МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ М.П. ДРАГОМАНОВА
Факультет філософії та суспільствознавства
Кафедра культурології та філософської антропології

КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АЛЬМАНАХ

Випуск 13

Нілан-ЛТД
Вінниця – 2020

УДК 130.2(059)
ББК 411
К 90

Редакційна колегія:

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

Герчанівська П.Е. – доктор культурології, професор, завідувач кафедри культурології та інформаційних комунікацій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

Дробот І.І. – доктор історичних наук, професор, декан факультету філософії та суспільствознавства НПУ імені М.П. Драгоманова

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

Майданюк І.З. – доктор філософських наук, завідувач кафедри культурології гуманітарно-педагогічного факультету Національного університету біоресурсів і природокористування

Мєднікова Г.С. – доктор філософських наук, професор кафедри культурології та філософської антропології факультету філософії та суспільствознавства НПУ імені М.П.Драгоманова

Можейко М.О. – доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри філософії та методології гуманітарних наук Білоруського державного університету культури і мистецтв

Мозгова Н.Г – доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри філософії факультету філософії та суспільствознавства НПУ імені М.П.Драгоманова

Немчинов І.Г. – доктор філософських наук, професор кафедри філософії факультету філософії та суспільствознавства 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

Stepaniuk Joanna – Doktor nauk społecznych, Państwowa Uczelnia im. Stefana Batorego w Skierniewicach, Uniwersytet Warszawski

Упорядники:

Русаков С.С. – кандидат філософських наук, доцент кафедри культурології та філософської антропології НПУ імені М.П.Драгоманова

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

К 90 **Культурологічний альманах: Випуск 13.** – Вінниця : ТОВ «Нілан-ЛТД», 2020. 138 с.

ISBN 978-966-924-836-7

У збірнику подано наукові статті за матеріалами VII Міжнародної науково-практичної конференції «Управління культурними проєктами та креативна індустрія» (13 березня 2020 р.).

У працях аспірантів, студентів та молодих вчених з України, Польщі та Білорусі висвітлено актуальні теоретичні та прикладні проблеми культурології, а також представлено міждисциплінарні пошуки та здобутки.

За точність викладених фактів та коректність цитування відповідальність несе автор.

УДК 130.2(059)
ББК 411

ISBN 978-966-924-836-7

© Автори статей, 2020
© Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова, 2020
© ТОВ «Нілан-ЛТД», 2020

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
M.P. DRAHOMANOV NATIONAL UNIVERSITY OF PEDAGOGY
Faculty of Philosophy and Social Science

CULTUROLOGICAL ALMANAC

Issue 13

Nilan-LTD
Vinnytsia – 2020

Members of Scientific Board:

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

P.E. Herchanivska, Doctor of Sciences in Cultural Studies, Professor, Chair of the Cultural Studies and information communications Department of National Academy of Culture and Arts Management

I.I. Drobot, Doctor of Sciences in History, Professor, Dean of the Faculty of Philosophy and Social Science of M.P. Drahomanov National University of Pedagogy, Meritorious Worker of Science and Engineering of Ukraine

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

I.Z. Maydaniuk, Doctor of Sciences in Philosophy, Chair of the Cultural Studies Department of National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

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

I.G. Nemchynov, Doctor of Sciences in Philosophy, Professor at the Philosophy Department, Faculty of Philosophy and Social Science of M.P. Drahomanov 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

Compiled by:

S.S. Rusakov, PhD in Philosophy, Assistant Professor at the Department of Cultural Studies of M.P. Drahomanov 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 13. – Vinnytsia: LLC «Nilan-LTD», 2020. 138 p.

ISBN 978-966-924-836-7

This collection features scientific articles based on materials of the 7th International Scientific Conference on Management of Cultural Projects and the Creative Industry (March 13, 2020).

Works by undergraduate and postgraduate students and young scientists from Ukraine, Poland and Belarus address contemporary theoretical and applied problems of cultural studies and present interdisciplinary research and findings.

The author is responsible for the accuracy of the facts and correctness of citation.

ISBN 978-966-924-836-7

© Article authors, 2020
© M.P. Drahomanov National University of Pedagogy, 2020
© LLC «Nilan-LTD», 2020

CONTEMPORARY MAN AND IDENTITY - AN ATTEMPT AT DEFINITION

mgr Bień Agnieszka
Uniwersytet Marii Curie- Skłodowskiej w Lublinie

Introduction

The very concept of the identity of the individual in the literature on the subject is analyzed in many contexts. Zbigniew Bokszański categorizes the understanding of the concept of human identity according to the opposing dimensions of the social activity of a human individual: normative or descriptive understanding, understanding of identity as a state or process, continuation or difference in the functioning of the individual in society and conformist attitude or human rebellion in relation to values cultivated in a given society[1]. In each of these areas, you can specify categories that describe the identity of the individual. They complement or exclude each other[2]. Zbyszko Melosiuk and Tomasz Szkudlarek identify identities with the concept of self-creation, understood as the right to freedom of becoming who a given individual wants to be in society. Researchers also emphasize that the feature of modern man is a partial imprecision that drives modern economics. This concept is extremely pessimistic and assumes a vision of social reality in which "in the race of discourses for the power to define reality, new phenomena and fragments are likely to naturalize to the extent that we will no longer feel dissonance due to ambivalence (is it hard to imagine?). Maybe he will learn to be fragmented and contradictory internally, and we will perceive the moments of "stopping" in our lives with anxiety? "[3].

The identity of the individual

Jeży Szacki argues that among the many identities that an individual possesses, some are more important and the other less important - even marginal for him. He writes, after Dariusz Doliński, that "[...] differentiation into groups of me and more - from this perspective - is significant results from the very essence of social identity." Among them can be distinguished those that the individual accepts even automatically and are not associated with any moral dilemmas and those that, even in the face of death, it is difficult to accept as their own (e.g. religious values). In the aspect of human physicality or corporeality, the sociologist lists permanent and unchanging features such as gender. Szacki defines the individual's national identity as a special category. He says that "[...] assuming that it is impossible to get rid of her without becoming morally depressed

1 Por. Z. Bokszański, *Tożsamości zbiorowe,* warszawa 2007, s. 30-43.

2 Por. Amin Maalouf, analyzing contemporary social reality in the book Deadly Identity, writes that "the present era has a double sign - harmony and dissonance. Never before have people had so much in common - so much common knowledge of references, images, words of technical means, and yet they strive to increasingly emphasize the differences between themselves "– A. Maalouf, *Zabójcza tożsamość*, tłum. H. Lisowska –Chehab, Warszawa 1998, s. 105.

3 Z. Melosik, T. Szkudlarek, *Kultura, tożsamość i edukacja. Migotanie znaczeń*, Kraków 2009, s. 90.

by a dissenter: national identity does not change, but at most it is de-nationalized, which does not necessarily mean that the appropriate <our blood> will never speak again or be reminded if the individual possesses something positive or negative in the future. In particular, this understanding of national identity seems to be characteristic of all nationalist ideologies, which distinguishes [...] the tendency to its naturalization"[4].

When analyzing the issue of identity, Szacki emphasizes that an individual does not have only one form of self-writing. Depending on the context of the analysis, we can see many different features and references defining it. Some of the identities assigned to man coexist without problems or complement each other. There are also those that are mutually exclusive, and others require a monopoly in a given range. Different types of an individual's identity can form a uniform structure or build so-called loose "bundles"[5]. In society, the human individual is defined by the leading identity (the so-called master - identity). Szacki, after Liah Greenfeld, argues that "this central or <fundamental> identity has the widest range of applicability: it defines the place of man in the social world in general, and not in any one limited sphere of social life, and therefore it is believed that the deepest being of your bearer"[6].

Richard Robbinson, analyzing the concept of human identity, gives three theoretical models that include, according to the sociologist, the achievements of sociology, social psychology and cultural anthropology. These are: the health model (identity health model), the interaction model (identity interaction model) and the worldview model (identity world view model) [7]. Zbigniew Bokszański develops this concept[8] and supplements with a fourth model - the egological model (identity egology model) [9].

The health model corresponds to the concept of E. Erikson, already analyzed at work. Bokszański pays special attention to eight stages of psychosocial

4 J. Szacki, *O tożsamości (zwłaszcza narodowej),* „Kultura i społeczeństwo" Tom XLVIII nr 3 (lipiec – wrzesień 2004), s. 37.

5 Szacki refers here to psychological concepts and, after Józef Kozielecki, postulates that „[...] only people whose self-knowledge creates a hierarchical structure probably have a fully formed identity" - J. Szacki, *O tożsamości (zwłaszcza narodowej),* „Kultura i społeczeństwo" Tom XLVIII nr 3 (lipiec – wrzesień 2004), s. 37- 39 [za:] J. Kozielski, *Psychologiczna teoria samowiedzy*, wyd. 2, Warszawa 1986, s. 331.

6 J. Szacki, *O tożsamości (zwłaszcza narodowej),* „Kultura i społeczeństwo" Tom XLVIII nr 3 (lipiec – wrzesień 2004), s. 37- 38 [za:] L. Greenfeld, *The Spirit of Capitalism. Nationalism and Economic Growth,* London 200, s. 95.

7 Por. R. Robbinson, *Identity Culture and Behaviour*, w: J.J. Heningman, *Handbook of Social and Cultural Antropology*, Chicago 1978.

8 Por. A. Brittan, J. Blacking, A. Piotrowska oraz M. Świątkiewicz- Mośny – Z. Bokszański, *Tożsamość Interakcja Grupa. Tożsamość jednostki w perspektywie teorii socjologicznej*, Łódź, 1989, s. 25 za: J. Blacking, *The Concept of Identity and Folk Concept of Self : A Vanda Case Study* [w:] *Identity: Personal and Socio- Cultural. A Symposium*, "Acta Universitatis Upsaliensis", pod red. A. Jacobson – Widding, Uppsala 1983; A. Brittan, *The Privatised World*, Londyn 1977; A. Piotrowska, *Pojęcie tożsamości w tradycji internacjonalizmu symbolicznego*, „Kultura i Społeczeństwo" t. XXIX, nr 3 (1985), s. 53-74; M. Świątkiewicz- Mośny, *Konstruowanie nowych tożsamości w warunkach globlizacji*, Kraków 2015.

9 Z. Bokszański, *Tożsamość Interakcja Grupa. Tożsamość jednostki w perspektywie teorii socjologicznej*, Łódź, 1989, s. 26 za: M. Zavalloni, *L'identitè psychosociale , un concept à la recherche d'une science* [w:] *Introduction à la pschologie socjale,* pod red. W. S. Moscovici, Paris 1973, s. 246-270.

development (also known as “life cycles” or “eight stages of age”) and their role in shaping the identity of the human individual. This scheme includes: oral stage (trust vs. distrust), anal stage (autonomy vs. shame, uncertainty), genital stage (initiation vs. guilt), stage of latency (urgency vs. sense of inferiority), study of adolescence (identity vs. disorder roles), early adulthood study (confidentiality vs. isolation), adulthood stage (inventiveness vs. stagnation) and adulthood stage (ego integrity vs. despair) [10]. The psychologist considers the fifth stage to be particularly important, the correct passage of which guarantees the human individual a properly formed conception of his own individual identity.

The interaction model, according to Bokszański, corresponds to the stream of symbolic interactionism, as has already been mentioned earlier, which develops the Ericson concept. Sociologists of this trend consider social relations as the main factor conditioning the formation of a mature identity. It is as a result of this type of interaction that the individual determines “who he is” and “what distinguishes him from someone else.” Representatives of symbolic interactionism call this process “self-definition”[11].

The third concept discussed by the Polish sociologist is the worldview model of identity. Bokszański claims that this model is particularly important in the modern world, where man is forced to change accepted values and various contexts for assessing the situation (political, religious or ideological). The individual is interfered in the conditions in which he is forced to accept different and sometimes contradictory images of himself related to his roles. The multiplicity and heterogeneity of the spheres of the individual’s functioning are great for deepening the unfortunate socialization. Moreover, exceeding a certain threshold of heterogeneity creates a kind of psychosocial aura that promotes individualism manifesting itself in the choices between divergent realities and actual identities. The individualist appears as a specific social type, which not only in assumptions can migrate between a number of <worlds> available to him and consciously construct himself from <material> composed of the concepts of self offered to him. In such conditions, the question: who are you? begins to perform a different function. We get an answer to them, which is the result of reflection, choice - possible thanks to the social actor’s self-awareness”[12]. In sociology, this phenomenon is called the “homelessness” of modern man (homelessness)[13],

10 Z. Bokszański, *Tożsamość Interakcja Grupa. Tożsamość jednostki w perspektywie teorii socjologicznej*, Łódź, 1989, s. 27 za: E. Erikson, *Childhood and Society*, New York 1963, s. 273.

11 Por. Z. Bokszański, *Tożsamość Interakcja Grupa*..... s. 30-33.

12 Tamże., s. 38.

13 Por. A. Brittan, *The Privatised World*, London 1977, s. 45.

"do-it-yourself universe"[14], "homeless identity"[15], "proteatean man"[16]. All these concepts emphasize the "fluidity" of human identity, its imprecision, lack of participation in social roles and the need for individual self-determination.

According to Bokszański, the egological model of identity appeared as a result of interest in the concept of self-concept through social psychology. Gordon became a pioneer of this model. W. Allport, who in the 1940s "recalled" the concept of self to social sciences[17]. "The egological model [...] of the concept - itself primarily makes the subject of research conducted in order to describe the properties of this subject, as well as its genesis and transformations. Other questions and functions of cognitive results seem to be of secondary importance "[18]. This theory indicates a network of links between the mental content of the individual's identity and the psychosocial area of interpersonal relations.

Group identity

A specific dimension of human identity is social identity - in social, group or family relationships. Zbigniew Mach, analyzing this concept, writes that it is "[...] defined in relation to other people and groups, and therefore the same person and the same group can express different identities in different situations. This, of course, does not mean that a person or his identity changes completely from one situation to another and from one social context to another. It only means [...] that identity has many aspects and levels and that in every social situation other aspects come to the fore, depending on the perceived identity of the partner, so that an individual or group can more clearly define their identity by emphasizing similarity and differences and shaping social interactions in which identity models are constructed and reconstructed [...]. Therefore, identity can be understood as a socially determined process of mutual identification in the course of social activities. Identity is even a significant aspect of all social activities"[19]. Understanding and the existence of collective identity, rational from the point of view of socialization, is subject to criticism by individualistic trends in sociology. John W. N. Walkins in his book Explanation

14 Por. P. L. Berger, B. Berger, B. Heller, *The Homeless Mind,* Harmondsworth 1977, s. 186.

15 H. Bausinger lists three historical types of human identity: stable identity, ideological identity (corresponding to the period of development of industrial processes and strengthening the influence of the bourgeoisie) and senseless identity (contemporary, resulting from the phenomena of such phenomena as acceleration of social and cultural phenomena, confrontation of cultures, the occurrence of various systems normative - often mutually exclusive, large intergenerational difference and dominance of the mass media culture)- Z. Bokszański, *Tożsamość Interakcja Grupa. Tożsamość jednostki w perspektywie teorii socjologicznej*, Łódź, 1989, s. 40-41 za: H. Bausinger, *Senseless Identity*, [w:] *Identity: Personal and Socio- Cultural. A Symposium*, "Acta Universitatis Upsaliensis", pod red. A. Jacobson – Widding, Uppsala 1983, s. 337-346.

16 Por. R. J. Lifton, *Boundaries*, New York 1970, s. 44.

17 This theory is called non-factor theory of personality traits. It assumes that a person reacts in a certain way in a specific situation. Allport postulated that the human individual has nomotetic (characteristic of all people) and idiographic (attributed only to it). In the level of generality, these psychologists divide into dominant, central and secondary. Allport also introduced the concept of "I" as part of the description of human identity – D. Buksik, *Wybrane psychologiczne teorie osobowości*, „Seminare. Poszukiwania Naukowe" nr 16 (2000),s. 191-206.

18 Z. Bokszański, *Tożsamość Interakcja Grupa…* s. 43.

19 Z. Mach, *Niechciane miasta. Migracje i tożsamości społeczne,* Kraków 1998, s. 33.

of History. Methodological individualism and decision theory in social sciences emphasize, according to the assumptions of social individualism, "[...] the ultimate components of the social world are individual people, acting more or less properly at their disposal and understanding their situation. Each complex social situation, institution or event is the result of a specific configuration of individuals, their dispositions, situations, beliefs, physical authorities and the environment" [20]. Some sociologists even avoid using the term "collective identity." Cezary J. Olbromski writes that "social identity does not exist as such. Identity is associated with consciousness, which is a feature of a person. And society is not a form of superior to the conscious organism person, it is a unity of non-identical <social events> "[21]. This view is shared by Peter L. Berger and Thomas Luckmann, writing: "One should not talk about <collective identity> because of the danger of false (and reifying) hypostasis"[22]. Researchers consider Hegelian sociology of the 1920s and 1930s (in particular the person of sociologist Othaman Spann), still vivid concepts of the Durkheim school and representatives of the American culture and personality trend as the source of "hypostasis"[23].

In opposition to individualistic theories, among others concept of Richard Jenkins. In his book Social Identity he puts forward the theory that individual identity is actually a collective identity. According to the sociologist, the human individual creates his identity as a result of the interaction of two accidental ones - his own aspirations, needs and aspirations, and what is assigned to him as a result of mutual interaction with another human being[24]. In this sense, "social and cultural interaction accompanying human identity has an existential dimension: it takes place in the relationship of individuals, in a closed group, because it concerns private situations or limited to the direct reaction of two people; it can also take place in the public, ideological and even political sphere. Jenkins writes about all social movements through which people can manifest their views, needs or goals, and gain their own identity. In this case, the individual identity is often transferred to social identity "[25]. An example of this understanding can be feminist movements, environmental protection or other grouping of members and social activists - the individual, engaging and emotionally identifying with the values represented by a given organization and accepts them as elements of individual identity, while belonging to it receives social identity and is legitimized with it[26]. The process of creating social identity

20 J. W. N. Walkins, *Wyjaśnienie historii. Indywidualizm metodologiczny i teorie decyzji w naukach społecznych*, tłum. A. Chmielewski, wyd. 2, Wrocław 2001, s. 56.

21 C. J. Olbromski, *Tożsamość społeczna: typowość czy wspólność, bezbarwność czy przeszłość*, „Colloquia Communia" nr 3/70 (2000), s. 16.

22 P. L. Berger, T. Luckmann, *Społeczne tworzenie rzeczywistości*, tłum. J. Niżnik, Warszawa 1983, s. 263.

23 Por. Tamże, s. 263.

24 Por. R. Jenkins, *Social Identity*, Londyn – New York 2003, s. 3-5.

25 J. Hańderek, *Kłopoty z tożsamością – kłopoty ze współczesnością*, „Kwartalnik Filozoficzny" nr XLIV z. 2 (2016), s. 11.

26 Por. R. Jenkins, *Social Identity*, Londyn – New York 2003, s. 3-5.

is based on two processes: similarities and differences between one group and the other.

For emphasizing that it is possible to talk about individual identity without reference to the concept of collective identity, Jenkins gives five key features of unity:

1. human individuality and the community in which he lives are inextricably linked;
2. human individuality and the community in which he lives create one dimension of becoming human;
3. social and individual identity arises only through interaction with others;
4. the process of creating and recreating individual and collective identity is analogous;
5. all analyzes of human identity are always carried out at the interface of individual and social identity[27].

In this concept, dualism on social and individual identity results from the subject of the analysis of social disciplines. Psychology studies man, so in the area of its interest we can find references to individualistic self-determination, while sociology, while examining society, will postulate the greater importance of collective identity in human life. In reality, however, according to Jenkins, these are two terms for the same phenomenon.

According to Bokszański, the dispute between supporters and opponents of the term "collective identity" is a reflection of the philosophical dispute between nominalists and realists, which seeks the answer to the question of whether there can be two objects of identity - collective and individual or only one form. The sociologist replies that "[...] the formation of the concept of collective identity can be understood as a result of the synthesis of traditional concepts used in the analysis of cultural differences sharing the community with a new way of understanding the individual subject, associated with the concept of identity. This new concept particularly exposed the aspect of subjectivity of the social actor and the importance of self-definition in his actions. In this situation, the tendency to transfer the concept of identity also to the area of collectivity became understandable. Particularly because of the complicating social fabric of the present day. Increased transformations of traditional forms of social life, as well as the multiplicity of emerging communities, target groups and social movements, expressing new economic, political and cultural interests, have become noticeable"[28].

Summary

Identity analysis is designed to answer the question "who am I?" - in the individual aspect, and "who are we?" - in the collective, group aspect. So it can be understood as the self-image of oneself, as well as the image of the group to which a given individual belongs. For a sociologist, it is also important that identity defines interpersonal, group, social and spatial relationships, e.g. in the

27 Por. Tamże. s. 9-10.

28 Z. Bokszański, *Tożsamość zbiorowa…* s. 62.

area of the city's public space.

Bibliography:

Berger P. L., Berger B., Heller B., *The Homeless Mind,* Harmondsworth 1977.

Berger P. L., Luckmann T., *Społeczne tworzenie rzeczywistości*, tłum. J. Niżnik, Warszawa 1983.

Bokszański Z, *Tożsamość Interakcja Grupa. Tożsamość jednostki w perspektywie teorii socjologicznej*, Łódź, 1989.

Bokszański Z., *Tożsamości zbiorowe,* warszawa 2007.

Brittan A., *The Privatised World*, Londyn 1977

Buksik D., *Wybrane psychologiczne teorie osobowości*, „Seminare. Poszukiwania Naukowe" nr 16 (2000).

Hańderek J., *Kłopoty z tożsamością – kłopoty ze współczesnością*, „Kwartalnik Filozoficzny" nr XLIV z. 2 (2016).

Jenkins R., *Social Identity*, Londyn – New York 2003.

Lifton R. J., *Boundaries*, New York 1970.

Maalouf A., *Zabójcza tożsamość*, tłum. H. Lisowska –Chehab, Warszawa 1998.

Mach Z., *Niechciane miasta. Migracje i tożsamości społeczne,* Kraków 1998.

Melosik Z., T. Szkudlarek, *Kultura, tożsamość i edukacja. Migotanie znaczeń*, Kraków 2009.

Olbromski C. J., *Tożsamość społeczna: typowość czy wspólność, bezbarwność czy przeszłość*, „Colloquia Communia" nr 3/70 (2000).

Piotrowska A., *Pojęcie tożsamości w tradycji internacjonalizmu symbolicznego*, „Kultura i Społeczeństwo" t. XXIX, nr 3 (1985).

Robbinson R., *Identity Culture and Behaviour*, w: J.J. Heningman, *Handbook of Social and Cultural Antropology*, Chicago 1978.

Szacki J, *O tożsamości (zwłaszcza narodowej),* „Kultura i społeczeństwo" Tom XLVIII nr 3 (lipiec – wrzesień 2004).

Świątkiewicz- Mośny M., *Konstruowanie nowych tożsamości w warunkach globlizacji*, Kraków 2015.

Walkins J. W. N., *Wyjaśnienie historii. Indywidualizm metodologiczny i teorie decyzji w naukach społecznych*, tłum. A. Chmielewski, wyd. 2, Wrocław 2001.

РОЛЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ПРОПАГУВАННІ ОБРАЗУ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУПЕРГЕРОЯ

Гайдук Оксана Михайлівна,
аспірантка, НАКККіМ, м. Київ
unp.gaiduk@gmail.com

Науковий керівник –
Ільюшин Ігор Іванович,
к.істор.наук, проф. НАКККіМ

Засоби масової комунікації, які вирізняє насамперед застосування мас-медіа, стають потужним засобом поширення інформації. За Ч. Райтом, масова комунікація спрямована на великі та гетерогенні аудиторії, анонімні щодо самого комунікатора. Однією з її ознак є те, що повідомлення швидкоплинні, передаються публічно, з метою досягнути якомога більшої аудиторії швидко та, як правило, одночасно[1]. Таким чином суспільство впливає на своїх представників, пропагуючи свої цінності. У багатьох країнах світу активна пропаганда національних цінностей ведеться через образ супергероя.

Супергерої – це персонажі коміксів, що вкоренилися в сучасній популярній культурі настільки, що складається враження, що дані образи існували завжди. Однак ці культурні герої володіють певним набором ознак із яскравим втіленням сучасної епохи. Варто також зауважити, що популярність коміксів в культурі Східної Європи не була настільки високою як у США. Та це не завадило яскравим образам увійти у нашу свідомість та повсякденне життя.

Коли йдеться про сучасного героя, то ми обов'язково додаємо частку «супер», адже героя попкультури сьогодення варто розглядати ще й в його новому «супервимірі». На схожості сучасної масової культури із міфологією наголошує російська дослідниця В. Самойлова. Відповідно проведення подібної паралелі може допомогти нам проявити її сутність і ті механізми, за якими вона виникає та функціонує [4].

Будь-яке суспільство та епоха потребують своїх героїв, які будуть орієнтиром не лише світоглядних позицій, а й мірилом соціального, економічного, політичного стану країни, вказуватимуть на рівень організації суспільства і домінуючі у ньому моральні норми. Постать героя залишається постійно затребуваною та актуальною, особливо в період кризових і переломних ситуацій, коли пошук та утвердження орієнтира героїчного вчинку дає змогу не лише констатувати, а подекуди й передбачати шляхи розвитку суспільства.

Українські комікси поступово виборюють свою нішу у індустрії розваг, нині вони стають все більш популярними, виконуючи важливу соціальну

роль, власну місію. Якщо проаналізувати історію, то стає очевидним, що комікси найбільш активно розвивалися у час суспільних потрясінь. Вони демонстрували, що добро завжди переможе зло, що у світі насправді вистачає героїв – мужніх, відважних, справедливих, котрі ціною власного життя готові боронити мир і спокій.

Світ «захворів» своїми супергероями, тому не дивно, що й Україна намагається знайти найбільш близький масовій аудиторії образ супергероя. У роки здобуття незалежності до України нарешті потрапляє комікс-культура з її химерними та чужими, але такими цікавими супергероями. Водночас світ бачить наших маловідомих, але не менш могутніх персонажів. У 1995 році у «Робітничій газеті» з'являється комікс про молодого козака «Буйвітер» художника Костянтина Сулими. Здавалося, що настав час для українських супергероїв. Але у 90-х роках разом з економічною і соціальною кризою гальмується друк української літератури, тож розпочаті серії не проіснували більше двох-трьох випусків. Проте у той час стають відомими імена карикатуристів та графіків А. Василенка, О. Міхнушова, І. Баранька, С. Якутовича та інших.

Оскільки супергерої зазвичай з'являються в часи великих потрясінь, протягом останніх п'яти років у стані військових дій на Сході України українська комікс-культура створює все нових і нових супергероїв. Їхні персонажі відображають патріотизм, боротьбу за незалежність, порятунок людства від сучасного всесвітнього зла. Український супергерой успадкував від світових класиків-побратимів – героїв DC і Marvel, – найкращі риси характеру. Вони ніколи не зрадять Україну, готові боротися з ворогом до смерті, мають надлюдські властивості – неймовірний розум і дар бачити майбутнє, влучність і фізичну силу, захисні костюми або маску, щоб приховати своє справжнє обличчя і, відповідно, ім'я. І не так важливо, хто саме бореться зі злом – проявити героїзм повинен кожен.

Власне комікси зі справжніми сучасними супергероями, які повстали проти темної сторони і боронять Україну – це тенденція останніх років після Євромайдану та початку війни на Сході України. Передовсім варто згадати за «Волю» (2017 р.) – це серія українських фантастичних графічних романів у жанрі альтернативної історії. І хоча події в коміксах розгортаються на фоні розквіту Української Держави 1918 року, концепція мальованого підходу до опису конкретного історичного моменту, звісна річ, апелює до сучасної боротьби України за цілісність і суверенітет. А події Української революції 1917-1921 років – ймовірніше, як фактор історичної аналогії [2].

У наші дні важко й перерахувати супергероїв, які один за одним долають перешкоди та стають кумирами для багатьох фанатів світової комікс-культури – Халк, Люди Ікс, Месники тощо. Запитання, зможуть з ними конкурувати бодай на українському ринку такі персонажі, як UKRMAN або Український Кіборг, скоріше, риторичне. І не тому що в них менше суперсили, а тому що сьогодні в нашій країні звичайні герої здійснюють супергеройські вчинки [3].

Отже, можна стверджувати, що нині українська комікс-культура продукує новітні образи, що виникають під впливом обставин, в яких опинилося українське суспільство (Революція Гідності, війна на Сході України). Український супергерой, наслідуючи традиції світових класиків, має надлюдські можливості і особливі риси характеру – хоробрість, мужність, патріотизм. Образ сучасного українського супергероя активно поширюється завдяки засобам масової комунікації. Він стає зразком для наслідування, прояву героїзму для звичайної людини. Таким чином в Україні через засоби масової комунікації ведеться активна пропаганда національних цінностей.

ЛІТЕРАТУРА

1. Будівський П. О. Фольклорний і літературний образ народного героя (Олекса Довбуш): проблема історичної та художньої правди : автореф. дис. ... д-ра філол. наук: 10.01.07; 10.01.01. Київський університет ім. Т. Шевченка. Київ, 2000. 40 с.

2. Квітка А. Наш Капітан Америка. Історія українського коміксу. URL: https://bit.ua/2019/12/comics/ (дата звернення 06.02.2020).

3. Лубчак В. Хто вони – українські супергерої. З чим пов'язаний «бум» на вихід коміксів у нашій країні? URL: https://opinionua.com/2018/05/07/xto-voni-ukraïnski-supergeroï-z-chim-povyazanij-bum-na-vixid-komiksiv-u-nashij-kraïni/ (дата звернення 07.02.2020).

4. Самойлова В. Е. Миф о герое и миф о супергерое. URL: http://sociosphera.com/publication/conference/2012/125/mif_o_geroe_i_mif_o_supergeroe/(дата звернення 08.02.2020).

STRATEGIA PROMOCJI TEATRU – JAK ZAINTERESOWAĆ WSPÓŁCZESNEGO WIDZA

Garbulińska-Charchut Joanna,
magister filozofii i pedagogiki,
doktorantka Uniwersytetu Rzeszowskiego
j.garbulinska@gmail.com

Współczesny odbiorca dóbr kultury ma bardzo duży wybór atrakcyjnych form spędzania wolnego czasu, pielęgnowania zainteresowań, pasji. Jedną z nich jest możliwość uczestniczenia w spektaklach teatralnych. Teatry wychodzą naprzeciw do odbiorców z bogatą ofertą widowisk i sztuk – od klasycznych, po bardzo współczesne. Jednak nierzadko sam tytuł sztuki, czy aktorzy grający na scenie nie są wystarczającym motywatorem dla widza, aby kupił bilet i zasiadł na widowni. Od współczesnego teatru wymaga się tego, aby formy dotarcia z ofertą kulturalną były wielokanałowe i nowoczesne.

Niniejszy artykuł został podzielony na pięć części:

1. Tworzenia wizerunku Teatru,
2. Kreowania kampanii promocyjnych,

3. Budowania relacji zewnętrznych,

4. Pozyskiwania partnerów i sponsorów przedsięwzięć artystycznych i edukacyjnych Teatru,

5. Sprzedaży produkcji teatralnych.

Powyższe działania stanowią elementy spójnej strategii wizerunkowo-marketingowej. Naturalnym jest wzajemne ich przenikanie się, świadczące o kompletnym podejściu do problematyki zagadnień.

Ad. 1. **Tworzenie wizerunku Teatru**

Wizerunek marki daje konsumentowi gwarancję, że produkt, gdziekolwiek zakupiony, ma zawsze tą samą jakość, dotyczy to również wytworów sztuki. Istotnym jest zadbanie o to, aby marka tam, gdzie jest dostępna, była rozpoznawalna i zaspakajała potrzeby odbiorców. Silne marki zapewniają przewagę konkurencyjną, podczas gdy produkty marek o niskiej rozpoznawalności znikają w codziennym natłoku informacji. Mając do wyboru produkt bezmarkowy i markowy, widz najczęściej wybiera produkt znanej marki, bo wie jaka jakość za tym idzie. Badania przeprowadzone przez OBOP dowodzą, iż sprzedaż produktów pod znanymi markami rośnie w Polsce mniej więcej 3 razy szybciej niż sprzedaż wyrobów niemarkowych [1, s. 87-97].

Stosowanie marek, ułatwia klientom podejmowanie decyzji o zakupie, upraszcza zbieranie informacji o wyrobach a tym samym upraszcza moment decyzyjny. Marka w czasach kryzysu jest szczególnie ważna dla odbiorcy. Gwarantuje jakość. Ułatwia orientację w ofercie. Gwarantuje też, niezależnie od kryzysu, określony status społeczny.

Tworzenie potencjału marki – także marki z zakresu kultury jest ważne zarówno dla odbiorcy, jak również dla twórcy. Dla klienta to wiązka wartości, to sygnał, to niezawodność, to obietnica konkretnych korzyści. Marki cechuje duże zaufanie ze strony klienta. Dzięki mocnej marce firmy sprzedają produkty zdecydowanie drożej i nawet w dzisiejszych czasach dyktują, a nie negocjują ceny.

Każda kampania reklamowa powinna być jednocześnie **kampanią wizerunkową**. Bez względu na to co jest celem komunikacji, zawsze finalnie ma ona na celu wywołanie określonych zachowań i reakcji u adresatów przekazu oraz zbudowanie w ich umysłach i sercach przywiązania do marki.

Proces związany z kreacją wizerunku można podzielić na kilka etapów:

1. **Określenie grupy docelowej** – wyodrębnienie grup adresatów działań, z uwzględnieniem ich potencjału

2. **Sondaż rozpoznawalności marki** – sondaż pokazuje stan wyjściowy pozycji wizerunkowej marki

3. **Analiza SWOT** – zewnętrzne spojrzenie na mocne i słabe strony polityki wizerunkowej Teatru, jak również na tyczące jej szanse i zagrożenia.

4. **Opracowanie planu w zakresie**:

A. **Stworzenia spójnego systemu identyfikacji wizualnej.** Położenie nacisku na eksponowanie logo Teatru, bowiem dobrze rozpoznawalne logo jest jednym z filarów silnej marki.

B. **Dywersyfikacja oferty.** Prowadzenie działań przystosowanych do określonej grupy docelowej.

C. **Mocne zaistnienie na gruncie lokalnym.** Budowanie świadomości marki należy rozpocząć od mocnego zaistnienia w regionie.

D. **Działania PR.** Po określeniu specyfikacji grypy docelowej należy zwrócić uwagę na adekwatne działania promocyjne (np. internetowe, w prasie, itd.)

E. **Wsparcie działań PR działaniami reklamowymi.** Należy pamiętać, że działania PR są tylko wsparciem działań reklamowych i skupianie się wyłącznie na nich nie przyniesie zakładanych efektów.

5. **Wdrożenie planu w życie**. Tylko sumienna realizacja wszystkich punktów procesu we właściwej kolejności, może przyczynić się do właściwego tworzenia i sprzedaży wizerunku [2, 20-30].

Ad. 2. **Kreowania kampanii promocyjnych**

Kampanie promocyjne powinny być dostosowane do konkretnych grup odbiorców. W takich przypadkach niezbędne jest opracowanie **systemu identyfikacji wizualnej**, czyli zespołu spójnych symboli i zachowań dzięki którym marka Teatru jest odróżniana od innych. Stosowanie takiego systemu ma na celu pozycjonowanie marki w świadomości odbiorców. Każdy system identyfikacji wizualnej opiera się na znaku – logo, które stanowi jego pewnego rodzaju rozwinięcie. Główne cechy systemu to: kreacja logo, dobór kolorów firmowych, dobór lub zaprojektowanie firmowych krojów pisma, zaprojektowanie poligrafii firmowej (wizytówki, papier firmowy, koperty, broszury itp.), opcjonalnie gadżety i inne materiały reklamowe. Im silniejsze jest oddziaływanie elementów charakterystycznych symboli wizualnych (przypadku multiplikacja komunikatów przy wykorzystaniu różnych nośników), tym większa jest szansa, że produkt zostanie dostrzeżony i zapamiętany.

Działania PR powinny być również stargetowane, co pozwala na:

1. **Zwiększenie nacisku na organizowanie eventów i bezpośrednich kontaktów z widzami.** Dbanie przy tej okazji o dobre wyeksponowanie elementów wizualnych promujących Teatr. Eventy sprzyjają bezpośredniemu, atrakcyjnemu w formie i treści spotkaniu nie tylko ze stałą grupą odbiorców, ale również umożliwiają dotarcie do nowych osób, spełniających kryteria targetowe. Organizowane wydarzenie ma przemawiać do zmysłów odbiorców, wpływać na ich emocje.

2. **Kreowanie wydarzeń medialnych**. Pomysł na promocję Teatru/sztuki powinien być opracowywany już na etapie pomysłu na dany tytuł. Wówczas istnieje możliwość takiego opracowania spektaklu, która pozwoli wykorzystać wszelkie atuty sztuki, zarówno autora, aktorów, scenografii, jak i zainteresować ewentualnych instytucje partycypujące w finansowaniu przedsięwzięcia.

3. **Podtrzymywanie dyskusji na forach internetowych poświęconych sztuce**. W czasie po premierze ważnym jest stałe podtrzymywanie zainteresowania tytułem. Jest to bezpłatna forma promocji, sprawdza się, jeśli jest skierowana do stargetowanej pod względem tematyki grupy odbiorców.

4. Aby **działania PR**, mogły być efektywne **muszą być wspierane działaniami reklamowymi**. Stawianie tylko na działania z zakresu public relations, z definicji nie wpłynie na podwyższenie świadomości marki w takim stopniu, jak w połączeniu z działami reklamowymi.

Ad. 3. **Budowania relacji zewnętrznych**

Szczególne ukierunkowanie działań promocyjnych i budowanie relacji zewnętrznych na wykorzystanie internetowych środków przekazu oraz Social Media. Wykorzystanie możliwości mediów społecznościowych umożliwia przekształcenie procesu komunikacji w interaktywny dialog. Fanpage to bardzo atrakcyjne miejsce promocji marki dzięki skróceniu dystansu między nadawcą, a odbiorcą i możliwości docierania z przekazem do bardzo licznej grupy ludzi. Sama informacja na Facebooku rozprzestrzenia się w sposób wirusowy – to znaczy, że użytkownicy, biorąc aktywny udział w przyswajaniu treści, przekazują je do swoich znajomych przy pomocy metody „podaj dalej". To niweluje charakterystyczny dla reklam problem pochodzenia treści i skutkuje tym, że wiadomości od znajomego trudniej jest zablokować niż wyświetlającą się reklamę. To między innymi sprawia, że facebook jest jednym z najbardziej popularnych narzędzi Social Media, który w połączeniu z przemyślaną, spójną strategia działania, pozwala na dotarcie z informacją do osób z różnych grup wiekowych, o różnym statusie ekonomicznych i o wielu zainteresowaniach. Warto zwrócić uwagę na następujące aspekty:

1. w komunikatach ważny jest spójny język, np. decydując się na formę drugiej osoby, skracającą dystans z odbiorcami, nie należy zamieszczać informacji zawierających formę „pan", „pani", „państwo" – brak wypracowanego, jednoznacznego określenia może być odbierany nie tylko jako brak zdecydowania, ale również jako brak stargetowania fanów,

2. fanpage to miejsce żywego dialogu z użytkownikami, jednak, aby to mogło nastąpić, fani muszą otrzymywać wiadomości zwiększającą naturalną aktywność na stronie. Dlatego należy pamiętać o regularnym zamieszczaniu postów na fanpage'u. Nie można zamieszczać wiadomości np. raz w tygodniu lub pięć razy dziennie, w odstępach co pół godziny. Również przesyt informacji może znużyć czytelnika oraz być postrzegany jako spam,

3. materiały graficzne zamieszczane na fanpage'u powinny być wizualnie spójne i czytelne (co oznacza również odpowiednią rozdzielczość publikowanych materiałów),

4. przy zamieszczaniu zdjęć z wydarzeń/targów/eventów, warto sygnować je logiem Teatru,

5. galeria zdjęć powinna być uporządkowana, opisana i bogata. Fotografie z różnorodnych wydarzeń są chętnie komentowane i udostępniane przez użytkowników (zasada „kuli śniegowej"),

6. w zakładce „Informacje" warto uaktualnić wiadomości na temat Teatru oraz dodać więcej elementów do część przeznaczonej na „Wydarzenia z życia",

7. promocja premiery spektaklu na fanpagu'u powinna rozpocząć się

jeszcze przed premierą i być kontynuowana również w czasie, kiedy sztuka będzie dostępna – wiadomości dotyczące nowego tytułu powinny intrygować potencjalnego widza, zwiększać jego zainteresowanie spektaklem. Oprócz informacji o premierze, warto cyklicznie zamieszczać np.: ciekawostki na temat jej postawania, anegdoty, wybrane, pojedyncze zdjęcia, filmiki z wypowiedziami aktorów, zachęcające do obejrzenia sztuki, zawierające atrakcyjne informacje np. na temat kulis jej powstawania itd., Dodatkową atrakcją jest przeprowadzenie konkursów z nagrodami,

8. warto zamieszczać pytania do fanów, zachęcające ich do zamieszczenia odpowiedzi w komentarzach,

9. promując premierę, imprezę, warto wcześniej wyróżnić za pomocą opcji „utwórz wydarzenie" i zaprosić na nie użytkowników fanpage'a, znajomych. Zaakceptowane wydarzenie przez cały czas będzie widoczne na stronie głównej ich profilów - będzie to forma przypomnienia o zbliżającym się terminie eventu/ premiery,

10. facebook umożliwia również dotarcie do nowych, ściśle określonych grup odbiorców poprzez własny program reklamowy „Facebook Ads", umożliwiający płatne promowanie postów nadawcy. To przyczynia się do dokładnego profilowania grupy docelowej odbiorców reklamy oraz modelowania zasięgu promocji. Narzędzie sprzyja dotarciu do grupy wyselekcjonowanej np. ze względu lokalizację, płeć, wiek, zainteresowania, zawód, ect. Dzięki temu można bardzo precyzyjnie modelować grupę docelową wyodrębnioną z całej populacji Facebooka, więc reklama zostanie wyświetlona nieprzypadkowym odbiorcom,

11. do promocji fanpage'a Teatru można wykorzystać również profesjonalne, płatne aplikacje, zarówno istniejące, jak również specjalnie opracowane. Aplikacja na stronie może być elementem większej akcji – umożliwi np. bezpieczną obsługę konkursów i dodatkowe generowanie większej liczby fanów.

12. W związku z tym, że dziennikarze stanowią odrębną bardzo ważną grupę docelową istotna jest umiejętna współpraca z nimi. Informacje przekazywane do mediów powinny być jednorodne i pochodzić z jednego źródła. Nie jest dobrze odbierane wysyłanie informacji z różnych źródeł, zaburza to spójność odbioru marki, podważa zaufanie do niej.

13. Wysyłanie informacji do prasy. Informacje prasowe powinny zawierać m.in. wypowiedź np. reżysera, nieznane ciekawostki, informacja ta powinna być atrakcyjnym dla dziennikarza newsem np. *pierwsza w Polsce sztuka…* Informacja prasowa, jak również baza dziennikarzy powinna być wyselekcjonowana w zależności od specyfiki sztuki i grupy docelowej.

14. Organizowanie konferencji prasowej z lub bez autorów/gości specjalnych. Spotkanie z dziennikarzami, połączone z możliwością swobodnego zadawania pytań, przeprowadzenia wywiadu, otrzymaniem biletu na spektakl, przyczyni się nie tylko do kształtowania świadomości marki Teatru czy kreacji newsa dotyczącego danej sztuki, ale również do długofalowego budowania

pozytywnych relacji z redakcjami i dziennikarzami. Jest to przykład obustronnego budowania więzi na zasadzie psychologicznej reguły wzajemności, polegającej na odwzajemnieniu doświadczonego, pozytywnego zachowania.

Ad. 4. **Pozyskiwania partnerów i sponsorów przedsięwzięć artystycznych i edukacyjnych Teatru**

1. **Zaplanowanie i zrealizowanie cyklu wydarzeń medialnych w regionie.** Atutem Teatru jest tradycja, aktorzy. Wykorzystując ten atut proponuję zorganizowanie cyklu spotkań na temat Teatru. Celem tych działań będzie pokazanie w przekazie medialnym i PR-owym, pozycji jaką ma Teatr. Należy tutaj pamiętać o odpowiednim eksponowaniu wizerunku Teatru.

2. **Współpraca z wybraną uczelnią regionu** jako miejsca organizacji spotkań cyklu wykładów, seminariów i konferencji naukowych. Tematem przewodnim może być np. rola Teatru w kształtowaniu poziomu intelektualnego społeczeństwa, rola Teatru we współczesnym społeczeństwie wiedzy;

3. **Zorganizowanie jubileuszu działalności Wydawnictwa** połączonej z konferencją prasową, z udziałem aktorów i innych znanych osób z kręgu świata kultury i sztuki. Na spotkanie powinny zostać zaproszone również władze miasta i województwa, a także przedstawiciele świata biznesu, co pozwoli na nawiązanie kontaktów i łatwiejsze pozyskiwanie środków na realizacje kolejnych przedsięwzięć.

4. **Nawiązanie współpracy barterowej** z regionalnymi instytucjami kulturalnymi np. filharmonia, muzeum (wzajemne promowanie np. poprzez zamieszczenie baneru na stronie internetowej, udostępnienie materiałów promujących daną instytucję.

5. **Teatr jako ekspert i komentator spraw związanych z kulturą.** Wykorzystując medialność i znajomość świata kultury osoby związane z Teatrem mogą brać aktywny udział jako znawcy i komentatorzy wydarzeń kulturalnych w audycjach mediów regionalnych, poświęconych kulturze, np. Magazyn kulturalny „Parnas"; takie działanie oprócz nagłośnienia marki nada Teatrowi funkcję eksperta.

Ad. 5. **Sprzedaży produkcji teatralnych**

W przypadku sprzedaży produkcji teatralnych, sugeruję opracowanie media planu reklamowego, obejmującego co najmniej roczne działania. Raz na kwartał powinna mieć miejsce intensywna kampania reklamowa. Na etapie opracowywania planów wydawniczych, Teatr powinien wybrać te tytuły, które będą silnie reklamowane w mediach. Ze względu na specyfikę grupy docelowej, ale jednocześnie kosztów dotarcia warto skupić się na działaniach internetowych. Są one stosunkowo tanie w porównaniu do innych kanałów reklamowych i dają też większe możliwości.

Ponadto bardzo istotnym działaniem powinno być pozycjonowanie strony teatru. Celem tego działania jest osiągnięcie przez stronę jak najwyższej pozycji w wynikach wyszukiwarek internetowych dla wybranych słów i fraz kluczowych. Taki proces jest elementem szeroko pojętego marketingu internetowego. Pozycjonowanie przede wszystkim zwiększa ilość odwiedzin

strony, co oczywiście przekłada się pośrednio na wzrost sprzedaży. Badania dowodzą, że około 90% użytkowników odwiedzających strony pozycjonowane, to osoby, które znalazły adres poprzez wyszukiwarkę internetową. Ponadto wielu użytkowników, zwłaszcza tych, którzy nie pamiętają nazwy firmy, rozpoczyna poszukiwania od wpisania zwrotów z zakresu ogólnej specyfiki jednostki. Równocześnie warto podkreślić, że wysoka pozycja w rankingu stron świadczy również o prestiżu i utwierdza klienta w przekonaniu o wysokiej pozycji marki na rynku. Należy przy tej okazji zwrócić uwagę, że działania PR często są powiązane z działaniami reklamowymi również w inny, mniej formalny sposób. Niestety, często dziennikarze mając do recenzji tytuły o podobnym charakterze, wybierają te, które mają wykupiony pakiet reklamowy.

Warto również – po badaniach rynku, zaprojektować kampanię przeznaczoną do określonych grup docelowych – szkół, uniwersytetów trzeciego wieku itd. Ponadto wprowadzenie programu lojalnościowego może w odbiorcach wykształcić większe przywiązanie do marki Teatru.

Powyższe działania stanowią propozycję promocji współczesnego teatru. Warto, aby zarządzający teatrem mieli świadomość, że nawet najlepsza oferta wymaga podjęcia działań promocyjnych, dostosowanych do współczesnych trendów. Odbiorcy działań kulturalnych mają możliwość skorzystania z różnorodnych form, dlatego teatr XXI wieku nie może zapomnieć o tym, że dotarcie do nowych widzów musi być oparte na przemyślanej, zaplanowanej strategii promocji.

Streszczenie

Teatr to jedna z możliwości spędzenia wolnego czasu oraz obcowania z kulturą. Współczesny teatr stoi jednak przed wieloma wyzwaniami. Jednym z nich jest dotarcie do określonego grona odbiorców. W porównaniu z poprzednimi latami, nie jest to tak proste i oczywiste. Również teatr i kultura wysoka wymagają działań promocyjnych, które pozwalają na dotarcie z ofertą programową do widzów. Artykuł jest próbą przedstawienia strategii działań promocyjno-marketingowych dla teatru.

Słowa kluczowe: teatr, promocja, marketing, strategia, wizerunek

Summary

Theater is one of the possibilities for spending free time and communing with culture. However, contemporary theater faces many challenges. One of them is reaching a specific group of recipients. Compared to previous years, this is not so simple and obvious. Theater and high culture also require promotional activities that allow viewers to reach their program offer. The article is an attempt to present a strategy of promotional and marketing activities for the theater.

Keywords: theater, promotion, marketing, strategy, image

LITERATURA

[1] Liczmańska Katarzyna, *Silna marka jako źródło przewagi konkurencyjnej w momencie zakupu,* 87-97, http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1. element.ekon-

element-000171270193. Dostęp: 01.03.2020.
[2] Romanowska Maria, *Planowanie strategiczne w przedsiębiorstwie*, Warszawa: PWE, 2004. Strona: 20-30.

ПСЕВДОСУРЖИК ЯК ЛІНГВОКУЛЬТУРНЕ ЯВИЩЕ

Григоренко Ірина Василівна,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри української літератури
НПУ імені М.П.Драгоманова
iragrigorenko@ukr.net

Явище суржику в українському мовному дискурсі є відомим як науковцям, так і найширшому загалові. Одинадцятитомний академічний *«Словник української мови»* визначає суржик як елементи двох або кількох мов, об'єднані штучно, без додержання норм літературної мови; нечиста мова [5]. Змішування двох і більше мов у побутовому мовленні – не тільки суто українське явище, що виникло в силу змішування близьких граматично та географічно російської і української мов. Так, у США існує Spanglish (іспансько-англійське мовне змішування) та Тех-Мех (специфічне змішування іспанської та англійської у Техасі). На території колишньої Чехословаччини функціонує Československenčina (Czechoslovak) – змішування чеської і словацької, у Білорусі є трасянка – мовне змішування білоруської та російської. У мовній свідомості українців протягом останніх років закріпилось надто узагальнене, спрощене уявлення про суржик як про мішане українсько-російське усне мовлення, причому поняття *суржик* має яскраво негативну конотацію. Л. Масенко зауважує, що негативне ставлення до суржику як мовного мішанця характерне і для публіцистичного дискурсу, і для масової свідомості[3, с. 4–5].

Таке негативне ставлення до суржику (виправдане і зрозуміле) все ж призводить до шкідливих для української мови наслідків, коли чимало спільних для російської і української мов лексем сприймаються як суржик, фіксуючи в українському суспільстві комплекс меншовартості: слово схоже на російське – суржик, недостойне бути у літературному слововживанні.

З лексичного погляду найближчою до української є білоруська мова (84% спільної лексики), польська (70% спільної лексики), словацька (68% спільної лексики). Російська мова знаходиться тільки на четвертій позиції за лексичною близькістю до української – 62% спільної лексики; це не так і багато. Для прикладу, за своїм лексичним складом англійська мова та голландська мають 63% спільної лексики, а шведська та норвезька – 84% (детальніше тут: https://tsn.ua/blogi/themes/politics/top-5-mifiv-pro-

ukrayinsku-movu-1034590.html). Однак четверта позиція не «рятує» українські лексеми від звинувачень у нібито калькуванні з російської. І україномовні, і російськомовні громадяни України у спілкуванні українською усіляко прагнуть досягнути «чистоти» мовлення, уникнути звинувачення у незнанні української, у неграмотності та неосвіченості. Часто це призводить до того, що і діалекти, і розмовна лексика, і жаргон, і сленг тощо помилково сприймаються саме як суржик. Така ж проблема виникає і з українськими лексемами, які є спільним для обох мов – як російської, так і української.

Українська мова є синонімічно багатою. Це можна пояснити, зокрема, і тим, що тривалий час в українській мові в силу зрозумілих причин не розвивався офіційно-діловий стиль, який є максимально унормованим та регламентованим, має високий ступінь стандартизації мовлення як на граматичному, так і на лексичному рівнях, а тому можливість використання синонімів тут мінімальна. У свою чергу процес утворення синонімів відображає розвиток мови, взаємодію літературної мови і діалектів, розподіл лексем між функціональними стилями. Одним із ключових джерел синонімії в усіх мовах є лексичні запозичення. Однак підвищена «настороженість» сучасних мовців щодо суржику часто «відсікає» з української мовної норми ті лексеми, що були паралельно запозичені і російською, і українською мовою, наприклад слово *процент*. Насправді лексема *процент* з італійської через німецьку прийшла у східнослов'янські мови, а *відсоток* – калькований вислів з латинізованого терміна, що буквально означає «від сотні». За радянських часів слово відсоток трактувалось як «націоналістичне», тому його активно уникали в літературному слововживанні, а сьогодні намагаються не використовувати слово *процент*, вважаючи його калькою з російської. Схоже трапилося з багатьма українськими словами, які є нормою для українського мовлення і зафіксовані в академічних словниках[5], але у свідомості мовців вони часто марковані як суржикові, наприклад: *янтар, яд, успіти, роди, стакан, жара, ждати, бесідка, руль, поїзд, тьотя* тощо.

Проблема розмежування суржика і мовної норми (її стилістичних різновидів) є складною у сучасній лінгвістичній науці. Мовець (у тому числі і професійний філолог) зазвичай без допомоги тлумачного, етимологічно та діалектологічного словників далеко не завжди здатен розмежувати суржик та мовну норму. Тому можемо констатувати, що в новітньому українському соціолінгвальному просторі з'явився феномен – ***псевдосуржик***, який ще не став предметом лінгвістичних та культурологічних наукових розвідок.

Псевдосуржик ми розуміємо як потрактування нормативних явищ українського мовлення, насамперед на лексичному рівні, як росіянізмів, суржикізмів. Пересічному мовцю, а часто і професійному філологу, так і хочеться сказати *бурштин* замість *янтар* і *склянка* замість *стакан*. Це є абсолютно нормальним, проте варто бути обережним, уникаючи певних лексем виключно з суб'єктивних причин, адже жоден філолог, жоден

носій мови не може знати усі лексеми, наявні в його рідній мові, тим більше з урахуванням діалектів, сленгу, новотворів, не може розпізнавати їх «українськість» на слух, не користуючись при цьому різними видами академічних словників. Так, О. Данилевська, проаналізувавши уявлення мовців (зокрема школярів) про суржик у контексті посттоталітарних деформацій мовної ситуації в Україні на початку XXI століття, робить висновок, що «поняття «суржик» у мовній свідомості сучасних українських підлітків свідчить, з одного боку, про негативне ставлення до будь-яких форм мішаного українсько-російського усного мовлення, а з іншого, – про нерозрізнення ними інтерферентних та діалектних розмовних явищ, що зумовлює спрощене сприйняття й хибне потрактування мовних фактів, підживлює побутування стійких стереотипів, які посилюють конфліктність мовного простору» [2, с. 94].

Нещодавно українці у соцмережах жваво обговорювали одну з останніх медіаподій – Євробачення 2020 (детальніше тут: https://apostrophe.ua/ua/article/lime/scandal/2020-02-24/ukrainskiy-pevets-razglyadel-zradu-v-pesne-pobediteley-natsotbora-no-poluchil-na-eto-horoshiy-otvet/31150) та перемогу у нацвідборі етногурту Go-A з піснею «Соловей». У медіа ім'я Ванюша, використане авторами пісні,наводили як аргумент чужорідної естетики, адже це росіянізм, вияв суржику. Натомість серед українських офіційних імен та їх варіантів у словнику-довіднику Інституту мовознавства імені О.О.Потебні Національної академії наук України на с. 61 подано і форму *Ванюша* як варіант імені *Іван*, тобто форма Ванюша – не суржик, а розмовний варіант імені Іван[1].

Боротьба за чистоту української мови має і не зовсім очікувані наслідки, як-от псевдосуржик. До того ж погоджуємося з О. Михальчуком, який зазначає: «З позиції соціолінгвістичного прогнозування динаміки мовної поведінки заклики за чистоту української мови […] є небезпечними для вітальності української мови, тому що в мовній свідомості громадян, особливо білінгвів, закладається комплекс «неправильності» власної української і нівелює бажання розмовляти українською»[4, с. 329]. Зауважимо, що природнім у розвитку усіх мов світу є і зникнення з активного вжитку на певному історичному етапі деяких лексем, їх перехід у категорію рідковживаних або архаїзмів. Однак не варто при цьому стигматизувати певні українські лексеми, бо вони звучать надто «по-російські». Це є зрозумілим в умовах гібридної інформаційної війни, але все ж не є природним шляхом розвитку мови. Цілком погоджуємося з твердженням О. Данилевської, яка зауважила наступне: «Сформоване в умовах посттоталітарної деформації мовної дійсності уявлення про суржик як про будь-яке інтерфероване, ненормативне усне українське мовлення підважує престиж української мови, змушує носіїв такого мовлення соромитися не лише своєї мови, а й етнічності, що, зрештою, спричиняє розмивання критеріїв національної ідентичності» [2, с. 94].

Отже, псевдосуржикє відносно новим лінгвокультурним явищем,

яке найближчим часом має стати повноцінним науковим об'єктом для досліджень на перетині лінгвістики, соціолінгвістики та лінгвокультурології. При цьому дослідники мають усвідомлювати як деструктивність впливу російської мови на українську, так і шкідливість помилкового визначення мовних явищ як суржику.

ЛІТЕРАТУРА

1. Власні імена людей : слов.-довід. / Л. Г. Скрипник, Н. П. Дзятківська ; ред. В. М. Русанівський; НАН України, Ін-т мовознав. ім. О. О. Потебні. 3-тє вид., випр. Київ: Наук. думка, 2005. 334 с.
2. Данилевська О. М. Уявлення школярів про суржик у контексті посттоталітарних деформацій мовної ситуації в Україні на початку XXI століття. *Вісник КНЛУ*. Серія Філологія. Том 21. № 2. 2018. С. 90-99.
3. Масенко Л. Т. Суржик: між мовою і язиком. К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. 135 с.
4. Михальчук О. І. Мова як символ в етнічній та мовній свідомості: соціолінгвістичні параметри. *Життя – у слові: Збірник наукових праць на пошану академіка В.М. Русанівського*. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2011. С. 323-331.
5. Академічний тлумачний словник українськоїмови [Електронний ресурс]. URL: http://sum.in.ua/

KATEGORIA CZASU W DYSKURSIE NEGOCJACYJNYM JAKO WYZNACZNIK PRZYNALEŻNOŚCI KULTUROWEJ

Dargiewicz Marta,
magister, doktorantka w Instytucie Językoznawstwa
Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach
dargiewicz@op.pl

REWOLUCJA NEGOCJACYJNA

Współczesny świat to świat negocjacji – świat, w którym problemy są już rozwiązywane nie tylko i wyłącznie za pomocą wydawania decyzji zapadających na „górze" hierarchii, ale świat, w którym głos mają również ci na samym jej dole. Dziś wszyscy negocjujemy – począwszy od kilkuletniego dziecka, które chce przekonać rodziców do swojego pomysłu, przez biznesmenów, policjantów, prawników, mieszkańców danego regionu, pracowników firmy niższego i wyższego szczebla po głowy państwa reprezentujące odmienne kultury. Przy stole negocjacyjnym może zasiąść każdy, bez względu na stan majątkowy, wykształcenie, płeć, kolor skóry czy wyznanie, i może bronić swoich interesów, wartości czy przekonań.

Negocjacje w ciągu ostatnich kilkudziesięciu lat zyskały rangę stałej aktywności językowej, a w państwach o rozwiniętym systemie rynkowym wiedza z zakresu negocjacji zaliczana jest do podstawowego kanonu wykształcenia

każdego menadżera, polityka czy działacza związkowego. Rola komunikacyjna negocjacji tak bardzo wzrosła, że trudno nie zgodzić się z cytowanymi poniżej słowami autorów książki *Dochodząc do TAK. Negocjowanie bez poddawania się*i nie przyznać, że na naszych oczach dokonała się rewolucja negocjacyjna: „W dzisiejszym świecie pełnym bardziej płaskich struktur w organizacjach, szybszych innowacji i eksplozji internetowej jest oczywiste, że aby wykonać naszą pracę i zrealizować nasze potrzeby, musimy często polegać na tuzinach, setkach, a może i tysiącach osób i organizacji, nad którymi nie mamy bezpośredniej kontroli. (…) Aby dostać to, czego chcemy, musimy negocjować. Wolniej w jednych, a szybciej w innych miejscach piramidy władzy powstają sieci negocjacji. Ta cicha rewolucja towarzysząca znacznie lepiej znanej rewolucji wiedzy mogłaby być nazwana rewolucją negocjacyjną”[1].

Powyższe twierdzenie wysunęli naukowcy z Uniwersytetu Harvarda: William Ury, Bruce Patton i Roger Fisher, którzy w roku 1979 założyli Harvard Negotiation Project (HNP, Harwardzki Projekt Negocjacyjny)[2] – jego celem była praca nad rozwojem teorii i praktyki negocjacji, co zaowocowało opracowaniem tzw. harwardzkiego modelu negocjacji, który do dziś stanowi podstawę do szkolenia i pracy negocjatorów na całym świecie[3].

Wraz ze wzrostem znaczenia roli negocjacji naukowcy zajmujący się jej podstawami teoretycznymi zyskali również wyższą świadomość związaną ze rolą odgrywanych w jej procesie elementów składowych, do których niewątpliwie można zaliczyć kategorię **czasu**[4]. Czas w dyskursie negocjacyjnym bywa rozumiany jako proces przebiegający w konkretnych etapach (np.: przygotowanie, rozmowa wstępna, negocjacje właściwe: wysuwanie propozycji, kontrpropozycji, dyskusja; zakończenie, podpisanie umowy, wypełnienie warunków umowy)[5], jako element funkcjonalny (niewłaściwy moment rozpoczęcia negocjacji może doprowadzić do ich zerwania) lub element jakościowy charakteryzujący uczestników rozmów.

Niniejszy artykuł ma na celu opis kategorii czasu w negocjacjach międzykulturowych w kontekście, w których wspomniany komponent pełni funkcję opisową: stosunek rozmówców do czasu wyraża ich postawę wobec świata, czego w trakcie rozmowy negocjacyjnej nie można w żaden sposób

1 [1, s. 8]

2 Cztery lata później, w roku 1983, HNP został przekształcony w Program on Negotiation (PON), pierwsze na świecie centrum naukowo-badawcze poświęcone zagadnieniom negocjacji: zrzeszeni w nim naukowcy pochodzili z różnych uniwersytetów (Uniwersytet Harvarda, Massachusetts Institute of Technology i Tufts University) i reprezentowali różne dziedziny nauki, począwszy od prawa i administracji, przez ekonomię, neurologię, psychologię, a skończywszy na antropologii. Więcej o projekcie na stronie: https://www.pon.harvard.edu/ (data dostępu: 08.03.2020).

3 Harwardzki model negocjacyjny, zwany również negocjacjami opartymi na zasadach lub negocjacjami rzeczowymi, został opisany i ujęty w dwóch opracowaniach [1], [5].

4 Istoty czasu poszukiwali liczni filozofowie i zajmowali w tej kwestii, najogólniej mówiąc, trzy stanowiska, traktując go w kategoriach substancjonalnych, relacyjnych i poznawczych. O statusach ontologicznych czasu mówi wyczerpująco w opracowaniu *Porządek czasu* Krzysztof Pomian [2].

5 Nazwy poszczególnych etapów bywają różnie przez znawców tematu nazywane, powyższa propozycja jest mojego autorstwa.

ignorować, strukturalnie jest to wręcz niemożliwe, gdyż stosunek do czasu przekłada się na ludzkie zachowanie.

NEGOCJACJE MIĘDZYKULTUROWE

Negocjacje jako praktyczny i skuteczny sposób rozwiązywania konfliktów są zjawiskiem tak złożonym i angażującym ich uczestników do poszukiwań tylu dróg rozwoju, że prościej byłoby wskazać, jakich dziedzin życia i nauki negocjacje nie dotykają, niż wyliczyć wszystkie aktywowane przez nie obszary – stąd trudności w ustaleniu jednoznacznej definicji. Chcąc wskazać słownikowe wyznaczniki definicji negocjacji, przeanalizowałam 24 definicje branżowe, co opisałam w osobnym artykule[6], w wyniku czego przyjmuję, że negocjacje są procesem komunikacji przebiegającym między skonfliktowanymi i zależnymi od siebie stronami, któredążą do wspólnego rozwiązania.

Czym są zatem negocjacje międzykulturowe? Odpowiedź na to pytanie pokrywa się w zasadzie ze wspomnianą definicją, z jednym zastrzeżeniem: strony skonfliktowane i zależne od siebie należą do odmiennych kultur[7]. Za kulturęuznaję za Janem Szczepańskim„ogół wytworów działalności ludzkiej, materialnych i niematerialnych, wartości i uznawanych sposobów postępowania, zobiektywizowanych i przyjętych w dowolnych społecznościach, przekazywanych innym zbiorowościom i następnym pokoleniom”[8]. Z kolei, mając na uwadze typologiępodmiotów kultury Jerzego Mikułowskiego Pomorskiego,możemy uznać, że w omawianym przypadku podmiotem będzie naród, czyli ludzie zamieszkujący określony kraj, lub państwo jako instytucja rządowa[9].

EDWARD T. HALL: LUDZIE SŁOŃCA, LUDZIE ZEGARKA

Edward T. Hall, amerykański antropolog, twórca proksemiki (nauki badającej wpływ przestrzeni i jej wpływu na zachowanie człowieka)[10], dostrzegł duże różnice w pojmowaniu czasu i w jego zarządzaniu przez różne kultury, co do dziś stanowi w dziedzinie komunikacji międzykulturowej podstawę do myślenia o tej kategorii. Edward T. Hall podzielił czas na polichroniczny i monochroniczny.

W kulturach **polichronicznych** (w Ameryce Łacińskiej, Hiszpanii oraz na Bliskim Wschodzie, gdzie naturalnym zegarem może być słońce) nie uznaje

6 Wspomniany wyżej artykuł (E. Biłas-Pleszak, M. Dargiewicz, *Negocjacje w dawnych i współczesnych słownikach języka polskiego oraz literaturze specjalistycznej – próba definicji*, wciąż oczekuje na publikację.

7 Inaczej możemy je nazywać negocjacjami multikulturowymi: przebiegają na poziomie indywidualnym lub organizacyjnym (prywatne rozmowy osób indywidualnych, negocjujące firmy lub korporacje reprezentujące swoje interesy biznesowe). Natomiast negocjacje międzynarodowe dotyczą rozmów przedstawicieli odmiennych narodów na poziomie instytucjonalnym, rządowym.

8 [3, s.15]

9 [4, s.41]

10 Więcej o wspomnianej dziedzinie w monografii *Ukryty wymiar* [8].

się sztywnych ram czasowych[11], czas po prostu płynie („czas to rzeka"). Rytm życia wyznaczany jest przez relacje z ludźmi, nastrój czy porę dnia. Wykonuje się tam wiele czynności jednocześnie, a dotrzymywanie przez rozmówców sztywnych terminów jest praktycznie niemożliwe. Ważniejsze są transakcje niż harmonogramy (większość ważnych rozmów toczy się w warunkach półoficjalnych), ludzie niż cyfry. Spóźnienia i zmiany planów są na porządku dziennym, a „ludzie polichroniczni rzadko uważają czas za *stracony*, raczej skłonni są przyjmować go za punkt niż za wstęgę lub drogę, ale ów punkt często jest święty i niewzruszony. Arab powie *Zobaczę się z tobą w ciągu godziny* albo *Zobaczę się z tobą po dwóch dniach*. W pierwszym przypadku ma na myśli, że upłynie co najwyżej godzina, zanim cię zobaczy, a w drugim – że co najmniej dwa dni"[12].

Informacje przebiegają za to w kulturach polichronicznychróżnymi kanałami, nie zawsze sprawnie i nie każdy ma do nich dostęp.Słowa, z którymi mogą się utożsamiać ludzie żyjący tak pojmowanym czasem, to: chaos, przyjemność, relacje, plotka, niespieszność, subiektywność, relaks.

Czas północnoeuropejski oraz czas Ameryki Północnej i Australii Edward T. Hall uznał za **monochroniczny**[13] – ludzie mieszkający w rejonach, gdzie bardziej można polegać na zegarku niż na słońcu, wykonują zadania jedno po drugim, zazwyczaj planują swoją pracę i szanują czas swój oraz czas rozmówcy („czas to pieniądz"). Harmonogramy porządkują przebieg nie tylko dnia, ale całego życia (ważne kto i kiedy wykona zadanie). Spóźnienia są w złym tonie, przestrzega się zobowiązań i nie zmienia uzgodnionych planów: „(…) ludzie Zachodu znajdują w życiu niewiele rzeczy wolnych od żelaznego uścisku czasu monochronicznego. Czas jest tak dokładnie wpleciony w materię naszej egzystencji, że ledwie zdajemy sobie sprawę z tego, do jakiego stopnia determinuje on i koordynuje wszystko, co robimy, łącznie z kształtowaniem na wiele subtelnych sposobów relacji z innymi ludźmi. W rzeczywistości życie społeczne, interesy, nawet seks, są powszechnie zdominowane przez harmonogramy"[14].

Przebieg informacjiw kulturach monochronicznychjest nie zawsze skuteczny i nie każdy może być jego uczestnikiem. Słowa typowe dla ludzi żyjących tak rozumianym czasem to: porządek, dyscyplina, plan, stres, zadania, zobowiązania, obiektywność, napięcie, informacja.

RICHARD R. GESTELAND: KULTURY MONOCHRONICZNE, KULTURY UMIARKOWANIE MONOCHRONICZNE, KULTURY POLICHRONICZNE

Richard R. Gesteland – menager, konsultant, mówca oraz wykładowca

11 Magdalena Kendik za kultury polichroniczne uznaje takie kraje jak: Polska, Rosja, Grecja, Włochy, Hiszpania, Kuba, Meksyk, Portugalia, Egipt, Arabia Saudyjska, Indie, Brazylia [7, s.175].

12 [6, s.55]

13 Magdalena Kendik za kultury monochroniczne uznaje takie kraje jak: Polska, Chiny, Japonia, Wietnam, Australia, Niemcy, USA, Czechy, Dania, Szwecja, Holandia, Wielka Brytania, Nowa Zelandia, Francja [7, s.175]

14 [6, s.57]

amerykańskiposiadający ponad trzydziestoletnie doświadczenie w prowadzeniu negocjacji na rynkach międzynarodowych (pracował w 45. krajach)– rozwija w swojej pracy *Różnice kulturowe a zachowania w biznesie. Marketing, negocjacje i zarządzanie w różnych kulturach* koncepcję Edwarda T. Halla i zgadza się z nim co do rozumienia wyznaczników poszczególnych kultur[15], ale nie pozostaje przy jego podziale, głównie z powodu… upływu czasu. Między wydaniami prac obu naukowców upłynęło bowiem kilkadziesiątlat, co doprowadza nas do stwierdzenia, że stosunek ludzi do czasuzmienia się właśnie w czasie: „Spostrzegawczy czytelnicy zwrócą zapewne uwagę na miejsce dwóch krajów w schemacie 6.1. Jednym z nich jest Japonia, którą Edward T. Hall zaliczył w 1960 roku do kultur polichronicznych. Dzisiaj jednak Japończycy są równie wyczuleni na harmonogramy i zegarki jak Szwajcarzy. Drugim jest Singapur – wrota do Azji Południowo-Wschodniej o kulturze polichronicznej 30 lat temu, a obecnie umiarkowanie monochronicznej. Te dwa kraje są dowodem na to, że kultury się zmieniają, aczkolwiek powoli”[16].

Ze wskazanego powyżej powodu Gesteland dokonuje własnego rozróżnienia i ze względu na stosunek ludzi do czasu dzieli kultury na monochroniczne, umiarkowanie monochroniczne i polichroniczne[17], uznając tym samym gradację „czucia czasu” przez mieszkańców rozmaitych miejsc naszego globu. Aby poprzeć swoją tezę, naukowiec przytacza przykłady z północy i południa Europy (np. dla Niemców punktualność jest niezmiernie ważna, ale już na południu kontynentu, np. we Włoszech, można spóźnić się kilkanaście minut na negocjacje biznesowe i nie trzeba się z tego tytułu tłumaczyć), by następnie przejść do Indonezji i krajów afrykańskich, jednoznacznie uznanych za kultury polichroniczne: „Indonezyjczycy mają świetne określenie polichronicznego pojęcia czasu. Nazywają je *jam karet*, czyli czas z gumy”[18].

CHARLES HAMPDEN-TURNER, FONS TROMPENAARS: ORIENTACJA NA PRZESZŁOŚĆ, TERAŹNIEJSZOŚĆ I PRZYSZŁOŚĆ

Charles Hampden-Turner iFonsTrompenaars, analizując postawę człowieka względem czasu, wysunęli tezę, że ludzi można opisać ze względu na preferowany horyzont czasowy obejmujący przeszłość, teraźniejszość lub przyszłość[19], przy czym możliwe jest zachodzenie na siebie wymienionych czasów: dla niektórych kultur ważna jest przede wszystkim przeszłość i to w niej głownie funkcjonują, dla innych istotna jest przyszłość lub teraźniejszość, a

15 [9]

16 [Tamże, s.58]

17 Za kultury monochroniczne Gesteland uważa nordyckie i inne kraje europejskie, kraje północnoamerykańskie i Japonię, wśród krajów umiarkowanie monochronicznych wymienia: Australię, Nową Zelandię, Rosję i większość krajów wschodnioeuropejskich, kraje południowoeuropejskie, Singapur, Hongkong, Tajwan, Chiny, Koreę Południową, Republikę Południowej Afryki, a do krajów polichronicznych zalicza: świat arabski, większość krajów afrykańskich, kraje latynoamerykańskie, kraje Azji Południowej i Południowo-Wschodniej [Tamże, s.59]

18 [Tamże, s.61]

19 [10, s.148]

jeszcze inne kultury preferują łączenie horyzontów czasowych i w pojmowaniu otaczającego ich świata np. przeszłość nakłada się na teraźniejszość.

Ludzie zorientowani na przeszłość mówią o historii swojego kraju, swojej firmy lub rodziny i chwalą się dawnymi osiągnięciami. Tęsknią za minionymi czasami, wykazują szacunek dla przodków i osób starszych, słowem: postrzegają rzeczywistość przez pryzmat historii[20].

Narody żyjące teraźniejszością uznają ją za najistotniejszą wartość i choć nie sprzeciwiają się planom i harmonogramom, ich proces podejmowania decyzji opiera się najczęściej o doznawane w danym momencie emocje i impulsy. Interesują je bieżące relacje międzyludzkie, sugerują się zdaniem osób, z którymi aktualnie pracują i przebywają.

Kultury zorientowane na przyszłość koncentrują się na wdrażaniu krótko i długoterminowych planów, strategii i taktyk, zawsze mają opracowane rozmaite alternatywy i ulepszenia, a minione doświadczenia są dla nich bazą dla przyszłych korzyści.

ZAKOŃCZENIE

Parafrazując słowa św. Augustyna[21], można powiedzieć, że co prawda czas istnieje, ale był, jest i będzie dla człowieka wielką tajemnicą. Przyglądając się zachowaniom ludzi w negocjacjach międzykulturowych, trudno nie przyjąć, że tyle koncepcji czasu, ile narodów.

Kwestia podejścia do czasu przy stole negocjacyjnym i poza nim (spotkania formalne i nieformalne) ma konkretne i różnorakie następstwa: chcąc ograniczyć wystąpienie przykrych niespodzianek, należy uwzględnić w rozmowach z przedstawicielami odmiennych kultur czas jako sposób traktowania rozmówcy i nawiązywania relacji międzyludzkich jak również sposób (ani dobry, ani zły) przeżywania świata i świadomego w nim uczestnictwa.

BIBLIOGRAFIA:

1. W. Ury, R. Fischer, B. Patton, *Dochodząc do TAK. Negocjowanie poddawania się*, Warszawa 2016.
2. K. Pomian, *Porządek czasu*, Gdańsk 2014.
3. J. Szczepański, *Elementarne pojęcia socjologii*, Warszawa 1970.
4. J. Mikułowski Pomorski, *Komunikacja międzykulturowa. Wprowadzenie*, Kraków 1999.
5. W. Ury, *Odchodząc od NIE. Negocjowanie od konfrontacji do kooperacji*, Warszawa 2014.
6. E. T. Hall, *Taniec życia*, Warszawa 1999.
7. M. Kendik, *Negocjacje międzynarodowe*, Warszawa 2009.
8. E. T. Hall, *Ukryty wymiar*, Warszawa 1997.
9. R. R. Gesteland, *Różnice kulturowe a zachowania w biznesie. Marketing, negocjacje i zarządzanie w różnych kulturach*, Warszawa 1999.
10. Ch. Hampden-Turner, F. Trompenaars,*Siedem wymiarów kultury. Znaczenie różnic kulturowych w działalności gospodarczej*, Warszawa 2002.
11. Augustyn, *Wyznania*, Warszawa 1987.

20 Magdalena Kendik wśród krajów zorientowanych na przeszłość wymienia Portugalię, Francję i Grecję; wśród krajów zorientowanych na teraźniejszość: Hiszpanię, Egipt, Meksyk, Włochy, Indie i Arabię Saudyjską, natomiast do krajów zorientowanych na przyszłość zalicza: Japonię, Australię, Niemcy, USA, Czechy, Wietnam, Nową Zelandię, Rosję, Wielką Brytanię oraz Holandię [7, s.175].

21 [11]

СЦЕНІЧНА ПРАКТИКА СХОДУ У СТВОРЕННІ ШОУ ЗА ДОПОМОГОЮ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ ТА ГОЛОГРАФІЧНОЇ ПРОЕКЦІЇ

Бойко В.А.,
магістрант Київського національного університету культури і мистецтв
boyko31197@gmail.com

Науковий керівник – Деркач С.М.
Заслужений діяч мистецтв України, кандидат мистецтвознавства, професор, декан факультету сценічного мистецтва Київського національного університету культури і мистецтв

Провідні культурні тенденції XXI століття пов'язані з процесами глобалізації та технологічного розвитку людства. Індустрія дозвілля, що являє собою один із компонентів поняття «масової культури», зазнала значних змін та активно впроваджує новітні технології у соціокультурний простір. Цифрові технології – інновація масової індустрії та сучасного сценічного мистецтва.

Вперше дані технології були впровадженні в Східних країнах світу, а саме в Китаї та Японії. Відеоігри та анімаційна поп-культура стали основною рушійною силою для розвитку VR-та AR– технологій в області мистецтва.

Японський вокалоїд Хацуне Микує справжнім проривом не лише у галузі аудіо-візуального мистецтва, а й сценічного. Вперше ідея створення вокалоїду з'явилась на початку XXIстоліття в Барселонському університеті Ломпеу Фабра, у процесі розробки програми Vocaloid. Японська компанія Crypton Future Media, що займається розробкою програмного забезпечення у 2007 році створило віртуальну артистку, що вже стала культовою поп-співачкою світу. Зазначимо, що ідея створення віртуального артиста не є новою,-вона була окреслена у науково-фантастичних фільмах (наприклад, «Симона», 2002 р., реж.: Ендрю Ніккол). В контексті цього дослідження стає зрозумілим, що артист «віртуальний» починає створювати конкуренцію артисту «живому» [1]. На даний час існує багато артистів-вокалоідів, що тільки підкорюють музичний простір, в той час як Хацуне Міку вже гастролює по всьому світу та виступає на телевізійних проектах.

Виступ віртуальної артистки Хацуне Міку – складний не лише з точки зору техніки, але й режисури. На сцені відображається проекція Хацуне Міку за допомогою 3Д-проекторів, а також поряд з зображенням артистки грають реальні музиканти. Звертаємо увагу на світлорежисуру та режисерські прийоми, що використовуються під час проведення таких концертів. Відсутні додаткові піротехнічні засоби, відеоконтент. Світлові

акценти присутні лише в зонах глядачів та музикантів. На концертах артистів-голограм відсутнє поняття «спілкування з залом», адже дії артиста не синхронізуються з діями живої людини, а є заздалегідь прописаними. Проте, на відміну від «живих» артистів, вокалоіди не мають фізичних обмежень у виконанні складних дій. Єдине їхнє обмеження – простір.

Окрему увагу заслуговують технології доповненої реальності, що використовувались на League of Legends World Championship 2017 року. Церемонія відкриття найбільшого в світі змагання у галузі кіберспорту з гри League of Legends проводилась на пекінському стадіоні «Пташине гніздо» та стала зразком інтеграції технологій доповненої реальності у сценічне мистецтво. Американська компанія Zero Density, що займається створенням цифрових технологій у медіа-просторі, створила цифрового дракона, що летів над стадіоном та приземлився на сцену під час виступу відомого k-pop гурту. RiotGames, компанія, що займається організацією чемпіонату світу з кіберпанку, кожен рік створює справжні вистави на церемоніях відкриття. Один з концепт-художників Zero Density коментує:«Ми знаємо, що люди використовують AR-технології, але не так. Це щось наближене до фантастики. Ось, що вражає в цій технології. Ми можемо об'єднувати живе та віртуальне» [2].

Церемонія відкриття League of Legends World Championship 2018 року засвідчило традиції інтегрування цифрових технологій у сценічний простір. Спеціально для церемонії була створена цифрова K-pop гурт під назвою K/DA. На сцені поряд з живими артистами в номері з'явилися вокалоіди, що створювались за допомогою технологій доповненої реальності. Вже у 2019 р.ця подія успішно працювала за технологією 3D Holonet (Голонет), створеною компанією під назвою Kaleida. По суті, це високотехнологічна металева марля, яку можна розтягнути на напівпрозорому екрані та проекціювати різні 3D-ефекти.Голонет дозволяє робити різні типи ефектів, які були б неможливими використовуючи доповненою реальністю. Наприклад, між першими двома піснями, на церемонії відкриття, з'явилась гігантська голографічна куля, яка маскувала виконавців, що йдуть і виходять на сцену [3].

На даний момент нові візуальні цифрові технології створюються та впроваджуються у сценічний простір в поєднанні з іншими вже традиційними сценічними елементами. Синтез інновацій та традицій в рамках сценічного мистецтва відкрили нові шляхи для подальшого розвитку цифрових технологій на сценічних просторах. Через певний час інтеграція сучасних технологій може докорінно змінити усталені принципи бачення режисури та сформувати абсолютно нові сцени, в яких сценічний простір немає меж.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1.Поп-звезда, которой нет. Виртуальная певица Хацунэ Мику заработала миллионы. URL:https://aif.ru/culture/showbiz/(Дата звернення: 06.03.2020)

2How to train your (AR) dragon: Inside the design of the League of Legends World

Championship Finals opening ceremony. URL:https://idealog.co.nz/design/2018/05/ (Дата звернення: 06.03.2020)

3 Designing league of legends stunning holographic worlds opening ceremony. URL:https://www.theverge.com/2019/11/11/20959206/ (Дата звернення: 06.03.2020)

ФЕСТИВАЛЬНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ

Дичковський Степан Іванович,
кандидат педагогічних наук, доцент
Директор Інституту Практичної Культурології
та Арт Менеджменту
Національна Академія
Керівних Кадрів Культури і Мистецтв,
227@ukr.net

Проведення і розвиток традиції масових культурних заходів - зокрема, фестивалів, є однією з форм креативності. Фестивалі є важливим аспектом в рамках досліджень подій і представляють особливий інтерес для вчених з багатьох дисциплін через універсальність свята і популярність фестивального досвіду. Особлива привабливість фестивалів визначається їх можливостями створення умов для творчості, залучення великих груп людей в проведення змістовного дозвілля і отримання значного економічного зиску для приймаючої сторони. Дозвілля, в цьому випадку, все більше перетворюється в споживче благо і розглядається, в тому числі, як час, необхідний для споживання товарів і послуг, стаючи нарівні з роботою невід'ємною частиною економічної системи.

Оскільки фестивалі і свята можуть стати ефективною технологією впливу на масову свідомість, формування споживчої свідомості, інтенсифікації споживання, комодифікація постає системним процесом матеріалізації благ, які раніше не сприймалися як товари.

Комодифікація призводить до того, що ефективність фестивалів і свят оцінюється в термінах прибутку і економічної ефективності, а сфера сакрального, того, що раніше не могло бути продано і куплено, і є, основою суспільства, перебуває під тиском системи безмежного споживання.

Поняття «фестиваль» різними авторами трактується в досить широкому контексті. Фестиваль (festival) – це масове театралізоване святкове дійство, яке включає огляд або демонстрацію певних досягнень, що проводяться на вулицях, парках, стадіонах, клубах, вуличних майданчиках та визначають специфіку і структуру фестивалів.

В Америці народними фестивалями також називають вуличні

ярмарки. Близьким до фестивалю є фієста (fiesta) – традиційне народне свято, характерне для іспаномовних країн і поширене в країнах Середземномор'я. Аналогом фестивалів в слов'янських народів є народні гуляння, які є елементами різних культур і пов'язуються з традиціями і звичаями, що склалися історично і передаються від покоління до покоління та зберігаються протягом тривалого часу.

Навіть Туреччина, яка традиційно вважається країною пляжно-купального відпочинку, з метою розширення сезону зробила акцент на популяризації культурної спадщини країни, різноманітних фестивалях та інших культурних заходах

Це може бути будь-яка event - подія, яка проходить один або кілька разів на рік, триває обмежену кількість часу і забезпечує учасникам соціальні можливості, які виходять за рамки повсякденності

Аналізуючи літературу з питань міжкультурних досліджень у розвитку міжнародних туристичних ринків, слід відзначити, як мало було опубліковано, особливо в секторі подій де завжди існуватимуть потенційні проблеми, коли теорії та методи перетворяться в різні культурні середовища. Загальновизнаним є те, що туризм стає все більш інтернаціональним внаслідок глобалізації, і з 20-го століття маркетологи зіткнулися зі зростаючими мультикультурними ринками. Ця тенденція вимагає проведення міжкультурних досліджень у сфері гостинності та туризму. Сьогоднішнє дослідження надає сучасну оцінку публікацій про міжкультурні туристичні дослідження. У цьому дослідженні розглядаються різні аспекти міжкультурних туристичних досліджень, що стосуються концептуальних та методологічних питань, пов'язаних з існуючими дослідженнями.

У рамках дискурсів туризму класичні причини проведення і відвідування фестивалів продемонстрували, що ескапізм спонукає людей до подій заради розваг і відволікання від щоденного життя, спілкування, навчання і набуття нового досвіду. Хоча цей підхід не враховує фундаментальних соціальних і культурних передумов, він ставить фестивалі в один ряд разом з іншими «розважальними» продуктами. Внутрішнім мотиватором відвідати подію є бажане дозвілля, пов'язане з унікальністю кожного заходу.

Розвиток міжнародних туристичних ринків культурних подій мають розглядатися з різних точок зору від особистого до соціального та місцевого, регіонального, національного та міжнародного рівнів створення культурного капіталу. Все частіше новий підхід до оцінки впливу фестивального туризму стає новою парадигмою, хоча в деяких відношеннях він безпосередньо суперечить переважно інструменталістському підходу. Соціальні та культурні наслідки впливу фестивалю були розглянуті на прикладі культурних цінностей та ставлення мешканців до фестивалю Сальтайр в Англії.

Snowball, J., Willis, K. (2006) вважали, що за допомогою Національного фестивалю мистецтв у Південній Африці був створений культурний

капітал. Фестивалі використовуються як інструменти для створення образів призначення, стратегій реорганізації та брендингу. Harcup, T. (2000) розглядав, як вплинув фестиваль на зміну іміджа Лідса. Jago, L., Chalip, L., Brown, G., Mules, T., Shameem, A. (2003) в Австралії вивчали, як створювати події для брендування територій. Li, X., Vogelsong, H. (2005) порівнювали методи оцінки впливу дрібномасштабного фестивалю на покращеного іміджу приймаючої спільноти. (Mossberg, L., & Getz, D. (2006). вивчали зацікавлені сторони та володіння фестивальними брендами, багато з яких явно, але неофіційно, об'єднувалися з містами через їхні імена.

Можливо, мережеві наслідки, які включають розвиток співпраці, розбудову потенціалу та обмін знаннями, можуть мати набагато сильніший вплив на місця в довгостроковій перспективі, ніж вплив окремих подій. Мережа подій місця не просто збірка подій різних типів і розмірів, але ефективно може розглядатися як невелика світова мережа, яка може зв'язати учасників разом. З цієї точки зору, події можуть відігравати важливу роль у створенні та розповсюдженні культурних кодів та контенту, вироблених місцевими програмістами в мережевому суспільстві, і тому грають важливу роль у представленні місць. Вони можуть підтримувати малі світові твори в цих місцях, надаючи тимчасові координаційні центри для обміну інформацією та розвитку довіри між учасниками. Події можуть також служити для того, щоб привернути увагу до місць, виділяючи їх тимчасово з інших частин мережі, встановлюючи їх як місце для проведення заходу.

Міжнародні фестивалі створюють передумови для експорту національних культурних продуктів. При аналізі позитивних результатів фестивальної діяльності зазначається мультиплікаційний ефект, який проявляється у зростанні доходів, створенні нових робочих місць, розбудові інфраструктури на місцях та збільшенні капітальних інвестицій, створенні динамічного соціо-культурного простору сприятливого для підприємництва. Відбувається покращення демографічних тенденцій. Практично всі учасники економічної діяльності (домогосподарства, фірми, держава) мають змогу отримати свій зиск від проведення подібного заходу.

Головною складністю при оцінці ефекту від проведення фестивалю є вимірювання неекономічних результатів – впливу на соціо-культурне середовище. Подібні події сприяють консолідації, посиленню згуртованості громади. Міжнародні заходи сприяють зростанню обізнаності світового співтовариства щодо країни, рівня її культури та багатства традицій, а також формуванню позитивного іміджу на міжнародному рівні. Фестиваль формує динамічний інформаційно-культурний простір, який в свою чергу стимулює творення нових культурних продуктів на новому якісному рівні та забезпечує попит на такого роду національний продукт. Фестивальні заходи сприяють розбудові ринкової інфраструктури культурного сектору регіону. Під впливом фестивалів в суспільстві відбуваються і певні позитивні соціальні зрушення. Формується загальна репутація регіону. Забезпечується підтримка культурної ідентичності етнічних меншин.

Технології масової культури стають складовою інструментарію туристичної діяльності, пов'язують її з ігровими, видовищно-презентативними, віртуальними та іншими засобами комунікації, системами створення флеш-іміджів, імагінативних реалій рекламної презентації туристичної інформації. Рекламний супровід, віртуальні кінострічки, система імагінації інформаційної реальності пов'язані з досвідом формуванням креативної ситуації споглядання, що притаманна сучасному туризму.

Фестиваль розглядається в рамках просторових характеристик, насичених знаками, образами, а так само людськими традиціями, емоціями, почуттями, безпосередньо залученими в дійство фестивалів. Просторово-символічній сутності культурного ландшафту приділяли увагу багато дослідників, такі як О. Лавренова, Е. Баркова, Е. Воробйова, Ю. Лотман, М. Лотман.

У розумінні сучасних тенденцій розвитку фестивального ландшафту в умовах глобалізації велике значення мають роботи Д. Хелда, Д. Гольдблатт, Е. Макгрю, Д. Перратона, в яких докладно розглядається процес глобальних трансформацій, а так же доль національних культур в цьому процесі; І. Валлерстайна про можливість формування глобальної культури; Е. Гідденс, який розглядає проблеми ідентичності в умовах модерну; У. Бека про національне і універсальне; А. Аппадураі й ін. Серед сучасних культурологів, які присвятили свої праці розвитку локальних культур в контексті глобалізації, слід також відзначити О. Астаф'єву, А. Шеманова, А. Садохіна, К. Делокарова, В. Хёсле, В. Пантина, В. Лапкина і ін. Подальший розвиток ідея глобального і локального отримує в рамках навчань про глокалізації Р. Робертсона, Х. Кнодкеля, А. Моріта, Н. Кожевнікова, Н. Пашкевича і ін.

Зміни у репрезентації територіальних ландшафтів, як результат зростаючої мобільності, є одним з численних проявів впливу фестивалів на культурну ідентичність просторів. Громадські події забезпечують простір, в якому особи з спільністю зв'язуються разом, щоб відчути почуття приналежності. У розумінні сучасної потреби фізична спільна присутність, де ми можемо звернутись до області ритуалу, знаходимо достатню основу для поєднання подій з соціальними системами і мережами як важливих і необхідних елементів суспільного життя.

Невелике містечко Хей-он-Уає (Hay-on-Wye) з населенням в дві тисячі чоловік розташоване на південному сході Уельсу на березі ріки Уай (Wye). Щороку його відвідує до 500 тисяч туристів, причому не лише зі всієї Британії, але й з європейських країн і навіть з Сполучених Штатів Америки. Їх приваблює його слава «книжкового міста» і історія про проголошення містечка суверенним королівством Хей (Hay). Практично всі місцеві магазини перетворені на букіністичні: у містечку, що зберегло дух вікторіанської епохи, їх налічується 38. Першим, хто здогадався, як перетворити депресивне містечко в процвітаючий центр туризму, був

Річард Бут (Richard Booth), власник букіністичного магазину.

В 1977 році букініст задумався про те, як врятувати місто від остаточного занепаду і знайти для нього нішу в міжнародному туризмі. Зробив це він за допомогою незвичайної рекламної кампанії. 1 квітня 1977 році коли в Британії святкувався День дурня, Річард Бут проголосив Хей-он-Уай королівством, себе його королем, а свого коня призначив прем'єр-міністром.

Як не дивно, але ця ексцентрична витівка спрацювала, сюжет про незвичайне містечко-королівство з'явився на телебаченні ВВС, слава про нього поширилася далеко за межами Уельсу, і місто почали відвідувати туристи. У 1988 році в місті вперше був проведений літературний фестиваль, який став традиційним. Сьогодні на нього з'їжджаються відомі письменники і любителі літератури зі всього світу. Лише цей фестиваль щорік приносить міському бюджету понад три мільйони фунтів. Природно, це додало потужний імпульс місцевій економіці, і зараз в місті близько сорока готелів і більше 60 різного роду ресторанів. Майже всі жителі отримали роботу у сфері обслуговування.

Міфи та символи закладені в традиційні фестивалі, у сучасних суспільствах часто трансформуються у вигадані міфи або символіку з різними значеннями і таким чином посилюють їх товарну вартість, а місця, пов'язані з цими міфами перетворюються у туристичні пам'ятки. Популярним міфом культурної ідентичності спадщини ранньосередньовічної Європи є тематичні фестивалі вікінгів. На відвідувачів чекає знайомство з побутом, їжею, одягом і військовим ремеслом скандинавських вікінгів в кожній із країн проведення фестивалю. Зокрема, щороку в лютому, один з головних історичних фестивалів Європи – Йоркський Фестиваль вікінгів, занурює глядачів в атмосферу епохи завоювання Англії. Давня столиця Північної Англії Йорк вважається одним з найбагатших в плані історичної спадщини міст країни. Фестиваль вікінгів присвячений часам правління грізних скандинавських воїнів, які поширювали звідси свою владу по всьому острову. Організатор історичного свята - Центр вікінгів Йорвік (так Йорк називався в давнину) - представляє його гостям велику культурно-розважальну програму за участю клубів історичної реконструкції з різних країн.

Відвідувачі фестивалю можуть не лише помилуватися на епатажні наряди, захоплюючі битви, змагання з веслування, соколине полювання, а й особисто долучитися до історичних занять - постріляти з лука, приміряти середньовічний обладунок. Тим, хто всерйоз зацікавився культурою вікінгів, буде цікаво відвідати спеціальні експозиції, які готують до фестивалю всі історичні музеї Йорка. Втім, на думку деяких дослідників, європейські тематичні фестивалі вікінгів здебільшого ідеалізують минуле і хоча презентуються учасниками як автентичний спосіб життя й використовуються як вираз ідентичності, насправді більше схожі на виставу. Карнавальність і святковість багатьох фестивалів є незмінною

темою багатьох досліджень. Роботи про святковій культурі можна вважати першоосновою у вивченні культури фестивальної, оскільки і сам фестиваль є за своєю суттю святковим заходом. Сама проблема свята вперше була досліджена М. Бахтіним, який концептуалізував це поняття і ввів ряд термінів і положень, які є фундаментальними в культурології. Крім того, для даного поняття велике значення має принцип архітектоніки - погляд на цілісний образ твору (в даному випадку фестивальний ландшафт), що дозволяє виділяти окремі компоненти, їх взаємозв'язок і взаємовплив.

Саме М. Бахтін підтримував ідею архітектоніки в культурі. Цей тимчасовий стан перебування поза повсякденним життям (у розвагах під час карнавалу, ритуалах, подорожах або досвіді подій) відрізняється соціальними і поведінковими інверсіями. На думку М.Бахтіна, карнавал виникає знизу, стихійно, без складної культурної бази і, спочатку орієнтований на спрощення складного і зарегламентованого життя. Тому карнавали і фестивалі в минулому були ще й своєрідним клапаном, що „випускає пару" перегрітого котла соціального протесту, але, з іншого боку, - процесом формування культурних передумов нового суспільства.

Культурні та карнавальні образи та значення, пов'язані з фестивалями рок і поп-музики, найбільше комерціалізувалися в фестивалі, що проводиться з 1996 року у Великобританії, і був першим великим відкритим фестивалем, який відбувався на двох майданчиках одночасно протягом одного вихідного дня. Започаткований як основна альтернатива фестивалю в Гластонбері та Редінгу, він керується консорціумом успішних концертних промоутерів, активно охоплює комерційну діяльність, спонсорські угоди та передові технології обслуговування клієнтів. Модернізуючись, фестиваль гарантує відвідувачам та туристам безпеку і пропонує зразки для наслідування для багатьох нових комерційних заходів, що проводяться щороку. В процесі розвитку, він завоював значну популярність серед туроператорів, що пропонують «музичні тури» і заслужив повагу професіоналів музичної індустрії. Це демонструє, як переконання його організаторів вплинули на управління та імідж заходу, і як він допоміг перетворити масштабний ринок музичних фестивалів в цілому.

Концепція культурного карнавалу була використана у відношенні великомасштабних відкритих музичних фестивалів, перш за все через формування культурних просторів та ідентичностей. Единбурзький міжнародний фестиваль, який був вперше проведений в 1947 році, мав на меті відродити та стимулювати культурне життя міста і підняти дух його жителів. Це стало поштовхом до виникненню не тільки фізичного простору, але також «творчих місць»: фестиваль став місцем для зустрічі і встановлення комунікації між місцевими жителями і туристами, глядачами і творцями. Головною вулицею міста — "Королівською милею" (Royal mile) кожен рік проходить парад-карнавал, за яким спостерігають тисячі осіб. Протягом трьох тижнів у театрах, клубах, пабах, школах і просто неба сотні акторів з різних країн виступають у виставах, концертах і шоу. В

наш час Единбург перетворився на Мекку для поціновувачів традиційного і сучасного мистецтва, одночасно приймаючи близько десяти фестивалів різних мистецьких напрямків. Найбільші серед них, за кількістю учасників і розмахом дійств, - Edinburgh Art Festival і Fringe Festival. Це також фестиваль церемоніальних виступів різних полків Британської Армії та армій деяких інших країн (Royal Edinburgh Military Tattoo), і Единбурзький Міжнародний Книжковий Фестиваль (Edinburgh International Book Festival), і фестиваль, який демонструє унікальність, "поєднуваність", взаємовплив різних культур світу через безліч мистецьких дійств - Edinburgh Mela. У період фестивалів Единбург стає неповторною платформою міжнародного знайомства, спілкування, розваг, взаємного культурного збагачення. З часом просторові межі фестивалю поширилися на інші міста регіону. Зокрема, фестиваль мистецтв «Фріндж», який є самостійною частиною Единбурзького фестивалю, щорічно збирає безліч професіоналів і любителів на більш ніж 250 майданчиках, більшість з яких вуличні.

Серед найвідоміших українських фестивалів у світі «Країна мрій», який є найбільшим етнічним фестивалем в Україні. Паралельно проводиться фестиваль «Монгольф'єрія» - фестиваль повітряних куль. Відносно молодий,але відомий фестиваль «Файне місто» - музичний фестиваль, до якого залучені учасники з Австралії, Франції, Швеції,Австрії, Польщі, Грузії, Росії та Білорусі. Міжнародний фестиваль фольклору «Етновир» об'єднує учасників з України, Ізраїлю, Мексики, Португалії, Італії, Чехії, Польщі, Індії, Іспанії та багатьох інших. В Україні також щороку проходиться велика кількість гастрономічних фестивалів, історичних, етнографічних.

Фестивалі є культурними святами і завжди займали особливе місце в різних суспільствах. Їх святкові ролі, а також культурні і соціальні наслідки, давно привернули інтерес соціологів і антропологів. Фестивалі завжди мають тему, різноманітні програми і стилі, тому їх проведення сприяє формуванню конкретного виду досвіду, що має багато смислів на особистому, соціальному, економічному та культурному рівнях. Святкування втілює відразу інтелектуальний, поведінковий і емоційний досвід, який змінюється з часом, причому кожна форма фестивалю (наприклад, присвячений музиці, мистецтву, історичній спадщині) втілює різний потенціал досвіду. Хоча найдавніші свята виникнули органічно, спільно з аграрними, астрономічними та кліматичними циклами, сучасні фестивалі започатковуються і керуються з багатьма цілями, зацікавленими сторонами та значеннями, які прив'язані до них. Організатори подій особливо зацікавлені в тому щоб їхні програми впливали на аудиторію і досягали бажаного досвіду. Це вимагає знання культури, мистецтва та психології.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Kay P. (2004). Cross-cultural research issues in developing international tourist markets for cultural events. Event Management, 8 (4), 191-202.

2. Wood E., Thomas R. (2006). Measuring cultural values – the case of residents" attitudes to the Saltaire Festival. Tourism Economics, 12 (1), 137-145.
3. Snowball J., Willis K. (2006). Building cultural capital: Transforming the South African National Arts Festival.South Africa Journal of Economics, 74 (1), 20-33.
4. Harcup T. (2000). Re-imaging a post-industrial city: The Leeds St. Valentine's Fair as a civic spectacle.City, 4 (2), 215-231.
5. Jago L., Chalip L., Brown G., Mules T., Shameem A. (2003). Building events into destination branding: Insights from experts.Event Management, 8 (1), 3-14.
6. Li X., Vogelsong H. (2005). Comparing methods of measuring image change: A case study of a small-scale community festival. Tourism Analysis , 10 (4), 349-360.
7. Li X., Vogelsong H. (2005). Comparing methods of measuring image change: A case study of a small-scale community festival. Tourism Analysis , 10 (4), 349-360.
8. Mossberg L., Getz, D. (2006). Stakeholder influences on the ownership and management of festival brands.Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism , 6 (4), 308-326.
9. Crompton John L. (1994). Measuring the economic impact of festivals and events some myth, misapplications and ethnical dilemas/ Fest Mgtm & Evnt Tour, Vol.2, p.33-43.
10. Yao-Kuei Lee, Tsai-Lung Liu, Fang-Tsen Chung, Hsiao-Hui Ho. Investigating the Role of Government Policy and the Environment on Locals' Loyalty to Spring Music Festivals (March 2015) Contemporary Management Research, 11(1), p.35-54.
11. Зеленцова Е. Креативная экономика и городское развитие //Журнал „60 параллель" № 2 (33) июнь 2009. URL: http://www.journal.60parallel.org/ru/journal/2009/34/337).
12. Голицына Н. Книжный город и его король. URL: http://archive.svoboda.org/ll/cult/1205/ll.120505-1.asp.
13. Hannam K., Halewood C. (2006). European Viking themed festivals: An expression of identity.Journal of Heritage Tourism, 1 (1), 17-31.
14. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. Монография. — 2-е изд. - М.: Художественная литература, 1990. — 543 с.
15. Anderton C. (2008). Commercializing the carnivalesque: The V festival and image/risk management. Event Management, 12 (1), 39-51.
16. [Фестивали в Эдинбурге URL: http://ria.ru/spravka/ 20130802/953493644.html.].
17. Н Сапельнікова, О. Никончук Формування концептуальних засад пожвавлення крос-культурних відносин на засадах туристичної діяльності с.24-33 tourism.knukim.edu.ua/article/download/154402/159918

МОДЕЛЬ СУБ'ЄКТА В КУЛЬТУРНІЙ АНТРОПОЛОГІЇ: ВІД КУЛЬТУРНОГО РЕЛЯТИВІЗМУ ДО ГЛОКАЛІЗАЦІЇ

Дорошенко Тетяна Сергіївна,
студентка III курсу спеціальності «034 – Культурологія»
Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв
xiaominikus@gmail.gmail

На сьогоднішньому етапі глобальних та глокальних змін світу відбувається потужне використання комунікаційних технологій у всіх сферах суспільства, що суттєво впливає на характер соціокультурних тенденцій, освіту, взаємини між людьми різних соціальних шарів та

національного самопізнання. Історія виокремлення індивіда розпочалась ще за доби Середньовіччя у формі становлення релігійного персоналізму і свого апогею досягла саме сьогодні. Дослідження процесів індивідуалізації та змін у відносинах різних поколінь почали проводити у XX столітті. На основі індивідуалістичної проблематики ми пропонуємо здійснити *компаративний аналіз моделі суб'єкта у межах культурно-антропологічних концепцій школи релятивізму Франца Боаса, Маргарет Мід та Рут Бенедикт*, які тлумачаться нами як такі, що стоять біля *витоків сучасних глокальних акультураційних практик*, включаючи *креативні стратегії* адаптації суб'єкта до універсальних світових трансформацій.

Культурантропологи досліджували аборигенні культури як своєрідні локації, одночасно самодостатні й закриті для впливу (Ф. Боас) та відкриті й придатні для «м'якої» асиміляції (Р. Бенедикт, М. Мід). Представники культурного релятивізму, фрагментуючи ідентичність Іншого, намагалися вирізнити у локальному суспільстві гнучку транслокальну особистість, чутливу до акультурації, – мобільного «етноархаїчного варвара», якого можна колонізувати без силового фізичного тиску та який здатний самостійно поглинути західні впливи на прикладі вестернізації Сходу та Півдня. Найкращим варіантом для реалізації таких цілей була молода людина, що відносилась до маргінальних кіл і не була прив'язана до ідентичних культуро-соціальних кодів свого роду/племені/соціуму/суспільства [1]. Такі особливі образи людини згодом, мірою ескалації постмодерну, переростуть у типових представників класу «креативних еліт» у сучасності, щодо якого маргінально-богемний стиль мислення і поведінки визначається Р. Флорідою як провідний індекс-фактор [5]. Саме креативні еліти стали провідними акторами транснаціонального ринку і транскультури, являючи собою продовження на новому витку розвитку глобального суспільства розробленого культурними антропологами образу культурного «маргінала».

Перейдемо до розгляду окремих концептів суб'єкта в культурному релятивізмі. Школа Франца Боаса 40-50-х років XX століття в США робила акценти на ствердженні рівноправності всіх типів культури на різних континентах, тобто хотіли затвердити неможливість порівнювати ціннісні орієнтири різних народів. Концепції, що ставлять знак рівності між «цивілізаційною» та людиною з первісними патернами поведінки, піддавались ряду критиці, але з точки зору радикальної локалізації – це єдиний шанс до усвідомлення рівноправності між всіма суспільствами. Франц Боас стверджував, що цивілізаційні самоцінності передавались від одного народу до іншого, тож це не обґрунтування розділяти людей на етноцентриські паралельні площини. Успіхи рас не дають права припускати, що одна раса – обдарованіша за іншу: головна теза Франца Боаса з роботи «Розум первісної людини», показує значний вплив релятивістських ідей на сучасну політику ідентичностей, яка стала основою проекту глокалізації [3, с. 6].

Теорія освіти та інкультурації Маргарет Мід, викладена у роботі «Культура і світ дитинства», завоювала прихильність багатьох науковців, оскільки описує культурні зміни у конфлікті між поколіннями і труднощі самореалізації підлітків у суспільстві – це глобальна проблема для сьогодення. Концепція поділу культур на постфігуративну, конфігуративну та префігуративну висвітлила ряд проблем та шляхи їх вирішення [4, с. 134]. Наприклад, для першого виду культури, властивої для аграрних суспільств, потрібно такі умови – культ традицій, відсутність сумнівів та усвідомлення. Як бачимо, сучасне покоління ставить все під знак питання, чітко осмислює кожну дію та рух у соціокультурних обставинах. Конфігуративна культура формується в індустріальному суспільстві і забезпечує взаємозв'язок між однолітками по грі, праці, роботі, тобто центр тяжіння перемістився з минулого на сучасність. Суб'єкт у суспільстві, де моделлю передачі культури є конфігурація форм поведінки попередників та нащадків, може вважати «природнім» відмінності позицій різних поколінь.

Префігуративна культура притаманна для інформаційного суспільства, де відчувається досвід молоді, що радикально відрізняється від досвіду старших, але старші готові вчитися сучасним тенденціям та науково-технічним процесам. Яскравий приклад цього феномену – образ молодіжної маргінальної людини. Вона створює не тільки щось нове і замкнуте, але і змінює та активно впливає на традиційну культуру. Маргінальна культура в сучасності виступає як пошук форм самоусвідомлення, вираження креативного потенціалу, утвердження альтернативної життєвої позиції.

Більш детальнішим описом конфігурацій культур зайнялась антрополог Рут Бенедикт, зокрема на прикладі Японії у праці «Хризантема і меч». Вона створила нову методику вивчення – дослідження «на відстані», тобто дистанційно було проведене аналіз соціокультурних внутрішніх процесів ззовні країни. Дослідниця мала за основу виявити стрижень з різних сфер – політика, економіка, військова справа та мистецтво Японії, не торкаючись «серцевини» культури. Рут Бенедикт виявила цікаві спостереження, відмінні від американських тенденцій: концепція «належного місця» (ієрархія у всьому); структура боргу (зобов'язання на все життя); вчення про тілесні задоволення та усвідомлення шлюбу; культура вини та культура сорому [2, с. 3]. Дослідження Р. Бенедикт, розкриваючи роль виховання у формуванні ментальності, продовжило освітні ідеї М. Мід та ключову лінію антропологічної школи «культура-і-особистість», показуючи конфлікт між Заходом та Японією як культуралістський (зіткнення постфігуративної та префігуративної культур).

У сучасному глобалізованому світі швидкість і об'єм інформаційних потоків швидко зростає, тож нині підлітки та дорослі ставляться до всіх життєвих речей легше та загально прийнятніше, ніж у консервативних культурах. Основними та провідними принципами порівняння трьох підходів до вивчення суб'єкту через призму культурної антропології є:

1) Виділення автономного суб'єкта культури з власним набором

цінностей, відмінних від цінностей західної культури, цінностей, що відповідають його потребам і задовольняють саме його схильності, залежачи від психічної стихії (модель Ф. Боаса).

2) Спроба акультурації іншого суб'єкта на основі розділення культур на конкретні типи у залежності від відносин в освіті (дослідження конфліктів між поколіннями); виділення суб'єктів (постфігуративна культура), які важко піддаються зовнішнім асиміляційним впливам, та створення образу маргінальної молоді у префігуративній культурі (модель М. Мід).

3) Виявлення різноманітних внутрішніх процесів та змін, зокрема залежності поведінки і психіки суб'єкта від культури (модель Р. Бенедикт).

Таким чином, модель людини у культурно-антропологічній школі XX століття еволюціонувала через призму історичних процесів від автономного суб'єкта народної традиційної культури до пристосованого до асиміляції об'єкта – маргінала, якого шляхом акультурації можна перетворювати з носія автентичної етноархаїчної ідентичності на носія західної цивілізаційної особистості. Всі дослідження антропологів, спрямовані на вивчення та аналіз комунікацій у суспільстві, мають бути критично переосмислені у поясненні сучасних проблем, що постають нині у світі: конфлікти, труднощі спілкування та самоусвідомлення людей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Park R.E. Human migration and the marginal man // Amerikan Journal of Sociology. Chicago. – 1928. – Vol. 33. – № 6. – P. 881–893.

2. Бенедикт Р. Хризантема и меч: Модели японской культуры / Рут Бенедикт ; пер. с англ. *М*. Н. Корнилова, Е. *М*. Лазаревой и В. Г. Николаева. - М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2004. — 256 с.

3. Боас Ф. Ум первобытного человека [Електронний ресурс] / Франц Боас ; пер. с англ. А.М. Водена. — М.; Л.: Государственное издательство, 1926. — 154 с. – Взято з: https://www.twirpx.com/file/669373/

4. Мид М. Культура и мир детства. Избранные произведения / Маргарет Мид ; пер. с англ. и коммент. Ю. А. Асеева. - М.: Наука , 1988.- 429 с.

5. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будуще // The Rise of The Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. — Классика-XXI, 2005. — 430 с.

SMART MIASTO POD LUPĄ (WYBRANE ZAGADNIENIA)

mgr Drozd Iryna
Uniwersytet Rzeszowski (doktorantka IV roku Socjologii w Kolegium Nauk Społecznych Uniwersytetu Rzeszowskiego)
irena.drozd@interia.pl

Inteligentne miasta (z j. ang. *smart cities*) to miasta, na obszarach których są wykorzystywane kreatywność mieszkańców, są skutecznie funkcjonujące instytucje, jest rozwinięta infrastruktura komunikacyjno-informatyczna a także są predyspozycje do innowacji by stać się inteligentnymi. Inwestycje w ludzki kapitał wraz ze wspieraniem zrównoważonego rozwoju, podniesieniem jakości życia z zaangażowaniem w partycypacje społeczną także wpływają na efektywną implementacje innowacyjnych rozwiązań w administracji publicznej. Nie mniej jednak każde miasto powinno samodzielnie poszukiwać i określić własne metody lub wzorować się na już stosowanych rozwiązaniach innych miast [5, s. 7].

Przystępując do omawianie pojęcia *smart city*nie sposób ominąć podstawowych terminów związanych z funkcjonowaniem administracji publicznej w inteligentnych miastach.

Administracja publiczna – jest sprawowana przez państwo realizujące dobro wspólne, tj. interes publiczny dla zapewnienie określonych korzyści ogółowi (państwu, wspólnocie). Administracja publiczna troszczy się także i o interes indywidualny, który jest reprezentantem społeczeństwa jak również wspólnoty wyznającej powszechne wartości [9, s. 29-36].

Innowacja – nowy lub znacząco ulepszony produkt (towar, usługa) albo proces związany z nowymi kanałami sprzedaży, jak również może to być nowa metoda organizacyjna, stosowana w praktykach biznesowych, stworzenie miejsca pracy czy w stosunkach zewnętrznych przedsiębiorstwa [8, s.10].

E-administracja (z j. ang. *government*) – stosowanie technologii ICT w administracji publicznej w celu zmiany sposobu organizacji i zarządzania oraz pozyskania nowych umiejętności, by jak najlepiej świadczyć usługi publiczne a jednocześnie zaangażować obywateli w demokratyczne procesy[3, s. 18]. Przy wdrążaniu e-adminestracji, konieczne jest uwzględnienie następujących zasad:

1) domyślna cyfrowość - usługi administracji publicznych powinny być z założeniacyfrowe;

2) zasada jednorazowości – jednorazowe podawanie tej samej informacji administracji publicznej przez obywateli i przedsiębiorstwa;

3) powszechność i dostępność – e-usługi publiczne powinny być z założenia powszechne i dostosowane do potrzeb różnych grup odbiorców, np. dla osób niepełnosprawnych lub starszych;

4) otwartość i przejrzystość – wymiana informacjami i danymi przez administracje, zapewnienie obywatelom i przedsiębiorcom dostępu do ich danych, kontroli nad danymi i możliwość ich poprawiania;

5) domyślna transgraniczność – udostępnienie odpowiednich cyfrowych usług publicznych przez administracje za poziomie transgranicznym oraz zapobieganie dalszej fragmentacji, jednocześnie wspierając mobilność jednolitego rynku;

6) domyślna interoperacyjność – usługi publiczne powinny funkcjonować bezproblemowo w ramiach jednolitego rynku i między sztywnymi strukturami organizacyjnymi na podstawie swobodnego przepływu danych i usług cyfrowych w Unii Europejskiej;

7) niezawodność i bezpieczeństwo – należy zapewnić wyższy poziom ochrony danych osobowych, prywatności i bezpieczeństwa informatycznego [11, s, 32].

E- usługa – świadczona drogą elektroniczną przez sieć np. internetową, definiując ją jako usługę świadczoną w sposób zautomatyzowany poprzez użycie technologii informacyjnych, przy pomocy systemów teleinformatycznych w publicznych sieciach telekomunikacyjnych, na indywidualne żądanie usługobiorcy, bez jednoczesnej obecności stron w tej same lokalizacji [12].

Stopień interakcji obywatela z administracją publiczną określają poziomy dojrzałości e-usług w administracji a mianowicie:

1. poziom informacyjny – podstawowy poziom dojrzałości tzn. że instytucje administracji publicznej udostępniają obywatelom i przedsiębiorcom informacje publiczne na portalach internetowych;

2. poziom interakcji – interesariusze komunikują się z urzędami droga elektroniczną, lecz warto zauważyć, ze jest to komunikacja jednostronna;

3. poziom interakcji dwustronnej – wzajemna komunikacja interesariuszy i urzędów;

4. poziom transakcyjny – poziom dojrzałościwiąże się z możliwością dokonania wszystkich czynności niezbędnych do załatwiania danej sprawy urzędowej drogą elektroniczną;

5. poziom dojrzałości, spersonalizowany – zapewnia załatwienie sprawy urzędowej drogą elektroniczną i jednocześnie wprowadza personalizacje obsługi [2, s. 13].

Ważne miejsce w rozwoju *smart city* zajmują innowacje społeczne, które można zdefiniować jako nowe rozwiązania problemu społecznego, rozwiązanie to jest bardziej skuteczne, wydajne i trwałe jak również tworzy nową wartość dla społeczeństwa, a nie jednostek. W rozwoju inteligentnych miast innowacje społeczne to nie tylko pomysł, lecz innowacyjna praktyka, która ma na celu wywoływanie pozytywnego wpływu na społeczeństwo w jak najszerszy sposób. Innowacje społeczne można również interpretować jako zdolność i umiejętność społeczeństwa do rozumienia, analizowania i rozwiazywanie jego własnych, społecznych i środowiskowych, problemów, a rozwiązanie tych problemów przebierają formy pomysłów, działań, strategii, procesów i projektów[5, s. 17].

Tabela nr 1. Modele *smart cities* opierające się na innowacjach społecznych

Modele smart cities	Charakterystyka
Otwarte	Miasto,które kładzie nacisk na transparentność w związku z podejmowanymi działaniami. Cechuje je otwarty dostęp do wszelkich powstałych dokumentów, realizuje otwarty dostęp do danych (ang. Open data). Pragnie być odpowiedzialne, dostępne i dostosowane do potrzeb mieszkańców.
Własne	Miasto zachęca do zaangażowania się mieszkańców w zarządzanie sprawami publicznymi, aby stali się aktywnym elementem w procesie podejmowania decyzji, które mają wpływ na miasto.
W chmurze	Cloudcityto miasto, w którym przestrzeń miejska stanowi miejsce interakcji społecznej, pomysłów, inicjatyw, umiejętności i różnych doświadczeń, co stanowi jądro systemu operacyjnego społeczeństwa obywatelskiego zdolnego do połączenia w chmurze możliwości wszystkich mieszkańców.
Kreatywne	Miasto, które stwarza warunki do komunikacji w przestrzeni miejskiej poprzez ekspresję artystyczną i stworzenie możliwości rozwoju przemysłów kreatywnych m.in. w takich branżach, jak media, reklama itd
Elastyczne	Miasto, które w elastyczny sposób przeprowadza procesy asymilacji i adaptacji obszarów wykluczonych na jego terenie ze względu na ich charakter, kształt, strukturę i funkcje itp. Stąd pojawia się tu często kwestia rewitalizacji, zrównoważonego rozwoju i włączenia zagrożonego terenu w struktury inteligentnego miasta. Wiąże się to ze zdolnością społeczeństwa do utworzenia stałego przepływu innowacji społecznych.

Źródło: Kidyba M., Makowski Ł., *Smart city Innowacyjne rozwiązania w administracji publicznej a zarządzanie inteligentnym miastem,* Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 2018, s. 18

Modele inteligentnych miast opierające się na innowacjach społecznych przy pomocy technologii przekształcają miasto w system koncentracji usług oraz infrastruktury wyjątkowo wydajnej, zorientowanej na procesy zarzadzania, jak również tworzą spersonalizowany i wszechobecny miejski system [1, s. 46]

W 2014 roku ISO (z j. ang. *International Organization for* Standardization) opracowała Stanford ISO 37120 (*Sustainable development of communities – Indicators for cityservices and quality of life*) dotyczący szczegółowych wskaźników opisujących rozwój miast. W standardzie ISO 37120 wymieniono 17 dziedzin, dla których zdefiniowano grupę blisko 100 wskaźników podstawowych i uzupełniających. Zgodni z tymi zaleceniami powinny być kontrolowane corocznie według podanych wytycznych, zawartych w normie. Poniżej przedstawiono dziedziny i przykładowe wskaźniki:

- ekonomia – np. liczba osób bezrobotnych, zatrudnionych, żyjących w biedzie, liczba przedsiębiorstw, patentów, udział poszczególnych sektorów gospodarczych w gospodarce;
- edukacja – np. stosunek uczniów do nauczycieli, procentowa liczba osób kończącychposzczególneetapy edukacji, procent męskiej/żeńskiej populacji jako

uczniów;

- energia – np. procentowy udział energii odnawialnej w stosunku do ogółu używanej energii, dostępnośćenergii dla mieszkańców miasta, wykorzystania energii przez budynki publiczne;
- środowisko – np. koncentracja pyłów, zanieczyszczeń, gazowych, hałas;
- finanse – np. informacja o długu publicznym, wydawanych pieniądzachpochodzących z podatków;
- ochrona pożarowa i systemy szybkiego reagowania- np. liczba zawodowychstrażaków oraz straży ochotniczej liczb osóbktórezginęły w pożarach, czas reagowania służb ratunkowych;
- władze, zarzadzanie - np. liczba głosujących w wyborach, liczba kobiet startujących w wyborach, wskaźnik korupcji, liczba kobiet pracujących w urzędach;
- zdrowie – np. przeciętna długość życia, liczba łóżek w szpitalach, pielęgniarek,liczba osób pracujących w opiece psychologicznej, śmiertelność wśród dzieci, liczba samobójstw;
- rekreacja np. powierzchnia terenów, rekreacji zewnętrznej i wewnętrznej,;
- bezpieczeństwo – np. liczb policjantów, zabójstw, popełnionychprzestępstw, czas reakcji służb porządkowych;
- zasoby mieszkaniowe np. liczba osób mieszkających w biednych dzielnicach, liczba bezdomnych, liczba nieodebranych obiektów mieszkaniowych;
- odpady stałe, np. dostęp mieszkańców do punktów zbiorki odpadów komunalnych, ilość zbieranych odpadów stałych, ilość odpadów z recyklingowanych, wskaźniki dotyczące ich składowania, utylizowanie;
- telekomunikacja i innowacja – np. liczba mieszkańców z dostępem do Internetu, linii telekomunikacyjnej,telefonii mobilnej;
- transport – np. liczba pasażerów transportu publicznego, długość ścieżek rowerowych poszczególny udział środków transport w ogóle użytkowanych środków transportu;
- planowanie przestrzenne -np. tereny zieleni przypadający na 10 tys. mieszkańców, liczba sadzonych drzew na 1 mieszkańcu , stosunek miejsc pracy do liczbmieszkań
- ścieki – np. dostęp do kanalizacji, stopień oczyszczania ścieków;
- woda i urządzenia sanitarne – np. dostęp mieszkańców do wody, a szczegó0lnie do wody o lepszej jakości, zużycie wody na 1 gospodarstwodomowe, utrata wody.

Wskaźniki te zostały uznane w standardzie jako fundamentalne do funkcjonowania miasta i jego mieszkańców [4, s. 46-47]

Inteligentne miasta są pobudowane jako wielopłaszczyznowe systemy terytorialne innowacji, które dostarczają i łączą nie tylko aktywność naukową, innowacyjne podmioty lecz zdigitalizowaną przestrzeń [5, s. 39]. Można wymienić pięć podstawowych aspektów funkcjonowania *smart cities*: uwzględniając

przy tym strukturę, inteligencję przestrzenną, funkcję, strategiczne planowanie i zarządzanie [6, s. 8], oraz trzy modele przestrzenne tworzące środowisko innowacji tj. bazujące na przestrzennej bliskości i rozprzestrzenianiu się wiedzy (klastry), instytucjach edukacyjnych (innowacyjne regiony) i na innowacyjnych ekosystemach (inteligentne miasta) [6, s. 14]

Osoby pracujące nad koncepcją i realizacją inteligentnego miasta maja na celu dostarczenie modeli i rozwiązań technicznych opartych na nowych, innowacyjnych technologiach, modelach organizacyjnych, zarządczych i biznesowych oraz na nowych regulacjach prawnych w celu uruchomienia, wspierania i trwałego rozwoju w odniesieniu do:

- rzeczowej infrastruktury miejskiej,a szczególnie infrastruktury transportowej informacyjnej i komunikacyjnej oraz zaopatrzenie w energie świetlną, gaz oraz ciepłą izimną wodę;
- racjonalizacji zużycia zasobów materialnych i organizacyjnych działań i interakcji społecznych opartych na zrównoważonym modelu życia pracy, nauki i mobilności itp.;
- przyjaznej i otwartej administracji;
- partnerskiego kapitału społecznego oraz inteligencji grupowej sieci, które tworzą ludzką tkankę miejską,

W koncepcji inteligentnego miasta również kładzie się nacisk na budowę i rozwój trwałego ekosystemu miejskiego, szczególnie na opracowanie i wdrażanie innowacyjnych e-usług opartych na nowych technikach, najwięcej na technikach ICT. Dla przykładu podano niżej spis technik i aplikacji dla tej koncepcji oraz w wyniku szerokiej kwerendyinternetowej:

- szerokopasmowy dostęp do Wi-Fi w miejscach publicznych takich jak stacje kolejowe, lotniska, metra, autobusy td. wraz z aplikacjami dotyczącymi spraw i funkcjonowaniumiasta oraz z prognoz pogody;
- powszechne płatności za pomocą urządzeń mobilnych w muzeach, urzędach, sklepach, w transporcie miejskim w punktach obsługowych itd.;
- aplikacje zarządzania kryzysowego i środki uświadamiania o zagrożeniach mieszkańcy mogą dzięki tym rozwiązaniom uzyskać informacje zalecenia dotyczące sytuacji kryzysowych
- infrastruktura i aplikacje policyjne do monitorowania i prewencjiprzestępstw np. oświetlenie OLED i kamery pracujące w trybie 24/7 w miejscach podwyższonych przestępczości
- Wykorzystanie crowdsourcingu i serwisów społecznościowych w planowaniu rozwoju miasta: mieszkańcy za pośrednictwemaplikacjiudostępnianych przez władzę miasta przekazują opinię, pomysły i konkretne rozwiązania na rzecz rozwoju miasta;
- wirtualne foradyskusyjnie i opiniujące z udziałem mieszkańców;
- otwarte dane hackathony – inicjatywy poświęcone budowę aplikacji korzystających z otwartych danych- dobrym przykładem jest tu konkurs New York City'sBigAppsCompetition; pozwala to na szybkie i tanie tworzenie różnorakich aplikacji które informują mieszkańców i osoby czasowo przebywając

e w mieście o obiektach wydarzeniach usługach z uwzględnieniem ich oceny rzez użytkowników zawierają komunikaty o zasobach informacyjnych miasta i obowiązujących procedurach administracyjnych oraz o regulacjach prawnych związanych z funkcjonowaniem miasta;

- przewodnik po mieście – aplikacja czasu rzeczywistego z funkcją lokalizacji umożliwiające zwiedzanie miasta oraz jego obiektów, muzea, pomniki, galerie parki, miejsca historyczne,, centra handlowe, restauracji parkingi itd., według różnych scenariuszy z możliwością ich indywidualizowanie;
- kioski informacje wyposażone wekrany dotykowe rozmieszczone w licznych szczególnie uczęszczanych punktach miasta; kioski oferują bezpłatnieinformacje podawane w czasie rzeczywistym na temat wydarzeń w mieście ograniczeń ruchu, pogody i tp. Dobrym przykładem jest system Urbanflow działający wHelsinkach;
- ekrany dotykowe o najróżniejszych przeznaczeniach rozmieszczone wielu punktach miasta tj. automatyczne kioski zakupów biletów, telewizor w taksówce czy też elektroniczny informator przy obiekcie turystycznym;
- aplikacje przekierowanie ruchu, które zwłaszcza w godzinach szczytu pomagają oszczędzić czas i pieniądze oraz zmniejszyćemisjęspalinjednocześniepoprawiają płynność ruchu;
- adaptacyjny system lampulicznych, który dostosowuje się do natężeniaświatła naturalnego;
- aplikacjeparkingowe,któredotyczązarzadzaniamiejscamiparkingowymi w mieście m.in. umożliwiają one wnoszenie opłąt za pomocą smartfonów oraz podpowiadają kierowcom, gdzie znajduje się najbliższe miejsce parkingowe;
- Stacje ładowanie samochodów elektrycznych oraz osobistych urządzeń mobilnych,rozmieszczać w miejscach publicznych;
- Ścieżki rowerowe, uliczne wypożyczalnie rowerów. (Np. Vetorilo w Warszawie i aplikacje dla rowerzystów;
- aplikacje gospodarki wymiennej „zamiast zakupowej czyli wymiana dóbr i usług i /lub współdzielenie posiadanych czy zasobów.Przykładem są tu aplikacje dotyczącewspółużytkowanie samochodów prywatnych, umożliwiają one czasowe udostępnianiesamochodu lub miejsca w samochodzie innym mieszkańcom miasta np. sąsiadom;
- miejski system zarządzanie produkcja,dystrybucją i użytkowaniem energii elektrycznej (ang, smart gred) nastawiony optymalizacje wykorzystanie energii przez kontrolowaną integracje energii produkowanej w różnych źródłach w tym przez generatoryenergiiodnawialnej, oraz reagowanie w czasie rzeczywistym na zmiany poziomu dostaw i użycia energii. Wśródźródełznajdują sięprywatneinstalacje mieszkańcówmiasta i iprzedsiębiorstw, coskłada się na prosumencki model korzystanie z energii elektrycznej.
- inteligentne budynki mieszkalnie i biurowezwłaszczaw odniesieniu do zarządzanie energią (klimatyzacja, ogrzewanie i oczyszczanie powietrza itp.) Budynki mogą tworzyć klastry w celu lepszego gospodarowani zasobami a w szczególnych przypadkach do produkcji i sprzedawanie energii według

modelu prosumenskiego;

- system recyklingu wody;
- aplikacja do zaawansowanegozarzadzaniami odpadami np. takie jak w systemie Pay A Throw (PAYT), z wykorzystaniemtagów RFID w celu ułatwienia sortowania odpadów ;
- Cześć słoneczne na dachach, w parkach i przy drogach (np. droga rowerowa z panelami w Amsterdamie SolaRoud.(7, s. 57-58.)

Na podsumowanie, można przybliżyć ewolucje *smart cities* w Polsce, gdzie wyróżniono trzy generacji inteligentnych miast. Pierwsza generacja – *Smart Cities*1.0 – miasta ukierunkowane na technologie. Twórcy firmy sektora ICT zachęcają i adaptują swoje rozwiązania do wykorzystania przez administracje publiczną do zarządzania tkanka miejską. Jednak te miasta nie posiadają odpowiedniej infrastruktury i nie są przygotowane na implementacje nowoczesnych technologii w funkcjonowanie administracyjne miasta. Druga generacja *Smart Cities*– 2.0 – włączające technologie w proces zarządzania miastami. W tych miastach władze miejskie angażują najnowsze technologie do podniesienia jakości życia mieszkańców. Trzecia generacja Smart Cities 3.0 – to miasta, w których mieszkańcy współtworzą technologie poprzez twórcze zaangażowanie [10]. W Polsce jest najwięcej miast z pierwszej generacji, z kolei rzadziej z drugiej generacji

W XXI wieku jesteśmy świadkami niezauważalnego na co dzień zrastania się w jednym całość dwóch światów – fizycznego z wirtualnym. Obserwujemy jak rzeczywistość materialna przenika się z cyberprzestrzenią a człowiek może przebywać jednocześnie w tych bytach. Inteligentne miasta stanowią gorącą syntezę tych dwóch uniwersów, stawiając nas przed nowymi, nieznanymi dotychczas wyzwaniami [7. s. 68].

Bibliografia

1. Bencardino M., Greco I., *Smart Communities, SocialInnowationat the Service of the Smart Cities*, „Journal of TeMA Land Use, Mobility and Environment" 2014.
2. EU: eGoverment Benchmark Survey 2009 za Kidyba M., Makowski Ł., *Smart city Innowacyjne rozwiązania w administracji publicznej a zarządzanie inteligentnym miastem,* Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 2018.
3. Grodzka D., *E-administracja w Polsce*, [w:] *Społeczeństwo informacyjne*, red. D. Grodzka, „Studia BAS" 2009, nr3/(19)
4. Kardaś A., Metodyka wyznaczania poziomu zaawansowania realizacji idei inteligentnego miasta, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2016
5. Kidyba M., Makowski Ł., *Smart city Innowacyjne rozwiązania w administracji publicznej a zarządzanie inteligentnym miastem,* Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 2018.
6. Komnimos N., *The Age of IntelligentCities: Smart Environments and Innovaion-for-allStrategies*, London 2014.
7. Muraszkiewicz M., *Techniki komunikacyjne i informacyjne dla inteligentnych miast*, [w;] red. D. Gotlib, R. Olszewski, *Smart City Informacja przestrzenna w zarządzaniu inteligentnym miastem*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2016.
8. Schumpeter J., *EconomicDoctrine and Metchod: AnHistoricalSketch* za Kidyba M., Makowski Ł., *Smart city Innowacyjne rozwiązania w administracji publicznej a zarządzanie inteligentnym miastem,*Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 2018.
9. Zimmermann J., *Prawo administracyjne*, Warszawa 2014.

Netografia
10. Cohen B., *The 3 Generations Of Smart Cities,*fastcoexist.com, www.fastcoexist.com/3047795/the-3-generations-of-smart-cities, 8.10.2015 [dostęp 12.03.2020]

Akta prawne
11. Plan działań UE na rzecz administracji elektronicznej na lata 2016-2020.
12. Rozporządzenie Ministra Rozwoju Regionalnego z dnia 21 marca 2013 r. w sprawie udzielania przez Polska Agencje Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej na wspieranie tworzenia i rozwoju gospodarki elektronicznej w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007-2013

NOWE MEDIA JAKO NARZĘDZIE DO PROMOCJI MIASTA. STUDIUM NA PRZYKŁADZIE YOUTUBE.

Zakrzewski Damian
Magister Teologii,
doktorant na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
krzaku9@gmail.com

Nowe media niosą ze sobą szereg możliwości. Ich głównym atutem jest nieograniczoność w dostępie, a co za tym idzie bardzo duża grupa odbiorców. Temat wykorzystania nowych mediów jako elementu, który pozwala na poznanie innych kultur czy architektury miast jest interesujący ze względu na możliwość poznania wpływu treści prezentowanych w Internecie na poszerzanie wiedzy i promowanie danych miast czy regionów wśród odbiorców publikacji. W świecie mediów industria jest szczególnie widoczna. Uprzemysłowienie w tej dziedzinie doskonale widać na przykładzie rozwoju mediów. Poczynając od tradycyjnych takich jak prasa i telewizja, przechodząc do nowoczesnych form tworzonych w Internecie.

Promocja miasta jest jednym z najważniejszych elementów ich rozwoju [2, s. 91-110].Nowe media znacznie poszerzyły możliwości promowania. Dotychczas określane jako nowe media telewizja czy prasa, mimo możliwości dotarcia do masowego odbiorcy posiadały ograniczenia w sposobie ich tworzenia i dystrybucji. Będące przykładem nowych mediów, portale społecznościowe nie posiadają właśnie żadnych ograniczeń. Pozwalają na tworzenie treści i interakcję z odbiorcami, a także na dotarcie do ogromnej liczby osób bez pośredników w postaci redakcji i kanałów telewizyjnych czy prasowych. Koszty produkcji takich materiałów sąnieporównywalnie niższe niż przypadku wcześniej wymienionych. Czasami wystarczy kamera i dobre chęci. Biorąc także pod uwagę to, że odbiorcy i użytkownicy mediów społecznościowych najbardziej ufają treściom dostępnym na YouTube [zob. netografia] to właśnie to medium

staje się najbardziej skutecznym narzędziem do promocji miasta.

Artykuł ten podejmie kwestię promocji miasta poprzez materiały twórców YouTube. Publikacje prezentowane na tym serwisie społecznościowym są przykładem odwołania się elementu postępu (YouTube) do świata realnego i człowieka, który w tym świecie żyje. Ze względu na większą popularność twórców zajmujących się podróżowaniem nad oficjalnymi materiałami promocyjnymi miast przeanalizowany zostanie film jednego z najpopularniejszych tego typu twórców prezentującego polskojęzyczne treści. Z racji miejsca konferencji, której temat porusza ten artykuł czyli Kijowa, przedmiotem tej rozprawy będzie film przedstawiający Kijów autorstwa kanału „Bez planu". Na kanale tym prezentowane są treści podróżnicze i życie mieszkańców wielu miast i miejsc na każdym z kontynentów. Dodatkowo analizie zostaną poddane reakcje na publikację znajdujące się w komentarzach pod filmem. Obrana metodologia pozwoli na poznanie opinii widzów na temat przedstawienia obcego im miasta przez autora nagrania. Drugim celem tego artykułu jest wpływ publikacji na opinię na temat przedstawianego kraju i miasta u odbiorców. Odpowiedzi na wyżej wymienione zagadnienia pozwolą uzyskać odpowiedź na pytanie o skuteczność YouTube w promowaniu miasta i jego wpływu na opinię widzów.

Dotychczasowe badania i prace naukowe przedstawiały YouTube jako jedno z narzędzi pozwalających na dotarcie do dużego grona odbiorców. Uwaga badaczy skupiona była na tworzeniu skutecznych treści promocyjnych w ujęciu marketingowym. Problem poruszony w tym artykule, tj. sposób przedstawienia i wpływ produkcji podróżnika na opinię widzów w kontekście odwiedzanego i opisywanego miasta, szczególnie na jego promocję, niebyły dotychczas wykonane.

Wyniki analiz dokonanych w artykule pozwolą na poznanie zakresu wpływu treści przedstawianych przez YouTuberów na opinię odbiorców dotyczącą konkretnego miasta. Wyniki te mogą być wykorzystane jako uzupełnienie prowadzonych badań nad skutecznością przekazu i jego wpływu w mediach społecznościowych. Dokonana analiza pozwoli także władzom miast czy regionów na poznanie specyfiki tworzenia takich treści oraz może przyczynić się do skuteczniejszej promocji poprzez na przykład współpracę z takimi twórcami. Opinie wyrażane przez widzów i autora nagrań mogą przysłużyć się także do poprawy elementów postrzeganych jako nieprzyciągające potencjalnych turystów.

Sposób przedstawienia Kijowa

Przed podjęciem analizy treści przedstawionych przez YouTuberów należy zaznaczyć, że tematy ich publikacji często mają za zadanie przede wszystkim przyciągnąć odbiorcę i przedstawić dany temat z jak najciekawszej i nie poruszonej przez nikogo strony. Zatem miejsce czy tematy poruszane w filmach muszą cechować się oryginalnością i pozwalać na poznawanie miejsc czy zdarzeń o których potencjalni odbiorcy mogli wcześniej nie wiedzieć.

Dobór takich tematów oraz oryginalny sposób ich przedstawienia pozwala autorowi na budowanie swojego grona widzów, co z kolei buduję jego markę jako twórcy i często przekłada się na sukces finansowy [4, s. 74]. Przykładem takiego twórcy jest autor kanału „Bez planu", którego kanał subskrybuje ponad 380 tysięcy użytkowników, a łączna liczba wyświetleń przekracza 43 miliony [Stan na 26.02.2020]. Na kanale publikowane są treści w języku polskim oraz hiszpańskim. Film traktujący o stolicy Ukrainy – Kijowie, ma ponad 350 tysięcy wyświetleń i zebrał pod sobą ponad 1100 komentarzy. Zatytułowany jest: „Najgłębsze metro na świecie, Euromajdan – Kijów". Publikacja trwa ponad 27 minut.

Na początku materiału prezentowane są zdjęcia z ulic Kijowa. Autor tłumaczy, że na początku jego wyprawy przewodnik zabrał go do najbardziej turystycznej części miasta, natomiast później przyjdzie czas na inne – mniej znane miejsca. Przewodnik Hugo opowiada ciekawostki związane z miejscem w którym akurat się znajdują. Przedstawia budynki, które w popularnym serialu HBO – Czarnobylu, pokazane zostały jako część Moskwy podczas gdy w rzeczywistości nagrywane były właśnie w Kijowie. W kolejnych częściach materiału pokazana zostaje główna ulica miasta oraz budynki: hotel należący do burmistrza miasta czy siedziba administracji prezydenta Ukrainy. Dodatkowo przewodnik pokazuje reprezentatywną ulice przy której znajdują się ekskluzywne sklepy i wyjaśnia, że miejsce to straciło na wartości w momencie, gdy kraj opuścili oligarchowie a nowe pokolenie bogatych ludzi nie jest w stanie wypełnić jeszcze luki jaka po nich powstała. Następnie film traktuje o architekturze, między innymi przedstawiony zostaje „Dom z Chimerami", który powstał według projektu polskiego architekta Władysława Horodeckiego. Następne przedstawiona zostaje ulica na której odbywały się główne protesty podczas „Majdanu". Pokazane zostają także inne miejsca związane z tamtymi wydarzeniami podczas których przypominana jest historia tamtych dni. Przedstawiony zostaje także szklany most oraz rzeka Dniepr jako przykład miejsca, którym można odpocząć. Autor kanału mówi o wahaniach temperatur i przytacza przykład z dnia poprzedzającego nagranie, gdzie temperatura oscylowała w granicach 16 stopni natomiast w dniu nagrania jest to 30 stopni. Dodatkowo dzieli się on z widzami swoim doświadczeniem z pobytu na Ukrainiez 2006 roku i obecnie. Porównuje sytuacje szczególnie związaną z korupcją, gdzie podczas jego pierwszej wizyty takie czyny były nagminne w wykonaniu policji natomiast podczas późniejszych wizyt sytuacja ta została znacząco poprawiona. Przytacza historię mówiącą o tym, że zaskoczyła go możliwość zapłacenia mandatu za wykroczenie kartą, czego nie można doświadczyć w Polsce. Zwraca także uwagę na młody wiek funkcjonariuszy i opisuje swoje doświadczenia przedstawiając policjantów jako uprzejmych. W dalszej części odcinka autor przedstawia zabytkową dzielnicę Kijowa – Padół. Opowiada jej krótką historię. Przedstawia jako najstarszą dzielnicę miasta. Opisuje klimat tego miejsca, opowiadając o swoich wrażeniach podczas spaceru i prezentując budynki jakie spotyka po drodze. W kolejnych minutach przedstawione zostaje metro i niespotykana jego głębokość. Jest to

jeden z elementów jakie autor zawarł w temacie tego odcinka. Pokazuje stację i objaśnia, że wrazz przewodnikiem zmierzają do najgłębiej położonej stacji metra na świecie. Wyjaśnia przy tym, że jest tak dlatego ponieważ Kijów położony jest na wzgórzach i ze względów technicznych metro musi przebiegać bardzo głęboko pod ziemią. Przedstawiane są obrazki z podróży długimi ruchomymi schodami. Autor mówi, że na tym kończy swoją podróż po Kijowie, który nie jest jego ulubionym miastem ponieważ jest tak ogromne, że aby je poznać trzeba było spędzić tu kilka miesięcy jeżeli nie lat. Zaznacza, że dla niego Kijów to miasto gdzie przede wszystkim ginęli ludzie za to aby być częścią Europy czyli za coś czego dzisiaj Polacy nie do końca doceniają.

W materiale przeplatają się wypowiedzi przewodnika z nagraniami autora, który mówi do kamery trzymając ją przed sobą. Takie informacje przeplatane są obrazkami miasta czy infrastruktury o której opowiada autor. Ujęcia są czasami spowalniane a jako podkład służy nastrojowa muzyka. Takie przedstawienie tworzy klimat wyjątkowości, który autor wprowadza do swojego materiału.

Odbiór filmu przez widzów

Film został oceniony przez widzów pozytywnie. Świadczą o tym oceny jakie zebrał. Jest to ponad 8,7 tys. „łapek w górę" czyli ocen pozytywnych przy 334 „łapkach w dół" będącymi oznaczeniem negatywnego odbioru produkcji. Pod publikacją napisano ponad 1100 komentarzy. Większość z nich ma zdecydowanie pozytywny charakter. Opinie użytkowników dotyczą różnych problemów dotyczących filmu czy informacji w nim zawartych. Przykładem takiego zróżnicowania są najpopularniejsze komentarze z którymi zgodziło się najwięcej użytkowników. Dla przedstawienia reakcji widzów na ten materiał zaprezentowanych poniżej zostało dziesięć komentarzy z największą liczbą pozytywnych reakcji. Podane przy nazwie użytkownika liczby to liczba pozytywnych reakcji, które na platformie YouTube liczone są jako suma pozytywnych i negatywnych ocen. Swój komentarz pod filmem mogą dodać tylko zarejestrowani użytkownicy. Podobnie jest z oceną filmu czy poszczególnych komentarzy. Do najpopularniejszych opinii należą[1]:

Zuzanna Zalewska 299

U nas też można płacić za mandat kartą w radiowozie

Ron Bullet 154

Ostatnie słowa są bardzo prawdziwe: jestem Ukraińcem (z Kijowa) i dzisiaj, w dniu Niepodległości Polski flaga Polski jest wywieszona tylko na moim domu po mojej ulicę, a u wszystkich moich sąsiadów Polaków - nie...

Duża ilość Polaków naprawdę nie docenia tego, w jakim pięknym kraju

1 Stan na 9.03.2020 r.

żyje.

Witam wszystkich w Dniu Niepodległości Polski!! PLPLPL

Mo In 95

Nie zapominajmy, że na Ukrainie słowo „polityk" to synonim słowa „złodziej :-)

Pato matos 90

Wyobraźcie sobie awarię tych schodów ruchomych

Droho 90

Bart, jedź na Kubę. To są Twoje klimaty. Te odcinki byłyby kosmiczne!

Kaspar 71

W PL też można karta płacić w radiowozie za mandaty ;)

Denis Dolgiy 56

Hej, studiowałem w tej szkołę co pokazałeś. To jest Polska szkoła. Tam można studiować Polski

Zbychu 51

to dziecko z tylu chcialo ich chyba rozjechac xD a pozniej zimny lokiec i obczajka do tylu haha

Alex Litvinković 35

drugą flaga to prawdziwa flaga Białorusi

Olaf Keller 29

Najbardziej mi się podobają takie mini-akcje w tle, jak ta 25:17. Dzięki za odcinek.

Na przedstawionym przykładzie najpopularniejszych komentarzy można zauważyć, że dotyczą one zarówno dyskusji z autorem (istniejąca możliwość opłaty mandatów kartą w Polsce), uzupełnienia treści (polityk = złodziej) czy oceny filmu (zwrócenie uwagi na konkretne sceny).

Wśród widzów kanału są także Ukraińcy. Ich głos widać także w wyżej wymienionym zestawieniu. Autor komentarza, który zebrał sumę 154

pozytywnych komentarzy zwraca uwagę na słowa autora materiału, który na końcu filmu mówił o tym, że Polacy nie doceniają tego co mają. Widz kanału w pełni się z tym zgadza podając za przykład święto niepodległości w Polsce i zaznaczając, że mimo tego że jest obcokrajowcem jako jedyny uczcił ten dzień wywieszeniem flagi, czego nie zrobili jego okoliczni polscy sąsiedzi. Taki głos pokazuje element utożsamiania się z przedstawianymi treściami. Jest to także przykład, zaznaczone na wstępie tego artykułu, odnoszenia się ludzi odbierających świat poprzez media społecznościowe i Internet, do realnego życia. Tego rodzaju materiały pokazują, że w postępującym rozwoju wirtualny świat ciągle odnosi się do realnego.

Przykładem chęci uczestniczenia w podróżach poprzez YouTube jest komentarz zachęcający autora do odwiedzenia Kuby i zrealizowania tam odcinka. Postępujący rozwój mediów i przenoszenie się poniekąd do nich życia jest faktem. Dowodem na to są właśnie reakcje użytkowników pragnących obejrzenia innych konkretnych miejsc.

Jedną z przewag mediów społecznościowych nad tradycyjnymi jest możliwość interakcji z widzami i odbiorcami [1, s. 63]. Taka sytuacja ma także miejsce w przypadku analizowanego filmu dotyczącego Kijowa. Do powtarzających się w ponad tysiącu komentarzy odniósł się autor kanału odpowiadając na pytania widzów i wyjaśniając wątpliwości:

BezPlanu 395

Cześć, odpowiadam na powtarzające się komentarze pod poprzednim filmem:

- Niestety nie mogę rozmawiać z Hugo po polsku, rosyjsku lub ukraińsku, bo - wbrew temu, co się może wydawać - nie mówi on w żadnym z tych języków tak dobrze, jak po angielsku. Mieszka w Kijowie od wielu lat, ale nie jest Ukraińcem. Zgadnijcie z jakiego kraju jest Hugo.

- Te materiały powstają dość spontanicznie i bez przygotowania, nie oczekujcie więc super wyczerpującego, merytorycznego filmu. Po prostu: biorę kamerę i filmuję to, co widzę, czasem mówię z sensem i poprawnie stylistyczne, czasem bez ładu i składu. Ten kanał nazywa się przecież BezPlanu.

- Wenezuela to inna historia. Mieszkałem tam prawie rok i poznałem ten kraj oraz naprawdę się nim zafascynowałem

Młego dnia,
Bart

W swoim wpisie autor odnosi się do komentarzy dotyczących filmu o Kijowie, który zamieścił w poprzednim odcinku swojej serii. Podobnie jak w analizowanym jego przewodnikiem był Hugo. Wyjaśnia także sposób swojej pracy i podejście do tworzenia w odwiedzanych miejscach. Ten głos autora przedstawia specyfikę jego pracy, która znajduje wielu widzów. Jest to jest z elementów, który towarzyszy twórcom mediów społecznościowych i różni ich

od dziennikarzy tworzących materiały w tradycyjnych mediach, gdzie wiele rzeczy jest zaplanowanych. Jak zaznacza autor kanału jego nazwa nie jest przypadkowa. Element spontaniczności, który pozwolił dotrzeć do dużego grona odbiorców wpisuje się w argument dotyczący autentyczności twórców jako jednego z powodu ich zaufania wśród odbiorców.[4, s.. 19-24] W trzecim odnośniku do pytań widzów zamieszczanych w komentarzach twórca BezPlanu pokazuje różnicę pomiędzy swoją twórczością dotyczącą Wenezueli, a innymi miejscami. Jego bardziej szczegółowe nagrania dotyczące na przykład historii miejsce było spowodowane zafascynowaniem. W przypadku podróży po innych krajach jest po prostu turystą, który przedstawia w filmach to co go spotkało bez większego przygotowania.

Odbiór analizowanego filmu przez widzów można podsumować ze względu na przytoczone wcześniej kryteria. Film jest oceniany pozytywnie. Do tego autor zachęcany jest do kolejnych podróży. Jego sposób przedstawiania miejsc zdaniem widzów zachęca do ich odwiedzenia. Jest to element pokazujący obecność użytkowników medium w wirtualnym świecie, gdzie mimo przedstawienia danego miejsca bez przygotowania czyli z perspektywy turysty jest przyciągająca. To naturalność widzowie oceniają jako jeden z głównych atutów kanału. Prostota przekazu połączona z informacjami jakimi dzieli się z widzami przewodnik a także dobrej jakości nagrania i ładne widoki powodują pozytywny odbiór. Takie przedstawienie odwiedzanych miejsc jest zachętą dla widzów do podróży. Medium to może więc być wykorzystywane jako miejsce promocji danych krajów czy regionów. Fakt o bardzo dużym gronie odbiorców takich treści daje zdecydowaną przewagę w promocji materiałów zamieszczanych na YouTube nad tradycyjnymi reklamami w telewizji czy prasie.

Podsumowanie

Analiza przedstawionej treści oraz ich odbiór przez widzów pokazuje to jak twórczość człowieka jest w stanie korzystać industrii postępu do komentowania rzeczywistości. Media społecznościowe w tym także YouTube pozwalają na obecność człowieka w świecie postępu medialnego jako twórca czy współtwórca a nie tylko odbiorca. Analiza pokazała, że sposób przekazu wybrany przez twórcę kanału Bez Planu zachęca do podróżowania i angażuje widzów w komentowanie a tym samym udział w jego podróżach. Kijów został przedstawiony nieszablonowo pokazując postęp jaki można zaobserwować w stolicy Ukrainy. W ten sposób autor przybliżył widzom to miejsce i przyczynił się do obalenia wielu stereotypów dotyczących Ukrainy. W ten sposób miasto zyskało promocję o czym świadczy również odbiór widzów.

Wyniki przeprowadzanych analiz pokazują, że nowe media są idealnym miejscem do promocji miasta. Oferują one dużo więcej niż media tradycyjne. Ich przewagą jest nie tylko zasięg pozwalający dotrzeć do większej liczby odbiorców, ale przede wszystkim forma na jaką w swojej twórczości mogą

pozwolić sobie autorzy. Nagranie odebrane jako szczere i autentyczne cieszy się dużo większym zainteresowaniem. Do tego możliwość interakcji, dopowiadania swoich spostrzeżeń, komentowanie nagrania czy dzielenie się swoimi refleksjami powoduje zaangażowanie, które w czasach postępu dotyczącego mediów jest brakującym elementem odniesienia do realnego świata. Możliwość zadawania pytań, a także uzyskania odpowiedzi to element, który powoduje że widzowie mogą także czuć się współtwórcami. Każdy z tych aspektów wyróżnia nowe media i powoduje, że są one skutecznym narzędziem do promocji miasta przy jednoczesnej możliwości ofiarowania odbiorcy w dobie mediów społecznościowych odniesienia do realnego świata.

BIBLIOGRAFIA

1. Byrgess J., Green J., YouTube. Wideo online a kultura uczestnictwa, tłum. T. Płudowski, Warszawa 2011.
2. Michałowski L., Turystyka i sposoby promocji miast, Studia Regionalne i Lokalne Nr 4(14)/2003.
3. Ptaszek G., Psychologia mediów – historia, obszar badań i perspektywy W: G. Ptaszek, A. Ogonowska (red.) Współczesna psychologia mediów. Nowe problemy i perspektywy badawcze, Kraków 2013.
4. Wieczerzycki M., Rola nowych mediów w kształtowaniu zachowań współczesnych konsumentów na rynku międzynarodowym, Poznań 2017.

NETOGRAFIA

• https://arc.com.pl/Portale-specjalistyczne-najbardziej-wiarygodne-blog-pol-1535061508.html [dostęp 26.02.2020]

THE IMPACT OF URBAN SPACE ON THE SENSE AND QUALITY OF LIFE OF OLDER PEOPLE IN THE CONTEXT OF THEIR AUTHORITY

Kawa Janusz MA[1]
University of Rzeszow

Elderly people help us to wisely look at earthly events, because thanks to life experiences they have gained knowledge and maturity. They are the guardians of collective memory. To exclude them from society means, in the name of modernity without memory, to abandon the past in which the present is rooted. Older people, due to their maturity and experience, can give young people advice and valuable information.

Pope John Paul II

Admission

Nowadays, society is characterized by different attitudes of individuals regarding the existence of individual authorities in urban space. However, in recent years there has been a decrease in the importance of authority, which gradually at the level of local communities began to recover in value, performing a number of particularly important social functions[2].

It is worth noting that the issue of regaining the value of authority can be seen in Poland after 1989, when the process of reorientation in the axion-normative system began, along with the occurring social and economic changes. This is especially important when analyzing the prestige of older people, which has not disappeared from social space. As A. Klimkiewicz noted: „Authority is not something that can be deprived of someone, which can be given or taken from someone. Each of us earns our own authority with other people - with our behavior, the way we relate to the world, the way we communicate with those who get in the way of his life"[3].

It is worth emphasizing, however, that the elderly are not assigned the role of a „master" who can prepare the young generation for adult life. Creating authority is a process that is created on certain principles and assumptions related to the dynamics of its development. It is a phenomenon characterized in a special way by multi-stage, which assumes the period of establishment, consolidation and disappearance of authority[4]. In general, people do not see the individual stages of obtaining authority, because the boundaries between the stages of creating and functioning of authority are not clear, and so authority is not directly noticed by the elderly despite its presence, it must mature to be noticed in its full

1 januszkawa7@msn.com

2 Okła W., *Jakość życia w chorobie*, Lublin 2015, s. 6.

3 Ibidem., s. 7.

4 Ibidem.

structure[5].

Authority definition

According to T. Gadacz, authority is usually not perfect in every respect and may refer to particular areas[6]. This is important because of the verification of the requirements for seniors who can be seen as authority in the entire sphere of life. The process of generalization very often occurs, thus denying authority to an elderly person, because he is not an expert in a given field, so the choice of authority is generalized. This leads to the inability to appreciate an elderly person in a given area, while more attention is paid to another area of life, e.g. financial and living[7].

It is worth paying attention to the definition called pauperization, i.e. the impoverishment of authority through excessive expectations and generalization. This leads to preventing older people from fulfilling their primary and managerial functions by other age groups that are part of society. The source of skepticism should be sought among the existence of the needs of personal authority, with the simultaneous crisis of authority of various institutions and their representatives[8].

The loss of credibility of authority in the economic and political sphere is also spreading to other areas that have so far enjoyed recognition and prestige, and also plays a very important role in shaping ethical norms. It is worth noting that people from environments related to the administration of justice, universities, health care and the clergy fall into the area of the authority crisis. In contrast, individual situations that are the experience of the individual verifies his attitude towards the authorities of the elderly, who are often associated with current social trends[9].

In society, there are ideas about old age associated with attributing negative aspects to it, such as ill health or dependence on other people in society. Old age is shown as an undesirable episode of life, leading to easy deprivation of authority for the elderly. One can also notice social manipulation, created in order to obtain tangible or intangible benefits. According to J. E. Konieczna, there is social approval for the culture of experts and their expansiveness as well as integration into the lives of individuals[10].

Such an attitude allows the use of examples, authorities or models treated in an instrumental way. They are seen as models that shape skills, skills and desired attitudes. Based on the presented metamorphosis of the authority, the situation of the elderly seems to be unfortunate, because the world, in particular young people, does not allow the existence of the world of seniors. Thus, it can be said that a young person is asking himself about the reality of the elderly and

5 Hoffman M.L., *Empatia i rozwój moralny,*Gdańsk 2016, s. 109.

6 Ibidem., s. 110.

7 Więckowska E., *Czym jest autorytet?,* Toruń 2009, s. 102.

8 Ibidem., s. 103.

9 Wolańska W., *Jakość życia starszych mieszkańców Polski w latach 2000–2009,* Łódź 2010, s. 26.

10 Ibidem., s. 27.

their contribution to the proper functioning of the entire society. Older people in this aspect are not able to create their social position when it is perceived, for example, by the media as a manipulation of young people under the principle „how much you are able to produce, so much is worth." . In addition, there is the fascination with the Internet by the young generation and the disappearance of family ties between generations[11].

Behavior patterns differ from each other and penetrate modern man. It is worth noting that adulthood meets with the desire to maintain the level of self-perception as an authority, which is closely related to the feeling of being needed by the senior. It requires both educational activities of seniors and members of the entire local community. They are a priority because of the marginalization of older people, which is in a way the result of globalization[12].

Noteworthy is the opinion of Z. Bauman according to which the crisis of authorities inevitably leads to a crisis in interpersonal relationships and intergenerational solidarity. The author also suggests that a closer look at existing relationships and interpersonal relations. It is also worth paying attention to other reference points that can be found in contemporary scientific and research achievements. The gradual decline of the authority of the elderly is associated with progressive digital exclusion, which is directly affected by the age of the human being[13].

It is worth noting that only about 11% of people above 65 years of age are fluent in using a computer and the Internet. According to the opinion announced among others by A. Malinowski, technological progress gradually deprives older people of their basic and leading social roles, and this inevitably leads to a decrease in their social prestige and hearing. Progressive computerization and digitization of life at the same time prevents the elderly from serving and bragging about their life experience, and on the other hand makes young people become teachers for them[14].

It can be said that we are increasingly living in a prefigurative culture in which there is a trend, that older people learn from younger ones. This is not in line with respect for the authority of the elderly. At the same time, however, the quality of life should not be absolutely conditional on the level of individual digitization and computerization[15].

Another aspect that deserves attention is the progressive disregard for the values that occur in public space on a daily basis. Currently, in certain circles of public space there are visible manifestations of ignoring the meaning and role of national identity, collective memory as well as religion. This, in turn, leads to a decline in the importance and social position of older people who

11 Wrzesień W., *Jakość życia a pokolenie*, Poznań 2011, s. 56.

12 Ibidem., s. 57.

13 Okła W., *Jakość życia w chorobie*, Lublin 2015, s. 9.

14 Ibidem.

15 Worach-Kordas H., *Starość w cyklu życia. Społeczne i zdrowotne oblicza późnej dorosłości,*Katowice 2015, s. 101.

constantly cultivate these values. Also noteworthy is the fact that the gradual replacement of these values with the ideas of a supranational community and the released morality leads to increased ignorance of the legacy and subjectivity of the elderly[16].

Therefore, it is difficult to talk about a constantly high and authoritative attitude towards older generations. In addition, an increasingly negative trend is to ignore and avoid topics that are unattractive from the point of view of youth worship. These ignored topics include death, illness, disability, and disability[17].

Another aspect affecting the decline in the authority of the elderly is their increasingly weak contact with children and grandchildren. The reason for this state of affairs are primarily temporary and spatial emigration, which naturally contribute to the loosening of interpersonal and intra-family relationships. This problem is exacerbated by the increase in the frequency and length of trips themselves. It should be emphasized that modern technologies are not able to fully compensate for separation, because only direct contact is able to strengthen intergenerational ties[18].

It is also worth paying attention to the progressive scale of the phenomenon of invisibility of the elderly in society. It comes down to a sense of overwhelming alienation in a group of people and leads to the inability to be a coherent part of it. This invisibility leads to the fact that an elderly person ceases to be able to enter and maintain existing interpersonal relationships. An additional, negative phenomenon is the assignment of an elderly person by the other members of the group to another, which is currently not useful and beneficial from the point of view of the general public[19].

Authority in urban space, role models in the elderly

Contemporary societies are characterized by ambivalent reference to old age, which should be equated with wisdom, maturity and life experience. Currently, however, old age has a second face associated with negative and disrespectful terms for older people. In addition, old age is often equated with naivety and backwardness, as well as life awkwardness. That is why old age is increasingly being seen as a negative and unwanted trait in society[20]. It is worth noting, however, that on the other hand old age is sometimes seen as a stage of life filled with positive qualities, such as passing on stories and experiences, for example [21].

When analyzing the issues of the authority of the elderly, one should also refer to their quality of life and life achievements. The most frequently mentioned factors that have a positive impact on the quality of life are money and health.

16 Ibidem., s. 102.

17 Ibidem.

18 Racław M., *Opiekunowie nieformalni – niewidoczne podmioty*,Częstochowa 2014, s. 36.

19 Ibidem., s. 37.

20 Hoffman M.L., *Empatia i rozwój moralny*,Gdańsk 2016, s. 113.

21 Ibidem., s. 114.

Attention, however, should also be paid to individual psychological and cultural factors that, as a result, mean that older people are able to actively participate in society. Individual quality also influences the quality of life itself, which is why individual stages of life are associated with different needs. In view of the above, the final quality of life of older people can be estimated only when the subjective feelings of individuals and their view of their own lives are fully understood[22].

Given the above considerations, it should be emphasized that the picture of successful aging does not eliminate the difficult and troublesome existential realities that make old age lose the whole picture of happiness. Therefore, it is difficult to clearly indicate the relationship between the fall of the authority of the elderly, and their quality of life and happiness. This applies in particular to family environments that are most able to meet the needs of older people. The dominant among them is the need for acceptance from close relatives. Therefore, when assessing the quality of life of older people, it is important to examine their family relationships and the frequency of family meetings[23].

It should be remembered that the existing family model is still undergoing changes and transformations. In current Western culture, also on Polish soil, children are born and grow up in nuclear families who lack the valuable support of the oldest generation. Today's youngest generations are gradually deprived of basic information about the characteristics of the older generation, as well as the emotional bond with grandparents. They derive the only knowledge on this subject from peer stories or memories of parents[24].

Long-term relationships that directly translate into building authority among older people should focus on the regularity of meetings. This is a key point in relation to the entire human-senior-authority relationship. The pace and dynamics of changes in the structure of modern families, which are mostly distant from their grandparents, do not have a positive impact on maintaining frequent intergenerational contacts. It should be emphasized that too far-reaching simplification would be to refer to this argument as the only argument for a decrease in the overall quality of life of the elderly. Loneliness is not always synonymous with loneliness. At the same time, however, there may be situations in which seniors, who perceive the impoverishment of their own authority, also feel the loss of a sense of high quality of their lives. Most often this refers to relationships based on deep and intimate emotional relationships[25].

University of the Third Age in urban space

In addition, the concept of authority and its importance in the lives of the elderly is associated with their active participation in educational and didactic institutions and institutions. In this context, it is particularly important for older people to meet local authorities who play the role of lecturers as part of the Third

22 Okła W., *Jakość życia w chorobie*, Lublin 2015, s. 12.

23 Ibidem., s. 13.

24 Ibidem., s. 14.

25 Moroń D., *Działalność osób starszych w trzecim sektorze jako sposób zaspokajania potrzeb edukacyjnych*, Wrocław 2010, s. 101.

Age Universities[26].

Dynamically occurring changes in the overall education system, the offer of which is addressed to both young and elderly people, are characterized by a slower pace than changes occurring in Poland. In the period before the political transformation, the whole social environment was characterized by greater stability, and hence - predictability. Also, the differences occurring in generations in terms of everyday experiences were not as dramatic as it is today, and thus - the educational offer was not a reference point and a kind of challenge for administrative and university authorities. Challenges that characterize modern times, related to the organization of education aimed at both younger and older people, are primarily associated with reforms and changes occurring in Western countries that operate in times of post-modernity[27].

The modern world is a reality that is not clearly and clearly structured and predictable. This reality is characterized by a small number of fixed and permanent reference points, which in turn translates into a relatively high level of life uncertainty, especially for the elderly. It can be assumed that the order that characterized modern societies limited freedom on the one hand, but on the other hand was a source of security for them[28]. This order also eliminated the difficulties resulting from the necessity to define one's own self, as well as limited the sense of responsibility for decisions made. Nowadays, however, in the post-modern era, the opposite situation occurs, in which excess freedom deprives people of a sense of security, and the regulations defining social roles, values and norms are fluid and relative[29].

In view of the commonly occurring conditions described above, the issue of patterns and authorities is losing importance, and efforts need to be made to find a common path that will unite and enable intergenerational cooperation. When engaging in the organization of various situations aimed at meeting different generations, account should be taken of differences arising from different realities, as well as other motivations and needs of people of different ages. Elderly people who take part in education as part of the activities of Universities of the Third Age most often have completed their own professional careers, and their current motivation is to look for alternatives to spend their free time effectively, as well as a desire to acquire knowledge for which they had no time in earlier life[30]. Participation in the above-mentioned classes is also aimed at meeting the social need, and thus maintaining contact with people and making new friends[31].

The activities of the Universities of the Third Age in urban space give the elderly the opportunity to fulfill their own needs related to being in a group, as

26 Ibidem., s. 102.

27 Ibidem., s. 103.

28 Łacina-Łanowski A., *Oświęcimski Uniwersytet Trzeciego Wieku*, Warszawa 2012, s. 12.

29 Ibidem., s. 13.

30 Szarota Z., *Starzenie się i starość w wymiarze instytucjonalnego wsparcia*, Kraków 2015, s. 48.

31 Ibidem., s. 49.

well as play important roles in it, self-expression and a sense of achievement. Universities are also able to provide seniors with positive models and patterns of functioning: in society, in cognitive as well as spiritual. They also give the opportunity to maintain balance on the biophile-necrophilic plane, which is associated with reducing the sense of senselessness and emptiness in the emotional dimension.

Universities of the Third Age's important tasks also include raising the level of general self-esteem of people belonging to the third dimension generation and fostering social integration based on a sense of elitism associated with belonging to the university community. Efforts to overcome the reluctance of the elderly to use modern technologies are also important. Educational content offered by Universities of the Third Age most often have interdisciplinary character and are implemented through various organizational forms (lectures, faculties, seminars, seminars, practical workshops and language classes). They are designed to meet the individual expectations of individual older people, as well as enable maintaining multi-faceted fitness. They are also conducive to acquiring new skills that are key from the point of view of functioning in contemporary society (soft competences, intergenerational and interpersonal communication)[32].

Depending on the nature of the institution, as well as the individual dimension of science, the education process is implemented by the intellectual elite of the university, which uses the general principles of university teaching. In the case of associations, the staff consists of local authorities, which further strengthen the overall prestige of the Universities of the Third Age, as well as determine its social status. Universities of the Third Age fulfill the role of an external motivator, which has a positive effect on the education of the elderly and contributes to inhibiting personality regression. Universities of the Third Age also contribute to maintaining internal order in both individual and social dimensions[33].

We currently live in a knowledge society in which the greatest value is an educated unit with appropriately high qualifications and competences regardless of age. In connection with the above, Universities of the Third Age become the main determinant of the degree of subjectivity of each person, as well as a reference point for the state education policy of each state[34].

Elderly people are characterized by care for their own activity on the level of life balance, as well as in particular appreciate cognitive development, which at the same time occupies a high place in the overall social hierarchy of values. Cognitive development affects the overall improvement in the quality of life, as well as is a condition of feeling satisfaction and fulfillment in life. Elderly people deciding to participate in Universities of the Third Age classes are not usually limited to only one institution, as they devote their free time to realizing their

32 Ibidem., s. 50.

33 Fronczyk A., *Uniwersytety Trzeciego Wieku w edukacji społeczeństwa,* Łódź 2011, s. 101.

34 Ibidem., s. 105.

own aspirations in various educational forms. In this aspect, the ability to choose the content of education to individual needs is of key importance[35].

The above-mentioned maturity in the field of cognitive development, which characterizes the elderly, also significantly affects the level of individual expectations towards the teaching / lecturers. They should be characterized not only by high-level knowledge in a particular scientific discipline, but above all they should have a good methodical skills and appropriate communication skills that will enable them to compete with ubiquitous mobile devices such as computers and the Internet. Therefore, the education and training of the elderly should not be limited to basic contact with the speaker, doctor, therapist or thematic guide. It should focus primarily on spiritual and reflective development and on discovering new values in the life of an elderly person, thus indirectly contributing to the re-evaluation of his role in social life while maintaining a positive attitude to life. The discussed education should at the same time help to accept the problems, as well as contribute to overcoming and eliminating them[36].

Summary

Every elderly person who makes a certain intellectual effort should be guided by utilitarian values that will give them the opportunity to experience and experience satisfaction with the reality that surrounds them. This is primarily because the vastness of experience at the same time is a tool that effectively verifies the scientific knowledge transferred and acquired, as well as enables the evaluation of its pragmatic dimension.

Elderly people who have decided to continue their education are both students and aware partners of teachers. Therefore, their expectations regarding lecturers referring to the credibility of truths and scientific rights proclaimed by them are justified. An elderly person in this dimension is an actual consumer who is not satisfied with apparent knowledge, which is based on superficial and anecdotal messages. This is because the certification stage is mocked outside the interests of the older generation, which only aims to complete cognitive development and build a personality whose main goal is to know, act and live in a social community.

Efforts made in this direction constitute a good ground for inhibiting the development of prefigurative culture, which limits the participation and role of the elderly in the overall social life. Ultimately, this contributes to increasing the chances of older people to truly engage in social situations while ignoring the slowdown of the biological clock[37].

The value of your choices can be assessed in difficult times. That is why at this difficult time these days each of you is called to make a bold decision. There is no shortcut to happiness and light. This is evidenced by the struggle of those who throughout the entire history have undertaken the trouble of seeking

35 Ibidem.

36 Ibidem., s. 68.

37 Szarota Z., *Starzenie się i starość w wymiarze instytucjonalnego wsparcia*, Kraków 2015, s. 58.

the meaning of life and answering fundamental questions inscribed in the heart of every man

Pope John Paul II

Streszczenie

Współczesne społeczeństwa w dobie XXI wieku charakteryzuje ambiwalentne odnoszenie się do przestrzeni miast dużych aglomeracji i ludzi w nich żyjących szukających autorytetu. Kwestię odzyskiwania wartości autorytetu można dopatrywać się w Polsce po roku 1989, gdy rozpoczął się proces reorientacji w systemie aksjonormatywnym wraz z zachodzącymi zmianami społecznymi jak i gospodarczymi. Poszukiwane wartości w jednostkach powinna być utożsamiana z mądrością, dojrzałością oraz doświadczeniem życiowym. Takimi miejscami w których człowiek może odnaleźć sens życia i poczuć się spełnionym w pewnych obszarach jest Uniwersytet Trzeciego Wieku w których to seniorzy poszukują wartości, wzorców do naśladowania. Warto zauważyć że seniorzy uczestnictwo w powyżej wspomnianych zajęciach UTW ma na celu również realizację potrzeby społecznej, a więc podtrzymywania kontaktu z ludźmi oraz nawiązywania nowych znajomości. Działalność Uniwersytetów Trzeciego Wieku daje osobom starszym możliwość realizowania własnych potrzeb związanych z przebywaniem w grupie, jak również odgrywania w niej istotnych ról, autoekspresji oraz poczucia dokonań. Uniwersytety są w stanie również dostarczać seniorom pozytywnych modeli i wzorów funkcjonowania: w społeczeństwie, poznawczego, jak również duchowego, a także odnalezienia autorytetu godnego naśladowania.

Słowa kluczowe: przestrzeń urbanistyczna miast**,** autorytet, Uniwersytet Trzeciego Wieku, osoby starsze, seniorzy, sens życia, jakość życia.

Summary

The impact of urban space on the sense and quality of life of older people in the context of their authority

Contemporary societies in the 21st century are characterized by ambivalent referring to the space of cities of large agglomerations and people living in them seeking authority. The issue of regaining the value of authority can be seen in Poland after 1989, when the process of reorientation in the axion-normative system began along with social and economic changes taking place. The values sought in individuals should be equated with wisdom, maturity and life experience. Such places where a person can find the meaning of life and feel fulfilled in certain areas is the University of the Third Age in which seniors look for values and role models. It is worth noting that senior citizens participation in the abovementioned University of the Third Age classes is also aimed at meeting the social need, and thus maintaining contact with people and making new acquaintances. The activity of Universities of the Third Age gives the elderly the opportunity to fulfill their own needs related to being in a group, as well as to play important roles in it, self-expression and sense of achievement. Universities are also able to provide seniors with positive models and patterns of functioning: in society, cognitive as well as spiritual, and to find an authority worth following.

Keywords: urban space of cities, authority, University of the Third Age, elderly people, seniors, sense of life, quality of life.

BIBLIOGRAFIA

Fronczyk A., *Uniwersytety Trzeciego Wieku w edukacji społeczeństwa,* Łódź 2011.

Hoffman M.L., *Empatia i rozwój moralny,* Gdańsk 2016.

Kobylarek A., *Uniwersytet trzeciego wieku jako kanał transferu wiedzy i informacji*, Poznań 2014.

Łacina-Łanowski A., *Oświęcimski Uniwersytet Trzeciego Wieku*, Warszawa 2012

Moroń D., *Działalność osób starszych w trzecim sektorze jako sposób zaspokajania potrzeb edukacyjnych*, Wrocław 2010.

Okła W., *Jakość życia w chorobie*, Lublin 2015.

Racław M., *Opiekunowie nieformalni – niewidoczne podmioty*,Częstochowa 2014.

Szarota Z., *Starzenie się i starość w wymiarze instytucjonalnego wsparcia*, Kraków 2015.

Więckowska E., *Czym jest autorytet?,* Toruń 2009.

Wolańska W., *Jakość życia starszych mieszkańców Polski w latach 2000–2009,* Łódź 2010.

Worach-Kordas H., *Starość w cyklu życia. Społeczne i zdrowotne oblicza późnej dorosłości,* Katowice 2015.

Wrzesień W., *Jakość życia a pokolenie*, Poznań 2011.

ПРЕЗЕНТАЦІЯ РЕАЛІЗОВАНОГО МУЗИЧНОГО ПРОЕКТУ ЯК ВИД EVENT-МЕНЕДЖЕМЕНТУ

Карась Ганна Василівна,
д-р мистецтвознавства, проф. ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
karasg@ukr.net

Event-менеджмент – це комплекс заходів, точніше, всі заходи, що плануються, організовуються, контролюються і керуються, які необхідні для проведення виняткової, єдиної в своєму роді події. Спеціальна подія (special event) повинна запам'ятатися учасниками як щось виняткове і унікальне. А для цього вона повинно бути добре спланованою і організованою. Щоб така подія зреалізувалася, вона має відповідати певним вимогам. Насамперед, вона повинна бути реально справжньою **ПОДІЄЮ**.

Однією із важливих подій у сфері музичного мистецтва є ***презентації*** – громадське представлення чогось нового, що недавно з'явилося або створилося, наприклад книги, журналу, кінофільму, телепрограми, організації. Такі представлення можуть бути присвячені найрізноманітнішим подіям: новому проекту або програмі, відкриттю нового офісу або представництва організації, виходу на нові ринки, підсумкам діяльності за певний період.

Український Культурний Фонд (УКФ) як державний інвестор культури та креативних індустрій від 2018-го року реалізовує гранти на індивідуальні проекти, у т. ч. музичні. Одним з перших успішно реалізованих музичних

проектів є випуск CD-альбому «Ірина Ключковська. Фантазії» на базі Івано-Франківської обласної філармонії імені Іри Маланюк. Автор та продюсер проекту – Роман Дзундза, оперно-симфонічний диригент, аспірант кафедри музичної україністики та народно-інструментального мистецтва ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (м. Івано-Франківськ). Солісти проекту: Ірина Ключковська (лірико-колоратурне сопрано) – солістка Івано-Франківської обласної філармонії імені Іри Маланюк та Мар'яна Самотос (фортепіано) – концертмейстер Національного академічного театру опери та балету ім. С. Крушельницької та кафедри академічного співу Львівської національної музичної академії ім. М. Лисенка. Мета проекту – популяризувати професійне українське вокальне мистецтво на прикладі творчості видатного українського композитора Анатолія Кос-Анатольського та сучасного композитора Олександра Козаренка.

Реалізація проекту відбулася у дуже стислі терміни: 2 липня 2018-го року УКФ зареєстрував заявку під номером 1110, 3 вересня прийшов позитивний результат про надання гранту, записи, які розпочалися 5 листопада 2018-го року, були завершені до грудня того ж року. Основна концепція диску – поєднання стилістики вокальних творів двох великих українських композиторів в одній мистецькій програмі.

На диску представлено декілька музичних стилів, зокрема елегійний солоспів А. Кос-Анатольського та поліжанрову, переважно циклічну вокальну творчість О. Козаренка. Записів музики цього композитора є достатньо багато, однак його вокальні твори до цього часу ніхто не записував. У цьому ще одна унікальність проекту. Запис презентованого диска включає практично всі існуючі на сьогоднішній день вокальні твори О. Козаренка. До альбому ввійшли 23 його твори: молитва ***«Богородице Діво»***; ***цикл «Сім струн» на слова Лесі Українки (1982)***: DO (Гімн), RE (Пісня), MI (Колискова), FA (Сонет), SOL (Рондо), LA (Ноктюрн), SI (Settina); П'ять солоспівів на вірші С. Майданської (1986): Веснянка, Спинилась посеред толоки, Корабель, На тарелі когутики, Сонет; ***Три солоспіви на вірші М. Томенко (1987)***: Срібна птиця, Підвечір'я, Зустріч; ***камерна кантата «Мікросхеми» для сопрано в супроводі камерного ансамблю (цимбали, най, вібрафон, 3 бонги) на слова М. Томенко (1989)***: Я вчора марила прийдешнім днем, Літо в зеніті спалило надії, Фіалку з лісу ти приніс, Так голосно капають пелюстки рожевих троянд, Вітер урвав струни жалю, Переплелося зелене байдужжя з темним смутком, Змовкає вітер посеред осені.

Також до музичного альбому увійшли два оригінальні твори А. Кос-Анатольського на його власні слова – ***«Ой візьму відерце»*** та ***«Коли заснули сині гори»***, три обробки української народної пісні: ***«Чом, чом не прийшов»***, ***«Ой на горі сніг біленький»*** та ***«На беріжку ніжки мила»***, дві пісні Лепка Лепкого в аранжуванні композитора: ***«І снилося з ночі дівчині»*** та ***«Маєва нічка»***, та ***«Найдорожча»*** на слова В. Данилейка.

Концепція проекту символічно об'єднує три західноукраїнські міста – Івано-Франківськ, Коломию та Львів. Івано-Франківськ – місто, де навчався і проживав А. Кос-Анатольський в юності, де народився автор проекту і де реалізувався цей мистецький проект. У Коломиї народилися обидва композитори, музика яких презентована на диску, а у Львові протікало їх творче життя, тут народилася солістка проекту.

Тому, цілком закономірно перші офіційні презентації проекту відбулися саме в них. Перша відбулася 1 грудня 2018-го року в місті Коломия в рамках XXXII музичного фестивалю ім. А. Кос-Анатольського, в день народження композитора. На ній присутніми було чимало відомих коломийських митців, зокрема композитор Олександр Козаренко та автор слів до його двох циклів, представлених на диску, поетеса та художниця Марта Томенко, Надія Андріївна Кос – дружина композитора, професор Юрій Ясіновський. Музикознавець Роксолана Гавалюк написала про цю подію статтю до інтернет-журналу «Музика».[1]

10 грудня у Малому залі Івано-Франківської обласної філармонії імені Ірі Маланюк відбулася друга презентація CD-альбому – для ЗМІ міста. Сюжети про проект вийшли на ТРК «РАІ»[2] та «Вежа»[3]. А 23 грудня всі зацікавлені зібралися на третю презентацію у Дзеркальній залі Львівського Національного театру оперного театру ім. С. Крушельницької. Тут було чимало відомих львівських митців, зокрема композиторка, Лауреат Національної премії України імені Тараса Шевченка Богдана Фроляк, композитори Мирослав Волинський та Олександр Козаренко, Надія Андріївна Кос, головний диригент львівської опери Михайло Дутчак та головний режисер Галина Воловецька.

У 2019 році презентації проекту відбулися в Одесі (19 квітня на XXV Міжнародному ювілейному фестивалі «Два дні і дві ночі нової музики») та у Києві (29 вересня на XXX Міжнародному ювілейному фестивалі «Київ Мюзик Фест–2019»).

Ведучим всіх концертів-презентацій був автор проекту Роман Дзундза, який розповідав історію створення цього диску, основну концепцію проекту.

Основною складовою всіх вище перелічених презентацій був концертний виступ співачки Ірини Ключковської у супроводі Мар'яни Самотос (фортепіано). Ці виступи були напрочуд цільними і як влучно зауважив композитор Олександр Козаренко, Ірині Ключковській вдалось досягти «істинно камерного звучання». І справді – її виконання, це було

1 Гавалюк Р. Ювілейні «Фантазії» на фестивалі імені Анатолія Кос-Анатольського у Коломиї. Музика: Український інтернет-журнал. 23 січня 2020. URL: http://mus.art.co.ua/yuvileyni-fantazii-na-festyvali-imeni-anatoliia-kos-anatol-s-koho-u-kolomyi/

2 Вперше за всю історію. Вокальні твори Анатолія Кос-Анатольського вийшли на диску/ URL: https://www.facebook.com/340117442832163/videos/2570783342935223

3 В Івано-Франківську презентували альбом вокальної музики "Фантазії" (ВІДЕО). URL: http://www.vezha.org/v-ivano-frankivsku-prezentuvaly-albom-vokalnoyi-muzyky-fantaziyi-video/?fbclid=IwAR05i0gg45mtPAUqlZwhWLSQNWCIuDIp_eow7a2Uhi9lb9hTS6pq2k8mpcc

дуже особливе, тонке, майже непомітне мереживо, що виблискувало різними барвами. Голос Ірини вражав не силою, а неймовірно витонченою технікою. Діапазон нюансів був найширшим від поривистого фортіссімо у циклі «Сім струн», до найлегшого піанісімо у «Маєва нічка». Вона бавилась образами і кожен новий твір додавав нової течії у загальний емоційний потік. Концерти, як правило, були розділені на два відділи: у першому звучали твори А. Кос-Анатольського, у другому – цикли О. Козаренка.

Отож, для реалізації презентацій проекту CD-альбому «Ірина Ключковська. Фантазії» необхідно було чітко спланувати дати і місця їх проведення. З метою забезпечення організації презентацій автором проекту Романом Дзундзою велися переговори з керівниками фестивалів та директорами відповідних культурних установ щодо уточнення всіх необхідних питань, забезпечення інформації про подію для широкого кола зацікавлених. За законами менеджменту всі етапи підготовки і проведення презентації контролювалися і керувалися автором проекту. Реалізація проекту та його широке представлення в різних містах України засвідчує креативність його автора та виконавців, перспективи розвитку event-менеджменту в галузі музичного мистецтва.



Фото за: В Івано-Франківську презентували альбом вокальної музики "Фантазії" (ВІДЕО). URL: http://www.vezha.org/v-ivano-frankivsku-prezentuvaly-albom-vokalnoyi-muzyky-fantaziyi-video/?fbclid=IwAR05i0gg45mtPAUqlZwhWLSQNWCIuDIp_eow7a2Uhi9lb9hTS6pq2k8mpcc

КУЛЬТУРНА ІДЕНТИЧНІСТЬ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ ЗМІН

Левченко Вікторія Володимирівна
к.філос.наук, доц. ДЗВО «Університет менеджменту освіти»
v_levchenko69@ukr.net

Актуальність проблеми формування культурної ідентичності активується в умовах глобалізованого світу. Сучасна ситуація посилює необхідність міжкультурного діалогу, водночас, вимагає глибшого розуміння себе, усвідомлення власних можливостей в умовах певної культури, що створює основу для формування відповідної культурної ідентичності. На думку З. Баумана, потреба в ідентичності відчувають ті, хто опиняється «поза спільноти» [1, с. 10–11] – виявляється, що рішення та життєві кроки визначають і «приналежність», і «ідентичність», без жодних пожиттєвих гарантій [2]. Це, в свою чергу, потребує розуміння контексту, в якому відбуваються ці процеси, а також «зворотні впливи на цей культурний контекст» [3].

Дане дослідження присвячено вивченню герменевтичним аспектам формування культурної ідентичності, що відповідає глибинній потребі «тотожності й сталого укорінювання» сучасної людини. Тому тема ідентичності пов'язується з провідними рисами сучасності – невизначеність та швидкоплинність, які З. Бауман позначив метафорою «плинна сучасність» і пояснює виникнення певного стану людини як «крихкість, тимчасовість, вразливість і схильність до постійних змін» [1]. Водночас, ситуація змін – це ситуація зміни фактичних і гіпотетичних структур, ідентичності людини, «зміни якості її присутності в полі нездійснених можливостей» (Виготський, 1982).

У філософській практиці ідею ідентичності знаходимо в наукових творах філософів різних епох: від античності (Аристотель, Платон) до вчених різних наукових традицій XIX – XXI століття – екзистенціалізму, феноменології, герменевтики (Гайдеггер, Гуссерль, Ясперс). У складному світі буття особистість потребує систему цінностей, професійно-життєвих орієнтацій, світоглядних спрямувань для відчуття цілісності, ототожнення себе з загальноприйнятим зразком [4]. Становлення ідентичності в ситуації змін означає й досвід вибору, самовизначення, що ґрунтується на знаннях про «відповідність смислів часу». Питання ідентичності розглядаються крізь призму розуміння й тлумачення діалектики глобального й національного (Козловець, 2009), де розгортання ідентифікаційних практик відбувається у соціокультурному просторі на тлі процесів глобалізації, міграції та маргіналізації.

Поняття «ідентичності» в психологічні науці пов'язується з проблемами цілісності буття (Гайдеггер, К'еркегор) цілісності особистості (Максименко, 2010); сингулярності розвитку (А. Юран); з особливостями

соціалізації особистості (Еріксон, 1996) й розглядають як багатомірний, інтегративний психологічний феномен, який реалізується в просторі самовизначення та самоорганізації життя особистості. Отже, проблема ідентичності не нова й має декілька методологічних підходів: системний, феноменологічний і синергетичний (Шнейдер, 2001).

Для аналізу ідентичності в різних контекстах продуктивно використовувати філософську герменевтику, як «інноваційний методологічний інструментарій», оскільки «ідентичність у плинному світі, що опирається всякій визначеності та передбаченості, – це цілком герменевтична ситуація» (Л. Криворучка). Як відомо, є декілька варіантів утворення герменевтичного кола. В нашому випадку це означає, що розуміння культурної ідентичності не можливо без розуміння контексту культурного середовища, яке утворюється взаємодією індивідуального, міжособистісного та міжкультурного чинників. І навпаки, розуміння контексту культурного простору неможливо без розуміння відповідної культурної ідентичності.

Тематика публікацій, в яких досліджується культурна ідентичність досить різнобарвна: формування особистісної ідентичності, питання вибору й самовизначення особистості в контексті проблеми глобалізації, збереження культурної спадщини, сполучення цих здобутків при збереженні внутрішньої їхньої цінності, що призводить до взаємозбагачення культур й зумовлює їх цілісність, дозволяє говорити про діалог, «злиття горизонтів» (Г. Гадамер) культур; сполучення різних здобутків світової культури з привалюванням національних традицій, які реалізуються на стикові мистецтва, філософії та релігії. Умовами, які допомагають розумінню культурної ідентичності є відмова від суджень, «відкритість свідомості» через діалог та запитування.

Цікавими є дослідження з музейної педагогіки, освітніх і культурних практик, які склалися внаслідок національно-культурних традицій, що формує та чи інша культурно-історична епоха. З іншого боку, традицію як «стихійну історичність» людина може відкрити, зберігати, наслідувати (М.Гайдеггер) й утворювати відповідний спосіб осмислення типу особистості певної культури. Так відбувається поновлення традицій, як «збереження здійсненого», що триватиме понад історичні зміни, а розуміння культурної ідентичності відбуваються за умов переживання, як «одиниці пам’яті» й переривання звичної послідовності [2].

Разом з поняттям «культурна ідентичність» досліджують поняття: «національна ідентичність», «етнічна ідентичність», «наративна ідентичність», «соціокультурна ідентичність», «ментальність», «етос», «приналежність», «культурний горизонт». Вивчення питання формування культурної ідентичності в українському контексті визначають наступні акценти:

- самовизначення особистості й народу завдяки інтеграційним процесам історичної ретроспективи і сучасних реалій;

- державність, як форма утвердження національної ідентичності;
- культура, як гарант національного буття;
- ідея, як рефлексія національно-культурної ідентичності;
- вища освіта (Університет), як просторове й темпоральне перехрестя передачі знань, цінностей, створення особистості певного культурного типу, яка здатна діяти в усіх напрямках, що формує «освіченість» та є умовою розуміння особистої і культурної ідентичності;
- заходи щодо збереження культури та самоідентифікації особистості, яка має різні рівні залежно від певної епохи, національної культури, соціокультурного кола тощо;
- мова, як чинник формування ідентичності, в якій відбивається концептуальна картина світу завдяки «злиттю горизонтів», що відбувається в розумінні, здійснюється самою мовою, через мову, перебування у мові й мовному розумінні. Водночас, ідентифікація дозволяє «розставити по місцях» все те, що зумовлює печаль і відчай (Ю. Кристева), дозволяє регресувати до переживань-афектів, які можна «почути тільки в паузах» – як розривах мови, що відбуваються внаслідок відмови від смислу.

Ідентичність людини визначається спільністю культурного горизонту, завдяки якому відбувається «діалог з Іншим», з'являється можливість культурно-історичного пізнання за допомогою здатності суб'єкта до змін у зустрічі з «незамкненою подією істинності». Водночас, на основі ідентичності відбувається поділ на «своє» та «чуже», що створює ситуацію відкритості назустріч іншому, здатності почути іншого, розуміння один одного через те суттєве, що пов'язує людей і вимагає з цим рахуватися. Особливий спосіб сприйняття існування людини і світу утворює, за Гадамером, дійсний «герменевтичний універсум», в якому людина не замкнена й до якого вона відкрита [5, с. 9].

Перспективним напрямом подальшого дослідження є вивчення культурної компетентності, обізнаності та самовираження особистості в контексті освіти впродовж життя, що не можливо розглядати без розуміння культурної ідентичності людини, як «породження людської культури».

ЛІТЕРАТУРА

1. Bauman Z. Liquid Modernity. Cambridge: Polity Press, 2013. 240 p.
2. Криворучка Л. Основні риси герменевтичного досвіду культурної і національної ідентичності. [Электронный ресурс]. Доступно: http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/10860.
3. Колесник О.С. Культурологічна герменевтика та діалог контекстів. Культура і сучасність, №1, 2014. С. 24-30.
4. Левченко В. В. Психологічний супровід формування професійної ідентичності педагогічних працівників в умовах змін. Теоретичні і прикладні проблеми психології. 2019, *№ 3(50), Том 3, С.196-207.*
5. Гадамер Г.-Ґ. Герменевтика II. Істина і метод. Доповнення й покажчики. Т. 2. К. : Юніверс, 2000. 478 с.

СУЧАСНЕ ТА ТРАДИЦІЙНЕ В ОБРЯДОВОСТІ ХМЕЛЬНИЧЧИНИ (НА ПРИКЛАДІ МІЖНАРОДНОГО ЕТНОФЕСТИВАЛЮ «КОЛЯДА ДЕ? ДО КАМ'ЯНЦЯ ІДЕ!»)

Лісовик М.Л.,
магістрант Київський національний університет культури і мистецтв

Науковий керівник – Деркач С.М.
Заслужений діяч мистецтв України, кандидат мистецтвознавства, професор, декан факультету сценічного мистецтва Київського національного університету культури і мистецтв

Сьогодні у суспільстві існує досить вагома проблема. Враховуючи сучасний ритм життя, впровадження різноманітних гаджетів, новітніх технологій, сучасна молодь зовсім не цікавиться історією свого народу, традиціями, духовними цінностями нації.

Тому зараз на державному рівні підтримуються фестивалі української культури, метою яких є активне поширення народних творів мистецтва. Завдяки різноманітним грандам та стратегічним мистецьким проєктам стимулюється розвиток місцевої культури та генерування конкурентноспро можнихкультурнихпродуктів.

Одним з найпоширеніших звичаїв зимової обрядовості українців є колядування. «Колядування - давній звичай зимових (переважно різдвяних) обходів із виконанням величально - поздоровчих пісень *(колядок)* і речитативних формул *(віншівок)*. Група чоловіків, неодруженої молоді, дітей заходила на подвір'я кожної хати, славила господарів, бажала їм здоров'я, щастя, щедрого врожаю, достатку, за що отримувала певну винагороду. В основі цих обходів лежала магічна ідея «першого дня», згідно з якою побажання, висловлені на новорічні святки, мали стати реальністю.

Звичай колядування відігравав важливу роль у розвитку народної музично-пісенної творчості. Новорічні наспіви виконувалися колективами *(співочими ватагами, гуртами)* різного складу: парубочими, дівочими, дитячими, старшого віку. Це визначало певні особливості їхньої мелодики, ритму й навіть змісту. Дитяче колядування мало спрощену форму - в основному це прохання винагороди.» [1].

Рідкісним і мало знайомим виявився обряд спалювання Бадняка. «У південнослов'янській міфології різдвяний персонаж (тут Бадняк) (різдвяне поліно) - пень чигілка, яку спалювали в ніч на Коляду. Баднякпов'язаний з образом змія в коренях дерева. Обряд спаленняБадняка в кінці старого року символізувавзнищеннязмія (нижчогосвіту), злого начала вогнем. Цей обряд ознаменовував початок нового сезонного циклу, гарантував достаток.

СпалюючиБадняка, вибивали з ньогоіскри, примовляючи: «Дай Боже овечогопроплодустільки, скільки є діток у старого бадняка»[2].

Одним із завдань є залучення молоді до культури України через традиції та обряди до мистецьких надбань, звичаїв, обрядових дійств, які складалися протягом століть та широко популяризуються у сучасному соціокультурному просторі на теренах України. Тому з цією метою в місті Кам'янець-Подільський у 2019 році започатковано міжнародний різдвяний етнофестиваль «Коляда де? До Кам'янця іде!». Як і традиційні українські народні гуляння різдвяний етнофестиваль проходить на площі біля Ратуші, це центр старого міста, де відбуваються всі наймасштабніші заходи міста. В програмі дня були: ремісничі ярмарки, дитячі забавлянки (народні забави, снігова гірка, шабельні бої, катання на санчатах та конях), плетіння дідуха, етнічний обряд готування подільської Різдвяної куті,орнаментальний хоровод/танок Народження Сонця, обряд спалювання Бадняка, обряд народження Коляди, пригощання справжньою подільською Різдвяною кутею,різдвяні гуляння, козацькі забави, танці з бубнами, ходіння по вугіллях, поросячі перегони; передбачення наступного року від справжньої української Відьми та Різдвяні квести.

Велику частину програми фестивалю становили саме традиційні розваги, обрядові дійства, віншування та колядування фольклорних колективів, як Хмельниччини, так і запрошених гостей, але не обійшлося й без сучасних розваг – ними стали флеш - моб – величезне рухоме сонце (Коляда), яке створила молодь та свинячі перегони.

Підсумовуючи вище сказане, етнографічні фестивалі необхідні в сучасній культурно-виховній галузі розвитку молоді. Вони задовольняють потреби суспільства, розвивають, виховують, навчають та розважають.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Курочкін О. Новорічні свята українців: Традиції і сучасність. – К.: Наукова думка, 1978. – 190 с.

2. Кононенко О.А. Українська міфологія. Божества і духи. – Х.:Фоліо, 2017. – 191 с.:іл..

ПАРТИЗАНИ КУЛЬТУРИ: КРИТИКА КУЛЬТУРНИХ ІНДУСТРІЙ

Мірошниченко Вадим Сергійович
канд. культурології, ст. викладач,
Харківська державна академія культури
koda_koda@ukr.net

Чи можна зруйнувати існуючу систему культурних індустрій не для того, щоби побудувати нову, яка за своєю логікою організації і структурою не відрізнялась би від попередньої, а таку, яка б уможливила *висловлювання*, через яку особистість, відповідно, *висловлювала* б себе і, можливо, завдяки цьому, змогла би подолати відчуження? При капіталістичній системі виробництва і розподілі подібні думки є утопічними. Будь-які концептуальні зміни (під змінами розуміється конструювання нових концептів, які потім за бажанням/потребою втілюються в реальному житті) можливі за умов тотальної редукції капіталізму, що варто розглядати в якості позитивної програми максимум.

Програма мінімум (як частина програми максимум) полягає в культурпартизанській практиці, розпалюванні осередків культури, що є різновидом фокізму (ісп. foco – вогнище). Мета: підривання системи. Звичайно, не йдеться про «будь-яку» культуру, про культуру, як щось абстрактне. Культура експлікується, як дещо дотичне до політики par excellence, до певних політик, до емансипаторних політичних практик і теорій. Адже релятивізація посприяла тому, що будь-які визначення поняття культури, і похідних від неї прикметників, втратили сенс. Варто створити культуру заново, аби змінити всі аспекти життя. Таке створення культури має стати перманентним процесом. Масовій культурі, культурним індустріям etc байдуже кого модифікувати, кого робити одновимірним, кого копіювати, що комерціалізувати, вивести на екран, завантажити в якості додатку, а це означає – сформувати, поширити, підживити нерівність, ієрархії тощо і переконати в тому, що система не має альтернатив.

Програма мінімум, культурний фокізм, за якою партизани культури мають вивільнити повсякденність від Контролю, від економічної експлуатації людини заради симулякрів, симуляцій, ідеології споживання, прибутку і запропонувати економіку дару.

Система спотворила мислення людини, підлаштувала його під себе задля власного відтворення, через це мета *вогнищ* культури вбачається в генеруванні критичного мислення, нового стилю життя. Людські стосунки, а не комерціалізовані взаємини, є першочерговими. В основу діяльності партизанів культури лягають відомі практики і теоретичне підґрунтя, які мають врахувати досвід минулого і постсучасні виклики. Йдеться про сюрреалістів, ситуаціоністів, фланування та ін.

Партизани культури озброєні практиками: дрейф (la dérive), вивільнення (le détournement), психогеографія (la psychogéographie), створення ситуацій, мистецтво проти течії, колаж. Балончик з фарбою, блокнот, ручка, смартфон. Коктейль Молотова? Чому б ні! Якщо він приверне увагу до мистецького твору або розхитає, знищить графоманське сміття книжкової індустрії. Подібні практики не приховують своєї агресивності до системи і мають право використати проти неї її ж зброю.

Towers Open Fire! Cut-up method. Взяти абсолютно системний культурний продукт, наприклад, щось зі всесвіту *Marvel*, деконструювати на рівні теорії, демонтувати і змонтувати в довільному порядку, додати Д. Лінча, Ж.-Л. Годара, В. Берроуза. На що перетвориться продукт *Marvel*? Що з ним станеться, якщо cut-up відбудеться й без Л. Лінча, Ж.-Л. Годара, В. Берроуза? Гі Дебор знімав антикіно. Партизани культури створять антитексти, антимистецтво для того, щоб комерція припинила своє існування. Мусять виникнути один, два, три... травня 68-го в культурі, політиці, соціумі, повсякденні, мисленні. Партизани культури – це вільні автономні групи з розпалювання культурної революції.

Переосмислення створеного і початок дій. Структурно, капіталізм приречений на кризи і на отримання прибутку навіть з них. Єдиною його умовною перевагою є матеріальна втіха: споживай до самого кінця, а опісля починай заново, споживай все і головне, споживай тіло, байдуже, реальне чи віртуальне, будь-яка проблема нівелюються мімішністю, бумерангом, сторіс, фільтрами, ефектами. Людина витрачає час на гіфки, на те, що cool, на те, що підміняє поняття. Значимим вважається те, що підлягає стьобу, що розконцентровує. Як переглядати Ф. Фелліні, як читати М. Пруста, як розгледіти Д. Поллока? Одне із завдань партизанів культури полягає в радикальній пропаганді практик перегляду, читання, бачення.

Людина мусить жити, а не виживати в конвульсивних потугах наповнення бюджету. Опосередковано і напряму це призводить до посилення нерівності, несвободи, меркантилізму. З чого варто почати боротьбу? З бажання іншого життя, адже бажання – це вже інше життя (за Раулем Ванейгемом).

КУЛЬТУРНА МОДЕРНІЗАЦІЯ: ТИПОЛОГІЯ ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИХ ПРОГРАМ

Осадча Лариса Василівна
канд. філософ. наук, доцент,
доцент кафедри богослов'я
імені отця Івана Луцького
Університету Короля Данила
larysa.osadcha@ukd.edu.ua

У найширшому значенні поняття «модернізація» означає «оновлення», «покращення», «доведення чогось до сучасного стану», при чому «сучасність» трактується як об'єктивно краща в порівнянні з іншими темпоральними періодами. З одного боку, цей концепт допускає оціночність, орієнтування на певний ідеальний тип сучасносності. А з іншого – та ж темпоральність є розірваною, несамодостатньою, необ'єктивною, бо залежить від людських вольових зусиль по інтенсифікації соціокультурного життя для наближення до спроектованого ідеального типу.

Звідси випливає, що різні спільноти – етнічні, національні тощо – перебуваючи в одному часовому континуумі, не є тотожними: котрісь тримаються за минуле, а хтось перетворює сміливі футурологічні проекти на актуальну реальність. Таким чином, концепт модернізації, по-перше, має важливу антропологічну ретроспекцію, бо темпоральний зріз явища апелює не до механічно вимірюваного й самодетермінованого часового бігу, а до способу життя, типу світогляду, традицій, котрі мають тенденцію бути подоланими в історії.

З іншого боку, теоретик модернізації, той, хто власне складає темпоральну шкалу, має говорити з позиції «попереду», тобто із «кращої сучасності». Процес модернізації у своєму управлінсько-інструментальному наративі досі несе темпоральний образ епохи Модерну (тобто Нового часу), коли й постало, власне, питання «рукотворності» прогресу, а не його органічно- природної обумовленості. Новий час відкрив інший спосіб переживання реальності, де не протиставляється стара традиція новій, а здійснюється орієнтування на майбутнє, що відкривається в моменті зараз. Майбутнє вийшло за рамки циклічного прочитання – як повторення старого за нових умов чи як ключова есхатологічна точка апокаліптичного «кінця світу» або ж обнадійливого «нового пришестя» на векторії лінійного біблійного часу.

Відчуття сучасності, що постало у XVIII столітті, не спиралося на дихотомію минулого й сучасного, бо відбувся розрив із попередніми традиціями світовідчуття. Навіщо знання про минуле й попередній досвід поколінь, коли, завдяки спекулятивним методам аналітичного пізнання й критичним здатностям розуму, можна незалежно й самостійно осягнути

буттєві принципи? Виникає запит не на історичне, а на завжди актуальне, класичне. Класичним же вважалося те, що витримало перевірку часом, не ставши старомодним, його актуальність отримує відгук у духові часу. «З незапам'ятних часів, – за словами Ю. Габермаса, – класичним вважалося те, що переживає різні епохи; в емфатичному значенні «сучасне» свідчення черпає таку силу вже не з авторитету якої-небудь минулої епохи, але виключно зі справжності колишньої актуальності» [3, 9].

Модернізація теоретико-практична настанова – підхід до аналізу дійсності, що має на меті, по-перше, її активне інструментальне, людиновимірне перетворення, по-друге, «зависає» у темпоральному вимірі сучасності, бо апелює не до досвіду минулого, а до умоглядного проекту «ідеального стану деякого процесу» з точки зору «тут і тепер». Модернізація покликана розірвати розрив між деяким незадовільним «зараз» й ідеалізованим «має бути».

Що ж таке культурна модернізація? Як ця настанова співвідноситься з динамікою і способами впливу на культуротворчі процеси?

Теорія культурної модернвізації описує не просто зміну методології осучаснення соціокультурного середовища, вона засвідчує поліпарадигмальність цього процесу. Так, Андрій Флієр у статті «Модернізація культурного середовища: варіанти цілепокладання» здійснює типологізацію стратегій соціокультурної модернізації. Осучаснити культуру, за його словами, означає оновити, динамізувати, реформувати культурне середовище певного культурного ареалу. Культурне середовище – це історично сформована система культурних уподобань певної цілісної соціальної групи, що має відносно сталу локалізацію у просторі. Тобто модернізація культури, культурного життя передбачає як роботу зі смислами, цінностями культури, так і з їх носіями. Тому культурна модернізація це іманентно процес соціокультурного реформування. «Розвиток культурного середовища полягає в першу чергу у збільшенні кількості активних учасників культурного життя, ускладненні цього життя і формуванню нових вимог щодо якості його культурного наповнення, що передбачає реалізацію нових форм культурної активності й залучення населення в її різноманітні практики» [2, 66].

Активізація культурного життя можлива за 4-ма сценаріями. По-перше, через *збереження* системи, коли акцентується роль традиції, охороняється й відтворюється старовина. По-друге, через *руйнування* системи шляхом деструкції попереднього порядку. По-третє, *розвиток* системи завдяки трансформації традиції. По-четверте, *оновлення* соціокультурної системи, обумовлене інноваціями та креативністю. Отож, соціокультурна модернізація не має аксіологічного підгрунтя, її критерієм є функціональна ефективність – зростання динаміки й формування учасницької позиції щодо культурних процесів.

Модернізаційні тенденції можна типологізувати і в залежності від парадигмальних підходів. Так, еволюціоністська методологія передбачає

поступовий рух в напрямку ускладнення системи, покращення й позитивної динаміки. Може бути застосовна як для розробки стратегій мікро-, так і макрорівня. Передбачає активне бізнес- та освітнє середовище для заснування креативних індустрій.

Цивілізаційна методологія закцентована на локальній культурній самобутності спільнот, реактуалізації історичної та культурної пам'яті. Така модернізація носить характер архаїзації, самозамикання спільноти на минулому, збереження патріархальних традицій, відкидання інноватівності. Може бути ефективною при локальному застосуванні до ревіталізації міських просторів з визначними історичними пам'ятками та яскравими наративами історичної пам'яті, що можуть стати плідним підгрунтям для розвитку культурного туризму.

Дифузіоністська стратегія модернізації передбачає пряме запозичення й копіювання соціокультурних моделей господарювання, управління й культурного менеджменту менш розвинутими країнами у більш успішних країн-донорів. У такий спосіб здійснюється «модернізація навздогін». Прикладами слугують Росія при Петрі І, Туреччина за Ататюрка, Японія епохи Мейдзі 1868-1912 років та й загалом модернізація «третього світу» у ХХ столітті.

Модернізація на основі структуралістського підходу пов'язанва з поглибленням розуміння смислів і понять культури: «Така модернізація пов'язана з реінтерпретацією звичних культурних, ідеологічних та інших символічно значущих форм, із виробленням нового розуміння цих форм і нового ставлення до них з боку населення для заміни попередньої системи символів новою системою. Це досягається шляхом напруженої ідеологічної й просвітницької роботи з людьми» [2, 69]. Така стратегія культурної модернізації є дуже тривалою в часі, а «ідеологічна робота» досить часто включає репресивний інструментарій переконання. Андрій Флієр демонструє реалізацію даного сценарію двома історичними випадками: модернізацію Київської Русі після прийняття християнства та «форматування» свідомості населення СРСР в перші десятиліття після більшовицького перевороту, коли докорінно ламалася релігійна, освітня, господарча культура громадян.

Модернізація за постмодерністською парадигмою спирається на уявлення, що модернізація – це процес подолання різного роду контролю й обмежень з боку влади, ідеології, стереотипних культурних регулятивів. У такий спосіб оновлювався Захід у ХХ столітті. Студентські бунти, пацифістські рухи, молодіжні музичні субкультури сприяли лібералізації культури, зростанню суспільної толерантності. Характерними проявами постмодерністської модернізації стали мультикультуралізм, політкоректність, легалізація гомосексуалізму, постмодернізм у філософії, мистецтві та літературі, лібералізація інформаційного простору, право на індивідуальну культурну маніфестацію. Ці тенденції стали провідними при формуванні концепції «органічної» модернізації, що прийшла на зміну

дифузіоністській «модернізації навздогін» після розпаду Радянського Союзу і є досі актуальною для країн, що вибудовують прозахідну соціокультурну й політичну ідентичність.

Інструментально доповнює постмодерністську методологію модернізації синергетична парадигма, яка базується на процесі поглиблення міри самоорганізації соціокультурної системи. «Людська історія трактується синергетикою як процес розвитку складної відкритої системи (суспільства), в процесі якого здійснюється поступовий перехід від імперативних до варіативних форм самоорганізації, від вертикальних ієрархій до горизонтальних мережевих зв'язків, від нестійкої рівноваги соціальних структур до їх стійкої нерівноважності» [1, 108]. Така стратегія культурної модернізації може реалізуватись лише в суспільстві, де домінує принцип самоуправління, висока обізнаність громадян щодо шляхів участі в суспільному житті, комунікативна відкритість та суспільна довіра.

В історичній ретроспективі від часів Просвітництва (коли зародилася ідея модерності, взірцевості певного типу суспільного порядку та «педальованого» розвитку спільнот в бажаному напрямку, тобто власне ідея модернізації) й до кінця XX століття (коли замість біполярного, центрованого навколо соціалістичного та ліберального ідеологічних епіцентрів, виник глобальний та мультикультурний світ) здійснювалися наративні, жорстко управлінські парадигми соціокультурної модернізації. І лише з 90-х років свою ефективність як щодо соціальної системи, так і у відношенні створюваного людського й культурного капіталу засвідчили постмодерністський та синергетичний підходи. Саме вони актуалізували проблему людського ресурсу, «гуманістичної якості», ментальних характеристик суб'єктів та реципієнтів управлінсько-модернізаційного впливу. В межах цих підходів акцент змістився з «логіки системи» на «логіку людини». Якість суспільного життя, рівень добробуту залежать не стільки від вірності управлінських рішень, як від якостей, емпанії, довіри, учасницької культури учасників групи. Останні не є «порожніми» акторами, що чекають команд з боку влади, вони є носіями певних вірувань, стереотипів, талантів, харизми. А це може стати як каталізатором, так і гальмом соціокультурних інновацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Моисеев Н. Н. Универсум. Информация. Общество / Никита Николаевич Моисеев. М.: Устойчивый мир, 2001. – 200с.

2. Флиер А. Модернизация культурной среды: варианты целеполагания / Андрей Флиер // Знание. Понимание. Умение. - № 3. – 2013. – С. 65-73

3. Хабермас Ю. Модерн – незавершенный проект / Юрген Хабермас // Речь по случаю вручения премии имени Адорно, учрежденной городом Франкфурт-на-Майне за 1980 г. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.kph.npu.edu.ua/!e-book/tpft/data

ORGANIZACJA I PROMOCJA FESTIWALU NA PRZYKŁADZIE POLIKULTURY

Osikowicz Żanna
doktorantka Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie
zanna.osikowicz@gmail.com
Promotor-
prof. dr hab.Marzena Barańska

Organizacja festiwalu należy do jednego z trudniejszych i bardziej zaawansowanych działań z zakresu zarządzania projektami. Mamy do czynienia z zadaniem, którego przygotowanie może trwać wiele miesięcy, a samo wydarzenie odbywa się z założenia kilka bądź kilkanaście dni [6, s.125]. Uważa się, że organizacja imprez cyklicznych może być łatwiejsza. Niemniej jednak, każdy pracujący przy projektach festiwalowych realizator powie: nie ma dwóch podobnych sytuacji, wydarzeń, koncertów. Każdy nowy festiwal to nowe twarze, nowy program, często – nowe miejsce. Co oznacza nowe zagrożenia, nowe ryzyka [6, s.125]. Kultura jest udostępniana dla wszystkich, lecz odbiorcy nie są przymuszeni, żeby się z nią zapoznawać. Propagowane przez kulturę wartości pozostawiają niewątpliwie ślad w osobowości każdego człowieka. Mimowolne uczestnictwo w kulturze, będące w rezultacie jej przeżywaniem, powinno prowadzićdo chęci ciągłego uczestniczenia w życiu kulturalnym – taka bowiem postawa kształtuje odpowiednią postawę społeczną. Czym jest promocja kultury? Słowo promocja pochodzi od łacińskich wyrazów *promotio* i *promovere*, oznaczających „poparcie' i „prowadzenie naprzód". W sferze kultury działania promocyjne polegają na publikacji na łamach prasy, informacji na temat wydarzeń kulturalnych, transmisji i retransmisji w radiu, telewizji i telewizji internetowej, wykorzystaniu Internetu w promocji jako jednego z najważniejszych źródeł informacji na temat aktualnych wydarzeń artystycznych itp. Rola działań promocyjnych w kulturze jest znacząca i ważna dla jej rozwoju. Zarówno upowszechnianie, jak i promocja kultury są realizowane poprzez liczne projekty [6, s.125]. Takim z przykładów organizacji oraz promocji jest Festiwal Polikultura, organizowanego przez studentów zarządzania kulturą i mediami w Instytucie Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiegow Krakowie. Pomysłodawcą festiwalu jest dr hab.Łukasz Gaweł, który zaproponował włączenie studentów I roku kierunku „Zarządzanie kulturą i mediami", doktorantów oraz pracowników naukowych Instytutu w organizację dużego przedsięwzięcia kulturalnego, w ramach realizowanego w toku krztałcenia przedmiotu „Projekt kulturalny". Koordynatorzy (doktoranci i pracownicy naukowi) zarządzali grupami projektowymi złożonymi ze studentów: każda grupa odpowiedzialna była za przygotowanie wybranego wydarzenia kulturalnego, zebranie środków finansowych i innych zasobów na jego realizację, a także za promocję. I Festiwal kultury i Mediów odbył się 25 maja 2013 roku w centrum Kultury „Rotunda"

w Krakowie. Studenci przygotowali następujące projekty kulturalne:perfomance teatralny, wideoinstalacje, film krótkometrażowy, multimedialną grę miejską, budowę i zniszczenie muralu, bookcrossing, wystawę fotograficzną, feministyczny performance, wystawę malarstwa połączoną z koncertem, projekt portalu internetowego dla absolwentów Instytutu Kultury, koncert muzyki z gier wideo, koncert muzyki rockowej. Całość prac nad organizacją I festiwalu koordynował dr Michał Zawadzki [8, s.79]. Samą nazwę Festiwal „Polikultura"otrzymała pod czas II edycji, która odbyła się w dniach 29 maja – 2 czerwca 2014 roku.Tym razem pod nazwą Szereg wydarzeń artystycznych odbył się na Zabłociu – przechodzącym metamorfozę postindustrialnym rejonie Krakowa. Koordynatorem Festiwalu od II edycji i przez kolejne IV edycji był dr Michał Pałasz. Celem Festiwalu było ukazanie wartości w zachowaniu specyficznego charakteru Zabłocia oraz zaproponowanie tej przestrzeni jako miejsca wzbogacającego konserwatywną, kulturalną markę miasta o skojarzenia związane z kulturą współczesną. W ciągu pięciu dni Festiwalu było można zobaczyć wydarzenia artystyczne interpretujące temat przewodni, tj. tworzenie muralu, koncerty - rockowy i muzyki filmowej, przegląd teatralny, flash mob, wieczór filmowy, wystawy – fotograficzna i sztuki współczesnej oraz instalacja w przestrzeni miejskiej. Było można również wziąć udział w wydarzeniach angażujących uczestników m.in. grze miejskiej i warsztatach malarstwa wielkoformatowego [3].



Rysunek nr 1: http://krakow.pl/3401,obj,9081,patronaty.html [dostęp: 05.03.2020].

Kolejna III edycja Festiwalu odbyła się pod hasłem „Zabłocie. Komu? Po co?" i miała na celu pokazanie dobrze niegdyś prosperującego, a potem upadającego przemysłowego fragmentu miasta w kontekście jego nowego, kreatywnego oblicza. W roku 2015Festiwal Polikultura tworzył 14 wydarzeń głównych i dwa towarzyszące, organizowane we współpracy ze Sztuką Smart oraz Kołem Nowych Mediów i odbył się w dniach 22-31 maja 2015 roku [2]. Te wszystkie poszczególne wydarzenia, które odbyły się w ramach Polikultury 2015 można zobaczyć na rysunku poniżej:



Rysunek nr 2:*PO CO KOMU TEN FESTIWAL?*https://polakpotrafi.pl/projekt/polikultura-festiwal [dostęp: 03.03.2020].

IV edycja Festiwalu Polikultury miała nazwę „ Lubię, kiedy nocą….” – to hasło przyświeciało wydarzeniom, które pokazały odbiorcom zupełnie inną stronę życia w mieście, pełną zapomnianych i nieodkrytych miejsc, kreatywnych i wartościowych, często zaskakujących, twórców, intensywnych, nieuchwytnych za dnia kolorów oraz intrygujących przeżyć [4]. Festiwał Polikultura oprócz misji artystycznej i społecznej, pełni również funkcję edukacyjną. Przygotowuje studentów do zawodów menedżerów kultury i mediów. Ta edycja obdyła się w dniach 18-22 maja 2016 roku. Festiwał zaczął się od konferencji prasowej opiekunem tej grupy był Michał Pałasz. Podczas konferencji, która odbyła się wcześniej, a same 13 maja 2016 roku, została przybliżona idea festiwalu oraz koncepcja hasła tej edycji. Projekty realizowane podczas Polikultury przedstawili w krótkich przmówieniach sami organizatorzy oraz artyści biorący w nich udział, a same: dr Joanna Dziadowiec – przedstawiła koncepcję słamu poetyckiego oraz muralu, który powstał w ramach festiwalu; dr Piotr Marecki – przybliżył projekt retro.spectrum, opowiedział o starych konsolach oraz kulturze retro w świecie 8-bitowym, omówił krótko zjawisko demosceny; Marek Marszałek – opowiedział o swojej podróży do czarnobyla i zbliżającej się wystawie zdjęć z tego miasta, organizowanej w ramach festiwalu i mającej upamiętnić awarię elektrowni atomowej sprzed 30 lat; Michał Pacułt – przybliżył projekt deframestracyjny, wydarzenie z pogranicza malarstwa, mody i sztuk performatywnych, które odbyło się podczas Polikultury; Basia Budniak – wprowadziła słuchaczy w problematykę wydarzenia Nocna Zmiana, analizującego przeobrażenia, które przeszło i przechodzi Zabłocie; Anna Pichura – opowiedziła, jakie zmiany szykują krakowscy studenci na Zabłociu, ze szczególnym uwzględnieniem planowanego na jego terenie parku; Anna Sieroń – wyjaśniła, na czym polegał fenomen start-upów, a także omówiła tematykę wydarzenia 8 Hot Hous: Mini Hackathon; Adam Gruba – opowiedział o projekcie otwierającym festiwał (Golem: Solar

System); dr Dariusz Grzonka – skupił się na przybliżeniu „kulturowej geografii strachu" [4, s.63-65].



Rysunek nr 3: *„Lubię kiedy nocą…" IV edycja Festiwalu Polikultura / 18-22 maja 2016 r.*https://fragile.net.pl/lubie-kiedy-noca-iv-edycja-festiwalu-polikultura-18-22-maja-2016-r/ [dostęp: 06.03.2020].

Piąta edycja festiwalu Polikulturaodbyła się w dniach 17-21 maja 2017 roku w Krakowie na Zabłociu. Tematem tej edycji było hasło „O dążeniach niepokornych". To hasło "O dążeniach niepokornych" skupiło się na postaciach nieszablonowych, przełamujących bariery i stereotypy. W tej edycji wzięło udział ponad 120 studentów, którzy studiują na 1. roku zarządzania kulturą i mediami przygotowali 10 wydarzeń, które są ich było własną interpretacją tego hasła. W czasie festiwalu na gości czekała: wystawa memów internetowych na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej UJ;premiery dwóch dokumentów w sali kinowej Fabryki Schindlera: o ginących zawodach oraz o Polakach żyjących na Kubaniu (reż. Michał Turlewicz) aby przygotować ten ostatni studenci odbyli podróż do Rosji;wernisaż wystawy "Kręce Gwiazdy moim duchem" prac Katarzyny Górnej, Jadwigi Sawickiej, Marka Sobczyka i Grzegorza Sztwiertni w BALu;premiera instalacji typograficznej "Zwarcie" autorstwa Zofii Dziurawiec i Zuzanny Opozdy w bibliotece MOCAK-u;parakonferencja paranaukowa w Szkole Muzycznej im. Bronisława Rutkowskiego, podczas której profesorzy UJ wygłosili rzeczowe odczyty od rzeczy;warsztaty cyrkowe dla dzieci i rodziców oraz pokaz fireshow w wykonaniu teatru ognia Los Fuegos w Zabłociu 13; koncert zespołów Supergirl and Romantic Boys, Babu Król, Drekoty i Jakim Cudem w Warsztacie;bicie rekordu Guinnessa w pocałunkach oraz potańcówka międzypokoleniowa „Shake that culture" w Warsztacie [1].



Rysunek nr 4: *Festiwal Polikultura po raz piąty na Zabłociu*, https://www.tvp.pl/kultura/patronaty-tvp-kultura/festiwal-polikultura-po-raz-piaty-na-zablociu/30228120 [dostęp: 11.03.2020].

Kolejna szósta edycjafestiwalu Polikultura miało hasło „NIE-DO-POWIEDZENIA". Przewodnim motywem tej edycji była poezja. Studenci chceli dotrzeć z kulturalnymi wydarzeniami do jak największej ilości osób i zapewnili darmowy wstęp na każde z nich. W dniu 24 maja 2028 roku festiwal otworzył dwa wydarzenia. Pierwsze to była wystawa prac inspirowanych poezją w Spółdzielni „Ogniwo" przy ul. Paulińskiej 28 w Krakowie. Bohaterów wystawy stanowili ludzie młodzi, wyłonieni za pomocą open call. Prace wybierane były przez organizatorów festiwalu oraz przez Roba Garretta, kuratora sztuki z 35-letnim doświadczeniem w sektorze sztuki współczesnej. Drugim wydarzeniem w tym dniu była premiera reportażu na temat undergroundowego świata poetów w Krakowie, przygotowanego także przez studentów. W następnym dniu 25 maja odbył się wieczór poezji w Collegium Maius – to była okazja do posłuchania wierszy autorskich i tych, które znamy; w wersji recytowanej i śpiewanej. Żeby wprowadzić wszystkich w klimatyczny

nastrój, przed wejściem do budynku zostały wyświetlone teksty wszystkich uczestników.26 maja 2018 roku rozpoczęła się gra miejska, podczas której uczestnicy poznali i odkryli klimatyczne kawiarnie, zagadkowe antykwariaty i wiele innych tajemniczych miejsc na terenie Starego Miasta i Kazimierza. Ten dzień zakończyła Poezja++, czyli eksperyment badawczy porównujący wiersze stworzone przez uczestników konkursu z wierszami „spod pióra algorytmu". Dzięki IT została odkryta różnica pomiędzy siłą ludzkiego umysłu a mocą technologii.Festiwal zakończył się 27 maja 2018 roku. W Spółdzielni „Ogniwo" odbyli się warsztaty dla dzieci w wieku 6-9 lat. To była okazja do rozwoju kreatywności i zdolności manualnych najmłodszych. Następnie został odsłonięty mural na ścianie budynku stojącego przy ul. Storczykowej 4. Praca nawiązywała do twórczości Stanisława Wyspiańskiego. Tym samym Polikultura zostawiła po sobie ślad na dłużej. Ostatni dzień zakończył koncert stawiający na ukazanie wielokulturowości poprzez połączenie muzyki polskiej z ukraińską i bałkańską. W Klubie Studenckim „Żaczek" przy al. 3 Maja 5 wystąpiła grupa Słowiany oraz Edyta Górecka z zespołem. W ten sposób VI edycja festiwalu zakończyła muzycznym akcentem [5].

POLIKULTURA

Rysunek nr 5: *Polikultura / 6. edycja Festiwalu Kultury i Mediów*, https://krakow.naszemiasto.pl/imprezy/polikultura-6-edycja-festiwalu-kultury-i-mediow-dzien-4-60492605.html [dostęp: 12.03.2020].

W terminie 16-19 maja 2019 roku odbyła się 7. edycja festiwalu Polikultura. Wydarzenia, przygotowane i zorganizowane przez studentów I roku zarządzania kulturą i mediami Uniwersytetu Jagiellońskiego miały miejsce na terenie całego Krakowa.Hasło przewodnie brzmiało „Lutro. Po drugiej stronie", co

sygnalizować miało zarówno dosłowne, jak i metaforyczne, użycie zwierciadeł. Dzięki inicjatywie studentów, doświadczyć można było emocji, które doceniły już setki uczestników w ubiegłych latach.Festiwal co roku charakteryzuje się różnorodnością wydarzeń. Tym razem w ramach festiwalu można było zobaczyć: pokaz iluzji: „ Daj się oczarować! Polikulturowy wieczór z iluzją"; wernisaż instalacji; Koncert zespołu Coals; Wernisaż wystawy zdjęć z podróży na Ukrainie (Krzemieńczuk, Obwód Połtawski) oraz spektakl „Diamantowy śnieg" [9].



Rysunek nr 6: *Polikultura- jedyny taki festiwal w Krakowie,* https://www.where2b.org/blog/Polikultura[dostęp: 12.03.2020].

Miarą sukcesu każdego projektu jest fakt, że zostały spełnione cel główny i cele pośrednie festiwalu. Festiwal zawsze odbywa się w wyznaczonym terminie i czasie, według zaplanowanego harmonogramu. Kolejna 8 edycja festiwalu Polikultura jest zaplanowana na 20-21 maja 2020 r. Każdy projekt w sferze kultury ma szansę sukcesu, jeżeli będzie prawidłowo prowadzony i zarządzany w trakcie realizacji. Świadoma ocena służy nie tylko spojrzeniu wstecz i analizie zrealizowanego projektu, ale głównie wyciągnięciu wniosków dotyczących następnych realizacji w przyszłości.

LITERATURA:

1. Festiwal Polikultura po raz piąty na Zabłociu, https://www.tvp.pl/kultura/patronaty-tvp-kultura/festiwal-polikultura-po-raz-piaty-na-zablociu/30228120 [dostęp: 11.03.2020].

2. Gruszecka M., *Festiwal Polikultura zaktywizuje Zabłocie. Studenci zapraszają,* https://krakow.wyborcza.pl/krakow/1,44425,18001533,Festiwal_Polikultura_zaktywizuje_Zablocie__Studenci.html [dostęp: 03.03.2020]

3. Polikultura – II Festiwal Kultury i Mediów 2014, https://www.tvp.pl/kultura/patronaty-tvp-kultura/polikultura-ii-festiwal-kultury-i-mediow-2014/15180560 [dostęp: 01.03.2020].

4. Polikultura 2016, Instytut kultury Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie, Kraków 2016, s. 7.

5. 6 edycja Festiwal kultury i mediów- Polikultura, http://www.kulturatka.pl/2018/04/22/6-edycja-festiwal-kultury-i-mediow-polikultura/ [dostęp: 12.03.2020].
6. Zarządzanie projektami w sferze kultury. Studia przypadków, A.Góral, A. Kędziory, A. Kościelnej, J. Zdebskiej-Schmidt, (red.), Wydawnictwo Pracowni Dokumentacji Życia i Twórczości Heleny Modrzejewskiej i Fundacji dla Modrzejewskiej, Kraków 2015, s. 125.
7. Zarządzanie w kulturze, tom 11, (red.) E.Kocój, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2010, s. 179.
8. Zarządzanie w Kulturze, E.Kocój, E.Orzechowski, J. Szulborska-Łukaszewicz (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2014, s. 79.
9. Polikultura 2019 - informacje o festiwalu, https://krakow.dlastudenta.pl/studia/artykul/polikultura-2019-informacje-o-festiwalu,133669.html [dostęp: 12.03.2020].

АРТ-РИНОК І ІДЕЇ Ф. ГАЄКА: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ТОЧКИ ДОТИКУ І РОЗБІЖНОСТІ

Русаков Сергій Сергійович,
кандидат філософських наук, доцент, докторант

Розглядаючи арт-ринок у контексті філософсько-економічних концепцій, варто розпочати з ідеї апологета становлення концепту ринку Фрідріха Августа вон Гаєка, лавреата Нобелівської премії з економіки (1974) і автора низки праць з соціальної філософії та історії соціальних ідей. Ринок, на думку австрійського мислителя, є ефективним механізмом координації дії великої кількості людей і вдалим інструментом для обміну знаннями.

Звичайно, як фахівця конкретної сфери Ф. Гаєка цікавлять саме соціально-економічні обставини формування ринкової системи, проте зазначимо, що автор виокремлює суспільний акцент. Таким чином, концептуально розширюючи свою ідею, австрійський мислитель створює підстави для розгляду крізь призму озвучених ідей низку культурно-соціальних феноменів.

Серед новаторських для ХХ століття ідей, згадаємо авторську концепцію Ф. Гаєка про два види порядків, які можна спостерігати в основі соціальних структур – свідомий і спонтанний порядок.

Свідомий порядок спирається на інструкції, які допомагають досягнути чітко зазначену ціль, тому вони є конкретними і обов'язковими для виконання. До таких соціальних структур автор зараховує армію, урядові установи та промислові корпорації.

Особливістю іншого виду порядку є відсутність керування згори, тому він є результатом дій низки суб'єктів, які переслідують особисті цілі. У світі можна знайти людей з різними ідеями, які переслідують різні цілі, але саме під час вільної взаємодії і використання різносторонніх знань відбувається

викшталтування найбільш ефективних і прийнятних для більшості ідей. В якості прикладу структур з спонтанним порядком, Ф. Гаєк називає мову, мораль, ринок та гроші.

Ґрунтуючись на концепт ринку як самоорганізуючу і саморегулюючу систему (Ф. Гаєк), відзначимо, що упорядкованість арт-ринку формується не через виконання вказівок з якогось «центру керування», а внаслідок вільної співпраці широкого кола учасників арт-ринку, які зацікавлені у розвитку культурно-мистецької сфери.

В історії людства знаходимо приклади створення і поширення мистецтва, яке в основі має інший порядок – свідомий порядок. Класичне мистецтво, не применшуючи його художньої цінності, розвивалось у певній застиглості. Раніше мистецькі твори створювались на замовлення владної або релігійної еліти, які за своєю внутрішньою особливістю є консервативними структурами, тому відповідно підтримували канонічне мистецтво. Саме церква, феодали, олігархічні родини, «замовляючи» арт-твори, надавали певні вказівки щодо очікуваного результату. Творчі пошуки митця були можливі лише в рамках канону. Згодом цей свідомий порядок підтримували художні академії, де експерименти митця потрібно було погоджувати з представниками Академії.

Арт-ринок у сучасному розумінні формується всередині XX століття водночас з формуванням вільної ринкової системи. Проте занурюючись в історію культури та мистецтв, у різних епохах можна віднайти протоформи арт-ринку, наприклад, художні ярмарки мають витоки у релігійних свят Античності. Тому, повертаючись до ідей Ф. Гаєка, можна стверджувати, що арт-ринок є системою, яка розвивається шляхом стихійного порядку.

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ЗМІНИ В СТРУКТУРІ КЛУБНИХ ЗАКЛАДІВ

Свирид Іванна Євгенівна,
аспірант ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені В. Стефаника»
ivannabrusak@gmail.com

Актуальність теми дослідження полягає в тому, що у сучасному українському суспільстві відбуваються демократичні перетворення, які сприяють інституціоналізації суспільних відносин, адекватному та всебічному пізнанню дозвіллєвого середовища. Культурно-дозвіллєва

діяльність в клубних закладах формувалася під впливом об'єктивних змін, зокрема, пов'язаних з індустріалізацією та урбанізацією суспільства, коли вільний час стає самодостатньою цінністю і набуває масового поширення.

Метою статті є дослідження інституціональних змін в структурі клубних закладів.

Виклад основного матеріалу. В межах нових культурних парадигмвідбувається розвиток культурно-дозвіллєвої діяльності в закладах культури, враховуючи запити сучасного суспільства, тенденції та новітні здобутки світової культури, урізноманітнення духовного життя, формування нових культурних рис суспільства.

На думку Н. Цимбалюк розвиток дозвілля в клубних закладах України відзначається суттєвими протиріччями, що полягають у невідповідності між концептуальними визначеннями його соціального призначення та реалізацією заданих вимог у соціальній практиці. Огляд наукових джерел свідчить, що ні створена за радянської доби модель політизованого дозвілля, ні спроби його «рекреалізації» за американським та європейським варіантами у 90-х рр. не вирішили завдань модернізації культурно-дозвіллєвої сфери сучасного українського суспільства.

Отже, дозвілля активно реагує на зміни в суспільстві, як в соціальній системі і виступає певною характеристикою її життєздатності, відображенням потенціалу суспільного розвитку, а найбільш чутливим виявляється до політичних та економічних зрушень. Потреби життя вимагають розробки і впровадження нових наукових підходів до дослідження особливостей цього соціального явища, його змісту, принципів і специфіки функціонування. Актуальним стає також визначення ефективності нових дозвіллєвих технологій, поліваріантних способів організації культурно-дозвіллєвої діяльності населення України.

Все вищезазначене повною мірою стосується інноваційних культурно-дозвіллєвих систем, що виступають проявом інституціоналізації культурно-дозвіллєвої діяльності і пов'язані з процесом модернізації сфери дозвілля. Основне призначення культурно-дозвіллєвих утворень полягає у забезпеченні умов для активного культурного дозвілля населення, відтворення його фізичних та духовних сил, інтенсивного розвитку самодостатньої культурної діяльності та індивідуальних творчих здібностей.

Науково-організована система дозвілля, що обіймає сферу вільного часу населення України, спрямована на створення такого культурно-дозвіллєвого середовища, де будуть забезпечені сприятливі умови соціалізації, засвоєння дорослим населенням нової системи суспільних цінностей та норм. З іншого боку, дозвілля стимулюватиме розвиток субкультур нових соціальних спільнот, забезпечить необхідні умови для творчості, просвітництва, відпочинку, без яких стає неможливим формування повноцінної особистості [2, с. 5–6].

Останніми роками в Україні відбувалися численні зміни, як позитивні,

так і негативні. З настанням незалежності багатьом в Україні здавалося, що розпочинається нове потужне національне культурне відродження. Однак невдовзі стало відомо, що після здобуття державної незалежності українська культура опинилася перед кількома викликами: зміни суспільного ладу, розвал тоталітарного СРСР та його планової економіки, в рамках яких десятиліттями розвивалася національна культура; виклик відкритості та глобалізації; виклик націєтворення.

Українські дослідники Ю. Ключко, В. Ковтун, Л. Троєльнікова, Н. Цимбалюк вважають, що недоформованість української політичної нації ставила перед національною культурою завдання, які в більшості сусідніх країн були в основному вирішені багато десятиліть тому. Однак україномовна національна культура, що їй раніше вдавалося так-сяк обслуговувати запити далеко не домінуючої в суспільстві групи «свідомих українців», не могла (а то й не бажала) дати собі раду зі смаками та культурними потребами усього суспільства України. Аби виникла взаємна відповідність між українською політичною нацією та українською національною культурою, обидва елементи цієї пари мусили пройти істотну еволюцію – строкате суспільство громадян України ще мало стати політичною нацією, а україномовна культура етнічних українців – перетворитися на культуру всього українського суспільства [1, с. 7].

За кордоном уже в минулому столітті було визначено пріоритетність розвитку дозвіллєвої сфери, проголошено «цивілізацію дозвілля», зважаючи на значущість дозвілля для розвитку особистості. В Україні дозвіллєва сфера за інституційним критерієм містить культурно-дозвіллєві заклади (клуби, будинки культури, будинки народної творчості, палаци культури), установи соціокультурної сфери (бібліотеки, музеї, кінотеатри, філармонії, концертні зали), позашкільні заклади (палаци дитячої та юнацької творчості, клуби за місцем проживання тощо), літні табори, санаторії, освітні заклади (загальноосвітні, професійно-технічні, вищої освіти), туристично-готельні установи, розважальні заклади (нічні клуби), паркові комплекси, стадіони, басейни, спортивні майданчики. Суттєвий дозвіллєвий потенціал мають громадські організації, благодійні фонди, різноманітні об'єднання громадян. Проте соціальні умови, змінюються, диктують нові правила існування закладів культури та дозвіллєвої сфери, зокрема.

В сучасній Україні організація інфраструктури дозвіллєвої сфери перебуває в стані трансформації. Вчені зауважують, що традиційна структура клубних закладів та установ дозвілля руйнується, занепадає, потерпає від недофінансування.

Отже, існує необхідність не тільки зберігати й інтенсифікувати діяльність традиційних клубних закладів, але й удосконалювати сферу дозвілля. Таким чином, необхідно оптимізувати дозвіллєву інфраструктуру.

Висновки. Інституціональні зміни в структурі клубних закладів є об'єктивною необхідністю. Розглянувши стан дозвіллєвої сфери клубних

закладів в сучасній Україні, можна зазначити, що відбувається усвідомлення важливості розвитку клубних закладів, соціально-дозвіллєвого простору з метою соціального самовдосконалення особистості через сферу дозвілля; понині залишаються невирішеними суттєві проблеми (недосконаліть інфраструктури, технічного обладнання, спрямованість дозвілля на відвідувача закладу культури, стримування інновацій), які гальмують не тільки її розвиток, але й відбиваються на процесі соціального формування соціальних суб'єктів. У зв'язку з цим необхідно вдосконалювати клубні заклади та сферу дозвілляінноваційними формами і методами, визначати основні пріоритети її перебудови, розвивати систему регулювання та координації.

Отже, перспективними напрямами подальшої роботи клубних закладів є вивчення дозвіллєвих уподобань, запитів та інтересів різних категорій населення, визначення шляхів мотивації до активного дозвілля, на цій основі планування та реалізація сучасних дозвіллєвих програм та проєктів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ключко Ю. М., Ковтун В. Д., Троєльнікова Л. О., Цимбалюк Н. М. Культурно-дозвіллєва сфера України: динаміка змін та перетворень: монографія. Київ, 2003. 174 с.

2. Цимбалюк Н. М. Інституціональна модернізація культурно-дозвіллєвої сфери в Україні: дисертація на здобуття наукового ступеня доктора соц. наук: 22.00.04 / Київського нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2005. 375 с.

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСУВАННЯ СУЧАСНИХ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКИХ ПРОЄКТІВ В УКРАЇНІ:АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ 2018-2020 РР.

Смакова Людмила Владиславівна,
студентка 4-го курсу
кафедри менеджменту мистецтва
Львівської національної академії мистецтв
smakovayamila@gmail.com
Науковий керівник – канд. мист. Єфімова А.В.

В умовах глобалізації та інформаційного перенасичення потреба в пошуку альтернативних джерел забезпечення ефективної діяльності об'єктів креативної індустрії стоїть особливо гостро. Культура – суспільство – економіка: нерозривні. Тому, усвідомлення необхідності фандрейзингової стратегії для стабільної роботи інституції є закономірним. Проте, сподіваючись на донорську підтримку, варто в першу чергу зрозуміти власну мету й унікальність, стати інвестиційно привабливими.

Відзначимо якісні зміни в сучасному соціокультурному просторі завдяки розгортанню широкої кампанії та активної діяльності ряду інституцій (донорів). Насамперед, це Український культурний фонд – державна установа, заснована у 2017 році. Своєю метою визначає створення сприятливих умов для розвитку інтелектуального та духовного потенціалу особистості та суспільства, налагодження співробітництва між державою, бізнесом та громадянами для результативного та ефективного інвестування в культуру, мистецтво та креативні індустрії [1]. Головними пріоритетами були й залишаються (відповідно до затвердженої стратегії діяльності на 2019-2021рр.): толерантність, культурне розмаїття, свобода творчості, інклюзивність, рівні можливості [2].

За даними звітів діяльності УКФ відзначаємо суттєве кількісне зростання поданих заявок у 2019 році порівняно із 2018 р. (табл.1). Сектор аудіовізуального мистецтва утримував передову позицію, по основним показникам у вище вказаних часових рамках [3,4]. Проте, станом на 2020 р. популярнішою програмою став «Інноваційний культурний продукт» [5].

Табл.1

Статистика поданих/реалізованих проєктів за підтримки УКФ			
	2018 рік	2019 рік	2020 рік
Загалом подано заявок	716	2059	2373
Реалізовано проєктів	293	432	–

Джерело: Сформовано автором на базі офіційних звітних даних УКФ [3-5].

Значимим фактором успішної діяльності даної установи є налагоджена співпраця з іншими інституціями. Серед них «Креативна Європа» – рамкова програма Європейського Союзу, спрямована на підтримку культурного, креативного та аудіовізуального секторів. З 2014 до 2020 року було виділено 1,46 мільярди євро [6]. Три основні напрямки діяльності організації: культура, медіа та міжсекторальна співпраця. Варто відзначити, що підтримується й міжнародна мобільність митців і діячів креативного сектору. Даний аспект відображає розуміння потреби фінансових вливань не тільки в інституції, окремі проєкти, а й безпосередньо у підготовку фахівців.

Значення культурної дипломатії, як засобу позиціонування країни та її цінностей на міжнародній арені зростає. «Український інститут» у своїх програмних напрямках діяльності базується у першу чергу на представленні вітчизняних здобутків закордоном. Установа розпочала свою діяльність у серпні 2018 р. і протягом поточного року підтримала три міжнародні ініціативи, уклала договори про співпрацю з 5 партнерами та найголовніше розробила 58 проєктів на 2019 рік [7, с.3]. Команда інституту активно проводить промоційні заходи під час закордонних відряджень, робить акцент на комунікаційну стратегію. Одним із основних досягнень установи є реалізація ряду акцій в рамках «Рік культури Україна-Австрія» (2019 р.). Генеральний директор Українського інституту Володимир Шейко наголосив на успішно налагодженій співпраці та планах на майбутні спільні проєкти у 2020 році [8].

Однією з програм даної установи є «ЕКСТЕР», яка сприяє міжнародному культурному діалогу шляхом фінансування резиденцій для українських митців, кураторів, арт-критиків та дослідників мистецтва. Особливістю є орієнтованість на проникнення в контекст актуальних практик професійного середовища країни. Ретельно відібрані іноземні партнери, з досвідом та вибудованою інфраструктурою. Варто відзначити, що програма кожної резиденції створюється індивідуально, тобто відповідає сфері професійних зацікавлень учасника, локальній та інституційній специфіці. Дана програма оголосила вже про третій набір, а кількість партнерських установ зросла до 13 [9]. Також суттєвою перевагою є наявність критеріїв оцінювання претендентів у відкритому доступі.

Основним джерелом якісних змін у креативній індустрії є фахівці, що рухають прогрес. Саме тому, фінансування навчальних програм для діячів культури необхідне. Кількість успішно реалізованих проєктів напряму залежить від кадрів та рівня їх кваліфікації. Звісно, такого роду професійна мобільність створює загрозу трудової еміграції. Проте, в той же час мотивує до розвитку, вдосконалення навичок, а усвідомлення перспективи фінансової підтримки майбутніх проєктів заохочує до впровадження інновацій та здобутих знань на батьківщині.

Альтернативне джерело вдосконалення навиків у галузі культурного менеджменту в режимі онлайн – навчальні курси на сайті «Культура та

креативність» [10]. Авторитетна команда лекторів, практичні поради, часова мобільність й багатомовність – основні переваги даного формату обміну досвідом. Створена платформа у 2015 році в рамках програми Європейського союзу для підтримки шести країн Східного партнерства. Станом на 2020 рік функціонує завдяки фінансуванню Британською радою. Окрім навчального контенту на сайті «Культура та креативність» можна знайти систематично оновлюваний список актуальних можливостей для діячів культури [12].

Активізація процесу надання грантової підтримки та збільшення її прозорості не тільки стабілізувало діяльність ряду установ і проєктів, а й значно покращило їх якість. Наявні фактологічні дані репрезентують релевантність надаваного фінансування й отриманих результатів в сфері креативних індустрій. Завдяки налагодженню міжнародного партнерства створюється позитивний імідж країни не тільки в професійному середовищі, а й в цілому. Навчальні програми та резиденції для фахівців сприяють виходу культурного продукту на якісно новий рівень. Протягом 2018-2020 рр. спостерігаємо позитивну динаміку розвитку креативних індустрій і сподіваємося на її подальший підйом, завдяки активному впроваджені нових та існуючих стратегій грантової підтримки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Стратегія фандрейзингу Українського культурного фонду [Електронний ресурс] // Офіційний сайт. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: https://cutt.ly/WtuLbHV.
2. Культура та креативність для порозуміння та розвитку. Стратегія Українського культурного фонду на 2019-2021 роки [Електронний ресурс] // Офіційний сайт. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: https://cutt.ly/HtuLBeS.
3. Річний звіт діяльності УКФ 2018 [Електронний ресурс] // Офіційний сайт. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: https://ucf.in.ua/news/report2018.
4. Річний звіт діяльності УКФ 2019 [Електронний ресурс] // Офіційний сайт. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: https://cutt.ly/KtuXxtD.
5. Реєстри отриманих заявок на конкурсні програми 2020 року [Електронний ресурс] // Офіційний сайт. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: https://ucf.in.ua/news/2019_01_17.
6. Про програму «Креативна Європа» [Електронний ресурс] // Креативна Європа Україна. Офіційний сайт. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: https://creativeeurope.in.ua/p/about.
7. Український інститут: звіт про діяльність за 2018 рік [Електронний ресурс] // Офіційний сайт. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: https://cutt.ly/ltuMaox.
8. Закриття року культури Австрія-Україна 2019 [Електронний ресурс] // Український інститут. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: http://ui.org.ua/page8650261.html.
9. ЕКСТЕР-програма міжнародних мистецьких резеденцій [Електронний ресурс] // Український інститут. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: http://ui.org.ua/exter#about.
10. Культура та креативність [Електронний ресурс] // Офіційний сайт – Режим доступу до ресурсу: https://www.culturepartnership.eu/ua/page/about.
11. Можливості [Електронний ресурс] // Культура та креативність. Офіційний сайт – Режим доступу до ресурсу: https://www.culturepartnership.eu/opportunities.

DIDACTIC IN THE FACE OF CURRENT PSYCHOSOCIAL ADDICTIONS OF STUDENTS

mgr Stradomska Marlena
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

Abstrakt

This work is the conclusion of reflections on the subject of suicide prevention in schools. The adolescence period for adolescents is an extremely turbulent time, then many emotional and physiological changes occur. Sometimes their behaviors are irrational, risky and contrary to previous behavior. The phenomenon of suicide has become a subject of interest relatively recently, despite the fact that the act mentioned has been observed and described since antiquity. On the psychological level, suicide is an offense against the unconditional instincts of life and the overriding value of life. The support of a family, school, local society in everyday difficulties is invaluable, especially when it comes to the emergence of crises. The work is theoretical - practical issues are mainly taken from a psychological perspective. The article will describe in detail the example of a student during adolescence after self-mutilation and attempted suicide.
Key words: suicide, school, prevention, education, children, adolescents

Suicide

Suicide is a serious problem for students, teachers, parents as well as for the whole local community [8. pp. 100-126].

It is usually difficult to talk about death, another issue is how you can deal with it - in addition, when the victims are children [9. pp. 93]. Most of the population think that children are not likely to commit suicide because why would a child want to end up together? [7. pp. 175].

Unfortunately, these incidents are increasingly occurring and the statistics are alarming [10. pp. 1-17]. Suicide rubbish or attempts in the school community are extremely difficult to interpret and prevent [13. pp. 94-100]. After all, school should be needed to help children obtain the greatest theoretical and practical knowledge [12. pp. 79-85].

These institutions are better and better able to deal with educational, social or psychological and pedagogical problems [13. pp. 94-100]. However, the topic discussed in this article is difficult, disturbing and even frightening to many of them [12. pp. 79-85].

Communication is difficult then, because how to talk to the child about the fact that they wanted to kill themselves [17. pp. 77]. In the media you can often hear about the so called *the Werter effect* - what to do not to call such an indentant? [11. pp. 65-85]

Presuicidal prevention at school

Worldwide, suicide is one of the top five causes of death in the 15-19 age group [9. pp. 93]. It is worth adding that in many countries it ranks first or second in the list of the most common causes of death for both girls and boys of this age [10. pp. 1-17]. Scientists believe that statistics on suicidal behavior in children and adolescents are understated [11. pp. 65-85].

Accordingly, many deaths are incorrectly classified as unintentional or caused by accident [8. pp. 100-126]. Another important issue is that suicide in many cultures is a taboo subject, and the marking of the family environment with a suicide bombing or self-destructive behavior, especially in small towns, has extremely negative connotations [6. pp. 6-12].

People with suicidal tendencies are not a homogeneous group [7. pp. 175]. They are differentiated by many issues, for example attitude to death, level of hostility, intensification of aggression, type and intensity of co-occurring disorders [3. pp. 5-15].

The problem of motivating sexual behavior can be considered in a broad sense [4. pp. 17-23]. It varies due to socioeconomic status, place of residence, age or previous experience [2. pp. 72-106].

Nevertheless, it is worth considering in each situation such issues as: social environment, family, personality, maturity, individual value system, tolerance to difficult situations, reactions and ways of coping with stress, strength of attitudes, defense mechanisms and a situation that triggered tendencies suicidal [1. pp. 498–506].

An example from psychological practice

This section will describe an example of a patient's behavior under therapeutic care. Due to the ethics of the psychological profession, basic customer data will be changed, leaving partial information that prevents identification of the person [5. pp. 58-72].

The boy, 13, is brought up in an incomplete family and is currently looked after by his grandparents. The child has learning difficulties. I attend individual classes. Has difficulties in dealing with peers. An interview with legal guardians shows that the student has difficulty coping with difficult situations and aggression. In theory, he knows that he must avoid colleagues who provoke him to inappropriate behavior - at the same time he reacts aggressively to them during such a situation. An interview with other students shows that they often see a boy in the corridor, they confirm that he is often beaten by students from older classes. However, they think that: "it's not their business", "if they beat him, it means it should be like this", "there are always a few people at school who are fighting", "sometimes they pay attention to someone hurting him".

The child is humiliated at school - in conversations with students it

sounds that a friend has red hair and is overweight. Some children believe that this is an adequate reason to mock, humiliate and use aggression to a friend. The child's problem is multifaceted, for many years he has been struggling with the fact that biological parents rejected him, did not want to look after him, recognized that they have their own life and want to take care of it. Interviews with guardians show that the child has been left unattended by the parents several times and has been exposed to dangerous situations. He has seen his parents intoxicated more than once, he remembers these situations to this day.

The boy took the role of a scapegoat at school. It often happens that a child is suspected of things with which he had nothing to do. At school, he is treated as a student who often fights and causes educational problems. This often happened when the student was not at school. The boy during the contact often repeats that he does not know why he has such hair color and regrets that he looks like this. He reacts sadly to school failures. He often comes to the school counselor, he feels safe in the office, he can talk.

For a child in this situation, multidimensional support is important:
1) on the part of legal guardians,
2) on the part of teachers,
3) on the part of a sociotherapeutic institution,
4) by peers and classmates at school,
5) from the local environment.

Summary

Suicide is a complex, multi-factorial behavior [21. pp. 15-16]. Interacting factors: psychosocial, biological, mental disorders, genetic loads, important family events, personality traits, life events and chronic diseases play a role in bringing about it [19. pp. 34-43].

A very important issue related to the therapy and support of students after an attempted suicide is strengthening self-esteem [20. pp. 575-600].

When a crisis situation occurs that ends in self-destructive behavior, a person needs multidimensional support [18. pp. 279-281]. Lack of specialist workshops, lectures or appropriate approach to the problem of didactics at school can end tragically for many students [16. pp. 68-74].

It is important that both teachers and parents participate in various courses or that they receive further training to notice symptoms that are disturbing to the child's health and life as soon as possible [14. pp. 13].

Adolescence is associated with the appearance of many moods, emotions and risky situations. Peer environment has a great impact on young people [15. pp. 15-33].

BIBLIOGRAPHY

1. Adams, D.M., Overholser, J.C, Lehnert, K.L. Perceived Family Functioning and Adolescent Suicidal Behavior, *Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry*, (1944), 33(*4*), 498-506.

2. Adorno, T., Frenkel-Brunswick, E., Levinson, D.J. *The authoritarian personality*, Nowy Jork, (1950),

72-106.
3. Beauchamp, T.L., Childress, J.F. *Principles of Biomedical Ethicis*. New York. (1994), 5-15.
4. Brody, B.A. *Suicide and Euthanasia: Historical and Contemporary Themes*, Dodrecht. (1989), 17-23.
5. Dymek-Balcerek, K. *Patologia społeczna wśród dzieci i młodzieży – rzeczywistość lat dziewięćdziesiątych*, Radom: Politechnika Radomska (1999), 58-72.
6. Frankl, V.E. *Homo patients*. Warszawa. (1971), 6-12.
7. Hołyst, B. *Bezpieczeństwo jednostki*. Warszawa: PWN (2014), 175.
8. Hołyst, B. *Suicydologia*. Warszawa: LexisNexis (2012), 100-126.
9. Hołyst, B. *Wiktymologia*. Warszawa: PWN (2011), 93.
10. Humphry, D. *Ostateczne wyjście*. Warszawa. (1992), 1-17.
11. Jarosz, M. *Samobójstwa*. Warszawa: PWN (1997), 65-85.
12. Kmicik-Baran, K.M., Człowiek w sytuacjach samotności a poczucie osamotnienia. *Zdrowie Psychiczne*, 3-4, (1992), 79-85.
13. Komender, J. Zapobieganie próbom samobójczym podejmowanym przez dzieci i młodzież, W: Hołyst. B, Staniaszek M. (red.) *Samobójstwo*, Warszawa-Łódź (1995), 94-100.
14. Kostrzewa, T. Próby samobójcze wśród dzieci i młodzieży. *Zdrowie Psychiczne,* (1972), 3.
15. Pływaczewski, E.W, Guzik-Makaruk, E.M, Dajnowicz, D. Działania Wydziału Prawa Uniwersytetu w Białymstoku na rzecz przeciwdziałania wykluczenia społecznemu, W: Guzik-Makaruk, E.M, Pływaczewski, E.W (red.) *Wybrane prawne kryminologiczne i medyczne aspekty wykluczenia społecznego*, Białystok: Temida 2 (2016), 15-33.
16. Rachels, J. *The End of Life: Euthanasia and Morality*, Oxford. (1986). 68-74.
17. Ringel, E. *Gdy życie traci sens. Rozważania o samobójstwie*. Szczecin: Glob (1987), 77.
18. *Should we try to prevent suicide?* W: R. M. Martin, Proceedings Communications, Ottawa (1979), 279-281.
19. Susułowska M., Sztompka P. Próba wyjaśnienia młodzieżowych zamachów samobójczych, *Psychologia Wychowawcza* (1978). 5, 34-43.
20. van Orden K.A i in. The interpersonal theory of suicide, *Psychological Review* t. 117, (2010), 575-600.
21. *Zapobieganie samobójstwom. Poradnik dla nauczycieli i innych pracowników szkoły*, tłum. B. Mrozik, przedm. Cz. Cekiera, Światowa Organizacja Zdrowie, Polskie Towarzystwa Suicydologiczne, Genewa-Warszawa, (2003), 15-16.

UNIVERSITY AT THE DAY OF MENTAL PROBLEMS – HOW TO WORK WITH PEOPLE IN SUICIDE CRISIS?

mgr Stradomska Marlena
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

Abstrakt

The article is a summary of considerations related to the issue of human functioning in the 21st century. The World Health Organization in its forecasts established that in 2020 every fourth person will be at risk of developing mental diseases or disorders. All institutions, including universities, should in particular take preventive measures that can in some cases save the health and lives of students. The problem of suicide is so multidimensional that learning and taking preventive action is a very difficult undertaking. The work is only the beginning

of reflections on a difficult topic that deals with counteracting suicide attempts. Students face many personal, psychological and social difficulties. Many of them have an adaptation problem or come to study at a very young age, e.g. at 17. Lack of parental control, completely different living conditions or economic problems can lead to crises.

Keywords: suicides, university, threat, prevention

XXI century society

Man is constructed in such a way that up to a point, stress is motivating, everyday difficulties are not a problem, but if stressful situations become a dominant element in human life, and anxiety prevents daily functioning, a suicide attempt may occur [4. pp. 17-40].

The natural environment undoubtedly affects the individual in a multifaceted respect. A person can adapt to many different climate and atmospheric variants, however, in one environment it works better and in the other worse, e.g. hot climate, moderate climate, etc. For a part of the population, the issue related to the impact of weather or climate on a person is a big problem.

A group of people who are particularly exposed to environmental factors are called meteoropaths. These people react in different ways to changes occurring in the environment, e.g. crying, changing mood, psychomotor hyperactivity, emotional hyperactivity, irritability, and disruption of self-control. They can also be other symptoms, e.g. reluctance to take action, lack of motivation or the will to live [6. pp. 24-39]. The above-mentioned elements are correlated with the influence of the mountain wind on the human body. Many authors believes that man is also exposed to negative effects on the human body of geopathic radiation [2. pp. 12-15].

There are specific methods that detect and determine radiation [5. pp. 58-72]. People who stay for a long time in places that are environmentally unfavorable, e.g. at the intersection of watercourses - after some time they may feel tired, listless, or depressed [3. pp. 1-15]. It is not only bad mood that leads to suicide, however, the combination of bad mood with other life situations can cause the individual to want to take his life [1. pp. 34-50].

Man, despite many years of functioning in the natural environment, contributes to significant destruction of the environment [9. pp. 5-9]. Elements that are toxic to living organisms are difficult to dispose of. In addition to the fact that elements, heavy metals or toxic substances have a negative effect on the environment, they act in the same way on humans, and in addition, excessive contact with a poisonous substance threatens the life and health of the individual. Poisoning the body by substances can cause that man also changes his behavior [8. pp. 12-56]. The negative impact of lead on living organisms is documented by many studies. In rats, it caused changes in tissue concentrations of zinc, magnesium and copper [7. pp. 93-94]. In contrast, magnesium is responsible for the proper functioning of enzymes, as well as reducing stress. Lack of the right amount of magnesium and too much lead in some situations can lead to life-

threatening situations [8. pp. 12-56]

Presuicidal prophylaxis

The larger the city, the greater the likelihood of contamination of the environment with heavy metals. Lack of proper health policy can lead to many difficulties. Human exposure to poisonous substances depends on where he lives, what occupation he practices, which substances he comes in contact with every day, etc. After introducing the subject of the need to create a new scientific discipline - suicidology reflect on the issue related to the prevention of suicide in relation to the tasks of suicidology? Above there are at least a few reasons that can be treated as a threat to the health and life of an individual. So how prevention is possible with so many individual differences that cannot be prevented [9. pp. 5-9].

In connection with the fact that man is a social being, he should notice people from the local environment and react to behaviors that even theoretically may have negative consequences. Increasingly, people are turning to their own person, forgetting about the social life that is next door. For prescriptive prevention to be effective, it should be carried out in a continuous and multilateral manner [10. pp. 30-44].

It is necessary to carry out correct presuicidal prevention:

1. knowledge of self-destructive motivational processes [7. pp. 93-94];
2. the ability to recognize presuicidal syndrome. The syndrome leads to the disappearance of defense mechanisms, which ultimately can lead to self-destructive acts [8. pp. 12-56];
3. diagnosing conditions that may threaten the health and / or life of an individual (analysis of socioeconomic, political, health and environmental systems) [6. pp. 24-39].

Summary

So far, vast knowledge about suicidology has been accumulated [19. pp. 23-27]. The works are written by world-renowned publishing sites, collective works, teams of the most outstanding researchers in Europe and the world [11. pp. 19-56]. The threats that accompany a person can greatly affect the human personality [18. pp. 1-9].

In addition, they affect mental health by harming both the individual and society as a whole [16. pp. 1-8]. When a person experiences negative emotional states, he may have a problem with normal functioning in the aspect of work or development in general: negative psychological phenomena appear, states of tension and stress, anxiety, frustration and depression [17. pp. 259-270]. The individual functions in situations exceeding his mental resilience [15. pp. 13-21].

In addition, each person’s life is different [12. pp. 74-108]. Everyone perceives difficult situations, health, family and work problems. Everyone’s difficulties manifest themselves differently and may be associated with the

occurrence of temporary mental crises, up to depression [13. pp. 122-147]. Despite individual resources, high self-esteem and earlier coping with difficult situations, suicide is often a method of solving life problems [14. pp. 175-181].

BIBLIOGRAPHY

1. American Association of Suicidology. *Survivors of Suicide. Factsheet*. Washington D.C: American Association of Suicydology. (1998), 34-50.
2. American Association of Suicidology. *Understanding and preventing suicide.* Washington, D.C: American Association of Suicidology. (1996), 12-15.
3. American Psychiatrie Association *Diagnostic and Statistical manual of mental disorders*, Washington, DC: American Psychiatrie Association. (1994), 10-15.
4. Anthony, T.M. Dlaczego? Czyli samobójstwo i inne zagrożenia wieku dorastania, Warszawa. (1994), 17-40.
5. Araszkiewicz, A., Chatizow, J. Psychiatryczny model zapobiegania samobójstwom. *Suicydologia,* 3, (2007), 24-39.
6. Arnone, G., Bianchi, A., Della Pietra, B., Sernicola, R., Sparcino, E., Vitolo R. Easy Medic: an Internet application for the generalpractitioner, *Journal of Telemedicine and Telecare*, 4(*1*), (1998), 93-94.
7. Aronson, E. Człowiek istota społeczna. Warszawa: PWN. (1995), 15-31.
8. Aronson, E., Wilson, T., Akert, R. *Psychologia społeczna – serce i umysł.* Poznań: Wydawnictwo Zysk i S-ka. (1997), 12-56.
9. Babiker, G., Arnold, L. Autoagresja. Mowa zranionego ciała. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne. (2002), 5-9.
10. Badura-Madej, W. *Wybrane zagadnienia interwencji kryzysowej*, Warszawa. (1996), 30-44.
11. Badura-Madej, W., Dobrzyńska-Mesterhazy, A. Interwencja kryzysowa w przypadku zachowań samobójczych W: (red.) W. Badura-Madej. *Wybrane zagadnienia interwencji kryzysowej. Poradnik dla pracowników socjalnych*. Warszawa. (1999), 19-56.
12. Bałądynowicz A. Reakcja społeczeństwa wobec problemu suicydalnego jednostki. W: Samobójstwo. (red). B. Hołyst, M. Staniaszek, M. Binczycka-Anholcer, Warszawa: Polskie Towarzystwo Higieny Psychicznej, (2002), 74-108.
13. Bandura, A. Self-efficacy mechanizm in human agency, American Psychologist, 37(*2*), (1982), 122-147.
14. Baran A., Kropiwnicki P. Advantages and pitfalls of the Swedish National Program for Suicide Prevention 2018, *Psychiatria i Psychologia Kliniczna*, 15(*4*), (2015), 175-181.
15. Baran, A. Proces budowy systemu prewencji samobójstw w latach 2007-2015 na przykładzie szwedzkiego regionu Södermanland. *Suicydologia*, t. VIII, Warszawa: Polskie Towarzystwo Suicydologiczne, Polskie Towarzystwo Psychiatryczne. (2016), 13-21.
16. Baranowski, B. *Procesy czarownic w wieku Polsce w XVII i XVIII*. Łódź (1952), 1-8.
17. Bartoszek, A., Kachaniuk, H., Kocka, K., Charzyńska-Gula, M., Łuczyk, M., Łuczyk, R., Domżał-Drzewicka, R., Szadowska-Szlachetka, Z. Uwarunkowania i następstwa zachowań zdrowotnych osób starszych, *Journal od Health Sciences*, 4(*10*), (2014), 259-270.
18. Raport Komenda Główna Policji nt. samobójstw w Polsce w 1993 r. Warszawa, (1994). 1-9.
19. Szczepański, J. *Zmiany społeczeństwa polskiego w procesie uprzemysłowienia*. Warszawa. (1973), 23-27.

«ЗВІЛЬНЕНА ПРИВАТНІСТЬ» ЯК МАСОВИЙ КУЛЬТУРНИЙ ТРЕНД

Ходус Олена Володимирівна,
д. філос. наук, доцент кафедри соціології Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
hodus2@ukr.net

Політична економія сучасного життя демонструє відчутний запит на приватність у самих різних формах існування цього феномену. Йдеться про те, що в умовах «інтенсивного сьогодення», яке утворюється цифровими технологіями, культурою Web 2.0, підтримується ідеологією «суспільства вражень» і споживання, цінностями «споглядального капіталізму» приватна семантика змінює своє традиційне змістовне навантаження: багато що з того, що раніше мало суто закритий характер – емоції, почуття, судження, тілесні і фізіологічні практики, та й просто повсякденні/буденні форми індивідуальної активності – відтепер існує у форматі активної репрезентації.

Інакше кажучи, сучасний соціокультурний ландшафт виявляється сповненим різноманітними «приватними висловленнями»: естетикою приватного, інтимного, сокровенного особливо насичений мас-медійний контент; приватне маркування є виразно присутнім у міському просторі; приватні категорії стають важливою частиною публічного Я. Відтак у сучасному суспільстві склалася специфічна ситуація з «залученістю» у світ, яку французький соціолог Л. Тевено трактує як «стан людей і речей, що задіяні у прагматичні випробування реальністю» [1]. Ідеться про різні режими прагматичної активності (режим «інтимної близькості зі світом», режим «планової дії», режим «публічного обґрунтування»), які виявляє людина у всеосяжних мережах соціальних інтеракцій, у відносинах з інститутами, що чинять напругу та тиск на цілісність її Я.

Таким чином, наслідуючи логіку Л. Тевено принципово важливо відзначити таке: за сучасних умов актуальним трендом, пов'язаним з організацією інфраструктури соціального життя, стає активне с(від)творення приватного контенту як з боку самих індивідів, тай й «зацікавлених Інших» - так званих «ідеологічних апаратів держави» (за Л. Альтюссером), що виробляють об'єктивуючий дискурс, який легітимізує цю форму життя, забезпечують ідеологічну трансляцію смислових уявлень про «місцеположення» приватності в загальній структурі соціального буття, типізують і закріплюють в мові повсякденності «словник» опису приватності.

Отже, на рівні практик «індивідуалістичного самоздійснення» (термін Ч. Тейлора) приватність перетворюється на дієвий ресурс максимізації Я, у тому числі Я публічного. Яскравий приклад подібної конвертації

приватного в публічне – індивідуальні «політики ідентичності», які зводяться до самодемонстрації «Я», задля чого у якості «реквізиту і костюмів» (в термінології Е. Ґофмана) активно використовується саме приватна семантика, яку вже не приховують, а, навпаки, маніфестують, конвертують, капіталізують за допомогою різних цифрових інтерфейсів. Як внаслідок приватність перестає бути затишним «притулком» самості, навпаки, будь яка особиста подія – зустріч з друзями, побачення, прогулянка містом, навіть банальна вечеря – переживається у режими «публічно організованої події» (в оригінальній термінології Л. Тевено [1]). Тут важливо підкреслити ще один момент: цифрова інтервенція в приватну сферу життя приводить до своєрідної антропологічної реверсії – нарциссизма, який стає нині тим «приватизаційним трендом», за яким криється егоїстичне самовираження, властиве сучасному суб'єкту. Найбільш очевидною ознакою нарциссичної самоідентифікації є те, що людина прагне оформити свою ідентичність на «власному матеріалі», стати «своїм власним глядачем» (Б. Горойс). Відтак, сферою життєвої активності «нарциссичної особистості» стає виробництво власної самості з виразним акцентом на удаваність, видимість, візуальність, зовнішність, пріоритет естетичних кодів. «Естетизація Я» зводиться сьогодні, головним чином, до інтенсивної роботи з тілом, яке стає об'єктом інвестицій, функціонуючи в режимі певного «підприємства» (за Л. Болтанскі), організованого за допомогою приватного аргументу. Можна припустити, що саме в режимі «публічного підприємства» побудовано простір приватного в соціальних медіа. Більше того, сама специфіка оформлення особистих сторінок у соціальних мережах – в Instagram, Facebook і подібних до них сервісах, де ми готові активно ділитися приватною інформацією, – виразно вказує на прагматичний характер організації приватного досвіду, що функціонує в режимі осмисленої, (само)рефлексивної практики. Мається на увазі, що така практика передбачає інструментально організоване оцінювання ситуації: викладати або ні фотографії чоловіка/жінки/дитини, як часто міняти фотографію профілю, наскільки детально ділитися приватними деталями відпустки, весілля, розлучення, з приводу чого запитувати порад, яку інформацію «постити»? Додамо до сказаного, що на користь організованої інфраструктури приватності свідчать, наприклад, селфі-практики, які окреслюють експонування індивідом емоційно-позитивних проявів власного життя, самомилування і самодемонстрацію. Коротко кажучи, такий собі нарочитий нарцисизм і ексгібіціонізм «в одному селфі».

Таким чином, сучасна організація соціокультурного простору рельєфно демонструє сповіненість «приватнизаційними трендами» [2], змістовну сутність яких можна визначити коротко - як конвертацію «приватного» в «міновий знак» капіталізації. Тобто про приватизаційні тренди слід говорити в тому разі, якщо приватні смисли дедалі більше розповсюджуються в суспільстві, стають об'єктами символічного виробництва і споживання, «економізуються», перетворюються на

частину «споживчого кошика». Це свідчить, що навіть ті сфери, які раніше вважалися приватними – турбота про тіло, здоров'я, зовнішність, буденні контакти, любов, секс, дружба – опинилися під економічним й символічним тиском оптимізації, ефективності, раціоналізації. Тож «приватізаціні тренди» виступають одночасно а) як інструмент прихованого контролю над приватними контекстами з боку публічних агентів і як б) механізм неявної приватизації публічного й публізації приватного.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Тевено Л. Креативные конфигурации в гуманитарных науках и фигурации социальной общности [Электронный ресурс]. *Новое литературное обозрение*. 2006. № 77. URL: http://magazines.russ.ru/nlo/2006/77/teve22.html

2. Ходус Е.В. Приватизационные тренды как симптом кризисна парадигмы «совместной жизни» [Электронный ресурс]. *Science and Education a New Dimension.Humanities and Social Sciences*.V (23), 2017.P. 44–48. URL: http://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/hum_v_23__139.pdf

КУЛЬТУРНІ І КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ В УМОВАХ ПОЛІЦЕНТРИЧНОГО СВІТОУСТРОЮ XXI СТОЛІТТЯ: ІНСТИТУЦІОНАЛЬНИЙ І ПОЛІТИКО-ДИПЛОМАТИЧНИЙ ДИСКУРСИ

Ціватий Вячеслав Григорович,
кандидат історичних наук, доцент,
Заслужений працівник освіти України,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
tsivatyi@gmail.com

Культурні та креативні індустрії в умовах поліцентричного світоустрою XXI століття особливо актуалізуються, зокрема – у контексті нового інструментарію культурної та публічної дипломатії [8, с. 26-29; 9]. Адже на сьогодні – культурні та креативні індустрії – це один із нових інституціональних і політико-дипломатичних підходів до розвитку творчих галузей культури: концепція терміна «креативні індустрії», технології розвитку креативного (творчого) кластера і креативних індустрій тощо [6, с. 124-130].

В історичній ретроспективі про витоки поняття «культурні та креативні індустрії» цілком маємо підстави говорити саме про добу раннього Нового (Модерного) часу (XVI-XVIII ст.), зокрема – риси індустріального виробництва, такі, як серійність – простежуються саме в цю історичну епоху. Наприклад, у XVII столітті, щоб задовольнити зростаючий попит на картини, Петер Пауль Рубенс створив велику майстерню, де учні

працювали за його ескізами, а художник (П. Рубенс) у кінці додавав лише деякі авторські штрихи і вносив авторський стиль.

Але інституціонально сформоване поняття «культурних і креативних індустрій» належить до більш пізнього історичного періоду часу. Економіст і теоретик мистецтва П'єр Луїджі Сакко пов'язує їх появу з індустріальною революцією на рубежі XIX і XX століть. Технологічні інновації того періоду – радіо, запис звуку, фотографія, кіно, удосконалені технології друку – розширили доступ до культури й вплинули на процеси творчості [3].

До культурних і креативних індустрій у цілому відносяться театральні та образотворчі види мистецтва, кінематограф, телебачення і радіо, музика, видавнича справа, комп'ютерні ігри, нові медіа, архітектура, дизайн, мода і реклама.

У історіографії ще не сформувалася остаточна точка зору на сутність термінів «культурні індустрії» і «креативні індустрії». Одні автори вважають ці терміни практично взаємозамінні, інші схиляються до думки, що все ж таки ці терміни мать диференційні особливості: поняття «культурних індустрій» більше відноситься до культурної спадщини та традиційних видів творчості, а під «креативними індустріями» розуміються прикладні творчі практики, інновації та генерація прибутку і робочих місць за рахунок створення інтелектуальної власності [1].

На сьогодні ми спостерігаємо перехід до нових/інноваційних форм культурних і креативних індустрій. У них зникає чіткий розподіл на виробників і споживачів контенту. Культурні та креативні галузі вважаються попередниками нових, динамічних форм економічної діяльності. У міру переходу від індустріального суспільства до інтелектуального (цифрового; інформаційного), творчий підхід до вирішення завдань стає важливим фактором конкурентоспроможності.

Креативні індустрії – це один із нових підходів інноваційного розвитку культури. Він володіє великими можливостями і величезним потенціалом для розвитку культурного кластера в сучасних умовах. Креативні (творчі) індустрії – це тип соціально-культурних практик, домінуючою і об'єднуючою ідеєю в яких виступають творчі й культурні компоненти. Виходячи зі сформованих на сьогодні концепцій і підходів, до креативних індустрій відносять діяльність в області виконавських і візуальних мистецтв; дизайну і ремесел (виробів ручної роботи); кіно, телебачення і медіа. Креативні індустрії можна також визначити як галузь економіки, що об'єднує підприємців та підприємства, продукція яких несе в собі потенціал створення, виробництва та експлуатації творчої інтелектуальної власності [2].

Розвиток креативних індустрії виступає як один із вагомих факторів соціально-економічного розвитку постіндустріальної економіки [1; 7, с. 175-185]. Творчими людьми сьогодні можна назвати не тільки артистів, письменників, художників або представників творчих професій. Креативність і творчість зараз затребувані в найрізноманітніших галузях

життя – починаючи від промисловості, закінчуючи управлінням. На даний момент у бізнес-стратегіях беруть до уваги не тільки матеріальні, але й нематеріальні культурні активи.

Креативний (творчий) капітал став важливою частиною фінансової складової бізнесу. Креативний підхід дає плацдарм для знаходження унікальних рішень у стрімко мінливому поліцентричному світі XXI століття. Головним уроком, який на рубежі століть показала культура індустріальному виробництву – можна вважати саме урок творчості [2]. На даний момент в Україні ще зарано говорити про креативні індустрії як про інституціонально сформований сектор культури. Це пов'язано із рядом обмежень. Здебільшого ці обмеження економічного характеру. До них відноситься недостатній розвиток багатьох інститутів індустріального світу і сировинна спрямованість економіки [2; 3].

Розуміння креативної (творчої) індустрії більше як соціального явища, ніж культурологічного, створює проблему її нерівномірного інституціонального розвитку. На регіональному рівні творчі кластери можуть створювати конкурентоспроможність регіонів, як зараз це відбувається в ряді європейських країн і точково в Україні – Київ, Харків, Львів, Рівне, Запоріжжя, Дніпро, тощо. Український досвід упровадження й розвитку креативних (творчих) індустрій не великий; він представлений в діяльності окремих творчих і креативних компаній. Значного сприяння інституціональному розвиткові культурних і креативних індустрій в Україні протягом 2018-2020 років Український культурний фонд (УКФ) на чолі з виконавчим директором Юлією Федів [4].

Але слід зауважити, що в Україні вже є досягнення у формуванні креативних (творчих) індустрій у ряді регіонів (насамперед у Києві, і ряді найбільших регіональних центрів – Одесса, Харків, Дніпро); так само креативний кластер активно розвивається у Вінниці, Тернополі, Запоріжжі, Полтаві та Ужгороді [5, с. 45-52].

Робота креативних кластерів найчастіше сконцентрована на створенні смислових творчих одиниць, які слугують для створення бренду регіону. Варто зауважити, що брендинг не варто робити завданням «творчих лабораторій», вони повинні лише створювати смислове навантаження бренду.

Управління бре́ндом, також бренд-менеджмент, бре́ндинг – застосування маркетингових технологій до конкретного продукту, продуктової лінійки чи бренду. Брендинг передбачає створення системи цінностей відносно конкретного продукту, продуктової лінійки чи бренду. Брендинг (*branding*, *brandbulding*) як наука і мистецтво створення і просування бренду (торгівельної марки) із метою формування довгострокової переваги до нього стає ключовою частиною маркетингу.

У процесі брендингу бренд постає сутністю, яка розвивається історично в часі, – від марки як концепції, що складається з відомих елементів (фірмової назви, фірмового знака, стилю, слогана), до чітко

сприйнятої покупцем сукупності функціональних, емоційних, смислових елементів, що мають відношення як до самого товару, так і до способів його подання.

Прогнозований і вимірний результат розвитку цього ланцюжка на рівні регіонів, можна відстежити через приплив туристів, розвиток інфраструктури, збільшення робочих місць, а також через позитивний соціальний ефект усередині регіону. У даний момент креативні індустрії не мають чітких норм і рамок для їх регулювання, як на федеральному, так і на регіональному рівнях, що має важливе значення у визначенні правового поля діяльності креативних (творчих) кластерів [2].

Перші дослідження проводилися організацією «Рада Великого Лондона» в Великій Британії в області креативних (творчих) індустрій. Ці дослідження згодом було доповнено й розгорнуто британськими дослідниками з агентства «Comedia» та іншими консультантами і дослідниками у сфері прикладної культурології. Навіть сьогодні до цих досліджень приєднуються нові академічні вчені, тим самим доповнюючи побудова моделей існуючих креативних зв'язків і ланцюжків, заснованих на соціологічних і статистичних дослідженнях. Усе це лягло в основу, яка тепер застосовується повсюдно для оцінки потенціалу креативних (творчих) індустрій, формування шляхів і стратегій їх підтримки та розвитку.

Технологія отримала назву – картування (mapping). Картування територій – це складання карти культурних і творчих ресурсів території для роботи та оцінки потенціалу креативного (творчого) сектора, а так само визначення його потреб і можливостей. А головним є те, що на основі картування формується стратегія розвитку креативних (творчих) індустрії на даній території. Воно може здійснюватися як для креативних (творчих) індустрії в цілому, так і для окремих секторів (наприклад, тільки театр, музика, кіно, фольклор, культурно-мистецькі резиденції, мода, перукарське мистецтво, мистецтво макіяжу, музеї і т. д.) [1; 6, с. 124-130].

Таким чином, «поворот до культури» у нових умовах модернізації України, вимагає інших культурологічних, інституціональних і громадських систем відповідно до вимог часу та їх адаптації в умовах поліцентричного світу XXI століття. Культурні та креативні індустрії – це новий інструментарій культурної та публічної дипломатії України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ

1. Зеленцова Е. Креативные индустрии. Зарубежный опыт прикладных исследовании. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.mista.in.ua – 09.03.2020.

2. Креативные индустрии как сектор новой экономики // Креативная экономика. – 2011 – №1. – С. 20-24.

3. Культурологічний альманах: зб. наукових праць / За ред. С.С. Русакова. – Вінниця – Київ, 2019. – Вип. 11. – 126с.

4. Український культурний фонд (УКФ): https://ucf.in.ua/

5. Циватый В.Г. Внешняя культурная политика Украины XXI века: достижения, проблемы, институциональное развитие / Вячеслав Циватый // Восточная Европа. Перспективы. – М., 2013. – № 03-04. – Июль-декабрь. – С. 45-52.

6. Циватый В.Г. Публичная и культурная дипломатия Украины XXI века: институциональное измерение и стратегии развития // Дискурс-Пи: научный журнал. – 2014. – С. 124-130.
7. Циватый В.Г. Языковая картина мира и национальные менталитеты в контексте европейских дипломатических практик: исторические традиции и новации // Молодёжь и наука: слово, текст, личность. Сборник научных статей. – Ульяновск: УлГПУ, 2015. – С. 175-185.
8. Ціватий В.Г., Громико О.А. Поліцентричність сучасного світоустрою: мегатренд XXI століття (інституційний контекст) // Зовнішні справи. – 2014. – № 08. – С. 26-29.
9. Public Diplomacy: A New Strategic Imperative, 2016. – 196р.

НОВІ ТЕНДЕНЦІЇ В ВЕСІЛЬНОМУ РИТУАЛІ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ

Щербакова Ганна Миколаївна
аспірант Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв
g.ilchenko@dakkkim.edu.ua

Мета роботи. Стаття присвячена дослідженню весільного ритуалу як культурної практики суспільства. Ресурсом сучасної весільної церемонії розглядається як традиційне українське весілля, так і зарубіжні весільні обряди та традиції. Весілля аналізується з точки зору носіїв духовних цінностей і смислів. Метою роботи є дослідження трансформації весільного обряду в умовах глобалізаційних процесів сучасної України. **Наукова новизна** одержаних результатів полягає у виявленні змін, тенденцій та новацій сучасної української весільної обрядовості в умовах глобалізаційних процесів.

Актуальність теми дослідження. В даний час в українському суспільстві і культурі відбувається переосмислення і переоцінка інституту шлюбу і сім'ї, а також інтенсивно формуються нові символи і ритуали, в тому числі пов'язані зі святкуванням весілля. Традиційні українськи обряди весільного циклу дарують споконвічне уявлення про красу, норми життя, моральність людських відносин, доброчесності та справедливості. Проте, з кожним роком, українські молодята, все частіше цураються українських традицій, на противагу, популярним зарубіжним.

Мета нашого дослідження - визначити, чим саме зарубіжні традиції так ваблять молодят і чому пари воліють уникати таких традиційних українських обрядів, як розламування українського весільного хлібу (короваю) або обряду зняття фати (розплітання коси). А також які традиції широко використовуються сучасними молодятами, а які можна віднести до давно забутої архаїки.

Для досягнення поставленої мети нами було проведено опитування в соціальній мережі Instagram. А зараз наведем результати нашого дослідження.

Нам вдалося скласти добірку з 49 традицій та обрядів, які часто або хоча б поодиноко використовуються в тому чи іншому регіоні Україні сьогодні. Обряди зі списку є обрядами як передвесільного, так і весільного циклу.

В опитуванні брали участь 90 жінок в середньому 20-29 років. Регіон проживання – вся Україна, переважно місто Київ.

Респондентам було поставлено 2 запитання, стосовно тієї чи іншої традиції. Перше запитання звучало так: *Чи знаєте/чули/бачили цю традицію/обряд/ритуал?*

Розбір результатів голосування демонструє те що, учасникам опитування маловідомі такі традиції, які (виділені градієнтом помаранчевого):

1) мають зарубіжне походження, та поки не дуже популярні в Україні («Щось старе, щось нове, щось позичене, щось голубе», капсула часу, паж з обручками, саджанець тощо);

2) мають регіональне забарвлення (плетення «барвінку», розливання води під ноги молодятам - західна Україна, регіон Буковини; весільні «дивні» - східні регіони України);

3) вважаються «шароварщиною» («чоботи» - обряд омивання ніг тещі, пити з туфлі нареченої).

Відповіді на перше запитання були досить прогнозованими. Більшість респондентів добре знайомі з популярними зарубіжними традиціями та атрибутами, такими як кидання букету/підв'язки, перший танець молодят, розрізання торту, та з досі популярними українськими традиціями – сватання, заручин, дівич-вечора, короваю та знімання фати. Проте, чи хотіли б вони бачити той чи інший обряд на своєму святі?

На відміну від результатів першого кола опитування, відповіді на друге запитання були досить неочікуваними, а місцями навіть бентежливими. Для більш ємкого розуміння ситуації, учасникам опитування було запропоновано обґрунтувати свою точку зору розгорнутою відповіддю. Завдяки наданим відповідям, нам вдалося групувати традиції та віднести їх до певних категорій.

Отже, українські наречені готові радше відмовитись ніж провести ряд наступних традицій/обрядів/ритуалів:

1) «архаїзми», або обряди, які в сучасних умовах, на думку респондентів, втратили свій сенс: сватання, викуп нареченої, осипання рисом/монетами/ цукерками, зняття та розтанцьовування фати.

2) мають зарубіжне походження, та поки не дуже популярні в Україні («Щось старе, щось нове, щось позичене, щось блакитне», капсула часу, пісочна церемонія, паж з обручками, саджанець, запуск дівочого прізвища в небо тощо);

3) мають регіональне забарвлення (плетення «барвінку», розливання води під ноги молодятам - західна Україна, регіон Буковини; весільні «дивні» - східні регіони України);

4) вважаються «шароварщиною» («чоботи» - обряд омивання ніг тещі, пити з туфлі нареченої, викрадення нареченої).

5) пережитки «совдепа» (прикрашання весільного кортежу, розпис у РАЦСі, биття бокалів на щастя, запуск голубів у небо, фотосесія з гостями біля головних принад міста)

Це середньостатистичні відповіді, які нам вдалося отримати в ході проведеного опитування. Тенденція така, що пари цілеспрямовано відмовляються від традицій, які несуть у собі, на їх погляд, консервативні норми та настанови. Перевага надається феєричним та веселим обрядам, які ми часто бачимо в журналах, фільмах, соц. мережах і які транслюються нам з країн дальнього та ближнього зарубіжжя. Як результат, форма визначає сутність.

У сучасному суспільстві весілля набуває своєї специфіки: втрачається традиційність в проведенні весільного ритуалу, проте зберігається зворушливість відносин між нареченим і нареченою. Сучасне українське весілля поєднує в собі десятки обрядів різної етимології. Одним з факторів, що дозволяє тим чи іншим обрядам прижитися, є їх простота і зручність виконання. Більшість з них мають аналоги в архаїчній або зарубіжній обрядовості. Наприклад: биття глиняних глечиків на щастя та багатство – на противагу сучасному биттю бокалів; розрізання обрядового хлібу (короваю) в кінці вечора – на противагу американській традиції розрізання торту; прозора хустинка молодої – на противагу фаті. Пари обирають більш спрощений, яскравий, стильний та динамічний варіант схожого за сутністю обряду чи ритуалу.

Однак, не завжди такі запозичення є вдалими. Без детального вивчення тієї чи іншої традиції, є ризик передати її форму, а не суть. Так можна сказати про популярний обряд виїзної весільної церемонії. У світі цей обряд має глибокий зміст, адже супроводжується церемонією вінчання. Церемоніальна арка – це більше ніж просто елемент декору. Це сакральна споруда, древній символ небесного зводу, як натяк на те, що шлюби укладаються на небесах. Проте, православна віра не дозволяє проводити обряд таїнства вінчання поза стінами храму, а до 2018 року Міністерство юстиції України не дозволяло вивіз реєстраційної книги за стіни РАЦСу. Саме тому, на сьогодні, більшість церемоній під розкішними квітковими арками є «бутафорними» і створюються лише задля яскравої картинки.

Висновки. Отже, весільний ритуал в Україні за останні десятиліття пережив істотну трансформацію. В даний час спостерігається тенденція до відмови від традиційного святкування найважливішої події в житті людини. В українському весільному обряді з'явилися риси, характерні для західного способу життя. Сучасна молодь, як правило, сама обирає той формат проведення весілля, який подобається саме їм. Яскрава індивідуальна

весільна сукня, розрізання торту з феєрверками, дружкИ та дрУжки в однаковому вбранні, весільні веселощі з народними та сучасними танцями - все це говорить про те, що молодь XXI століття захоплюється яскравими подіями і з задоволенням переймає елементи зарубіжного весілля, іноді навіть не задумуючись про те, що та чи інша традиції означають. Саме тому, ми вважаємо за необхідне допомогти молодятам XXI століття відібрати і творчо переосмислити з нашої багатої старовинної спадщини те, що відповідає духу сучасності, сприяє розвитку ініціативи самої молоді, вносить в весільне свято свіжий ковток повітря та сприяє зміцненню сімейних відносин. Адже найважливішим механізмом будь-якої культури є її культурна спадщина. Тому завданням сучасного суспільства має стати не тільки збереження накопичених культурних цінностей, а й їх використання та передача, за допомогою включення в простір сучасної культури. Уміння втілити весільні звичаї в нинішню дійсність, якими багатий український народ - важлива і необхідна задача сучасників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Болібрух Л. Звичаї та обряди, пов'язані з підготовкою до розподілу весільного короваю в українців Південно-Західного історико-етнографічного регіону / Наукові зошити історичного факультету Львівського університету. Збірник наукових праць. 2010. Вип. 11. С. 30.
2. Матушенко В. Б. Сучасне весілля в контексті української обрядової культури [Текст] : дис. … канд. Культурології : 26.00.01. Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ. 2009. 236 с.
3. Многоликая глобализация / Под ред. П. Бергера и С. Хантингтона. Москва : Аспект Пресс, 2004. 739 с.
4. Потебня А.А. О мифическомъ значеніи некоторіхь обрядовъ и поверій. Харьковъ, 1865. 310 с.
5. Свадебные традиции Англии [Електронний ресурс]. Режим доступа: http://prazdnodar.ru/2011/07/svadebnye-tradicii-anglii/ (дата звернення 03.02.2020).
6. Hurst, Dawn. « The wedding ceremony - secularisation of the christian tradition « (2011). Loughborough University Dissertations and Theses (ETDs). 295 p.

ZARZĄDZANIE MEDIAMI I PRZEMYSŁAMI KULTURYW KONTEKŚCIE KRYTYCZNEGO UJĘCIA IDEOLOGII NEOLIBERALIZMU GOSPODARCZEGO

mgr Radochoński Tomasz
doktorant, Wydział Ekonomii, Finansów i Zarządzania,
Instytut Zarządzania
Uniwersytet Szczeciński
tomasz.radochonski@gmail.com

Streszczenie

W artykule opisano funkcjonowanie mediów i przemysłów kultury, a także zarządzanie nimi, w kontekście ideologii neoliberalizmu gospodarczego oraz jego krytycznej analizy na gruncie socjologii postmodernizmu.

Wskazano, jak obie te wielkie gałęzie kreowania popkultury, a wiec i w dużej mierze – świadomości masowej, swoiści nowi „władcy dusz", zarówno generują wciąż nowe potrzeby w zakresie konsumpcji, by maksymalizować zyski, redukując człowieka jedynie do roli konsumenta. Jak też wzmacniają poczucie zagubienia jednostki (i tak pozbawionej punktów stałych w płynnej nowoczesności), „bombardowanej" przez informacje i wciąż nowe mody, czasowych idoli zamiast autorytetów. Czy wreszcie, nieustanne kreowanie konieczności pogoni za „marką". Wyznacznikiem statusu społecznego czy przynależności do danej grupy, zwłaszcza dla młodych ludzi, dla których identyfikacja z określoną marką staje się często clue tożsamości.

Ze szczególną uwagą przedstawiono poglądy na ten temat jednego z czołowych socjologów, zajmujących się społeczeństwem konsumpcyjnym w ponowoczesności, Zygmunta Baumana.Opisywał on sytuację człowieka w systemie neoliberalizmu gospodarczego – jako jednostki „zredukowanej" głównie do roli konsumenta „marek", przekazów medialnych i kultury masowej, nie ze swojej winy pozbawionego zdolności ich krytycznego odbioru, dającego się zmanipulować neoliberalną iluzją wolności i sprawczości.

Wstęp

Wydaje się, że we współczesnym świecie nie sposób wyobrazić sobie pisania o zarządzaniu mediami, jak i przemysłami kultury, bez nakreślenia tła, w jakim – w końcu XX wieku oraz na początku wieku XXI- funkcjonują media oraz szeroko rozumiane przemysły kultury. To tło zostanie nakreślone głownie z perspektywy socjologii postmodernistycznej (z tego szerokiego nurtu skupię się na jednym z jej głównych przedstawicieli, Zygmuncie Baumanie).

Przy zaznaczeniu, że możemy znaleźć znacznie więcej punktów widzenia w ramach tego nurtu badań nad płynną nowoczesnością. Choćby w ramach ponowoczesnejantropologii kulturowej. „Ponowoczesne"spojrzenie na świat jednoczy postulat, iż w świecie nauk społecznych i humanistycznych nie ma jednej,

uniwersalnej Prawdy(tej, pisanej z wielkiej litery, jak chciałby Miłosz w „Zaklęciu”[1]) – są prawdy wielorakie.Uwarunkowane poprzez nieskończoną mnogość czynników, między innymi nasze społeczne uwarunkowania, to, jaki kapitał kulturowy przyswajamy w procesie socjalizacji oraz generalnie, daną (pop)kulturą – bo i ona ma różne warianty lokalne – w której żyjemy.

1. **Krytyka ideologii neoliberalnej na gruncie socjologii postmodernizmu: od lat 70. XX wieku do współczesności**

Na wstępie warto zdefiniować, czym są ideologia czy też – ekonomia – neoliberalna oraz postmodernizm. Następnie zostanie przedstawiona krytyka ideologii neoliberalnej na gruncie postmodernizmu.

„Neoliberalizm to pojęcie z gruntu nauk ekonomiczno-politycznych, którego etymologię i znaczenie wywodzi się od pojęcia liberalizm, dodając przedrostek „neo”[…]”[2], który ma sugerować nowe spojrzenie na dany problem lub implikować, iż poprzedzona owym przedrostkiem ideologia jest lepsza od swojej „klasycznej” poprzedniczki.

By nie skupiać się w pracy – jest to niezwykle obszerny temat – na różnych definicjach ideologii neoliberalnej, posłużono się tą, zaproponowaną przez „Encyklopedię PWN”. *Według niej jest to”*[…] *ogólna nazwa zespołu koncepcji i poglądów ekonomicznych, społecznych, politycznych i etyczno-moralnych nawiązujących bezpośrednio do założeń ideologii „klasycznego” liberalizmu ekonomicznego i politycznego, zwłaszcza w wersji sformułowanej przez przedstawicieli anglo-szkockiego oświecenia (A. Smith, J. Locke). Znaczący wpływ na idee neoliberalizmu wywarła również XV- i XVI-wieczna scholastyczna filozofia ekonomii (tzw. szkoła salamancka) i kontynuująca jej dorobek teoretyczny szkoła austriacka (C. Menger, E. von Böhm-Bawerk, L. von Mises), oraz teorie prawa zwyczajowego i ładu spontanicznego (B. de Mandeville, J. Tucker, D. Hume, A. Ferguson, D. Stewart, Th. Reid).*

Doktryna neoliberalna ukształtowała się w latach 30. XX w., kiedy w ramach tzw. Koloquium W. Lippmanna w Paryżu (VIII 1938) powołano Międzynarodowe Centrum Badań dla Odrodzenia Liberalizmu, z którego powstało później Towarzystwo Mont-Pèlerin, określane jako „naukowa międzynarodówka neoliberałów”. Punktem wyjścia neoliberalizmu gospodarczego jest idea wolnego rynku, ale interpretacja tej idei jest postrzegana w 3 różnych wymiarach: utylitarystycznym, racjonalistycznym i ewolucjonistycznym”[3]. Dodajmy, by wskazać jedną z różnić pomiędzy „klasycznym” liberalizmem a neoliberalizmem, iż ten drugi przewiduje dla państwa większą rolę niż Smithowski „stróż nocny”[4], który ma – w uproszczeniu – nie przeszkadzać w rozwoju interesów pomiędzy róż-

1 Miłosz Cz., Zaklęcie, dostępny na www.poezja.org

2 Czech. C., Obraz świata w dobie dominacji globalnej ideologii neoliberalnej, Przegląd Pedagogiczny, 2010, Numer 2 [9], s. 10.

3 Hasło „neoliberalizm”, oprac. Drabińska. D., Encyklopedia PWN, dostępny nahttps://encyklopedia.pwn.pl/haslo/neoliberalizm;3946634.html

4 Ibidem.

nymi podmiotami ekonomicznymi, kierującymi się w swoich wyborach zasadą racjonalności. Ma ono „[…] *tworzyć warunki dla sprawnego funkcjonowania wolnej konkurencji, przeciwdziałać monopolom, kartelom, negatywnym efektom zewnętrznych działań gospodarczych, zapobiegać załamaniom koniunktury, utrzymywać stabilny pieniądz i stwarzać równe szanse dla wszystkich obywateli"*[5].

Uwagi na temat tego, czym jest ponowoczesność (terminu tego w artykule, tak jak to się przyjęło w literaturze przedmiotu, będziemy używali zamiennie z postmodernizmem i płynną nowoczesnością) oraz jak powinno się ją badać, naukowiec z Leeds zawarł w swoim tekście pt. „Czy istnieje postmodernistyczna socjologia?"[6].

W dużym skrócie można stwierdzić, iż u podstaw ponowoczesności leżało odejście od (charakterystycznej dla nowoczesności) intelektualnej tradycji, opartej o rozważania Kartezjusza, Locke'ai Kantai obalenie dawnego paradygmatu[7].

„Ponowoczesność zrodziła się z klęski, nieadekwatności lub nierealności tradycyjnych funkcji i ambicji zgromadzonych w pamięci historycznej i zinstytucjonalizowanych w intelektualnym sposobie egzystencji"[8].

W nowym, ponowoczesnym świecie nie ma już żadnych uniwersaliów[9] (może poza tym, że nic nie jest pewne). Wszystko w nim: prawda, moralność, gust – jest modalne, płynne, nieustannie się zmienia. Co więcej, nauka nie może sobie – wedle postmodernistów, gdy idzie o świat społeczny czy interpretację historii – rościć prawa do szukania jednej prawdy, prawd jest bowiem wiele, zależnych od kontekstu.

Postmodernizm to również zakwestionowanie nie tylko dotychczasowego porządku, co charakterystyczne de facto dla większości nowych idei, ale też generalne twierdzenie, iż nie ma nic stałego, sceptycyzm wobec jakichkolwiek uniwersaliów.

Zdaniem Baumana współczesne społeczeństwo wkracza w nieznaną wcześniej fazę historycznego rozwoju, której szczególnymi cechami są: konsumpcja, kultura masowa i rola mass-mediów.

Według kolejnego myśliciela i pisarza w obrębie postmodernizmu, Houellebecqa, kiedyś społeczeństwa i jednostki obawiały się nadmiaru regulacji, dziś ich największą obawą jest całkowity brak jakichkolwiek norm ze strony państwa[10].

Co więcej, według Baumana, w społeczeństwie konsumentów państwo jest kapitalistyczne, dopóki gwarantuje spotkanie pomiędzy towarem a konsumen-

5 Hasło „neoliberalizm", oprac. Drabińska. D., Encyklopedia PWN, dostępny na https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/neoliberalizm;3946634.html

6 Bauman Z., Czy istnieje postmodernistyczna socjologia?, [w:] A. Jasińska-Kania (oprac.), Współczesne teorie socjologiczne, t. 2, Warszawa 2006.

7 Ibidem, s. 789.

8 Ibidem.

9 Ibidem.

10 Bauman Z., To nie jest dziennik, Wydawnictwo Literackie, 2012, s. 42-47.

tem[11].

Czyli przede wszystkim, jest nastawione na umożliwianie działań rynkowych, a dopiero w dalszej kolejności, ochronę swobód obywatelskich. I dopiero na samym końcu, na tworzenie systemów wsparcia osamotnionych w kapitalizmie jednostek.

Państwa narodowe zupełnie nie radzą sobie z dominacją globalnych korporacji. Wręcz – same ustępują im pola. Utwierdzając dominację ideologii neoliberalnej, w której liczą się głównie zysk i samoregulujący się rynek, nie prawa czy ochrona jednostek. Postęp w neoliberalnym świecie możemy rozpatrywać jedynie w rozumieniu narzuconym światu przez neoliberalną gospodarkę rynkową[12].

2. **Mediaorazprzemysły kultury w kontekście ekonomii neoliberalnej i ponowoczesności**

Według teoretyków pojęcia „przemysłów kultury" zamiast autorytetów i zasad w ponowoczesności funkcjonują czasowi idole, a przemysły kultury decydują o naszym życiu, kreując wciąż nowe potrzeby[13]. W zglobalizowanym świecie punkty odniesienia nie znajdują się już w najbliższym otoczeniu choćby w parafii, jak niegdyś[14]. Dla większości mieszkańców Europy była ona swoistym mikroświatem, rzadko kiedy ich codzienne sprawy wybiegały poza perspektywę paru najbliższych wiosek.

Obecnie praktycznie wszystko (szczególnie dotyczy to młodych) – od tego, jak należy się ubierać, poprzez to, czego słuchać, skończywszy na tym, jaka praca (jakie zawody) będą potrzebne w przyszłości – zależy od globalnego rynku, jest ciągłą, nieprzewidywalną zmianą. Niepewne punkty odniesienia sprawiają iż powody naszego położenia przestają być możliwe do uchwycenia poprzez ludzką obserwację, co generuje ciągły lęk oraz nieustannie kreuje nowe mody[15].

Współczesny człowiek według Baumana żyje w ciągłym przesycie informacji (bomby informacyjne), ma duży problem z ich gradacją, dlatego tak dużą rolę w obecnej (popkulturze), kreowanej przez przemysły kultury oraz media, odgrywają gatekeeperzy. Są oni swoistym filtrem, poprzez który do odbiorcy kultury masowej, czytelnika, widza, słuchacza – docierają dane informacje. Jest ich tak wiele, że zwykły człowiek nie jest się w stanie w nich odnaleźć.

Oddzielić tego, co prawdziwe od tego, co nieprawdziwe; informacji ważnych od – próbując je zobiektywizować, bowiem warto pamiętać, że dla różnych grup odbiorców różne informacje są ważne – mało istotnych. Nie sprzyja temu proces tabloidyzacji mediów.

W jego wyniku nie tylko istotne informacje, często tragiczne, są poda-

11 Ibidem, s. 193.

12 Ibidem, s. 277.

13 Bauman Z., Ponowoczesność jako źródło cierpień, Warszawa 2000, Wydawnictwo Sic!, s. 8, 353, 354, 363, 368.

14 Ibidem.

15 Bauman o popkulturze. Wypisy, (oprac. Halawa M., Wróbel. I.), Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008, s. 23-26.

wane często w formie groteskowej i wyolbrzymionej, poprzez zmanipulowane (niepełna prawda, nieodpowiedni kontekst, pominięcie istotnych faktów czy też wprost mijanie się z nią, rozpowszechnianie fake newsów – informacji celowo tworzonych jako nieprawdziwe), tylko po to, by przyciągnąć uwagę widza, a co za tym idzie – pozyskać nowych reklamodawców.

Tabloidyzacja przejawia się także w postaci zestawiania obok siebie w serwisach informacyjnych wiadomości o suszach czy głodzie w krajach Afryki z nową fryzurą celebrytki czy też danego piłkarza. Podawania, obok spraw kluczowych dla kraju i świata, choćby w interesującym nas temacie funkcjonowanie ekonomii neoliberalnej, np. postulatów większej kontroli nad ponadnarodowymi korporacjami, posiadającymi władzę większą od niejednego rządu, które często od miliardowych zysków płacą minimalne podatki (lub poprzez zgrabne zabiegi księgowe nie płacą ich wcale) informacji o nowej partnerce znanego rapera.

W kontekście nauk o zarządzaniu i jakości, ale też nauk o kulturze i religii czynauk o komunikacji społecznej i mediach, interesujące wydają się rozważania Baumana na temat społeczeństwa konsumpcyjnego, jak też globalnych korporacji oraz relacji pomiędzy nimi a państwami narodowymi. Według socjologa z Leeds, życie współczesnego człowieka da się sprowadzić do szeregu wyborów konsumenckich. Jest ono tworzone między innymi przez pojawiające się zewsząd reklamy: od witryn sklepowych po telewizję[16]; jest w jakimś sensie ciągłym reagowaniem na wytwarzane przez przemysły kultury, sztuczne potrzeby.

Przy czym należy wskazać, że jedną z kluczowych cech tej konsumenckiej „orgii" jest oddalanie, a nie przybliżanie spełniania. To swoista wielka pogoń za kolejną, sztucznie kreowaną, potrzebą.

Podsumowując te skrótowe rozważania nad ideologią neoliberalną, możemy zapytać: czy jednostka jest całkowicie skazana na niepowodzenie w konfrontacji z „kultem" pieniądza i determinantą zysku, jakimi rządzą się korporacje, w tym medialne i kreujące masową rozrywkę?

Bauman,w przeciwieństwie do Houellebeca, ma mimo wszytko wiarę, iż jednostka nadal ma wpływ na przemiany społeczne[17] i nie jest skazana na całkowitą klęskę w konfrontacji z neoliberalizmem i przemysłami kreatywnymi.

3. Najnowsze koncepcje zarządzania a zarządzanie mediami i przemysłami kultury

Za Janem Kreftem przyjmiemy, iż zarządzanie mediami jest na tyle młodą subdyscypliną, iż „[…] *dotychczas nie wypracowano narzędzi teoretycznych, a i fachowe piśmiennictwo należy do rzadkości* […]"[18]. Dlatego też zarówno do

16 Bauman o popkulturze. Wypisy, (oprac. Halawa M., Wróbel. I.), Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008, s. 22.

17 Bauman Z., To nie jest dziennik, Wydawnictwo Literackie, 2012, s. 47.

18 Kreft J., Katalog zasad humanistycznego zarządzania mediami – próba definicji. Zarządzanie humanistyczne, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2015, dostępny na: https://www.researchgate.net/publication/311913075_Katalog_zasad_humanistycznego_zarzadzania_mediami_-_proba_definicjis, s.2.

opisu zarządzania mediami, jak też przemysłami kultury, będziemy używać zasad, właściwych dla „ogólnych" nauk o zarządzaniu i jakości.

Zgodnie ze współczesnym rozumieniem nauk o zarządzaniu, kluczem do rozwoju organizacji jest to, by potrafiła pozyskać wiedzę na temat stalezmieniających się warunków, w jakich funkcjonuje. Kluczowa wydaje się tu wiedza o stale zmieniających się uwarunkowaniach kulturowych. *„U podstaw współczesnego rozumienia roli nauk o zarządzaniu znajduje się twierdzenie, że tylko te organizacje mogą rozwijać się, które będą znały potrzeby rynku oraz potrafią dostosować do nich swoje zasoby i pokonać przy tym konkurentów"*[19].

Aczkolwiek, warto zaznaczyć, iż przemysły kultury owe uwarunkowania kulturowe w dużej mierze kreują, po to, by, poprzez różnego rodzaju mody czy szerzej, ideologię konsumpcjonizmu, móc więcej sprzedawać i tym samym, osiągać większe zyski. Motyw ekonomiczny, chęć wypracowania zysku dla danego kapitału, właścicieli, akcjonariuszy itp. wydaje się tutaj kluczowy. W mojej opinii jest to także podstawowy, oprócz władzy, motyw dla właścicieli mediów, którym kierują się w swoich działaniach.

Władza poprzez informację, możliwość promowania określonego sposobu postrzegania świata, danej ideologii. Wydaje się, iż we współczesnym paradygmacie nauk o mediach przyjmuje się, iż informacja, dostarczana przez dane medium (być może nie licząc agencji informacyjnych, choć i w nich, jeżeli dana informacja podawana jest w sposób w dużej mierze zobiektywizowany, nienacechowany ideologicznie, już sam wybór tego, jaką informacje dostarczyć, a jaką pominąć, może być działaniem ideologicznym) nie jest neutralna. Z zasady jest zabarwiona określoną ideologią, jakie dane medium, konkretnie – jego właściciel, czy, rzadziej, reaktor naczelny– reprezentują. Kto ma dostęp do informacji, może ją przekazywać w określony sposób, posiada też określoną władzę.

Intuicyjnie możemy stwierdzić, na podstawie lektury czy obserwacji relacji społeczno-polityczno-ekonomicznych, iż często, podobnie jak ma to miejsce w przypadku międzynarodowych koncernów, może być to władza większa, niż mają demokratycznie wybrane rządy państw narodowych.

Także do zarządzania przemysłami kreatywnymi możemy odnieść stwierdzenia Nogalskiego, iż kluczowe jest, by pozyskaną przez dany podmiot wiedzą umiejętnie zarządzać, adaptować do ciągłych zmian[20]. W tym kontekście warto przywołać także twierdzenia Druckera, które można skrótowo ująć w zdaniu: by skutecznie funkcjonować, organizacja musi nieustannie się uczyć[21]. Jest to jeden z najważniejszych współczesnych zasobów, także gdy idzie o zarzadzanie

19 Nogalski. B, Kierunki badań i rozwoju nauk o zarządzaniu – kontekst strategiczny, [w] Zarządzanie strategiczne. Podstawowe problemy pod red. R. Krupski. Wałbrzyska Wyższa Szkoła Zarządzania i Przedsiębiorczości, Wałbrzych 2008, s. 12.

20 Nogalski. B, Kierunki badań i rozwoju nauk o zarządzaniu – kontekst strategiczny, [w] Zarządzanie strategiczne. Podstawowe problemy pod red. R. Krupski. Wałbrzyska Wyższa Szkoła Zarządzania i Przedsiębiorczości, Wałbrzych 2008, s. 12.

21 Drucker P.F., Zarządzanie XXI wieku – wyzwania, MT Biznes, Warszawa 2009, s. 145.

organizacją[22].

Czy da się, na podstawie przeglądowej, esencjonalnej analizy literatury na temat miejsca konsumenta oraz zarządzania mediami i przemysłami kultury w warunkach neoliberalizmu gospodarczego (dla których, jak się wydaje, w przeważającej mierze motywacją do działania jest zysk[23], znacznie rzadziej – poczucie misji, właśnie temu podporządkowane są ich treść i zarządzanie nimi) wskazać jakieś modyfikacje tego systemu?Wydaje się, że może być nim, od jakiegoś czasu funkcjonująca w naukach o zarządzaniu i jakości, idea compliance.

Są to „[…] *działania mające na celu zapewnienie zgodności funkcjonowania organizacji z regulacjami prawnymi, normami społecznymi i gospodarczymi bądź zaleceniami"*[24]. Warto zaznaczyć, że nie jest to idea samarytańska czy charytatywna. Przeciwnie, uznaje się w niej, że właśnie poprzez – skrótowo rzecz ujmując – uczciwość, stosowanie się do istniejących w danej kulturze zasad etycznych, dana organizacja uchroni się przed utratą zysku.

„*Polityka compliancenie jest wyborem, jest już koniecznością, choć w przeważającej mierze nadal postrzegana jest jako obciążenie organizacyjne*"[25].

W mojej opinii, jeśli to podejście ma stać się czymś oczywistym dla menedżerów czy też właścicieli interesujących nas podmiotów z branży medialno-rozrywkowej, konieczny jest bojkot konsumencki podmiotów, które nie stosują tej etyki biznesowej. Rozumianej przeze mnie jako etyczny zysk – z poszanowaniem praw i podmiotowości konsumentów mediów i popkultury, np. rozdzielania informacji od opinii, jak i wprowadzaniem zasad zrównoważonej konsumpcji.

Jakie konkretne działania w ramach polityki compliance zarządzający mediami powinni podjąć? Na przykład, mogliby zacząć od powrotu do podstawowych zasad rzetelnego dziennikarstwa: wyraźnego zaznaczania materiałów sponsorowanych, możliwego zminimalizowania procesu tabloidyzacji mediów, czyli braku gradacji informacji, układania tytułów i leadów w ten sposób, by przykuły uwagę – nawet, jeśli de facto nie oddają tego, co jest w danym materialne medialnym, bądź też – są kłamstwem wprost lub poprzez pominięcie, usunięcie kontekstu, manipulację…

Jakie byłyby postulaty tej polityki wobec zarządzających przemysłami kultury? Wydaje się, że odpowiedzą są tu podstawowe zasady zrównoważonego rozwoju, w tym zrównoważonej konsumpcji. Jest ona„[…] *świadomym ograniczaniem konsumpcji do rozmiarów racjonalnych, wynikających z naturalnych,*

22 Ibidem, s. 8.

23 Kreft J., Katalog zasad humanistycznego zarządzania mediami – próba definicji. Zarządzanie humanistyczne, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2015, dostępny na: https://www.researchgate.net/publication/311913075_Katalog_zasad_humanistycznego_zarzadzania_mediami_-_proba_definicji

24 Bajor R., Wyzwania i nowe trendy w zarządzaniu w świetle badań., Studia Lubuskie T. 12, 2016 Sulechów, s. 92.

25 Ibidem.

indywidualnych, fizycznych i psychicznychcech konsumenta"[26]. To pamiętanie, że zarówno planeta, jak też kieszenie konsumentów zwyczajnie mogą nie udźwignąć modelu biznesowego,w którym nowe kolekcje gadżetów (by nie wspomnieć o wielu innych, skupimy się na nich) powstają co sezon, co pół roku.

Oraz narracji korporacji je produkujących lub dystrybuujących (poprzez takie na nie inne reklamy, marketing szeptany itp.), iż każdy, kto ma gadżety (typu smartfony) „przestarzałe", „nie z tego sezonu" – nie jest na czasie, nie śledzi trendów, jest niemodny – czyli: niefajny, nieakceptowany społecznie, np. w grupie rówieśniczej.

Ta narracja, być może stosunkowo łatwa do zignorowania dla nielicznego w mojej opinii grona konsumentów krytycznych, jest nie do odparcia szczególnie przez młodych ludzi, czy też tych, którym takie postrzeganie siebie i świata, tworzenie poczucia wartości na podstawie kupowanych produktów,wpojono w młodości. Mogło to stać się składnikiem ich tożsamości i obecnie, nawet w wieku 30 czy 40 lat, nie wyobrażają sobie życia, które nie „nadąża za trendami". Nawet, jeśli w tym celu to życie ma być życiem na kredyt.

Zakończenie

Socjologowie ponowoczesności wskazują, jak trudno jest odnaleźć się jednostce w świecie współzależności globalnych. Wydaje się, że w drugiej dekadzie XXI wieku neoliberalizm, w tym przemysły kreatywne, działające głównie w imię zysku, czemu podporządkowane jest zarządzanie nimi, są krytykowane na gruncie różnych ideologii. Filozofowiez odmiennychod postmodernizmu nurtów, na przykład reprezentujący katolicki personalizm, czy też z nurtu zrównoważonego rozwoju (oraz zrównoważonej konsumpcji) akurat w tym aspekcie diagnozy Baumana, iż człowiek w ideologii neoliberalnej jest sprowadzony jedynie do roli konsumenta– wydają się być zgodni. Podobnie, gdy idzie o krytyczną ocenę faktu, iż zysk w ekonomii neoliberalnej jest główną (czy wręcz, jedyną) motywacją do działania dla kadry zarządzającej czy właścicieli przemysłów kreatywnych.

Według mnie, w ramach koncepcjicompliancemożna wysnuć postulat wobec kadry zarządzającej oraz właścicieli mediów, iż przekaz informacji powinien być bardziej odpowiedzialny i mniej nastawiony jedynie na wywołanie rozgłosu, a przez to większej „klikalności", co przekłada się na zwiększenie liczby odbiorców, w konsekwencji – dochodów z reklamy. W przypadku zarządzających przemysłami kultury,powinno zostać zminimalizowane kreowanie wciąż nowych mód na powstające co sezon produkty, co negatywnie wpływa na stan środowiska naturalnego. Zamiast tego kadra zarządzająca oraz właściciele przedsiębiorstw z branży przemysłów kultury powinni zacząć wprowadzać postulaty zrównoważonej konsumpcji:

Wydaje się, iż niezależnie od tego, do którego typu konsumenta zaliczymy odbiorców mediów i przemysłów kultury, należy, konsumentów edukować. Kształcić umiejętność krytycznego odbioruprzekazów mediów i przemysłów

26 Neale A., Zrównoważona konsumpcja. Źródła koncepcji i jej zastosowanie, Prace Geograficzne (zeszyt 141), Kraków 2015, s. 143.

kultury, zaszczepiać ideały zrównoważonej konsumpcji… uodparniać na manipulację oraz wchodzenie w mechanizm nieustannego zaspokajania sztucznie kreowanych potrzeb.

Bibliografia

1. Bajor R., Wyzwania i nowe trendy w zarządzaniu w świetle badań., Studia Lubuskie T. 12, Sulechów 2016
2. Bauman Z., Ponowoczesność jako źródło cierpień, Warszawa 2000
3. Bauman Z., Czy istnieje postmodernistyczna socjologia?, [w:] A. Jasińska-Kania (oprac.), Współczesne teorie socjologiczne, t. 2, Warszawa 2006
4. Bauman o popkulturze. Wypisy, (oprac. Halawa M., Wróbel. I.), Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008
5. Bauman Z., To nie jest dziennik, Wydawnictwo Literackie, Warszawa 2012
6. Czech. C., Obraz świata w dobie dominacji globalnej ideologii neoliberalnej, Przegląd Pedagogiczny, 2010, Numer 2 [9],
7. Drucker P.F., Zarządzanie XXI wieku – wyzwania, MT Biznes, Warszawa 2009
8. Kreft J., Katalog zasad humanistycznego zarządzania mediami – próba definicji. Zarządzanie humanistyczne, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2015, dostępny na: https://www.researchgate.net/publication/311913075_Katalog_zasad_humanistycznego_zarzadzania_mediami_-_proba_definicji
9. Miłosz Cz., Zaklęcie,dostępny nawww.poezja.org
10. Neale A., Zrównoważona konsumpcja. Źródła koncepcji i jej zastosowanie, Prace Geograficzne (zeszyt 141), Kraków 2015
11. Nogalski. B, Kierunki badań i rozwoju nauk o zarządzaniu – kontekst strategiczny, [w:] Zarządzanie strategiczne. Podstawowe problemy pod red. R. Krupski. Wałbrzyska Wyższa Szkoła Zarządzania i Przedsiębiorczości, Wałbrzych 2008
12. Hasło „neoliberalizm", oprac. Drabińska D., Encyklopedia PWN, dostępny na https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/neoliberalizm;3946634.html

ГЛОБАЛЬНА КУЛЬТУРА ЯК ЧИННИК ПОДОЛАННЯ САМОТНОСТІ

Малімон Віталій Іванович,
кандидат наук з державного управління, доцент,
доцент кафедри публічного управління та адміністрування
Івано-Франківського національного технічного університету
нафти і газу
vmalimon@ukr.net

Глобалізація як основна характеристика і одна з провідних тенденцій зростання в сучасному світі процесів взаємозалежності й взаємозумовленості об'єктів і явищ, що мають об'єктивний, динамічний, прискорюваний характер, породжує два взаємопов'язані процеси. З одного боку, інтегруються, універсалізуються ідеї, стилі життя, цінності різних культур, народів; з іншого боку, спостерігається прямо протилежний

процес, що призводить до диференціації, багатоликої фрагментації соціокультурного простору різних країн. Глобалізація втягує в свою орбіту народи різних культур і рівнів розвитку. Вона породжує гострі протиріччя міжкультурного і міжцивілізаційного гатунку [3, с. 167].

Як зауважують автори монографії «Цивілізаційні перехрестя сучасного суспільства», з одного боку, сучасна картина світу характеризується становленням єдиної економічної системи (Дж. Бенігер, І. Валлерстайн), формуванням єдиного інформаційного простору (Д. Белл, М. Кастельс, А. Турен, А. Тоффлер, Т. Фрідман), наростанням загальних для всього людства екологічних проблем (У. Бек, Римський клуб), а з іншого боку, на світоглядно-аксіологічному рівні у пересічної людини посилюється відчуття крихкості світу, укоріненого в рамках певного соціокультурного простору [3, с. 168].

Водночас за твердженням дослідниці Я. Башманівської, у сучасних глобалізаційних процесах завдяки інформаційним технологіям індивіду, з одного боку, легко побудувати комунікативні взаємозв'язки з іншими, проте з другого – важко відшукати споріднені душі, з якими можна встановити емоційну єдність, усвідомити власну професійну, культурну, релігійну, національну ідентичність для того, аби відчувати з ними органічну єдність [1, с. 75].

На нашу думку, в умовах глобалізації людині важливо навчитися використовувати можливості глобальної культури. Під глобальною культурою ми при цьому розуміємо універсальні цінності, техніки та культурні практики.

Зокрема такими універсальними цінностями є ЛЮБОВ ДО СЕБЕ і ЛЮБОВ ДО ІНШИХ ЛЮДЕЙ, ЛЮБОВ ДО БАТЬКІВЩИНИ, ВІРА У ВИЩІ ДУХОВНІ СИЛИ, ВІДЧУТТЯ СВОЄЇ ЦІННОСТІ ТА УНІКАЛЬНОСТІ В ГЛОБАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ, КРОСКУЛЬТУРНИЙ ДОСВІД.

Важливими рисами глобальної культури є поєднання різних форм і моделей культурного життя, гнучкість у бажанні зрозуміти суперечливі підходи й погляди на корисність, цінність і якість споживання благ людей у цілому світі. Мультикультурність, що декларують як важливе надбання людської цивілізації, не означає відмови від первинно набутої ідентичності, а створює складне сплетіння часткових, «глокально» переплетених спільнот, у яких живуть і розвиваються люди. Спосіб, у який люди в XXI ст. споживають матеріальні та духовні блага, може бути охарактеризований як глобальна культура споживання, оскільки саме поняття «культура» передбачає «практичну реалізацію загальнолюдських і духовних цінностей у ході цивілізаційного розвитку людства» – таке словосполучення найбільш вдало визначає кількісний, якісний, просторовий і динамічний процес задоволення людських потреб. Культура споживання – це соціально-психологічна характеристика, індивідуальна манера, особливість поведінки людини у сфері споживання, індивідуалізовані форми певного стилю споживчої діяльності [4]. Водночас вміння дозувати свій рівень

«споживання», співвідносити свої потреби з потребами інших людей дозволяє виходити за вузькі рамки культури споживання і рухатися в напрямку глобальної культури.

Велике значення має здатність проявляти базову здатність ЛЮБИТИ.

Любов – це фундаментальна потреба, цінність людини, від якої залежить її повноцінний розвиток, реалізація особистісного та творчого потенціалу, найбільш адекватна людині, особистості форма екзистенції. Завдяки їй кожен відчуває повноту, змістовність, гармонійність життя та причетність усьому сущому.

У своєму устремлінні любов може бути спрямована на людську сутність, ідею, іншу людину, Бога, Батьківщину, природу тощо. Однак, найповніше любов виявляється у стосунках між людьми, відкритті та визнанні максимальної цінності іншої конкретної людини. Любов – одна з форм подолання відчуження людини від людини і завдяки цьому вона визнається вершиною морального ставлення до особистості [2].

Індивід, який відчуває любов до Батьківщини, є вкоріненим у буття, відчуває єдність власного «Я» з історією свого народу, усвідомлює себе суб'єктом сучасних суспільно-політичних подій і навіть у випадку комунікативної депривації або у відсутності поруч спорідненої душі, не відчуває себе самотнім, адже спрямований думками й справами на досягнення суспільного блага. Його самотність долається у відчутті єдності зі своїм суспільством. Варто зазначити, що любов до Батьківщини не лише сама по собі здатна допомагати людині долати власну самотність, вона ще й спроможна об'єднувати інших таких індивідів, які несуть у душі любов до рідної землі. Відтак, об'єднані, згуртовані спільною справою, зокрема почуттям любові до Батьківщини й намаганням зробити благо на її користь, люди долають свою самотність і, відчуваючи єдність між собою, отримують наснагу та силу до життя [1, с. 79-80].

Іншим важливим способом подолання чи зменшення самотності людини є ВІРА У ВИЩІ ДУХОВНІ СИЛИ. Ця віра дозволяє задіяти базові механізми психологічного захисту та відчути свою духовну спорідненість з надприродніми силами. Людина починає себе сприймати як частинку духовного космосу і знаходить нові смисли свого буття.

Таким чином, глобальна культура як сукупність універсальних цінностей, установок та культурних практик виступає потужним інструментом подолання чи зменшення деструктивних проявів самотності індивіда.

Список використаних джерел:

1. Башманівська Я. В. Самотність людини в умовах глобалізації. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філософських наук. Житомир, 2015. 195 с.

2. Кучера Т. Онтологічні та морально-екзистенційні виміри любові. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ukaf_2013_2_8.

3. Рафальський О. О., Самчук З. Ф. Цивілізаційні перехрестя сучасного суспільства. К. : ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2018. 688 с.

4. Шамборовський Г. О. Глобальна культура споживання як якісна

характеристика соціально-економічного добробуту. URL: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/4599/Shamborovs%27kyy_Hlobal%27na_kul%27tura.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

URBAN STRUCTURE AND ACTIVITY OF THE ELDERLY IS A CHALLENGE OF THE 21ST CENTURY

Kawa Janusz MA[1]
University of Rzeszow

Just like autumn can be the most beautiful season of the year,
yes, old age can be the most beautiful period of life.
A. Kępiński

Admission

There are many problems in the world. Cities around the world are growing faster. Currently, about half of the world's population lives in cities. In Poland, the urbanization rate is 60.5%. The city authorities face an increasing challenge to provide residents with basic goods. Water supply, communication, electricity, etc. in cities are becoming more and more complex and complicated. The big and big architecture is a big problem. Over the last decades of existence, architectural technology including computer technology has developed a lot. This process has accelerated since the 1990s. Currently, we can use many advanced tools - modern technologies that were created to improve and improve everyday life as well as scientific research. These tools are computers, smartphones, but also computer programs. They make our work easier and allow us to perform tasks that were once time-consuming in a short time. MapInfo Pro is one such program. This program from the Geographic Information Systems family was developed by Pitney Bowes Software (formerly MapInfo Corporation), created in the second half of the 1980s. The software has a full range of applications in analytical work. Among other things, with its help, we can create databases, geocode addresses, or create complex spatial analyzes. Cities that were once small provincial centers have become large agglomerations of innovative technology, e.g. Rzeszów is such an example. Currently one of the largest city in Poland, which experiences intense spatial changes. The city which 400 years ago did not have great regional significance changed into the center of the greatest importance in Poland. Huge changes have occurred over the past 75 years. After World War II, the city was rebuilt almost from scratch. Currently, Rzeszów is becoming a major city in Europe. The rapid development of Rzeszów after the war was and still

1 Januszkawa7@msn.com

is a numerous problem. Communication infrastructure has not kept pace with intensively developing real estate investments. Rzeszów is considered the capital of innovation. It is here that new jobs are created and new architecture integrated into old tenements. Unforgettable charm is given by numerous tourist attractions scattered throughout the city.

It is in this large voivodship city that a large part of our societies live, and the older that remembers that century. It is here that various types of interaction occur in local communities. The decisive impact on the increase in the average life expectancy of societies has both fast-moving technical development as well as the development of repair medicine as well as modern architecture with various facilities for the older ones. The most noticeable effect of these phenomena is a significant improvement in working conditions, but also an increase in general living standards. According to Eurostat data from 2016, in most European countries the average life expectancy has already exceeded 80 years and is characterized by a constantly growing tendency[2].

According to data in Poland, old people constitute about 20% of the population. Since reaching retirement age, men have been living for over 12 years and women are still living for over 20 years. Over 75% of people over 60 are still mobile. In addition, 20% of people aged 70 have limited mobility around the home. Every fifth person between 65 and 69 is disabled, and after 80 - every second. It is estimated that around 1.5 million elderly people have limited mobility, and 120,000 are still lying and require support and assistance.

Given the significant share of people of retirement age in individual European societies, attention should be paid in particular to the economic and social consequences of this state of affairs. These effects are reflected both in the area of medical care and in institutions responsible for social support[3]. In connection with the above, categories and issues related to the so-called successful aging.

Aging process

The whole aging process is conditioned by both biological factors and predispositions, but also by the chosen lifestyle. In this context, it is highly desirable to look for solutions that allow the transfer to a higher level of factors that affect the conditions and lifestyle[4].

Analyzing individual issues related to the lives of older people is important for several reasons. The key ones include: an increase in the total number of people in post-working age, the current and universal cult of a fit and materially independent man, the obligation to educate and train specialists in the field of assistance and support for people in need, as well as the need to introduce mental

2 A.M. Borowicz, *Fizjoterapia w geriatrii*, Kraków 2015, s. 17.

3 Ibidem., s. 18.

4 A. Wąsiński, *Idea opieki a zasada równości i wolności*, Bielsko-Biała 2014, s. 15

changes in society regarding the aging process and its effects[5].

In connection with the above, the issue of difficulties and possibilities of the elderly should be a topic raised throughout the entire educational process, starting from early education. This is a necessary condition, the fulfillment of which conditions the ability to understand and respond to the needs of older people[6].

Generally understood quality of life of the elderly is related to the issue of life satisfaction. This term is most often understood to mean the feeling of pleasure and general satisfaction with life and own achievements. Therefore, these are subjective feelings that directly affect and translate into experiencing joy and happiness, which in turn condition the improvement of the quality of life[7].

The quality of life itself is a multifaceted and multidimensional concept that describes both the physical and social functioning of a given individual. This term brings together almost all areas of both human life and behavior. According to the definition of the World Health Organization, quality of life means the feelings of a person related to his life position, which is conditioned by cultural factors and the system of values in which a given individual functions. It also relates to a person's interests and achievements, as well as their expectations and aspirations[8].

The very behavior of older people can be assessed on the basis of observations and interviews in which specialized research tools can be used, e.g. in the form of standardized questionnaires[9].

When analyzing and determining the quality of life, it is necessary to analyze individual objective and subjective determinants. Objective determinants include, for example: material level, social activity, social relations, preferred forms of rest, treatment, living and housing conditions. In turn, subjective determinants include elements related to physical, mental and social functioning. It is important that in the case of subjective determinants, the examined person independently assesses the situation he is in[10]. The feedback obtained in this way indicates in which directions the forms of support and assistance provided are heading.

Significant impact on the overall functioning of the individual, and thus also on the quality of life, have both current and past illnesses, as well as occasional accidents and other individual life situations[11]. Receiving support and understanding from other people and being interested in older people's problems

5 Ibidem., s. 16.

6 Ibidem.

7 H. Dmochowska, *Uczestnictwo Polaków w sporcie i rekreacji ruchowej,* Warszawa 2011, s. 81.

8 Ibidem.

9 Ibidem., s. 82.

10 A. Wąsiński, *Idea opieki a zasada równości i wolności*, Bielsko-Biała 2014, s. 12.

11 Ibidem.,s. 13.

are important in the context of these people's ability to self-fulfill.

During the whole life a number of elements and factors affect the overall good quality of life of the individual. They include cultural, social, medical, psychological and environmental factors. Stress and adaptation to it are also important. It has a direct impact on shaping the quality of human life, on human health and possible development of diseases[12].

Every day, every person functions in a permanent and inseparable relationship with the external environment. It becomes the same element of the biosystem, and thus - is subject to external influences flowing from the environment. In order to maintain full efficiency and the ability to function in it as best as possible, it is necessary to adapt the environment to your own individual needs[13].

Rapidly progressing civilization development and technological progress meant that man strived to maximize the comfort of life felt by transforming the environment to suit his needs. The observed civilization and technical development means that visible changes are also visible in the environment in which man functions and in which he strives to maintain a relative balance by adapting to new conditions. The ability and ability to adapt to constantly changing conditions and requirements of the environment has a significant impact on human life in the biopsychosocial aspect. Therefore, the health of every individual should also be seen through the prism of their ability to adapt to the changing external environment[14].

Adequate health and psycho-physical fitness are responsible for the predisposition of the individual to individual professional achievements, but also to the feeling of satisfaction with family life and appropriate social position[15].

Retirement and post-production time is a period of satisfaction from professional achievements, it is also a time of rest and enjoying the achievements of all life. This is a condition described as successful aging. A condition to achieve successful old age are, however, previously incurred investments in health and other factors that have a positive impact on the elimination of harmful effects of diseases and environmental impacts[16].

Most often, the physiological aging process is accompanied by significant quantitative and qualitative changes in almost every organ and human system. These are usually irreversible processes, which in consequence may lead to significant psychophysical and regenerative limitations in the human body[17].

The entire aging process depends on genetic conditions, environmental

12 A.M. Borowicz, *Fizjoterapia w geriatrii*, Kraków 2015, s. 25.

13 Ibidem., s. 26.

14 H. Dmochowska, *Uczestnictwo Polaków w sporcie i rekreacji ruchowej,* Warszawa 2011, s. 51.

15 Ibidem., s. 53.

16 H. Worach-Kardas, *Starzenie się populacji jako wyznacznik potrzeb zdrowotnych i wyzwanie dla zdrowia publicznego,*Warszawa 2015, s.29.

17 Ibidem., s. 30.

conditions, adopted lifestyle, working conditions, housing, nutrition style and existing pathologies in the body. It proceeds in an individualized manner, and the changes it causes occur in every person of different ages[18].

The vitality of a given organism depends not only on biological conditions and abilities, but also on the mental abilities of the individual. An optimistic and positive attitude to reality and life influences the possibilities of opposing failures and difficulties of everyday life[19].

The following types of problems related to old age are distinguished in the literature on the subject:

1. health
2. economic
3. socio-psychological
4. Legal

When analyzing the issue of life satisfaction of the elderly, it is particularly important to take into account their current state of health and the ability to function independently in the environment. Psychomotor performance is the most decisive factor in this aspect[20].

The stage of entering old age in most people is associated with a sense of anxiety and fear about diseases, injuries, dealing with daily responsibilities, self-sufficiency and the need to ask for help from other people. These fears are also associated with changes in appearance and treatment by relatives and the environment. To a decisive extent, it is life achievements and social status that affect the contentment and life satisfaction of older people. It is worth remembering, however, that health and freedom from diseases are the conditions for the feeling of happiness and the ability to engage in new challenges. However, this is a condition that can be seen as a challenge at the same time, because old age itself is most often associated with a significant number of health problems, which most often take on a chronic nature. The most common diseases include diseases of the nervous system, circulatory system, movement and metabolic system[21].

In addition to independent living, social relationships that prevent isolation are also important. It is also worth paying attention to adjusting environmental activity that is adequate to the possibilities and general state of health and well-being[22]. In this context, real goals and tasks that will give the individual a chance to self-fulfillment and express themselves in a practical and useful way for other people are important.

An important issue is also the general tendency to decrease the internal

18 A.M. Borowicz, *Fizjoterapia w geriatrii*, Kraków 2015, s. 39.

19 Ibidem.

20 Ibidem., s. 40.Jed

21 H. Worach-Kardas, *Starzenie się populacji jako wyznacznik potrzeb zdrowotnych i wyzwanie dla zdrowia publicznego,*Warszawa 2015, s. 11.

22 Ibidem., s. 12.

demand of older people for mobility, which is both a consequence and the resultant of involutionary changes, diseases as well as hereditary and acquired factors[23].

Occurring cognitive disorders and a decrease in response to external and internal factors cause that the mental sphere of the elderly is weakened, which translates into the occurrence of additional diseases and health problems. For older people, the quality of the medical care they use is decisive[24].

According to D. Bromley, one should focus on the most important problems of old age[25]:

a. Reduced physical fitness
b. Lower self-esteem
c. Restricting contacts with other people
d. Health deficiencies

Impact of physical activity on the functioning of seniors

As mentioned earlier, one of the key prerequisites and determinants of successful aging is to choose a healthy lifestyle that will also take into account maintaining an adequate level of physical activity[26].

Properly selected to the age of physical activity allows older people to stay young for a long time, vigor of life, which in consequence affects the delay of the aging process. According to specialists, an active senior should do exercises 2-3 times a week. According to them, every 15-20 minutes of strength training strengthens the whole body of the senior, thereby reducing the risk of osteoporosis, diabetes, heart attack and rheumatoid pain. Continuing regular exercise improves the work of all systems and organs in seniors. By doing exercises, they also increase the range of joint mobility, which helps to perform many daily activities more easily. Before starting physical activity, pay attention to the proper warm-up before each workout or exercise. Properly conducted training has a positive effect on improving the calcification and strengthening of the skeleton of an elderly person. Muscles during exercise are better oxygenated, and therefore more efficient, which is why they support the spine more effectively[27].

Thanks to regular sports exercises, min. swimming, running, cycling seniors realize their passions and life aspirations. Physical activity is a very important element of an individual's life and leads to an improvement in the quality of life of the elderly. Seniors can feel the joy of life and significantly improve their well-being, which affects their well-being.

23 L. Kulmatycki, *Edukacja zdrowotna*, Poznań 2012, s. 32.

24 Ibidem., s. 33.

25 Bromley D. B., *Psychologia starzenia się*, [przeł.] Z. Zakrzewska, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa: 1969

26 L. Kulmatycki, *Edukacja zdrowotna*, Poznań 2012, s. 32..

27 H. Worach-Kardas, *Starzenie się populacji jako wyznacznik potrzeb zdrowotnych i wyzwanie dla zdrowia publicznego,* Warszawa 2015, s. 21-22



Źródło:http://martafit.pl/aktywny-senior/

It is worth remembering that playing sports not only affects the good performance of the body but also on the nice figure of the elderly, but also prevents and eliminates many diseases that seniors may be burdened with. Therefore, remember „movement is health" and move as much as possible[28].

Another form of physical activity in the last decade is popular Nordic walking - physical activity using poles. Nordic walking is more than just a walk. It is a safe and pleasant form and very effective without additional stress on the joints and lower limbs. During the march, the muscles of the upper limbs, back and shoulder girdle are intensively involved. With the correct application of the walking technique, the muscles of these body parts alternately tighten and relax. In addition, the gluteal muscles of the abdomen and back are trained.

28 Ibidem., s. 23.



Źródło: http://www.bing.com/images/search?view=detailV2&id=3E92DE9722BD30B72CB5197A111558BE4E17E65B&thid=OIP.ElLJs7ru892-l2T8MMy67wHaFj&mediaurl=http%3A%2F%2Fwww.seniorsskiing.com%2Fwp-content%2Fuploads%2F2015%2F04%2FNordicWalking_-1080x810.jpg&exph=810&expw=1080&q=nordic+wooking+zdj%c4% 99cia&selecte dindex=23&ajaxhist=0&vt=0&eim=1,2,6

In addition, research shows that it is also an ideal sport used to reduce body weight, train endurance and improve physical fitness. This form of activity is primarily pro-health and preventive. Marching older people work on their condition and health. Elderly people during the walk themselves note that when walking with poles, their joints are relieved, relief for the spine and comfort around the cervical and other parts of the body increases. during walking with poles up to 90% and energy consumption is higher by 20% on average[29].

Summary

Until recently, old people were merely the object of interaction of social policy entities. They were offered a specific scope and level of benefits, with

29 [31]http://www.bing.com/images/search?view=detailV2&id=3E92DE9722BD30B72CB5197A111558BE4E17E65B&thid=OIP.ElLJs7ru892-l2T8MMy67wHaFj&mediaurl=http%3A%2F%2Fwww.seniorsskiing.com%2Fwp-content%2Fuploads%2F2015%2F04%2FNordicWalking_-1080x810.jpg&exph=810&expw=1080&q=nordic+wooking+zdj%c4%99cia&selectedindex=23&ajaxhist=0&vt=0&eim=1,2,6

little interest in tyra whether they meet the expectations of the older generation. Decisions regarding the elderly were made outside of them, without consulting them, and their scope depended on the financial and organizational capabilities of social policy entities. The situation of seniors was analyzed as an object of assistance, their subjective role was less often seen. In addition to specialist doctors, social workers and family assistants, there are various institutions to which the person you can turn to for help. Lonely, sick, abandoned elderly people, locked in their homes, often look in vain for the help of family and relatives. In recent times, seniors have found their way into the focus of interest. It is for them that projects are organized and prepared to make them „autumn of life" attractive.

In recent times, the attitude of society towards old age has changed, which will allow the old people to live life to the fullest. Society can be prepared to treat old age appropriately, giving it the opportunity to learn the specifics and features that characterize this stage of life. Education should extend to the whole society, promoting upbringing into old age, starting from kindergarten, elementary school, through high school and ending in higher education.

Good organization of the lives of older people in society, consolidation of good practices, positive stereotypes of old age is a profitable investment for present and future generations of seniors. It is probably a historical investment, determining the level of culture of each society.

Among all the contradictions of life, we are looking for its true meaning. We are amazed and we ask: why? Why are we here What are we living for? What should we do? We all ask questions. All humanity feels the urgent need to give sense and purpose to this world that is becoming more and more complicated and in which it is increasingly difficult to be happy[30].

John Paul II, Denver 14.08.1993 r.

Streszczenie

Celem niniejszego artykułu jest ukazanie Czytelnikowi zagadnień związanych z architekturą przestrzeni miejskiej i aktywnością osób starszych. W każdą fazę życia człowiek powinien wkraczać z pełną świadomością zmian, które należy zaakceptować z dobrym nastawieniem, ukierunkowanym na eksponowanie i wykorzystanie zalet każdej z faz. Proces strszenia się jest nieoderwalną cząstką ludzkiej egzystencji. Prawidłowa aktywność fizyczna pozwala osobie starszej na: samorealizację, spełnianie się, poprawienie lub zachować wydolność fizycznej, utrzymanie odpowiedniej wagi, realizację planów życiowych, zachowanie siły mięśniowych, która stabilizują stawy i kręgosłup, na wzrost odporności,osiągnąć lepsze samopoczucie i rozwijanie swoich aspiracji życiowych. Ponadto inną pozytywną konsekwencją ruchu jest **zapobieganie wszelkim chorobom cywilizacyjnym**, w tym chorobom serca. Aktywny starszy człowiek to osoba zadowolona z życia mająca poczucie sensu życia i własnej wartości.

Słowa kluczowe: osoba starsza**,** senior, aktywność fizyczna, proces starzenia się, sport

30 „L'Osservatore Romano" 14: 1993 nr 11, s. 28.

Summary:

Urban structure and activity of the elderly is a challenge of the 21st century
The purpose of this article is to show the reader issues related to the architecture of urban space and activity of the elderly. In every phase of life, a person should enter with full awareness of changes that should be accepted with a good attitude, focused on displaying and using the advantages of each phase. The process of scaring is an inseparable part of human existence. Proper physical activity allows the elderly to: self-fulfillment, fulfillment, improve or maintain physical performance, maintain proper weight, implement life plans, maintain muscle strength, which stabilize joints and spine, increase resistance, achieve better well-being and develop their life aspirations. In addition, another positive consequence of the movement is the prevention of all civilization diseases, including heart diseases. An active older person is a person who is satisfied with life who has a sense of life and self-worth.

Keywords: older person, senior, physical activity, aging process, sport

BIBLIOGRAFIA:

Borowicz A.M., *Fizjoterapia w geriatrii*, Kraków 2015

Bromley D.B., Psychologia starzenia się, [przeł.] Z. Zakrzewska, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1969

Dmochowska H., *Uczestnictwo Polaków w sporcie i rekreacji ruchowej,* Warszawa 2011

Jan Paweł II, *L'Osservatore Romano* 14: 1993 nr 11, s. 28.

Kulmatycki L., *Edukacja zdrowotna*, Poznań 2012

Wąsiński A., *Idea opieki a zasada równości i wolności*, Bielsko-Biała 2014

Worach-Kardas H., *Starzenie się populacji jako wyznacznik potrzeb zdrowotnych i wyzwanie dla zdrowia publicznego,*Warszawa 2015

Netografia

http://martafit.pl/aktywny-senior

http://www.bing.com/images/search?view=detailV2&id=3E92DE9722BD30B72CB5197A111558BE4E17E65B&thid=OIP.ElLJs7ru892-l2T8MMy67wHaFj&mediaurl=http%3A%2F%2Fwww.seniorsskiing.com%2Fwp-content%2Fuploads%2F2015%2F04%2FNordicWalking_-1080x810.jpg&exph=810&expw=1080&q=nordic+wooking+zdj%c4%99cia&selectedindex=23&ajaxhist=0&vt=0&eim=1,2,6

ЗМІСТ

CONTEMPORARY MAN AND IDENTITY - AN ATTEMPT AT DEFINITION
mgr Bień Agnieszka.....5

РОЛЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ПРОПАГУВАННІ ОБРАЗУ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУПЕРГЕРОЯ
Гайдук Оксана Михайлівна.....12

STRATEGIA PROMOCJI TEATRU – JAK ZAINTERESOWAĆ WSPÓŁCZESNEGO WIDZA
Garbulińska-Charchut Joanna.....14

ПСЕВДОСУРЖИК ЯК ЛІНГВОКУЛЬТУРНЕ ЯВИЩЕ
Григоренко Ірина Василівна.....21

KATEGORIA CZASU W DYSKURSIE NEGOCJACYJNYM JAKO WYZNACZNIK PRZYNALEŻNOŚCI KULTUROWEJ
Dargiewicz Marta.....24

СЦЕНІЧНА ПРАКТИКА СХОДУ У СТВОРЕННІ ШОУ ЗА ДОПОМОГОЮ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ ТА ГОЛОГРАФІЧНОЇ ПРОЕКЦІЇ
Бойко В.А.....30

ФЕСТИВАЛЬНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ
Дичковський Степан Іванович.....32

МОДЕЛЬ СУБ'ЄКТА В КУЛЬТУРНІЙ АНТРОПОЛОГІЇ: ВІД КУЛЬТУРНОГО РЕЛЯТИВІЗМУ ДО ГЛОКАЛІЗАЦІЇ
Дорошенко Тетяна Сергіївна.....39

SMART MIASTO POD LUPĄ (WYBRANE ZAGADNIENIA)
mgr Drozd Iryna.....43

NOWE MEDIA JAKO NARZĘDZIE DO PROMOCJI MIASTA. STUDIUM NA PRZYKŁADZIE YOUTUBE.
mgr Zakrzewski Damian.....50

THE IMPACT OF URBAN SPACE ON THE SENSE AND QUALITY OF LIFE OF OLDER PEOPLE IN THE CONTEXT OF THEIR AUTHORITY
Kawa Janusz MA.....58

ПРЕЗЕНТАЦІЯ РЕАЛІЗОВАНОГО МУЗИЧНОГО ПРОЕКТУ ЯК ВИД EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
Карась Ганна Василівна.....67

КУЛЬТУРНА ІДЕНТИЧНІСТЬ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ ЗМІН
Левченко Вікторія Володимирівна.....71

СУЧАСНЕ ТА ТРАДИЦІЙНЕ В ОБРЯДОВОСТІ ХМЕЛЬНИЧЧИНИ (НА ПРИКЛАДІ МІЖНАРОДНОГО ЕТНОФЕСТИВАЛЮ «КОЛЯДА ДЕ? ДО КАМ'ЯНЦЯ ІДЕ!»)
Лісовик М.Л. 74

ПАРТИЗАНИ КУЛЬТУРИ: КРИТИКА КУЛЬТУРНИХ ІНДУСТРІЙ
Мірошниченко Вадим Сергійович 76

КУЛЬТУРНА МОДЕРНІЗАЦІЯ: ТИПОЛОГІЯ ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИХ ПРОГРАМ
Осадча Лариса Василівна 78

ORGANIZACJA I PROMOCJA FESTIWALU NA PRZYKŁADZIE POLIKULTURY
Osikowicz Żanna 82

АРТ-РИНОК І ІДЕЇ Ф. ГАЄКА: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ТОЧКИ ДОТИКУ І РОЗБІЖНОСТІ
Русаков Сергій Сергійович 89

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ЗМІНИ В СТРУКТУРІ КЛУБНИХ ЗАКЛАДІВ
Свирид Іванна Євгенівна 90

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСУВАННЯ СУЧАСНИХ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКИХ ПРОЄКТІВ В УКРАЇНІ:АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ 2018-2020 рр.
Смакова Людмила Владиславівна 94

DIDACTIC IN THE FACE OF CURRENT PSYCHOSOCIAL ADDICTIONS OF STUDENTS
mgr Stradomska Marlena 97

UNIVERSITY AT THE DAY OF MENTAL PROBLEMS – HOW TO WORK WITH PEOPLE IN SUICIDE CRISIS?
mgr Stradomska Marlena 100

«ЗВІЛЬНЕНА ПРИВАТНІСТЬ» ЯК МАСОВИЙ КУЛЬТУРНИЙ ТРЕНД
Ходус Олена Володимирівна 104

КУЛЬТУРНІ І КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ В УМОВАХ ПОЛІЦЕНТРИЧНОГО СВІТОУСТРОЮ XXI СТОЛІТТЯ: ІНСТИТУЦІОНАЛЬНИЙ І ПОЛІТИКО-ДИПЛОМАТИЧНИЙ ДИСКУРСИ
Ціватий Вячеслав Григорович 106

НОВІ ТЕНДЕНЦІЇ В ВЕСІЛЬНОМУ РИТУАЛІ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ
Щербакова Ганна Миколаївна 110

ZARZĄDZANIE MEDIAMI I PRZEMYSŁAMI KULTURYW KONTEKŚCIE KRYTYCZNEGO UJĘCIA IDEOLOGII NEOLIBERALIZMU GOSPODARCZEGO
mgr Radochoński Tomasz 114

ГЛОБАЛЬНА КУЛЬТУРА ЯК ЧИННИК ПОДОЛАННЯ САМОТНОСТІ
Малімон Віталій Іванович,.....122

URBAN STRUCTURE AND ACTIVITY OF THE ELDERLY IS A CHALLENGE OF THE 21ST CENTURY
Kawa Janusz MA 125

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АЛЬМАНАХ

Випуск 13

Друкується за оригінальними авторськими текстами.
Редакційна колегія не несе відповідальності
за авторську редакцію поданих матеріалів.
Верстка та оригінал-макет Мохонько Віталій

Підписано до друку 12.05.2020
Формат 64x84/16. Папір офсетний.
Друк цифровий. Гарнітура Times New Roman.
Друк. арк. 8,63. Умов. друк. арк. 8,02.
Обл.-вид. арк. 8,84.
Наклад 100 прим. Зам. № 2721/1.

Віддруковано з оригіналів замовника.
ФОП Корзун Д.Ю.
Свідоцтво про державну реєстрацію фізичної особи-підприємця
серія В02 № 818191 від 31.07.2002 р.
21027, м. Вінниця, вул. Келецька, 51а.
Тел.: (0432) 603-000, (096) 97-30-934, (093) 89-13-852.

Видавець ТОВ «Нілан-ЛТД»
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до
Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів
видавничої продукції серія ДК № 4299 від 11.04.2012 р.
21027, м. Вінниця, вул. Келецька, 51а.
Тел.: (0432) 603-000, (096) 97-30-934, (093) 89-13-852.
e-mail: info@tvoru.com.ua
http://www.tvoru.com.ua