uważam, że interes społeczny musi być odpowiednio dopasowany do grupy społecznej, której ma służyć. Biorąc pod uwagę osoby z niepełnosprawnościami ‘interes społeczny’ zakłada podejmowanie

działań, tak aby sprostać ich wymaganiom oraz stara się przewidzieć jaki będzie wpływ tych działań na wizerunek osób z niepełnosprawnościami w Polsce.

Sytuacja osób z niepełnosprawnościami w Polsce

Aktualnie dostępne dane statystyczne pokazują, że średnio 14% mieszkańców Polski to osoby niepełnosprawne (średnia województwa lubuskiego to 17%) [13]. Przytoczone dane wskazują, że co piąty mieszkaniec naszego kraju jest osobą z niepełnosprawnością, a zatem kwestia ta jest niezwykle istotna, szczególnie dla nich samych. W związku z powyższym w województwie lubuskim, na podstawie ustawy o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych [14], utworzono Wydział ds. Osób Niepełnosprawnych, który skupia w swoich rękach szereg działań i programów, mających na celu współpracowanie z jednostkami terytorialnymi, instytucjami działającymi na rzecz niepełnosprawnych oraz organizacjami pozarządowymi. Sejmik Województwa Lubuskiego przyjął Wojewódzki Program Integracji Społecznej Osób Niepełnosprawnych, którego głównym celem jest identyfikację problemów osób niepełnosprawnych, a także ich integrację społeczną i zawodową [15].

Osoby niepełnosprawne są grupą szczególnie narażoną na wykluczenie społeczne oraz ubóstwo. Do osób niepełnosprawnych zaliczane są osoby, które zmagają się z obniżoną sprawnością fizyczną, umysłową, intelektualną lub sensoryczną, która może stanowić barierę dla pełnego i uczestnictwa w życiu społecznym na równych zasadach z innymi obywatelami [16]. W Polsce ustawodawca do osób z niepełnosprawnościami zalicza osoby, które są trwale lub okresowo niezdolne do wypełniania ról społecznych z powodu stałego lub długotrwałego naruszenia sprawności organizmu, w szczególności takiego, które powoduje niezdolność do pracy [17].

Niepełnosprawni borykają się z przeciwnościami losu na co dzień, od konieczności dotarcia do miejsca nauki lub pracy, wizyty u lekarza, udziału w rehabilitacji zdrowotnej, po chęć robienia zakupów lub wyjścia do teatru. Są to zarówno przeszkody fizyczne, jak i ekonomiczne oraz społeczne. Najprostszymi do zdefiniowania są bariery architektoniczne, które przejawiają się w postaci braku wind, odpowiednich rozwiązań komunikacyjnych, czy też rozwiązań informatycznych. W zależności od stopnia niepełnosprawności wiele osób nie może podjąć pełnowymiarowej lub w ogóle żadnej pracy, będąc skazanym na pomoc rodziny lub Państwa. W wielu przypadkach mamy więc do czynienia z problemami ekonomicznymi tych osób, które niejednokrotnie muszą prosić innych o pomoc. Warto pamiętać, że osoby niepełnosprawne mają nierzadko większe potrzeby ekonomiczne, wynikające z konieczności rehabilitacji oraz przyjmowania drogich leków. Najbardziej bolesnym zjawiskiem, z jakim muszą się zmagać niepełnosprawni, jest zauważalne wykluczenie społeczne, istnienie uprzedzeń, marginalizacja społeczna. Część z osób, które nie poradzą sobie z opisanymi przeze mnie problemami może popaść w apatię i zamknąć się na otaczający ich świat.

Polska przyjęła w 1997 roku ustawę o rehabilitacji zawodowej i

społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych [18]. Jest ona regularnie nowelizowana, nierzadko po konsultacjach społecznych przeprowadzonych z samymi zainteresowanymi.

Ustawodawca przekazuje uprawnienia w stosunku do osób niepełnosprawnym jednostkom samorządu terytorialnego, określając przy tym podstawowe prawa i obowiązki niepełnosprawnego oraz kwestie dotyczące przyznawania zaświadczeń o niepełnosprawności [19].

Rola mass mediów w kreowaniu wizerunku osób niepełnosprawnych

Kreowanie wizerunku w dzisiejszych czasach odbywa się przy pomocy mass mediów, głównie telewizji i Internetu, oraz w mniejszej mierze radia i prasy. Nie trzeba być specjalistą aby zauważyć, że bohaterami spotów fundacji są wzdecydowanej większości dzieci o widocznej niepełnosprawności. Odwoływanie się do emocji jest podstawową drogą dojścia do odbiorcy, w którym pojawiają się naturalne odczucia współczucia. Warto podkreślić, że całość materiału koncentruje się na dysfunkcji osoby niepełnosprawnej. Obok dzieci najczęściej pojawiają się ich rodzice, którzy mają powodować identyfikowanie się z nimi, współczucie, oraz wzbudzić w odbiorcach chęć pomocy.

Należy się jednak zastanowić, czy droga, jaką kilka lat temu wybrały fundacje i stowarzyszenia jest korzystna dla wizerunku osób niepełnosprawnych. Jak wcześniej napisałam większość informacji, które dotyczą osób niepełnosprawnych a jakie trafiają do społeczeństwa przedstawia osoby niepełnosprawne przez pryzmat ich choroby i dysfunkcji życiowych. Kreuje ogólny obraz osób niepełnosprawnych jako ciągle potrzebujących pomocy, niesamodzielnych w wielu dziedzinach życia. Rzuca to na osoby niepełnosprawne, które są samodzielne i świetnie radzą sobie w życiu oraz buduje negatywny wizerunek osób niepełnosprawnych.

Socjolog, profesor Colin Barnes w swoim raporcie na temat występujących wizerunków niepełnosprawności w mediach, wyróżnił kilka najczęstszych stereotypów pojawiających się w środkach masowego przekazu. Według niego, niepełnosprawni przedstawiani są przeważnie jako: godni pożałowania, dotknięci przemocą, przerażający i źli, dziwolągi i osobliwości, superbohaterowie, obiekty drwin, wrodzy samym sobie, ciężar dla społeczeństwa, nienormalni seksualnie, niezdolni do pełnego udziału w życiu społecznym, a wreszcie, ale i najrzadziej - jako normalni ludzie [20, s.19].

W 2013 roku w Polsce zaczęła obowiązywać konwencja ONZ o prawach osób niepełnosprawnych. Jej celem jest promowanie, ochrona oraz umożliwienie wszystkim osobom niepełnosprawnym możliwości nieograniczonego korzystania z wszystkich fundamentalnych swobód i praw człowieka, oraz promowanie poszanowania dla ich godności osobistej [21]. W odpowiedzi na konwencję Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji (dalej KRRiT) postanowiła wesprzeć osoby niepełnosprawne w kreowaniu ich nowego wizerunku. W tym celu zaapelowała do nadawców o to, aby na antenie swoich stacji zaczęli pokazywać inny stereotypowy obraz osób niepełnosprawnych. KRRiT zasugerowała, że za

dużo jest obrazów, przedstawiających osoby niepełnosprawne jako dysfunkcyjne a za mało takich, które pokazują ich sukcesy rodzinne, zawodowe oraz radość z życia na co dzień [22].

O pozytywny wizerunek osób niepełnosprawnych od lat walczą organizacje społeczne, które przeprowadzają kampanię przy pomocy mass mediów oraz próbują aktywizować osoby niepełnosprawne przy wykorzystaniu programów pomocowych i szkoleń z zakresu aktywizacji niepełnosprawnych. Obraz, który one przedstawiają, odbiega od tego, jaki kreują skupiające się na niepełnosprawności fundacje, co jest w pewnym stopniu wytłumaczalne ze względu na finansowy cel, jaki fundacjom przyświeca. Poniżej zostanie przedstawionych kilka kampanii społecznych z udziałem osób niepełnosprawnych ze wskazaniem na to jaki obraz osób niepełnosprawnych są przekazać społeczeństwu twórcy kampanii.

Przykładowe kampanie społeczne z udziałem niepełnosprawnych „Niepełnosprawni – normalna sprawa”

Pierwsza ogólnopolska kampania społeczna z udziałem osób niepełnosprawnych powstała w Polsce w 2000 roku. Celem kampanii była zmiana wizerunku osób niepełnosprawnych, do tej pory pojmowanych jako osoby żyjące w izolacji, nie podejmujące żadnej aktywności społecznej. Motto kampanii brzmiało „**Niepełnosprawni – normalna sprawa**”. Zaprojektowano dwa rodzaje plakatów. Na pierwszym znajdowały się uszkodzone antyczne rzeźby, popękane, bez poszczególnych kończyn. Takie, jakie możemy podziwiać w najslawniejszych muzeach świata i o których możemy czytać w książkach o sztuce. Drugi rodzaj plakatów przedstawiał osoby niepełnosprawne fizycznie z cytatem ks. Twardowskiego „nie widzieć, nie słyszeć, nie dotykać, nie wiedzieć” [23]. Autorzy kampanii wykorzystali niespotykane do tej pory porównanie rzeźb oraz prawdziwych ludzi. Zestawili zdeformowane rzeźby, które budzą podziw i przyciągają koneserów sztuki z realnymi postaciami, które zmagają się z odosobnieniem społecznym i muszą kilkakrotnie mocniej niż osoby zdrowe walczyć o akceptację.

Wspomniane wyżej hasło kampanii określało postawę osób zdrowych w stosunku do osób z dysfunkcjami. Jeden z plakatów przedstawiał nawet wizualizację tego hasła - na pierwszym planie widzimy osobę na wózku inwalidzkim, zaś w dali stoi odwrócony od niego plecami mężczyzna. Była to pierwsza tego typu kampania w Polsce, która zapoczątkowała proces osławiania większości społeczeństwa z niepełnosprawnymi, którzy stanowią znaczny jego odsetek. Zawisło blisko tysiąc billboardów w całej Polsce, przeprowadzono intensywną kampanię w prasie. Kampania ta okazała się sukcesem pod względem PR-owym i została nagrodzona Golden World Awards w 2001 roku przez Public Relations Association oraz nominowana jako jedna z najlepszych reklam społecznościowych do nagrody ONZ [24].

„Czy naprawdę jesteś inny”

W 2003 roku obchodziliśmy Europejski Rok Osób Niepełnosprawnych.

Z tej okazji zorganizowana została wielka kampania „Czy naprawdę jesteśmy inni?“, której głównym nadawcą była telewizja publiczna, emitująca przez cały rok spoty. Oczywiście kampania była również realizowana za pośrednictwem radia, billboardów oraz prasy.

W spotach reklamowych przedstawiono osoby niepełnosprawne w sytuacjach, które mogą stać się elementem życia każdego człowieka. Pokazano ojca kąpiącego syna, który po kąpieli czyta mu bajkę na dobranoc w języku Braila. Kolejny spot przedstawiał parę klóścącą się na ulicy. Para posługiwała się językiem migowym a tematem kłótni była zazdrość o partnera. Trzeci spot przedstawiał kierowcę, który stwarzał swoim zachowaniem niebezpieczną sytuację na drodze. Inny kierowca postanowił zwrócić mu uwagę, pojechał za nim, jednak zrezygnował z upomnienia tego pierwszego, gdy zobaczył, że jeździ on na wózku inwalidzkim.

Prezes stowarzyszenia, które organizowało akcję określił cel kampanii, którym miało być „przełamania powszechnych barier mentalnych spowodowanych niewiedzą, lękiem i brakiem doświadczenia w relacjach z osobami niepełnosprawnymi” [25]. Najważniejszą zaletą spotów, było pokazanie niepełnosprawnych w sytuacjach, z którymi osoby pełnosprawne mogą się w pełni identyfikować. Pokazano, że osoby niepełnosprawne również mają rodziny, są w związkach i mają analogiczne obowiązki i problemy jak osoby sprawne.

„Sprawni w pracy”

W 2005 roku zainicjowano kampanię, której rezultaty oraz dalszy rozwój trwają do dziś. Wówczas posiadano dane o 5,5 milionach osób niepełnosprawnych w Polsce, z czego zaledwie 16% było aktywnych zawodowo (dla porównania ok. 50% w innych krajach Unii Europejskiej) [26]. Autorami kampanii było Stowarzyszenie Przyjaciół Integracji oraz *Ministerstwem Pracy i Polityki Społecznej*.

Celem kampanii była zmiana wizerunku osób niepełnosprawnych, postrzeganych jako osoby niezdolne do pracy, które potrzebują pomocy państwa i innych osób. Niepełnosprawność nie jest jednoznaczna z całkowitym wykluczeniem z życia społecznego i rynku pracy a zdecydowana większość niepełnosprawnych może pracować o czym świadczyły przeprowadzone badania. Dlatego też autorzy kampanii powzięli próbę zachęcenia pracodawców do zatrudniania osób niepełnosprawnych oraz przekonania ich, że osoba z niepełnosprawnością może być nawet lepszym pracownikiem od pełnosprawnej, gdyż podwójnie zależy jej na zdobyciu uznania w oczach pracodawcy. Drugim celem kampanii było zaś zachęcenie osób niepełnosprawnych do podjęcia aktywności zawodowej oraz rozwoju zawodowego.

Przygotowując się do kampanii organizatorzy zadbali nie tylko o materiały reklamowe ale opracowano również publikacje autorstwa J. Gałęziak *Sprawni w pracy*. Zatrudnienie osób niepełnosprawnych w politykach Unii Europejskiej i wybranych państw członkowskich oraz E. Parzuchowskiej *Niepełnosprawny pracownik. Co pracodawca wiedzieć powinien*. Ponadto przeprowadzono szkolenia dla osób niepełnosprawnych z tematyki podejmowania aktywności zawodowej na rynku pracy. Rozpoczęta w 2005

roku praca organizatorów na rzecz realizacji założonych celów zaowocowała trwałym podejmowaniem tematów oraz regularnym promowaniem osób *niepełnosprawnych* do dziś. Przy wsparciu Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej i dzięki programowi Kapitał Ludzki stworzono szereg udogodnień, zwolnień podatkowych oraz dofinansowań dla pracodawców, zatrudniających osoby niepełnosprawne.

Treścią spotów reklamowych z kampanii Sprawni w pracy są sytuacje z miejsca pracy niepełnosprawnych oraz z rozmów kwalifikacyjnych. Osoby niepełnosprawne są przedstawiane jako energiczne, wykształcone (niejednokrotnie lepiej od osób pełnosprawnych), kompetentne osoby. Podkreślana jest ich sumienność oraz gotowość do ciężkiej pracy na rzecz sukcesów firmy. Obraz koncentruje się na ich mocnych stronach i ma powodować odrzucenie przez społeczeństwo niepełnosprawności jako głównego czynnika branego przy zatrudnianiu osoby z niepełnosprawnością.

Podsumowanie

Aktualnie w mediach są kreowane dwa sprzeczne ze sobą wizerunki osób niepełnosprawnych. Ta sprzeczność wynika z celów, którymi są z jednej strony potrzeba uzyskania wsparcia finansowego od osób prywatnych na leczenie osób niepełnosprawnych, zaś z drugiej strony z chęci przełamania barier pomiędzy niepełnosprawnymi a pełnosprawnymi. Wizerunek pierwszy jest kreowany przez osoby prywatne (głównie rodziców) oraz fundacje oraz dotyczy osób, które są chore, nie do końca (lub w ogóle) samodzielne i wymagają wsparcia finansowego na leczenie i rehabilitację. Na przełamywaniu barier zależy bardziej stowarzyszeniom, które walczą o niewykluczanie osób niepełnosprawnych oraz Ministerstwu Pracy i Polityki Społecznej, skupionym na aktywizacji osób niepełnosprawnych.

Bibliografia

1. Olędzki J. (2006), *Spoleczne rozumienie terminu public relations*, [w:] *Publik Relations*, Olędzki J., Tworzydło D. (red.), s. 39-40, Warszawa.
2. Podyplomowe Studium Public Relations (10 października 2014), *Historia i korzenie Public Relations*, Online <studiumpr.pl>, Data dostępu 10.02.2014.
3. Cenker E. M. (2000), *Public Relations*, s. 11, Poznań.
4. Blach S. (2003), *Public Relations*, s. 11, Kraków.
5. Ibidem, s. 11-12.
6. Wójcik K. (1997), *Public Relations od A do Z*, [w:] t. I, s. 17, Warszawa.
7. Blach S. (2003), *Public Relations*, s. 14, Kraków.
8. Lesley P. (1991), *Handbook of Public Relations and Communication*, s. 34, New York.
9. Zelmer Z. (1992), *Public Relations – kreowanie reputacji firmy*, s. 15, Warszawa.
10. Ibidem.
11. Goban-Klas T. (1997), *relations czyli promocja reputacji, pojęcia, definicje, uwarunkowania*, s. 22, Warszawa.
12. Ibidem.
13. Ibidem.
14. Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej w Zielonej Górze (14 kwietnia 2014), *Wydział ds. Osób Niepełnosprawnych*, Online <www.polityka-spoleczna.lubuskie.pl/pl/Wydzial-ds.-Osob-Niepelnosprawnych>, Data dostępu 13.04.2014.
15. Internetowy System Aktów Prawnych (13 kwietnia 2014), *Ustawa z dnia 27 sierpnia 1997 r. o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych*, Online <Dz.U. 1997 nr. 123 poz. 776, <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19971230776>>, Data dostępu 13.04.2014.

16. Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej w Zielonej Górze (14 kwietnia 2014), *Wydział ds. Osób Niepełnosprawnych*, Online <www.polityka-spoeczna.lubuskie.pl/pl/Wydzial-ds.-Osob-Niepelnosprawnych>, Data dostępu 13.04.2014.
17. Internetowy System Aktów Prawnych (13 kwietnia 2014), *Ustawa z dnia 15 czerwca 2012 r. o ratyfikacji Konwencji o prawach osób niepełnosprawnych, sporządzonej w Nowym Jorku dnia 13 grudnia 2006 r.*, Online < <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU20120000882>>, Data dostępu 13.04.2014.
18. Internetowy System Aktów Prawnych (13 kwietnia 2014), *Ustawa z dnia 27 sierpnia 1997 r. o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych*, Online <Dz.U. 1997 nr. 123 poz. 776, <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19971230776>>. Data dostępu 13.04.2014.
19. Ibidem.
20. Ibidem.
21. Barnes C. (1997), *Wizerunki niepełnosprawności i media – badanie sposobów przedstawiania osób niepełnosprawnych w środkach przekazu*, Ogólnopolski Sejmik Osób Niepełnosprawnych, Dastych M. (tłum.), s. 19, Warszawa.
22. Internetowy System Aktów Prawnych (13 kwietnia 2014), *Ustawa z dnia 15 czerwca 2012 r. o ratyfikacji Konwencji o prawach osób niepełnosprawnych, sporządzonej w Nowym Jorku dnia 13 grudnia 2006 r.*, Online < <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU20120000882>>, Data dostępu 13.04.2014.
23. Kuraś J. (15 kwietnia 2014), *Wizerunek Osób Niepełnosprawnych w telewizji*, Online <<http://www.rp.pl/artukul/1086338-KRRiT-o-wizerunku-osob-niepelnosprawnych-w-telewizji.html>>, Data dostępu 15.04.2014.
24. Niepełnosprawni.pl (10 lutego 2014), *Kampanie społeczne i programy*, Online <<http://www.niepelnosprawni.pl/ledge/x/8687>>, Data dostępu 15.04.2014.
25. Ibidem.
26. Kampanie społeczne.pl (10 lutego 2014), *Naprawdę inni?*, Online < http://www.kampaniespoeczne.pl/kampanie.286.naprawde_inni.>, Data dostępu 10.02.2014.
27. Niepełnosprawni.pl (10.02.2014), *Integracja inauguruje Kampanię „Sprawni w pracy” - informacja prasowa*, Online < <http://www.niepelnosprawni.pl/ledge/x/11918>>, Data dostępu 10.02.2014.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕЛИГИОЗНЫХ СМИ

Маевская Людмила Борисовна,
к. исторических наук,
докторант НПУ им. Драгоманова
fat-agma@yandex.ru

В последнее десятилетие мы наблюдаем резкий скачок в совершенствовании новых информационных технологий. Это, прежде всего, касается появления на радио и телевидении передач нового формата и, конечно же, бурное развитие, всемирной сети Интернет. Религиозные СМИ, обычно считаются, наиболее консервативными средствами массовой информации, но в современном постиндустриальном обществе отмечено, использование религиозными организациями самых передовых достижений информационных технологий.

Наша статья посвящена краткому рассмотрению развития исламских СМИ в Украине и в частности средств массовой информации, Духовного управления мусульман Украины. Первый номер– духовно-просветительской газеты «Минарет» вышел в начале уже далекого 1994 года и с тех пор вызывает большой интерес как у мусульман, так и у не мусульман, желающих узнать что такое Ислам на самом деле. На страницах газеты основное внимание уделяется достоверным знаниям об Исламе, публикуются переводы книг великих Исламских теологов. Ценность газеты „Минарет” заключается в том, что вся религиозная информация проходит тщательную проверку специалистов, так как в этой области ошибки не допустимы.

А также на страницах „Минарета” Вы совершите увлекательное путешествие по разным странам, узнаете о жизни мусульман в разных уголках мира, их традициях и культуре, откроете секреты семейного счастья, найдёте советы по воспитанию детей, а также ознакомитесь с древними традициями Исламской медицины, узнаете рецепты восточной кухни и много другого познавательного и интересного. Газета „Минарет” выходит один раз в два месяца [1].

Духовным управлением мусульман Украины было основано издательство «Аль-Иршад», которое выпускало религиозную литературу, как для взрослых, так и для детей. Всего было выпущено около 100 наименований книг и брошюр.

Ныне выпуском исламской литературы занимается издательство «Ая групп» основанное более 10 лет назад. Одно из направлений деятельности издательства «АЯ ГРУПП» – перевод и печать достоверной религиозной литературы, книг о культуре и традициях восточных народов, о восточной медицине, кулинарии, а также о восточной мудрости и многом другом [2].

В своей деятельности, компания активно использует передовые технологии распространения информации и помимо печатных изданий, выпускает электронные версии газет «Минарет», «Веселый светлячок» и различных религиозных книг. Был издан ряд приложений для айфонов и смартфонов, например, приложение «Пророки», представляет собой интерактивное генеалогическое древо пророков от Адама до Мухаммада, мир Им, о которых рассказывается в Коране и изречениях Пророка Мухаммада с расширенным биографическим описанием их жизни[3].

Также представляет особый интерес приложение «Исламская библиотека», которое включает в себя ценную литературу об Исламе, достоверность которой проверена специалистами в области Религии. Эта литература основана на вероубеждении мусульман всего мира – ахлюс-сунна уаль-джамаа (суннитов).

В данной библиотеке представлены труды таких известных ученых Ислама, как имам Абу Ханифы, имам Ан-Насафийя, имам Ат-Тахаунийя и др. В ней содержатся книги по основам вероучения, выполнению ритуалов, биографии Пророков, советы и наставления, а также другие важные и

достоверные книги об исламе [4].

Кроме этого активно используются передовые технологии онлайн вещания. 27 июня 2013года в Украине начала работу первая мусульманская радиостанция. **М Plus**. Инициатором ее открытия является Духовное управление мусульман Украины (ДУМУ), а воплощением проекта в жизнь занималась Студия Минарет.

Радио выпускает ряд программ, наибольший интерес для слушателей представляют следующие передачи: «Актуальная тема» - в передаче рассматриваются самые острые вопросы, возникающие в жизни современного человека, которые волнуют, наверное, каждого жителя земли, «Врата добра» - ценные и поучительные истории, примеры искренности и богобоязненности, «История наших предков» в которой вы услышите удивительные рассказы о Пророка и Посланниках, биографии теологов Ислама, благочестивых людей, сподвижников и правителей. Мы попытаемся восстановить исторические события исламского мира, о которых нам было передано нашими предками, [5] «Твое здоровье» - Это программа о здоровом образе жизни, «Чтение священного Корана» - Коран – это Священное Писание, ниспосланное от Аллаха Пророку Мухаммаду через Ангела Джibriля. Перед содержанием Корана даже самые искусные мастера слова были бессильны и не смогли сочинить подобного даже самой короткой суре. Для вас на радио mplus ежедневно звучит Коран, «Минимальные знания по Исламу» - Получение минимальных знаний по Исламу – обязанность каждого мусульманина. В этой передаче вы сможете прослушать курс минимальных знаний, в которых недопустимо невежество, «Урок Муфтия Украины» - передача, которую ведет муфтий Украины шейх Ахмед Тамим. В передаче можно услышать уроки на самые разнообразные темы, «Вопросы и ответы» - передача в которой радиослушатели могут услышать ответы на заданные ими религиозные вопросы, «Семья в Исламе» - эта передача будет интересна не только женщинам, но и мужчинам, так как в ней рассматриваются важные аспекты взаимоотношений в семье, «Итоги недели» - итоги недели - это время трансляции всех передач, которые были за неделю без перерыва, «Путь благочестивых» – программа, о самосовершенствовании, о высоких качествах и прекрасных поступках, о пути благочестивых людей, которые стараются во всем следовать учению и примеру самого лучшего человека на свете – Пророка Мухаммада[5].

Кроме этого, на радио слушатели могут услышать религиозные песнопения (мадихи) на разных языках. Как видно отсюда спектр программ первого в истории Украины исламского онлайн радио носит довольно широкий характер и ни в чем не уступает другим подобным радиоккомпаниям.

Из других передовых технологий отметим, активное использование сайтов YouTube [6] и instagram [7]. На сайте YouTube размещено видео, в котором рассказывается о жизни мусульман Украины: о праздниках, о социальной активности, о мечетях и региональных общинах. Также на

каналі розміщені релігійні програми «Минарет» і «Вичнэ», які веде муфті України шейх Ахмед Тамим. Сеть «Інстаграм» в свою чергу дозволяє швидко ділитися цікавими фотографіями з життя мусульман нашої країни. Крім офіційного інстаграма ДУМУ є інстаграм акаунти регіональних общин і окремих мусульман, які також розповідають про життя ісламської общини.

Отже, слід, що мусульмане освоюють передові інформаційні технології і активно використовують їх для поширення достовірної інформації про іслам і з метою розповісти про життя мусульман нашої країни.

Істочники:

1. Минарет [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://itunes.apple.com/ru/app/minaret/id689954596?mt=8>.
2. О нас [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ayagroup.com.ua/o-nas>.
3. Пророки [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://itunes.apple.com/ru/app/proroki/id689237274?mt=8>.
4. Исламская Библиотека [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://itunes.apple.com/ru/app/islamskaa-biblioteka/id735128268?mt=8>.
5. Передачи [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.mplus.fm/index.html#peredachi>.
6. Духовное управление мусульман Украины («ДУМУ») [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/channel/UCfGJUbsHIn67zEGe4atCJCw>.
7. islam.ua [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.instagram.com/islam.ua/>.

ФЕНОМЕНОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД ДО УСВІДОМЛЕННЯ ВІЗУАЛЬНИХ ЕСТЕТИЧНИХ ОБ'ЄКТІВ У СУЧАСНІЙ КУЛЬТУРІ

Марційчук Юлія Іванівна

*канд. культурології, ст. викладач ХДАК
yuliya_i.m@ukr.net*

У феноменологічній перспективі рукотворні і техногенні зображення зближуються. Візуальні естетичні об'єкти (ким би вони не були отримані) не описують, не пропонують знання, вони надають можливості дещо побачити. Як писав про картину М. Мерло-Понті: «...бачу, радше не її, але згідно з нею або за її участі» [1, с. 17].

До такого протиріччя звертається А. Бергер, аналізуючи один із візуальних естетичних об'єктів. Двозначне розуміння його змісту залежало від підходу до осмислення. З одного боку, візуальний естетичний об'єкт

можна уявити «дзеркалом, що відображає суспільство в стані розпаду», а з іншого, – «лампою, яка проектує подібне сприйняття світу» [2, с. 140]. Відповідно, у першому разі ми стикаємося з дійсним станом речей, поданим у візуальній формі. В останньому – це лише думка автора, інтерпретація власних світовідчуттів.

Незважаючи на таку полярність у вибудовуванні й поданні дійсності, в обох варіантах перед нами розкриваються проблематичні питання дійсності, тому можна їх розглядати як джерела її усвідомлення. Навіть в іншому разі, коли суб'єктивність превалює в усвідомленні реальності. Це пов'язано з тим, що погляд творця візуального твору сформований у контексті соціокультурних і політико-економічних допустимостей і санкцій.

Смисли, які вкладали у твори їх автори, трансформуються, модулюються різними користувачами, акценти оптичного сприйняття, зумовлені контекстом, зникають і змінюються новими.

Розуміння ефекту позиціонування передбачає усвідомлення конструктивної ролі спостерігача (автора) у виробленні певних форм візуального відображення. Окрім цього важливе значення має розкриття зумовленостей, які вможливили зайняти митцем саме таку позицію, забезпечуючи принципову можливість відповідного бачення [101, с. 58].

Репрезентативна частина візуальних естетичних об'єктів спрямовує наш розум на інтерпретацію, презентативна частина – адресується до нашого уявлення, почуття, здатності афективно переживати те, що відбувається.

Слід підкреслити активність візуальних естетичних об'єктів, але важлива й активність глядача. Роль глядача, який отримав виклик візуального тексту – активно йому відповісти.

Розуміння візуального мистецтва залежить безпосередньо від готовності і здібностей пошуку означених відповідей. Зображення – це медіа, його слід розглядати разом з образом, який у ньому живе, і тілесністю глядача, котрий опинився перед зображенням. І, як говорить Х. Бельтінг, «...образи лише передаються їх медіа, але не створюються ними» [190].

Бельтінг зазначає: ми не стільки сприймаємо медіа, скільки його «оживляємо», поміщаємо в нього образ, при цьому медіа стає аналогом нас самих як тілесних істот. Образи входять у медіа та жести нашого тіла. Тіло стає «живим медіа» [190]. Працювати з оживленням медіа – це прислухатися до того, як образи працюють над нами, бути відкритим до переживань, емоцій, почуттів, афектів.

Медіа, оживлене мою увагою, перестає бути нейтральним. Образи, пише Бельтінг, нагадують кочівників у тому сенсі, що вони поселяються то в одному медіа, то в іншому [190].

Людську чуттєвість не брали до уваги в епоху модерну. Від людини цієї епохи в першу чергу очікували здатності раціонально репрезентувати реальність і інтерпретувати одержувані тексти.

Якщо в основі об'єктів виявлялися якісь інші, ніж «розум», формації, то їх доводилося редукувати до «нерозумного». Емоції, почуття, афекти

ототожнювалися з природними, але не культурними початками, тому вони рідко заслуговували на увагу, їх радше необхідно було долати.

З часом основоположні тези модерну втрачають свою переконливість, тіло перестають виводити за межі культурного досвіду і завдання людини перестають зводити до семіотичної роботи з інтерпретації символічних систем.

Як пише Д. Елкінс, неправильно є думка, що візуальні елементи є або безладними, безглуздими знаками, або знаками як такими, як вважалося в семіотиці. Вони відмінні як від візуального хаосу, так і від письмових і умовних знаків [180, с. 213-214].

Парадоксальним чином розвиток медійного середовища слугував непрямым підтвердженням того, що оптичні медіа здатні до прямої дії незалежно від інтерпретацій. Візуальні повідомлення можуть здійснювати свій ефект незалежно від змісту повідомлень. Повідомлення адресовані не до когнітивної сторони людини, а до афективної. Тут інтерпретувати просто нічого, а результат очевидний. Завдання суб'єкта змінюється, це не тільки інтерпретація, тобто «переклад» переживання на мову, а й переведення медіа в переживання.

Таким чином, можливість застосування такої позиції в дослідженні відкривається згідно з такою послідовністю: виокремивши окремі візуальні естетичні об'єкти, описати їх контексти – медіальні, візуальні, дискурсивні, щоб виявити практики і конвенції, які обґрунтовують виникнення таких зображень і забезпечують умови їх видимості.

Список використаних джерел:

1. Мерло-Понти М. Око и дух / М. Мерло-Понти. — М. : Искусство, 1992. — 63 с.
2. Бергер А. Видеть – значит верить. Введение в зрительную коммуникацию / Артур Бергер ; пер. с англ. Д. Н. Ищенко. — М. : Изд. дом «Вильямс», 2005. — 288 с.
3. Пауэлс Л. Репрезентируя движущиеся культуры : проблемы и возможности антропологической и социологической рефлексии / Л. Пауэлс // Визуальная антропология: настройка оптики / под ред. Е. Ярской-Смирновой, П. Романова (Библиотека Журнала исследований социальной политики). — М. : ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2009. — С. 37–63.
4. Шукуров Ш. Визуальная антропология: Пространственное видение и методы изображения человека [Электронный ресурс] / Ш. Шукуров. — Режим доступа : www.intelros.ru/subject/figures/sharif-shukurov/12757-vizualnaya-antropologiya-prostranstvennoe-videnie-i-metody-izobrazheniya-cheloveka.html — Заглавие с экрана.
5. Элкинс Дж. Исследуя визуальный мир / Дж. Элкинс. — Вильнюс : Европейский гуманитарный ун-т, 2010. — 534 с.

МОБІЛЬНА ФОТОГРАФІЯ: МИСТЕЦТВО ОСОБИСТОГО БАЧЕННЯ БУДЕННОСТІ

Милевська Вероніка Ігорівна

студентка факультету педагогіки і психології

НПУ ім. М.П. Драгоманова

ronnie.dreamer13@gmail.com

Науковий керівник –

канд. пед. наук, доцент Лобанчук О.А.

В сучасну епоху панування технологій і пошуку нових форм творчості та втілення мистецтва, які б відповідали вимогам свого часу, соціальному попиту й новій естетиці XXI сторіччя помітне місце посідає мобільна фотографія. Це порівняно новий формат художнього мистецтва, що пов'язано з бурхливим технічним розвитком мобільних пристроїв саме в останні 10-15 років[1]. Зараз важко уявити повсякденність без цих зручних кишенькових помічників. І переваги ці відчувають не лише звичайні користувачі під час ведення ділових чи побутових справ, а й творчі особистості. Не так давно важко було уявити, що художня фотографія здатна розвиватися в такому напрямку, але можливості техніки невпинно зростають і дедалі більшої актуальності набуває тема мистецької цінності фотографій, зроблених за допомогою мобільних пристроїв.

Мобільна фотографія тісно пов'язана з Інтернетом як середовищем обміну своїм баченням світу, опосередкованим цифровими зображеннями. Це допомагає не просто зберігати важливі або цікаві моменти, відкривати суть речей та змінювати погляд на звичні речі, але й ділитися цим з іншими. Мобільна фотографія – це культурно-масове явище, яке наближує мистецтво до пересічної людини, звичайно, якщо ця людина має певний естетичний смак і вміння розпізнавати мистецтво у повсякденній рутині.

Оскільки не було знайдено достатнього наукового підґрунтя для дослідження цієї теми, принаймні на теренах України, та з огляду на життєвість, зрозумілість даної теми для сучасної людини та широку висвітленість в Інтернеті, дана робота великою мірою базується на власному досвіді й доступних в мережі джерелах.

Хоча першу камеру мобільний телефон отримав ще в, здавалося б, далекому 2000-му році, її творчий потенціал був помічений не одразу. Роздільна здатність камери телефону Sharp J-SH04 була лише 0.1 мегапікселі (МП), що виглядає смішним власникам сучасних пристроїв. І вже це надає можливість відчути бурхливу динаміку розвитку даного мистецького напрямку, адже різниця у характеристиках є дійсно колосальною. Вже в 2004-му розробники змогли подолати рубіж в 1 МП, а невдовзі, у 2007-му, вийшла дійсно культова модель телефону – «Nokia N95» – з камерою, що мала роздільну здатність вже цілих 5 МП і дозволила робити знімки з

високим ступенем деталізації [1].

Перші найбільші успіхи належали здебільшого компанії «Nokia», яка впевнено розширювала можливості камер та досягла відмітки аж у 41 МП, хоча значний вклад внесли також «SonyEricsson» та «Samsung». Але ці здобутки були більш кількісним зростанням, аніж якісним. Дійсно масштабний переворот у світі мобільної фотографії відбувся із якісним стрибком, коли мегапікселі втратили визначальну позицію щодо якості камери. І тут на сцену у 2010-му році виходить смартфон «iPhone 4», що став масштабним популяризатором мобільної зйомки завдяки досить якісній 5 МП камері з легкими налаштуваннями, що, тим не менш, дозволяли робити гарні знімки. Поряд з цим в тому ж році з'являється широковідома нині соціальна мережа «Instagram», яка є потужною платформою для творчого зростання мобільних фотографів[1].

«Instagram» став не просто сучасним форматом світовідображення, але й джерелом натхнення, порад та передачі досвіду. Так, ті, хто тільки починають знайомство з мобільною фотографією, можуть легко досліджувати сторінки користувачів, що вже зарекомендували себе в цьому напрямі мистецтва, й на основі вивчення їх стилю знаходити свій власний. До речі, існують також інші додатки для мобільних пристроїв, що об'єднують поціновувачів мобільного фото. Наприклад, «VSCOcam» – це «Instagram»не для всіх». Це одночасно і фоторедактор, і об'єднання творчих людей для обміну якісними змістовними фотографіями[2]. За бажання можна знайти також інші альтернативи.

Проте розповсюдження і популяризація мобільної фотографії не як жанру, а як технічної можливості відкрила шляхи для вливання «піксельного мотлоху» в нереальних об'єктах. Так, наприклад, важко віднести всім звичні селфі або просто непродумані кадри сумнівної якості до розряду художніх цінностей. Однак в даній роботі мова йде саме про ту частину фотографій, які навмисно і продумано мають на меті передати особливе світовідчуття їх автора.

Ключовий момент, що надає дійсної цінності збереженим в цифровому вигляді моментам життя, – це особливий підхід до споглядання світу таким, яким ми бачимо його кожного дня, але із внесення суб'єктивних корективів за допомогою камери. Це особливий простір самовираження, передачі власного погляду на дійсність у зрозумілій й доступній для багатьох формі.

Так, Стефані Робертс на початку своєї книги, що присвячена саме iPhone-фотографії (або айфонографії), написала: «На мій погляд, фотографія менше стосується пристрою фотоапарата, ніж світогляду людини за об'єктивом, що створює композицію і натискає на кнопку затвора...Неважливо, яка у вас модель iPhone – перша, простенька, або остання, сама просунута: використовуючи розум, серце і все різноманіття існуючих фото-додатків для передачі свого внутрішнього світу, ви зможете створювати приголомшливі знімки» [3, с. 8]. Цьому ж автору належать наступні думки: «Моя мета – побачити світ через різні лінзи, я не прагну

відображати життя таким, яким воно є, я намагаюся показати його таким, яким я хочу, щоб воно було зараз»[3, с. 14].

Але все таки для того, щоб отриманий результат приносив естетичну насолоду, свій спосіб світобачення на світовідображення потрібно певним чином структурувати. Саме тому базові принципи фотографії, як то дотримання правил композиції – простоти композиції, правила «золотого перетину», врахування спрямовуючих ліній в кадрі, врівноваженості композиції кадру, продуманого кадрування, відділення об'єкта зйомки від елементів фону –сприяють створенню бажаного ефекту[4]. Не дивлячись на те, що правильна організація простору в межах захвату об'єктиву посідає чільне місце в перетворенні фотографії на художній витвір, однак це все ж питання техніки, а смислове наповнення залежить від відчуття прекрасного самим фотографом.

Повертаючись до питання художнього сприйняття дійсності і передачі цього сприйняття через камеру смартфона, то тут, як виразилася С. Робертс, має місце «абстрактний підхід до зйомки і більш ліберальний підхід до обробки»[3, с. 14]. Звичні об'єкти оточення можуть постати в зовсім новому світлі, варто тільки не боятися змінити точку зору на нестандартну, слідуючи за власними враженнями. Це стимулює до експериментів з ракурсами для створення кадру, пошуків нового погляду на одне й те саме місце. Виразні образи дійсно народжуються завдяки особистому зв'язку з тим простором, що фіксується на фото, а подача, відбиття в статичному зображенні всіх помітних тільки певній особі деталей допомагає передати ставлення і настрої іншій людині, створити необхідну атмосферу сприйняття [5, с.62-65]. А домогтися цього легко за допомогою компактних і легких мобільних пристроїв, що можуть «побачити» простір навіть з рівня землі таким чином, що маленька стеблина візуально перетвориться на велично витягнутий до неба об'єкт.

Довершити ефект можна за допомогою застосування спеціальних додатків, які містять різноманітні інструменти та фільтри. Така обробка допомагає вдихнути у фото нове життя або підкреслити особливості моменту, розглядаючи його одразу у перспективі змін. «Як художник прискіпливо вибирає знаряддя творчості – розмір полотна, кольору на палітрі або форму пензлика – так і ви можете вибрати одне або кілька з незліченної безлічі додатків ...» [3, с. 14].

За словами Д. Х. Кеннерлі «найкраща камера – це та, яка у вас із собою» [6]. Дуже вірний вислів, адже мобільна фотографія – це засіб написання історії окремої особистості, створення персонального Всесвіту, де фото на кшталт вікнам, які дозволяють зазирнути у світ конкретної людини і відчутти те, що бачила, а головне – відчувала – вона. Причому це дійсно можна уявити історією за рахунок можливості робити фото регулярно та у великій кількості. А це доступно завдяки тому, що смартфон завжди знаходиться під рукою й дозволяє миттєво довершити фото певною обробкою та додати як сторінку власної історії.

Для кожного цей новий формат фотографії відкриває свій шлях для розвитку і прояву власної особистості. Хоча мобільна камера й не володіє таким широким спектром налаштувань та деє поступається професійній фотокамері, вона має достатньо переваг. Для когось, як це було з ДіксомХембі, мобільне фото в силу певних фізичних або інших обмежень взагалі виявляється єдиною можливістю художнього самовираження у сфері фотографії [3, с. 106]. І це знайомо багатьом, хто не може фінансово дозволити собі коштовну фототехніку, але має прагнення ділитися власним мистецтвом бачення буденності, щоб показати, що буденність також може бути мистецтвом.

Список використаних джерел

- 1) История мобильной фотографии. 7 телефонов-ступенек. [Електронний ресурс]. – Режим доступу – <http://redroid.ru/history-of-mobile-photo/>
- 2) А. Марфицин. VSCoCam. Самый полный обзор одного излучших мобильных приложений последних лет. [Електронний ресурс]. – Режим доступу – <https://liferhacker.ru/2015/08/11/vscocam-luchshee-fotoprilozhenie-dlya-iphone-poslednego-vremeni/>
- 3) Искусство iPhone-фотографии / Стефани Робертс; пер. с англ. — М.: Издательство «Добрая книга», 2011. — 160 с.
- 4) Основы композиции в фотографии: иллюстрированное пособие для начинающих фотографов от Kodak. [Електронний ресурс]. – Режим доступу – <http://freefotohelp.ru/photography-books.html?id=352dzaO45>
- 5) Эмоциональная фотография: Как делать снимки от всего сердца и делиться своими чувствами с помощью цифровой фотографии / Трейси Кларк и соавторы, под редакцией Трейси Кларк; пер. с англ. — М.: Издательство «Добрая книга», 2011. — 176 с.
- 6) Jessica Weiss. Советы фотографа, лауреата Пулитцеровской премии, о съемке с помощью смартфона. [Електронний ресурс]. – Режим доступу – <https://ijnet.org/ru/blog/советы-фотографа-лауреата-пулитцеровской-премии-о-съемке-с-помощью-смартфона>

ВІРТУАЛЬНА РЕАЛЬНІСТЬ В КУЛЬТУРНОМУ КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО СОЦІУМУ

Мохонько Віталій Анатолійович

*студент Факультету філософської освіти і науки
НПУ імені М.П. Драгоманова
design.by.kwink@gmail.com*

Віртуальна реальність, що створюється засобами аудіовізуальної зв'язку та інформації, стала збірним позначенням безлічі феноменів сучасної культури, відтворених у різноманітних технологічних проявах – таких, як глобальна мережа Інтернет, медіа-простір тощо. Новий тип сучасної інформаційної культури, викликаний розвитком комп'ютерної

техніки, появою гіпертексту та вдосконаленням комп'ютерного продукту з використанням різних форматів графічної комунікації, потребує аналітичного аналізу. Статус «віртуальної реальності», який не отримав достатньо чіткого обґрунтування, та досі сприймається суперечливо, через що вимагає постійного культурологічного аналізу.

Визначення віртуальності в соціокультурному контексті відрізняється від наукового. Віртуальну реальність як художній феномен можна визначити як складну систему, що самоорганізується, певне специфічне середовище, що сприймається на рівні відчуттів, яке утворюється електронними засобами комп'ютерної техніки та повністю реалізується в психіці суб'єкта, так само активно діючого в цьому середовищі; особливий, максимально наближений до реальної дійсності (на рівні сприйняття) штучно модельований динамічний континуум, що виникає в рамках і за законами комп'ютерно-мережевого мистецтва, яке досі знаходиться на стадії формування.

Віртуальна реальність починає набирати соціокультурного характеру у 80х роках ХХ століття. Комп'ютерні технології починають поступово еволюціонувати, даючи доступ до віртуального світу все більшій кількості людей. Саме на вісімдесяті роки припадає перша хвиля масового розвитку гейм дизайну та віртуальних середовищ для роботи. Разом з цим зароджується абсолютно новий жанр, що отримує назву «кіберпанк». Його можна охарактеризувати як один з напрямків фантастики, що концентрується на комп'ютерах та інформаційних технологіях. В творах даного жанру події найчастіше відбуваються у віртуальному світі, де часто дуже розмиті кордони з реальністю. Кіберпанк як окремий жанр фактично був заснований на початку 1980х років Вільямом Гібсоном, що був письменником-фантастом. Його роман «Нейромансер» фактично став класикою цього жанру. Сам же термін був популяризований «Журналом наукової фантастики Айзека Азімова», що видавався безпосередньо Айзеком Азімовим та редактором якого був Гарднер Доза.

Але зародження кіберпанку можна помітити ще задовго до 80х років ХХ століття. В 1960х роках, коли проходять перші успішні експерименти зі створення пристроїв, що дають людині доступ до віртуального простору, американський письменник Харлан Еллісон пише новелу під назвою «I Have No Mouth, and I Must Scream» (дослівно «У мене немає рота, але я повинен кричати», на основі якої в 1995 році вийшла однойменна комп'ютерна гра. Вперше твір опубліковано 1967 року в американському журналі «If». 1980 року твір отримує престижну науково-фантастичну премію «Хьюго».

Дія оповідання відбувається через сто дев'ять років після повного знищення людства. Холодна війна переросла в світову, основними ворогуючими країнами стали Китай, Росія і Сполучені Штати. В ході війни ворогуючим державам вдалося створити суперкомп'ютери, здатні вести війну більш ефективно, ніж люди. Машини отримали назву «АМ», що спочатку означало «Allied Mastercomputer» (Об'єднаний головний

комп'ютер), потім «Adaptive Manipulator» (Адаптивний маніпулятор), і в кінці кінців трансформувалося в «Aggressive Menace» (Агресивна загроза). В один момент один з трьох комп'ютерів став самосвідомим і поглинув двох інших, повністю взявши війну під свій контроль. Почався геноцид людства, були знищені всі крім п'яти осіб – героїв оповідання. Вони стали безсмертними та опинились у повній владі суперкомп'ютера. Саме навколо цих людей і розгортається основний сюжет. Кожен з них має ваду в характері, про яку знає АМ, та катує людей для власної розваги, створюючи пригоди для кожного в метафоричному кіберсвіті, що й побудований на слабкостях та вадах.

Не дивлячись на те, що станом на 1967 рік поняття «кіберпанк» ще не було сформовано, новела «I Have No Mouth, and I Must Scream» має всі його ознаки. Основні риси жанру, що можна виділити – фактично світ кіберпанку являє собою кібернетичну утопію або антиутопію. Він є протипологом гуманістичній фантастиці. Особливість класичних творів жанру полягає у тому, що високі технології знаходяться поруч із бідністю, соціальним розшаруванням, пороками людей та суспільства в цілому. Часто жанр характеризують фразою «High tech. Low life» («Високі технології, низький рівень життя»).

Фактично, за філософією даного жанру можна прочитати страх людей перед новими, невідомими до того моменту технологіями та можливостями. Варто також зазначити, що в кінематографі 80х років ХХ століття однією з головних тем фантастики стає саме кіберпанк. На екрани виходять такі культові кінокартини, як «Світ Дикого Заходу», «Термінатор», «Трон» тощо. Не дивлячись на той момент, що в більшості таких фільмів розвиток кіберпростору показаний з негативного для людства боку, самі картини і стали продуктом розвитку технологій, оскільки використовували революційні на момент створення спец ефекти та комп'ютерну графіку.

Наближаючись до наших днів, віртуальний простір починає відігравати ще важливішу роль у житті людства. За даними одного з останніх прес-релізів Міжнародного союзу електрозв'язку від 22.07.2016 року, кількість користувачів інтернету в світі складає більш ніж 3.5 мільярдів людей, що більше за половину населення планети. Масовість інтернету в перше десятиліття ХХІ століття породжує феномен інтернет культури. Навідміну від кіберпанку, технологіям не надається негативний відтінок. Віртуальний простір стає об'єктом та частиною масової культури. На початку 2010х народжуються такі жанри як slimerpunk, searpunk, icerpunk, webpunk, witch house, ocean grunge. Часто такі субжанри інтернет культури розуміють під поняттям «вебпанк».

Загальноприйнятого тлумачення терміну «вебпанк» на даний момент не прийнято, але коротко його можна охарактеризувати як іронічну, іноді навіть самоіронічну естетизацію віртуального простору. Термін складається з англійського слова «web», тобто «мережа», та «punk», що певною мірою відсилається до класичної панк-культури. Зародженням та

становленням стилю, як і інших інтернет-панк течій, прийнято вважати 2010-2013 роки. Вебпанк прямо апелює до естетичності віртуального середовища. Його головними елементами можна виділити візуальну та музичну (звукову) складову. Тому можна сказати, що стиль спілкується з глядачем невербальним методом.

Естетика вебпанку включає в себе віртуальне середовище (часто примітивне), яскраві кольори, психоделічні сюжети, елементи застарілого програмного забезпечення та вебсайтів, реклами зразку 80х – 90х років ХХ століття, логотипи брендів, античні скульптури тощо. За такими ознаками можна охарактеризувати вебпанк як своєрідний ретрофутуризм з елементами кітч, що подекуди гіперболізований в якості іронічної відповіді на сучасний соціокультурний простір. Такою філософією протесту вебпанк і співвідноситься певною мірою з витоками панк-культури. Але на відміну від класичного панку, вебпанк не ставить на меті активний протест. Навпаки, це більше пасивне споглядання.

Сучасні відео з надмірним ефектом VHS плівки, поєднані з примітивною 3D графікою кінця 80х років ХХ століття, античні скульптури вдягнуті в одяг з логотипами відомих сучасних брендів, художнє використання цифрових викривлень зображення та звуку, психоделічні сюжети доповнені ієрогліфами або символами юнікоду, колажовані фото політиків з відомими мультиплікаційними героями – такими рисами можна коротко охарактеризувати вебпанк.

Що до звукової складової стилю, вона є також доволі різноманітною. Найчастіше вебпанк супроводжують такі музичні стилі, як varogwave, cloud gar, альтернативний r&b, witch house та безліч субжанрів альтернативної та інді музики.

Отже, в соціокультурній сфері сучасного світу, технологічний розвиток та віртуальність, як його продукт, сприймаються не у негативному контексті, як це відбувалось раніше, а розуміються як одна із сфер повсякденного життя та діяльності людини. Це, в свою чергу, призвело до ще більш міцного укорінення феномену віртуальної реальності в масовій культурі.

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ SMART–СУСПІЛЬСТВА

Подушка Анна Геннадіївна
студентка НПУ імені М.П. Драгоманова
факультету педагогіки і психології
annap395@gmail.ua

Науковий керівник –
канд. пед. наук, доцент Любанчук О.А.

Наш сучасний світ та суспільство дуже відрізняється від минулого покоління. Така тенденція пов'язана з тим, що сучасне суспільство використовує та розвиває підготовлені людьми технічні засоби, сервіси та Інтернет, що призводить до якісних змін у взаємодії суб'єктів та в культурному способі життя людей загалом. Таку трансформацію суспільства прийнято позначати терміном Smart-суспільство, а технології, які використовуються в даному суспільстві – Smart-технологіями.

Ідея Smart-суспільства виражає наміри поліпшити всі аспекти людського життя, використовуючи Smart-технології в нових галузях. І дійсно, такі ідеї стали проникати практично у всі сфери суспільного життя, оскільки вони надають нові економічні, соціальні та інші переваги членам суспільства.

Дана політика стала еталоном для США – інтернет-лідера в світі, – а також Кореї, Європи, Японії та багатьох інших країн [3].

Розглянемо переваги Smart-суспільства та технологій:

1) Збереження довкілля. Smart-технології, надають можливість вибудувати процеси життєдіяльності так, щоб вони утворювали замкнутий цикл і виключали нанесення шкоди природному довкіл्लю або зводили його до певного мінімуму, що дозволяє просуватися вперед, не створюючи непереборних перешкод для нашої планети.

2) Зберігання ресурсів Землі. В даний час людство вже підійшло до розуміння вичерпності деяких видів природних ресурсів і корисних копалин, яких, здавалося, вистачить ще дуже надовго. У зв'язку з цим є кілька варіантів вирішення проблеми. Перший пов'язаний з пошуком альтернативних джерел енергії та ресурсів, а другий – з економією вже наявного потенціалу. Наприклад, в Smart-будинках та в Smart-містах за визначенням концептуально вибудовують свою діяльність так, щоб економити світло, тепло, воду і т. д. На практиці це виглядає таким чином: як тільки відсутній рух або спостерігається ясна погода, спеціальні датчики світла самостійно регулюють включення і виключення світла в залежності від обстановки. При цьому незалежно від вибору будь-якого із зазначених напрямків складно обійтися без Smart-технологій [1].

3) Охорона здоров'я. У сучасних лікарнях і поліклініках усе більш вдосконалюються технології, що дозволяє відстежувати здоров'я пацієнтів

практично цілодобово. Одночасно все більш широке поширення набувають генні технології, які дозволяють займатися лікуванням на рівні молекул і атомів.

4) Розвиток культури. Smart-технології не залишаються без уваги і при організації різних культурних заходів, концертів, постановках театральних вистав та зйомках фільмів. В результаті вдається створювати вражаючі художні ефекти, досягати незвичайного поєднання звуку і світла, які дозволяють добиватися глибокого психологічного впливу на аудиторію. Глядачі можуть сприймати все, що відбувається в тривимірному вимірюванні з використанням голографічних зображень, що реагують на рух людей [1].

5) Полегшення повсякденної практичної діяльності людей.

Smart-технології представляють нові види товарів, послуг, що створюють якісно інші можливості, які проступають за такими ключовими напрямками:

- тісні комунікації з родичами, друзями і близькими;
- оперативне спостереження за дітьми та людьми похилого віку (з оповіщенням в разі виникнення нестандартних ситуацій);
- прання одягу, прибирання житлових приміщень (у відповідність з чітко заданими стандартами);
- своєчасне приготування їжі (до зазначеного часу);
- автоматичний запис телевізійних фільмів, програм за бажанням господаря;
- охорона власності (квартир, автомобілів тощо);
- автоматичне регулювання систем життєзабезпечення, квартири, будинків.

Що ж до недоліків даної системи. В першу чергу, потрібно зазначити, що діти, які народилися в період цифрових технологій, називають цифровим поколінням. Наше сучасне покоління вже не уявляє свого життя без цифрових технік та послуг на її основних сервісах (починаючи від смартфонів, розумних годинників і закінчуючи автономними мобільними засобами транспортування).

Цифрове покоління, будучи конкурентним при вирішенні задач названими засобами, не тільки поступається іншим поколінням у вирішенні завдань, в яких немає підтримки інтелектуальними інформаційними ресурсами, але часто навіть не здатне до ефективної діяльності.

Найбільша проблема, що виникає при цьому для цифрового покоління – це відсутність навичок самостійного аналізу, звідси – неможливість прийняття обґрунтованих рішень.

Більш того, в сформованих умовах у цифрового покоління, по-перше, немає мотивації для формування навичок й вміння вирішення зазначених завдань. По-друге, розумні цифрові пристрої є як раз демотивуючим фактором для придбання компетенцій, які потребують власної активної діяльності (як розумової, так і предметно орієнтованої професійної

за видами діяльності). Людина цифрового покоління орієнтований на постановку завдань і цілей управління, в той час як методи їх вирішення вибираються інтелектуальним обладнанням та інформаційними системами.

Відсутність потреби, мотивації власної інтелектуальної діяльності впливає на розвиток розумового процесу, що надалі впливає на центральну нервову систему [2].

Отже, Smart-суспільство має як позитивні так і негативні прояви. Дана модель дає великі переваги для розвитку економіки, культури, екології та соціального життя. Але, на жаль, змушує людей звикати та залежати від них, що згубно впливає на розумовий розвиток дітей, їхню мотивацію та на суспільство загалом.

Список використаних джерел:

1. Карманов А.М. Смарт как качественно новая ступень развития постинформационного общества. // Статистика и Экономика. - 2014.- № 5. - С. 38-41.
2. Минаков В.Ф. Смарт зависимость цифрового общества // Nauka-rastudent. ru. – 2016. – № 12 (036) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – <http://nauka-rastudent.ru/36/3822/>.
3. Тихомирова Н. В. Глобальная стратегия развития smart-общества. МЭСИ на пути к Smart-университету // [Электронный ресурс] – Режим доступа. – <http://smartmesi.blogspot.com/2012/03/smart-smart.html>.

ШИППІНГ ЯК СУЧАСНИЙ НАПРЯМ ТВОРЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ОБЛАСТІ ФАНФІКШЕНУ ТА ФАН-АРТУ

Попович Катерина Юріївна,
студентка НПУ імені М.П. Драгоманова
katia.popovych@bk.ru

*Науковий керівник –
канд. пед. наук, доцент Лобанчук О.А.*

Сучасний світ культури і мистецтва активно розвивається, модернізується, охоплює нові області життя сучасної людини, її інтереси та можливості. Цей процес відображається на усіх видах мистецтва, в тому числі і літературного. Звичайно, класичні літературні жанри, такі як романи, новели, повісті, різноманітні розповіді та вірші не втрачають своєї популярності серед письменників та читачів, але це не заважає появі і розвитку нових видів літературних творів.

Умови, в яких завдяки Інтернет мережі людина має вільний доступ до перегляду фільмів, мультфільмів та серіалів, читання різноманітної

літератури, об'єднання та спілкування за інтересами створили підґрунтя до виникнення такого нового жанру як фанфік. Дану тему неможливо дослідити з наукової точки зору у зв'язку з браком наукової літератури та публікацій, але це можливо здійснити, ґрунтуючись на власному досвіді та доступній інформації в Інтернет мережі, адже цей жанр популяризувався саме завдяки Інтернет простору.

Як і більшість мережевих термінів слово «фанфік» утворилося від злиття англійських слів: fun- шанувальник і fiction- вигадка, фантазія. Тобто, це історії, написані (літературні фанфіки), намальовані чи відзняті (нелітературні фанфіки) шанувальниками за мотивами улюблених творів[1]. Не зважаючи на те, що термін з'явився порівняно нещодавно, така діяльність існує сотні років. У будь-які часи, варто було з'явитися цікавому твору, читачі починали шукати відповіді на запитання «а що, якщо?». Завдяки уяві та фантазії, що притаманні кожній особистості, вони створювали свої варіанти історій та їх продовження в усній чи письмовій формі. Яскравим прикладом історії, яка надихнула читачів кінця XIX – початку XX століття і продовжується по сьогодні є серія творів сера Артура Конан Дойла про Шерлока Холмса. Коли автор відмовився продовжувати серію, фанати почали створювати власні розповіді. Відмовившись від будь-яких зазіхань на права на героїв та їх світ вони розповідали та писали нові історії про відомого детектива. Та зараз, у XXI столітті, з виходом на екрани серіалу «Шерлок», створеного Марком Гетіссом і Стівеном Моффатом, знятого по мотивам оповідань сера Артура К. Д. фанатам відкрилась нова територія для створення фанфіків, які вже не обмежуються новими головоломками і загадками для головних героїв. Екранізація дає уяві і фантазії шанувальників безліч нової інформації, на яку можна опиратися у процесі створення нових ситуацій та сюжетних ліній, як канонічних, так і гіпотетичних, які не відбуваються у каноні (оригінальному творі). Також, завдяки екранізації глядачі мають уявлення про зовнішність героїв, що надихає на створення малюнків та навіть коміксів. На сьогоднішній день особливо широку популярність набув такий феномен у світі фанфікшену та фан-арту як шиппінг.

Термін «шиппінг» утворився від скорочення англійського слова relationships – взаємостосунки. Це напрям у фандомі, орієнтований на створення чи підтримку романтичних стосунків між певними персонажами. Персонажі, які беруть участь у стосунках, тобто є об'єктами шиппінгу утворюють пейрінг (від англ. pair – пара). Шиппери шукають у каноні докази того, що такі стосунки можливі, а якщо таких не знаходять, то починають заперечувати канон. У фанатів будь-якого фандому ніколи не вшухають суперечки на тему шиппінгу, а створення малюнків та історій про романи улюблених пар не втрачають популярності. Існує думка, що термін був винайдений приблизно в 1996 році прихильниками серіалу «Секретні матеріали» (англ. The X-Files), які шипперили героїв Малдера і Скаллі. Подібна діяльність в той час була досить популярна і вимагала назви [2].

Вважають, що сучасне поняття фанфіку як художнього втілення певного фандому за допомогою інтерпретації власних фантазій шанувальників було популяризовано завдяки фандому серіалу «Зоряний шлях» (англ. Star Trek) і науково-фантастичним журналам по ньому, опублікованими в 1960-х роках. Перший науково-фантастичний журнал «Sprockanalia» (1967-й рік) містив фанфік і багато шанувальників наслідували цей приклад [3]. Численні романтичні фанфіки, присвячені гомо-парі Кірк/Спок (надалі через символ «>» записувалися всі пари, де на початку стояло ім'я персонажа-ініціатора відносин), поклали початок цілому напрямку під назвою «слеш». Слеш, фем-слеш і гет – це різновиди пейрінгу, які відрізняються статтю об'єктів шиппінгу. Гет (від «гетеросексуальний») – це романтичні та/або сексуальні відносини між різностатевими героями. Слеш – між чоловічими персонажами, а фем-слеш – між жіночими персонажами. Крім гомосексуальних пар пейрінг приписують навіть родичам, наприклад Сему і Діну Вінчестеру – головним героям серіалу «Надприродне» (англ. Supernatural). Завдяки шанувальникам японських мультсеріалів, парам почали присвоювати імена-гібриди. Наприклад шиппер, що пише про романтичні стосунки Драко Малфоя і Герміони Грейнджер – героїв книг та екранізацій про Гаррі Поттера – такий пейрінг буде називати «Драміона», а пейрінг, наприклад, Стаїлза і Дерек із серіалу «Перевертень» (англ. Teen Wolf) матиме назву «Стерек». Найпопулярнішим пейрінгом на сьогоднішній день є Шерлок Холмс/Джон Ватсон (серіал «Шерлок»), за ними місце в рейтингу посідає Кастієль/Дін Вінчестер (серіал «Надприродне»), а третє місце – Дерек Хейл/Стаїлз/Стілінські (серіал «Перевертень»)[2]. Варто зазначити, що усі три пейрінги, які знаходяться на верхівці рейтингу – слеш, тобто гомосексуальні. Така популяризація гомосексуального шиппінгу не є дивною. Якщо активна легалізація одностатевих сексуальних стосунків почалась ще у XX столітті, то зараз майже у кожному новому зарубіжному серіалі можна знайти відкритий приклад підтримання гомосексуальних стосунків. До того ж, часто творцям серіалів, кіно та літературних творів добре відомого з їх героїв і як активно шипперять і в свою чергу дратують аудиторію фактичним і потенційним шиппінгом: репліками, грою акторів, провокуючи фанатів на подібні фантазії. Тож можна з упевненістю стверджувати, що шиппінг наразі є широко популярним напрямком фанфікшену та фан-арту, який активно розповсюджується в мережі, привертаючи все більшу увагу фанатів всього світу.

Розглядаючи особистість шиппера, можна виділити кілька характерних рис. На відміну від інших представників фанфікшену, шиппери пишуть виходячи з поточного стану історії, наприклад з поточного сезону і епізоду серіалу. Шиппер повністю знаходиться у владі авторів, так само як і дійові особи, і ніяк не може вплинути на події: вчора він був частиною прекрасної романтичної історії, а сьогодні один з героїв помирає або серіал взагалі закінчується. Такі зміни і провокують до написання продовження історії стосунків або зміни сюжету задля задоволення потреби особистості

в цих вигаданих стосунках. На перший погляд здається дивним той факт, що людина так сильно переживає за стосунки вигаданих героїв, що виділяє на це свій час і ресурси. Але насправді нічого дивного в цьому немає. Людина – істота, для якої емоційність і почуттєвість у взаємостосунках мають важливе значення. Психологічне прагнення до любові, фізіологічний вплив гормонів, соціальний тиск – всі ці чинники пояснюють прагнення особистості до романтичних стосунків. І якщо особистість не знаходить об'єкта для такого роду стосунків у реальному житті, вона переживає бажані емоції та почутті опосередковано, через персонажів. З психологічної точки зору цей процес можна розглядати як захисний механізм – компенсацію, тобто подолання фруструючих обставин або ситуацій завдяки задоволенню своїх потреб в інших сферах. Але це не означає, що кожен представник фандому, який шипперить героїв, компенсує цим відсутність емоційного задоволення від власних стосунків. Адже написання фанфіку – це, перш за все, прояв творчості, а шипперінг – можливість створення нових цікавих романтичних історій.

Список використаних джерел

1. English Oxford living dictionaries (англ.) – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: en.oxforddictionaries.com/definition/fan_fiction
2. Свирина О. Что такое «шиппинг» и зачем кого-то «шипперить»? , 2015 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ellegirl.ru/articles/chto-takoe-shipping-i-zachem-kogo-to-shipperit/2/
- Joan 3. Marie Verba. Boldly Writing: A Trekker Fan & Zine History, 1967-1987, – 2003. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ftlpublications.com/bwebook.pdf

ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІГРОВИХ ПРЕЦЕДЕНТНИХ ФЕНОМЕНІВ

Сніховська Ірена Едуардівна,

*канд. філол. наук, доцент, ЖДУ ім. І. Франка
irena29@gmail.com*

Сучасна ситуація глобалізації та взаємного впливу мовних культур актуалізує звернення до особливостей національно-культурної специфіки мовної свідомості як культурально зумовленого феномену. Виходячи з того, що мова та культура розглядаються як форми існування свідомості суспільства [1, с. 59], у структурі національно специфічної мовної свідомості вирізняються когнітивний, лінгвальний та культуральний простори. У структурі лінгвального простору містяться функціонально значущі операційні одиниці, які є носіями й актуалізаторами фрагментів культурно-обумовлених знань. До сфери лінгвального простору належать

вербальні засоби репрезентації національно-культурної специфіки мовної свідомості. Вивчення наукових напрацювань таких лінгвістів, як Ю. М. Караулов, В. В. Красних, Г. Г. Слишкін, Д. Б. Гудков, дозволяє стверджувати, що прецедентні явища, до яких відносять прецедентне ім'я, прецедентну ситуацію, прецедентне висловлювання, прецедентний текст [2, с. 62], відіграють істотну роль у формуванні когнітивного простору соціуму. Ігровими прецедентними феноменами (ІПФ) у своєму дослідженні вважаємо вербалізовані трансформації лінгвокультурно специфічних явищ, які допускають особливі форми їхнього використання у конкретній мовній культурі. Дослідження ПФ в рамках когнітивної парадигми пов'язане з теорією пам'яті, способами зберігання знань, й, отже, вони являють собою набір фреймів, які використовуються учасниками комунікативної взаємодії для породження та інтерпретації нових смислів.

У різних лінгвокультурних спільнотах простежуються різноманітні мовно-ігрові імпульси комунікантів. Через мовну гру (МГ) реалізується лінгвокреативний потенціал мовної особистості, що адаптує її до відповідних контекстів спілкування. МГ розуміємо як процес і результат свідомої лінгвокреативної діяльності індивіда, спрямованої на нестереотипне варіювання форми та змісту ігровому реєстрі комунікації з метою впливу на емоційну та/або інтелектуальну сферу адресата [3, с. 5]. ІПФ є проявом лінгвокогнітивної стратегії МГ, обумовлюючи моделювання і декодування лудичних (ігрових) елементів.

Пропонуємо класифікувати ІПФ в медіатексті за типом продукуючої структури-джерела, серед яких виділяємо 9 джерел:

1) тексти художньої літератури („Census and Sensibility” (пор. назву роману Дж. Остін “Sense and Sensibility”; “The Taming of the Queue” (пор. “The Taming of the Shrew” Ст. Шекспіра); “Televisa, CNN and CBC have joined to create REALIA-TV, the largest media-empire on the planet, in charge of broadcasting the daily New World Orders. Their slogan is “TV or not TV, that is the question!”;

2) тексти національної художньої літератури: “Conceptual map of the New World Border – a great trans - and intercontinental border zone, a place in which no centers remain. It's all margins”, де концептуалізується думка про те, що кордоном в першу чергу є мова (спр. фразу “New world order” – глобалізована транскультура, єдине світове співтовариство без кордонів). Після виходу книги Г. Г. Пеня словосполучення-ІПФ “The New World Border” поширилося на публіцистичні твори і набуло інтерпретації, тобто вербальні прецедентні феномени можуть самі ставати об'єктом перефразування.

3) висловлювання відомих людей (“We will have more than wallet” – phrase used by President George H. W. Bush in his Inaugural address in 1989 affected by the deficit to help at-risk kids; пор. цитату-ІПФ зі статті про президента Буша-молодшого: “Today we have more wallet than will” / Newsweek/; “...a thousand points of light”, delivered by President George H. W.

Bush, written by Peggy Noonan, possibly cribbed from H. G. Wells' novel "Mr. Britling Sees It Through". Also used as a sarcastic homage to the same President Bush in rock-and-roll singer and composer Neil Young's song "Rockin' in the Free World";

4) тексти реклами ("We never stop drying (реклама Gilbey's Dry Gin); "It's dime to save" (реклама банківських послуг компанії 'State Dime Savings'); "Built to last a lawn time" (реклама газонокосарок);

5) твори кінематографа і телевізійні серіали ("White House Confidential: a former top Clintonite on why Hollywood is so obsessed with sex and scandal at the highest level" (пор. назву кінофільму 'LA Confidential');

6) фонд ФЕ і паремій, напр., "He who laughs, lasts"; "Every crowd has a silver lining"; "A penny is saved a penny"; "Familiarity breeds"; "Children should be sane and not hurt"; "Invention is a necessity of motherhood"; "Groceries were born free, and everywhere they are in chains" /Richard J. Needham, a columnist in the Toronto Globe & Mail/;

7) комп'ютерна техніка і комунікаційні технології, напр. "There is no place like home.com"; "You can't teach old mouse new clicks"; "Home sweet home page. Make Yahoo! your home page";

8) крилаті фрази та висловлювання, напр., "Gentlemen prefer bonds" (Andrew Mellon); "Alimony is the high cost of leaving"; "In Gates we trust"; "A successful diet is the triumph of mind over platter"; "Pain Stops Play" (пор. вислів у крикеті 'Rain stops play');

9) словотворчі ігри, що виникли в результаті словотвірної мотивації мовної одиниці-прототипу в результаті принципів аналогії і деформації, напр.: one-upmanship (the practice of one woman trying to do better than or to prove herself superior to another woman) від one-upmanship: "Russia had already had a female cosmonaut, Valentina Tereshkova, in orbit in 1963 and, in a further show of one-up-womanship, had a second, Svetlana Savitskaya" /The Australian/; mother out-law (the mother of a person's former spouse): "Mother out-law: Scotland's weirdest wedding has been banned at the last minute. Pat Smith, had been due to marry her toyboy lover George Greenhowe, today. And George's ex-wife was to be the bridesmaid. But Scots law says a man may not marry his former wife's if his mother ex-wife is still alive /Daily Record/; wasband (a woman's ex-husband): "The bride's aunt dances with her ex-husband — he's called a 'wasband'" /The Washington Post/.

Проведене дослідження підтверджує думку про те, що сучасний медіапростір є областю спілкування носіїв різних мов та культур, взаємодією мовних просторів. Одним з провідних принципів реалізації МГ є високий ступінь інтертекстуальності. Проаналізований матеріал ілюструє тенденцію до поширення ігрового елементу в сучасній медіакомунікації й можливості мовно-ігрової концептуалізації.

Література

1. Маслова В. А. Лингвокультуроология / В. А. Маслова. — 2-е изд. — М.: Издательский

центр „Академия”, 2004. – 208 с.

2. Красных В. В. Когнитивная база и прецедентные феномены в структуре других единиц и в коммуникации / В. В. Красных, Д. Б. Гудков, И. В. Захаренко, Д. В. Багаева // Вестник МГУ. Сер.9: Филология. – 1997. – № 3. – С. 62 – 75.

3. Сниховская И. Э. Механизмы, средства и приемы языковой игры в современном английском языке: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – Житомир, 2004. – 184 с.

ФЕНОМЕН МЕРЕЖЕВОЇ ЛІТЕРАТУРИ У КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ПАРАДИГМИ

Шевчук Юлія Анатоліївна,

аспірантка кафедри філософії

Національного технічного університету України

«Київський політехнічний інститут

імені Ігоря Сікорського»

yulya05.90@gmail.com

Розвиток сучасних інформаційно-комунікаційних технологій сприяє створенню принципово нових способів пошуку, зберігання та репрезентації інформації, а також зумовлює виникнення нової соціально-комунікативної парадигми, яка формується і стрімко розвивається з розширенням сфер застосування сучасних засобів комунікації. Доступність величезної кількості різноманітної інформації перетворює і видозмінює всі процеси в культурі, а саме: урізноманітнюються сучасні культурні феномени, зростає кількість культурної продукції, з'являються нові види культурної діяльності, засновані на використанні цифрових технологій. У цьому контексті перспективним напрямком науково-дослідних розвідок є дослідження мережевої літератури як нової культурної практики та аналіз основних її характеристик. Зазначимо, що у сучасному науковому полілозі феномен мережевої літератури висвітлюється з точки зору філологічної проблематики, а філософські, естетичні та культурологічні аспекти цього явища вивчені недостатньо. За таких умов специфіка сучасної мережевої літератури потребує розгляду та залучення різних методологічних стратегій для виявлення теоретичних та практичних аспектів.

Зі стрімким розвитком нових комп'ютерних мережевих технологій та мережі Інтернет сучасний літературний текст, втрачаючи свою однорідну природу, актуалізує принципи нелінійності та поліцентричності структури та певним чином трансформується в мережеву літературу. Необхідно зазначити, що у сучасному науковому дискурсі із поняттям «мережева література» співіснують споріднені поняття «віртуальна література», «гіперлітература»,

«кіберлітература». Сучасний літературознавець К.С. Ліцарева відносить до мережевої літератури «...всі літературні тексти, розташовані в мережі, а також ті тексти, які з яких-небудь причин не можуть бути перенесені на папір або, набуваючи традиційного друкованого вигляду, втратять більшу частину художності (наприклад, звукові або візуальні образи)» [2, с. 125]. Іншими словами, мережева література характеризується залежністю тексту від сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та Інтернет-мережі, що надає можливість створення нового текстового феномену із використанням різноманітних медіаоб'єктів (зображення, відео, анімації, звуку тощо). Отже, Інтернет-середовище стає простором нових можливостей для сучасної літератури, оскільки динамізує процеси всередині літературного твору та сприяє появі нових типів творчої діяльності.

Аналізуючи специфіку мережевої літератури, репрезентованої різноманітними мережевими проектами, сучасний український дослідник С.А. Дацюк визначає, що мережеві літературні тексти вирізняються рядом характеристик. Відмінними параметрами сучасної гіперлітератури дослідник вважає віртуальність, інтерактивність, динамічність, гіпертекстовість, архівність та автоматичну обробку тексту [1]. Віртуальність мережевої літератури Дацюк пов'язує із змістом тексту та його структурою, що актуалізується через гіперпосилання, а також надає можливість вибору смислового вектору тексту. Інтерактивність як одна із відмінних рис гіперлітератури, за концепцією Дацюка, передбачає наявність зворотного зв'язку, яка впливає на змістовну складову мережових творів та можливість колективної творчості. Аналізуючи динамічність як специфіку віртуальної літератури автор пов'язує її з можливістю автоматичної обробки тексту, отриманням оперативної реакції, а відтак і з можливістю змінюватися з плином часу. Гіпертекстовість або нелінійність мережевого тексту актуалізується через гіперпосилання, за допомогою яких реципієнт може рухатися від одного фрагменту гіпертексту до іншого, що передбачає множинність маршрутів читання тексту, поліавторство та зміну функцій автора та реципієнта в означуванні літературного твору. Архівність мережевої літератури, за словами Дацюка, дозволяє зберігати інформацію на серверах, що надає можливість доступу до цієї інформації протягом тривалого часу і забезпечує оперативність пошуку та вивчення будь-якого питання. Дана характеристика гіперлітератури пов'язана із оперативною обробкою тексту, а саме, з оперативністю роботи з текстом, швидкістю репрезентації, ретроспективністю пошуку та можливістю звуження пошуку необхідної інформації в обраному масиві. Отже, мережева література як нова культурна практика характеризується мережовим способом репрезентації тексту, принциповою інтерактивністю, а також актуалізує колективну творчість через гіпертекстовий характер взаємодії у здійсненні творчого процесу. Додамо, що інтерпретація Дацюком основних характеристик сучасної мережевої літератури екстраполюється не тільки на художню літературу, але й на будь-який текст, розміщений в Інтернет-просторі.

Таким чином, залучення певних концептуальних підходів до дослідження феномену мережевої літератури дозволяє проаналізувати специфіку гіперлітератури як нової культурної практики, що проявляється у її мережовості, інтерактивності, гіпертекстовості та поліавторстві літературного твору.

Література

1. Дацюк С.А. Сетевые издания [Электронный ресурс] / Сергей Аркадьевич Дацюк – Режим доступа: http://www.uis.kiev.ua/~xyz/net_publications.html.
2. Лицарева К.С. Типологические черты сетературы. Проблема автора и читателя / Ксения Станиславовна Лицарева. // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. – 2012. Т. 2. № 2. – С. 125-127.

SYMBOLE KOLEKTYWNE JAKO ELEMENTY DYSTYNKTYWNE KULTUR

Grochowina Małgorzata

*magister Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków
grochowina.m@gmail.com*

Olender Kamil

*doktorant Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław
kamil.olender@yahoo.com*

Promotor –

doktor nauk humanistycznych, adiunkt M. Wszolek

Komunikacja interkulturowa wciąż jest stosunkowo nową dyscypliną naukową. Różnice kulturowe zaczęły być dostrzegalne dopiero w kontekście rozrastających się w wielkie korporacje firm, które rozprzestrzeniają się po świecie, zmieniając swój charakter na ponadnarodowy, a coraz częściej także międzynarodowy. Biznes międzynarodowy nie rządził się takimi samymi prawami jak ten, który był znany dotychczas, a nowych kontrahentów w żaden sposób nie dało się włożyć w dobrze znane ramy relacji interpersonalnych. Szczególną uwagę zarówno kadr zarządzających, jak i w dalszej kolejności naukowców, przykuła niemożność przełożenia wielu zasad, zachowań i reguł postępowania funkcjonujących w głównej siedzibie korporacji na oddziały rozsiane po całym świecie. Różnice te dotyczyły bardzo często tak fundamentalnych spraw, jak chociażby podejmowanie decyzji inwestycyjnych oraz podejście do ryzyka [1, s. 281]. Wtedy zdano sobie sprawę z faktu, że aby zbudować więź pomiędzy przedstawicielami różnych kultur, należy zgłębić ich cechy charakterystyczne

oraz dystynktywne, a także ich realizację w komunikacji. Niniejszy artykuł ma na celu przybliżenie wybranych badań w tym zakresie oraz przedstawienie skutecznego narzędzia, dzięki któremu można dyferencjonować poszczególne kultury za pomocą tychże elementów. W pierwszej kolejności przedstawione zostaną podstawowe teorie z zakresu kulturoznawstwa, a następnie lingwistyki aksjologicznej.

Wymiary kultury

Jedną z pierwszych, i zarazem najczęściej przywoływanych, teorii dotyczących kultur narodowych są wymiary kultury według holenderskiego psychologa społecznego – Geerta Hofstede. W swojej pracy badacz koncentrował się na zależnościach pomiędzy kulturą organizacyjną a kulturą narodową. Hofstede na przełomie lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych minionego wieku przeprowadził badania ankietowe na próbie około 116000 pracowników firmy IBM, w oddziałach znajdujących się w kilkudziesięciu krajach z całego świata. Początkowo badania obejmowały 53 kraje, natomiast po zmianach ustrojowych i terytorialnych z przełomu lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych XX wieku, obszar prac rozszerzono o kolejne 16 państw, będących wcześniej w bloku komunistycznym [2, s.76].

Zgodnie z definicją, przyjętą przez Hofstede, kultura to swego rodzaju zbiorowe zaprogramowanie umysłu danych jednostek, które odróżnia członków jednej grupy od przedstawicieli innej [3, s. 94]. Na potrzeby swoich prac holenderski psycholog doprecyzować musiał także określenie kultur narodowych, które analogicznie opisywał jako zbiorowe zaprogramowanie umysłu danej grupy ludzi, będące wynikiem dorastania i wychowywania się w określonym kraju [3, s. 74]. Badania, które przeprowadził, pozwoliły mu stworzyć matrycę, na której umieścić można każdą z badanych kultur w podziale na wskazaną cechę, a także zgodnie z natężeniem jej występowania. Matryca ta składała się początkowo z czterech następujących wymiarów:

1. dystans władzy,
2. kolektywizm – indywidualizm,
3. kobiecość – męskość,
4. unikanie niepewności.

Pierwszy z wymiarów dotyczy nie tylko podejścia społeczeństwa do rządzących, ale także do kwestii nierówności społecznych oraz hierarchii w organizacjach. Wymiar dotyczy dwóch biegunów: duży – mały dystans władzy. W kulturach zaliczanych do pierwszej z grup występuje większe rozwarstwienie społeczeństwa, nierówności są wyraźne. Dodatkowo o wiele częściej wyżej w hierarchii znajdują się osoby starsze, język jest o wiele bardziej oficjalny, a obywatele są mniej zadowoleni z życia. Do tej grupy Hofstede zaliczył m.in.: Malesję, Słowację, Gwatemalę, Filipiny, Rosję, Rumunię i Meksyk. Natomiast po drugiej stronie tego wymiary wskazane zostały: Austria, Izrael, Dania, Szwecja, Norwegia, Wielka Brytania i Niemcy.

Wymiar kolektywizm – indywidualizm dotyczy nastawienia przedstawicieli danej kultury do spraw wspólnotowych. W krajach o przewadze

indywidualizmu więzy między jednostkami są luźniejsze, a priorytetowo traktuje się głównie własną osobę i najbliższą rodzinę. Głównym celem w tych kulturach jest indywidualny dorobek i zgromadzone zasoby. O wiele wyraźniej dostrzegalny jest ekstrawertyzm oraz akceptacja różnorodności (a więc także wszelkich mniejszości seksualnych, religijnych, etnicznych, itd.). Do krajów z największym natężeniem cech indywidualistycznych Hofstede zaliczył m.in.: USA, Australię, Wielką Brytanię, Kanadę. W kulturach kolektywnych cała uwaga skierowana jest w stronę grupy, tradycji, solidarności oraz tożsamości jednostki w kontekście przynależności do społeczeństwa. Cechami charakterystycznymi w kontekście życia zawodowego są także: wyraźnie zarysowana hierarchia, nastawienie na osiągnięcie kompromisu, porozumienia, współpracę oraz unikanie konfliktów. Kraje o najwyższym wskaźniku kolektywizmu to: Japonia, Chiny, Pakistan, Tajwan, Wenezuela, Kolumbia.

Kolejny zaproponowany wymiar jest najsilniej krytykowanym w środowisku naukowym, a odnosi się do różnicowania ról poszczególnych płci. W społeczeństwach męskich role są ściśle określone, a każde odstępstwo od przyjętych norm jest negatywnie postrzegane przez innych. Do męskich cech Hofstede zalicza ukierunkowanie na zarobki, awans oraz sukces, a także dążenie do wyzwań i rywalizacji. Z kolei jako kobiece wymieniane jest dbanie o dobre relacje, poczucie bezpieczeństwa, nastawienie na współpracę. W kulturach kobiecych ważniejsi więc będą ludzie i relacje z nimi, a konflikty będą rozwiązywane poprzez kompromis i negocjacje. Jako przykład męskich kultur narodowych wymieniane są: Słowacja, Japonia, Węgry, Austria, Wenezuela, Włochy, Chiny, Niemcy, natomiast kobiecych: Szwecja, Norwegia, Holandia, Dania, Finlandia, Portugalia.

Ostatnim z podstawowej puli wymiarów jest unikanie niepewności. W krajach o wysokim stopniu unikania niepewności występuje niechęć do zachowań spontanicznych, improwizowanych, dąży się do stabilizacji, postępuje się według ściśle określonych procedur, kodeksów zachowań i regulaminów. Język przedstawicieli tych kultur cechuje funkcjonowanie sztywnych norm i form rytualnych oraz wielość formuł grzecznościowych. Do grupy państw z wysokim stopniem unikania niepewności zaliczamy m.in.: Japonię, Chiny, Grecję, Portugalię i Belgię. Przedstawiciele kultur o niskim stopniu unikania niepewności będą natomiast bardziej otwarci i tolerancyjni, będą preferować nieformalne spotkania, swobodę i improwizację oraz swego rodzaju luz językowy. Do kultur tych zaliczono: Szwecję, Danię, Singapur, USA [3, s. 58].

W dalszych pracach teorię rozszerzono o kolejne wymiary, a model w dalszym ciągu jest doskonalony i rozwijany. Najczęściej w badaniach poruszany jest piąty wymiar: orientacja długoterminowa – orientacja krótkoterminowa, dotyczący planowania i myślenia o przyszłości [3, s. 60].

Opisane powyżej podejście dotyczy kultur organizacji i badań psychologiczno-kulturoznawczych w zakresie komunikacji interkulturowej, powtórzenie których mogłoby okazać się niezwykle czasochłonne i kosztowne. W dalszej części artykułu zaprezentowane zostaną narzędzia z pogranicza

lingwistyki, aksjologii i kognitywizmu, które pozwalają rozróżnić kultury na podstawie używanego przez ich przedstawicieli języka czy dyskursu. Najpierw jednak należy zdefiniować, czym jest dyskurs.

Dyskurs

Dyskurs jest pojęciem bardzo szerokim, każdy badacz w obrębie swojej działalności naukowej ma możliwość stworzenia unikatowej, indywidualnej definicji tego zjawiska odpowiadającej celom jego pracy. Obecnie pojęcie to jest tak spopularyzowane, że często jego znaczenie zostaje zatarte a przez to jest niesłusznie nadużywane. Słownik języka polskiego definiuje dyskurs jako "dyskusję na tematy naukowe" lub „wywód przeprowadzony na zasadzie ściśle logicznego wnioskowania” [4, s. 264]. Jednak dla badań z zakresu humanistyki jest to zbyt wąskie rozumienie terminu. Nawiązując do przekonań Michaela Stubbsa i Ralpha Fasolda dyskurs może być rozumiany jako „każdy aspekt praktycznego użycia języka” [5, s. 65] oraz „każde użycie języka wychodzące poza zdanie” [6, s. 1]. Takie podejście jest związane ze stanowiskiem Michaela Fleischera, który dyskurs charakteryzuje jako pewien system znaków, interpretantów oraz reguł i norm go organizujących. System ten jest właściwy dla przedstawicieli określonej formacji kulturowej i stanowi o jej specyfice. Dyskurs stanowi dyferencyjną reprezentację cech, które zostają zobrazowane przy pomocy znaków. Jest on uwarunkowany kulturowo i nierozdzielnie związany ze sposobem wypowiadania się danej subkultury oraz tego jak zabiera ona głos w kulturze i zabezpiecza swoją spójność. Poprzez generowanie nowych materiałów i modyfikacje tych zastanych kreuje on kulturową rzeczywistość. Dyskurs realizuje te funkcje zarówno w odniesieniu do wybranej subkultury jak i suprasystemu kultury narodowej (jednostkowej). Zapewnia on wyróżnienie jednych subkultur od innych oraz przy pomocy dyskursów specjalistycznych jest on odpowiedzialny za interferencje subkulturowe [7, s. 345 – 349].

Wymiar aksjologiczny w językoznawstwie

Badania wybranego dyskursu dotyczyć mogą licznych aspektów, na potrzeby niniejszego artykułu omówione zostaną te, które związane będą z przestrzenią aksjologiczną. Słownik Języka Polskiego PWN przytacza sześć definicji leksemu „wartość”, jednak na potrzeby niniejszego artykułu, przyjęta zostanie tylko jedna z nich: „zasady i przekonania będące podstawą przyjętych w danej społeczności norm etycznych” [8].

W lingwistyce wskazać można 3 najczęściej stosowane metody, dotyczące badania, semantyzowania i hierarchizację wartości, którymi posługują się użytkownicy danego języka:

a) metody wychodzące od analizy „uniwersalnego” systemu wartości oraz ich opozycji (nazywanych często antywartościami), których głównymi reprezentantami na gruncie polskiej nauki są Janina Puzyninai Tomasz Krzeszowski [9].

b) metody aplikujące badania empiryczne (sondażowe, ankietowe), które stosuje Michael Fleischer w szerzej opisywanych poniżej publikacjach

związanych z symboliką kolektywną,

c) metody badające korpusy tekstów, reprezentowane w Polsce głównie przez Jerzego Bartmińskiego [10].

Semantyzacje wartości

W dalszej części artykułu zaprezentowane zostaną prace Michaela Fleischera dotyczące teorii komunikacji i symboli kolektywnych. Wychodząc od konstruktywistycznej teorii komunikacji, badacz zauważa, że definicja słowa „wartość” ma swoje korzenie zarówno w komunikacjach jak i systemie społecznym. Wartości mają charakter predykatu, czyli określenia, które może zostać przypisane dowolnemu obiektowi przez kogoś, kto tę wartości przypisze [11, s. 5 – 6]. Fleischer wychodzi od definicji wartości według Talcotta Parsonsa, który stwierdza, iż są one „konceptjami tego, co pożądane/tego, czego sobie życzymy” [12, s. 26]. Amerykański socjolog dokonuje także dyferencjacji norm i wartości. Pierwsze odnosiły się do wypowiedzi dotyczących zachowań, drugie – tematu stanów [12, s. 26 – 27].

Próbując sprawdzić, jak semantyzowane jest słowo „wartość”, Fleischer w 2008 roku przeprowadził badanie ankietowe na losowej próbie mieszkańców Dolnego Śląska. Jego celem było zrozumienie pojęcia wartości, poznania sposobu ich funkcjonowania, a także wskazanie ich manifestacji. Wyniki badania pokazały, że respondenci najczęściej definiują wartości poprzez nazywanie ich (m. in. miłość, rodzina, uczciwość, dobro). W odpowiedziach można jednak odnaleźć takie komponenty definicyjne jak: normy, zasady, rzeczy ważne i cele. Respondenci stwierdzili także, że wartości służą do porządkowania świata oraz utrwalania norm zachowań (czyli tego, w jaki sposób powinno się żyć) [11, s. 33 – 76].

Szerzej tematem wartości i ich hierarchizacji Fleischer zajmuje się w swoich pracach dotyczących tzw. symboli kolektywnych, które są częścią jego autorskiej teorii komunikacji.

W literaturze naukowej można spotkać także inne sformułowania nazywające wartości konstytuujące dane kultury, m.in.: „słowa sztandarowe” Walerego Pisarka, „słowa – klucze kultury” Jurija Łotmana, „kulturemy” Alicji Nagórko [13, s. 99 – 110]. Wszystkie te kategorie mają wiele wspólnych cech, reprezentują jednak różne paradygmaty i teorie.

Nie da się jednak zdefiniować symboli kolektywnych bez opisanie ogólnej teorii komunikacji zaproponowanej przez Fleischera. W badaniach analizujących koncepty komunikacyjne badacz lokuje wartości w obszarze konstruktywów stabilizujących [14]. Autor „Ogólnej teorii komunikacji” zakłada istnienie trzech systemów: biologicznego, fizycznego oraz społecznego. Wszystkie elementy systemu są ze sobą powiązane, tak więc aby omówić symbole kolektywne, należy najpierw usieciować je w systemie, skupiając się na mechanizmach zachodzących w systemie społecznym. Fleischer wychodzi na poziomie systemu społecznego od stratyfikacji na grupy społeczne, supragrupy i społeczeństwa. Wszystkie te formacje produkują komunikacje, pośród których badacz wyróżnia

quasi-dyskursy, dyskursy i interdyskursy. Wspólne funkcje wynikają z faktu, iż komunikacja jest mechanizmem funkcjonującym w systemie społecznym, natomiast system społeczny jest nośnikiem komunikacji [15, s. 243]. Przez grupy społeczne Fleischer rozumie rodziny, grupy przyjaciół, grupy studenckie itd., które łączy wspólny cel i które wewnętrznie produkują elementy dyskursów i quasi-dyskursy. Opisane formacje zwykle są raczej nieliczne, niestabilne i ograniczają się do ściśle określonej przestrzeni. Supragrupy składają się z grup społecznych, podobnych do siebie pod względem zachowań, norm i reguł. Konstytuują i są konstytuowane przez dyskursy, są stabilne i niezdefiniowane pod względem przestrzeni, w której przebywają. Najwyżej w zaproponowanej hierarchii znajdują się społeczeństwa, które złożone są z supragrup. Fleischer zauważa jednak, że termin ten nie jest tożsamy z pojęciem narodu. Społeczeństwa są bardzo stabilne i funkcjonują w ściśle określonej przestrzeni. Reasumując powyższe rozważania, grupy społeczne i supragrupy tworzą komunikacje (a dokładniej poszczególne dyskursy), a następnie społeczeństwa powielają odpowiednie dyskursy: quasi-dyskursy (dla grup społecznych), dyskursy, w skład których wchodzi także dyskursy specjalistyczne (dla supragrup) i interdyskurs (dla społeczeństw). Zadaniem interdyskursu jest pośredniczenie i integracja pomiędzy poszczególnymi supragrupami. Za hierarchie norm i wartości odpowiednią dla wybranego dyskursu odpowiadać będzie dyskurs specjalistyczny funkcjonujący w obrębie danego programu komunikacji (gospodarka, religia, wojsko, prawo, polityka itd.). Symbole kolektywne i dyskursowe są natomiast istotnymi elementami dyskursów. Fleischer definiuje je jako jednostki funkcjonalne, posiadające wyraźnie pozytywne lub negatywne asocjacje (a więc jednostki wartościujące) oraz wykazujące określone znaczenie komunikacyjne i reprezentujące konkretny system wartości, będący manifestacją danej kultury. Symbole kolektywne dotyczą całych społeczeństw, kultur jednostkowych, a więc funkcjonują w interdyskursie, natomiast symbole dyskursowe występują na poziomie dyskursów i supragrup [15, s. 250 – 256]. Jedną z najważniejszych funkcji symboli kolektywnych jest dywersyfikacja społeczeństw, gdyż znajomość i jednakowa interpretacja tych samych symboli kolektywnych jest jedną z cech dystynktywnych kultur. Odwoływanie się w dyskursie do symboli kolektywnych może służyć zabiegom retorycznym, perswazyjnym, a nawet manipulacyjnym. Dokładność semantyzacji danych symboli, czyli to, jak bardzo wyraźnie zakotwiczone będą w systemie społecznym, może nadawać im funkcje manipulacyjne w komunikacjach. Im niższy poziom zakotwiczenia danego symbolu w interdyskursie, tym łatwiejsze będzie przypisanie mu szeregu wyselekcjonowanych atrybutów nadających mu nowy wymiar semantyczny [15, s. 324 – 335].

Badania nad symboliką kolektywną Fleischer prowadził równolegle w trzech krajach: w Polsce, Rosji i w Niemczech, w latach 1993-2000. Badanie składało się z trzech etapów. Pierwszy zakładał uzyskanie listy ważnych z poziomu kultury narodowej wyrazów, które posiadają pozytywne lub negatywne konotacje, a więc te, które mogłyby pełnić funkcje symboli kolektywnych.

Drugi etap nawiązywał do wcześniejszych badań prowadzonych przez Walerego Pisarkę na temat słów sztandarowych Polaków [16], a więc celem tej części było przydzielenie danemu słowu wartości dodatniej lub ujemnej w skali od +100 do -100, w celu poznania natężenia danej cechy. Ocenie poddanych zostało 50 leksemów najczęściej występujący w pierwszym etapie badania. Wyrazy ułożone były w kolejności alfabetycznej, aby nie sugerować żadnej kolejności, poza neutralną. W trzecim etapie te same 50 słów poddanych zostało semantyzacji [15, s. 128 – 237].

Wyniki przeprowadzone w 2000 roku potwierdziły stabilność polskiej symboliki kolektywnej, z drobnymi jedynie modyfikacjami wynikającymi często ze zmian społecznych i ustrojowych w Polsce oraz w Europie [17, s. 46 – 49].

W pierwszym etapie ankiety respondenci wśród najważniejszych słów i wyrażeń najczęściej wymieniali: miłość, przyjaźń, rodzinę, kłamstwo, tolerancję, pracę, bezrobocie, demokrację, uczciwość, dobroć i wolność. Zadaniem ankietowanych na drugim etapie badania było przyznanie oceny poszczególnym słowom. Tym sposobem można było utworzyć hierarchię wyrazów najbardziej pozytywnych i najbardziej negatywnych konotacyjnie. Na początku listy rangowej, dotyczącej pozytywnych asocjacji, znalazły się: miłość, rodzina, dom, wolność, przyjaźń, Bóg, dziecko, uczciwość, słońce, prawda, sprawiedliwość i wierność. Najbardziej negatywne konotacje wykazywały natomiast: wojna, chamstwo, totalitaryzm, bezrobocie, nietolerancja, egoizm, komunizm, polityka i lewica. W stosunku do ankiety z 1993 roku pojawiły się tylko niewielkie odchylenia, m.in. obniżona została pozycja słowa „wolność”, które na początku lat dziewięćdziesiątych było najbardziej pozytywnie ocenianym hasłem, dodatkowo w rankingu pojawiły się słowa: Bóg, dziecko, słońce, polityka nieobecne w pierwszym badaniu [17, s. 62 – 95].

Podsumowanie

Konkludując, celem niniejszego artykułu było zaprezentowanie możliwości wykorzystania lingwistycznych narzędzi w badaniach nakierowanych na dywersyfikację kultur. Jednym z takich narzędzi jest badanie wartości i symboli kolektywnych, którymi posługują się członkowie danych kultur w komunikacjach. Dzięki takim analizom można o wiele dokładniej określić cechy dystynktywne nie tylko danych kultur narodowych, ale także supragrup funkcjonujących w obrębie społeczeństwa. Podejście to pozwala na odejście od nie zawsze adekwatnych generalizacji dotyczących poszczególnych narodów, umożliwiając tym samym ich dokładniejszą wewnętrzną stratyfikację.

Bibliografia

1. M. Czerwonka, *Charakterystyka wskaźników modelu kulturowego Hofstede*, [w:] *O nowy ład finansowy w Polsce. Rekomendacje dla animatorów życia gospodarczego*, red. Ostaszewski J., Warszawa 2015, s. 281
2. G. Hofstede, *Kultury organizacyjne*, Warszawa 2000, s. 32-46
3. G. Hofstede, G. J. Hofstede G., *Kultury i organizacje*, Warszawa 2007, s. 17-24.
4. hasło: *dyskurs*, [w:] *Słownik języka polskiego*, pod red. W. Doroszewskiego.
5. R. Fasold, *Sociolinguistics of Language*, Oxford: Blackwell, 1990.

6. M. Stubbs, *Discourse Analysis*, Oxford: Blackwell, 1981.
7. M. Fleischer, *Teoria kultury i komunikacji*, Wrocław 2002.
8. hasło: *leksem*, [w:] *Słownik Języka Polskiego PWN* [online].
9. zob. J. Puzynina, *Typologie wartości* [w:] *Język wartości*, Warszawa 1992.
10. zob. J. Bartmiński red., *Język. Wartości. Polityka. Zmiany rozumienia nazw wartości w okresie transformacji ustrojowej w Polsce. Raport z badań empirycznych*, Lublin 2006.
11. M. Fleischer, *Wartości w wymiarze komunikacyjnym*, Łódź 2010.
12. T. Parsons, *Grundzüge des Sozialsystems*, [w:] T. Parsons, *Zur Theorie sozialer Systeme*, Opladen, cyt. za: M. Fleischer, *Wartości w wymiarze komunikacyjnym*, Łódź 2010.
13. A. Dąbrowska, *Współczesne problemy lingwistyki kulturowej*, [w:] M. Czermińska red., *Polonistyka w przebudowie : literaturoznawstwo - wiedza o języku - wiedza o kulturze - edukacja : Zjazd Polonistów Kraków, 22-25 września 2004. T. 2*, Kraków 2005.
14. Zob. M. Fleischer, *Koncepty – elementy sterujące komunikacji*, Wrocław 2008.
15. M. Fleischer, *Ogólna teoria komunikacji*, Wrocław 2007.
16. zob. W. Pisarek, *Współczesne słowa sztandarowe w Polsce i ich publiczność*, [w:] *Zeszyty Prasoznawcze* R. XXXIII, Nr 1-2.
17. M. Fleischer, *Polska symbolika kolektywna*, Wrocław 2003.

NOWOCZESNE METODY NAUCZANIA PIERWSZEJ POMOCY

Witkowski Grzegorz

Student

Instytut Zdrowia Publicznego

Wydział Lekarski i Nauk o Zdrowiu

Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach

grzesiek_wit@icloud.com

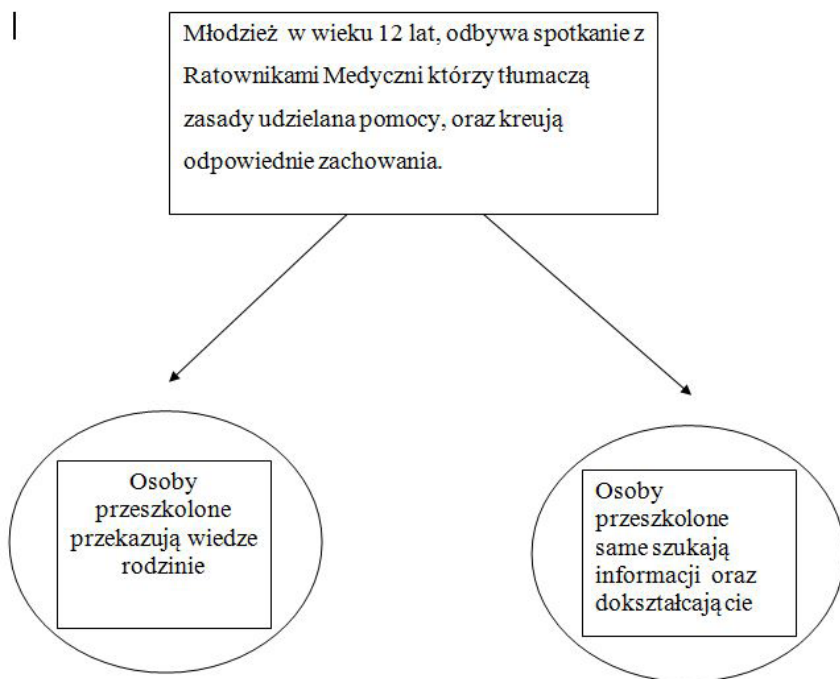
Streszczenie

Nauczenie pierwszej pomocy okazuje się przynosić efekty w postaci zwiększenia przeżywalności w nagłym zatrzymaniu krążenia. Jednak należy cały czas podnosić umiejętności oraz liczbę osób przeszkolonych. Staje się to coraz trudniejsze, w związku z czym należy wdrażać najnowsze metody nauczania. Przykładem nowoczesnego nauczania mogą być portale społecznościowe.

Każdego dnia tracimy czas bezmyślnie patrząc się w teflon. Czas ten może być spożytkowany na poznawanie zasad pierwszej pomocy. W takich działaniach zastosowanie znajdują proste i przejrzyste schematy które przykuwają naszą uwagę, jednocześnie przekazując najważniejsze informacje.

Wstęp

Świat który nas otacza nabiera coraz większego tempa, każdy człowiek poświęca coraz więcej czasu na naukę, na pracę, niejednokrotnie poświęcając swoje zdrowie. Jesteśmy świadkami częstego występowania chorób takich jak otyłość, cukrzyca, czy niewydolność serca, które obecnie nazywane są chorobami cywilizacyjnymi. Przypadków wystąpienia incydentów choroby jest coraz więcej, prognozy oraz badania potwierdzają tendencję wzrostową. Jest to bardzo niepokojące zjawisko, ponieważ osoby chore są w grupie wysokiego ryzyka, wystąpienia stanów nagłych. Okazuje się że niewielka ilość osób wykazując chęć podjęcie resuscytacji krążeniowo oddechowej, jako główny czynnik strachu wykazując możliwość infekcji, obawa przed niewłaściwie przeprowadzonym RKO (Resuscytacja Krążeniowo- Oddechowa), oraz możliwość późniejszej odpowiedzialności prawnej[3, s. 14] Słowem wyjaśnienia, prawo odpowiedzialności w przypadki udzielaniu pierwszej pomocy ustalone jest na poziomie kraju, na przykładnie polski, odpowiedzialnością karną obarczona jest tylko osoba nie udzielająca pierwszej pomocy. Kara przewidziana do takiej osoby to nawet do 2 lat pozbawienia wolności, jednak za udzielenie pomocy uważa się już wezwanie pogotowia ratunkowego. Oczywiście istnieje również pewnego rodzaju obawa przed wystąpieniem osoby której udzielaliśmy pomocy o zadośćuczynienie powikłań resuscytacji jakimi są na przykład złamania żeber, jednak są to bardzo rzadkie incydenty, oraz niemal w stu procentach oddalające wszelkie roszczenia. posilkując się wytycznymi europejskiej rady resuscytacji, można zauważyć jak wielki nacisk kładzie się na odpowiednie reagowanie w sytuacji zagrożenia. Źródło to podaje że obecnie forma łańcuch przeżycia została zaadaptowana do łańcucha przetrwania[8, s 354]. Gdzie największą uwagę zwraca się na efektywne nauczanie laików czyli osób nie posiadających wykształcenia medycznego jak i pracowników ochrony zdrowia. Więc poprawa przeżywalności uważane jest jako główny cel, gdzie sama wysokiej jakości oraz rzetelna wiedza okazują się mieć mniejsze znaczenie. Główny nacisk kładzie się na najprostsze reakcje, świadków zdarzenia, oraz natychmiastowe, podjęcie czynności ratunkowych. Kolejny filar na który kładzie się ogromny nacisk jest to nauczanie poza merytoryczne, a więc tak zwanych umiejętności miękkich, komunikacji, czy współpracy. Osoby które powinny być głównymi odbiorcami takich szkoleń scharakteryzowani są jako około 12 letnia młodzież, ponieważ badanie naukowe dowodzą że to właśnie u takich osób prosto można wykreować poczucie obowiązku pomocy. Przekazywanie wiedzy osobą w takim wieku ma jeszcze jedną bardzo dużą zaletę. Kiedy już zainteresują się pierwszą pomocą, zaczną same poszukiwać informacji, co więcej osoby najmłodsze mają dobry kontakt z rodzicami, przez co rodzice również dostaną pewną dawkę informacji od swoich dzieci[2, s 366].



Schemat.1. Pożądane skutki nauczania pierwszej pomocy- schemat

Opracowanie: Opracowanie własne na podstawie Nielse AM, Isbye DL, Lippert FH, Rasmussen LS. Can mass education and a television compaign change the attitudes towards cardiopulmonary resuscitation un a rural community? Scandinavian jurnal of trauma, resuscitation and emergency medicine 2013;21:39.

Co powinien zawierać kurs pierwszej pomocy

Przeprowadzenie kursu pierwszej pomocy jest bardzo trudną i wymagającą sztuką, trzeba tak prowadzić zajęcia aby przekazać rzetelną oraz aktualną wiedzę. Dużą uwagę należy zwrócić umiejętności praktyczne uczestników. A więc można wyznaczyć niezbędne przyrządy takie jak:

- Fantom do RKO
- Szkoleniowy defibrylator automatyczny AED
- Torba R1 z całym wyposażeniem
- Jednorazowa maska do sztucznego oddychania

Jest to zestaw który powinien znajdować się na każdym kursie pierwszej pomocy, oczywiście mowa tu o podstawowym kursie pierwszej pomocy. Ponieważ pierwszą pomoc można podzielić na kilka szczebli, ograniczonych głównie przez ramy czasowe kursu. Jako najważniejsze i niezbędne elementy programu[2 , s 367]:

- Wzywanie pomocy
- Aspekty prawne udzielania pierwszej pomocy
- Bezpieczeństwo podczas udzielania pierwszej pomocy
- Wywiad z poszkodowanym
- Ocena oddechu
- Łącuch ratunkowy
- Ocena stanu poszkodowanego (ćwiczenia)
- Ocena przytomności
- Udrożnienie dróg oddechowych
- Ocena oddechu
- Ocena oznak krążenia
- Ewakuacja

Elementy te należą do podstawowego kursu pierwszej pomocy, ważne jest aby informacje te były przedstawione w sposób ciekawy oraz przystępny. Nie należy opierać się wyłącznie na informacjach książkowych, warto również odwoływać się do sytuacji z życia. Badania dowodzą że dużo łatwiej przyswajamy informacje jeżeli wiążą się z nimi jakieś emocje. Ważne jest też aby było odpowiednio dużo praktyki, ciężko nam zapamiętywać, samą teorię zwłaszcza jeżeli styczność z pierwszą pomocą mamy tylko podczas krótkiego kursu. Podczas nauki uciskania klatki piersiowej można wykorzystać specjalnego fantom, pokazującego, jak mocno uciskamy klatkę piersiową, czy po uciśnięciu występuje faza rozluźnienia, oraz czy prędkość uciskania jest zgodna z zaleceniami (100-120 uciśnięć) w ciągu minuty. Do treningu uciśnięć można posłużyć się urządzeniem które wyznacza odpowiednie tempo poprzez pikanie, jednak urządzenia te może negatywnie wpływać na głębokość uciśnięć, oraz okres.

Obrazowanie zasad funkcjonowania ludzkiego organizmu przy pomocy rekwizytów

Od bardzo dawna wiadomo że dużo łatwiej nauczyć się z czegoś co widzimy, możemy w namacalny sposób zobaczyć, poczuć a w konsekwencji zapamiętać. Każdy z nas bardziej skupia swoją uwagę oraz wykazuje zaciekawienie, kiedy widzimy coś nowego, coś z czym nie mieliśmy wcześniej styczności. Bardzo ciekawym rozwiązaniem może okazać się fantom zawierający elementy ludzkiego ciała. Serce można wykonać przy użyciu drukarki 3D, będzie wtedy bardzo zbliżone do rzeczywistego serca. W ten sposób łatwo można pobudzić wyobraźnię kursantów. Skuteczne może okazać się przedstawienie serca człowieka jako pompy, która tłoczy krew do wszystkich narządów. Dając rzeczywisty obraz jak powinno się uciskać klatkę piersiową. Do nauczania pierwszej pomocy można również wykorzystać, nowoczesne okulary „OKULUS” na których będzie wyświetlana sytuacja gdzie widzimy osobę nieprzytomną. Wcielamy się w rolę świadka tego zdarzenia, oczywiście wszelkie czynności które będą wyświetlane są już z góry zaplanowanej, jednak

w sytuacji kiedy zobaczymy rzeczywisty przebieg akcji. Mogąc jednocześnie kierować wzrok na dowolne miejsce, oraz widząc bardzo realny obraz, wiele łatwiej zapamiętamy czynności które wykonywaliśmy w symulacji. Oraz co również bardzo ważne będziemy mogli zobaczyć jak wygląda ratowanie życia, oraz opieka nad takimi pacjentami. Nie będziemy wtedy bazować tylko na opowieściach i teorii, ale poniekąd sami będziemy świadkami takiego zdarzenia. Użycie wizualizacji czynności ratujących życie ma bardzo duże znaczenie w nauczaniu jeśli mowa o dzieciach i młodzieży[2, s 367]. Obie grupy wiekowe bardzo dużo czasu spędzają w wirtualnej rzeczywistości, przez co pokazanie im pierwszej pomocy w takim charakterze może ich zaintrygować, albo nawet zmobilizować do częstszego uczestnictwa w kursach. A jak to było wspomniane wcześniej aby poprawić przeżywalność w NZK(nagłym zatrzymaniu krążenia) należy w jak najkrótszym czasie zareagować, rozpoznać oraz zacząć resuscytację. Zaintrygowanie dzieci, przekazują informację swoim rodzicom i najbliższej rodzinie, przez co pierwszą pomoc umie nie tylko osoba uczestnicząc w szkoleniu ale również inne osoby.

Forma wizualizacji jest bardzo ważna jednak nie należy jej nadużywać, ponieważ może okazać się że tym sposobem zaniedbamy część praktyczną. Standardowe przygotowane prezentacje okazują się wiele mniej skuteczne, mało absorbujące uczestników oraz często nudne.

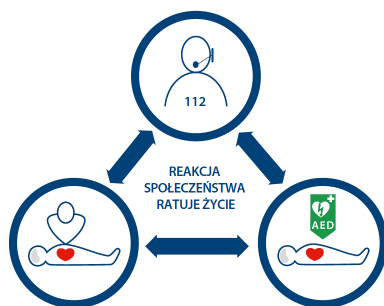
Dopasowanie formy zajęć do grona odbiorców stanowi również duże wyzwanie. Nie każdy kurs będzie prowadzony tak samo, należy go odpowiednio przygotować do grona odbiorców. Podział odbiorców ze względu na wiek nie zawsze okazuje się najlepszy, jednak można przyjąć że do osób starszych lepiej będą trafiać realne informacje. Przedstawione za pomocą zestawień, wykresów, czy związków przyczynowo skutkowych. Te same informacje przedstawione w gronie młodzieży okażą się odpychające, i zniechęcające uczestników kursu. Posiłkując się doświadczeniem w prowadzeniu kursów, dwie grupy w których różnica wieku uczestników szkolenia to zaledwie jeden rok okazują się skrajnie różnym podejściem i wymaganiami kursantów [4, s 38]. Dla tego bardzo ważne okazuje się przygotowanie kursu w taki sposób aby to sami uczestnicy wybierali w jakim kierunku pójdziemy. Nie znaczy to że uczestnicy mogą sami wybrać treść której będą się uczyć, ale fakt że to kursanci sami pokarzą w jaki sposób przekazywanie treści trafi do nich najlepiej. W przypadku kursów prowadzonych dla najmłodszych, trzeba wziąć pod uwagę zdolności skupienia się takich osób. Jest ona zazwyczaj znacznie krótsza niż u osób dorosłych, dla tego zajęcia powinny być prowadzone w sposób energiczny, szybki, ze zmienną akcją. Znaczące umiejętności prowadzącego kursu, ponieważ wiedza merytoryczna to zaledwie część z nich. Umiejętność improwizacji oraz odpowiedni kontakt z grupą, są bardzo ważne. Prowadzący powinien przełamać bariery pomiędzy kursantami, wprowadzić luźną atmosferę, pozwalającą na naukę, ale także nie powinien pozwolić grupie na przejęcie kontroli.

Wykorzystanie Internetu do nauczania pierwszej pomocy

Codziennność w jakiej żyjemy daje nam ogromne możliwości dzięki dostępowi do Internetu. Jest to źródło wiedzy, rozrywki, miejsce spotkań, a nawet miejsce nawiązywanie nowych znajomości. Internet można wykorzystać jako skuteczny środek nauczania odpowiednich postaw ratowniczych. Można wyróżnić kilka sposobów działania w Internecie:

- Pozyskiwanie nowych kursantów na kursy stacjonarne, poprzez różne portale
- Używanie mediów społecznościowych do udostępniania treści o charakterze naukowym,
- Udostępnianie nagrań z szkoleń, kursów,
- Tworzenie webinarów o tematyce pierwszej pomocy,

Jest to zaledwie część jakie daje nami Internet, osoby które będą zdobywać wiedzę o pierwszej pomocy w taki sposób, co prawda nie będą umieli prowadzić efektywnej resuscytacji jednak głównym celem działalności w Internecie może okazać się wykreowanie postawy, świadomego człowieka. Zgodnie z wytycznymi Europejskiej rady resuscytacji, należy uświadomić ludzi jak ważna jest ich pomoc. Często świadkowie wypadku czy innego zdarzenia nie podejmują żadnej czynności w celu zażegnania problemu[1 , s 19]. Nauczanie pierwszej pomocy rozpoczyna się już w momencie kiedy ktoś z odbiorców będzie wiedział jak prawidłowo wezwać pomoc. Używając platformy internetowej, udostępniamy wcześniej przygotowane szkolenie, trwające około 5-8 min, zawierające zaledwie pewną część, małą dawkę pierwszej pomocy. Czas filmiku okazuje się nie być obojętny, najchętniej oglądane filmy przez użytkowników Internetu mają właśnie taką długość. Należy mieć świadomość że w tak krótkim czasie nie da nauczyć się pierwszej pomocy[2 , s 367]. Celem jest zaciekawienie. Kolejne filmiki w bardzo podobnych ramach czasowych powinny być systematycznie udostępniane na przykład raz w ciągu tygodnia o stałej porze. Równolegle z tworzeniem filmów na platformie internetowej należy użyć portali takich jak facebook czy twitter do udostępniania nagranej treści. Odpowiednim zachowaniem okazuje się nawiązywanie interakcji, między społecznością internetową, udostępnianie pytań czy, tworzenie konkursów internetowych.



Schemat.2. Reakcja społeczeństwa ratuje życie

Źródło: Monsieurs K G, Nolan J P, Bossaert LL, i inni. Podsumowanie Komitetu Wykonawczego ERC. Pod redakcją naukową prof. dr. hab. Janusz Andreas Kraków 2015

Tworzenie Interaktywnych filmów cieszy się również ogromnym zainteresowaniem. Osoba wciela się w pewną wirtualną postać, oglądając filmik co jakiś czas pojawia się opcja

wyboru drogi, czy czynności którą trzeba wykonać. Każdy wybór ma pewne konsekwencje, wybierając inną drogę zmieniamy całkowicie przebieg zdarzeń. Symulacja taka trwa około 10-15 minut, jednak ciekawie przygotowana zapewnia zabawę na 40 minut. Oczywiście ta zabawa, uczy nas pierwszej pomocy, bo właśnie to jest tematem powstałych filmów. Udostępniając takie treści, oraz nawiązując odpowiednie relacje z publicznością, jesteśmy w stanie przyciągnąć uwagę wielu odbiorców. Którzy nabierają przekonania że treści promowane przez nas są słuszne i każdy powinien się z nimi zapoznać. Jest to najlepszy moment na wprowadzenie oferty szkolenia stacjonarnego, ponieważ w Internecie możemy doskonale przekazać wiedzę teoretyczną. Pierwsza pomoc a zwłaszcza resuscytacja krążeniowo oddechowa ma to do siebie, że tylko przy pomocy ćwiczeń praktycznych jesteśmy w stanie się jej nauczyć.

Tworzenie prostych schematów postępowanie

Wychodząc co cztery lata wytyczne rady resuscytacji opierają się w dużej mierze na prostych i przejrzystych schematach postępowanie. Nie jest to działanie przypadkowe, chodzi o to aby przyciągnąć uwagę, a zarazem stworzyć prosty przejrzysta schemat. Jak przykład może posłużyć łańcuch przeżycia.



Schemat.3. Łańcuch przeżycia

Źródło: Monsieurs K G, Nolan J P, Bossaert LL, i inni. Podsumowanie Komitetu Wykonawczego ERC. Pod redakcją naukową prof. dr. hab. Janusz Andreas Kraków 2015

Składający się z 4 nachodzących na siebie okręgów, każdy z nich określa pewne czynności które są bardzo ważne w przypadku działań ratowniczych. Działając w sytuacji zagrożenia życia będą towarzyszyły nam wielkie emocje. Schemat który zostanie nam w głowie, może stanowić bardzo dobre oparcie. Doda nam pewności że robimy coś zgodnie z zaleceniami. Schematy znajdują swoje zastosowanie również w mediach społecznościowych. Poprzez swoją prostotę przyciągają wzrok potencjalnego ratownika, a informacje zawarte w schemacie pozwalają w łatwy sposób zapamiętać sposób postępowania.

Podsumowanie

Codziennie możemy spotkać się z sytuacjami zagrożenia życia, dla tego tak ważne jest aby tworzyć świadome, empatyczne społeczeństwo. Które podejmie akcję ratowania życia i zdrowia obywateli. Dla tego tak ważne okazuje się ciągle doskonalenie metod nauczania pierwszej pomocy. Nie każdy jeszcze zdaje sobie sprawy ile sam może zmienić. Metody nauczania takie jak symulacje zdarzeń, praca przy wyspecjalizowanych fantomach, czy poznawanie anatomii ludzkiego ciała, pobudzają, oraz zachęcają. Każdy kto będzie uczestniczył w kursie pierwszej pomocy powinien wyciągnąć z tego jak najwięcej. Ale głównym celem instruktora okazuje się nie być przekazanie jak największego zasobu teorii. Istotą uczestnictwa w zajęciach pierwszej pomocy jest wykreowanie odpowiednich postaw, przekazanie podstaw wiedzy oraz wykreowanie świadomości. Każdy z nas może uratować życie człowieka, nie potrzebujemy do tego super mocy, ani ogromnych pieniędzy. Wystarczy znać podstawowe zasady udzielania pierwszej pomocy. Oraz uwierzyć w swoje własne możliwości. Każdy może dać od siebie coś dobrego, jednak należy przyjąć odpowiednią postawę .

Bibliografia:

1. Bednarczyk I, Rudak L. PODATNOŚĆ PRZEDMIOTÓW AKADEMICKICH NA E-NAUCZANIE. Uniwersytet Warszawski
2. Greif R, Lockett A, S Conaghan P, i inni. NAUCZANIE I IMPLEMENTACJA RESUSCYTACJI. Pod redakcją naukową prof. dr. hab. Janusz Andreas Kraków 2015
3. Konecki T K. Wizualna Teoria Ugruntowana. NAUCZANIE TEORII UGRUNTOWANEJ PRZY POMOCY OBRAZÓW I ANALIZY WIZUALNEJ Uniwersytet Łódzki - Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny
4. Kwaśnicki W. DYNAMIKA SYSTEMÓW JAKO METODA NAUCZANIA Symulacja komputerowa w nauczaniu ekonomii pod red. Edwarda Radościńskiego Polskie Towarzystwo Symulacyjne, 1998
5. Michałowska D. EDUKACJA PROZDROWOTNA – PODEJŚCIA, MODELE, METODY. PRZEGLĄD TERAPEUTYCZNY NR 4/2008
6. Monsieurs K G, Nolan J P, Bossaert LL, i inni. PODSUMOWANIE KOMITETY WYKONAWCZEGO ERC. Pod redakcją naukową prof. dr. hab. Janusz Andreas Kraków 2015
7. Nielsen AM, Isbye DL, Lippert FH, Rasmussen LS. CAN MASS EDUCATION AND A TELEVISION CAMPAIGN CHANGE THE ATTITUDES TOWARDS CARDIOPULMONARY RESUSCITATION IN A RURAL COMMUNITY? Scandinavian journal of trauma, resuscitation and emergency medicine 2013;21:39.
8. Zideman D A, De Buck ED.J, Singletary E M, i inni. PIERWSZA POMOC. Pod redakcją naukową prof. dr. hab. Janusz Andreas Kraków 2015

ROZWÓJ WŁASNOŚCI ZIEMSKIEJ W XV I XVI WIEKU STRUKTURA SPOŁECZNA OSADNIKÓW PODLASKICH SZLACHTA W ŚWIEŹLE-ŹRÓDEŁ

Lachowska Anna

*Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy
aniajanowko@wp.pl*

Wstęp

Poddając omówieniu rozwój własności ziemskiej oraz strukturę społeczną osadników zamieszkujących ziemie Podlasia w XV i XVI wieku należy na wstępie wskazać pochodzenie etniczne kolonistów. Zaznaczyć trzeba, że kolonizacja ziem Podlasia postępowała z każdego kierunku geograficznego. Od zachodu przybywali osadnicy mazowieccy, którzy posuwając się na północ, wśród arterii wodnej Biebrzy, znaleźli dogodnie miejsce pod osadnictwo. Zwraca się uwagę, że szlachta mazowiecka, przybywała na te tereny niejednokrotnie z najdalszych krańców księstwa mazowieckiego [2, s. 42-44; 8, s. 36; 9, 30-31; 20, s. 115].

Z północnego wschodu prowadzone było osadnictwo litewskie wzdłuż sieci wodnej rzeki Niemna i Szesupy, dając początek osadom pochodzenia litewskiego. Osadnictwo ruskie skupiało się natomiast wzdłuż sieci rzecznej Bugu, postępując na te tereny od południowego-wschodu, aby w XVI wieku wykroczyć poza rzekę Narew. Osadnictwu temu z pewnością sprzyjało uspokojenie się burzliwej sytuacji oraz stabilizacja na tych ziemiach [2, s. 31; 9, s. 53; 20, s. 115-116, 124, 127].

W okolicach rzeki Nurzec oraz arterii wodnej Bugu, począwszy od XIII wieku kumulowało się stare osadnictwo ruskie, asymilujące się z osadnikami pochodzenia mazowieckiego. Reszta ziem stanowiła tereny puszczańskie, będące pustką osadniczą. Największe nieskolonizowane terytorium znajdowało się wśród takich cieków wodnych jak Narew, Supraśl czy Biebrza [20, s. 122, 130].

Przemieszczenie ludności następowało również na drodze migracji osób różnej narodowości za sprawą szlachciców, którzy po otrzymaniu ziemi na Podlasiu przenosili ludność z innych swych dóbr, będących przykładowo na Litwie, Rusi czy Mazowszu. Tak było między innymi w przypadku poddanych rodu Gasztołdów. W wyniku tego rodzaju migracji przybywała na tereny Podlasia ludność ruska, litewska i mazowiecka. Mieszaly się one ze sobą nawzajem [20, s. 125].

W ziemi goniądzkiej spotykamy żywioł polski – reprezentowany przez ludność mazowiecką – oraz ruski i litewski. Ci ostatni reprezentowali najmniejszą grupę etniczną w tych rejonach. Osadnicy pochodzenia ruskiego przybywali do tej ziemi z księstw ruskich i z okolic Bielska. Kierunek napływu szlachty litewskiej do ziemi goniądzkiej nie jest poświadczony [20, s. 127-131].

Celem artykułu jest ukazanie struktury własnościowej oraz społecznej osadników zajmujących tereny na ziemiach wchodzących w skład ówczesnego

województwa podlaskiego.

Struktura społeczna osadników

Osadnicy przybywający na tereny Podlasia różnili się nie tylko pod względem etnicznym, ale również społecznym. Stanowili reprezentację różnorodnej przynależności stanowej. Strukturę stanową na omawianym terenie wyróżniali: kmiecie, zagrodnicy, komornicy, ludność rzemieślniczo-przemysłowa, szlachta różnej pozycji majątkowej. Bojarzy w Wielkim Księstwie Litewskim stanowili kategorie ludzi wolnych, a ich głównym obowiązkiem była służba podczas wojny, dbanie o bezpieczeństwo granic kraju oraz zabezpieczanie zamków. Na przełomie XV/XVI wieku z części bojarów zaczęła wyłaniać się warstwa ziemian. Posiadali oni ziemię, a wojna przestała stawiać się ich jedynym dochodem. Bojarzy stawiali się więc szlachtą. Ludność ruska, która przybywała na tereny Podlasia, stanowiła przede wszystkim żywioł chłopski z nielicznym bojarstwem. Natomiast osadników z księstwa mazowieckiego reprezentowała ludność wolna, głównie drobnoszlachecka [2, s. 50, 65; 7, s. 167, 151-252; 17, s. 158; 20, s. 133].

Na podstawie danych zebranych przez A. Jabłonowskiego widzimy, że ogólna liczba ludności zamieszkałej na terenie województwa podlaskiego w XVI wieku wynosiła 197 tys. 160 osób (co dawało 1350 osób na 2,58 km²) z czego 75710 osób liczyła drobna szlachta. Natomiast ogólna liczba szlachty folwarcznej zarówno w dobrach prywatnych jak i gospodarskich wynosiła 3 tys. 525 osób. Szlachta folwarczna przeważała liczebnie w dobrach prywatnych, gdzie jej stan wyniósł 2625 osób co stanowiło 2 razy więcej osób w stosunku do żywiołu tej szlachty zamieszkującego królewszczyzny, gdzie jej liczba oszacowana została na liczbę ok. 900 osób. Natomiast ogrodnicy i komornicy mieszkający zarówno w dobrach królewskich jak i szlacheckich stanowili liczbę 6 tys. 540 osób [2, s. 65; 6, s. 76-77; 17, s. 158, 160].

Ponadto na podstawie przedstawionych przez A. Jabłonowskiego wyników stwierdza się, że drobna szlachta, podobnie jak i szlachta folwarczna z dóbr prywatnych, skupiła się przede wszystkim w ziemi drohickiej. Ziemia bielska natomiast gromadziła w sobie główne dobra gospodarskie. W dobrach gospodarskich w stosunku do szlacheckich, liczba ludności kmieci była znacznie większa. Stanowiła około 65,000 osób, natomiast szlachta w swych dobrach prywatnych miała do dyspozycji 39,820 reprezentantów stanu kmieci [2, s. 65-66; 6, s. 76].

W Polsce i na Litwie na przestrzeni trzech stuleci od XIV do XVI wieku, pojawiły się procesy, które kształtowały poszczególne stany społeczne. Pod koniec XIV wieku, dawne rycerstwo, którego istnienie wiązało się przede wszystkim ze służbą wojenną, zaczęło znajdować nowe źródło dochodu z powodu posiadania ziemi oraz możliwości jej dziedzicznego przekazywania. Stan szlachecki formował się na Litwie w XVI wieku. Stan ten różnił poszczególnych członków od siebie, zarówno pod względem społecznym oraz ekonomicznym, co wiązało się z różnicą w posiadaniu arealu ziemskiego. Doprowadziło to do podziałów w efekcie których od końca XIV wieku wśród szlachty podlaskiej

występuje magnateria, kniaziowie, panowie, średnia szlachta, drobni posiadacze ziemscy [2, s. 16-17; 4, s. 199-200].

Jak podaje J. Ochmański, szlachta pochodzenia litewskiego dzieliła się na: dymlików, drobną szlachtę, średniozamożnych przedstawicieli szlacheckich rodów oraz panów i kniaziów. O ile pierwsi utrzymywali się z własnej pracy, o tyle drudzy niekiedy korzystali z usług poddanych. Dwie ostatnie warstwy samodzielnie nie pracowały, mając do dyspozycji poddanych chłopów [16, s. 103, 106].

Kniazów określało ich pochodzenie, bo wywodzili się od książąt. Panowie wywodzący swe korzenie z rodów bojarских, wykształcili się jako warstwa na przełomie XIV i XV wieku, przywiązywali dużą wagę do stanowisk urzędniczych. Początkowo terminem bojarzy określano tych, którzy byli zobowiązani do służby wojskowej. Aby uniknąć włączenia do niższych stanów zaczęto używać sformułowania bojar-szlachcic, choć nadal do jego obowiązków należała służba wojskowa, ciągle podlegali szeregom przywilejów. Pod względem ekonomicznym należeli oni do najbogatszej grupy ziemian. Do ziemian należały wszystkie 3 powyższe grupy. Do najbiedniejszych posiadaczy herbu zaliczamy gołotę, która miała małą działkę gruntu uprawianą własnoręcznie lub była bezrolna [4, s. 201-205; 7, s. 251].

Stan szlachecki zawierał w sobie nie tylko posiadaczy wielkiej własności ziemskiej, ale również tych wszystkich, którzy legitymowali się herbem, a w związku z tym byli zobowiązani do służby u boku władcy, w razie gdy zaszła taka potrzeba. Niekoniecznie musieli być posiadaczami dużych włości. Na swej ziemi pracowali bądź własnymi rękami, bądź przy pomocy służby. Zdarzały się też wypadki, że sami służyli w dobrach wielkich posiadaczy ziemskich lub we włościach gospodarskich. To właśnie ten „drobiaz” szlachecki zamieszkiwał Mazowsze oraz wysunięte na wschód od polski ziemie – Podlasia [2, s. 22-24].

Ponadto pochodzenia nazwy, synonimu dla określenia „drobnej szlachty” – „rozrodzonej”, upatruje się w podziałach majątku ziemskiego na poszczególnych członków rodziny. W ten sposób z jednej gniazdowej posiadłości rozradzała się szlachta, dzieląc przy tym ziemie w mniejsze kawałki, tak że niekiedy całe wsie zamieszkiwała jedna rodzina z danego rodu [2, s. 19, 22, 24].

Skład szlachty rozrodzonej nie był tożsamy, gdyż i tutaj zachodziły podziały związane z posiadaniem odpowiedniej majątności. Bogatsi przedstawiciele owego stanu, którzy na swej ziemi korzystali z pomocy służby – chłopów, należeli do tzw. uczestników, czy też częściowców. Natomiast biedniejsi drobni szlachciowie uprawiali ziemie własnymi rękoma [2, s. 35].

Struktura szlachty wskazywała na znaczną przewagę drobnoszlacheckich rodów, średnia szlachta stanowiła niewielki odsetek tej warstwy. Na tym terenie nie powstały zbyt dogodne warunki dla wielkich posiadaczy ziemskich, skupiających w swych rękach latyfundia, było to przyczyną rzadkich nadań. Dlatego też odsetek tego rodzaju posiadaczy był niewielki, przynajmniej w początkowej fazie zasiedlenia owych terenów. W późniejszym okresie pojawiały się wielkie własności takich rodów jak Radziwiłłowie i Gasztołdowie [20, s. 123,

125].

Ziemskie podziały własnościowe

Nadziały ziemi ludność pochodzenia szlacheckiego mogła otrzymać w ramach darowizn władcy, który za wierna służbę i udział w kampaniach wojennych odznaczał poprzez nadanie dzierżawy w ziemi hospodarskiej. Innym sposobem był wykup ziemi na własność, zdążyły się też przypadki zawłaszczania. Najprostszą drogą było przejęcie dóbr ziemskich, drogą spadkową lub koligacji małżeńskich [2, s. 19-22, 29; 9, s. 40, 43-44, 51; 19, s. 17].

Pod koniec XVI stulecia w ziemi podlaskiej własność szlachecka obejmowała nie tylko obszary wiejskie, w jej skład wchodziły również miasta i miasteczka, chociaż należały one głównie do możnowładców. Ogólna liczba ośrodków miejskich w posiadaniu szlachty wynosiła dwanaście. Natomiast liczba wsi oraz wsi z przydziałami ziemskimi obliczona została na 10 tys. 986 osad ze znaczną przewagą tych drugich, które stanowiły 90 % obszarów wiejskich. Wśród wsi oraz wsi z przydziałem ziemskim wyróżniamy również podział na tzw. włoki nieosiadłe i osiadłe, z których ponad 3 tys. włók należało do szlachty zamożnej. Szlachta wywodząca się z rodów o średniej zamożności posiadała ok. 1000 włók tej ziemi. Natomiast ci o dużej zamożności, w swych majątkach mieli ok. 2000 włók. Drobną szlachtą, zwaną również zagrodową, zajmowała ich ponad dwa razy więcej, mianowicie 5 tys. 329 włók przystosowanych pod osiedlenie [5, s. 52, 54, 145; 17, s. 158].

Ogólna liczba włók należących do drobnej szlachty w XVI wieku w ziemi drohickiej wynosiła 3 tys. 759 włók, natomiast liczba szlachty na tym terenie wynosiła 45,110 osób. Inaczej przedstawiała się sytuacja w ziemi bielskiej w której skład wchodziło 2550 włók. Znajdowało się tam 30 tys. 600 reprezentantów pochodzenia szlacheckiego. W rezultacie na ogólną liczbę 75,710 osób pochodzenia szlacheckiego, przypadało 6,309 włók ziemskich [6, s. 77; 17, s. 160].

Własność ziemska szlachty na Podlasiu pod koniec XVI wieku

Własność szlachecka	Liczba włók wiejskich przypadających na daną własność wyrażona w %
Wielka własność	21%
Własność średniej szlachty	11%
Dobra drobnoszlacheckie	68%

Źródło: [17, s 158].

Jak widać na podstawie przedstawionych danych, dobra drobnoszlacheckie ponad dwukrotnie przekraczały wielkością dobra szlachty średniej i możnowładców. Ponadto widoczna jest też 10% różnica na korzyść wielkiej własności w stosunku do średniej szlachty [17, s. 158].

Ponadto zwraca się uwagę, iż w ogólnej strukturze feudalnej (stanowej) końca XVI wieku, własność ziemska szlachty plasowała się w liczbie około 52,7%, co stanowiło największy jej udział w posiadanych dobrach. Dla

porównania dodajmy, że własność należąca do dóbr gospodarskich wynosiła 42,8%. Najmniejszy udział w posiadaniu ziemi miał Kościół, którego dobra wynosiły tylko 4,5%. W skład dóbr szlacheckich wchodził chłop, ludność miast oraz sama szlachta. Natomiast strukturę we własnościach kościelnych tworzyli chłop i duchowni [17, s. 161].

Struktura stanowa Podlasia końca XVI wieku

Stan	Ilość danego stanu przedstawiona w %
Szlachta	26,7%
Duchowieństwo	0,8%
Ludność miast	17,85%
Ludność kmiecia	54,7%

Źródło: [17, s. 162].

Na podstawie uzyskanych danych możemy stwierdzić, iż najliczniejszą grupą społeczną na Podlasiu byli chłop, pracujący zarówno w dobrach szlachty, magnatów i duchownych. Kolejną grupą była szlachta, której dobra zajmowały największe obszary. W Królestwie plasowały się one na poziomie 81%, zaś w Wielkim Księstwie Litewskim stanowiły 62%. Ludność miejska i duchowieństwo były tutaj najmniej licznymi grupami. Powodu tego stanu rzeczy, upatruje się w powolnym rozwoju miast oraz tworzeniu się sieci parafialnej [17, s. 161].

Przedstawiciele szlachty litewsko-ruskiej na Podlasiu w świetle źródeł

Ukazanie struktury społeczeństwa szlacheckiego na Podlasiu, wymaga przedstawienia członków rodzin pochodzenia litewsko-ruskiego, które legitymowały się herbem. Dzięki przetrwałym do dzisiejszych czasów dokumentom, możemy wskazać, jakie rodziny w danym czasie reprezentowały ów stan na ziemiach Podlasia. Liczba bojarstwa-szlachty została uwzględniona w aktach odnoszących się do województwa podlaskiego, bądź do całego państwa litewskiego, ale mówiących również o ziemiach Podlasia. Wśród tych aktów możemy wymienić: akt unii horodelskiej z 1413 roku, w których bojarowie przyjmują herby, popisy wojskowe z lat 1528, 1565, 1567 oraz spis szlachty sporządzony na sądzie w 1529 roku, na którym zapadł wyrok w sprawie nadmiernego ucisku tegoż stanu przez Radziwiłłów. Niewątpliwie ważnym źródłem jest też spis szlachty, składającej przysięgę na wierność królowi w 1569 roku [1, s. 60-69; 5, s. 243-252; 6, s. 244-245; 10, s. 101, 119-181; 12, s. 143-153, 156-179; 13, s. 19-20; 14, s. 96-100, 111-152; 15, s. 53-54, 296-217; 18]

Po raz pierwszy dla opisywanego przez nas okresu, bojarowie-szlachta zamieszkująca tereny podlaskie, pojawiła się w akcie Unii zawartej między Polską i Litwą w 1413 roku w Horodnie. Szlachcice pochodzenia litewsko-ruskiego zostali tutaj wymienieni przy okazji nadania im herbu [1, s. 60-69; 3, s. 396-397, 402-414; 5, s. 243-252; 6, s. 244-245].

Podczas sporów szlacheckich z Radziwiłłami, którzy nakładali na ten stan w swych włościach zbyt wygórowane obowiązki, nie obyło się bez drogi

sądowej. W 1529 roku doszło do rozprawy sądu hospodarskiego, który de facto wydał wyrok korzystny dla szlachty, mającej działki ziemskie we włości radziwiłłowskiej. Po orzeczeniu sądu wydano dokument, w którym została wymieniona szlachta – posesjonaci w ziemi goniądzkiej. Wśród nich pojawili się między innymi: Białosuknieńscy, Cjojnowscy, Kuleszowie, Milewscy, Bajkowie, Reszkowie, Magnuszowie, Sławscy, Tursowie oraz Wroczeńskich [12, s. 84-88; 13, s. 19-20; 15, s. 53-54].

Popis wojskowy szlachty z 1528 roku dla ziemi bielskiej wymienia nazwy szlacheckich wsi oraz liczbę wystawionych z nich koni. Niestety brak nazwisk szlachty, która stawiała się z tych włości. Na 14 parafii wyliczonych w popisie przypadało 258 wsi szlacheckich. Bojarzy – szlachcice, którzy wzięli udział w zbiorce, wystawili ze swych dóbr najczęściej po jednym koniu, choć znane były również przypadki, gdzie wystawiano również po 10 czy 18 koni. Stało się tak w majątku należącym do bojarskiego rodu Hryniewiczów, gdzie wystawione zostało aż 18 koni [7, s. 167; 14, s. 95-100].

Na podstawie popisu wojskowego Wielkiego Księstwa Litewskiego z 1528 roku uwidacznia się ogólna liczba szlachty dla województwa podlaskiego, która wynosiła 2 tys. 423 przedstawicieli. Niestety jest to obraz liczebności szlachty również dla ziemi brzeskiej. Łowmiański podaje, iż na terenie Podlasia (nie biorąc pod uwagę powiatu brzeskiego), w świetle tego źródła, liczba rodzin szlacheckich wynosiła 2313 rodzin, co stanowiło 22,6% wszystkich rodzin szlacheckich ujętych w popisie dla WKL [4, s. 207; 11, s. 392].

Popis wojskowy z 1565 roku dla ziemi bielskiej (występuje tutaj też parafia z ziemi drohickiej), przedstawia rody szlacheckie oraz dobra, jakie poszczególne bojar-szlachcice dzierżył w swych rękach, uwzględniając przy tym podział na poszczególne parafie. Na popis stawili się 83 reprezentantów stanu szlacheckiego z terytorium Podlasia. Byli wystawieni z swych gniazd rodowych, których liczba stanowiła 85 miejscowości. Spośród tej liczby Jerzy Brzoska występuje dwa razy: raz z pełnionego przez siebie urzędu, natomiast drugi raz, jako opiekun małoletniego siostrzeńca z Dyszunicz i Ruczy. Z ziemi tej nie zostaje wystawione żadne oporządzenie rycerskie. W popisie również dwa razy pojawia się Szymon Stanisławowicz będący przedstawicielem włości Długa Dąbrowa-Wilki oraz Długa Dąbrowa-Bybyki i Bryki. Ponadto wśród występujących szlachciców na popisie stawiają się trzy szlachcianki. Pierwszą z nich była wdowa po Klimuntowie Kostrowie z miejscowości Kostr. Drugą z nich, córka Baltazara, Zofia Wyszkańska przybyła z Wyszonek (nie występuje adnotacja, czy ów Baltazar zmarł, czy żyje. Przypuszczać, więc można, że znajdował się on w stanie niedopuszczającym jego udział w zjeździe). Natomiast z Pułazia, Kostr i Podsędkowizny stawiała się Augustyna Stanisławówna. Wykaz zawierał nazwy miejscowości, skąd owi szlachcice przybyli. Na podstawie ich wykazu widzimy, jakie wsie funkcjonowały w tamtym okresie, chociaż trzeba sobie zdawać sprawę, że z pewnością nie wszyscy przybyli na zjazd. Wśród miejscowości stanowiących gniazda rodowe występują wsie składające się z jednej nazwy oraz wsie szlachty, które przejęły jedną część nazwy od swego gniazda rodowego.

Nazwiską szlachty towarzyszy imię ich ojca. Ponadto w wykazie został zawarty stan uzbrojenia szlacheckiego, z jakim zjawili się poszczególni szlachcice [12, s. 156-158; 18].

Wśród uzbrojenia na liczbę 83 (po odjęciu od ogólnej liczby szlachty podwójnie występujących) szlachciców znajdowały się:

Stan uzbrojenia szlacheckiego w popisie z 1565 roku

Rodzaj oporządzenia	Liczba oporządzenia
Koń	105
Kaftan	36
Oszczep	93
Przyłbica	47
Zbroja	23
Łuk	1
Szabla	0
Pancerz	49
Tarcza	4
Rusznica	0
Drzewiec	4

Źródło: [12, s. 156-158; 18].

Na podstawie danych zbiorczych z popisu z 1565 roku, uwidacznia się, że uzbrojenie szlachty podlaskiej przedstawiało wiele do życzenia pod względem ilości i jakości przedstawionego sprzętu. Jeśli chodzi o odzienie ochronne, to trzeba zwrócić uwagę, iż niektórzy szlachcice wystawili w popisie przeważa broń drzewcowa, prymitywna jak na tamten okres, wśród której dominował oszczep. Drzewiec i łuk stanowiły rzadkość, natomiast nie znalazła się w popisie szabla. Uzbrojenie bojarów było niekompletne, niektórzy posiadali tylko „odzież” ochronną przy pełnym braku jakiegos typu broni [12, s. 156-158; 18].

Wskazuje to poniekąd na stan zamożności poszczególnych przedstawicieli stanu rycerskiego. Zdarzały się przypadki, że niektórzy szlachcice nie byli w stanie wystawić ze swoich dóbr konia. Sytuacja taka miała miejsce odnośnie do szlachcica Andrzeja Olkowicza z Święck. W innych wypadkach wystawiano od 1 do 2 koni, chociaż mamy też dwa wystawienia 3 koni oraz jeden, gdy Jerzy Brzoska pełniący urząd chorążego bielskiego, wystawił 4 konie. Jeśli chodzi o pozostałe uzbrojenie, sprawa również nie wyglądała dość dobrze. Sporadyczne były przypadki, że szlachcic posiadał zbroje, częściej w rynsztunku występował pancerz, ale i on nie był w posiadaniu wszystkich. Uzbrojenie rycerza-szlachcica składało się z kaftana, czasem z przylbicy. Natomiast, za główną broń służył oszczep. Tak skromne uzbrojenie może świadczyć o słabej pozycji ekonomicznej niektórych przedstawicieli szlachty w tym czasie [12, s. 156-158; 18].

W popisie zostały zawarte również daty, kiedy dana osoba się na niego stawiała. Za ten okres można przyjąć sierpień od 5-30 oraz lipiec 26-29. W jednym

przypadku brakuje daty stawienia się, a w innym dnia. Pozostałe daty są w pełni uzupełnione [12, s. 156-158; 18].

Kolejny popis wojskowy z 1567 roku, wykonany został na takich samych zasadach jak wcześniejszy. Liczba szlachty, która stawiała się na niego w stosunku do popisu z 1565 roku, była znacznie większa, gdyż obejmowała 782 przedstawicieli stanu szlacheckiego z ziemi bielskiej i drohickiej. Podobnie jak wcześniej, przedstawione zostały również miejscowości, z których poszczególne osoby stanowiły reprezentację [12, s. 159-179; 18].

Pomimo wystawienia danej majątności w popisie nie oznaczało to, iż na popis zjawił się sam szlachcic. Uwidacznia się tutaj tendencja do wysyłania swych reprezentantów. Jak widzimy na podstawie popisu reprezentantem mógł być syn (tak się stało w 16 przypadkach), wnuk, komornik, bądź inni przedstawiciele. Najczęściej wybieranym zastępstwem był sługa, co zostało pokazane w 26 przypadkach. Wynika z tego, iż w sumie 49 szlachciców nie występowało samodzielnie, lecz za pomocą obranego przez siebie przedstawiciela. Wśród adnotacji postronnych występuje również informacja o zwolnieniu od obowiązków wojskowych Stanisława i Bartosza z Moczydły, jest to jedyny taki wypadek [12, s. 159-179; 18].

Pośród szlachciców w popisie wzięli udział również drabowie, stanowiący z pewnością jakiś rodzaj żołnierza – pachołka, który służył podczas wypraw swemu panu. W popisie znalazło się ich pięciu [12, s. 159-160; 18].

Wśród uzbrojenia na liczbę 782 szlachciców z ziemi bielskiej i drohickiej znajdowały się:

Stan uzbrojenia szlacheckiego w popisie z 1567 roku

Rodzaj oporządzenia	Liczba oporządzenia
Koń	641
Kaftan	285
Siekiera	18
Przyłbica	46
Zbroja	4
Łuk	4
miecz	259
Pancerz	38
Tarcza	6
Rusznica	7
kord	246
rohatyna	362

Źródło: [12, s. 159-179; 18].

Jeżeli jednak chodzi o uzbrojenie, pozostawiało ono wiele do życzenia. Tak jak i wcześniej ze swych dóbr ziemskich wystawiano konie, których liczba w większości plasowała się w zależności: jedno dobro-jeden koń. Liczne były

też przypadki braku wystawienia tych zwierząt. Rzadkością były dwa czy więcej koni z jednej włóści. Podobnie i stan uzbrojenia nie stał na zbyt wysokim poziomie, choć jak widać wśród typów broni upowszechniony był kord oraz rohatyna, które znajdowały się w prawie każdym domu szlacheckim. Wśród nowego typu uzbrojenia pojawił się arkausz. Stanowił on jednak w tym czasie rzadkość, gdyż jego liczba zamknęła się na popisie w sześciu egzemplarzach. Mało upowszechniona na tych ziemiach była również szabla, która w świetle popisu została wystawiona przez jednego reprezentanta [12, s. 159-179; 18].

Obraz liczebności rodzin szlacheckich dla II połowy XVI wieku, najlepiej przedstawia wykaz osób, które złożyły przysięgę na wierność Koronie, po zawarciu unii z 1569 roku. Przysięgę złożyło 360 reprezentantów bojarstwa litewskiego. W rzeczywistości stan szlachecki był większy, gdyż te 360 osób składało również przysięgę w imieniu nie tylko swoim, ale także swych bliskich. Spis ten jest bardzo ważny z tego względu, iż przedstawia całościową strukturę liczebną szlachty dla obszaru Podlasia, składającego się z ziemi mielnickiej, bielskiej i drohickiej [15, s. 290-317].

Podsumowanie

Ziemia Podlaska stanowiła mieszaninę społeczno-kulturową. Przybywający osadnicy przedstawiali różne stany społeczne. Również wśród szlachty panowało rozwarstwienie ze względu na ilość posiadanych dóbr oraz środki finansowe, jakimi dysponowali.

Jak wynika z dokumentów źródłowych, udział żywiołu bojarско-szlacheckiego był bardzo liczny na Podlasiu. Ponadto analiza dokumentów, wyliczających szlachtę, uwidacznia strukturę ekonomiczną, a przede wszystkim własnościową osadników litewsko-ruskich. Wskazując jednocześnie na różnice panujące wśród stanu szlacheckiego.

Bibliografia

1. Akta Unji Polski z Litwą 1385-1791, wyd. S. Kutrzeba, W. Semkowicz, Kraków 1932.
2. Biernacka M., Wsie drobnoszlacheckie na Mazowszu i Podlasiu, Wrocław 1966.
3. Błaszczuk G., Dzieje stosunków polsko-litewskich, t. 2, cz. 1, Poznań 2007.
4. Błaszczuk G., Litwa na przełomie średniowiecza i nowożytności 1492-1569, Poznań 2002.
5. Jabłonowski A. (opr.), Podlasie, [w:] Źródła dziejowe, t. XVII, cz. II, Polska XVI wieku pod względem geograficzno-statystycznym, t. VI, cz. II, Warszawa 1909.
6. Jabłonowski A. (opr.), Podlasie, [w:] Źródła dziejowe, t. XVII, cz. III, Polska XVI wieku pod względem geograficzno-statystycznym, t. VI, cz. III, Warszawa 1910.
7. Kiaupa Z., Kiaupienė J., Kuncevičius A., Historia Litwy od czasów najdawniejszych do 1795 roku, Warszawa 2007.
8. Kolasa A., Średniowieczni osadnicy na ziemiach południowego Podlasia – zarys problematyki, Radzyński Rocznik Humanistyczny, t. 4, r. 2006.
9. Kołodziejczyk A., Z dziejów kolonizacji puszczy na Podlasiu w XV-XVI wieku, [w:] Szkice z dziejów kolonizacji Podlasia i Grodzieńszczyzny od XIV do XVI wieku, pod red. Józefa Śliwińskiego, Olsztyn 2002.
10. Литовская метрика, т. I, Петроградъ 1915.
11. Łowmiański H., Studia nad dziejami Wielkiego Księstwa Litewskiego, Poznań 1983.

12. Maroszek J., Dzieje obszaruminy Szepietowo w XV-XX wieku, Szepietowo 2006.
13. Maroszek J., Jaświły. Dzieje obszaru gminy do końca XVIII wieku, Białystok 2004.
14. Maroszek J., Struktura osadnictwa rycerskiego i drobno szlacheckiego dawnej ziemi bielskiej do końca XVIII, Białostocczyzna, 2002, z. 1-2.
15. Maroszek J., Studniarek A., Dzieje Trzciannego i obszaru gminy Trzcianna w XV-XX w., Trzcianna 2004.
16. Ochmański J., Historia Litwy, Wrocław 1982.
17. Ochmański J., Struktura feudalnej własności ziemskiej na Podlasiu w XVI wieku, Acta Baltico-Slavica, Białystok 1964, z. 1.
18. Poopis z roku 1528 (1-232), Popis z roku 1565 (237-430), Popis z roku 1567 (431-1378), [w:] Russkaja Istoriceskaja Biblioteka, t. XXXIII, Pieriepisi wojska Litovskogo, Pietrograd 1915.
19. Śliwiński J., Tło nasilenia sporów o majątności na Litwie, [w:] Zarys konfliktów o dobra na Podlasiu i Grodzieńszczyźnie za Zygmunta I Starego. Wybór źródeł z „Metryki Litewskiej z I połowy XVI wieku, Olsztyn 2001.
20. Wiśniewski J., Rozwój osadnictwa na pograniczu polsko-rusko-litewskim od końca XIV do połowy XVII w., Acta Baltico-Slavica, Białystok 1964, z. 1.

ЗМІСТ

KOMUNIKACJA NUKOWA W INTERNECIE	
Smorczewska-Mickiewicz Bożena	5
ПРОБЛЕМА ДЕФІНІЦІЇ ПОНЯТТЯ «PUBLIC ART»	
Герасименко Владлена Вячеславівна	14
GAMIFIKACJA WKRAČZA DO EDUKACJI	
Glazer Łukasz	16
МОВНА ГРА В РЕКЛАМНОМУ ПОВІДОМЛЕННІ	
Зам'яла Анна Олександрівна	24
OBOWIĄZKI I UPRAWNIENIA SŁUŻB WHP WOBEC NORMY 18001 A NORMY PRAWNE- PODEJŚCIE INNOWACYJNE	
Robert Zielonka	27
ROLA PŁCI W PRZEKAZIE TRADYCJI RODZINNYCH	
Kaźmierczak Agnieszka	36
ФЕНТЕЗИЙНИЙ КІНЕМАТОГРАФ ЯК КАТАЛІЗАТОР НА ШЛЯХУ ВИНИКНЕННЯ НОВИХ МОЛОДІЖНИХ СУБКУЛЬТУР	
Карпець Марія Сергіївна	42
ПЕРСПЕКТИВИ ОСВІТИ У СМАРТ-СУСПІЛЬСТВІ	
Колтишева Ганна Сергіївна	46
РЕКЛАМНИЙ ГІПЕРСИМУЛЯКР У СЕКТОРІ «НОВИХ МЕДІА»	
Лещук Олена Олександрівна	48
BUDOWANIE WIZERUNKU OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH	
Lisowska-Szron Irena	50
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕЛИГИОЗНЫХ СМИ	
Маевская Людмила Борисовна	58
ФЕНОМЕНОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД ДО УСВІДОМЛЕННЯ ВІЗУАЛЬНИХ ЕСТЕТИЧНИХ ОБ'ЄКТІВ У СУЧАСНІЙ КУЛЬТУРІ	
Марційчук Юлія Іванівна	61
МОБІЛЬНА ФОТОГРАФІЯ: МИСТЕЦТВО ОСОБИСТОГО БАЧЕННЯ БУДЕННОСТІ	
Милевська Вероніка Ігорівна	64
ВІРТУАЛЬНА РЕАЛЬНІСТЬ В КУЛЬТУРНОМУ КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО СОЦІУМУ	
Мохонько Віталій Анатолійович	67
ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ SMART-СУСПІЛЬСТВА	
Подушка Анна Геннадіївна	71

ШИППІНГ ЯК СУЧАСНИЙ НАПРЯМ ТВОРЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ОБЛАСТІ ФАНФІКШЕНУ ТА ФАН-АРТУ	
Попович Катерина Юріївна	73
ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІГРОВИХ ПРЕЦЕДЕНТНИХ ФЕНОМЕНІВ	
Сніховська Ірена Едуардівна	76
ФЕНОМЕН МЕРЕЖЕВОЇ ЛІТЕРАТУРИ У КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ПАРАДИГМИ	
Шевчук Юлія Анатоліївна	79
SYMBOLE KOLEKTYWNE JAKO ELEMENTY DYSTYNKTYWNE KULTUR	
Grochowina Małgorzata, Olender Kamil	81
NOWOCZESNE METODY NAUCZANIA PIERWSZEJ POMOCY	
Witkowski Grzegorz	88
ROZWÓJ WŁASNOŚCI ZIEMSKIEJ W XV I XVI WIEKU STRUKTURA SPOŁECZNA OSADNIKÓW PODLASKICH SZLACHTA W ŚWIETLE-ŹRÓDEŁ	
Lachowska Anna	96

НАУКОВЕ ВИДАННЯ
КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АЛЬМАНАХ
Випуск 3

Управління культурними проектами і креативна індустрія

Друкується за оригінальними авторськими текстами.
Редакційна колегія не несе відповідальності
за авторську редакцію поданих матеріалів.

Верстка та оригінал-макет Мохонько Віталій