

CMEP 2014

PIĄTA MIĘDZYNARODOWA KONFERENCJA NAUKOWA Z CYKLU:
KOMUNIKACJA SPOŁECZNA W ŚWIECIE REALNYM I WIRTUALNYM

Tematyka Konferencji:
KOMUNIKACJA W ZARZĄDZANIU, EDUKACJI, PSYCHOLOGII I JĘZYKU

Uniwersytet Wrocławski, Polska
Linköping University, Szwecja
Wyższa Szkoła Zarządzania "Edukacja", Polska
25-27 listopada 2014



Pod patronatem
The Polish Chapter of Association for
Information Systems (PLAIS)

Redakcja naukowa:

Jolanta Kowal

Uniwersytet Wrocławski, Wyższa Szkoła Zarządzania "Edukacja", Polska

Anna Kuzio

Uniwersytet Zielonogórski, Wyższa Szkoła Zarządzania "Edukacja", Polska

Mirosława Wawrzak-Chodaczek

Uniwersytet Wrocławski, Polska

A conference managed by University of Wrocław, Poland, Linköping University, Sweden,
College of Management "Edukacja", under the patronage of PLAIS

Copyright the authors, 2014. All Rights Reserved.

For all papers accepted by the CMEP 2014, authors of accepted papers will retain copyright. However, by submitting a paper, authors do agree that conference organizers can publish and reproduce any accepted papers in the CMEP 2014 proceedings or through other publications' vehicles.

No further reproduction, copy or transmission may be made without written permission from the individual authors.

Papers have been double-blind peer reviewed before final submission to the conference.

These Conference Proceedings will be submitted to the Thomson ISI for Indexing.

Further copies of this book can be purchased from
<http://cmep2014.edukacja.wroc.pl>

ISBN: 978-83-64389-48-1

Published by University of Wrocław, Poland, Linköping University, Sweden, College of Management "Edukacja" Wrocław, Poland, under the patronage of The Polish Chapter of Association for Information Systems (PLAIS)

Krakowska 56-62
50-425 Wrocław
Poland
+48 71 37 72 152
+48 71 37 72 158
<http://wszedukacja.pl/>

Spis treści

1. Od organizatorów konferencji	5
2. Biografie współprzewodniczących konferencji.....	10
3. Honorowi członkowie komitetu naukowego	11
4. Przewodniczący rady programowej.....	13
6. Biografie autorów	17
7. Abstrakty.....	21

Komunikacja w Zarządzaniu i Psychologii.....21

Autorzy	Tytuł	str.
Prof. zw. dr hab. Marian Niedźwiedziński , Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno – Socjologiczny, Katedra Informatyki Ekonomicznej, Polska, Dr Halina Klepacz , Wyższa Szkoła Informatyki i Umiejętności w Łodzi, Wydział Informatyki i Zarządzania, Polska, Dr Kamila Szymańska , Wyższa Szkoła Informatyki i Umiejętności w Łodzi, Wydział Informatyki i Zarządzania, Polska	Komunikacja marketingowa w działalności teatrów w Polsce	22
Anna Brosch , Uniwersytet Śląski, Polska	Młodzież w obliczu seksualizacji kultury medialnej	24
Wiesław Palczewski , Wyższa Szkoła Zarządzania Edukacja, Polska, Szymon Suwała , Norbert Barlicki Memorial Teaching Hospital No. 1, Mateusz Palczewski , Pediatric Surgery and Urology Department of Wrocław Medical University	E-learning w przygotowaniach do Lekarskiego Egzaminu Końcowego (LEK)	25
Edyta Zierkiewicz , Uniwersytet Wrocławski, Polska, Joanna Anioł , Uniwersytet Wrocławski, Polska	Media same o sobie. Krytyczna analiza wątków autotematycznych w serialu „Głęboka woda”	26
Edyta Zierkiewicz , Kaja Koronkiewicz, Uniwersytet Wrocławski, Polska	Zaangażowanie Amazonek w kampanie społeczne na rzecz podnoszenia świadomości raka piersi jako wyraz solidarności z kobietami i jako budowanie kapitału społecznego własnej organizacji	28
Robert Piechota , Wyższa Szkoła Zarządzania "Edukacja", Polska	Controlling a stan rozwoju i obszary zastosowań rachunku kosztów działań w polskich przedsiębiorstwach	29

Komunikacja w Zarządzaniu i Edukacji.....30

Autorzy	Tytuł	str.
Beata Cytowska , Uniwersytet Wrocławski, Wrocław, Polska	Wykorzystywanie mediów przez rodziców dzieci z niepełnosprawnością do walki o swoje znaczenie	31
Patrycja Obara , Uniwersytet Wrocławski, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, Polska	Nowe technologie źródłem nowych wyzwań w edukacji	32

Komunikacja w Edukacji34

Autorzy	Tytuł	str.
Maria Jolanta Zajązkowska , Wyższa Szkoła Zarządzania "Edukacja", Polska	Walka, mediacja czy medytacja? Sposoby rozwiązywania konfliktów w środowisku studenckim	35
Marta Kondracka-Szala , Uniwersytet Wrocławski, Polska	Polak=muzyczny analfabeta? O marginalizacji muzyki i jej języka w polskiej edukacji powszechnej	36
Iwona Paszenda , Uniwersytet Wrocławski, Polska	„Cywilizacja niecierpliwości” w kształtowaniu stylu życia i komunikacji międzyludzkiej	37
Wiktoria Kiwior , Uniwersytet Wrocławski, Polska	Kompetencje medialne dzieci w wieku wczesnoszkolnym na przykładzie wybranych seriali dla dzieci i młodzieży	39
Anna Maria Janiak , Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Polska	Kompetencje komunikacyjne nauczyciela i pedagoga w kontekście nowych technologii jako wyzwanie polskiego szkolnictwa wyższego	40
Malgorzata Biedroń , Uniwersytet Wrocławski, Instytut Pedagogiki, Polska	Wykorzystanie editainment w kształtowaniu postaw pro ekologicznych, na przykładzie projektu EkoDzieciaki.pl	42
Jolanta Kędzior , Instytut Pedagogiki, Uniwersytet Wrocławski, Polska	Kampania społeczna jako przekaz perswazyjny w mediach	43
Mirosława Wawrzak-Chodaczek , Uniwersytet Wrocławski, Polska, Arkadiusz Urbanek , Uniwersytet Wrocławski, Polska	Międzygrupowa, międzykulturowa i środowiskowa przestrzeń komunikacyjna w działalności instytucji więzienia	45
Janusz Czerny , Wyższa Szkoła Zarządzania "Edukacja", Polska	Preferencje Aksjologiczne w cywilizacji XXI wieku	47
Anna Pawiak , Uniwersytet Kazimierza Wielkiego, Polska	Manipulacja jako zagrożenie płynące z internetu w ocenie studentów	48
Maria Kajdasz-Aouil , Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy, Polska, Bassam Aouil , Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy, Polska	Ryzyka wystąpienia cyberprzemocy wśród dzieci i młodzieży w opinii rodziców	49
Agnieszka Janik , Uniwersytet Wrocławski, Polska	Czy place zabaw sprzyjają rozwojowi dziecka? Nabywanie kompetencji komunikacyjnych przez dzieci podczas zabawy	50

Autorzy	Tytuł	str.
Karolina Dziewulska , Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego, Warszawa, Polska	Jak komunikować z prezesem? Stadium przypadków rzecznika prasowego	53
Angelika Urbaniak, Lidia Barłoga, Michał Cybulski , Studenckie Koło Naukowe FEIM	Media społecznościowe jako nowy sposób komunikacji społeczności akademickiej.	54

Autorzy	Tytuł	str.
Krzysztof R. Mazurski , Wyższa Szkoła Zarządzania „Edukacja” we Wrocławiu, Katedra Turystyki	Turystyka w Strategii Rozwoju Województwa Dolnośląskiego do 2020 r.	57
Lesław Koćwin , Wyższa Szkoła Zarządzania Edukacja we Wrocławiu	Krajobrazy antropogeniczne Ziemi Kłodzkiej w twórczości literackiej Josepha Wittiga – produktem kreatywnej turystyki kulturowej.	58
Marta Pisarek , Uniwersytet Rzeszowski, Polska, Marta Gargała , Uniwersytet Rzeszowski, Polska	Inficrata jako kreatywny produkt turystyki religijnej na przykładzie uroczystości Bożego Ciała w Spycimierzu	59
Zbigniew Radziewanowski , Podhalańska Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Nowym Targu, Instytut Architektury i Urbanistyki, Polska	Kreatywność a tożsamość miejsca – przestrzeni architektonicznej	60
Mieczysław K. Leniartek , Wyższa Szkoła Zarządzania „Edukacja”, Wrocław, Polska	Rewitalizacja otwartych przestrzeni miejskich motywowana rozwojem turystyki jako wyraz kreatywności lokalnej społeczności na przykładzie Kłodzka	61
Anna Wojtas Harań , Wydział Architektury Politechniki Wrocławskiej, Polska	Rozwój turystyki pretekstem do kreacji architektury	62
Michał Piech , Politechnika Łódzka, Polska	Hotele w obiektach zabytkowych	64
Maria Piech , Uniwersytet Łódzki, Polska, Bianka Gosik , Uniwersytet Łódzki, Polska	Muzea jako miejsce spotkań biznesowych	65
Jacek Suchodolski , Wydział Architektury PW, Polska	Odrębność regionalna architektury w Sudetach elementem kreatywności gospodarki turystycznej	66
Dr Inż. Agnieszka Faron-Okoniewska , WSZ Edukacja we Wrocławiu, Polska	Zagospodarowanie nabrzeży Drezna nad Łabą i Wrocławia nad Odrą	68
Matylda Gwoździcka-Piotrowska , Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu, Polska	Uzdrowiska i health spa jako produkt w turystyce	69

1. Od organizatorów konferencji

Dynamiczne przemiany różnorodnych przestrzeni życia, ogromna mobilność przestrzenna obywateli Globalnej Wioski, mnogość i wszechobecność nowoczesnych mediów komunikacji społecznej wymagają odpowiedzialnej krytyczno-racjonalnej postawy, zdobywania i ciągłego doskonalenia kompetencji w zakresie odbioru informacji oraz porozumiewania się na poziomie jednostkowym i zbiorowym.

Zdolność osiągnięcia porozumienia warunkuje zarówno indywidualny dobrostan, jak i integrację na poziomie grup, społeczeństw, kultur. Charles Cooley twierdził, że "Nie ma społeczeństwa, które istniałoby poza wyobrażeniami ludzi, nie ma jednostek, które nie byłyby kształtowane przez społeczeństwo. Ta jedność wytwarza się w procesach interakcji i komunikacji międzyludzkiej."⁽¹⁾ Kiedy powstaje funkcjonalny związek dowolnej liczby osób, a takim jest każda grupa społeczna, w naturalny sposób pojawia się konieczność wymiany myśli, idei, potrzeb, oczekiwań, uzgadniania znaczeń i wartości za pośrednictwem istniejących i wciąż tworzonych kodów komunikacyjnych. Wzajemne (po)rozumienie może pełnić rolę spoiwa podtrzymującego związki międzyludzkie. Stwarza korzystny klimat do przekraczania etnocentrycznych ograniczeń, w efekcie umożliwiając wielopodmiotowe działanie. Począwszy od pierwotnych naturalnych środowisk wychowawczych, jakimi są rodzina i środowisko lokalne, poprzez grupy towarzyskie oraz środowiska związane z edukacją i pracą, aż po relacje międzykulturowe, turystykę, pomyślność komunikacji zależy od zdolności odczytywania znaczeń, jakie partnerzy przypisują określonym rzeczom, zjawiskom, zdarzeniom.

Jolanta Kowal, Mirosława Wawrzak-Chodaczek, Helena Lindskog

Komunikacja w Zarządzaniu i Psychologii

Przewodniczący:

Jolanta Kowal, University of Wrocław, College of Management "Edukacja", Poland

Wojciech Piotrowicz, University of Oxford, UK

Wschodzące gospodarki wraz ze specyfiką ich dynamicznego rozwoju i szybkiego wzrostu są często uważane za motory napędzające rynkiem globalnym. Niestety, pomimo tego energicznego wzrostu gospodarczego, większość wschodzących gospodarek nadal pozostaje w tyle w odniesieniu do dojrzałych, rozwiniętych krajów wzięwszy pod uwagę produkcję gospodarczą i poziom życia. Aby dobrze wypełnić tę lukę, nowe techniki zarządzania, nowe modele biznesowe i nowe polityki regulacyjne, pośród wielu innych czynników mogą być potrzebne. Co więcej, technologie informacyjne i komunikacyjne (ICT) będą prawdopodobnie odgrywać istotną rolę w tym procesie rozwoju. Tak więc, celem tej sekcji jest stworzenie forum dla zainteresowanych naukowców i praktyków umożliwiającego

wymianę doświadczeń i pomysłów w zakresie zarządzania ICT wzięwszy pod uwagę globalną konkurencyjność i wzrost gospodarczy wschodzących gospodarek. Proponujemy następujące wątków w ramach sekcji:

- Społeczne, polityczne i prawne ramy, które odnoszą się do technologii informacyjno-komunikacyjnych ICT i zarządzania
- Unikalne techniki zarządzania ICT dla gospodarek wschodzących i podczas transformacji gospodarczej
- Metody pomiaru korzyści i kosztów projektów obejmujących wdrażanie ICT
- Rola kapitału ludzkiego i społecznego
- Innowacyjne sposoby na generowanie przychodów i produktów wiedzy komercyjnej
- Systemy edukacji i kształcenia odnoszące się do technologii informacyjno-komunikacyjnych ICT i zarządzania
- ICT w celu wspierania małych i średnich przedsiębiorstw
- ICT jako droga do wzrostu gospodarczego
- Produktowności ICT, ze szczególnym odniesieniem do panujących warunków społecznych i gospodarczych
- Globalne zarządzanie łańcuchem dostaw w gospodarkach wschodzących i podczas transformacji gospodarczej
- Studia przypadku krajów ze szczególnym odniesieniem do panujących w nich warunków społecznych i gospodarczych
- off-shoring/outsourcing ICT w gospodarkach wschodzących i podczas transformacji gospodarczej
- Zarządzanie projektami ICT, ze szczególnym odniesieniem do panujących warunków społecznych i gospodarczych
- Cyfrowy podział w gospodarkach wschodzących i podczas transformacji gospodarczej
 - Oddziaływanie E-commerce w gospodarkach wschodzących i podczas transformacji gospodarczej
- E-administracja w gospodarkach wschodzących i podczas transformacji gospodarczej
- Psychologiczne, społeczne i ekonomiczne aspekty wykorzystania Internetu w gospodarkach wschodzących i podczas transformacji gospodarczej
- Metody ilościowe i technologie informacyjne w zarządzaniu

Komunikacja w Edukacji

Przewodnicząca:

Małgorzata Biedroń, Anna Mitręga, Uniwersytet Wrocławski

Nowe technologie a trendy społeczne w edukacji i komunikacji społecznej

Świat zmienia się w niewyobrażalnym tempie, a wraz z nim sposoby komunikacji między ludźmi. Nowoczesne technologie stają się coraz łatwiej dostępne; z coraz większą przychylnością są wykorzystywane w edukacji i komunikacji społecznej. Podczas obrad w sekcji pedagogicznej zostaną poruszone zagadnienia dotyczące nowych form komunikacji w globalnej przestrzeni edukacyjnej i społecznej. Internet i cyfrowa sieć kontaktów dają możliwości współpracy, wymiany myśli i doświadczeń przez środowiska dotychczas niejednokrotnie sobie nieznane, pozostające jedynie w kontakcie wirtualnym. Kierunki i pola do dyskusji w ramach pedagogicznej części konferencji będą wyznaczać, m.in.: wirtualne kampusy, *e-publikacje*, *e-learning*, *edutainment*; kompetencje medialne różnych grup społecznych, a w szczególności konsekwencje/możliwości i zagrożenia, jakie niosą ze sobą te zjawiska i procesy w nawiązaniu do komunikacji społecznej i praktyki edukacyjnej. Tym samym, proponujemy namysł nad następującą tematyką:

Nowe technologie w edukacji

- nowe formy komunikacji w globalnej przestrzeni edukacyjnej, platformy e-learningowe, wymiana myśli, doświadczeń, tworzenie wspólnych programów nauczania, e-publikacje, wirtualne biblioteki, kampusy wirtualne, wykorzystanie e-learningu i komunikacji zapośredniczonej przez nowoczesne media w pracy naukowej i dydaktycznej (conference room, voice chat, diagnoza stanu, umiejętności, problemy z wykorzystaniem nowych środków komunikacji), e-learning w doskonaleniu zawodowym, tworzenie, popularyzowanie, wykorzystywanie wiedzy
- edukacyjne funkcje gier komputerowych
- edutainment (entertainment education)- łączenie rozrywki z nauką (wiedza, umiejętności, postawy, rozrywka, zmiana społeczna)
- kompetencje medialne różnych grup społecznych (diagnoza, kształtowanie tych kompetencji); nowe technologie a rozwój dziecka;

Nowe technologie w komunikacji społecznej

- nowe technologie w komunikacji interpersonalnej w różnych środowiskach społecznych (rodzina, szkolnictwo, instytucje rynku pracy, trzeci sektor, ruchy obywatelskie, środowisko społeczne Internetu), konflikty społeczne
- technologia Wiki- Wikinomia (otwartość, partnerstwo, współdziałanie, współpraca globalna, wspólnoty specjalistów), e-inclusion

Język w Komunikacji

Przewodnicząca:

Anna Kuzio, Uniwersytet Zielonogórski, Wyższa Szkoła Zarządzania "Edukacja"

Znaczenie języka wydaje się być fundamentalne w każdym aspekcie i interakcji w naszym codziennym życiu. Ludzie używają języka do informowania innych, o tym, co czują, czego pragną, aby zrozumieć otaczający świat. Ludzie skutecznie komunikują się poprzez wyrażanie słów, gestów czy ton głosu zmieniające w różnorodnych sytuacjach. Bycie zdolnym do komunikowania się ze sobą, tworzenia więzi czy pracy zespołowej odróżnia gatunek ludzki od zwierzęcego. Komunikacja napędza nasze życie. Celem tej sekcji jest stworzenie forum dla zainteresowanych naukowców i praktyków umożliwiające im wymianę doświadczeń i pomysłów związanych z językoznawstwem. Proponujemy następujące obszary do namysłu:

- (Nowy) dyskurs medialny
- Dyskurs polityczny
- Reklama
- Dyskursy wojny i terroryzmu
- Dyskursy dyskryminacji i nierówności
- Władza, ideologia i dominacja w dyskursie instytucjonalnym
- Tożsamość w dyskursie
- Dyskursy edukacyjne
- Dyskursy środowiskowe
- Dyskursy zdrowia
- Język i prawo
- Tłumaczenie
- Komunikacja międzykulturowa

W szczególności czekamy na artykuły, które kwestionują istniejące ramy dla krytycznych badań nad dyskursami bądź które uwydatniają i próbują aplikować nowe metody mające swe źródła w humanistyce, naukach społecznych czy poznawczych. Tym samym proponujemy, ale nie ograniczamy się do następujących pól badawczych:

- Socjolingwiści
- Lingwistyka funkcjonalna
- Językoznawstwo kognitywne
- Corpus Linguistics
- Teoria Pragmatyki i Argumentacji
- Rozmowa i analiza dyskursu
- Psychologia dyskursywna
- Multimodalność
- Studia Mediów
- Badania komunikacyjne
- Politologia

- Studia Tłumaczeniowe

Kreatywność gospodarki turystycznej

Przewodniczący:

Mieczysław Leniartek, Wyższa Szkoła Zarządzania "Edukacja"

W analizach potencjału rozwojowego, jak też programach i planach dotyczących obszarów turystycznych, kultura, w tym komunikacja odgrywa znaczącą rolę. W wymiarze gospodarki turystycznej przejawia się to w nadawaniu historycznym i współczesnym treściom kulturowym roli motywu wiodącego różnorodnych produktów turystycznych. Autorami tych produktów są pragnące podniesienia jakości życia lokalne społeczności, a także motywowani komercją organizatorzy życia gospodarczego. W tym ujęciu w przestrzeni turystycznej można zaobserwować występowanie „kreatywnych regionów”, „kreatywnych miast” i „kreatywnych wsi”, zamieszkałych przez „kreatywne środowiska”, kierowane przez „kreatywną klasę”. Charakterystyczną dla tych miejsc i społeczności aktywnością są specyficzne „przemysły kreatywne”, utożsamiane także z „przemysłami kultury”. Są to różnorodne działania związane z ochroną treści historycznych, kształtowaniem nowych treści oraz ich upowszechnianiem. Obejmują one takie dziedziny życia kulturalnego, jak konserwacja zabytków, muzealnictwo, archeologia, architektura, muzyka, sztuki plastyczne, sztuki wizualne, wzornictwo przemysłowe, rzemiosło, media i działalność wydawnicza. Celem konferencji jest rozważenie charakteru relacji pomiędzy twórczością i biznesem turystycznym. Dotyczy to w szczególności aktywności środowisk twórczych oraz otoczenia biznesowego, w postaci jednostek samorządu terytorialnego, szkół i uczelni, instytucji kultury oraz organizacji pozarządowych. To one właśnie są, mimowolnymi lub zamierzonymi autorami wprowadzanych na rynek turystyczny „kulturowych” produktów turystycznych. Ich działalność jest odpowiedzią na potrzeby i trendy w turystyce, jak też stanowi inspirację dla organizatorów i przedsiębiorców działających w sferze turystyki. Zakres tematyczny. W relacjach z badań naukowych i osobistych doświadczeń będących podstawą dyskusji i wymiany poglądów, poszukuje się odniesień do następujących problemów:

specyfika sektora kreatywnego w turystyce;

- sztuka jako odpowiedź na nowe potrzeby i trendom we współczesnej turystyce;
- trendy i potrzeby sektora kreatywnego;
- zarządzanie sektorem kreatywnym w turystyce;
- instytucjonalne wsparcie sztuki dla potrzeb turystyki;
- powiązania nauki z biznesem w sferze przemysłów kreatywnych;
- oryginalność turystycznych, „kulturowych” produktów w świetle etyki i prawa;
- ekonomika wytwarzania „produktów kreatywnych” dla potrzeb turystyki.

2. Biografie współprzewodniczących konferencji



Dr. **Jolanta Kowal**, adiunkt Instytutu Psychologii Uniwersytetu Wrocławskiego, profesor nadzwyczajny Wyższej Szkoły Zarządzania "Edukacja" we Wrocławiu. Wykładowca statystyki, demografii, ekonometrii, informatyki i metodologii badań naukowych, prowadzi seminaria na temat zarządzania, metodologii i międzykulturowych wpływów psychoanalizy. Posiada ponad 70 recenzowanych publikacji naukowych, uczestnik i współorganizator polskich i zagranicznych seminariów oraz konferencji naukowych (m.in. CMEP, ICTM, EMCLG), członek towarzystw naukowych, (m.in. AIS, PTS, PTPA, IAJS) oraz redakcji naukowych (GRE i PJAP); autorka i współautorka krajowych i międzynarodowych projektów badawczych. Zakres badań naukowych: metodologia badań w naukach społeczno-ekonomicznych i psychologii oraz badania interdyscyplinarne w zakresie relacji między koncepcjami psychoanalitycznymi a mechanizmami społeczno-ekonomicznymi, m.in. w komunikacji społecznej.



Helena Lindskog, dr hab., prof. marketingu przemysłowego i ekonomii przemysłowej ze specjalizacją w zamówieniach publicznych w Departamencie Zarządzania i Inżynierii w Linköping University, Szwecja. Inżynier elektroniki Politechniki w Warszawie. Tytuł magistra zdobyty z języków, religii porównawczej, historii i literatury w Uniwersytecie w Sztokholmie; wieloletnie doświadczenie zarówno prywatne (odpowiedzialna za wprowadzenia rynku i szkolenia w firmie Ericsson, jako doradca, ekspert i konsultant w HelDag AB) jak i sektorze publicznym (dyrektor techniczny i sekretarz komisji rządowych), doktor Technologii Politechniki Linköping. Autor wielu artykułów naukowych, raportów, specyfikacji technicznych, debat i kolumn w prasie szwedzkiej. Biegła w języku polskim, szwedzkim, angielskim, hiszpańskim, rosyjskim i francuskim.



Mirosława Wawrzak-Chodaczek, dr hab., prof. Uniwersytetu Wrocławskiego. Kierownik Zakładu Pedagogiki Mediów oraz Stacjonarnych Studiów Doktoranckich w Instytucie Pedagogiki UWr. Członek stowarzyszenia: Wrocław Scientific Society. Reprezentowana dziedzina: pedagogika społeczna (pedagogika mediów, komunikacja społeczna). Prowadzone zajęcia: teoretyczne podstawy wychowania, komunikacja interpersonalna, pomoc psychologiczna i pedagogiczna, seminarium dyplomowe, media w edukacji, wprowadzenie do pedagogiki. Posiada ponad 70 publikacji naukowych, organizator wielu konferencji międzynarodowych i krajowych (m.in. ECMLG).

3. Honorowi członkowie komitetu naukowego



Marek Lewandowski – absolwent Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu, specjalizujący się w nauczaniu. Był nauczycielem akademickim na Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu w latach 1986-2012, od 2012 roku związany z Wyższą Szkołą Zarządzania „Edukacja” we Wrocławiu. Autor ponad 70 recenzowanych naukowych publikacji, w tym dwóch książek, wydawca dziewięciu monografii. Odbył badawcze i dydaktyczne staże w Hochschule für Musik und Darstellende Kunst "Mozarteum" Abteilung Instytut Orffa w Salzburgu w Austrii, Deutsche Sporthochschule - Institut für Sportdidaktik w Kolonii (Niemcy), na Uniwersytecie w Ołomuńcu, Czechy, na Akademii Wychowania Fizycznego w Warszawie oraz Akademii Wychowania Fizycznego w Gdańsku. Doświadczenie zawodowe: rozwijanie teorii wychowania fizycznego w kontekście kultury zachowań zdrowotnych, rekreacyjnych i estetycznych człowieka. Jego działalność badawcza koncentruje się na badaniu roli środowiska – szkoły i rodziny w nabyciu przez dziecko kompetencji kulturowych i psychomotorycznych. Zainteresowania: słuchanie muzyki, zbieranie płyt, rysunek i malarstwo, turystyka górską.



Anna Oleszkowicz – psycholog, profesor w Instytucie Psychologii Uniwersytetu Wrocławskiego. Jej zainteresowania naukowe koncentrują się na zagadnieniach rozwoju i dojrzewania młodzieży, buntu, a także kryteriów i form dorosłości. Autorka licznych prac naukowych i popularnonaukowych w swojej dziedzinie. Wybrane prace: monografia „Kryzys młodzieńczy - istota i proces” (1995), „Bunt młodzieńczy. Warunki, formy, efekty” (2006), współautorka pracy „Jak wagarować” (2010), współautorka pracy „Psychologia dojrzewania. Rozwojowe zmiany w dobie globalizacji” (2013). Od 2008 roku jest dyrektorem Instytutu Psychologii. Doktorat uzyskała w 1989 roku, habilitację zaś w 2007 roku.



Alicja Szerłaż – doctor, Professor; University of Wrocław. Director of the Institute of Education at the University of Wrocław and head of the Department of Social Pedagogy. An expert in the field of multiculturalism and interculturalism (education and intercultural communication). Author of numerous publications. She is an initiator and the director of many national, international and foreign scientific conferences on national minorities, ethnic and religious. She takes care of the work of research masters and PhD candidates, which relate to issues of multiculturalism and dialogue on cultural borderlands. She is also an animator of environmental activities for understanding, agreement and cooperation of different cultural backgrounds.



Professor **Stanisław Wrycza**, University of Gdansk

Founding member of AIS – 1995;

He has been the organizer of the following AIS events:

- Xth European Conference on Information Systems – ECIS 2002
- SIGSAND/PLAIS EuroSymposia - 2007, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015

Professor Wrycza is together with the former AIS President

Professor Claudia Loebbecke co-founder of PLAIS in 2006;

Head of Department of Business Informatics at University of Gdansk;

Senior Editor of Information Systems Management Journal (IF=0.35);

Editorial Review Board of Journal of Database Management (IF=2.121);

Advisory Board of Information Systems Journal (IF=1.381);

Editorial Board of Information Systems and e-Business Management (IF=0.605);

President of PLAIS - Polish Chapter of Association for Information Systems;

General Chair of SIGSAND/PLAIS EuroSymposium;

Steering Committee of BIR - International Conference on Business Informatics Research;

ISAH (Information Systems Academic Heads International) Vice President 2008 – 2010;

University of Gdansk AIS Student Chapter Faculty Advisor;

Honourable Ambassador of Polish Congresses;

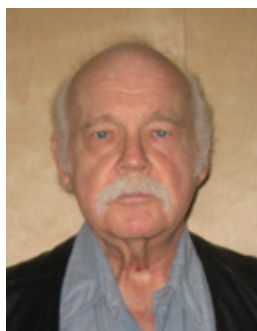
President of PLAIS – Polish Chapter of Association for Information Systems;

General Chair of ECIS'2002 – The Xth European Conference on Information Systems in

Gdańsk;

General Chair of SIGSAND/PLAIS EuroSymposium.

4. Przewodniczącą rady programowej



William J. Sullivan

Doktor Lingwistyki Słowiańskiej w Yale University, 1969. Pracownik naukowy, Linguistic Automation Project,, Yale University, 1969/70. Profesor Językoznawstwa Słowiańskiego, University of Florida, 1970-2000. Profesor nadzwyczajny, Język Angielski i Językoznawstwo, Uniwersytet Wrocławski, 2000-2010. Profesor zwyczajny Język Angielski i Językoznawstwo, Uniwersytet Marii Curii-Skłodowskiej, 2002-do teraz. Fulbright fellow 1979-80 (UMCS), 1990-91 (UMCS), 2000-2001 (UWroc).

Zainteresowania badawcze: relacyjna teoria sieci i jej zastosowanie w rosyjskim, polskim, angielskim, ukraińskim, bułgarskim i łacińskim języku.

Monografie:

1998. Przestrzeń i czas w języku rosyjskim. (Locus używa rosyjskich przyimków). Muenchen: Lincom Europa.

2009. The Tense-Aspect System of Polish Narrative (współautor David R. Bogdan). Muenchen: Lincom Europa.

Aktualne projekty długoterminowe:

„Błędy mowy i co one nam mówią o przechowywaniu i używaniu języka”

Relacyjna teoria sieci: podstawy i aplikacje opisowe

Najnowsze artykuły pojawiają się w różnych objętościach na LACUS forum and PASE's linguistic volumes, PALC 2001, Kwartalnik filologiczny XLIII, a także w innych miejscach



Wojciech Piotrowicz

Research: Information Systems, Supply Chain Management,

Interests: Information Communication Technology, Performance Management, Sustainable Supply Chain, Management, and 11 more

About: Wojciech Piotrowicz is a member of the Faculty of Management, University of Oxford, and a member of the Oxford Institute of Retail Management (OXIRM) at Saïd Business School.

Wojciech is an expert on supply chain management, information technology and performance measurement, including sustainability-related indicators.

Wojciech is currently working on a major 18 month research project led by Richard Cuthbertson of OXIRM, on the evolution of multi-channel retailing. The project is examining how emerging information technologies can be utilised to encourage shoppers back to the high street against the backdrop of increasing online sales, decreasing footfall in store and increasing costs. Instead of treating online and in-store purchases as two competing channels, the project is exploring how online solutions could be brought into stores to combine the advantages of both. Wojciech is examining the ways in which the physical shopping experience could be enhanced by the benefits generated by emerging technology, such as self-service kiosks and mobile applications used in-store. Such a radical reconfiguring of retail will present challenges to retailers, who must simultaneously address back office support and supply-chain issues to service these innovations and exploit the opportunities of developing technology.

5. Komitet naukowy i recenzyjny

PRZEWODNICZĄCE KOMITETU NAUKOWEGO

Jolanta Kowal, Uniwersytet Wrocławski, Wyższa Szkoła Zarządzania „Edukacja” we Wrocławiu, Polska

Helena Lindskog, Linköping University, Szwecja

Mirosława Wawrzak-Chodaczek, Uniwersytet Wrocławski, Polska

KOMITET HONOROWY

Anna Oleszkowicz, Dyrektor Instytutu Psychologii Uniwersytetu Wrocławskiego

Marek Lewandowski, Rektor Wyższej Szkoły Zarządzania “Edukacja” we Wrocławiu

Alicja Szerłaż, Dyrektor Instytutu Pedagogiki Uniwersytetu Wrocławskiego

Stanisław Wrycza, Head of the Department of Information Systems at the University of Gdansk, Poland and President of The Polish Chapter of Association for Information Systems

KOMITET PROGRAMOWY

William J. Sullivan, University of Florida, USA oraz Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Polska

Wojciech Piotrowicz, University of Oxford, UK

RECENZJA I KOMITET NAUKOWY

Ahmad Alibabae, Shahid Beheshti University of Medical Sciences, Iran

Antonio Diaz Andrade, Auckland University of Technology, New Zealand

Małgorzata Biedroń, Uniwersytet Wrocławski, Polska

Mark Brooke, Centre for English Language Communication, National University of Singapore, Singapore

Carsten Brockmann, Uniwersytet Poczdam, Niemcy

Joseph Cambray, President of the International Association of Analytical Psychology, Harvard Medical School, USA

Paulo Rupino da Cunha, Uniwersytet Coimbra, Portugalia

Radoslav Delina, Uniwersytet Techniczny w Koszycach, Słowacja

Natalia Demeshkant, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Ukraina

Geoffrey Dick, Georgia Southern University, USA

Carlos Ferran, Governors State University, USA

Krystyna Ferenz, Uniwersytet Wrocławski, Poland

Donald Fredericksen, Cornell University, Poland

Saikat Gochhait, Post Doctorate fellow, Sambalpur University, India

Marlene Holmner, University of Pretoria Johannesburg, Południowa Afryka

Witold Jakubowski, Uniwersytet Wrocławski, Polska

Claudia Koschtial, Fakultät für Wirtschaftswissenschaft, TU Bergakademie Freiberg, Niemcy
Jaroslav Lipowski, Uniwersytet Hradec Kralove, Czechy
Piotr Jarco, Wyższa Szkoła Zarządzania "Edukacja", Polska
Mariusz Kamiński, Wyższa Szkoła Zarządzania "Edukacja", Polska
Alicja Keplinger, Uniwersytet Wrocławski, Polska
Jolanta Kędzior, Uniwersytet Wrocławski, Polska
Jarosław Klebaniuk, Uniwersytet Wrocławski, Polska
Jolanta Kowal, Uniwersytet Wrocławski, Wyższa Szkoła Zarządzania "Edukacja", Polska
Beata Krawiec, Uniwersytet Wrocławski, Polska
Alicja Kuczyńska, Uniwersytet Wrocławski, Polska
Anna Kuzio, Uniwersytet Zielonogórski, Wyższa Szkoła Zarządzania "Edukacja", Polska
Tom Kwanya, University of KwaZulu-Natal, Południowa Afryka
Bogusława Lachowska, Katolicki Uniwersytet Lubelski, im. Jana Pawła II, Polska
Bianka Lewandowska, Uniwersytet Wrocławski, Polska
Mieczysła Leniartek, Wyższa Szkoła Zarządzania "Edukacja", Polska
Jaroslav Lipovski, Uniwersytet Hradec Kralove, Czechy
Juho Mäkiö, Hochschule Emden, Niemcy
Helena Lindskog, Uniwersytet Linköping, Szwecja
Andrzej Ładyżyński, Uniwersytet Wrocławski, Polska
Zbigniew Łoś, Uniwersytet Wrocławski, Polska
Janusz Martan, Politechnika Wrocławska, Polska
Juho Mäkiö, Hochschule Emden/Leer, Niemcy
Ieva Meidute, Vilnius Gediminas Technical University, Litwa
Anna Mitreğa, Uniwersytet Wrocławski, Polska
Bożena Matyjas, Uniwersytet im. Jan Kochanowski w Kielcach, Polska
Czesław Nosal, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej, Wrocław, Poland
Krystyna Ostapiuk, Wyższa Szkoła Zarządzania "Edukacja", Polska
Grażyna Paliwoda-Pękosz, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Polska
Władysław Jacek Paluchowski, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Polska
Wojciech Piotrowicz, University of Oxford, UK
Ivana Poledňová, Uniwersytet Masaryk, Czechy
Mahesh (Michael) S. Raisinghani, TWU School of Management, USA
Elena Rogova, Higher School of Economics at St.-Petersburg, Rosja
Wanda Ronka-Chmielowiec, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Polska
Narcyz Roztock, State University of New York at New Paltz, USA, Wyższa Szkoła Zarządzania "Edukacja", Polska
Flávio de São Pedro Filho, World Academy of Science, Engineering and Technology (USA), Federal University of Rondônia, Rondônia State, Brazil
Alicja Senejko, Uniwersytet Wrocławski, Polska
Benjamin B. M. Shao, W. P. Carey School of Business, Arizona State University, USA
Petr Smutny, Masaryk University in Brno, Czech Republic
Piotr Soja, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Polska
Christine Stilwell, University of KwaZulu-Natal, Południowa Afryka
Ralph Sonntag, University of Applied Sciences, Drezno, Niemcy
Zdenka Stránská, Uniwersytet Masaryk, Czechy
Maria Stras-Romanowska, Uniwersytet Wrocławski, Polska
Carmen Savulescu, National School of Political Studies and Public Administration, Bukareszt, Rumunia
Cristina Turcu, University of Suceava, Rumunia

Cornal Turcu, University of Suceava, Rumunia
Peter Underwood, University of KwaZulu-Natal, Południowa Afryka
Arkadiusz Urbanek, Uniwersytet Wrocławski, Polska
Samuel Fosso Wamba, NEOMA Business School, Francja
Jarosław Wąsiński, Wyższa Szkoła Zarządzania "Edukacja", Polska
Mirosława Wawrzak-Chodaczek, Uniwersytet Wrocławski, Polska
Krystyna Węglowska-Rzepa, Uniwersytet Wrocławski, Polska
Heinz Roland Weistroffer, Virginia Commonwealth University, USA
Stanisław Wrycza, Uniwersytet Gdański, Polska
Henryk Żeligowski, Wyższa Szkoła Zarządzania "Edukacja", Polska
Wiktor Żłobicki, Uniwersytet Wrocławski, Polska

KOMITET ORGANIZACYJNY

Małgorzata Biedroń, Uniwersytet Wrocławski, Polska
Agnieszka Janik, Uniwersytet Wrocławski, Polska
Jolanta Kędzior, Uniwersytet Wrocławski, Polska
Beata Krawiec, Uniwersytet Wrocławski, Polska
Anna Mitreğa, Uniwersytet Wrocławski, Polska
Arkadiusz Urbanek, Uniwersytet Wrocławski, Polska
Agnieszka Wieszaczewska, Uniwersytet Wrocławski, Polska

SEKRETARZE KONFERENCJI

Anna Kuzio, Wyższa Szkoła Zarządzania "Edukacja"
Agnieszka Janik, Uniwersytet Wrocławski
Teresa Bogacz, Wyższa Szkoła Zarządzania "Edukacja"
Joanna Przerzywacz-Orzechowska, Wyższa Szkoła Zarządzania "Edukacja"

6. Biografie autorów



Dr **Małgorzata Biedroń** jest autorem czterech monografii z zakresu komunikacji interpersonalnej i pedagogiki społecznej (m.in.: „Funkcja opiekuńcza rodziny miejskiej” – autorka; „Teoretyczne i praktyczne aspekty współczesnej pedagogiki opiekuńczej” – współredaktorka) oraz ponad 40 artykułów w czasopismach naukowych (krajowych i zagranicznych) i rozdziałów w recenzowanych publikacjach. Redaktorka dziewiętnastu kolejnych edycji "Podręcznika publikacji w dziedzinie pedagogiki społecznej". Członek Rady Programowej kwartalnika "Auxillium Sociale Novum".



dr **Paulina Forma** – adiunkt w Zakładzie Pedagogiki Społecznej Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach, pedagog społeczny, reseracher, nauczyciel akademicki, teoretyk i praktyk. Prowadzi zajęcia dydaktyczne z zakresu pedagogiki społecznej, teorii wychowania, pedagogiki opiekuńczej, pedagogiki rodziny, animacji społeczno-kulturowej, dramy, pomocy społecznej i pracy socjalnej, komunikacji społecznej, metodyki. Członek Świętokrzyskiego Wojewódzkiego Zespołu Interdyscyplinarnego, profilaktyk, autorka 2 monografii na temat Rodziny wielodzietnej i Socjalizacji dziecka oraz ponad 80 artykułów naukowych polsko i anglojęzycznych, opiekun studentów i instytutowy opiekun praktyk studenckich. Koordynator oraz uczestnik licznych projektów naukowo-badawczych i wdrożeniowych. Współpracuje z instytucjami sektora edukacji i biznesu, działając na rzecz transferu wiedzy w nauce i rozwoju zintegrowanych narzędzi wspierania innowacyjności w obszarach o dużym potencjale wzrostu, chętnie wdraża innowacje w edukację. Uczestniczy w licznych zagranicznych i krajowych seminariach, stażach, konferencjach naukowych. Łączy teorię z praktyką, inicjuje i koordynuje projekty. Jest także sekretarzem redakcji czasopisma naukowego. Jako opiekun praktyk wdraża studentów do praktycznej pracy pedagogicznej i wolontaryjnej w wielu placówkach i instytucjach na terenie woj. świętokrzyskiego i poza nim.



Sorina Georgescu jest wykładowcą (doktorat oczekiwany we wrześniu 2014 - Amerykańsko-Rumuńskie Studia nad XIX wiekiem) na wydziale Dziennikarstwa oraz Nauk i Inżynierii w Uniwersytecie Hyperion, Bukareszt, Rumunia, gdzie prowadzi lekcje języka angielskiego. Wydała 20 publikacji w języku angielskim i rumuńskim, głównie w języku angielskim, na takie tematy jak: wielokulturowość, rumuńska i amerykańska literatura i kultura, historia, mity narodowe, rasizm, studia etniczne, nauczanie (ESP). Prezentowała referaty na konferencjach krajowych i międzynarodowych, w Rumunii i za granicą. Jest członkiem "Romanian American Studies Association" (RAAS), "European American Studies Association" (EAAS) oraz "Society for Romanian Studies" (SRS). Jest także asystentką i redaktorką / koordynatorką Hypercultura – półrocznika - Journal of the Department of Letters and Foreign Languages (Hyperion University, Bucharest) i współorganizatorem międzynarodowych konferencji tym samym wydziale.



Dr **Alicja Keplinger** jest badaczką i wykłada w Instytucie Psychologii Uniwersytetu Wrocławskiego. Członek Polskiego Towarzystwa Psychologii Organizacyjnej i członek zarządu Dolnośląskiego Oddziału Narodowego Forum Doradztwa Kariery. Między 2008 a 2012 była zastępcą dyrektora Instytutu Psychologii Uniwersytetu Wrocławskiego. Autorka ponad 50 publikacji naukowych (publikowanych m.in. w Uniwersytecie Wrocławskim i ENETEIA), prowadzi wykłady i seminaria z psychologii zarządzania, psychologii motywacji i psychologii różnic indywidualnych. Recenzentka artykułów dla ECMLG PROCEEDINGS 2010-2012 (ACI, Reading, Wielka Brytania) i „Psychologii rozwoju” w 2012 roku i wielu innych. Jej zainteresowania i specjalizacje badawcze to: organizacja i zarządzanie, psychologia motywacji, psychologia różnic indywidualnych i etos behawioralnych problemów w organizacji.

Działała jako moderator paneli konferencyjnych podczas trzeciej, czwartej i piątej Interdyscyplinarnej Konferencji Naukowej „Człowiek wobec masowych zjawisk społecznych”, która odbyła się w Uniwersytecie Wrocławskim. Tematami konferencji były: „Oblicza bierności” 11-12 czerwca 2007 r., „Kobiecości i męskości - konteksty (nie) codzienne” 19-20 maja 2008 r. oraz „Transgresje, innowacje i kreatywności” 18-19 maja 2009 roku.



Jarosław Klebaniuk – psycholog społeczny, adiunkt w Instytucie Psychologii Uniwersytetu Wrocławskiego, redaktor kwartalnika "Psychologia Społeczna". Prowadzi badania z zakresu psychologii politycznej. Opublikował kilkadziesiąt artykułów naukowych. Pod jego redakcją wyszło pięć książek, m.in. "Fenomen nierówności społecznych" i "Oblicza nierówności społecznych". Prowadzi blog w portalu NaTemat.



Marta Kondracka-Szala

- doktor nauk społecznych w zakresie pedagogiki, nauczyciel mianowany edukacji przedszkolnej, muzyk – wokalista, obecnie adiunkt w Instytucie Pedagogiki UWr (Zakład Pedagogiki Wczesnoszkolnej i Przedszkolnej),
- doświadczony szkoleniowiec i nauczyciel akademicki (szkolenia dla rodziców, nauczycieli, dyrektorów, kursy pedagogiczne, zajęcia dydaktyczne ze studentami UWr),
- współautor i koordynator projektu „Przedsiębiorczy Przedszkolak” realizowanego w 24 wrocławskich przedszkolach, innowacji muzycznej „W magicznym świecie muzyki”, wojewódzki opiekun merytoryczny projektu „Edukacja Fundamentalna w Przedszkolu”,
- autorka wielu publikacji, w tym współredaktor dwóch monografii;
- zainteresowania badawcze: edukacja dziecka przedszkolnego, edukacja muzyczna, edukacja przedsiębiorczości, analfabetyzm muzyczny, stygmatyzacja społeczna, wsparcie społeczne, wirtualne społeczności.



Anna Kuzio

doktor, studia magisterskie ukończone na Uniwersytecie Wrocławski, studia doktorskie ukończone na Uniwersytecie Adama Mickiewicza w Poznaniu. Doktor nauk humanistycznych, adiunkt na Uniwersytecie Zielonogórskim oraz w Wyższej Szkole Zarządzania 'Edukacja' we Wrocławiu. Autor 3 monografii w języku angielskim dotyczących szeroko rozumianej teorii komunikacji; recenzent wielu artykułów naukowych oraz monografii dotyczących teorii komunikacji, retoryki, krytycznej analizy dyskursu, perswazji i manipulacji w języku. Członek komisji naukowej międzynarodowych czasopism: International Journal of Linguistics and Communication, Language Value, World Journal of English. Badania naukowe skoncentrowane na następujących zagadnieniach: komunikacja interkulturowa, pragmatyka, krytyczna analiza dyskursu, retoryka, perswazja i manipulacja w komunikacji.



Dr **Mieczysław K. Leniartek** jest architektem i urbanistą, absolwentem Wydziału Architektury Politechniki w Krakowie (rok uzyskania dyplomu magistra 1970). Posiada doświadczenie z Polski, Anglii i Australii, pracę doktorską z dziedziny rewitalizacji małych miasteczek obronił na Politechnice Krakowskiej w 2003 roku. Był dyrektorem Dolnośląskiego Centrum do Spraw Badań Regionalnych oraz firmy deweloperskiej w Krakowie. Przewodniczący kilku międzynarodowych konferencji na temat turystyki kulturowej i redaktor publikacji w tej dziedzinie („Komercjalizacja turystyki kulturowej”, „Badania środowiska historycznego”, „Terra Incognita w turystyce”). Wykładał na Wydziale Turystyki Wyższej Szkoły Zarządzania "Edukacja" we Wrocławiu (Polska) na temat rozwoju dla gościnności, sprawował również funkcję Dziekana.



Profesor zw. dr hab. **Marian Niedźwiedziński** ukończył studia na kierunku Ekonomika Przemysłu na Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym Uniwersytetu Łódzkiego. Od listopada 1972 pracuje na Uniwersytecie Łódzkim – początkowo jako programista, następnie jako asystent, adiunkt w Katedrze Informatyki, profesor nadzwyczajny – a obecnie - profesor zwyczajny i kierownik Katedry Informatyki Ekonomicznej.

Główne zainteresowania i publikacje naukowe prof. zw. dr hab. Mariana Niedźwiedzińskiego związane są budową oraz wykorzystaniem systemów informatycznych zarządzania. Jest autorem lub współautorem ponad 80 publikacji. Profesor Niedźwiedziński jest inicjatorem oraz przewodniczącym komitetu organizacyjnego konferencji poświęconych gospodarce elektronicznej, które odbywają się w Łodzi od 1993 roku.



dr hab. **Paweł Topol**, anglista, pedagog, edukator, badacz – Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Wydział Studiów Edukacyjnych. Zainteresowania naukowe: technologia kształcenia, kształcenie nauczycieli, TI w procesie uczenia się i nauczania, CALL (nauczanie języków wspomagane komputerowo), e-learning i u-learning, światy wirtualne 3D dla edukacji. Autor: 2 książki, ponad 50 artykułów, 11 recenzji. Doświadczenie badawcze i dydaktyczne: glottodydaktyka (>30 lat), TI i CALL (>25 lat), e-learning (>15 lat), światy wirtualne 3D (6 lat), wykładowca online w Appalachian State University, NC, USA (8 lat).



Angelika Urbaniak - studentka drugiego roku studiów licencjackich Analiza i zarządzanie w biznesie na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego. W latach 2010 - 2012 brała udział w międzynarodowym programie wymian uczniowskich Comenius. W 2012 roku ukończyła XLV Liceum Ogólnokształcące w Łodzi z tytułem Najlepszego Absolwenta. Od maja 2014 roku członek Studenckiego Koła Naukowego FEIM, w którym działa jako koordynator projektów, autorka publikacji, administrator serwisów społecznościowych oraz organizator eventów. Stażystka na stanowisku asystentki redaktor naczelnej portalu internetowego urodaizdrowie.pl. Aktualnie członek II edycji projektu „MENTORING – ABSOLWENT VIP”.



Dr inż. **Piotr Woźniak** – wykładowca w Państwowej Wyższej Szkole Zawodowej w Nysie, Doktor nauk ekonomicznych w dyscyplinie nauk o zarządzaniu – absolwent Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie; uprawnienia Międzynarodowego Eksperta - Audytora wiodącego w zakresie normy ISO 900 oraz ISO 27 000, z wpisem do Międzynarodowego Rejestru Audytorów Wiodących IRCA (około 500 audytów, ekspertyz na terenie UE), szkoleniowiec, 12 letnie doświadczenie we wdrożeniach systemów zarządzania w tym ISO 9001, ISO 27 000, ISO 22 000, HACCP, BRC, IFS, autor projektów technologicznych, restrukturyzacji zakładów przemysłowych, samorządowiec.



Maria Jolanta Zajączkowska

Doktor nauk humanistycznych, wykładowca na uczelniach wyższych, specjalistka w zakresie teorii i praktyki komunikacji społecznej, negocjacji i mediacji, organizacji kształcenia i doskonalenia oraz zarządzania w oświacie, autorka wielu programów szkoleniowych i publikacji. Trenerka umiejętności społecznych indywidualnych i grupowych, posiadająca bardzo duże doświadczenie zawodowe, szkoleniowe i praktyczne. Absolwentka Helsińskiej Szkoły Praw Człowieka oraz kursów dla trenerów negocjacji i mediacji prowadzonych przez Conflict Resolution Research and Resources Institute w Tacoma, USA, Centrum Mediacji „Partners” w Warszawie, NLP w biznesie, Treningu Zastępowania Agresji, Praw człowieka i antydyskryminacji, Gender Mainstreaming, kursów rozwoju osobowości i coachingu. Czynna mediatorka sądowa (od 2006 do 2014 roku przeprowadziła ponad 100 mediacji). Założycielka Stowarzyszenia Centrum Mediacji TRIALOG w Legnicy. Ekspert w zakresie mediacji. Doradca - coach w zakresie rozwoju osobistego.

7. Abstrakty

Komunikacja w Zarządzaniu i Psychologii

Komunikacja marketingowa w działalności teatrów w Polsce

Prof. zw. dr hab. **Marian Niedźwiedziński**, Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno – Socjologiczny, Katedra Informatyki Ekonomicznej, mariann@uni.lodz.pl

Dr **Halina Klepacz**, Wyższa Szkoła Informatyki i Umiejętności w Łodzi, Wydział Informatyki i Zarządzania, halina_klepacz@wsinf.edu.pl

Dr **Kamila Szymańska**, Wyższa Szkoła Informatyki i Umiejętności w Łodzi, Wydział Informatyki i Zarządzania, szymanska.km@gmail.com

ABSTRAKT:

Celem artykułu jest analiza stopnia zaawansowania i zróżnicowania działań z zakresu komunikacji marketingowej stosowanych w polskich teatrach. Z celu ogólnego wynikają również cele szczegółowe. Pierwszym z nich jest analiza treści przekazów promocyjnych czyli komunikowanych obszarów wartości dla klienta. Drugi cel szczegółowy dotyczy identyfikacji skali geograficznej komunikacji marketingowej stosowanej przez teatry. Trzecim celem jest analiza nośników (narzędzi) komunikacji, z ich podziałem na media ATL oraz instrumenty BTL. Cel czwarty stanowi rozpoznanie stopnia zróżnicowania narzędzi promocyjnych w oparciu o dwa kryteria: wiek widzów oraz częstotliwość i powtarzalność korzystania przez nich z oferty teatru.

Podstawę empiryczną referatu stanowią badania przeprowadzone metodą ankiety internetowej wśród specjalistów ds. marketingu zatrudnionych w polskich teatrach. Badania przeprowadzono na pełnej próbie 260 jednostek, w tym: 68 teatrów dramatycznych, 32 muzycznych, 56 lalkowych, 82 teatrów tańca i ruchu oraz 17 teatrów prywatnych. Badania realizowano w skali ogólnopolskiej. Otrzymano 56 poprawnie wypełnionych kwestionariuszy (zwrotność wyniosła zatem 21,54%). Badania zrealizowano w kwietniu 2014 r.

Najwięcej (43%) badanych instytucji stanowiły teatry działające w największych polskich miastach (liczących powyżej 500 tys. mieszkańców). 64,29% wszystkich podmiotów stanowiły instytucje kulturalne działające na rynku od ponad 30 lat, a więc posiadające już znaczne doświadczenie we wdrażaniu komunikacji marketingowej. Badane teatry przede wszystkim koncentrują się na obsłudze osób dorosłych (64%), młodzieży szkolnej i dzieci (po 60,71%).

Respondenci najczęściej deklarowali, że reprezentowane przez nich instytucje kultury podkreślają w przekazach promocyjnych zróżnicowanie oferty (przygotowanie spektakli dla

różnych grup wiekowych) oraz obsadę aktorską lub znanego i doświadczonego reżysera przedstawienia. Większość, bo ponad 60%, badanych teatrów stosuje głównie promocję w skali lokalnej (miasta własnego i okolicznych). Respondenci są raczej optymistycznie nastawieni do możliwości wykorzystania mediów masowych w komunikacji marketingowej polskich teatrów. Analizowane podmioty umiejętnie łączą promocję w nowoczesnych kanałach komunikacji (głównie w Internecie i serwisach społecznościowych, wśród których dominującą rolę odgrywa Facebook), mediach lokalnych (radiu i prasie) oraz wykorzystanie nośników bardziej tradycyjnych (plakatów, afiszy, ulotek czy newsletterów). Większość (75%) respondentów zadeklarowało różnicowanie nośników promocji w zależności od wieku adresatów przekazu, ale jednocześnie niespełna połowa (nieco ponad 48%) wyróżnia w tym względzie stałych widzów. Między innymi na skutek stosowanych działań komunikacyjnych blisko 59% podmiotów odnotowało w ostatnim roku wzrost liczby klientów.

Autorzy mają świadomość ograniczeń zrealizowanych badań. Po pierwsze, osiągnięta zwrotność kwestionariuszy jest zbyt mała, aby móc uogólniać uzyskane wyniki i wnioski na całą populację. Po drugie zaś, badania te mają jedynie charakter wstępny – powinny być one pogłębiane np. w odniesieniu tylko do poszczególnych rodzajów teatrów, analizy poszczególnych przykładów materiałów promocyjnych czy rozszerzane na inne instytucje kulturalne działające w Polsce.

Zgromadzone wyniki badań stanowią uzupełnienie luki informacyjnej w literaturze przedmiotu – niezwykle rzadko, zwłaszcza w Polsce, prowadzi się analizę działań marketingowych (w tym promocyjnych) instytucji kulturalnych. Dotychczasowe publikacje odnoszą się raczej do marketingu wytworów kultury lub uczestnictwa Polaków w kulturze.

Ponadto analiza wyników badań pozwoliła przełamać stereotyp „ucieczki” instytucji upowszechniających kulturę wysoką od działań marketingowych. Wyniki badań oraz płynące z nich wnioski powinny stać się inspiracją dla teatrów i innych instytucji kultury do rozwoju ich umiejętności komunikacyjnych.

Słowa kluczowe: *Komunikacja marketingowa, przekazy promocyjne, teatr, kultura, social media*

Młodzież w obliczu seksualizacji kultury medialnej

Anna Brosch, Uniwersytet Śląski, Polska, anna.brosch@us.edu.pl

ABSTRAKT:

Eksplozja technologii medialnych, która miała miejsce na przełomie ostatniego tysiąclecia, znacząco zmieniła sposób życia młodych ludzi. Media, począwszy od prasy, poprzez telewizję, aż po Internet, stanowią dla młodzieży łatwo dostępne źródło informacji narażając ją na treści o tematyce seksualnej, propagowane przez kulturę popularną. Medialne wzorunki zachowań seksualnych, znacznie szersze i bogatsze niż osobiste doświadczenia młodzieży, kształtują postawy i oczekiwania młodych ludzi, które są bardziej zgodne z rzeczywistością wirtualną, niż z rzeczywistością realną.

W artykule opisano zjawisko dotyczące seksualizacji dzieci i młodzieży. Przedstawiono główne przyczyny tego zjawiska, takie jak nowa rola młodzieży w kulturze popularnej, która polega na byciu odbiorcą zachowań seksualnych prezentowanych w mediach. Opierając się na literaturze zaprezentowano oznaki seksualizacji, widoczne w muzyce, czasopiśmie młodzieżowych, Internecie, a nawet zabawkach. Ponadto, przedstawiono skutki tego zjawiska i możliwości jego zapobiegania. Na zakończenie przedstawiono propozycje ograniczenia szkodliwych skutków medialnych treści seksualnych przez młodzież.

Słowa kluczowe: *Media, dzieci i młodzież, seksualizacja kultury*

E-learning w przygotowaniach do Lekarskiego Egzaminu Końcowego (LEK)

Wiesław Palczewski, Wyższa Szkoła Zarządzania Edukacja, Polska, cv@comvideo.pl

Szymon Suwała, Norbert Barlicki Memorial Teaching Hospital No. 1,

szymonsu88@gmail.com

Mateusz Palczewski, Pediatric Surgery and Urology Department of Wrocław Medical

University, palczewski@przypadkimedyczne.pl

ABSTRAKT:

Kształcenie online jest nowatorskim i dynamicznie rozwijającym się sposobem na powszechną edukację, szczególnie przydatnym w przypadku konieczności nauki bardzo obszernych partii materiału.

Lekarski Egzamin Końcowy to test sprawdzający wiedzę młodych medyków z różnych, wyjątkowo rozległych działów medycyny – interny, chirurgii, pediatrii, ginekologii, psychiatrii, medycyny rodzinnej, medycyny ratunkowej, prawa medycznego, orzecznictwa i zdrowia publicznego. Trwa on 4 godziny i składa się z 200 pytań. Każde pytanie posiada pięć wariantów odpowiedzi. Tylko jedna jest prawidłowa. Test jest zaliczony gdy zdający udzieli minimum 56% poprawnych odpowiedzi. Wyniki tego sprawdzianu w decydujący sposób kształtują karierę absolwentów wydziałów lekarskich, wpływając często na wybór dziedziny specjalizacji, nie zawsze zgodny z preferencjami zdającego. Stąd ważne jest osiągnięcie jak najlepszego wyniku.

Portal PrzypadkiMedyczne.pl (www.PrzypadkiMedyczne.pl) wychodząc naprzeciw oczekiwaniom udostępnił e-learningowy moduł o nazwie LEK-endium. Moduł ten to zbiór autorskich testów opartych na zasadach Lekarskiego Egzaminu Końcowego, składających się ze 100 pytań na których rozwiązanie użytkownicy mają 2 godziny. Każde pytanie jest podsumowane komentarzem autora, co dodatkowo ułatwia zapamiętanie omawianego materiału. Przystępujący do tej formy uczenia automatycznie weryfikują swoją wiedzę, zaznajamiają się z formą i ewentualnymi trudnościami rzeczywistego egzaminu.

Autorzy w niniejszej pracy przedstawiają ideę modułu internetowego nauczania, jego algorytm działania i oceniają walory edukacyjne związane z przygotowaniem do egzaminu LEK.

Słowa kluczowe: LEK, E-learning, PrzypadkiMedyczne.pl, Lekarski Egzamin Końcowy, Medical Final Examination, web portal, e-learning module, LEK-endium

Media same o sobie. Krytyczna analiza wątków autotematycznych w serialu „Głęboka woda”

Edyta Zierkiewicz, Uniwersytet Wrocławski, Polska, ezi@pedagogika.uni.wroc.pl

Joanna Anioł, Uniwersytet Wrocławski, Polska, joanna.aniol@gmail.com

ABSTRAKT:

Przestrzeń edukacyjna współczesnych mediów wypełniona jest różnego rodzaju zagadnieniami: co jeść, jak się ubierać, jak powinna zachowywać się przykładowy ojciec, jakie badania regularnie wykonywać etc. Wśród programów telewizyjnych odznaczających się wyjątkowo szerokim spektrum problemów, w zakresie których edukowani są ich odbiorcy, wymienić należy seriale telewizyjne. Na rodzimym rynku na szczególną uwagę zasługuje serial, którego produkcja finansowana była ze środków Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, poddziałanie 1.18 „Tworzenie i rozwijanie standardów usług pomocy i integracji społecznej”.

Pomysł nakręcenia serialu „Głęboka woda” nie narodził się pod wpływem publicznej krytyki pracowników socjalnych, niemniej chęć powstrzymania przez urzędników ds. polityki społecznej ostrych ataków prasy i telewizji na podległe im placówki z pewnością odegrała pewną rolę przy podejmowaniu decyzji o realizacji projektu filmowego¹.

Pod koniec ubiegłej dekady opinię publiczną bulwersowały medialne doniesienia o ignorowaniu przez pracowników socjalnych donosów o „znikaniu dzieci” i wielokrotnych ciężarach, które nie znajdowały swojego „szczęśliwego finału”. Ujawnionych przypadków było zaledwie kilkanaście, jednak medialnych informacji na ich temat nieporównywalnie więcej. Wśród Polaków rosło więc przeświadczenie, iż pracownicy socjalni lekceważą obowiązki zawodowe i/lub są indolentni. Negatywnego obrazu tego środowiska zawodowego nie poprawiała ani kampania społeczna „Pracownicy Socjalni – superbohaterowie dnia codziennego”², ani filmy dokumentalne prezentujące sylwetki osób oddanych swojej pracy³,

¹ Rozmowa z Jarosławem Dudą

² Kampania zorganizowana została w 2012 r. w ramach projektu „Wsparcie i podnoszenie kwalifikacji zawodowych kadr pomocy i integracji społecznej” – Poddziałanie 7.1.3 PO KL. (sądzymy, że zainspirowana została serialem „Głęboka woda”)

³ „Zawód – Pracownik Socjalny” (2006, reż. Grzegorz Karbowski), „Magda” o pracy pracownicy z Ośrodka Pomocy Społecznej z warszawskiego Śródmieścia (2000), „Przepraszam czy tu żyją” o pracownikach socjalnych z warszawskiej Pragi.

te bowiem docierały przede wszystkim do wąskiego grona odbiorców (głównie pracowników OPS-ów).

Spośród przekazów nastawionych na promocję pozytywnego wizerunku pracownika socjalnego (i na przeciwstawienie się czarnemu PR-owi tej grupy zawodowej uprawianemu przez mainstreamowe media) (względny) sukces odniósł jedynie serial „Głęboka woda”. Po pierwsze dlatego, iż emitowany był w telewizji ogólnopolskiej (PR 2 TVP) w czasie największej oglądalności. A po drugie dlatego, że wyposażony został w cechy atrakcyjne dla przeciętnej odbiorcy: fabułę, osobiste historie, napięcie emocjonalne...

W naszym tekście, posługując się jakościową analizą treści, chcemy odpowiedzieć na pytania dotyczące tego jak media przedstawiają same siebie i co z tego wynika? Jaką rolę sobie przydzielają? Za co siebie cenią, a za co siebie (nawzajem) ganią? Jak starają się zróżnicować/odróżnić od innych źródeł/kanałów przekazu?

Słowa kluczowe: *Edutainment, edukacyjny potencjał seriali telewizyjnych, wątki społeczne w przekazach popkulturowych*

Zaangażowanie Amazonek w kampanie społeczne na rzecz podnoszenia świadomości raka piersi jako wyraz solidarności z kobietami i jako budowanie kapitału społecznego własnej organizacji

Edyta Zierkiewicz, Kaja Koronkiewicz, Uniwersytet Wrocławski, Polska

ABSTRAKT:

Problematyka raka piersi od lat wzbudza zainteresowanie społeczne. Należy on bowiem do najczęściej występujących nowotworów złośliwych wśród kobiet, a ryzyko zachorowania nadal wzrasta. Choroba ta wynika nie tylko z uwarunkowań genetycznych, lecz może również stanowić efekt niewłaściwych nawyków, stylu życia, bądź postępującego zanieczyszczenia środowiska. Mimo stosunkowo licznych doniesień o tym typie nowotworu w środkach masowego przekazu, nadal większość ludzi nie zna jego objawów, sposobów diagnozowania i możliwości leczenia. Choć przestał on być tematem tabu, w społeczeństwie wciąż funkcjonują mity, z powodu których jedynie niewielka liczba kobiet poddaje się regularnym badaniom. Promowanie profilaktyki zdrowotnej jest zatem szczególnie istotne.

Autorki artykułu dokonują krytycznej analizy kampanii społecznych organizowanych przez Amazonki. Prezentują zawarty w nich potencjał edukacyjny, ukazują konstruowane wizerunki choroby. Podejmują refleksję dotyczącą motywów angażowania się w działania na rzecz wspierania walki z nowotworem piersi oraz ich skuteczności. Komu i czemu służą akcje organizowane przez stowarzyszenia kobiet po mastektomii? Czy ich kampanie mają na celu wyłącznie propagowanie wiedzy o raku piersi wśród zdrowych, potencjalnie niezdiagnozowanych kobiet, oraz zachęcanie do poddawania się badaniom profilaktycznym? A może podejmowane działania mają dodatkowe, ukryte założenia?

Słowa kluczowe: rak piersi, profilaktyka, edukacja zdrowotna, kampanie społeczne, kapitał społeczny, Amazonki

Controlling a stan rozwoju i obszary zastosowań rachunku kosztów działań w polskich przedsiębiorstwach.

Robert Piechota, Wyższa Szkoła Zarządzania "Edukacja", Polska,
dziekan@edukacja.wroc.pl

Izabela Zajac, Wyższa Szkoła Zarządzania "Edukacja", Polska, i.zajac@sirms.eu

ABSTRAKT:

Cel realizacji zadania

Analiza rozwoju i dyfuzji rachunku kosztów działań (Activity Based Costing), a także rozpoznanie i ocena zakresu i sposobu zastosowań racActivity Based Costing, ABCchunku kosztów działań w przedsiębiorstwach polskich. W tym analizie:

- 1) rozwoju koncepcji rachunku kosztów działań oraz dyfuzji tej koncepcji w świecie jako podstawy badań funkcjonowania systemów rachunku kosztów działań w przedsiębiorstwach w Polsce,
- 2) zakresu implementacji rachunku kosztów działań w przedsiębiorstwach w Polsce na początku XXI w. w świetle dyfuzji ABC na świecie;
- 3) czynników warunkujących podejście przedsiębiorstw działających w Polsce do problematyki rachunku kosztów działań
- 4) procesu wdrażania rachunku kosztów działań w przedsiębiorstwach w Polsce, struktury funkcjonujących systemów ABC oraz sposobów wykorzystania informacji generowanych przez te systemy.

Planowane efekty naukowe i praktyczne:

Popularyzacja i rozwój nowoczesnych systemów rachunku i kalkulacji kosztów oraz pomoc polskim firmom, które planują wdrożenie zaawansowanych systemów rozliczania kosztów w celu zwiększenia konkurencyjności własnych produktów. Raporty dotyczące stanu i warunków rozwoju rachunku kosztów działań w Polsce. Analiza obszarów zastosowań oraz stan rozpowszechnienia rachunku kosztów działań w Polsce.

Słowa kluczowe: *Activity Based Costing ABC, przedsiębiorstwa, kontroling finansowy, formy społecznej komunikacji, finanse, Polska*

Komunikacja w Zarządzaniu i Edukacji

Wykorzystywanie mediów przez rodziców dzieci z niepełnosprawnością do walki o swoje znaczenie

Beata Cytowska, Uniwersytet Wrocławski, Wrocław, Polska, beata.cytowska@gmail.com

ABSTRAKT:

Rodzice dzieci z niepełnosprawności do niedawna żyli na marginesie społeczeństwa. Wykluczani, bądź sami izolujący się od środowiska lokalnego, często również dalszej rodziny, czuli się gorsi, stygmatyzowani na równi ze swoimi niepełnosprawnymi dziećmi.

Od chwili stwierdzenia (zaetykietowania) ich dziecka jako niepełnosprawnego podejmują indywidualną walkę o swoje „być albo nie być” w wymiarze egzystencjalnym, społecznym i psychoemocjonalnym. Narzędzia owej walki dobierane są w zależności od możliwości własnych, sił drzemających w grupie społecznej doświadczających tych samych problemów oraz powagi przeżywanych trudności.

Sięganie do mocy trzeciej władzy, po to by próbować rozwiązać swoje problemy, zwrócić uwagę na doświadczane przejawy dyskryminacji i izolacji stanowi obecnie jedną z bardziej popularnych metod działania na szerszą skalę. Praktyka innych marginalizowanych grup otworzyła takie możliwości i, ze względu na wysoki poziom skuteczności, wydaje się być często i chętnie wybierana przez grupy społeczne niezadowolone z własnej sytuacji, odczuwające lekceważenie i ignorowanie przeżywanych problemów różnej natury.

W prezentacji i artykule zostanie przedstawiona krytyczna analiza dyskursu nad desperackimi działaniami podejmowanymi przez badaną grupę rodziców, z wykorzystaniem mediów, aby zostać dostrzeżonymi, wyjść z marginesu społecznego, ekonomicznego i psychoemocjonalnego. Analizie poddane zostaną artykuły prasowe, reportaże oraz komentarze czytelników/internautów, które pojawiały się w mediach w trakcie trwania (w gmachu sejmu) protestu okupacyjnego rodziców dzieci z niepełnosprawnością dotyczącego nie wywiązania się władzy z podjętych wcześniej obietnic poprawy ich sytuacji finansowej.

Słowa kluczowe: rodzice dzieci z niepełnosprawnością, walka o znaczenie, media, krytyczna analiza dyskursu

Nowe technologie źródłem nowych wyzwań w edukacji

Patrycja Obara, Uniwersytet Wrocławski, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, Polska, patrycja.obara@gmail.com

ABSTRAKT:

Rozwój nowych technologii postępuje dziś w tempie wykładniczym, stwarzając niezliczone możliwości rozszerzania i urozmaicania metod pracy nauczyciela z uczniem lub studentem. Pociąga to jednak za sobą także nowe wyzwania i problemy.

Pierwszy z nich to problem własności intelektualnej. Uczniowie od najmłodszych lat oswajani są z korzystaniem z cyfrowych źródeł wiedzy. Nie zawsze jednak idzie to w parze z budowaniem świadomości etycznych aspektów korzystania z wyników cudzej pracy. O ile używanie opcji „Kopiuj-Wklej” może oczywiście wynikać z nieuczciwych intencji ucznia, o tyle praktyka pokazuje, że często jest spowodowane niewiedzą lub błędnym zrozumieniem kwestii własności intelektualnej. Młodzież szkolna nie dysponuje bowiem wiadomościami z zakresu autorskich praw osobistych i majątkowych na wystarczającym poziomie.

Drugim problemem jest zmieniająca się rola nauczyciela w procesie kształcenia. Nowe technologie umożliwiają dziś uczniom dostęp do bogatszej wiedzy niż kiedykolwiek wcześniej. Ma to wiele oczywistych zalet, wiąże się jednak z koniecznością zmodyfikowania podejścia do nauczania. Oprócz przekazywania uczniom wiedzy książkowej nauczyciel powinien rozwijać u nich umiejętność wyszukiwania wysokiej jakości, wiarygodnych źródeł informacji oraz ich krytycznej oceny, a także świadomego korzystania z dostępnych narzędzi i baz danych, odróżniania faktów od opinii oraz selekcjonowania zdobytej wiedzy. Wydaje się to dziś ważniejsze, niż zaznajamianie ucznia z encyklopedyczną wiedzą.

Globalizacja przestrzeni edukacyjnej i ograniczenie barier komunikacyjnych zmusza również do refleksji nad ideą standaryzacji procesu kształcenia. Czy zasadnym jest realizowanie w każdej grupie zajęciowej realizować tego samego materiału, bez uwzględniania przy tym potrzeb i kompetencji grupy? Czy jedynym słusznym podejściem do ewaluacji pracy ucznia jest stosowanie ustandaryzowanych metod oceny? Czy nauczyciel może jeszcze być „guru”, który przekazuje swoim uczniom wiedzę, występując przy tym z pozycji autorytetu, czy raczej powinien odgrywać rolę „mentora”, skoncentrowanego na uczniach, badającego ich potencjał i potrzeby, a następnie dostosowującego do nich własne metody pracy? A może wręcz powinien stać się „pasterzem”, który odda proces edukacyjny w ręce swoich uczniów, dyskretnie aktywizując naturalnych liderów grupy? To ostatnie

podejście, choć pozornie kontrowersyjne, świetnie sprawdza się na przykład na zajęciach warsztatowych.

Kolejny problem to oddziaływanie tak zwanej „kultury obrazkowej” na psychologiczne aspekty procesu kształcenia, a także na oczekiwania uczniów. Coraz więcej badań wskazuje na to, że skraca się okres skupienia uwagi uczniów. Aby więc proces nauczania był skuteczny, nauczyciel musi zareagować na te zmiany, dostosowując do nich wykorzystywane metody pracy i sięgając na przykład po narzędzia z zakresu edutainment czy rozwiązania multimedialne, pozwalające skupić uwagę uczniów na przedmiocie zajęć.

Ostatnim problemem jest ryzyko wykluczenia cyfrowego, które skuteczny proces edukacyjny powinien minimalizować, bowiem w czasach, gdy w większości obszarów życia korzysta się z nowych technologii, należy wykształcić u ucznia silną kompetencję cyfrową.

Badania leżące u podstaw tej prezentacji przeprowadzone zostały przy wykorzystaniu metody analizy procesu dydaktycznego, metody eksperymentu pedagogicznego, metody indywidualnych przypadków oraz metody sondażu diagnostycznego. W trakcie prezentacji każdy z wymienionych wyżej problemów zostanie omówiony bardziej szczegółowo. Autorka zaproponuje również możliwe ich rozwiązania.

Słowa kluczowe: *nowe technologie, plagiat, personalizacja, edutainment, komunikacja, własność intelektualna, rola nauczyciela, standaryzacja, wykluczenie cyfrowe*

Komunikacja w Edukacji

Walka, mediacja czy medytacja? Sposoby rozwiązywania konfliktów w środowisku studenckim

Maria Jolanta Zajączkowska, Wyższa Szkoła Zarządzania "Edukacja", Polska,
maria@mjz.com.pl

ABSTRAKT:

Artykuł prezentuje wyniki badań stanowiące drugi etap cyklu badawczego poświęconego kulturze/sposobom rozwiązywania konfliktów w środowisku szkolnym i akademickim w latach 2003-2014.

Pierwszy etap badań zrealizowano w latach 2003-2004 wśród nauczycieli i uczniów szkół podstawowych i ponadpodstawowych z terenu byłego województwa legnickiego. Te wyniki opublikowano w 2006 roku.

W środowisku akademickim pierwsza część badań drugiego etapu została zrealizowana w roku 2007 w grupie studentów Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Legnicy, druga część w 2014 roku wśród studentów Wyższej Szkoły Zarządzania „Edukacja” we Wrocławiu.

Za pomocą metody sondażu diagnostycznego uzyskano dane od ponad 400 osób. Ukazują one zachowania studentów w sytuacjach konfliktowych, a także ich wiedzę na temat różnych sposobów rozwiązywania sporów. Prezentują także aktualną wiedzę młodzieży akademickiej na temat stosunkowo nowego sposobu rozwiązywania konfliktów-mediacji.

Mediacja, jako alternatywny dla arbitrażu i sądu, dobrowolny i poufny sposób dochodzenia do porozumienia w sytuacji sporu, jest propagowana, nauczana i stosowana w Polsce od kilkunastu lat. Nie cieszy się jednak popularnością, nie jest nawet powszechnie znana, co ukazują badania.

Słowa kluczowe: *Publikacja konferencyjna, konflikt, mediacja, komunikacja, zachowania, badania*

Polak=muzyczny analfabeta? O marginalizacji muzyki i jej języka w polskiej edukacji powszechnej

Marta Kondracka-Szala, Uniwersytet Wrocławski, Polska, martakondracka@gmail.com

ABSTRAKT:

Pytanie postawione w tytule wydaje się być może nieco szokujące, ale niestety, najnowsze badania i obserwacje dowodzą, że odpowiedź na nie jest twierdząca... Istnieje wiele przyczyn tego stanu rzeczy. Wśród nich wymienić należy: niedoskonały system kształcenia nauczycieli, w tym nauczycieli muzyki, pewne metodyczne nieprawidłowości w nauczaniu muzyki w edukacji powszechnej, np.: w szkole podstawowej, a co za tym idzie: złych doświadczeń związanych z przyswajaniem treści, umiejętności dotyczących edukacji muzycznej. Następnie wymienić należy koncentrowanie się na rozwoju oferty szkół muzycznych i wychodzenie naprzeciw potrzebom osób muzycznie uzdolnionych przy pominięciu muzycznego kształcenia każdego przedszkolaka, ucznia, człowieka z wykorzystaniem odpowiednio dostosowanych do możliwości i predyspozycji metod, środków dydaktycznych, form pracy. Te wszystkie zjawiska (i nie tylko) doprowadzają do marginalizacji muzyki i edukacji muzycznej w edukacji powszechnej. Niestety, zapomina się również o tym, że muzyka posługuje się określonym językiem, który stanowi jedną z form komunikacji interpersonalnej. Choć język muzyki jest językiem swoistym, to jednak jego znajomość (przynajmniej na poziomie podstawowym) wydaje się niezbędną również we współczesnym świecie. Brak umiejętności dekodowania znaków języka muzyki, rozumienia elementów muzyki czyni z nas analfabetów muzycznych... Właśnie dlatego, podczas wystąpienia, uwaga zostanie skoncentrowana również na muzyce jako formie komunikacji międzyludzkiej. Obecny stan edukacji muzycznej w Polsce wymaga refleksji i działań już na wczesnym etapie oddziaływań dydaktycznych, tak aby zapobiec pogłębianiu się zjawiska analfabetyzmu muzycznego w naszym kraju.

Słowa kluczowe: *analfabetyzm muzyczny, edukacja muzyczna, język muzyki*

„Cywilizacja niecierpliwości” w kształtowaniu stylu życia i komunikacji międzyludzkiej

Iwona Paszena, Uniwersytet Wrocławski, Polska, ipa@pedagogika.uni.wroc.pl

ABSTRAKT:

Cel. Artykuł podejmuje problem kształtowania stylu życia i komunikacji międzyludzkiej w czasach „cywilizacji niecierpliwości”. Ich charakterystyczną cechą jest dynamizm działania. W tych realiach obowiązującym stylem życia współczesnego człowieka jest życie w pośpiechu. Kupujemy gotowe jedzenie i podgrzewamy w mikrofalówce, aby było szybciej. Denerwujemy się, gdy nasz komputer zbyt wolno się uruchamia, nie lubimy stania w korku ulicznym, kolejek do kasy, itp. Skutki tych procesów są dalekosiężne i odbijają się na wszystkich sferach życia. Znajdują wyraz w wartościach, obyczajach, związkach i relacjach międzyludzkich. Oddziałują na sposób i tempo mówienia oraz podejście do rozmowy. Celem artykułu jest próba ukazania możliwych kierunków i dróg odnajdywania równowagi w złożonej i niezbyt jasnej dla człowieka rzeczywistości.

Metodologia. Podstawę do prowadzonych w artykule rozważań stanowią wyniki analiz tekstów kulturowych, w których badacze podejmowali zagadnienia stylu życia współczesnego człowieka. Na tej bazie autorka ukazuje wagę problemu życia w czasach „cywilizacji niecierpliwości” oraz wynikające z tego konsekwencje.

Rezultaty. Eksploracje badawcze ujawniają, że współczesny człowiek, to człowiek pośpiechu, któremu brakuje czasu, który jest więzieniem przymusu. Zjawisko to prowadzi do zmian w relacjach międzyosobowych: agresji, dopatrywania się złych intencji, egoizmu, zaniku solidarności międzyludzkiej. W czasach „syndromu niecierpliwości” nie ma miejsca dla słuchacza, a więc na prawdziwą rozmowę. Ludzie mówią o swoich sprawach, nie zwracając uwagi na to, co mówi druga osoba. Prezentowane wyniki badań wskazują, że w obliczu pluralizmu wartości, zasad, norm postępowania, szybko zmieniających się mód i trendów, narzuconych sposobów stylów życia oraz wielu innych, negatywnych konsekwencji „zagubienia się w świecie”, człowiek pozostaje samotny. Nie radzi sobie ze zrozumieniem rzeczywistości, rozumieniem drugiego człowieka i samorozumieniem.

Badanie/praktyczne zastosowanie. Pomoc człowiekowi w odnajdywaniu się w tych przestrzeniach, które rozwój cywilizacji uczynił powszechnie dostępnymi, a które wcześniej takimi nie były, to podstawowe zadanie edukacji. Problemem edukacyjnym zatem staje się

pytanie: jak uchronić człowieka przed dokonywaniem niewłaściwych wyborów? W artykule autorka, odnosząc się do teoretycznych założeń pedagogiki dialogu, ukazuje możliwe kierunki i drogi odnajdywania (po)rozumienia z drugim człowiekiem i sobą samym.

Oryginalność. Brak zrozumienia przez człowieka zbyt złożonej i niejasnej rzeczywistości budzi niepokój. To on nazbyt często staje się przyczyną nie podejmowania działań na rzecz rozwiązywania problemów, z którymi trzeba się zmierzyć. Brakuje zatem dialogu prowadzącego do rozumienia potrzeb i oczekiwań innych ludzi oraz potrzeb i oczekiwań nas samych. Dlatego też istotne jest podejmowanie badań i analiz dotyczących sposobów zharmonizowania różnych sfer życia człowieka i możliwie szybkie wdrożenie wniosków z nich w praktyce.

Słowa kluczowe: „cywilizacja niecierpliwości”, style życia, komunikacja międzyludzka, pedagogika dialogu.

Kompetencje medialne dzieci w wieku wczesnoszkolnym na przykładzie wybranych seriali dla dzieci i młodzieży

Wiktoria Kiwior, Uniwersytet Wrocławski, Polska, wwiktoria1@gmail.com

ABSTRAKT:

Postępująca mediatyzacja rzeczywistości sprawia, iż kompetencje medialne (media literacy) stają się umiejętnościami niezbędnymi dla funkcjonowania w tworzącym się społeczeństwie, określanym jako społeczeństwo wiedzy. Za H. Jenkinsem można stwierdzić nawet, iż alfabetyzm medialny jest to „zdolność do stania się pełnoprawnym uczestnikiem współczesnej kultury medialnej”. Co więcej, kompetencje te mogą przyczynić się do osiągnięcia sukcesu edukacyjnego, społecznego, czy zawodowego. Edukacja medialna postuluje wykształcenie takich kompetencji i umiejętności jak: kreatywne uczestnictwo, rozumienie i krytyczne ocenianie różnych aspektów medialnych, mądre i świadome korzystanie z mediów, świadomość zagrożeń oraz jednoczesna umiejętność wyboru i klasyfikowania informacji. Badanie recepcji mediów utrudnia jednak ich ciągła zmiana i konwergencja, które sprawiają, iż odbiór treści medialnych nie jest jasny i jednoznaczny. Referat poświęcony będzie wynikom badań własnych dotyczących kompetencji medialnych dzieci wczesnoszkolnych, w okresie, kiedy zaczynają się one dopiero kształtować. Fundacja Nowoczesna Polska w ramach projektu Cyfrowa przyszłość, pod patronatem wielu wybitnych specjalistów z dziedziny mediów, w swoich publikacjach prezentuje zestaw kompetencji medialnych dla wszystkich grup wiekowych. Zestaw ten stanowi podstawę, która została specjalnie przystosowana dla badań kompetencji medialnych dzieci wczesnoszkolnych w recepcji seriali dla dzieci i młodzieży. Brak wyraźnych treści dydaktycznych w tychże niezwykle popularnych serialach (większość z nich nie jest polskiej produkcji) sprawia, że ich odbiór wymaga szczególnie wysokich kompetencji medialnych.

Słowa kluczowe: kompetencje medialne, dzieci i młodzież, seriale

Kompetencje komunikacyjne nauczyciela i pedagoga w kontekście nowych technologii jako wyzwanie polskiego szkolnictwa wyższego

Anna Maria Janiak, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Polska,
annamariajaniak@gmail.com

ABSTRAKT:

Tematyka dotycząca kompetencji komunikacyjnych nauczycieli i pedagogów to kwestia, która jest niezwykle ważna w procesie zmian edukacyjnych zachodzących we współczesnej szkole. Samo zdefiniowanie kompetencji komunikacyjnych nie jest rzeczą prostą, ponieważ w literaturze przedmiotu są interpretowane w sposób dość różnorodny. Często utożsamiane są one z poziomem wiedzy i sprawności niezbędnych do prowadzenia skutecznego procesu porozumiewania się z drugą stroną w konkretnych okolicznościach, dostosowaniem języka werbalnego, jak i niewerbalnego do odbiorcy, oraz zachęceniem go do współpracy.

Przedmiotem rozważań autorki jest problematyka nabywania kompetencji komunikacyjnych przez przyszłych nauczycieli i pedagogów w toku trwania studiów. Obserwacje zajęć, rozmowy ze studentami i analiza programów studiów i aktów prawnych dotyczących kształcenia nauczycieli pozwoliła na analizę obecnej sytuacji i skłoniła do poszukiwania sposobów, w jakie studenci mogą najefektywniej nabywać medialne kompetencje komunikacyjne.

Kształcenie kompetencji komunikacyjnych jest trudnym wyzwaniem, ale również obowiązkiem, z którego wykładowcy akademicy przygotowujący przyszłych nauczycieli i pedagogów nie wywiązują się w stopniu, takim w jaki należałoby się spodziewać obserwując zmiany społeczno-kulturowe i technologiczne ostatnich lat.

Absolwent szkoły wyższej bez względu na kierunek ukończonych studiów, by sprostać wyzwaniom współczesnego rynku pracy, powinien posiadać umiejętności: pracy w grupie, organizowania pracy swojej i zespołu, przygotowanie profesjonalnych prezentacji, krytycznego myślenia, argumentacji i swobodnego wypowiedzania się w sytuacjach stresogennych a także powinien adaptować się do zmiennych warunków i być otwartym na korzystanie z nowych technologii, a zatem na doskonalenie się i nabywanie nowych

umiejętności. Tym bardziej cechy te powinny charakteryzować nauczycieli, którzy mając kontakt z dziećmi i to oni w dużym stopniu są odpowiedzialni za animowanie rozwoju swoich uczniów, a w szczególności ich kompetencji komunikowania się.

Kształtowanie kompetencji komunikacyjnych studentów kierunków nauczycielskich i pedagogicznych opartych o nowe technologie powinno odbywać się dwutorowo: z jednej strony studenci winni być oswajani z technologiami e-learningowymi, platformami edukacyjnymi, korzystaniem z e-bibliotek i publikacji w otwartym dostępie, a także profesjonalnymi prezentacjami podczas zajęć akademickich, z drugiej zaś strony do programu studiów powinny być wprowadzone przedmioty, których celem będzie przygotowanie praktyczne studentów do tworzenia kursów e-learningowych, prezentacji z wykorzystaniem różnych programów, animowanie pracy w grupach za pośrednictwem nowych mediów.

Słowa kluczowe: *communication skills, kompetencje komunikacyjne, edukatorzy, wyższe wykształcenie, nowe technologie, studenci, nauczyciele*

Wykorzystanie edutainment w kształtowaniu postaw pro ekologicznych, na przykładzie projektu EkoDzieciaki.pl

Malgorzata Biedroń, Uniwersytet Wrocławski, Instytut Pedagogiki, Polska,
mbiedron1@wp.pl

ABSTRAKT:

Zabawa jest jedną z podstawowych form aktywności przejawianą przez dzieci. Podejmowana jest dobrowolnie i spontanicznie, powinna wynikać z bezpośrednich potrzeb i zainteresowań młodej jednostki. Zabawa stanowi zarazem naturalną formę nauki i poznawania rzeczywistości. Te wrodzone predyspozycje z powodzeniem mogą być wykorzystywane w działaniach, których celem jest zdobywanie wiedzy i kształtowanie postaw, czy nawet zmiana społeczna. Skuteczna edukacja wykorzystująca rozrywkę i zabawę (edutainment) powinna spełniać szereg warunków min: wywoływać emocje, zawierać silne przekazy perswazyjne, przynosić korzyści uczącemu się, dawać możliwość aktywnego uczestnictwa, indywidualnego wpływu na przebieg zdarzeń oraz utożsamiania się z bohaterami, a także znajdować zastosowanie w życiu codziennym. Zorganizowana przez Ministerstwo Środowiska kampania medialna, (wykorzystująca zasady edutainment) o nazwie EkoDzieciaki.pl jest skierowana przede wszystkim do rodziców i opiekunów dzieci w wieku przedszkolnym i młodszym wieku szkolnym. Kampania zachęca do proekologicznej edukacji dzieci poprzez twórczą zabawę. Zwraca uwagę na wartość podejmowania wspólnych z dziećmi kreatywnych działań i zabaw, których celem jest poszerzanie wiedzy na temat środowiska naturalnego, jego ochrony oraz racjonalnego gospodarowania jego zasobami.

Słowa kluczowe: *edukacja, postawy, kształcenie*

Kampania społeczna jako przekaz perswazyjny w mediach

Jolanta Kędzior, Instytut Pedagogiki, Uniwersytet Wrocławski, Polska, jke1@wp.pl

ABSTRAKT:

Według F. Zimbardo, perswazja to wywieranie wpływu na innych poprzez modyfikowanie ich przekonań, systemu wartości i zachowań za pomocą przekazywanych argumentów. Tak rozumiana kategoria wywierania wpływu społecznego stosowana jest również za pośrednictwem mediów. D. Maison, N. Maliszewski, P. Wasilewski trafnie traktują reklamę (kampanię społeczną) jako proces komunikacji perswazyjnej. Mają one m.in. zwracać uwagę na ważne problemy, wywoływać zmiany społecznie pożądanych postaw i zachowań, np. upowszechniać prawa mniejszości społecznych, angażować na rzecz ochrony środowiska, propagować zachowania prozdrowotne, czy zwiększać poziom bezpieczeństwa w ruchu drogowym, którego dotyczy omawiana niżej kampania społeczna.

W niniejszym opracowaniu odniosę się to tego na przykładach wybranych przekazów medialnych - komunikatów (spotów) kampanii społecznej „10 mniej. Zwolnij”. Jest to kampania społeczna Krajowej Rady Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego na rzecz ograniczania zjawiska nadmiernej prędkości oraz zwiększenia bezpieczeństwa niechronionych uczestników ruchu „10 mniej. Zwolnij”. Pierwsza edycja realizowana była od 31 października 2013 r., druga od 17 czerwca 2014 r.

Zastosuję i zaprezentuję sposób analizy i interpretacji przekazów uwzględniając: opisane w literaturze przedmiotu rodzaje perswazji, determinanty intensywności wywieranego wpływu oraz mechanizmy, strategie, techniki perswazyjne.

Powszechnie znane są dwie klasyfikacje rodzajów perswazji. M. Korolko uwzględnia cel oddziaływania na odbiorców. Są tu zatem: perswazja przekonująca, której zadaniem jest dowiedzenie słuszności czegoś, prawdziwości; perswazja pobudzająca (agitacja), skierowana na zjednanie odbiorców jakiejś idei, sprawy czy poglądu; perswazja nakłaniająca (propaganda), nastawiona na pozyskanie jak największej liczby zwolenników jakiejś idei czy doktryny. Drugi podział uwzględnia rodzaje sposobów apelowania do odbiorców treści, stosowania odpowiednich do nich argumentów i/lub innych środków. Może to więc być: apel racjonalny, apel emocjonalny, apel moralny.

Determinanty intensywności perswazji zdaniem E. Aronsona, zależą od trzech czynników: cech źródła przekazu (pożądanymi są np. eksperci, ludzie budzący zaufanie, atrakcyjni, sławni); charakteru przekazu (np. bardziej efektywne są komunikaty o charakterze emocjonalnym, poparte przykładami, niż szczegółowe zestawienia danych statystycznych); cech audytorium (np. usytuowanie społeczne, doświadczenie, samoocena odbiorców).

R. Cialdini oraz M. Tokarz piszą, że w działaniu perswazyjnym wykorzystuje się różne techniki wpływania na odbiorców: apelowanie o zajęcie określonego stanowiska i podjęcie określonego działania; sugerowanie pożądanego interpretacji i ocen; racjonalne uzasadnianie słuszności prezentowanych poglądów. Odniosę się także do użytych w analizowanych komunikatach medialnych innych technik, wśród których są: wiarygodność, racjonalizacja, kontrast, kompromis, powtarzanie, relaks.

Skuteczność oddziaływań perswazyjnych zwiększa zdaniem, R. Cialdiniego, zastosowanie odpowiednich mechanizmów, do których należą: reguła autorytetu, reguła sympatii, reguła konsekwencji, reguła społecznego dowodu słuszności (konformizmu), reguła wzajemności, reguła niedostępności. W tym opracowaniu zostaną zidentyfikowane i omówione na przykładach konkretnych komunikatów medialnych niektóre z wymienionych mechanizmów społecznych.

Słowa kluczowe: publikacja konferencyjna cmep2014, kampania społeczna, perswazja

Międzygrupowa, międzykulturowa i środowiskowa przestrzeń komunikacyjna w działalności instytucji więzienia

Mirosława Wawrzak-Chodaczek, Uniwersytet Wrocławski, Polska,
urbanek.arkadiusz@vp.pl

Arkadiusz Urbanek, Uniwersytet Wrocławski, Polska, urbanek.arkadiusz@vp.pl

ABSTRAKT:

Formalna organizacja życia w więzieniu jest oparta na przepisach prawa, ściśle określających całokształt zachowań więźniów poprzez ustalone nakazy i zakazy. Jednak częścią tego życia instytucji jest komunikacja między grupami, jak pisze Henryk Machel wręcz częściami jednej społeczności. Zasadniczo od XIX i XX wiecznych reform więziennictwa, po zniesieniu zakazu rozmawiania skazanych jak było w skrajnym systemie celkowym, komunikacja i jej kanały stały się ważnym obszarem aktywności personelu więziennego. Dlatego społeczność w instytucji totalnej musi wypracowywać określone kanały, procedury i style komunikacyjne. Metodologia badań sytuuje się w jakościowych eksploracjach procesów komunikacyjnych. W pierwszym wymiarze badań przeprowadzono bezpośrednie wywiady ze skazanym i wychowawcami, koncentrując się na trudnościach porozumienia z osobami odmiennymi kulturowo. W drugim zakresie analizowano przestrzeń komunikacji społecznej o Służbie Więziennej, posługując się analizą matryc tematycznych, do interpretacji informacji publicznej. Komunikacja to nie tylko obszar delegowania poleceń, ale także sposób redukowania konfliktów, niwelowania antagonizmów i napięć. Komunikacja w więziennej przestrzeni to również kanały informowania środowiska lokalnego czy szerszej społeczności o zadaniach i roli Służby Więziennej. Jak ważne jest to zagadnienie świadczy choćby tradycja 20-lecia międzywojennego, kiedy we lwowskiej prasie obligatoryjnie zamieszczano informacje o celach społecznych i pracy funkcjonariuszy więziennictwa na rzecz społeczeństwa. Czasami oficjalne a czasami nieoficjalne kanały komunikacji zasadniczo mogą być ograniczone tylko do grup podkultury, chociaż nie zawsze więziennej w rozumieniu grypsery. Komunikacja odbywa się w grupach hermetycznych jak podgrupy antagonistyczne przenoszone ze świata zewnętrznego np. grupy przestępcze, szalikowcy, hooligans etc. W tym organizmie instytucji więziennej jest również miejsce na nowe kanały komunikacji z osobami odmiennej religii, kultury, tradycji czy obyczajów. Wyniki badań

mają zastosowanie w procesie poznawania kanałów komunikacyjnych instytucji totalnej oraz w przestrzeni pomiędzy instytucją totalną a środowiskiem społecznym. Aktualnie sporadyczną kwestią badawczą jest eksploracja obszarów pracy penitencjarnej ze skazanymi odmiennymi kulturowo.

Słowa kluczowe: Więzienie, komunikacja, społeczność lokalna, media, wielokulturowość

Preferencje Aksjologiczne w cywilizacji XXI wieku

Janusz Czerny, Wyższa Szkoła Zarządzania "Edukacja", Polska, z.janczer@onet.pl

ABSTRAKT:

Referent przedstawia na wstępie podział wartości aksjologicznych w teorii reentywizmu, a następnie podaje egzemplifikacje świata wartości wyznawane we współczesności. Po tej wstępnej prezentacji uzmysławia skutki natury moralnej, wychowawczej i etycznej jakie implikuje dzisiejsza cywilizacja. Wskazuje przy tym na aksjologiczny regres wartości humanistycznych, które zastają wypierane przez świat wartości komercyjnych. Jednocześnie wskazuje na kapitalizację życia społecznego, który nazywa „Neomarksizmem”. Referat kończy konkluzja dehumanizacji cywilizacji XXI wieku.

Słowa kluczowe: cywilizacja XX wieku, wartości, aksjologia

Manipulacja jako zagrożenie płynące z internetu w ocenie studentów

Anna Pawiak, Uniwersytet Kazimierza Wielkiego, Polska, pawiak@ukw.edu.pl

ABSTRAKT:

W dzisiejszych czasach korzystanie z Internetu pociąga za sobą wiele skutków negatywnych. Do grupy bardziej poważnych można zaliczyć manipulacje jakiej ulegają użytkownicy Internetu. Nie każdy internauta zdaje sobie z sprawę z tego zagrożenia, gdyż nie często podkreśla się to w szkołach na lekcjach informatyki bądź technologii informacyjnej, chociaż zagadnienia etyczne, moralne, społeczne, czy prawne dotyczące mediów cyfrowych wpisują się w treści tych przedmiotów.

Autorka w prezentowanym artykule podejmuje tematykę znaczenia manipulacji, z którą spotykają się w Internecie studenci. W związku z tym podejmuje próbę określenia sytuacji i sposobów oddziaływania manipulacji, sposobów bronienia się przed nią oraz jej skutkami. Analiza wyników uzyskanych w ramach przeprowadzonych badań metodą sondażu diagnostycznego na grupie studentów UKW w Bydgoszczy pozwoliła ustalić, że z manipulacją w Internecie mają styczność prawie wszyscy studenci, dlatego też manipulacja oddziałuje na nich prawie zawsze poprzez częstą zmianę ich zachowań i poglądów, jak sami zadeklarowali. Znają oni niektóre techniki i sposoby manipulacji, co ułatwia im obronę przed nią w konkretnej sytuacji. Niestety nadal zdarzają się takie okoliczności, w których czują się bezradni i bezbronni. Respondenci najczęściej stykają się z manipulacją w świecie wirtualnym, tam gdzie jest największy przepływ danych. Zdają sobie sprawę, że mogą paść ofiarą manipulacji i potrafią określić jakie może przynieść negatywne skutki. Mimo to, prawie każdy z badanych studentów poniósł co najmniej jeden lub więcej razy skutki manipulacji, której stał się ofiarą.

Manipulacja jest zjawiskiem niebezpiecznym i coraz bardziej nasilającym się w świecie wirtualnym. Zdaniem Autorki tematyka ta jest nieustannie aktualna i wymaga dalszych badań w różnych grupach społecznych. Dla innych użytkowników Internetu np. osób starszych, problem manipulacji może okazać się znacznie większy i dotkliwszy w skutkach, niż ma to miejsce w przypadku studentów.

Słowa kluczowe: manipulacja, internet, zagrożenie, studenci, komunikacja interpersonalna, komunikacja internetowa

Ryzyka wystąpienia cyberprzemocy wśród dzieci i młodzieży w opinii rodziców

Maria Kajdasz-Aouil, Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy, Polska,
mkaouil@gmail.com

Bassam Aouil, Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy, Polska,
mkaoui@gmail.com

ABSTRAKT:

W niniejszym artykule omówiono problematykę cyberprzemocy wśród dzieci i młodzieży w opinii rodziców. Pierwszy rozdział przybliża podstawowe informacje dotyczące tego zjawiska, m.in. przedstawia charakterystykę ofiary i sprawcy, psychospołeczne uwarunkowania oraz działania prewencyjne, jakie należy podjąć w walce z cyberagresją. Rozdział drugi zawiera metodologię badań własnych. W rozdziale trzecim omówiono wyniki badań.

Celem pracy była ocena występowania i stopnia nasilenia czynników ryzyka cyberprzemocy wśród dzieci i młodzieży w wieku 9-16 lat. Przeprowadzono ankietę wśród rodziców (N=112), w której pytano m.in. o zakres sprawowanej kontroli nad dziećmi, jeśli chodzi o użytkowanie mediów elektronicznych, świadomość zagrożeń internetowych, w tym cyberprzemocy, doświadczenie i sprawstwo różnych form przemocy. Wyodrębniono indywidualne, rodzinne oraz społeczne czynniki ryzyka warunkujące wystąpienie agresji online wśród najmłodszych.

W wyniku analizy danych z badań stwierdzono, że zagrożenie cyberprzemocą w opinii rodziców okazało się przeciętne.

Słowa kluczowe: *dzieci, młodzież, cyberprzemoc*

Czy place zabaw sprzyjają rozwojowi dziecka? Nabywanie kompetencji komunikacyjnych przez dzieci podczas zabawy

Agnieszka Janik, Uniwersytet Wrocławski, Polska, agnieszkaanna.janik@gmail.com

ABSTRAKT:

Znaczenie języka jako narzędzia komunikacji zdaje się być fundamentalne i niepodważalne w życiu każdej jednostki. Umiejętność efektywnej komunikacji kształtowania jest już w wieku dziecięcym, najpierw w środowisku domowym, a następnie szkolnym. Dzieci uczą się, jak sprawnie porozumiewać się nie tylko z dorosłymi, ale także z rówieśnikami. Najbardziej sprzyjające warunki ku temu tworzy zabawa, co znajduje potwierdzenie w licznej literaturze (Bogusława D. Gołębniak, Gabriela Kapica, Witold Jakubowski, Małgorzata Bogunia-Borowska, Bronisława Dymara). Prawo dziecka do zabawy gwarantuje 31 artykuł Konwencji o Prawach Dziecka, gdzie czytamy: „uznaje się prawo dziecka do wypoczynku i czasu wolnego, do uczestniczenia w zabawach i zajęciach rekreacyjnych, stosownych do wieku dziecka oraz do nieskrępowanego uczestnictwa w życiu artystycznym i kulturalnym”. Badania TSN OBOP z 2011 roku (przeprowadzone na grupie 1200 dzieci w wieku od 4 do 15 lat) wykazują, że średnio dziecko spędza przed telewizorem dwie godziny i 25 minut dziennie w ciągu tygodnia, a w ciągu weekendu ponad trzy godziny, co zdecydowanie zabawą nie jest.

O znaczeniu sprawnej i efektywnej komunikacji w życiu dziecka przekonują także autorzy Reformy Oświaty z 1999 roku oraz podstawy programowej dla szkół podstawowych. W myśl ich koncepcji komunikacja jest jedną z kluczowych umiejętności, w jakie ma wyposażać ucznia szkoła oraz jakie sprzyjać będą jego przyszłemu sukcesowi. Szkoła podstawowa powinna rozwijać:

- umiejętność komunikowania się w języku ojczystym i w języku obcym, zarówno w mowie, jak i w piśmie;
- umiejętność posługiwania się nowoczesnymi technologiami informacyjno-komunikacyjnymi, w tym także dla wyszukiwania i korzystania z informacji” (Podstawa programowa kształcenia ogólnego dla szkół podstawowych).

Tak też autorzy podstawy programowej zwrócili uwagę na wielowymiarowość aktów komunikacyjnych – werbalnych i bezpośrednich, ale też pośrednich przy wykorzystaniu

nowoczesnych środków przekazu. Warto zatem zastanowić się czy w dobie komputeryzacji życia codziennego i poruszania się „online” komunikacja werbalna i bezpośrednia nie jest bagatelizowana na rzecz tej drugiej – „nowocześniejszej”. Innymi słowy warto postawić pytanie o swoistą „równowagę” pomiędzy komunikacją bezpośrednią a pośrednią. Czy taka równowaga ta jest w ogóle potrzebna? Podczas gdy, pytanie o zasadność rozwijania „tradycyjnych” umiejętności komunikacyjnych dzieci zdaje się być retoryczne, dyskusyjne może wydawać się samo rozwijanie tych umiejętności oraz ich jakość. Implikuje to kolejne pytanie: w jaki sposób można zachęcić dzieci do wyjścia z domów, zabawy i co za tym idzie bezpośredniego, werbalnego i niewerbalnego komunikowania się?

Polem moich badań są place zabaw, dlatego też, podczas swojej prezentacji podejmę się próby odpowiedzi na pytanie: czy place zabaw sprzyjają kształtowaniu umiejętności komunikacyjnych dzieci (w znaczeniu komunikacji bezpośredniej) oraz szerzej: jakie kompetencje dzieci nabywają na placach zabaw? Swoją analizę w dużej mierze oprę na studium przypadku – naturalnym placu zabaw na Islandii, w którym upatruję przykładu kreowania przestrzeni zabaw dzieci sprzyjającej ich rozwojowi oraz sprzyjającej kształtowaniu umiejętności komunikacyjnych i współpracy. Podczas badań wykorzystałam strategię badań jakościowych oraz posłużyłam się obserwacją uczestniczącą, a także jakościowym wywiadem badawczym.

Słowa kluczowe: zabawa, komunikacja, place zabaw

Język w Komunikacji

Jak komunikować z prezesem? Stadium przypadków rzecznika prasowego

Karolina Dziewulska, Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego, Warszawa, Polska,
dziewulskakarolina@gmail.com

ABSTRAKT:

Komunikacja rzecznika z prezesem organizacji, w której pracuje jest kluczowa dla dobrze prosperującego biura prasowego. Choć nierzadko rządzi się własnymi prawami, może być poprawna bądź toksyczna. Jednak jej celem jest, aby korzystnie wpływać na przepływ informacji oraz budowanie i kształtowanie wizerunku. W wystąpieniu zostaną przedstawione zarówno pozytywne jak i negatywne czynniki, które wpływają na komunikację.

Słowa kluczowe: komunikacja, dyskurs, rzecznik prasowy

Media społecznościowe jako nowy sposób komunikacji społeczności akademickiej.

Angelika Urbaniak, Lidia Barłoga, Michał Cybulski

Studenckie Koło Naukowe FEIM,

endziurbaniak@gmail.com, michal_cybulski@op.pl, barlogalidia@gmail.com

ABSTRAKT:

Na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat Internet stał się jednym z najważniejszych mediów i kanałów komunikacji. W mediach społecznościowych swoje strony posiadają marki, firmy, miejsca, instytucje oraz osoby prywatne. Nie brakuje również uniwersytetów i szkół, państwowych, jak i prywatnych. Wiele wyższych uczelni oraz instytucji badawczych wprowadza innowacyjne modele biznesowe dostosowując się do funkcjonowania w nowym środowisku. W literaturze przedmiotu obecnych jest wiele różnorodnych modeli biznesowych wykorzystujących technologie internetowe. Internet zapewnia nowe możliwości dostarczania wartości dla uniwersytetów i instytucji badawczych, zarówno w zakresie nauczania, realizowanych badań, jak i czynności administracyjnych. Rozważania zaprezentowane w artykule ograniczono do czynności administracyjnych. Obecność uczelni w mediach społecznościowych daje jej sporo korzyści. Od wsparcia etapu rekrutacji, przez tworzenie kanału komunikacji ze studentami, aż po działania wizerunkowe. Grupa wiekowa 18-25 to jedna z najbardziej aktywnych grup w Internecie. Studenci i młodzież utożsamiają się z klubami, do których chodzą, miejscami, w których się spotkają czy ulubionymi markami, z pewnością będzie to również miało miejsce jeśli chodzi o miejsce edukacji. To dlatego właśnie liczba fanów szkół wyższych z roku na rok rośnie: nowo przybyli studenci zaraz po przyjęciu dołączają do społeczności swojej uczelni, a absolwenci zostają jej fanami z sentymentu do szkolnych lat. Dzięki temu śledzą na bieżąco informacje o tym, co dzieje się na wydziale, zarówno w zakresie działań organizacyjnych (np. godziny rektorskie czy dziekańskie) czy profesjonalnym (np. spotkania z ciekawymi ludźmi czy szkolenia podnoszące kwalifikacje).

Artykuł wypełnia lukę w literaturze dotyczącą rynku edukacyjnego w Polsce związanego z wykorzystaniem mediów społecznościowych. Celem artykułu jest określenie znaczenia i miejsca polskich szkół wyższych w mediach społecznościowych, a także stopnia, w jaki zainteresowani są nimi potencjalni kandydaci. Zastosowane metody badawcze bazują

na analizie rozważań literaturowych w zakresie wykorzystania tychże mediów przez uczelnie w Polsce. Zastosowano analizę porównawczą w stosunku do badań przeprowadzonych w roku 2012. Zaprezentowano również wyniki analizy ich profili, w szczególności przeanalizowano wydziały Uniwersytetu Łódzkiego obecne na Facebook'u. Przeprowadzono również badanie ankietowe wśród młodzieży w regionie łódzkim dotyczącym ich aktywności w mediach społecznościowych i postrzegania stron uczelnianych. Wyniki przedstawione będą w czasie wystąpienia konferencyjnego. Przeprowadzone badania mają charakter pilotażowy i wymagają dalszych weryfikacji empirycznych. Nie uprawniają one do wyciągania ogólnych wniosków. Mogą natomiast stać się punktem wyjścia dla pogłębionej analizy stanu wykorzystania mediów społecznościowych w polskich szkołach i na polskich uczelniach.

Doceniając rozwój mediów społecznościowych i ciągłe poszukiwanie nowych form wyrazu, zainicjowaliśmy utworzenie studenckiego koła naukowego Fascynacji Ekspansją Internetowych Mediów (SKN FEIM). Celem, jaki sobie założyliśmy, jest prowadzenie badań nad postrzeganiem i wykorzystywaniem nowych mediów w życiu studenckim oraz różnych aspektów pracy uniwersytetu, analiza zachowań studentów i pracowników uniwersytetu z użyciem nowych mediów, zbadanie jakie nowe media wykorzystują studenci i pracownicy uniwersytetu oraz w jakim celu. Pomocą w badaniach, a jednocześnie formą uwzględniającą nasze zainteresowania, jest tworzony przez nas vlog. Wybraliśmy tę formę przekazu ponieważ, naszym zdaniem obraz ma znacznie większą siłę oddziaływania na odbiorcę.

Prezentowany artykuł powstał pod kierunkiem naukowym dr Beaty Gontar, opiekuna naukowego koła.

Słowa kluczowe: *edukacja, komunikacja, social media*

Kreatywność gospodarki turystycznej

Turystyka w Strategii Rozwoju Województwa Dolnośląskiego do 2020 r.

Krzysztof R. Mazurski, Wyższa Szkoła Zarządzania „Edukacja” we Wrocławiu, Katedra Turystyki

ABSTRAKT:

Posiadanie koncepcji rozwoju, wychodząc do niej od strategii, jest powinnością każdego dysponenta znaczącego majątku i zasobów. Tym bardziej odnosi się to do władz samorządu terytorialnego na różnym poziomie. Przyjęcie w okresie polityczno-gospodarczej transformacji przebrzmiałych założeń neoliberalnych zniszczyło system planowania w Polsce, który i tak był nieskuteczny. Dopiero pod koniec lat dziewięćdziesiątych zaczęło dochodzić do głosu przekonanie, że nie można skutecznie zarządzać majątkiem narodowym i rozwojem społecznym bez posiadania odpowiednich instrumentów. Poszczególne województwa zaczęły przygotowywać strategie rozwoju swojego obszaru. Taki dokument dla województwa dolnośląskiego został ogłoszony w 2000 r. w formie mocno niedoskonałej, co zostało w niniejszym opracowaniu przypomniane. Odnosi się to w szczególności do turystyki, którą słusznie uważa się tu za jedną z głównych dźwigni postępu. Opiera się na najbogatszym w Polsce zasobie zabytków architektury, niezwykle cennej przyrodzie oraz ciekawej i barwnej historii. Bazując na tych i innych doświadczeniach władze wojewódzkie w 2012 r. przedstawiły nową koncepcję do 2020 r. Za cel pracy przyjęto merytoryczną analizę tego dokumentu w połączeniu z raportem na temat wpływu eliminacji do piłkarskich mistrzostw Europy EURO 2012 na turystykę w województwie, opartą o porównanie z dotychczasowym stanem wiedzy i publikacją wcześniejszą, logiką i osobistą znajomością województwa.

Stwierdzono znaczną poprawę poziomu merytorycznego przy pewnych usterkach i nie do końca sformułowanych wnioskach co do postępowania wobec turystyki i skutków przez nią powodowanych. Niniejszy tekst powinien posłużyć korekcji pewnych elementów strategii i poprawie jakości podobnych, następnych dokumentów.

Słowa kluczowe: *strategia, rozwój, turystyka, Dolny Śląsk*

Krajobrazy antropogeniczne Ziemi Kłodzkiej w twórczości literackiej Josepha Wittiga – produktem kreatywnej turystyki kulturowej.

Lesław Koćwin, Wyższa Szkoła Zarządzania Edukacja we Wrocławiu,
leslaw.kocwin@gmail.com

ABSTRAKT:

Rozwój edukacyjnej turystyki kulturalnej może być uważany za jeden z współczesnych trendów zauważalnych na rynku turystycznym. Wielokulturowość regionu turystycznego może stanowić jego charakterystyczną jakość na bardzo konkurencyjnym rynku turystycznym.

Dziedzictwo kulturowe (krajobraz) stanowi często jeden z kilku walorów regionu. Istotne jest jego należyte wykorzystanie. Analizując zasoby regionu należy na nie spojrzeć jak na podmioty gospodarcze, zwłaszcza jeśli tematem rozważań ma być ich kreatywność lub innowacyjność.

Krajobraz regionu może być źródłem nowych i konstruktywnych pomysłów. Wiele z innowacyjnych idei można budować na jego podstawie w związku z umacniającą się rolą turystyki kulturowej, która potęguje poczucie tożsamości i pomaga kształtować wizerunek regionu. Celem artykułu jest ukazanie w jaki sposób można wykorzystać dziedzictwo kulturowe i potencjał turystyki kulturowej Ziemi Kłodzkiej, jako produkt tego regionu dotyczący edukacyjnej turystyki kulturowej.

Zaczerpnięte z twórczości Josepha Wittiga krajobrazy Ziemi Kłodzkiej kreują i utrwalają pozytywny wizerunek regionu oraz dynamizują rozwój turystyki opartej na szlakach kulturowych. Wywołują pytanie, w jakim stopniu krajobrazy te stanowią walor turystyczny lub środowisko rozwoju turystyki. W niniejszym artykule przedmiotem zainteresowania jest jeden ze składników krajobrazu antropogenicznego, tzw. przestrzenie kreatywne, związane najczęściej z unikatowymi obiektami i niestandardowymi działaniami kulturalnymi. Przestrzenie kreatywne kształtują się poprzez zespolenie trzech elementów: obiektów, wydarzeń i ludzi twórczych. Wszystkie one wpływają na specyfikę krajobrazu antropogenicznego, tworzą niepowtarzalną atmosferę miejsc (genius loci), co w konsekwencji generuje ruch turystyczny.

Słowa kluczowe: krajobraz, kultura, turystyka kulturowa, produkt kreatywnej turystyki, wielokulturowość, edukacyjna turystyka.

Inficrata jako kreatywny produkt turystyki religijnej na przykładzie uroczystości Bożego Ciała w Spycimierzu

Marta Pisarek, Uniwersytet Rzeszowski, Polska, arlon33@wp.pl

Marta Gargała, Uniwersytet Rzeszowski, Polska, martagargala@wp.pl

ABSTRAKT:

Uroczystość Najświętszego Ciała i Krwi Pańskiej - zwana w tradycji ludowej Bożym Ciałem, to w Kościele katolickim uroczystość liturgiczna ku czci Najświętszego Sakramentu.

W Polsce obchodzi się ją w czwartek po Uroczystości Trójcy Świętej. W tym dniu odbywają się procesje eucharystyczne do czterech ołtarzy. Od ponad 200 lat w Spycimierzu (woj. łódzkie) procesje te uświetnione są dywanami usypanymi na tą okoliczność z płatków kwiatów i innych naturalnych elementów.

Niekonwencjonalna celebrowanie święta Bożego Ciała przez Spycimierzan zainicjowała powstanie oryginalnego produktu turystycznego, który co roku jest udoskonalany przez kreatywnych touroperatorów i wielopokoleniową lokalną społeczność. Biura turystyczne organizują liczne wycieczki, które w swoim programie obejmują pobyt w Spycimierzu na czas trwania uroczystości Bożego Ciała. Mieszkańcy Spycimierza w celu uatrakcyjnienia oprawy procesji uwzględniają dobór gatunkowy roślin w ogrodach przydomowych i corocznie projektują inne układy kompozycyjne. Ponadto przygotowują pamiątki nawiązujące do tego wydarzenia (kartki pocztowe, kalendarze itp.). Na potrzeby wiernych i turystów Msza Święta z procesją rozpoczyna się w godzinach popołudniowych. Świecką oprawą tej uroczystości jest obecność licznych kramów z dewocjonaliami, wyrobami rzemieślniczymi i artystycznymi oraz małej gastronomii.

Słowa kluczowe: turystyka, turystyka religijna, Boże Ciało, Inficrata, uroczystość

Kreatywność a tożsamość miejsca – przestrzeni architektonicznej

Zbigniew Radziewanowski, Podhalańska Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Nowym Targu, Instytut Architektury i Urbanistyki, Polska, z.radziewanowski@gmail.com

ABSTRAKT:

Intencją autora publikacji jest wyeksponowanie znaczenia tożsamości kulturowej określonych przestrzeni architektonicznych jako podstawowej siły sprawczej "Kreatywności" tychże przestrzeni. W oparciu o własne doświadczenia twórcze związana z udziałem w dwóch Międzynarodowych Konkursach architektonicznych, dotyczących ekstremalnie "napiętnowanych" przez swoją historyczną przeszłość przestrzeni, podjęto próbę wykazania, iż walor kreatywności przestrzeni architektonicznej stanowi efekt jej tożsamości kulturowej.

Prezentowane szkice dotyczą studiów nad tożsamością kulturową przestrzeni architektonicznych, stanowiących miejsca lokalizacji Muzeum Kairu oraz Zespołu Muzeów Niewolnictwa i Nawigacji z Centrum Badawczo - dokumentacyjnym i pomnikiem w Dakarze; przedstawiają proces poznawania i analizy walorów miejsc lokalizacji jak też kreacji nowych współczesnych wartości.

Słowa kluczowe: *Turystyka, kreatywność miejsca, tożsamość kulturowa przestrzeni architektonicznej*

Rewitalizacja otwartych przestrzeni miejskich motywowana rozwojem turystyki jako wyraz kreatywności lokalnej społeczności na przykładzie Kłodzka

Mieczysław K. Leniartek, Wyższa Szkoła Zarządzania „Edukacja”, Wrocław, Polska

ABSTRAKT:

Powszechnie obserwowanym zjawiskiem jest zachodząca przemiana wizerunku miast, będąca następstwem realizacji wdrażanych w nich różnorodnych programów rewitalizacji. Stanowią one instrumenty przemian ekonomiczno-społecznych, które mają wydobyc z miasta ze stanu kryzysu. Choć w swych diagnozach i propozycjach rozwiązań koncentrują się one głównie na takich problemach, jak bieda czy bezrobocie, to w gruncie rzeczy sprowadzają się do zagadnień z zakresu urbanistyki i architektury. Właśnie w odnowie struktury miast, a przez to ich wizerunku, pokładana jest nadzieja na pozyskanie nowych inwestorów, a także stymulowanie zachowań pro rozwojowych samych mieszkańców. Znaczny potencjał gospodarczy widziany jest również w ruchu turystycznym, którego intensyfikację może przynieść zwiększenie atrakcyjności miasta. Stąd też podejmowane na dużą skalę odnowy zabytkowych budynków, ale przede wszystkim mające niezwykle silny odbiór społeczny przebudowy przestrzeni otwartych miast.

Słowa kluczowe: *turystyka, rewitalizacja, Kłodzko*

Rozwój turystyki pretekstem do kreacji architektury

Anna Wojtas Harań, Wydział Architektury Politechniki Wrocławskiej, Polska
adwojtas1@poczta.onet.pl

ABSTRAKT:

Cel:

W artykule przedstawiono początki popularyzacji turystyki w Europie Zachodniej, w powiązaniu z występującymi w danym okresie kierunkami rozwoju w dziedzinie architektury i urbanistyki. Włączono się w ten sposób do rozważań na temat relacji pomiędzy twórczością i biznesem turystycznym, które są celem konferencji.

Metodologia:

Wybrano regiony turystyczne we Francji i Szwajcarii. Są to miejsca podwójnej historii: turystyki oraz architektury i urbanistyki. Zwrócono uwagę na: kreatywne środowiska, kreatywne regiony, kreatywne rozwiązania, które w sferze turystyki, zadecydowały o atrakcyjności ww. obszarów. Na historię i wizerunek ww. obszarów składały się m.in. korzystna współpraca pomiędzy osobami, instytucjami pragnącymi podnieść jakość życia społecznego oraz architektami, urbanistami, inżynierami.

Często czynnikiem inicjującym rozwój był przypadek albo pasja pojedynczych osób, a następnie spontaniczna ewolucja. Zazwyczaj jednak decyzja o rozbudowie obszaru turystycznego była przemyślana i wykalkulowana. Geneza ośrodka turystycznego zaczynała się wtedy od koncepcji. Aby sprostać oczekiwaniom w dziedzinie rekreacji wznoszone były pierwsze obiekty budowlane. Wspólne przedsięwzięcia okazały się niejednokrotnie sukcesem ekonomicznym i artystycznym. Odkąd nastała moda na uprawianie turystyki i sportów, sztuka dostosowywała się do nowych trendów i potrzeb. Szczególnie widoczny jest bezpośredni związek pomiędzy wynalazkiem naówczas nowego sportu: nart, a przekształcaniem terenów i miejscowości górskich dla potrzeb turystyki sportowej. Tereny dotychczas zdominowane przez gospodarkę leśną, rolną przeszły metamorfozę. Dotychczas niedostępne i groźne góry oswajane były i zawłaszczane. W miejscowościach nadmorskich natomiast turystyka zdrowotna, a później również sportowa wykształciła różne typy zagospodarowania wybrzeży. Sposób gospodarowania przestrzenią był oczywiście także wynikiem kondycji społeczeństw (politycznej, socjalnej, kulturalnej, ekonomicznej), przedsiębiorczości, interesów, a także idei społecznych lansowanych przez społeczeństwo, państwo. W XIX wieku rodziło się społeczeństwo przemysłowe. Wtedy właśnie turystyka i

sport stały się wizytówką nowoczesnego stylu życia, których konsekwencją były ośrodki wypoczynkowe. W przeciągu dwóch wieków stopniowo przekształcano wiele tradycyjnych miejscowości wypoczynkowych w centra sportowe, a także budowano nowe stacje sportowe. W drugiej połowie XX wieku wykształca się społeczeństwo konsumpcyjne. Nowe potrzeby wymuszają ciągle nowe rozwiązania architektoniczne i urbanistyczne, które zachodzą w ośrodkach turystycznych.

Wnioski:

Poszukiwanie formy architektonicznej, układów urbanistycznych, zgodnych z duchem czasu, towarzyszyło rozwojowi turystyki.

Zastosowanie:

W planowaniu przestrzennym terenów turystycznych należałoby więc uwzględnić: inspirującą rolę nowych klientów, stałych użytkowników, potencjału miejsc turystycznych i dorobku wynikającego z ponad dwuwiekowej historii turystyki i sztuki.

Oryginalność:

W opracowaniu skorzystano z materiałów i analiz dostępnych w literaturze potwierdzonych wizją lokalną w terenie.

Słowa kluczowe: *turystyka, kreacja, architektura*

Hotele w obiektach zabytkowych

Michał Piech, Politechnika Łódzka, Polska, piech.michal85@gmail.com

ABSTRAKT:

W pracy zaprezentowano wykreowanie nowego produktu turystycznego w oparciu o nowoczesne usługi hotelarskie w zrujnowanych, ale uratowanych od zagłady, cennych historycznie i materialnie zamkach obronnych. Godnym podkreślenia jest fakt, że ich rozwój wpływa pozytywnie na gminy i miasta, w których są zlokalizowane. Kreują one również życie kulturalne lokalnej społeczności.

Słowa kluczowe: *Turystyka, hotele, obiekty zabytkowe, zabytki, zamki obronne*

Muzea jako miejsce spotkań biznesowych

Maria Piech, Uniwersytet Łódzki, Polska, piech.maria@gmail.com

Bianka Gosik, Uniwersytet Łódzki, Polska, blanka.gosik@wp.pl

ABSTRAKT:

Rozwijająca się niezwykle dynamicznie turystyka biznesowa wykorzystuje na miejsca spotkań również obiekty kultury - takie jak muzea, teatry i kina. Jest to bardzo dochodowy sektor gospodarki turystycznej, który sprzyja rozwojowi gospodarczemu regionu. Konferencje i imprezy motywacyjne organizowane w muzeum są szansą danej placówki na rozwój i jednocześnie koniecznością w dobie komercjalizacji kultury. W pracy zaprezentowano działania realizowane w tym zakresie w Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu.

Słowa kluczowe: *turystyka, muzea, spotkania biznesowe, konferencje, Muzeum Wsi Mazowieckiej, Sierpc*

Odrębność regionalna architektury w Sudetach elementem kreatywności gospodarki turystycznej

Jacek Suchodolski, Wydział Architektury PWr, Polska

ABSTRAKT:

Wraz z zakończeniem II wojny światowej nastąpił proces wysiedlania ludności niemieckiej z ziem zachodnich przyznanych Polsce, w tym z regionu Sudetów. Spowodowało to m. innymi zerwanie ciągłości kulturowej co wraz ze zmianą systemu gospodarczego na rozdzielczo- nakazowy, narzuconego Polsce po 1945 roku, przyniosło fatalne efekty. Szczególnie w pierwszych latach po wojnie, destrukcja sfery turystycznej w Sudetach, a zwłaszcza jej zaplecza budowlanego przynosiła niepowetowane straty. Dochodziło do niej w dużej mierze przez brak właściwego zabezpieczenia budynków, co z kolei było zaproszeniem dla różnej maści szabrowników. Wiązało się to również z rabunkiem dzieł sztuki, kosztowności, praktycznie całych wyposażań budynków użyteczności publicznej i mieszkalnych. Szczególnie dotyczyło to obiektów stojących samotnie z dala od innych domów, często opuszczonych, niepilnowanych. Na pierwszy plan wysuwają się tu schroniska, hotele i gospody położone w wyższych partiach górskich. Dobrze rozwinięta przed wojną infrastruktura turystyczna w Sudetach popadała powoli w ruinę, pozbywano się w ramach akcji usuwania niemieckich śladów, dawnych drogowskazów, tablic informacyjnych, elementów małej architektury, decydujących niejednokrotnie o specyfice i charakterze danego miejsca na mapie ówczesnych atrakcji turystycznych. Zubażano w ten sposób cały region zacierając jego odrębność i atrakcyjność. Z drugiej strony wyniszczony, zrujnowany kraj jakim była Polska po 1945 roku, borykający się z podstawowymi trudnościami życia codziennego, nie był w stanie organizacyjnie i ekonomicznie zagospodarować i utrzymać w dobrym stanie, mocno rozbudowanej latami przez Niemców i sprawnie działającej infrastruktury turystycznej. Konsekwencją zerwania ciągłości kulturowej było, jak już to zostało zaznaczone zaprzepaszczenie dorobku minionych pokoleń oraz wytworzonej specyfiki regionalnej, która jest szczególnie widoczna w architekturze i sztuce pochodzenia ludowego na omawianym obszarze Sudetów. Wzniesiona w ciągu stuleci regionalna zabudowa w Sudetach, wyróżniająca się swą oryginalnością, na którą składały się stosowane rozwiązania konstrukcyjne, użyte materiały 2 budowlane, proporcje poszczególnych elementów budynku, oraz usytuowanie domostw na terenie działki siedliskowej na obszarach

wiejskich, zaczęła zanikać po 1945 roku w szybkim tempie. Wraz z nią popadał w niepamięć motyw kulturowy jakim jest odrębność regionalna danego obszaru.

Słowa kluczowe: turystyka, Sudety, gospodarka turystyczna, architektura, odrębność, kreatywność

Zagospodarowanie nabrzeży Drezna nad Łabą i Wrocławia nad Odrą

Agnieszka Faron-Okoniewska, WSZ Edukacja we Wrocławiu, Polska, agnieszka-faron@wp.pl

ABSTRAKT:

Dwa miasta o podobnej liczbie ludności i rzeka nierozzerwalnie z nimi związana. Podobne zniszczenia wojenne, podobny czas stagnacji w czasach komunizmu, powódź stulecia lecz całkiem inne podejście do rewitalizacji terenów nadrzecznych na przełomie XX i XXI wieku. Wykorzystanie tej przestrzeni publicznej sprawiło, że Drezno odzyskało więź z rzeką, a połowiczne działania w tej sferze Wrocławia powodują dalsze odwracanie się od rzeki i niewykorzystywanie potencjału w niej drżemiącego.

Celem artykułu jest stworzenie analiz porównawczych i syntez dotyczących zagospodarowania terenów nadrzecznych.

Słowa kluczowe: bulwary, nabrzeża, rzeka w mieście

Uzdrowiska i health spa jako produkt w turystyce

Matylda Gwoździcka-Piotrowska, Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu, Polska,
matylda.gwozdzicka@gwozdzicka.com.pl

ABSTRAKT:

Uzdrowiska i zdrowotne Spa są dzisiaj jedną z najpopularniejszych form nie tylko na zdrowotną rehabilitację, ale też na odpoczynek w ramach turystyki zdrowotnej. Intensywny rozwój tej formy leczenia i pewnego rodzaju propozycji na spędzenie wakacji i wolnego czasu są dziś ważnym zagadnieniem, jednocześnie stanowiąc niemałe wpływy dla prywatnych przedsiębiorców, ale też dla miast i gmin, na których terenie funkcjonują uzdrowiska. Niniejszy artykuł omawia kwestie związane z prawnym statusem tych instytucji, a także ich miejsce w turystyce z uwzględnieniem Spa marketingu.

Słowa kluczowe: *turystyka, uzdrowiska, health, SPA, produkt*