

Oczy Szeroko Otwarte

Anna Karwińska
Katarzyna Sanak-Kosmowska
Norbert Laurisz
Piotr Stanek

SŁOWNNIK POJĘĆ



Autorzy:

Anna Karwińska

Katarzyna Sanak-Kosmowska

Norbert Laurisz

Piotr Stanek

Opracowanie graficzne:

Joanna Tatarska

Konsultacja metodyczna:

Monika Zatorska

Wykaz haseł

Alokacja	4	Psychologia	29
Antropocen	5	Psychologia społeczna	30
Autorytet	6	Przychody	31
Bezrobocie	7	Pułapki społeczne	32
Dekulturacja	8	Rola społeczna	33
Dezorganizacja społeczna	9	Rozwój	34
Dyfuzja kulturowa	10	Rynek	35
Etnocentryzm	11	Sieci społeczne	37
Gospodarka okrężna	12	Spółeczeństwo	38
Grupa społeczna	13	Spółeczne funkcje kultury	39
Ideale kulturowe	14	Stereotypy	40
Inteligencja	15	Symbol	41
Język	16	Ślad ekologiczny	42
Kapitał społeczny	17	Ślad wodny	43
Konflikt	18	Tłum	44
Konformizm	19	Tolerancja	45
Koszty	20	Uniwersalizacja kultury	46
Kultura	21	Wartość	47
Nierówności społeczne	22	Wpływ społeczny	48
Marketing	23	Współpraca	49
Normy	24	Wspólnota kulturowa	50
Perspektywa socjologiczna	25	Wzór kulturowy	51
Popyt	26	Zatrudnienie	52
Podaż	27	Zmiana	53
Potrzeba	28	Zysk	54

Alokacja

Znajdowanie przeznaczenia dla zasobów, które posiadamy. To decyzje, które polegają na wyborze sposobu przeznaczenia np. pieniędzy, które posiadamy. Dzięki odpowiedniemu wykorzystaniu środków, które posiadamy jesteśmy w stanie osiągnąć ustalony przez nas cel.

Jeśli podejmujemy decyzję o kupnie butów musimy wykorzystać do tego posiadane przez nas zasoby – w tym wypadku pieniądze. Oznacza to nic innego jak właśnie określoną **ALOKACJĘ** naszych pieniędzy (czyli ich przeniesienie z naszej kieszeni do kasy sprzedawcy), dzięki takiemu działaniu możemy zrealizować cel jakim jest kupno butów.

Istnieją 3 główne sposoby **ALOKOWANIA** zasobów są to **INWESTYCJE**, **OSZCZĘDZANIE** i **KONSUMPCJA**.

Jeżeli posiadamy **ŚRODKI FINANSOWE** (np. pieniądze) może znaleźć różne sposoby ich wykorzystania. Pieniądże można po prostu wydać i kupić buty, lody, rower albo pójść na basen czy do kina. Przeznaczenie **ŚRODKÓW FINANSOWYCH** (pieniędzy) na zakupy to **KONSUMPCJA**. Oznacza to, że alokujemy nasze pieniądze w taki sposób, aby zrealizować nasze potrzeby konsumpcyjne.

Innym sposobem alokowania jest **OSZCZĘDZANIE**. Możemy zwyczajnie nie wydać pieniędzy, które posiadamy, tylko zostawić je z myślą, że mogą nam się przydać w przyszłości. Możemy np. planować wyjazd na wakacje i dlatego odkładamy na koncie oszczędnościowym w banku część naszej pensji. Dzięki oszczędzaniu możemy realizować cele, które dziś, z powodu małej ilości posiadanych pieniędzy, są dla nas niemożliwe do osiągnięcia. Oszczędzając jesteśmy w stanie odłożyć w dłuższym czasie tyle środków, że będziemy mogli np. po roku zbierania wyjechać na wymarzoną wycieczkę do Afryki.

INWESTYCJE to sposób alokowania naszych środków finansowych, wtedy, kiedy naszym celem jest zarabianie. Zamiast wydać pieniądze na zakupy (konsumpcję), możemy spróbować znaleźć taki sposób ich alokowania, który przyniesie nam zyski. Możemy kupić towar np. drożdżówki w sklepie i sprzedać je uczniom po wyższej cenie na dłuższej przerwie, dzięki temu nasze pieniądze pozwoliły nam zarobić i w konsekwencji mamy więcej pieniędzy. Możemy kupić komputer nie po to, żeby na nim grać, ale po to żeby nagrywać filmy na YouTube i dzięki wielu wyświetleniom naszego kanału zarabiać na tym pieniądze. Możemy inwestować jeszcze w inny sposób, np. możemy zainwestować w siebie chociażby poprzez dodatkowe lekcje angielskiego, dzięki temu w przyszłości dostaniemy lepszą pracę, albo kiedy lepiej poznamy język będziemy mogli udzielać korepetycji i zarabiać ucząc angielskiego innych, albo dzięki znajomości angielskiego nasz kanał na YouTube będzie mógł docierać poza Polskę i będę mógł zarabiać więcej.

Podsumowując **ALOKACJA** to przeznaczenie naszych zasobów na jakiś cel. To decyzja czy wydać pieniądze w sklepie, zachować na przyszłość, czy może zainwestować? Od tego jaki rodzaj alokacji wybieramy zależy nasze zadowolenie. Możemy już dziś kupić sobie coś nowego. Możemy oszczędzać przez jakiś czas – wtedy rezygnujemy z kupowania niektórych rzeczy – i kupić sobie coś droższego w przyszłości. Możemy również zainwestować pieniądze i dzięki temu je mieć ich więcej. Żadna z tych decyzji nie jest zła. Każdy rodzaj alokacji przynosi określone i przewidywane skutki.

Antropocen

Nowa epoka geologiczna, która zdaniem niektórych naukowców¹ rozpoczęła się ok. 50 lat temu, choć są też uczeni wskazujący, że ta epoka zaczęła się jeszcze wcześniej, już około 200 lat temu, wraz z rozwojem przemysłu i gwałtownym procesem rozwoju miast.

Nazwa „*antropocen*” oznacza, że dla tego okresu charakterystyczny jest znaczny niekiedy dominujący wpływ człowieka, jego potrzeb, działań, zachowań, aspiracji na środowisko naturalne, klimat, a nawet na system geologiczny planety Ziemia. Nowe elementy systemu geologicznego Ziemi to na przykład rozmaite sztuczne tworzywa, które są niemal niezniszczalne, a w każdym razie bardzo długo zalegają na Ziemi, poza tym sztucznie wytworzone pyły, a także tzw. „techno skamieniałości” czyli trwałe, materialne pozostałości działań człowieka².

1 <http://quaternary.stratigraphy.org/working-groups/anthropocene/>

2 <https://businessinsider.com.pl/technologie/nauka/antropocen-epoka-czlowieka/rc9pd5y>

Autorytet

Tak określamy kogoś komu wierzymy, liczymy się z jego (jej) zdaniem w ważnych dla nas sprawach, kogo cenimy za wiedzę, albo inne ważne dla nas cechy.

Mówimy wtedy, że ta osoba jest dla nas **AUTORYTETEM**, w ogóle (albo czasem w pewnej dziedzinie). Możemy też powiedzieć, że dana osoba posiada **AUTORYTET** – czyli cechy (wiedza, doświadczenie, postępowanie w różnych sytuacjach itd.) powodujące, że jej słuchamy, wierzymy, że ma rację wypowiadając jakąś opinię.

AUTORYTET nie opiera się na przymusie, nie narzuca nam on posłuszeństwa siłą. Nasze posłuszeństwo wobec lekarza, kapłana, eksperta w jakiejś dziedzinie, wynika z naszego przekonania że są specjalistami, że mogą pomóc w osiągnięciu celu, rozwiązaniu problemu, doradzić najlepszy sposób postępowania, najwłaściwszy wybór.

Bezrobocie – to zagadnienie z obszaru **RYNKU PRACY** czyli rynku na którym sprzedaje się i kupuje pracę.

Określamy tak brak pracy w sytuacji, kiedy chcielibyśmy pracować. **BEZROBOCIE** dotyka wielu osób – czasem za utratę pracy odpowiada pracownik (można np. źle pracować, nie przychodzić do pracy itd.), ale często nie jest to od pracownika zależne (przedsiębiorca może mieć inne plany i zmiana sposób działania przedsiębiorstwa, albo może być to zależne od sytuacji w jakiej znalazło się przedsiębiorstwo).

BEZROBOCIE to czas, kiedy nie możemy znaleźć pracy. Im dłużej pozostajemy w bezrobociu tym trudniej nam znaleźć pracę. Dlatego ważne jest, żeby aktywnie szukać pracy. Jednak nie zawsze jest to łatwe. Czasem sytuacja, nasze umiejętności czy miejsce zamieszkania stają się przeszkodą dla znalezienia zatrudnienia. Dlaczego? Ponieważ może w danym momencie przedsiębiorstwa nie chcą zatrudniać nowych pracowników, bo na świecie jest kryzys (trudna sytuacja gospodarcza). Może wynikać to z tego, że nie mamy odpowiednich umiejętności np. nie opanowaliśmy odpowiednich umiejętności niezbędnych do pracy – nie umiemy obsługiwać komputera, programować a firmy właśnie takich pracowników szukają. Może decydować o tym miejsce zamieszkania – mieszkamy w Krakowie a miejsca pracy są w Warszawie. To wszystko sprawia, że mimo tego, że chcemy pracować znalezienie pracy może być trudne.

Brak pracy jest niekomfortową sytuacją, ponieważ osoby bezrobotne tracą niezależność, muszą zdobywać środki do życia w inny sposób niż poprzez pracę – np. poszukując wsparcia państwa, które pomaga osobom bez pracy. Wsparcie państwa polega z jednej strony na pomocy finansowej dla bezrobotnych a z drugiej na wspieraniu ich w poszukiwaniu pracy.

Dekulturacja

Marginalizowanie lub zanikanie poszczególnych oryginalnych elementów kultury i zastępowanie ich wzorami, normami pochodzącymi z innych kultur, z bardziej rozwiniętych społeczeństw, silniejszych politycznie lub gospodarczo. Procesy **DEKULTURACJI** mogą prowadzić do zanikania całych kultur – tak stało się z wieloma kulturami lokalnymi, na przykład kulturami rdzennych mieszkańców obu Ameryk, Afryki, ludów dalekiej Północy, mniejszości kulturowych w wielu krajach, także europejskich (np. Samowie w Szwecji czy Finlandii).

Przykład: ZAGROŻONY JĘZYK

Co dwa tygodnie znika jeden z 6 tysięcy istniejących na świecie języków. Z każdym z nich tracimy bogactwo ludzkiego doświadczenia, cały świat znaczeń i wartości, o których nikt już wkrótce nie opowie.

Skazany na wymarcie jest język *mati ke*, (jeden z języków Aborygenów), w 2005 roku mówiły nim tylko trzy osoby i w dodatku dwóch mężczyzn posługiwało się dwiema różnymi odmianami *mati ke*, a z kolei brat i siostra znający jedną odmianę, nie mogli ze sobą rozmawiać, bo w ich tradycjach kulturowych mężczyzna nie rozmawia z kobietą, nawet jeśli jest ona bliska krewną³.

DEKULTURACJA następuje też w czasach szybkich przemian, w XIX wieku, wraz z procesami intensywnego uprzemysłowienia i gwałtownie postępującej urbanizacji (powstawania miast, rozszerzania się ich wpływu, powiększanie się miast) **DEKULTURACJI** ulegały pewne elementy tradycyjnych kultur lokalnych, istniejące przez wieki na wsiach.

W Polsce tak zanikały tradycyjne kultury Podlasia, Roztocza czy innych obszarów. Ciekawa, niemal już zupełnie zapomniana kultura rozwijała się we wsi Jamno pod Koszalinem. Po raz pierwszy ta nazwa użyta została w XIII wieku. Mieszkali tu przedstawiciele dawnych Słowian, napływali osadnicy niemieccy, osadnicy z basenu Morza Bałtyckiego. Powstała w ten sposób zupełnie odrębna tzw. *wyspa kulturowa*, ze specyficznym dialektem, zwyczajami, strojami, bogato zdobionymi przedmiotami. Dziś, to co pozostało z kultury jamneńskiej można zobaczyć w Muzeum Miejskim w Koszalinie.

DEKULTURACJA oznacza zanikanie tradycyjnego dialektu, strojów ludowych, tradycyjnych potraw, zwyczajów codziennych i świątecznych, wyrobów rzemieślniczych, charakterystycznego budownictwa i innych elementów kultury. Wskutek **DEKULTURACJI** świat ubożeje, staje się bardziej ujednolicony, mniej ciekawy. Dlatego w wielu krajach próbuje się nie tylko ocalić pamiątki po nieistniejących już kulturach, ale wzmacniać ich funkcjonowanie, a elementy zanikające przywracać. Tak dzieje się na przykład w Polsce z kulturą Kaszubów. Czy wiecie, że można na maturze wybrać język kaszubski jako przedmiot do wyboru?

3 „Szkoła, że umierają zagrożone języki”, Gazeta Wyborcza, 24 stycznia 2005. MAK

Dezorganizacja społeczna

Najkrócej określamy tym mianem rozmaite zakłócenia równowagi społecznej.

DEZORGANIZACJA SPOŁECZNA objawia się na przykład poprzez takie zjawiska:

Częste naruszanie obowiązujących norm zachowania i działania (czyli sytuacji, w których wiele osób postępuje wbrew obowiązującym zasadom, nie szanuje umów, przepisów, łamie przyjęte w społeczeństwie ustalenia). Obowiązujące normy stają się słabe, nie regulują zachowań.

Narastanie zjawisk przestępczych, zarówno w wymiarze indywidualnym jak i zbiorowym (przestępczość zorganizowana), brutalizacja zachowań przestępczych, rosnące akty przemocy wobec słabszych, agresja w codziennych relacjach

Złe funkcjonowanie mechanizmów kontroli społecznej (czyli sytuacji, w której instytucje powołane do pilnowania porządku nie mogą go zapewnić, tracą kontrolę nad tym co się dzieje w życiu społecznym)

Kiedy pojawiają się takie zjawiska? Jakże są ich przyczyny?

Odpowiedź na to pytanie jest trudna. Można tu przywołać jakieś szczególne sytuacje – na przykład wojna, stan katastrofy naturalnej, kryzys gospodarczy kiedy załamuje się dotychczasowy porządek i funkcjonowanie instytucji zapewniającej bezpieczeństwo. Ale wiemy, że zjawiska dezorganizacji społecznej powstają także w pozornie „normalnych” warunkach. Może to być spowodowane wielkimi różnicami szans życiowych, możliwości zaspokajania potrzeb, między najbogatszymi i najbiedniejszymi. Współistnienie w ramach jednego społeczeństwa grup ludzi o różnych obyczajach, wierzeniach – czyli wielokulturowość może przyczyniać się do wzbogacania życia społecznego, ale jeśli ważniejsze jest podkreślanie różnic, brakuje nastawienia na dialog, powstają konflikty na tle różnic kulturowych, powstawanie zjawisk dezorganizacji społecznej jest prawdopodobne.

Dyfuzja kulturowa

Dyfuzja kulturowa to przenikanie pojedynczych elementów lub całych ich kompleksów z jednych kultur do innych. To normalny proces związany z kontaktami międzykulturowymi (międzynarodowymi). Zazwyczaj można oceniać ten proces pozytywnie, bo prowadzi do wzbogacania kultur między którymi dochodzi do **DYFUZJI** elementów, wzmacnia tolerancję, przyzwyczajają do dostrzegania różnorodności otaczającego nas świata. Jednak skutkiem tych procesów mogą być także rozmaite problemy. Na przykład nasilenie procesów dyfuzji kulturowej może prowadzić do nadmiaru nowych elementów, które są trudne do poznania, „oswojenia”, akceptacji. Dzieje się tak zwłaszcza jeśli procesy dyfuzji zachodzą intensywnie, w ograniczonym (krótkim) okresie, a także jeśli ich przyjmowanie jest w jakimś zakresie narzucone (na przykład w sytuacji podboju). Jednym z możliwych skutków jest **DEKULTURACJA** (sprawdź) zachodząca w społeczeństwie, grupie, która staje się ofiarą podboju, przedmiotem intensywnego napływu nowych treści, zwyczajów, norm itd.

Jednym z najbardziej znanych procesów **DYFUZJI KULTUROWEJ** jest amerykanizacja wielu kultur (w tym także polskiej). Amerykanizację możemy dostrzec w codziennym życiu: na przykład w przestrzeni miejskiej, w której przybywa takich miejsc jak McDonald's czy innych restauracji typu „Fast food” wywodzących się z kultury amerykańskiej. Amerykanizacji ulega nasz język, w którym znajdziemy sporo amerykańskich zwrotów i słów, zwłaszcza w dziedzinie informatyki, ale też np. popularne :„oops”, „wow”. W programach telewizyjnych znajdziemy bardzo dużo filmów czy tzw. „show” amerykańskich.

Przykład: Amerykanizacja kultury w Polsce (i w innych krajach) przemiana Św. Mikołaja.

Św. Mikołaj, czyli biskup z Myry (dzisiejsza Turcja), który słynął z dobrych uczynków dla swoich współziomków, a według tradycji obdarowywał też dzieci z ubogich rodzin współcześnie zmienił się całkowicie. Amerykanie nazywają go Santa Claus (a czasem po prostu „Santa”) i w tradycji amerykańskiej jest on jedną z wielu postaci kultury popularnej (jak Myszka Miki, czy Król Lew). Postać ta jest wykorzystywana w reklamach (zwłaszcza słynna jest reklama Coca-Coli). Niedługo nosił strój biskupa z charakterystyczną laską (pastorałem), dziś jest czymś w rodzaju dużego krasnala. W szkołach, czy w domach kultury organizowane są „mikołajki”. W grudniu mamy mnóstwo Mikołajów, którzy w okresie świątecznym występują w telewizji, zaludniają ulice, centra handlowe, także w różnych krajach, które z tradycją Św. Mikołaja z Myry nie mają nic wspólnego (jak np. w Chinach).

Etnocentryzm

Etnos z łaciny oznacza „plemień”, „naród”, centrum – „środek”. Postawa **ETNOCENTRYZMU** oznacza więc traktowanie własnej kultury jako najlepszej, wzorcowej, także dla innych, i oceniamy inne kultury porównując je do własnej. W definiowaniu **KULTURY** zwróciliśmy uwagę na to, że każde społeczeństwo (każda grupa) tworzy **KULTURĘ** na swoje potrzeby, w pewnym sensie „na miarę” (jak płaszcz, czy buty). Nic dziwnego zatem, że swoją kulturę uważamy za najlepszą dla nas.

Problem polega na tym, że jednocześnie często uważamy, że nasza kultura jest (byłaby) **najlepsza także dla innych**. Taką postawę nazywamy **ETNOCENTRYZMEM**. Może ona utrudniać nam nie tylko kontakty z przedstawicielami innych kultur (nikt przecież nie lubi być uważany za gorszego, głupszego, niedouczonego...), ale też utrudnia nam zrozumienie elementów innych kultur, dostrzeżenie ich wartości (choć różnią się od naszej mogą być dla nas ciekawe, użyteczne).

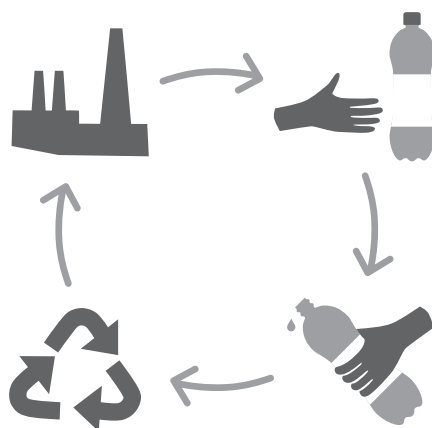
Od **ETNOCENTRYZMU** zaczynają się często konflikty między grupami (narodami), które mogą prowadzić do niebezpiecznego zderzenia się wartości i przekonań, a nawet do wojen. Przeciwnością **ETNOCENTRYZMU** jest **RELATYWIZM KULTUROWY**. Oznacza to przyjęcie zasady, że każda kultura jest wyjątkowa, niepowtarzalna i jej elementy muszą być postrzegane i oceniane w ramach tej właśnie kultury, a nie porównywane do innych kultur.

Gospodarka okrężna

Tak nazywamy system gospodarczy, którego celem jest radykalne zmniejszanie strat wynikających z używania zasobów, które mają charakter nieodnawialny (czyli są jednorazowe). W tego typu gospodarce chodzi o projektowanie maszyn, urządzeń itp. tak, aby można je było demontować i ponownie używać. Z drugiej strony ważny jest też wybór odpowiednich surowców, takich, które mogą być wielokrotnie wykorzystywane, które niepozostawiają nieusuwalnych odpadów.

Czyli, w gospodarce okrężnej, chodzi o to, żeby korzystać w jak największym stopniu z surowców odnawialnych, a po wykorzystaniu przystosować do innego użytku, lub przetworzyć na kolejny surowiec.

Uproszczony model **GOSPODARKI OKRĘŻNEJ**:



Grupa społeczna

Całość społeczna składająca się z przynajmniej z trzech osób między którymi wytworzyła się i utrzymuje (nawet przez krótki okres) więź społeczna czyli powiązania między członkami grupy, poczucie wspólnoty, lojalności wzajemnej.

W jaki sposób osoby pozostające we wspólnej przestrzeni mogą przekształcić się grupę społeczną? Może to się zdarzyć na przykład w przypadku wspólnie odczuwanego zagrożenia, wspólnych przeżyć... Inna sytuacja, to kształtowanie się grup w związku z podobieństwem sytuacji w jakiej znajduje się pewna liczba osób, wspólnych zadań...

Przykłady:

Mieszkańcy jakiejś części miasta, którzy są ewakuowani ze względu na zagrożenie powodzią mogą w wyniku wspólnych przeżyć, konieczności pomocy wzajemnej stać się grupą (na pewien czas, dłuższy lub krótszy)

Studenci rozpoczynający studia na danym kierunku, uczniowie rozpoczynający naukę w szkole w ramach jednej klasy, pracownicy nowozatrudnieni w przedsiębiorstwie. Początkowo nie znają się nawzajem, niewiele ich łączy, ale w miarę jak zaczynają się spotykać codziennie na zajęciach, w pracy (a czasem także po), wspólnie wykonywać rozmaite czynności stają się sobie bliżsi, wytwarzają się między nimi rozmaite więzi: koleżeńskie, przyjacielskie, zadaniowe, organizacyjne.

Idealy kulturowe

Ideał kulturowy to pewien wzorzec (model) cech jakie powinna w danej kulturze posiadać na przykład **instytucja** (IDEAŁ PAŃSTWA, IDEAŁ UNIwersYTETU), **osoba** (IDEAŁ URODY KOBIECEJ, IDEALNY NAUCZYCIEL, IDEALNY URZĘDNIK), **obiekt** (IDEALNE PROPORCJE BUDYNKU), **miejsca** (IDEALNE MIASTO)

Każda kultura tworzy charakterystyczne dla danego społeczeństwa oczekiwania i wymagania dotyczące zachowań, sposobu działania, ale także dotyczące wyglądu, a nawet sposobu myślenia swoich członków. Idealy kulturowe są tworzone także dla pewnych zawodów: na przykład ideał lekarza w polskiej kulturze długo był związany z nazwiskiem doktora Judyma, jednego z bohaterów powieści Stefana Żeromskiego „Ludzie bezdomni”. W każdej kulturze mamy ideał rodziny – na przykład dla kultury o korzeniach chrześcijańskich jest to Święta Rodzina. Idealy zmieniają się oczywiście w czasie. Na przykład dziś trudno sobie wyobrazić taki ideał lekarza poświęcającego wszystko dla wykonywania swojej pracy jak był związany z postacią doktora Judyma. Podany poniżej przykład ideału pięknej kobiety też dziś już jest raczej mało aktualny, (choć pewnie nadal jest atrakcyjny), ale przede wszystkim przestał być dominujący.

Przykłady:

Renesansowy ideał pięknej kobiety

W XVI wieku czyli około 500 lat temu tak opisywano idealnie piękną kobietę: Włosy w kolorze „biondo” czyli „łagodny kolor złota w odcieniu brązowym”, gęste, faliste i długie, czoło pogodne i dwa razy tak szerokie jak wysokie, cera olśniewająco jasna, duże oczy, niewielkie, ładnie wykrojone usta... Podobno Barbara Radziwiłłówna, żona Zygmunta Augusta, ostatniego z Jagiellonów, dokładnie odpowiadała temu opisowi. I w dodatku umiała podkreślać swoją urodę wyszukаныmi strojami, historycy obyczajów opisują ją jako znakomity przykład modnej damy europejskiej. [Kucho-wicz, 1978: 84-85].

Inny przykład to kodeks Bushido obowiązujący wojowników japońskich – samurajów.

Wyróżnia się 7 podstawowych zasad symbolizujących drogę do doskonałości:

GI – prawość, szlachetność, sprawiedliwość.

YUUKI – odwaga, męstwo, heroizm.

JIN – miłość, współczucie, łaskawość (to ostatnie także w odniesieniu do przeciwników).

REI – uprzejmość, grzeczność, kultura osobista, szacunek – samuraj miał być wzorem dla innych obywateli. Jego wysoka pozycja w hierarchii społecznej zobowiązywała do godnego życia i bezwzględnego przestrzegania przyjętych norm

MAKOTO – prawdomówność ważniejsza niż uprzejmość i etykieta.

MEIYO – honor. Hańba, odbierająca wojownikowi honor i godność, całkowicie pozbawiała jego życie sensu. „Wstyd jest jak blizna na drzewie, nie znikna, ale rozrasta się z czasem”. Dlatego też utrata honoru często bywała dla wojownika gorsza od śmierci.

CHUUGI – lojalność, wierność, oddanie – to nie tylko właściwe postępowanie, ale również płynąca z serca wierność⁴.

Epoka samurajów skończyła się w drugiej połowie XIX wieku, ale te wartości, które były dla nich najważniejsze nadal można odnaleźć w kulturze japońskiej. Współcześnie, próbuje się adaptować niektóre zasady Bushido do sposobu działania organizacji, włączając je w procesy edukacji.

4 <https://www.oyakata.com.pl/ksiega-mistrza-oyakata/kultura-japonska/bushido-kodeks-honorowy-japonskiego-samuraja>

Inteligencja

Inteligencja to zdolność do postrzegania, analizy i adaptacji do zmian w otoczeniu. Dawniej myślano, że istnieje tylko jeden rodzaj inteligencji – inteligencja ogólna. Obecnie badacze skłaniają się do definicji inteligencji wielorakiej, zaproponowanej przez Howarda Gardnera.

Howard Gardner wyróżnił następujące typy inteligencji:

- 1. Inteligencja logiczno-matematyczna.** Przejawia się w postrzeganiu świata poprzez ciągi zdarzeń, logiczne myślenie i kreatywne rozwiązywanie problemów.
- 2. Inteligencja językowa.** Osoby obdarzone tym typem inteligencji charakteryzuje: tzw. „bogate” słownictwo, łatwość argumentacji, zamiłowanie do literatury, zabaw słownych, żartów, debat i przemówień publicznych oraz kreatywnego pisania różnego typu teksów, w tym poezji.
- 3. Inteligencja przyrodnicza.** Ten typ inteligencji opiera się na poznaniu, docenianiu i zrozumieniu natury. Osoba obdarzona inteligencją przyrodniczą „czuje” naturę, troszczy się o świat, dba o zwierzęta, pielęgnuje rośliny.
- 4. Inteligencja muzyczna.** To rozumienie świata poprzez dźwięki. Osoby obdarzone inteligencją muzyczną mają tzw. „słuch muzyczny”, czyli są mocno uwrażliwione na dźwięki płynące z otoczenia. Muzyka i rytm to ich cały świat. Świetnie tańczą, często dobrze śpiewają, potrafią rozróżnić dźwięk poszczególnych instrumentów i odtworzyć melodię po jej jednokrotnym wysłuchaniu.
- 5. Inteligencja przestrzenna.** Osoba obdarzona tym typem inteligencji „myśli obrazami”, czyli używając wyobraźni. Dziecko zwraca uwagę na szczegóły, detale, wszystko jest dla niego ważne. Cechuje ją duża wrażliwość na otaczające przedmioty, kolory i wzory.
- 6. Inteligencja ruchowa.** Dzieci obdarzone inteligencją ruchową uwielbiają taniec i sport. Z przyjemnością wykonują własnoręcznie różnego typu prace, np. majsterkowanie, rzeźbienie. Na co dzień posługują się językiem ciała i dużo gestykulują.
- 7. Inteligencja społeczna.** Jej podstawa to zdolność rozumienia innych i empatia, oraz zdolność do postrzegania cech różnicujących ludzi.
- 8. Inteligencja intuicyjna.** Ten rodzaj inteligencji wiąże się z wiedzą o sobie samym i oznacza zdolność do patrzenia na świat z własnego punktu widzenia, rozpoznawania własnych uczuć i emocji.

Język

Narzędzie do komunikowania się z innymi wewnątrz własnej grupy. Język jest wytwarzany przez społeczeństwa, grupy społeczne. Ale język pełni też (podobnie jak inne elementy kultury) inne funkcje. Ma znaczenie dla zapisywania i dokumentowania dokonań danej kultury, jest więc nośnikiem kultury. Język jest też elementem poczucia przynależności do danej kultury.

„W erze globalizacji i Internetu proces uniformizacji języków przyspiesza się. W obecnych czasach językiem międzynarodowym staje się w coraz większym stopniu angielski, bardzo pożyteczny jako narzędzie globalnego komunikowania się.

Angielski staje się jednak coraz bardziej obecny w skali świata wypierając często języki lokalne.

Można wprawdzie powiedzieć, że dzięki upowszechnieniu jednego globalnego języka małe społeczności będą mogły przekazywać swoje bogactwo kulturowe. Jednak to nie jest takie oczywiste. To „bogactwo” jest często trudno, lub w ogóle nieprzekładalne, nie da się w innym języku oddać wszelkich odcieni. Na przykład w języku eskimoskich Inuitów, wyrażenie „wiedzieć” może mieć wersję: „wiedzieć z doświadczenia”, może mieć też wersję „wiedzieć, a nie być świadomym swojej wiedzy.

Zasadnicze pytanie dzisiaj to takie: „Czy mogą jednak przetrwać języki w których nie powstają gry komputerowe, seriale?” itp. Warto przypomnieć, że Walijczycy bardzo się ucieszyli, gdy w popularnym serialu „Rodzina Simpsonów” Lisa Simpson wydaje po walijsku okrzyk <wolność dla Kornwalii>⁵.

5 Szkodą, że umierają zagrożone języki”, Gazeta Wyborcza, 24 stycznia 2005.MAKY”

Kapitał społeczny

Kapitał społeczny to zasób, który powstaje i rozwija się w jakiejś zbiorowości (rodzina, szkoła, grupa przyjaciół, przedsiębiorstwo, miasto...). Powstaje w wyniku interakcji społecznych, wspólnych rozmów, wspólnych działań, rozwijania się uczuć przyjaźni, troszczenia się o innych, pomagania sobie nawzajem. Nie można go kupić ani sprzedać, nie zużywa się, a przeciwnie, jeśli intensyfikujemy interakcje – kapitał społeczny odnawia się i powiększa.

Co wchodzi w skład takiego zasobu?

Sieci społeczne (o których szerzej pod hasłem SIECI SPOŁECZNE) zarówno wewnątrz tej zbiorowości jak i połączenia z innymi.

Normy, zasady, zwyczaje, wzory zachowań wspólnie uznawane i przestrzegane w ramach tej zbiorowości.

Zaufanie do innych.

Konflikt:

Dążenie do zrealizowania własnych interesów i osiągnięcia własnych celów przez niszczenie przeciwnika. Konflikt może wyrastać ze źle realizowanego współzawodnictwa, ale może też być obecny od samego początku, od zetknięcia się dwóch stron. Konflikt może przybierać postać walki, w tym także zbrojnej, długotrwałej wojny. Wojna przynosi klęskę obu stronom, negatywne skutki ekonomiczne, kulturowe, psychospołeczne. Wojna jest wyniszczająca.

Przykładowy przebieg konfliktu

Przedmiot sporu (pierwotny) między stroną A i stroną B (na przykład siostry kłócą się o to kto ma posprzątać wspólny pokój) ➔ Naruszenie równowagi między stroną A i stroną B (spór powoduje, że siostrom trudno jest ze sobą rozmawiać) ➔ Ujawniają się inne (dawne lub aktualne)sporne zagadnienia(siostry przypominają sobie inne spory – na przykład o zmywanie naczyń, pracę w ogródku, to, że jedna z nich pożyczyła wisiorek od drugiej i go zgubiła itp.)

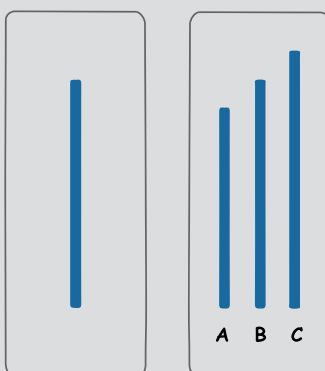
Nieporozumienia między nimi pogłębiają się ➔ Druga strona wydaje się zła w ogóle (pojawiają się takie zarzuty np. „Bo ty zawsze jesteś przeciwko mnie” albo „bo ty nigdy nie byłaś dobrą siostrą” itd.) ➔ Wyszukane są osobiste zarzuty, nie związane z przedmiotem sporu (wypominają sobie na przykład, że na wakacjach jedna z nich wolała bawić się z nowo poznaną koleżanką a nie z siostrą, albo, że powiedziała rodzicom o uwadze nauczycielki w szkole, chociaż obiecała zachować tajemnicę) ➔ Konflikt między stronami uniezależnia się od pierwotnego przedmiotu sporu (siostry już nawet nie pamiętają o co chodziło na początku, mają do siebie coraz więcej pretensji i są na siebie złe).

Konformizm

Konformizm oznacza podporządkowanie się w wysokim stopniu normom, zasadom, wzorom zachowań, poglądom i argumentom, które obowiązują w danej zbiorowości społecznej (rodzynie, grupie przyjaciół, partii politycznej itd.)

Konformizm oznacza również, że dana jednostka jest gotowa na zmianę opinii lub zachowania pod naciskiem innych. Zazwyczaj chodzi tu o osoby, które są dla tej jednostki ważne, które decydują o jej losie, lub mają inne możliwości wywierania wpływu. Jednym z najbardziej znanych doświadczeń związanych z konformizmem jest eksperyment Solomona Ascha.

Eksperyment S.E. Ascha



W 1951 roku amerykański fizjolog Salomon Elliot Asch przeprowadził jeden z najśłynniejszych eksperymentów laboratoryjnych nad konformizmem. Uczestnikami eksperymentu byli studenci Swarthmore College, którym powiedziano, że biorą udział w teście sprawdzającym widzenie. Każda z pięćdziesięciu osób była proszona o wskazanie, która z trzech linii narysowanych na jednej kartce jest tej samej długości co linia wzorcowa narysowana na drugiej kartce. Opinia miała być wyrażona głośno, w obecności innych osób.

Poza jedną osobą wszyscy uczestnicy byli poinstruowani, że mają wskazywać fałszywą odpowiedź. Jedyny nie zorientowany uczestnik odpowiadał jako przedostatni, po wysłuchaniu pozostałych (fałszywych) wskazań. Eksperyment ten powtarzano w różnych wariantach, jednak stale niemal 40% badanych (tych „niezorientowanych”) przychyliło się (czasem z oporami) do zdania większości.

Koszty to są konieczne wydatki potrzebne do tego, żeby uzyskać przychody. Oznacza to, że są to nasze wydatki, które ponosimy ponieważ chcemy sprzedawać produkty lub usługi. Do takich kosztów zaliczamy np. zakup produktów – kupujemy taniej w hurtowni żeby móc sprzedać trochę drożej w naszym sklepie czy kawiarni, czynsz za wynajem miejsca, gdzie prowadzimy naszą firmę, koszt energii elektrycznej, transportu, telefonów, pensja pracownika pracującego w naszym sklepie, zakup kasy fiskalnej czy samochodu do transportu.

Koszty możemy podzielić na **KOSZTY STAŁE** – to takie koszty, które są niezależne od tego czy coś produkujemy lub sprzedajemy, czy też czy zamkniemy naszą kawiarnię na tydzień. Obojętnie czy firma pracuje czy nie takie **KOSZTY STAŁE** są i się nie zmieniają. Takie koszty to np. czynsz za lokale, abonament telefoniczny, raty kredytu itd. Występują też **KOSZTY ZMIENNE**, koszty te są zależne od tego ile produktów chcemy sprzedać. Im więcej produkujemy lub sprzedajemy to koszty są wyższe. Do takich kosztów należą np. koszty produktów, koszty opakowań, koszty energii elektrycznej, benzyny itd.

Trzeba pamiętać, że koszty występują zawsze kiedy chcemy zarabiać. Są ludzie, którzy prowadząc swoją firmę myślą, że najważniejszą rzeczą jest dbanie o zmniejszanie kosztów – TO BŁĄD – koszty są ważne, ale jedyny sposób żeby tak naprawdę obniżyć koszty to zamknięcie firmy – wtedy koszty znikną.

Natomiast, jeśli chcemy prowadzić firmę i zarabiać to przede wszystkim trzeba WALCZYĆ O SPRZEDAŻ, czyli o przychody, a dopiero potem zajmujemy się kosztami i oczywiście sumiennie je kontrolujemy.

KOSZTY to także jedno z pojęć, które służy nam do opisanie działania przedsiębiorstwa i oceny stopnia w jakim dane przedsięwzięcie jest opłacalne. Dotyczy to zarówno dużego przedsiębiorstwa jak i jakiejś naszej małej inwestycji. Zobacz hasło ZYSK, żeby przekonać się jaka jest zależność między PRZYCHODAMI, KOSZTAMI i ZYSKIEM.

Kultura

Kultura to ogół materialnych i niematerialnych wytworów człowieka powstających w procesach życia społecznego. Każde społeczeństwo wytwarza inne elementy kultury, tak aby były najbardziej dostosowane do jego potrzeb, służyły przetrwaniu i rozwojowi. Ważne są też cechy otaczającej przyrody, rośliny, zwierzęta, dostępne źródła pożywienia, ale też klimat tworzą pewne możliwości zaspokajania różnych potrzeb podstawowych i wyższych, ale też tworzą ograniczenia (np. podróżowania, przekształcania środowiska).

Dlatego w różnych kulturach można znaleźć odmienne odpowiedzi na pytania zasadnicze (np. dotyczące prawdy o świecie, sensu istnienia człowieka, celów życiowych). Inną kulturę tworzą zbiorowości małe, a inną wielkie, inną potęgi gospodarcze czy militarne, a inną społeczeństwa odgrywające marginalną rolę w światowym systemie, inną homogeniczne kulturowo, inną heterogeniczne, złożone z wielu rozmaitych grup.

W dzisiejszym świecie społeczeństwa stają się coraz bardziej różnorodne – jego członkowie mówią różnymi językami, mają inne ideały, inne modele życia. Na przykład w polskich szkołach uczą się dzieci, które w domu mówią na przykład po słowacku, rosyjsku, białorusku, litewsku, ukraińsku, chińsku, niemiecku... Uczą się nie tylko polskiej kultury i polskiej historii, ale także elementów własnej kultury (rosyjskiej, niemieckiej i tak dalej), wreszcie elementów kultury różnych krajów europejskich czy z innych kontynentów. Wynika z tego, że im bardziej zróżnicowane społeczeństwo, tym bogatsza musi być kultura. Nie zawsze tak jest. Na przykład przez wiele lat pomijano w programach szkolnych dorobek kulturowy Aborygenów w Australii czy Indian w Ameryce Północnej. W efekcie członkowie tych grup czuli się wykluczeni, często nie byli też traktowani jako pełnoprawni członkowie danego społeczeństwa.

Niektóre części składowe kultury są materialne (mają postać konkretnych rzeczy), inne niematerialne (na przykład zasady zachowania, wierzenia itp.).

Kultura składa się z elementów powstałych w różnych okresach, modyfikowanych, zmieniających się w toku dziejów. Kolejne pokolenia dodają pewne elementy (lub część dotychczasowych odejmują, zmieniają istniejące, nadają nowe znaczenia w zależności od zmieniających się potrzeb społeczeństwa.

Nierówności społeczne

Nierówny dostęp do najbardziej cenionych dóbr i wartości. Na przykład nierówności w dochodach – jedni zarabiają więcej, inni – nawet wykonując podobną pracę – mniej. To w wielu krajach dotyczy kobiet. Nierówny może być dostęp do edukacji, nierówności dotyczą też możliwości realizowania celów życiowych.

Podobnie jak zbiorowości zwierzęce, także społeczeństwa i grupy ludzkie zawsze były zróżnicowane. Podstawą podziału od zawsze były na przykład różnice płci czy wieku czy pozycji w grupie. Podziały w społecznościach ludzkich były (i są) bardziej skomplikowane, zmieniają się też w czasie. Stały się wyraźniejsze od czasów osiedlenia się i ukształtowania własności prywatnej (społeczeństwa wczesno – rolnicze). Pojawiły się różnice bogactwa, prestiżu, władzy.

Skutki nierówności społecznych

Wysoki poziom nierówności społecznych może wywoływać osłabianie więzi społecznych, obniżanie kapitału społecznego (poziom zaufania, przestrzeganie norm społecznych), konflikty społeczne, marginalizację pewnych grup lub jednostek, zwiększenie przestępczości, wolniejszy rozwój społeczny i gospodarczy, obniżanie jakości edukacji, wyższy poziom niezadowolenia społecznego, wzrost agresji...

Marketing

Tak określamy cały, szeroki zbiór sposobów wspierania sprzedaży dóbr i usług. To również taki sposób prowadzenia firmy czy działalności, dla którego najważniejszy jest klient. Dzisiejszy świat jest pełen producentów, którzy produkują wiele podobnych towarów. Powstaje pytanie jak sprawić, żeby Klient wybrał właśnie nasz produkt i żeby wydał pieniądze właśnie w naszym sklepie a nie w innym.

Marketing wykorzystuje wiele sposobów, aby przekonać konsumenta, że to właśnie tego produktu potrzebuje. Wśród tych narzędzi możemy wyróżnić np. reklamę i promocję. Wykorzystując narzędzia marketingu producenci chcą zrealizować różne cele. Przykładowo mogą informować klientów o nowym produkcie, który właśnie wprowadzili na rynek. Producenci chcą, żeby klienci poznali ich produkt, żeby zrozumieli do czego służy i wybrali go podczas zakupów. Przykładowo producenci gier komputerowych prezentują swoją nową grę, którą właśnie wypuścili na rynek – ich celem jest pokazanie tej gry graczom i przekonanie klientów, żeby ją właśnie kupili.

Producenci mogą również chcieć przypomnieć klientom o swoim produkcie. Kiedy ich produkt od dłuższego czasu jest obecny w sprzedaży. W takiej sytuacji klientom trzeba przypominać o produkcie po to, żeby nie zaczęli kupować produktów innego producenta. Tak właśnie robią np. producenci słodczy, klienci znają ich produkty, kupują je, ale z czasem chcą zmienić producenta i kupić np. inną czekoladę. Dlatego producent czekolady chętnie korzysta z narzędzi przypominający klientowi o swoich produktach.

Często celem działań marketingowych staje się wyróżnienie firmy czy produktów spośród innych producentów. Działania marketingowe służą wtedy np. tworzeniu identyfikacji wizualnej. Kiedy wchodzicie do tzw. fastfood'u zwróćcie uwagę, że każda sieć ma swój wystrój restauracji a pracownicy są ubrani w ten sam sposób. Podobnie wygląda to w przypadku różnych sieci handlowych operatorów telefonicznych i innych sklepów sieciowych. Podobieństwo wystroju, ubioru czy nawet sposobu obsługi służy temu, żeby klient poczuł się jak w miejscu mu znanym, a przecież do znajomych miejsc się wraca. W ten sposób producenci i sprzedawcy, za pomocą działań marketingowych sprawiają, że lubimy wracać do sklepów czy restauracji, które znamy,

MARKETING pozwala również na tworzenie, dbanie i budowanie marki. Przez markę najczęściej rozumiemy znak producenta, ale tak naprawdę marka to również sposób odbierania tego znaku przez klientów, to renoma, jaką cieszy się ten producent i produkty, które oferuje na rynku. Marka budzi zaufanie, potwierdza, jakość produktów, pomaga w promocji i sprzedaży produktów. Warto zwrócić uwagę np. na to jak postrzegamy japońskie lub niemieckie marki samochodów. Dzięki temu, że marki te kojarzą się pozytywnie to klienci kupują produkty tych przedsiębiorstw w pełni ufając producentowi. Inne firmy muszą prowadzić wiele działań marketingowych, żeby ich produkty sprzedawały się równie dobrze. Mimo tych działań nie zawsze można powtórzyć sukces innych. Ważne jest, aby przekaz i informacje przekazywane za pomocą narzędzi marketingowych były prawdziwe. Kłamstwo w sprzedaży nie pozwoli nam na zbudowanie zaufania do produktów czy do marki. Oznacza to, że nawet, jeśli producent będzie wydawał duże środki na promocję i reklamę to, jeżeli produkty będą słabej jakości to klienci nie będą ich kupować. Dlatego oprócz promowania produktów marketing wymusza na producentach dbanie, o jakość produkowanych dóbr i usług.

Normy

Wytworzone w danym społeczeństwie **ZASADY** określające akceptowane i oczekiwane rodzaje zachowań w różnych sytuacjach. Normy regulują zachowania i działania o różnym znaczeniu, od zasady, że młodsza osoba pierwsza się kłania starszej, do zasady, że każdy człowiek, także morderca, ma prawo do uczciwego procesu i obrony.

Podstawą tych zasad są przekonania na temat dobra i zła w danym społeczeństwie, które mogą być wytworzone w ramach kultury, religii, prawa. Tak powstały normy obyczajowe, 10 przykazań, kodeks prawny, przepisy ruchu drogowego i tak dalej. Niektóre normy, zwłaszcza dotyczące najważniejszych problemów społecznych znajdziemy zarówno w kulturze, jak i w religii i prawie, przykładem jest tu norma NIE ZABIJAJ. Inne mają charakter wyłącznie norm religijnych jak przykazanie NIE BĘDZIESZ MIAŁ CUDZYCH BOGÓW NADE MNĄ. A na przykład norma PAMIĘTAJ ABYŚ DZIEŃ ŚWIĘTY ŚWIĘCIŁ jest normą religijną, ale też obyczajową. Za nieprzestrzeganie norm przewidziane są kary czyli sankcje: w przypadku norm obyczajowych to może być dezaprobata, czasami potępienie ze strony innych, utrata miejsca w społeczeństwie; w przypadku norm religijnych kara może być konieczność odbycia pokuty, czasami wykluczenie ze społeczności wiernych. Złamanie normy prawnej wiąże się z karą grzywny, więzienia, czy innymi kar przewidzianych w kodeksie .

Czy **wszyscy** członkowie społeczeństwa muszą **zawsze** przestrzegać norm? Odpowiedź z pozoru jest oczywista „**TAK, WSZYSCY, TAK ZAWSZE**”. Ale czy na pewno?

Na przykład norm religijnych muszą przestrzegać te osoby, które są wyznawcami danej religii, inni nie są zobowiązani.

Prawa musimy przestrzegać wszyscy. Ale są pewne przepisy, które odnoszą się do pewnych grup. Na przykład te, które dotyczą obowiązków rodziców wobec dzieci, czy dzieci wobec rodziców. Są też normy odnoszące się do pewnych zawodów jak kierownicy, czy lekarze, czy nauczyciele.

Niektóre normy są bardzo rygorystyczne i muszą być realizowane w pełni – na przykład wiele norm prawnych, przepisy ruchu drogowego; inne pozostawiają pewną swobodę w postępowaniu – na przykład sposób okazywania szacunku starszym, czy funkcjonowanie różnych członków rodziny.

W różnych społeczeństwach działają różne normy, choć są takie bardziej uniwersalne, na przykład pewne normy prawne obowiązują w wielu krajach, normy religijne związane z konkretną religią obowiązują wyznawców tej religii we wszystkich krajach.

Normy zmieniają się. Na przykład równe prawa obywatelskie dla kobiet wprowadzano w różnych krajach w różnym czasie, Deklarację Praw Dziecka – w 1924 roku. Przyczyniło się to do zmian w kodeksach prawnych, ale także w normach obyczajowych.

W wielu społeczeństwach normy obyczajowe dotyczące kobiet różnią się od tych, które dotyczą mężczyzn. Na przykład jeszcze kilkanaście lat temu w Tunezji kobieta, która chciała studiować weterynarię, musiała mieć pozwolenie ojca lub męża (czyli była to nawet norma prawna), ale nawet kiedy zniesiono to prawo wiele osób uważało, że kobiety nie powinny być zbyt samodzielne w podejmowaniu decyzji.

Perspektywa socjologiczna

Oznacza to patrzenie na otaczającą rzeczywistość w szczególny sposób. Socjolog analizuje rozmaite zdarzenia, zachowania, przedmioty itd. biorąc pod uwagę na przykład ich społeczne przyczyny, społeczne znaczenie, rolę jaką odgrywają w życiu społecznym.

Przykład: ważny przedmiot w naszym życiu – smartfon może być analizowany między innymi przez ekonomistę (na przykład jego cena, długość funkcjonowania na rynku określonego modelu, koszty eksploatacji w porównaniu do korzyści jakie ma posiadacz tego przedmiotu); przez inżyniera zajmującego się materiałoznawstwem (na przykład, poszukiwanie najlepszych materiałów, najlżejszych, mających najlepsze właściwości z punktu widzenia wymagań technicznych), inżyniera środowiskowego (na przykład z punktu widzenia zagrożeń dla środowiska powstających elektrośmieci,) i przedstawicieli różnych innych zawodów.

SOCJOLOG zastanowi się na przykład jaką rolę pełni smartfon w życiu nastolatka i seniora; jak wpływa na sposób naszego funkcjonowania w grupie koleżeńskej i rodzinnej; czy chęć posiadania określonego typu smartfona wiąże się z dążeniem do zdobycia popularności w grupie; do jakich celów używamy tego przedmiotu; w jakim stopniu jest dla nas ważny i dlaczego?

Popyt

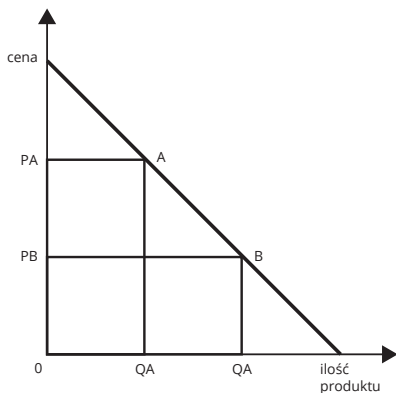
Zapotrzebowanie i jednocześnie skłonność do zakupu jakiegoś dobra po określonej cenie. Popyt obrazuje nasze potrzeby i preferencje. Można powiedzieć, że popyt to odpowiedź na pytanie, czego potrzebujesz i zarazem na co wydałbyś/wydałabyś pieniądze, które posiadasz?

Kiedy mówimy o popycie mówimy zawsze o cenie dobra, ponieważ przyjmujemy, że popyt jest to zależność pomiędzy ceną dobra a ilością tego dobra. Efektem tej zależności jest linia na wykresie, która pokazuje ile, jako grupa, kupimy dóbr przy danym poziomie ceny.

Popatrz na poniższy wykres popytu na rowery w Polsce – ta linia pokazuje jak będziemy się zachowywać jako określona grupa osób (np. mieszkańcy jakiegoś miasta czy państwa), kiedy cena rowerów będzie się zmieniać. Zatem wykres popytu pokazuje, że kiedy cena roweru jest wyższa (np. 1000 zł) to my kupimy ich mniej, kiedy cena rowerów spadnie (np. do 500 zł) to kupimy ich więcej.

Na podstawie długoletnich obserwacji zachowań ludzi Alfred Marshall stworzył **PRAWO POPYTU**, które mówi, że **wraz ze wzrostem ceny maleje ilość kupowanego dobra i odwrotnie, kiedy cena spada ilość kupowanego przez konsumentów dobra będzie rosła**. Można popatrzeć na to prawo również z drugiej strony i interpretować je w taki sposób: Jeżeli na rynku pojawi się dużo dóbr np. rowerów to cena tych rowerów będzie niższa, jeżeli natomiast rowerów będzie mało to cena rowerów na rynku wzrośnie.

Dzięki znajomości prawa popytu wiemy, że liczba produktów, które oferujemy na rynku będzie wpływać na poziom ceny tego dobra. Jeśli chcemy wyprodukować dużą liczbę dóbr (np. rowerów) to w konsekwencji musimy się liczyć z tym, że cena tych rowerów spadnie. Natomiast jeśli ograniczymy liczbę dóbr na rynku to możemy liczyć się z tym, że cena tego dobra będzie wyższa.



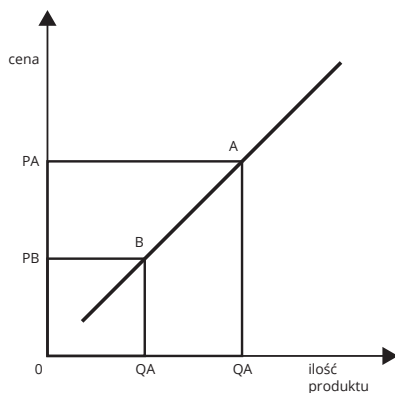
Podaż

Ilość dóbr lub usług oferowanych na rynku przez sprzedawców lub producentów po określonej cenie. Podaż to spojrzenie na rynek oczami producentów i wytwórców. Podaż obrazuje opłacalność ich pracy, jaką jest wytwarzanie dóbr czy też oferowanie usług. Można powiedzieć, że podaż to odpowiedź na pytanie, ile przedsiębiorcy wytworzą produktów przy danej ich cenie oraz czy przedsiębiorcy opłaca się tracić swój wolny czas na ich produkcję?

Podobnie jak w przypadku popytu, kiedy mówimy o podaży mówimy zawsze o cenie dobra. Przyjmujemy, że podaż jest to zależność pomiędzy ceną dobra a ilością tego dobra. Efektem tej zależności jest linia na wykresie, która pokazuje ile przedsiębiorcy wytworzą dóbr lub usług przy danym poziomie ceny.

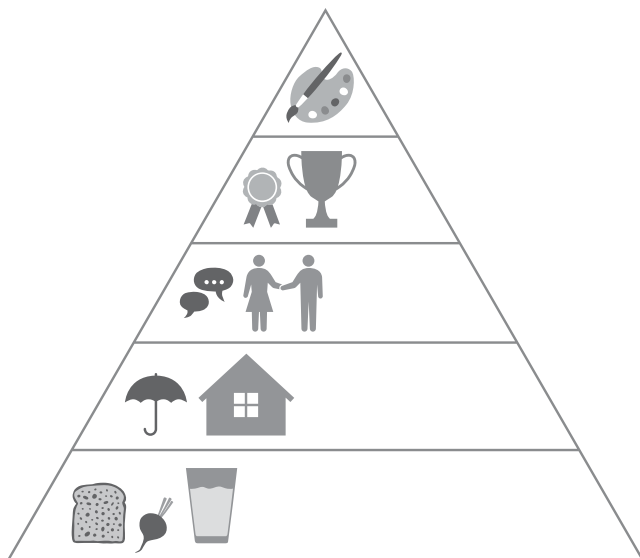
Popatrz na poniży wykres podaży rowerów w Polsce – ta linia pokazuje jak będą się zachowywać ludzie, którzy produkują rowery w Polsce, kiedy cena rowerów będzie się zmieniać. Zatem wykres podaży pokazuje, że kiedy cena roweru jest wyższa (np. 1000 zł) to polscy producenci rowerów wyprodukują więcej rowerów i wystawią je na sprzedaż. Natomiast, kiedy cena rowerów spadnie (np. do 500 zł) to wielu producentom przestanie się ta produkcja opłacać i dlatego, jeśli cena spadnie to na rynku będzie mniej rowerów. Część przedsiębiorców zrezygnuje z produkowania kolejnych rowerów na których nie będą mogli zarabiać i zamiast produkować rowery zaczną produkować np. bardziej opłacalne przy takich cenach hulajnogi albo wybiorą czas wolny np. wyjście z kolegami do kina.

Podobnie jak w przypadku popytu, na podstawie długoletnich obserwacji zachowań ludzi Alfred Marshall stworzył **PRAWO PODAŻY**, które mówi, że **wraz ze wzrostem ceny rośnie liczba dóbr i usług które producenci oferują na rynku natomiast, kiedy cena spada liczba oferowanych na rynku dóbr będzie mniejsza**. Można popatrzeć na to prawo z innej strony i interpretować je w taki sposób: Jeżeli na rynku pojawiła by się duża liczba osób chcących kupić rowery to, aby zaspokoić ich potrzeby i wyprodukować więcej rowerów to ich cena musi wzrosnąć, natomiast jeśli chętnych na rowery będzie mało, to aby wyprodukować tak małą liczbę rowerów cena będzie mogła być niższa.



Potrzeba

Sytuacja, w której dana osoba (lub grupa osób) odczuwa brak ważnych dla niej (dla nich) przedmiotów, możliwości, emocji. Osoba (osoby) ta pragnie zmienić tę sytuację, czyli zaspokoić potrzebę. Odbывается to poprzez podjęcie działania, zmianę swojego zachowania, zmianę miejsca, w którym się znajduje i tak dalej. W tym sensie występowanie potrzeb motywuje nas do aktywności różnego rodzaju. Psychologowie i socjologowie rozmaicie opisywali potrzeby odczuwane przez jednostkę i całe grupy społeczne. Jedną z najbardziej znanych klasyfikacji przedstawił Abram Maslow w swojej znanej Piramidzie Potrzeb (na rysunku poniżej)⁶:



Poza tym możemy wyróżnić potrzeby RZECZYWISTE, potrzeby OTOCZKOWE i potrzeby POZORNE.

Na przykład, jeśli chodzi o jedzenie, to potrzebą RZECZYWISTĄ jest konieczność zjedzenia czegoś o odpowiedniej kaloryczności, zawierającego niezbędne dla człowieka składniki, takie jak witaminy, minerały..., potrzebą OTOCZKOWĄ, to, że chcemy zjeść potrawy ładnie podane, albo w miłej restauracji, wreszcie potrzeba POZORNA, to poczucie, że trzeba uzupełniać nasze jedzenie o jakieś sztuczne składniki „wzbogacające”, na przykład suplementy witamin czy białka. Takie potrzeby pozorne, to często skutek akcji reklamowych.

6 Źródło: http://www.zarzyccy.pl/p_piramida-potrzeb-maslowa.html

Psychologia

Psychologia współcześnie rozumiana jest jako nauka zajmująca się ludzkimi czynnościami lub zachowaniami, które składają się zarówno z procesów umysłowych, jak i z zewnętrznych, obiektywnych i fizycznych reakcji. Ph. Zimbardo, autor najpopularniejszego podręcznika do psychologii, zdefiniował psychologię jako „naukowe badanie zachowania jednostek i ich procesów psychicznych”.

Wielu psychologów szuka odpowiedzi na podstawowe pytanie: jaka jest natura natury ludzkiej? Psychologowie próbują znaleźć odpowiedź na to pytanie, analizując procesy zachodzące w każdym z nas, uwzględniając przy tym zmiany zachodzące w otoczeniu.

Psycholog w swojej pracy ma za zadanie opisywać, wyjaśniać, przewidywać zachowania oraz nimi kierować. Opis powinien być jak najbliższy rzeczywistości, obiektywny i oparty na danych. Wyjaśnienia mają stanowić interpretację zebranych wcześniej danych, na podstawie których można przewidzieć coś, co zdarzy się w przyszłości. Dlatego też psychologowie chcą wykryć „jak działa” ludzkie zachowanie i jakie rządzi nim prawidłowości. Ostatni cel, związany z kierowaniem tym co się dzieje, może polegać na wzmacnianiu zachowań pozytywnych (takich jak np. zdrowy tryb życia) oraz ograniczania zachowań negatywnych (stąd rola psychologów w opracowywaniu programów społecznych, np. zachęcających do rzucenia palenia).

Psychologia społeczna

To dziedzina psychologii zajmująca się problematyką poznawania przez człowieka otoczenia – tworzenia wiedzy o otoczeniu, która może być następnie wykorzystana w zachowaniu. Psychologowie próbują odpowiedzieć na pytania czy wszyscy ludzie uczą się tak samo? Czy mają taką samą wiedzę o wspólnym otoczeniu?

Poznanie to zdolność człowieka do odbierania informacji z otoczenia i przetwarzania ich w celu skutecznej kontroli własnego działania – dlaczego zatem jedni przetwarzają szybciej, a drudzy gorzej? dlaczego odbierając te same informacje z otoczenia możemy zachowywać się odmiennie? Zdaniem psychologów, w umyśle każdego człowieka powstaje wewnętrzna poznawcza reprezentacja świata. Jest on tworzona aktywnie i dynamicznie się zmienia. W jej skład wchodzi zarówno ogólny obraz świata w umyśle, jak również poszczególne reprezentacje – a zatem składniki tego obrazu. Składniki te są wynikiem aktywności umysłu oraz doświadczeń własnych, dlatego też każdy człowiek ma odmienny obraz świata.

Przychody

Jedno z pojęć służące do opisanego jak działa przedsiębiorstwo oraz informujące czy dane przedsięwzięcie jest opłacalne. Dotyczy to zarówno dużego przedsiębiorstwa jak i jakiejś naszej małej inwestycji.

PRZYCHODY to suma wszystkich wpływów z działalności jaka prowadzimy w danym okresie. Innymi słowy jest to suma pieniędzy, którą znajdziemy w kasie po zakończeniu dnia pracy (to przychód dzienny), a jeśli chcemy to podliczać miesięcznie to jest to suma pieniędzy jaka trafiła do naszej kasy w ciągu miesiąca (przychód miesięczny).

Jednak to nie znaczy, że jest to kwota, którą zarobiliśmy. To zresztą jest częsty problem, kiedy przedsiębiorca zaczyna myśleć, że te pieniądze może po prostu wydać. Jeśli ktoś tego nie rozumie i traktuje te pieniądze jako swój zarobek to jego firma **ZBANKRUTUJE** tzn. upadnie.

Zobacz hasło **ZYSK**, żeby przekonać się jaka jest zależność między **PRZYCHODAMI**, **KOSZTAMI** i **ZYSKIEM**.

Pułapki społeczne

Pułapki społeczne są trochę inne niż pułapki na myszy na przykład, ale też mają zarówno przynętę (coś co nas kusi) jak i stwarzają niebezpieczeństwo.

Zwyczaj wygląda to tak, że w trudnych sytuacjach społecznych osoby (a czasem całe grupy społeczne) decydują się na zachowania i działania korzystne dla nich. To właśnie jest przynęta – wierzymy, że działając bez zwracania uwagi na potrzeby innych osób osiągniemy własne korzyści, załatwimy jakieś swoje sprawy, osiągniemy sukces. Czasem się to udaje, jednak często oznacza to szkodę lub kłopoty dla innych osób. Tymczasem, w społeczeństwie różne grupy i osoby mają różne powiązania z innymi, zależą od pomocy innych, od dobrej współpracy. Jeśli jakaś osoba (lub grupa) wybiera takie egoistyczne rozwiązania i nie dba o innych, może szybko znaleźć się w sytuacji kogoś, kogo nikt nie lubi, komu nikt nie chce pomagać, komu się nie ufa. To właśnie nazywamy **PUŁAPKĄ SPOŁECZNĄ** czyli błędnym rozwiązaniem nie przynoszącym oczekiwanych rezultatów, które jest nawet powtarzane mimo, że nie ma dla niego uzasadnienia i mimo że uzgodnienie interesów przyniosłoby korzyści obu stronom! [Hankiss, 1986]

PRZYKŁAD:

Na drodze szybkiego ruchu leży przeszkoda – wielki konar utrudniający płynny przejazd kierowcom. Wydawałoby się, że najprostszym i najlepszym rozwiązaniem było zatrzymanie samochodu i odsunięcie tego konara. Jednak mijają minuty a żaden z kierowców nie decyduje się na to. Każdy po kolei czeka aż z naprzeciwka nie będzie jechał żaden pojazd i po prostu wymija przeszkodę. A gdyby tak ktoś się jednak zdecydował, a zwłaszcza gdyby zdecydowało się na taką wspólną akcję dwóch lub trzech kierowców problem szybko zostałby rozwiązany. Jednak to się nie dzieje, a w międzyczasie tworzy się korek ogromnie spowalniający przejazd. I ten korek staje się coraz większy. Kolejni kierowcy są coraz bardziej zdenerwowani czekaniem i jeszcze bardziej spieszą się żeby przeszkodę wyminąć.

Dlaczego nikt nie zdecydował się na usunięcie tej przeszkody?

Przyczyny mogą być różne:

- niektórzy uważają, że to nie ich sprawa, tylko na przykład Zarządu Dróg czy jakiejś innej instytucji
- inni sądzą, że szkoda czasu na wysiadanie, liczą na to, że zaraz przejadą i ICH problem się rozwiąże
- jeszcze inni myślą: przecież przejechało już wielu kierowców i żaden się nie zatrzymał. Dlaczego to muszę być ja?
- albo myślą: gdyby ten przede mną wysiadł i zaczął odsuwać przeszkodę, to może bym się przyłączył, ale w takiej sytuacji...

Rola społeczna

Rola społeczna – czyli na przykład rola ojca, rola nauczyciela, rola ucznia, to zestaw zachowań i sposobów działania, których oczekujemy i wymagamy od osoby zajmującej dane miejsce w grupie społecznej, rodzinie, przedsiębiorstwie itd. Osoba pełniąca taką rolę ma zarówno pewne prawa jak i obowiązki. W różnych społeczeństwach te same role, na przykład rola matki, czy rola ucznia mogą wiązać się z innymi oczekiwaniami i wymaganiami.

Czy rola społeczna ma coś wspólnego z rolą, jaką aktor ma w filmie czy sztuce teatralnej? Trochę tak. Często, zwłaszcza w filmach historycznych aktor, czy aktorka musi nie tylko nauczyć się tekstu, ale też dowiedzieć się czegoś więcej o postaci, którą gra, nauczyć się poruszać w dawnym stroju, albo posługiwać różnymi przedmiotami, których już dawno nie używamy.

Roli społecznej też się uczymy. Na przykład żeby zostać nauczycielem musimy nie tylko dobrze nauczyć się przedmiotu, czy przedmiotów które dana osoba będzie prowadzić, ale też na przykład metod nauczania i sprawdzania wiedzy. Trzeba mieć wiedzę z psychologii rozwojowej (to taka dziedzina, która zajmuje się rozwojem dziecka), wiedzieć jak działa pamięć, jak długo dziecko w określonym wieku może utrzymać uwagę w czasie lekcji.

Nie wszystkich ról społecznych uczymy się w szkole czy na studiach. Jak być ojcem czy matką uczymy się trochę na zajęciach w szkole, ale przede wszystkim od swoich rodziców, dziadków, czasem czytamy rozmaite książki na ten temat. W każdym społeczeństwie istnieją też wzory kultury pokazujące takiego „idealnego ojca” czy „idealną matkę”. Inaczej wychowuje się dzieci w Afryce, inaczej w Stanach Zjednoczonych, inaczej w Polsce czy Japonii.

Czy każdy może wykonywać każdą rolę społeczną?

W przypadku filmu czy teatru czasami zdarza się, że dany aktor (aktorka) zupełnie nie pasuje do roli. Wtedy można albo szukać kogoś kto bardziej pasuje, albo zmienić koncepcje roli, (a nawet zamienić rolę męską na żeńską). A jak to jest w społeczeństwie?

Jochen Metyger wraz ze swoją rodziną zdecydował się na eksperyment: przez miesiąc dzieci zamieniły się rolami z rodzicami. Dzieci dostały pieniądze na cały miesiąc, musiały zaplanować wydatki, robić zakupy, gotować, sprzątać. Rodzice musieli słuchać swoich dzieci i wykonywać ich polecenia związane z codziennym życiem domowym. [Demokracja. Co to jest? s. 13]. Okazało się jednak, że to nie jest takie proste. Rodzice zachowywali się jak dzieci, nie byli zbyt posłuszni, nie bardzo też akceptowali to co się działo w kuchni czy generalnie w domu. Dzieci nie wiedziały jak radzić sobie z planowaniem wydatków, jak przekonywać swoje „dzieci” do wykonywania obowiązków domowych. W sumie, po miesiącu okazało się, że obie strony chętnie wróciły do swoich danych ról.

Rozwój

Duża liczba zmian (popatrz) układających się w pewien ukierunkowany ciąg jest określana jako **ROZWÓJ**. Chodzi tu o takie zmiany, które prowadzą do np. powiększania się liczby elementów, wzbogacania, większej złożoności struktury, pojawiania się nowych powiązań, nowych funkcji dla poszczególnych elementów jakiejś całości. Na przykład o **ROZWOJU** miasta, mówimy wtedy, kiedy przybywa mieszkańców, pojawiają się nowe dzielnice, nowe grupy społeczne (np. zawodowe czy grupy o odmiennej kulturze), kiedy miasta zaczyna pełnić nową funkcję (na przykład staje się stolica województwa). Możemy mówić o **ROZWOJU** gospodarki, w sytuacji, w której powstają nowe gałęzie przemysłu, pojawiają się nowe rodzaje usług, zwiększa się liczba i rodzaj towarów dostępnych na rynku, pojawiają się nowe miejsca pracy.

Miejsce, gdzie spotykają się **KUPUJĄCY** z **PRODUCENTAMI**. W efekcie tego spotkania dochodzi do **TRANSAKCJI** to znaczy kupna jakiegoś dobra lub usługi. Transakcja to Kupno (jeśli patrzymy za strony kupującego) lub Sprzedaż (jeśli patrzymy od strony sprzedającego) czyli takie działanie, które polega na ustaleniu ceny oraz ilości dóbr bądź usług, które mają zostać kupione.

Do bezpośredniego spotkania Kupującego z Producentem dochodzi najczęściej w przypadku usług. Idziemy do fryzjera, który wykonuje usługę ścięcia włosów, to właśnie jest rynek na którym kupujemy usługę i na którym za tę usługę płacimy.

Kupowanie dobra bezpośrednio od producenta może również dotyczyć kupna obrazu namalowanego przez artystę czy ręcznie wykonanej bransoletki, którą sprzedaje twórca na straganie na targach sztuki. Również możliwe jest to wtedy, kiedy dokonujemy zakupu przez internet np. kupujemy grę komputerową bezpośrednio od producenta czy zamawiamy buty albo bluzę w sklepie internetowym producenta.

Jednak na rynku najczęściej kupujemy rzeczy przez pośredników, a nie bezpośrednio od producenta. Robimy to głównie z powodu wygody. Dlatego na rynku pojawia się wielu pośredników, którzy kupują dobra bezpośrednio od producenta i następnie sprzedają te dobra nam (Konsumentom). W przypadku dóbr pochodzących z zagranicy takich pośredników może być bardzo dużo.

W takiej sytuacji do transakcji kupna i sprzedaży może dochodzić wiele razy. Oznacza to, że cena tego samego produktu może być różna w zależności od tego kto komu i kiedy ten produkt sprzedaje.

PRZYKŁAD:

Rołnik **PRODUKUJĄCY** banany sprzedaje banany **HURTOWNIKOWI**, **HURTOWNIK** sprzedaje banany **EKSPORTEROWI** (czyli takiej firmie, która wysłała towary za granicę), firma eksportowa sprzedaje banany **IMPORTEROWI** w innym kraju (importer to firma, która kupuje produkty za granicą i sprzedaje je w naszym kraju). **IMPORTER** sprzedaje banany **HURTOWNIKOWI**, od **HURTOWNIKA** banany kupuje **WŁAŚCICIEL SKLEPU**. Na końcu w sklepie banany kupujemy **MY**. Dopiero **MY** kupujemy Banany żeby je zjeść inaczej mówiąc skosztować. Osoba, która kupuje towar, żeby go później komuś sprzedać nazywana jest **POŚREDNIKIEM** natomiast osoba, która kupuje dobro po to żeby go np. zjeść lub używać to **KONSUMENT**.

Schemat:

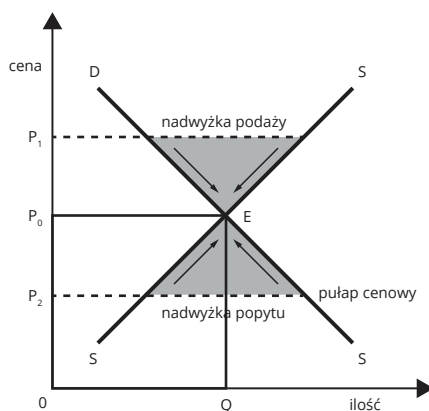
Rołnik w Afryce -> Hurtownik w Afryce -> Eksporter -> Importer -> Hurtownik w Polsce -> Sklepiarz -> Konsument (MY)

Mówimy, że na rynku występuje **NIEWIDZIALNA RĘKA RYNKU** oznacza to, że bardzo dużo transakcji kupna i sprzedaży razem doprowadza do ukształtowania się ceny, która odpowiada kupującym i sprzedającym. Dzięki temu na rynku pojawia się tyle produktów ile zostanie kupionych.

Jeżeli cena bananów będzie zbyt wysoka, wtedy producenci i sprzedawcy nie sprzedadzą wszystkiego co zostało wyprodukowane – ich magazyny będą pełne. Obawiając się, że niedługo banany mogłyby się zepsuć sprzedawcy obniżą ich cenę tak, żeby sprzedać cały zapas, który posiadają w magazynach. W ten sposób dochodzi do obniżki ceny na rynku, jeśli cena wcześniej była zbyt wysoka możemy się spodziewać, że w końcu cena bananów na rynku spadnie.

Natomiast gdyby na rynku cena bananów byłaby zbyt niska to konsumenci chcieliby kupić dużo więcej bananów niż dotychczas i w pewnym momencie zabrakłoby ich w sklepach. Dzieje się tak dlatego, ponieważ, kiedy cena jest zbyt niska to nie wszystkim opłaca się sprowadzać banany z zagranicy. Po to żeby zlikwidować ten brak produktów na rynku sprzedawcy chcieliby kupić od zagranicznych producentów więcej, ale importerzy poinformowaliby sprzedawców, że mogą sprowadzić więcej bananów, ale tylko po wyższej cenie. Ponieważ dopiero wtedy, kiedy cena wzrośnie będzie się im opłacało sprowadzić do Polski większą ich liczbę. W ten sposób dochodzi do wzrostu ceny na rynku, jeśli wcześniej była ona zbyt niska.

Obniżki i wzrosty ceny odbywają się samoczynnie, to chęć kupowania i sprzedawania wyrażania przez wielu ludzi decyduje o tym na jakim poziomie ukształtuje się cena produktu. I to zjawisko samoczynnego ustalania się ceny na rynku nazywamy MECHANIZMEM RYNKOWYM a innymi słowy NIEWIDZIALNĄ RĘKĄ RYNKU.



Sieci społeczne

Na społeczeństwo możemy patrzeć jako na sieć powiązań między wszystkimi ludźmi. Oznacza to, że każda osoba jest powiązana z wieloma innymi.

W jaki sposób?

Na przykład poprzez więzi rodzinne, towarzyskie, zawodowe, wspólne zainteresowania...

W sieciach społecznych uczestniczą także zbiorowości. Na przykład rodzina, szkoła, miasto, przedsiębiorstwo, państwo.

Uczestnictwo w sieciach pomaga w dostępie do informacji, pozwala poszerzać bezpośrednie kontakty społeczne o takie, które są potrzebne w konkretnej sytuacji, pozwala na wywieranie wpływu. Wykorzystujemy tu nie tylko osoby bezpośrednio powiązane z nami, ale także „znajomych znajomych” czy „znajomych znajomych znajomych”.

Warto wskazać, że nasza najbliższa sieć, jest z reguły dosyć nieduża. Rozpoznawać jesteśmy w stanie kilkaset osób, znacznie mniej to osoby, z którymi możemy utrzymywać regularne kontakty, spotykać się. Jednak w sytuacji kiedy na przykład szukamy pracy, czy potrzebujemy pomocy w innej sprawie uruchamiamy tak zwane „dalekozasięgowe” kontakty.

Spółeczeństwo

Spółeczeństwo to wiele połączonych ze sobą na różne sposoby osób, tworzących większe i mniejsze zbiorowości społeczne, takie jak rodziny, grupy przyjaciół, parafie, organizacje, przedsiębiorstwa, miasta, wsie, województwa, klasy szkolne, szkoły, uniwersytety i wiele, wiele innych.

Można powiedzieć o społeczeństwie, że jest całością społeczną, bo poszczególne elementy są ze sobą powiązane. Podstawa tych powiązań to m.in. wspólne terytorium, wspólny język, wspólna historia, wspólna religia, przestrzeganie wspólnych norm, podobne zwyczaje, podobne prawo. Zarówno poszczególne osoby, jak i całe zbiorowości społeczne połączone są różnymi relacjami, na przykład współpracy, przyjaźni, koleżeństwa, pomocy wzajemnej, konkurowania, konfliktu, naśladowania.

W XIX wieku próbowano opisywać społeczeństwo podobnie jak organizm biologiczny złożony z komórek tworzących tkanki, które tworzą poszczególne części organizmu, takie jak mózg, płuca czy nogi. Czasami przyrównywano społeczeństwo do maszyny składającej się z bardzo wielu części, od najdrobniejszych śrubek, do bardziej skomplikowanych elementów

Te porównania, choć wydawały się kuszące nie wystarczały do wyjaśniania sposobu funkcjonowania społeczeństwa, które przecież nie składa się z jednakowych komórek, czy śrubek, ale z ludzi, bardzo odmiennych od siebie, obdarzonych wolną wolą. Spółeczeństwo działa inaczej niż maszyna czy organizm, bo jego części składowe (czyli pojedyncze osoby lub zbiorowości) działają w sposób trudny do przewidzenia, kierują się własną wolą, własną oceną sytuacji.

Społeczne funkcje kultury

Kultura jest niezbędna dla dobrego działania rozmaitych całości społecznych. Bez wspólnych podstaw kulturowych niemożliwe lub znacznie utrudnione jest realizowanie rozmaitych działań takich jak porozumiewanie się, współpraca, konkutowanie, wywieranie wpływu, wymiana, radzenie sobie z konfliktami, rozwiązywanie problemów.

Kultura pozwala nam na dopasowanie świata, który nas otacza do naszych potrzeb i aspiracji. Dokonuje się to poprzez nadawanie światu znaczenia i sensu. Żyjący tysiące lat temu człowiek pierwotny miał nikiłe możliwości zrozumienia otaczającego świata, wpływania na rozmaite zjawiska czy ich wykorzystywanie. Pomagały mu w tym tworzone elementy kultury. Najpierw mity i magia, potem religia, wreszcie nauka. W ten sposób nasi przodkowie starali się czynić niezrozumiałe siły i procesy bardziej zrozumiałymi i bliskimi. Podobną rolę odgrywały też takie wytwory kulturowe jak baśnie czy legendy. To dążenie do rozumienia otaczającej rzeczywistości nigdy się nie kończy. Rozwój nauki i techniki zmienia świat i człowiek stale potrzebuje rozmaitych elementów kultury pełniących funkcje wyjaśniające.

Kultura Eskimosów obejmowała mity i legendy, które ułatwiała przetrwanie w trudnych warunkach Dalekiej Północy. Te opowieści uczyły ich szacunku dla siebie nawzajem, przestrzegały przed egoizmem i nakłaniały do życia we wspólnocie. Jedną z najważniejszych nauk płynącą z opowieści mówiła o konieczności pomocy innym w potrzebie, na przykład o dzieleniu się upolowanym mięsem nie tylko z rodziną czy przyjaciółmi, ale też z tymi, którzy nie zawsze są dobrzy i przyjaźni. Inna historia opowiada o szacunku dla zwierząt i zasadzie nie zabijania ich bez potrzeby. Nie wolno bowiem dla doraźnych korzyści zapominać o przyszłych dniach. [Walendziak, 2008;]

W kulturach pierwotnych ceniono ochronne amulety, często wykonane z kości lub zębów odważnych silnych zwierząt, powtarzano rytuały przygotowujące do polowań, ćwiczące koncentrację uwagi, szybkość, zdecydowanie w podejmowaniu decyzji. Elementem kultury plemiennych łowców były też tańce, przypominające dzisiejsze performance, opowiadające o wydarzeniach na łowach, o zwyczajach zwierząt itp. Malowidła naskalne sprzed wielu tysięcy lat także często poświęcone były zwierzętom i polowaniom. Niektórzy badacze tych prehistorycznych dzieł sztuki, mówią nawet o istnieniu czegoś w rodzaju „atlasów zwierząt”, w których zawarte były nie tylko ich wizerunki, ale także analizy sposobu poruszania się różnych gatunków [Cepik, 1985;78].

W kulturach rolniczych, bardzo ważne stawały się rytuały związane np. z przywoływaniem deszczu czy pierwszym wysiewaniem ziarna. Szczególnie istotną była obserwacja zmian pór roku, wylewów rzek, czy innych ważnych zjawisk przyrodniczych. Zmiany Księżyca, zaćmienie Słońca, wiązano z osiągnięciem (lub nie) wysokich plonów w rolnictwie. Pojawiły się nowe wierzenia, nowe ceremonie towarzyszące różnym etapom produkcji rolniczej, wytwarzaniu narzędzi, obróbce metali. Bogom przypisywano władzę nad wodą, deszczem, urodzajem... Trzeba było składać im ofiary, czy czcić ich w inny sposób żeby zyskać ich przychylność.

Inny ważny element kultury to reguły rządzące życiem społecznym. Obejmują nakazy i zakazy, które pozwalają nam w różnych sytuacjach postępować „jak należy” w danym społeczeństwie, jak zachowywać się na przykład podczas ważnych ceremonii, jak należy zachowywać się wobec rodziców, wobec nauczycieli itd.

Kultura też stwarza podstawy do jednoczenia się ludzi. Ta wspólnota tworzy się poprzez wspólne treści i wartości, których uczymy się w rodzinie, w szkole, w kościele, poprzez czytanie tych samych książek, oglądanie tych samych filmów, słuchanie tej samej muzyki...

Stereotypy

Stereotyp to uproszczony obraz jakiejś grupy społecznej polegający na przypisaniu wszystkim jej członkom z góry przyjętego zestawu cech (pozytywnych lub negatywnych). W ten sposób pomija się różnice między różnymi osobami należącymi do danej kategorii. Są one dosyć trwałe, raz przyjęte opinie o innych trudno modyfikować, nawet jeśli dostrzegamy fakty, które przeczą stereotypom.

Przykłady stereotypów:

Stereotypy odnoszące się do narodowości („typowy Niemiec”, „typowy Żyd”, „typowy Amerykanin”, „typowy Polak” itp.)

Stereotypy odnoszące się do zawodów (np. „bezduszny urzędnik”, „bogaty lekarz”, „dziwak artysta”)

Stereotypy odnoszące się do mieszkańców jakiegoś miejsca („dumni Warszawiacy”, „zacořani mieszkańcy Pcimia”, „uparci górale”, „pracowici Ślązacy” itp.)

Stereotypy odnoszące się do płci lub wieku („kobiety plotkarki”, „narzekający starsi ludzie”)

Stereotypy są bardzo powszechne, występowały i występują we wszystkich społeczeństwach. Pojawiają się one automatycznie w naszym umyśle warto zatem zapytać do czego są nam potrzebne?

Stereotypy ułatwiają nam funkcjonowanie w złożonym, skomplikowanym świecie, rozumienie tego co się wokół nas dzieje. Oferują proste odpowiedzi nie wymagające od nas wysiłku poznawczego. Wzmacniają nasze poczucie przynależności do określonej grupy.

Przed dominacją stereotypów w naszym myśleniu i ocenianiu świata chroni edukacja, wzrost wiedzy o różnych grupach. Ważne są też kampanie społeczne, wskazywanie na przykłady zaprzeczające stereotypom. Ważne jest ograniczanie reklam powielających stereotypowe obrazy np. kobiet czy osób starszych.

Symbol

To słowo pochodzi od greckiego *sýmbolon*, oznaczającego dawno temu rozłamany na pół przedmiot (np. pierścień, tabliczka), którego części otrzymywały dwie osoby zawierające jakąś umowę. W momencie realizacji umowy dopasowywano do siebie dwie połówki. To był w pewnym sensie symbol tej transakcji.

Dzisiaj **SYMBOLEM** nazywamy przedmioty, pojęcia, wyobrażenia powiązane ściśle z jakimś innym przedmiotem, przeżyciem [Kopaliński1990;7]. Na przykład krzyż symbolizuje wiarę chrześcijańską, chleb i sól (w kulturze polskiej) – powitanie. Wiele symboli łączy się z ważnymi świętami) – na przykład opłatek, czy siano ze Świętami Bożego Narodzenia, baranek, jajka ze Świętami Wielkanocnymi. Symbole pozwalają nam przekazać pewne treści w sposób skrótowy, zrozumiały dla pewnej grupy (na przykład wyznawców określonej religii).

Symbol Polski Walczącej jest zrozumiały raczej tylko w Polsce, (pod warunkiem, że ktoś uczy się porządnie historii oczywiście) no i może jeszcze znają go historycy zajmujący się historią Europy Wschodniej. Są też takie, które mają charakter uniwersalny) – są zrozumiałe dla przedstawicieli różnych kultur. Na przykład symbole oznaczające słońce, czy księżyc, labirynt, koronę.

Ślad ekologiczny

Ślad ekologiczny to jeden ze wskaźników używanych do zmierzenia stopnia wykorzystywania przez jednostki i społeczeństwa zasobów planety. Do mierzenia tego śladu, używa się tzw. *globalnego hektara* (gha). To pojęcie oznacza sumę powierzchni lądu i mórz, która jest potrzebna, aby wyprodukować wszystkie wykorzystywane przez nas zasoby i zutylizować (albo zaabsorbować) wszystkie wytwarzane przez nas odpady i zanieczyszczenia. Wskaźnik ten wyrażany jest w globalnych hektarach na osobę (gha/os.). Można powiedzieć, że jest to koszt naszego życia na Ziemi. Niestety, w skali globalnej zużywamy więcej zasobów niż powinniśmy, to znaczy, że w coraz większym stopniu żyjemy na kredyt. Niektóre kraje zużywają bardzo dużo zasobów na przykład Stany Zjednoczone, wiele krajów Europy, inne, jak kraje afrykańskie czy azjatyckie – mniej⁷. W interesie całej ludzkości powinniśmy starać się obniżyć swój ślad ekologiczny. Zanim to zrobimy dobrze by było zmierzyć swój indywidualny ślad ekologiczny⁸ i zastanowić się nad tym, co możemy zrobić, żeby ten wskaźnik obniżyć.

7 <http://sladekologiczny.org/index.php>

8 <http://mpgk.jgora.pl/jak-duzy-jest-twoj-slad-srodowiskowy>

Ślad wodny

Wskaźnik określający ile wody potrzeba do zaspokojenia wszystkich naszych potrzeb. Bierze się pod uwagę nie tylko bezpośrednie zużycie wody (np. wodę, którą pijemy, albo wodę zużywaną do mycia i sprzątanania), ale także pośrednie, na przykład wodę potrzebną do wyprodukowania energii elektrycznej, mięsa, chleba, bawełnianego podkoszulka i tak dalej. Zaspokojenie potrzeb przeciętnego Polaka (wyprodukowanie żywności, którą zjada, wyprodukowanie odzieży, pozbycie się śmieci, konsumpcja wody itd.) to UWAGA: 3900 LITRÓW! NA DOBĘ! Tyle wynosi nasz ŚLAD WODNY! Na wyprodukowanie kilograma wołowiny potrzeba aż 15 tysięcy litrów. A kilograma czekolady – 17 tysięcy! Nawet wydawałoby się niewinny biały podkoszulek bawełniany pozostawia imponujący ślad wodny. Do wytworzenia każdego z nich potrzeba 2500 litrów wody. Tymczasem na Ziemi, tylko niecałe 3% wszystkich zasobów wody, to woda pitna. Którą zresztą często wykorzystujemy do podlewania kwiatków, albo mycia samochodu. Tymczasem do takich celów wystarczyłaby na przykład deszczówka. Oczywiście gdybyśmy ją zbierali.

Na stronie www.waterfootprint.org możesz obliczyć swój własny ślad wodny.

Tłum jako typ aktywności zbiorowej

Tłum: tymczasowe skupienie ludzi zebranych w pewnym miejscu w związku z jakimś wydarzeniem, zaspokajaniem potrzeb.

Przykłady: tłumy na ulicach w związku z problemami komunikacyjnymi (albo godzinami szczytu), zgromadzenie w związku z poważnym wypadkiem ulicznym; publiczność na wielkim koncercie, w teatrze, masowej mszy, na meczu; pogrzeb znanej osoby gromadzący wielką liczbę osób; demonstracja; zamieszki.

Rodzaje tłumów

- Tłum przypadkowy (cechy: słabe interakcje między uczestnikami, przypadkowość uczestniczenia. Osoby zgromadzone wokół wypadku, wielka grupa ludzi na wyprzedży)
- Tłum konwencjonalny (jednostki zebrane w jakimś celu, na przykład pasażerowie na przystanku, widzowie w kinie)
- Tłum ekspresyjny (jednostki tworzące ten tłum łączy jakieś przeżycie emocjonalne, publiczność na masowej imprezie sylwestrowej, wierni zebrani na mszy)
- Tłum działający najczęściej nastawiony na destrukcję, wyładowanie negatywnych emocji (walczący ze sobą kibice przeciwnych drużyn, agresywna demonstracja siły).

Tłum przypadkowy, czy konwencjonalny może, stosunkowo szybko, przekształcić się w ekspresyjny lub nawet działający. Zależy to od wielu czynników. Na przykład tłum zgromadzony na wyprzedży może agresywnie zareagować na zakończenie promocji; osoby zgromadzone w związku z wypadkiem mogą wyrażać emocje w stosunku do sprawcy; jakieś niespodziewane wydarzenie na masowej imprezie sylwestrowej może wywołać emocjonalne reakcje i działania.

Tolerancja

Tolerancja jest przeciwieństwem postawy ETNOCENTRYCZNEJ, tzn. takiej, która każe nam członków własnej grupy oceniać i opisywać lepiej niż członków grupy innej, zwłaszcza różniącą się w kwestiach dla nas zasadniczych. TOLERANCJA oznacza akceptację odmienności, przyjęcie założenia, że być może „inni” mają coś do zaoferowania, coś co można rozważyć jako alternatywę. Zakłada rozumienie „innych”, a także dążenie do poszerzania swojej wiedzy o różnych kulturach. Czasami przez TOLERANCJĘ rozumiemy „nie zauważanie” różnic kulturowych, traktowanie wszystkich jednakowo.

Kultura odgrywa istotną rolę w tworzeniu atmosfery zaufania i przeciwdziałaniu nieufności. To dzięki wspólnemu uczestnictwu, poznawaniu tych samych dzieł kultury, wspólnym wzorom, wartościom, rozmowom, dyskusjom, (a nawet czasem kłótniom), potrafimy dochodzić do porozumienia, budować MOSTY zamiast MURÓW. Dzięki kontaktom międzykulturowym jednostki i zbiorowości uczą się wzajemnego poszanowania swoich racji, tolerancji i otwartości. Rozszerza się także zakres wiedzy jednostkowej i zbiorowej, rozszerza się znajomość języków obcych, coraz więcej wiemy o historii, geografii, zwyczajach, możemy umiejscowić poglądy czy opinie „innych” w szerszym kontekście, i w ten sposób lepiej je rozumieć. Także wiedza o nas samych zyskuje przez spojrzenie niejako „z innej strony”.

Warto szukać przykładów tolerancji, także w naszej historii. Na przykład Podlasie to region wielu religii i kultur. Zwiedzanie Podlasia daje nam szansę przypomnienia sobie, że Polacy Litwini, Białorusini, Tatarzy byli przez długie pokolenia sąsiadami, że Żydzi, prawosławni, protestanci, katolicy i muzułmanie dzielili tę samą przestrzeń fizyczną, ale i społeczną, jako sąsiedzi, mieszkańcy tej samej wsi, członkowie lokalnej wspólnoty. Niewielkie Kruszyniany zwano wsią „trzyniedzielną” ze względu na to, że w miejscowym meczecie nabożeństwo odbywało się w piątki, w synagodze – w soboty, a kościele katolickim i w cerkwi – w niedzielę. Małe Krynki, jedno z najpiękniejszych miasteczek Podlasia, z zachowanym tradycyjnym układem urbanistycznym i nierówno brukowanymi uliczkami mają wśród swoich zabytków zarówno synagogę i wielki (niestety zaniedbany) cmentarz żydowski, cerkiew i cmentarz prawosławny, a także kościół pod wezwaniem św. Anny i cmentarz katolicki. Takich tradycji i takich miejsc dokumentujących, że dialog i współistnienie było w praktyce możliwe jest na tym obszarze Polski, i także na innych sporo.

Uniwersalizacja kultury

Współczesne kultury nabierają cech uniwersalnych. Na całym świecie ludzie ubierają się podobnie (na przykład wszędzie niemal noszone są dżinsy), ujednolicają się sposoby spędzania wolnego czasu, oglądamy te same filmy (np. „Gra o tron”, czy „Król Lew” są pokazywane w większości Kraków świata), czytamy te same książki (te same komiksy), gramy w te same gry. Podobne są w skali świata zabawy (i zabawki), uprawiane sporty...

Wartość

Bardzo ważne elementy każdej kultury to **wartości**, CZYLI PRZEKONANIA O TYM CO JEST NAJWAŻNIEJSZE W ŻYCIU, CO NAJBARDZIEJ POŻĄDANE, DLA CZEGO WARTO POŚWIĘCIĆ CZAS, SPOKÓJ, CZASEM NAWET ZDROWIE LUB ŻYCIE. Poprzez różne przekazy kulturowe, takie jak książki, filmy, obrazy, sztuki teatralne te **wartości** są w społeczeństwie upowszechniane. Wspólne wartości pozwalają ludziom się jednoczyć, działać razem, tworzyć sieci społeczne.

Przykłady wartości: życie rodzinne, niepodległość, wolność słowa, sprawiedliwość społeczna, dobrobyt materialny

Przykład: wartości kultury amerykańskiej

Bardzo zróżnicowane rasowo, religijnie, etnicznie społeczeństwo amerykańskie, którego członkowie pochodzili z bardzo odległych od siebie miejsc, potrzebowało innej kultury niż Polska w XIX wieku. Brakowało wspólnych tradycji, wspólnoty języka, obyczajów, wspólnych legend. Nic dziwnego, że to w USA powstała popularna kultura masowa odpowiadająca potrzebom tej bardzo różnorodnej zbiorowości. Kultura masowa dostarczała wyrazistych bohaterów o jednoznacznym charakterze (dobrych lub złych), jak Batman, Superman czy Captain America. Komiksy jako przekazy miały dodatkowo tę wyższość nad opowiadaniem, że posługiwały się maksymalnym uproszczeniem (obrazki, emotikony i minimum słów). Także wartości i sposób ich przekazywania odbiorcom miały walor „oczywistości”. Przykłady dostarczają tu rozmaite seriale i filmy familijne, a także klasyczne westery, pokazujące, w sposób mniej lub bardziej uproszczony, świat czarno-białych wartości, postaw, wyborów, zasad postępowania. Wielokrotnie powtarzane na najbardziej popularnych kanałach, utrwalają moralizujący przekaz (przy okazji wspierający budowanie dumy narodowej). Twórcom Domku na prerii, Rio Bravo czy komiksu o wyjątkowym przybyszu z planety Krypton chodziło o stworzenie pewnego puli wspólnych pozytywnych odniesień i wspólnie podzielanych wartości. Każda kultura ma swojego Waligóre, Janosika, Robin Hooda itd., zakorzenionych w mitach i ludowych baśniach, brak takiej „wspólnoty legend i baśni” w przypadku społeczeństwa amerykańskiego trzeba było zatem uzupełnić.

Wpływ społeczny

Ludzie mogą wzajemnie wpływać na swoje zachowania w sposób nieświadomy (na przykład samą swoją obecnością) lub świadomy. Ten świadomy wpływ może przyjąć formę perswazji, a zatem przekonywania kogoś do własnych racji. Szczególnym przykładem takiego wpływu jest manipulacja, czyli forma wywierania wpływu na osobę lub grupę w taki sposób, by nieświadomie i z własnej woli realizowała cele manipulatora.

Poniżej przedstawiono 6 zasad wpływu społecznego zaproponowanych przez psychologa społecznego R.Cialdiniego, które często wykorzystywane są po to, aby zachęcić innych ludzi to podjęcia określonych działań – na przykład zakupu jakiegoś produktu:

1. **Reguła wzajemności:** mówi nam o tym, że staramy odwdziżyć się osobie (lub firmie, instytucji), która nam coś dała.
2. **Społeczny dowód słuszności:** punktem odniesienia w naszych zachowaniach są reakcje na zachowania innych ludzi. Jeśli nie wiemy jak postąpić w danym momencie, podejmujemy decyzję na podstawie obserwacji innych.
3. **Reguła lubienia i sympatii:** częściej zgadzamy się na prośby osób, które darzymy sympatią: które są podobne do nas i które znamy.
4. **Reguła autorytetu:** wierzymy autorytetom z danej dziedziny, najczęściej przyjmując ich opinie w sposób bezrefleksyjny. Popularny przykład wykorzystania reguły autorytetu w świecie reklamy to aktorzy reklamujący leki czy też suplementy diety. Prosty zabieg polegający na ubraniu aktora w biały kitel wypowiedzenia przez niego kilka zdań polecających dany lek powoduje, że zaczynamy mu wierzyć.
5. **Reguła niedostępności:** reguła ta odwołuje się do założenia, że człowiek pragnie tego, co jest niedostępne albo czego jest mało. Ludzie bardziej cenią rzeczy, które są rzadkie, oryginalne. Wydają się nam one bardziej wartościowe, bo nie każdy może je mieć.
6. **Reguła zaangażowania i konsekwencji:** chcemy być postrzegani jako osoby konsekwentne w swych działaniach. Kiedy dokonujemy wyboru, zajmując stanowisko w danej sprawie chcemy być wiarygodni wobec samego siebie i wobec innych.

Współpraca

Współpraca – To działanie zharmonizowane, w którym poszczególne jednostki czy grupy wykonują zadania częściowe w osiągnięciu jednego wspólnego celu. Współpraca może być między osobami, między małymi grupami (np. rodzinami, grupami przyjaciół), między różnymi organizacjami, miastami, regionami, narodami.

Współpraca, jeśli ma być skuteczna, potrzebuje kanałów komunikowania się, możliwości porozumienia, wiedzy o partnerze, zaufania, lojalności, a także reguł współpracy, norm, sankcji. Wreszcie dla współpracy potrzebne są odpowiednie środki. Jeśli współpraca ma być skuteczna wymaga przystosowania się uczestniczących w niej stron, czasami ograniczenia własnej swobody, podziału funkcji. Może być narzucona, mniej lub bardziej ścisła, ponad konfliktami.

Wspólnota kulturowa

Wspólnota oznacza posiadanie wspólnego zasobu wartości i wzorów kulturowych odnoszących się zwłaszcza do trzech zakresów: prawdy, dobra i piękna. Chodzi tu o wspólnotę języka, tradycji życia zbiorowego, wspólny sposób postrzegania dobra i zła, wspólne wierzenia dotyczące prawdy, czyli reguł i zasad rządzących światem, przeżywanie i uznawanie tych samych symboli i wartości. Wspólnotowość jest niezbędnym warunkiem zbiorowego osiągnięcia celów. Wspólnota kulturowa tworzy się na bazie wspólnych przeżyć, doświadczeń, losów. Klasycznym przykładem wspólnoty kulturowej są małe grupy religijne, tradycyjne, nie wielkie społeczności wioskowe, czasem grupy wyznawców pewnych ideologii itp.

Współcześnie, wraz z rozwojem mediów społecznościowych, intensyfikacją użytkowania Internetu, tworzą się nowe formy wspólnot kulturowych – wspólnoty wirtualne, często komunikujące się intensywnie, ale nie utrzymujące kontaktów w realnym świecie.

Budowanie i wzmacnianie wspólnoty kulturowej nie jest łatwe. Potrzebne są wspólne cele i zadania realizowane przez grupę ludzi, którzy dołączają się do takich działań ponieważ akceptują podobne wartości, normy i zasady. Szczególna rola przypada tu wspólnemu świętowaniu, wspólnym uczestnictwie w wydarzeniach kulturalnych, tworzeniu czegoś ważnego razem. To może być np. wspólne tworzenie parku, udział w warsztatach związanych z ulepszaniem osiedla, organizacja zawodów sportowych, teatr amatorski i tak dalej.

Na Górnym Śląsku dzieci, które pierwszy raz idą do szkoły dostają od rodziców (dziadków) tak zwaną *tytę* (z niemieckiego to oznacza dużą torbę) napełnioną słodyczami a czasem też drobnymi zabawkami. Niektórzy etnografowie sądzą, że było to nawiązanie do rogu obfitości znanego z mitologii greckiej. Tradycyjnie *tytę* przygotowywała własnoręcznie mama lub babcia, oklejając papierowy róg kolorowymi naklejkami, bibułką i wstążką. Ten prezent miał osłodzić pierwszy dzień w szkole. Dzisiaj można kupić je gotowe w sklepie.

Wzór kulturowy to „dające się zaobserwować prawidłowości, powtarzania się określonych zachowań w podobnych sytuacjach”, to „mniej lub bardziej ustalony w zbiorowości sposób zachowania i myślenia”, „zachowanie lub myślenie, które odzwierciedla stałe sposoby działania i myślenia członków zbiorowości” [Włodarczyk, 2003 ;958].

Schematy postępowania w określonych sytuacjach, które przekazywane są w trakcie wychowania i edukacji. Uczymy się na przykład jak należy zachowywać się w konkretnych sytuacjach – na przykład kiedy idziemy na rozmowę o pracy, z wizytą do rodziny, zaczynamy chodzić do szkoły i tak dalej. Wiele wzorów związanych jest ze sposobem ubierania się w różnych ważnych sytuacjach, wskazują one nam jak ubierać się do szkoły, jak do teatru na premierę, a jak na ślub.

Przykład:

Jak ubiera się panna młoda? W Polsce dzisiaj zazwyczaj w białą lub kremową sukienkę. A pan młody w eleganckiej garnitur, często ciemny (choć niekoniecznie). Ale na przykład Królowa Bona, która brała ślub 18 kwietnia 1518 roku miała na sobie błękitną atlasową suknię w złote ule, a jej małżonek, król Zygmunt Stary – szkarłatny płaszcz obramowany sobolami [Bogucka, 1989; 67].

Ciekawe są tradycje związane z dniem ślubu. W kulturze kabałskiej (Kabyłowie mieszkają w północnej Afryce, jednym z najbardziej znanych przedstawicieli tej grupy jest Zinedine Zidane – sławny piłkarz) w dniu ślubu kobieta otrzymywała w darze od swojej matki specjalny naszyjnik przyozdobiony m.in. goździkami. Był to bardzo specjalny prezent – matka przerabiała swój ślubny naszyjnik, lub tworzyła całkiem nowy używając pewnych elementów swojego, dodając nowe zawieszki, ze srebra, ozdobione kamieniami, zwłaszcza koralami i agatami, czasem jakies inne przedmioty związane z jej życiem – na przykład stare monety, guziki... Niestety współcześnie ta tradycja zanika, wraz z pojawianiem się masowej produkcji i zmianami społecznymi. [Na przekór. Kabylia, 2017;13].

Wzory zachowań mogą być różne nie tylko w różnych krajach, ale nawet w poszczególnych regionach.

Na Górnym Śląsku dzieci, które pierwszy raz idą do szkoły dostają od rodziców (dziadków) tak zwaną tytę (z niemieckiego to oznacza dużą torbę) napełnioną słodyczami a czasem też drobnymi zabawkami. Niektórzy etnografowie sądzą, że było to nawiązanie do rogu obfitości znanego z mitologii greckiej. Tradycyjnie tytę przygotowywała własnoręcznie mama lub babcia, oklejając papierowy róg kolorowymi naklejkami, bibułą i wstążką. Ten prezent miał osłodzić pierwszy dzień w szkole. Dzisiaj można kupić je gotowe w sklepie

Wzory kulturowe związane z zabawami i zabawkami, ulegają zmianie w zależności od sytuacji materialnej rodziny. W najbiedniejszych rodzinach, na przykład w Zimbabwie czy w Indiach, dzieci w ogóle nie mają czasu na zabawę, nie mówiąc już o zabawkach. Czasami zabawką stają się takie przedmioty jak stara opona, obręcz, kawałki drewna, butelka plastikowa.

Zatrudnienie

to umowa, w ramach której pracownik zobowiązuje się wykonywać określoną pracę w określonym czasie i miejscu. Praca jest nagradzana pieniędzmi czyli płacą (wypłatą). Chociaż czasem może się zdarzyć praca, za którą nikt nam nie daje wynagrodzenia np. pomagamy innym. Pomagamy w domu – sprzątamy, myjemy naczynia, wyrzucamy śmieci, opiekujemy się rodzeństwem – gdyby nie nasza praca rodzice musieliby wydać pieniądze na pracownika, który by to zrobił za nas, ale wtedy nie mogliby kupić nam np. biletu do kina, nowych butów itd.

Zatrudnienie jest bardzo różne: może być na pełny etat wtedy pracujemy 8 godzin dziennie przez 5 dni w tygodniu (najczęściej od poniedziałku do piątku). Można pracować inaczej np. na pół etatu – wtedy pracujemy 4 godziny dziennie, ale oczywiście zarabiamy mniej. Praca może się też różnić miejscem jej wykonywania. Możemy np. pracować w domu, możemy pracować w zakładzie pracy, w sklepie czy fabryce, możemy wyjeżdżać do innych miast lub zagranicę. Każda praca jest inna.

ZATRUDNIENIE – czyli wykonywanie pracy – pozwala przedsiębiorcy zrobić rzeczy, których sam nie byłby w stanie zrobić. Nam natomiast pomaga zarabiać pieniądze, dzięki czemu możemy się utrzymać i zaspokajać nasze różne potrzeby.

ZATRUDNIENIE to zagadnienie z obszaru RYNKU PRACY czyli rynku na którym sprzedaje się i kupuje pracę. Kupującym pracę jest PRZEDSIĘBIORCA, który po to żeby jego przedsiębiorstwo działało i zarabiało potrzebuje kupić pracę innych osób, bo jego praca nie jest wystarczająca. Sprzedającym pracę może być każdy z nas, kto chce pracować i w efekcie zarabiać pieniądze.

Zmiana


Fakt, że KTOŚ staje się inny lub COŚ staje się inne niż dotychczas. Wszystkie elementy naszego świata, łącznie z nami zmieniają się wraz z upływem czasu. Zaobserwował to dawno, bo około 2500 lat temu, Heraklit z Efezu, jeden z pierwszych filozofów greckich zajmujących się zmianami. Uważał, że nic nie trwa, że wszystko bezustannie się staje. W przyrodzie, w gospodarce, w życiu społecznym, w kulturze. Był autorem znanego powiedzenia, że NIE MOŻNA DWA RAZY WSTĄPIĆ DO TEJ SAMEJ RZEKI. Jeśli nawet spróbujemy, to ani rzeka nie jest już ta sama (bo cały czas płynie), ani my nie jesteśmy tacy jak przed chwilą (bo ciągle się zmieniamy). Dlatego, że nawet gdybyśmy za minutę po wyjściu z rzeki próbowali znów do niej wejść – to ta rzeka jest już zupełnie inna, przepłynęło wiele wody w międzyczasie

Ale i ten człowiek, który próbuje wejść do rzeki też nie jest tym samym człowiekiem co chwilę temu. DLACZEGO?

Dlatego, że jest starszy, być może przeżył w międzyczasie coś co nasunęło mu nowe myśli, może zmienił swoje poglądy, dowiedział się czegoś... stał się inny niż dzień, tydzień, rok... temu

ZMIENIA SIĘ WSZYSTKO WOKÓŁ NAS: społeczeństwo, kultura, zwyczaje, język, prawo, technologie, przyroda...

Źródłem zmian w społeczeństwie stają się na przykład nowe wynalazki techniczne i nowe technologie. Wraz z wynalazkiem koła zmienił się sposób podróżowania, wykonywania różnych prac, ale także koło pojawiło się w sztuce. Wynalazek koła przyczynił się do innych wynalazków np. koła garncarskiego co prowadziło do nowej umiejętności jaką było wykonywanie naczyń glinianych, służących do przygotowywania potraw czy ich przechowywania. Wynaleziono też koło młyńskie, które ułatwiło produkowanie mąki i kasz, co, z kolei zmieniło możliwości żywienia. Zmiany w życiu społecznym wywołują też zjawiska przyrodnicze, na przykład ochładzanie się czy ocieplanie klimatu, występowanie trzęsienia Ziemi, ekstremalnych zjawisk pogodowych. Zmiany zachodzą w wyniku wojen czy najazdów, kontaktów międzykulturowych. To tylko niektóre przykłady źródeł zmian społecznych i kulturowych.




Zysk – To różnica pomiędzy przychodami i kosztami. To ta część wpływów, która jest naszym prawdziwym zarobkiem. Od pieniędzy, które nam wpłynęły do kasy, odejmujemy koszty, które ponosimy – czyli wszystkie rachunki które płacimy. I to co nam zostanie możemy uznać za zysk, czyli możemy włożyć do kieszeni i iść np. na zakupy (musimy jeszcze zapłacić podatek, ale to inna historia).

PRZYCHODY – KOSZTY = ZYSK

Jeśli nasz sklep albo kawiarnia przynosi zyski to możemy ocenić, czy nasz praca jako przedsiębiorcy (właściciela firmy) się opłaca.

Innymi słowy, jeśli **ZYSK > 0** to znaczy, że dobrze prowadzimy naszą firmę.



Literatura

Bogucka, M. (1989), *Bona Sforza*, PIW, Warszawa

Cepik J.(1985), *Jak człowiek stworzył bogów?*, Nasza Księgarnia, Warszawa

Kopaliński, W(1990), *Słownik symboli*, Wiedza Powszechna, Warszawa

Na przekór. Kabylia(2017), pod. Red. J. Kukuczki, Muzeum Etnograficzne. Kraków

Walendziak T,(2008), *Mitologie świata. Eskimosi*, New media Concept Sp.z o.o, Warszawa

Włodarczyk E(2003), Kultura w: *Encyklopedia Pedagogiczna XXI wieku*, T.II, Warszawa

Wyspa kulturowa. Wieś Jamno pod Koszalinem, Muzeum w Koszalinie, Koszalin, 2001



ISBN 978-83-959463-7-0



9 788395 946370