

ABSTRAKTY

Dr hab. Krzysztof Arcimowicz, Uniwersytet w Białymstoku

Samochód SUV w kulturze pragnień. Analiza reklam

Od połowy lat 80. XX wieku w Stanach Zjednoczonych i od początku obecnego stulecia w Europie SUV-y stanowią najdynamiczniej rozwijający się segment rynku motoryzacyjnego. Skrót SUV oznacza pojazd sportowo-użytkowy (*sport utility vehicle*) i obejmuje wiele kategorii aut. Generalnie rzecz ujmując SUV-y są dużo droższe, zużywają więcej paliwa, a także dostarczają więcej problemów z parkowaniem niż „zwykłe” miejskie auta. W wielu przypadkach decyzja dotycząca nabycia SUV-a nie jest oparta na racjonalnych przesłankach, ale stanowi pochodną różnego rodzaju oddziaływań marketingowych. Chciałbym zaprezentować wyniki analizy zawartości oraz analizy semiologicznej reklam SUV-ów zamieszczonych na oficjalnych stronach internetowych koncernów samochodowych w Polsce i Wielkiej Brytanii w 2014 roku oraz odnalezionych przy pomocy wyszukiwarki Google. Moim celem jest opisanie najważniejszych strategii reklamowych, pozwalających specjalistom od marketingu przekonać ludzi do zakupu auta, który to zakup w wielu przypadkach nie wpisuje się w kulturę potrzeb, lecz jest pochodną kultury pragnień.

Prof. dr hab. Wojciech Józef Burszta, Katedra Antropologii Kultury, Instytut Kulturoznawstwa SWPS w Warszawie

„Bycie w ruchu” jako strategia reinwencji

Wystąpienie będzie poświęcone przedstawieniu jednej z coraz bardziej popularnych strategii reinwencji, jaką jest idea nomadyzmu, pozwalająca uwalniać się od wahadłowej logii życia. Strategia nomadyczna, jak chcę ją nazywać, wpisuje się w całą sieć osobistych i korporacyjnie motywowanych sposobów zdynamizowania relacji „życie – praca”. W drugiej części tekstu pokażę, w jaki sposób reinwencja wpisuje się w szerszy trend tzw. *project-base economy*, tym samym będąc także reinwencją neoliberalnej koncepcji życia społecznego.

Dr hab. Katarzyna Citko, prof. UwB, Uniwersytet w Białymstoku

„Bitwa w niebie”, czyli pragnienia meksykańskiego szofera

Referat dotyczy analizy pragnień bohatera filmu Carlosa Reygadasa „Bitwa w niebie”. Jest nim meksykański szofer, który wozi samochodem córkę swojego szefa. Bohater podkochuje się w dziewczynie i pragnie się z nią przespać, równocześnie stara się polepszyć swój status materialny dokonując przestępstwa: porywa dziecko swojej siostry w celach okupu. Prymitywne pragnienia bohatera reżyser zestawia z wartościami, które powinny być istotne dla każdego człowieka, takimi jak honor, patriotyzm, wiara. Do tej konfrontacji postaw altruistycznych i egoistycznych, szlachetnych i nikczemnych, nawiązuje tytuł filmu: „Bitwa w niebie”. Reygadas ukazuje (w sposób co prawda pośredni, ale dobitny), w jaki sposób konsumpcyjny model kultury niewoli współczesnego człowieka, narzucając mu wzorce sztucznie rozbudzonych pragnień, które nie wiodą go do spełnienia, lecz do frustracji, alienacji i ostatecznie, do klęski.

Dr Aleksandra Drzał-Sierocka, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej w Warszawie

Pragnienia podniebienia. O roli kulinarnych przyjemności w kreowaniu tożsamości

Warren Belasco w swej koncepcji trójkąta kulinarnego wyeksponował trzy aspekty związane z jedzeniem: tożsamość, wygodę oraz odpowiedzialność. Na omawianą przez autora tożsamość składa się między innymi kwestia przyjemności, co samo w sobie wydaje się interesujące i to z dwóch powodów. Po pierwsze, otwiera możliwość, by w miejsce znanego i „oklepanego” hasła *pokaż mi, co jesz, a powiem ci, kim jesteś*, zaproponować inne – *powiedz mi, co ci smakuje, a powiem ci, kim jesteś*. Po drugie, sugeruje kwestię o wiele szerszą – że kulinarne kreowanie własnej tożsamości jest przyjemnością samą w sobie.

W swym wystąpieniu chciałabym się skupić na dwóch przykładowych mechanizmach sprawiających, że jedzenie staje się przyjemnością: kwestii zakazanego i niebezpiecznego jedzenia (w tym przekraczaniu granic niejadalnego i trującego) oraz związanych z jedzeniem wspomnień (każdy z nas – jak bohater Prousta – ma swoją magdalenkę). w obu przypadkach źródłem wynikającej z jedzenia przyjemności nie są *stricte* walory smakowe (a przynajmniej nie tylko o nie chodzi); w obu też przypadkach jedzenie zawiera istotne informacje na temat tożsamości konsumującego.

**Dr Aneta Duda, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Wydział Nauk Społecznych
Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II**

Postmaterialne orientacje nastolatków? – raport z badań

Niepokój dotyczący konsumpcjonizmu rośnie na sile, wpływając w mediach w różnego rodzaju formach „protestu przeciw marce”. W literaturze, jak i praktykach społecznych stygmatyzuje się ostentacyjne logo i akcesoria, które symbolizują prestiż, status, władzę, ustanawiając wręcz swoisty „terror marki”. Promuje się wiedzę oraz praktyczne rozwiązania z zakresu świadomej konsumpcji i sprawiedliwego handlu, ze szczególnym uwzględnieniem wspierania postaw proekologicznych. Uświadamia się młodych ludzi, jakie niebezpieczeństwa mogą wypływać z bezrefleksyjnego przyjmowania komercyjnych informacji. Zachęca się do kontrolowania środków przekazu, krytycznej interpretacji podawanych informacji, a co za tym idzie do świadomej konsumpcji, refleksji nad dokonywanymi wyborami konsumenckimi.

Można się zatem zastanawiać, na ile różnego rodzaju „taktyki oporu” (M. Certeau, *Wynaleźć codzienność*), antykonsumpcyjne strategie protestu, to jednak niszowe jeszcze, marginalne zjawisko, na ile zaś coraz bardziej popularny i perspektywiczny proces zmian. Czy posiadanie marek faktycznie stanowi dziś bardzo istotną część pragnień nastolatków, czy jednak coraz częściej w ich deklaracjach wpływa dyskurs antykonsumpcyjny, postmaterialny? Co może determinować obie te postawy? Próba odpowiedzi na to pytanie – dzięki wynikom przeprowadzonych badań kwestionariuszowych – będzie podjęta w wystąpieniu.

Dr Kamil Fil, Wydział Politologii Uniwersytet Marii Curie Skłodowskiej w Lublinie

Kampanie negatywne w wyborach samorządowych 2011 i 2014 r. – kto zyskuje, kto traci?

W wystąpieniu analizuję kampanie negatywne partii biorących udział w wyborach samorządowych w 2011 i 2014 roku. W literaturze przedmiotu nie ma zgody co do ich roli i wpływu na jakość dyskursu politycznego. Z jednej strony, twierdzi się, że wywołują niechęć do uczestniczenia w wyborach, obniżając frekwencję wyborczą, z drugiej zaś, że kampania wyborcza musi wywoływać emocje, gdyż tylko wtedy może przyciągnąć do urn wyborców. Za ich upraszczaniem rzeczywistości politycznej, a przez to na pewno - ułatwianiem odbioru wydarzeń kampanijnych i być może stymulacją większego zaangażowania wyborców – idą również nieszczęśliwie refleksyjne zachowania polityczne. Krótko przedstawię dotychczasowe badania w tym zakresie, jak również wyniki badań własnych. Materiałem do analizy były te kampanie, których strategia komunikacyjna powiela konfliktowy schemat pozycjonowania partii czy polityka w

odniesieniu do kategorii: celów reklamy negatywnej, typu i treści apeli negatywnych, oraz strategii ataku.

Spróbuję odpowiedzieć na pytanie jak tego typu manipulacje wpływają na jakość dyskursu politycznego. Kto zyskuje, a kto traci na ich stosowaniu oraz jak można niwelować ich wpływ.

Dr hab. Anna Gomóła, Zakład Teorii i Historii Kultury, Instytut Nauk o Kulturze i Studiów Interdyscyplinarnych, Uniwersytet Śląski

Od pragnienia do potrzeby (i z powrotem). Kilka uwag na marginesie Naukowej teorii kultury

Organizatorzy konferencji wskazują, że można wyróżnić dwa typy kultur – kultura (lub kultury) potrzeb i kultura (lub kultury) pragnień. Warto zastanowić się, czy jest to (lub bywa) opozycja realna czy jedynie leksykalna. To, co nazywamy *potrzebą* wydaje się mieć charakter życiowej konieczności, to, co określamy *pragnieniem* nie sugeruje konieczności, lecz wskazuje na pewien naddatek.

W swoim artykule chciałabym odnieść się do koncepcji potrzeb Bronisława Malinowskiego, sądzę bowiem, że to ujęcie pozwoli rozpoznać w potrzebach mniej lub bardziej ukryte pragnienia. Malinowski pokazuje, jak pragnienia generują potrzeby, i w jaki sposób owe potrzeby kreują nowe pragnienia.

Dr Ewa Kępa, Uniwersytet w Białymstoku

Pragnienie bycia obdarzonym spojrzeniem

Treść wystąpienia stanowią rozważania zainspirowane performancem Mariny Abramović *Artystka obecna [The Artist is Present]*, który miał miejsce w 2010 roku w MoMA w Nowym Jorku w ramach retrospektywnej wystawy artystki. Spektakularne dzieło spotkało się ze szczególnym odzewem publiczności. Wielu ludzi przyjeżdżało do Nowego Jorku z odległych stron świata, by zostać obdarzonymi spojrzeniem Mariny Abramović. W moim referacie zastanawiam się nad kulturowymi uwarunkowaniami fenomenu tego wydarzenia odwołując się przy tym między innymi do pojęcia kultura pragnień.

Dr hab. Andrzej Kisielewski, Uniwersytet w Białymstoku

Kultura pragnień i sztuka. Uwagi o strategiach subwersyjnych

Hasło subwersja gościło w języku krytyki sztuki szczególnie często zwłaszcza w latach 90. XX w. i stosowano je wymiennie z takimi pojęciami, jak zawłaszczanie, zapożyczenie, cytowanie, przedrzeźnianie itd., co dowodzi, że subwersja jako strategia działania artysty mogła i nadal może mieć różne oblicza. Subwersja w sferze sztuki jest zwykle formą refleksji o charakterze krytycznym, a jej przedmiot stanowi na ogół współczesne otoczenie zdominowane przez technikę. Wyrazem tej ostatniej jest nie tylko świat rzeczy opuszczających taśmy produkcyjne i wypełniający półki w centrach sprzedaży, lecz także techniki perswazji marketingowej czy propagandy politycznej. Jest nim także to, co proponujemy nazywać „kulturą pragnień”.

Celem niniejszych uwag jest zastanowienie się nad tym, dlaczego strategie subwersywne stały się atrakcyjne z punktu widzenia artystów epoki nowoczesnej – o czym świadczy częstotliwość ich stosowania – i jakie skutki powodują one w przestrzeni sztuki i refleksji o sztuce. Celem jest tu także refleksja nad samą „kulturą pragnień” – a konkretnie: czym ona jest w ocenie artystów?

Niewątpliwie dzięki stosowaniu zasady subwersji uległy zatarciu granice między sferą sztuki pojmowaną w sposób pryncypialny i tradycyjny a sferą szeroko już pojmowanej kultury wizualnej. W konsekwencji prowadzi to także do zacierania granic między np. historią sztuki a studiami nad kulturą wizualną, przez co historia sztuki traci swój do niedawna pewny grunt.

Dr hab. Alicja Kisielewska, prof. UwB, Uniwersytet w Białymstoku

Niewidzialne w widzialnym świecie seriali telewizyjnych, czyli czego pragną widzowie

W swoim wystąpieniu spróbuję zidentyfikować pragnienia widzów najpopularniejszych seriali telewizyjnych – polskich i zagranicznych. Zakładam, że seriale, będące popularnymi przedstawieniami wizualnymi, stanowią elektroniczne miejsca konsumpcji, w których zachodzi proces umagiczniania życia związany z kreowaniem pragnień widzów. Aby się temu przyjrzeć przeanalizuję medialne praktyki kreowania wizerunków głównych bohaterów wybranych seriali i posługiwania się nimi, aby określić, za czym widzowie tęsknią, czego pragną, o czym marzą.

Dr hab. Małgorzata Kowalska, prof. UwB, Uniwersytet w Białymstoku

Kapitalizm jako aksjomatyka nieskończonego pragnienia

Od Platona przez Hegla po Levinasa i Lacana, a nawet Lyotarda i Deleuze'a, pragnienie było w filozofii pojmowane jako zasadniczo nieskończone, tj. niedające się zaspokoić żadnym skończonym obiektem, zmierzające zawsze „dalej” i „gdzie indziej”. Tradycyjnie tę cechę pragnienia wiązano z religią (tak robi jeszcze Levinas, chociaż religia jest dla niego synonimem etyki), w nowszych czasach również ze sztuką i, ogólniej, twórczością rozumianą jako wychodzenie poza istniejący porządek. „Nieskończone pragnienie” wiąże się również z samą filozofią oraz nauką jako jej odroślą, z poszukiwaniem prawdziwej wiedzy. Wiele wskazuje na to, że kapitalizm, od dawna będący czymś więcej niż samym tylko sposobem produkcji dóbr materialnych, raczej ogólną logiką współczesnej kultury, nie tylko bazuje na tej własności pragnienia, ale też w sposób niezwykle skuteczny podporządkowuje sobie wszystkie obszary, w których się ona przejawia. Przechwytyjąc „pragnienie nieskończoności” i przekształcając je w pragnienie ciągłego wzrostu mocy, nowych produktów i nowych doznań, kapitalizm nie tyle zastępuje religię, sztukę i naukę, ile poddaje je własnej aksjomatyce z zasadami skuteczności i opłacalności na czele. Odwołując się w szczególności do rozważań J.-F. Lyotarda i G. Deleuze'a będę chciała w swoim wystąpieniu rozwinąć tę myśl.

Dr Bartosz Kuźniarz, Uniwersytet w Białymstoku

O czym śnią wampiry? Nieprawda, melancholia i pragnienie kultury późnego kapitalizmu

Kultura pragnień czy też kultura sztucznych, fikcyjnych potrzeb nie jest jedynie problemem późnego kapitalizmu. Kapitalizm stanowi jedynie najskuteczniejszą odmianę modelu życia, którego zawsze wymagał od ludzi liberalizm. W myśl tezy, którą chciałbym postawić, liberalny wzorzec wolności, dający każdemu z nas możliwość decydowania o własnym życiu popada w konflikt z wymogiem reprodukcji ładu społecznego. Dylemat ten rozwiązuje się w sposób pozwalający, z jednej strony, ocalić poczucie sprawstwa i „mocy”, będące naturalnym sposobem myślenia współczesnego człowieka o własnej roli w świecie, a z drugiej, stwarzający możliwość reprodukcji porządku społecznego. Ten paradoksalny efekt uzyskuje się dzięki kontroli społecznej zachodzącej na poziomie nieświadomym. Prowadzi to do wytworzenia właściwego ponowoczesności sposobu bycia, który chciałbym określić mianem nieprawdy, a także związanej z nim melancholii (poczucia nieokreślonego braku) – sposobu bycia najlepiej uosabianego przez niezwykle popularną w kulturze popularnej postać wampira i mającego swój teoretyczny odpowiednik w pojawiających się w ramach postlaccanowskiej psychoanalizy prób przededefiniowania kategorii superego w kierunku instancji już nie wzbraniającej człowiekowi dostępu do rozkoszy, lecz, przeciwnie, nieustannie go do takich poszukiwań popychającej.

Dr hab. Andrzej Leder, Instytut Filozofii i Socjologii PAN

Pragnienie w hiperkapitalizmie, pragnienie w teorii Lacana

O rewolucji '68 roku, tworzącej zręby współczesnej wrażliwości, Etienne Balibar mówił: "chcieliśmy obalić władzę mieszczaństwa, a otworzyliśmy drogę dla hiperkapitalizmu." Wychodząc od tego stwierdzenia, będę rozważać optymalne sposoby opisu współczesnej dynamiki pragnienia, porównując perspektywę Jacques'a Lacana i innych teoretyków.

Dr Zbigniew Lenart, Uniwersytet Rzeszowski,

Od kultury pragnień do kultury buntu

W artykule podjęto próbę pokazania mechanizmów „przepływu” pewnej części populacji - „uczestników” kultury pragnień, nie mogących zaspokoić swoich pragnień, do obszaru kultury buntu, w którym stają się zarazem zarzewiem nowych jakości. Na to zjawisko spojrzano z perspektywy historycznej i w kontekście przemian cywilizacyjnych, a szczególnie wyzwań cywilizacji jutra.

Zwracając uwagę na aspekty pozytywne i negatywne owego przepływu, starano się wyeksponować to, co jest w nim jest zmienne i stałe oraz szczególnie cenne z punktu widzenia wartości humanistycznych.

W końcowej części rozważań autor kieruje kilka sugestii pod adresem pedagogów, polityków i wspólnot lokalnych (ich kultury politycznej), odpowiedzialnych za jakość funkcjonowania systemu edukacyjnego i ogólny poziom kultury wspólnot i w ogóle społeczeństw.

Magdalena Linkowska, Galeria Labirynt

Jeff Koons – sztuka w kontekście kultury pragnienia

„Kultura pragnień” jako kultura wytwarzająca wciąż nowe potrzeby, polegająca na stałym stymulowaniu różnego rodzaju pożądania bez możliwości jego zaspokojenia stała się celem ataku wielu artystów, którzy demaskowali mechanizmy jej funkcjonowania, wskazywali na jej wykluczające i prowadzące do silnych depresji i frustracji działanie. Na tle tych krytycznych, zaangażowanych praktyk artystycznych (m. in. sztuka feministyczna) interesująco rysuje się twórczość Jeffa Koonsa – przedstawiciela prądu nazwanego w momencie swojego narodzenia „sztuką towaru” i jednego z najbardziej kontrowersyjnych artystów amerykańskich ostatnich dekad. „Pragnienie” jest bowiem „zasadą” - pierwszym, potężnym tematem sztuki artysty, który od lat 80-tych XX wieku tworzy prace, w których kicz, erotyka i banał niebezpiecznie zestawione zostają z tym, co piękne, wzniosłe i sakralne. Artysta czerpie ze sfery kultury wizualnej i w dialogu z nią tworzy dzieła o mocno ambiwalentnym charakterze. Brak jednoznacznego stanowiska artysty dotyczącego „kultury pragnień” to centralny punkt jego twórczości, powodujący podział wśród odbiorców jego sztuki. Z pewnością jest Koons niezwykle świadomym strategiem, który celowo i bezceremonialnie wykorzystuje logikę „kultury pragnienia” we własnej sztuce testując jednocześnie granice doświadczenia artystycznego.

Dr Tomasz Olchanowski, Uniwersytet w Białymstoku, Wydział Pedagogiki i Psychologii, Zakład Psychoanalizy i Myśli Humanistycznej

Religia kapitalizmu: od niebios manii do piekła depresji

Wystąpienie jest analizą tezy Waltera Benjamin, który w swym niedokończonym szkicu stwierdził, że kapitalizm jest religią, która wyrosła jako pasożyt zachodniego chrześcijaństwa, Już Nietzsche dostrzegł, że to, co jest wspólne dla judaizmu, chrześcijaństwa i kapitalizmu to łatwość, z jaką się czyni człowieka chorym bądź grzesznym (winnym). Spoglądając na wyżej wymienione stanowisko z perspektywy XXI wieku, pragnąłbym wykazać, że współcześnie znaleźliśmy się pod wpływem procesów, które wymknęły się spod kontroli i doprowadziły do powstania globalnej kultury manii, której skutkiem ubocznym może być epidemia depresji. By udowodnić swe stanowisko

odwołuję się zarówno do psychologii Junga (zjawisko psychicznej inflacji), Hillmana (życie maniackalne, fałszywa dychotomia zdrowia i choroby, cedowanie winy za wszelkie niepowodzenia na jednostkę, celem ochrony porządku społeczno-politycznego), jak też do poglądów Zygmunta Baumana (konceptcja czasu punktowanego) oraz Gary'ego Snyder'a (współczesne społeczeństwo jako populacja „głodnych duchów”, żyjących pod panowaniem fantastycznych systemów stymulujących żądze zysku, seksualne pożądanie i nienawiść).

PhDr. Juraj Podoba, Faculty of Social and Economic Sciences, Comenius University in Bratislava,

Desire for overconsumption. Real existing socialism, neoliberalism and values in the Slovak countryside

Demise of the real existing socialism and transformation of countries/societies, which had undergone the extensive modernisation under the rule of directive, centralised political system, has been accompanied by intellectual disputes criticising negative consequences of the „Change” towards culture of consume. According the dominant position within this critical discourse, „kultura pragnień” should be a consequence of capitalism, neoliberalism and globalisation.

The paper is aiming to discuss this ideological position and to enlarge the distupe, pushing it from current „ideological jail” by turning the perspective more towards understanding and interpreting the phenomenon of „multiple modernities”.

The author's argumentation is based on his long-term ethnographic field research of architecture and housing in the Slovak countryside.

Dr Wojciech Siwak, Uniwersytet w Białymstoku

Cyfrowe posiadanie. Syndrom download i upload i bogowie cyfrowych światów

Nicholas Negroponte opisując cyfrowe życie oddzielił świat bitów od świata atomów. Niematerialne byty sieci, cyfrowe obiekty, są czymś, czego posiadamy coraz więcej. Jakże jednak jest to posiadanie? Czy wynika ze zwykłej ludzkiej potrzeby gromadzenia rzeczy, czy też podszycone jest nowymi pragnieniami, generowanymi na użytek kultury cyfrowej konsumpcji i cyfrowego bycia? Czy gonieni pragnieniem posiadania poddajemy się syndromowi *download*, a skłaniani do dzielenia się rozszerzamy je do granic naszych możliwości (syndrom *upload*)? Kim są i jak się rodzą bogowie cyfrowych światów, władcy terabajtów muzyki, filmów, milionów polubień w sieciach społecznościowych? Analiza wybranych przypadków stanowi próbę odpowiedzi przynajmniej na część postawionych powyżej pytań.

Mgr Karolina Wierel, Uniwersytet w Białymstoku

Nie tylko ludzie pragnienia- refleksje na temat kompleksu omnipotencji

Tematem głównym wystąpienia będzie kulturoznawcza refleksja nad kompleksem omnipotencji w ujęciu posthumanistycznym. Pożądanie (nad-)wiedzy, dążenie do wszechwładzy oraz marzenie o nieśmiertelności, okazują się nie tylko ludzkimi marzeniami, o czym świadczą narracje na temat losów zabawek, które chcą być człowiekiem (np. Pinokio, Piotruś z *Akademii Pana Kleksa*), robotów, pragnących zostać dzieckiem (np. android z *A.I. sztuczna Inteligencja*, reż. Stevena Spielberga), czy maszyn, walczących o uznanie ich prawa do uczuć (np. *Ja, robot* I. Asimov), po mitologicznych bogów, dążących do przebóstwienia/uczłowieczenia (np. Prometeusz). Wszystkie postacie łączy niezadowolenie z formy swojego istnienia.

Brak wyraźnych granic ontologicznych we współczesnych przekazach kulturowych, obnaża rozchwianie dotychczasowego systemu ontologicznego i aksjologicznego, co prowadzi do stanu permanentnego rozczarowania formą, kształtem, istnieniem, nie tylko ludzkich postaci; determinuje również kolejne działania, takie jak, uleganie magii medycyny plastycznej, czy bycie outsiderem oraz

dążenie do dziwności ciała i sposobów myślenia, co znajduje odzwierciedlenie w narracjach literackich i filmowych Zachodu.

Kompleks omnipotencji nie występuje tylko w przekazach kulturowych zachodniego kręgu kulturowego, lecz ujawnia swoją energię kulturotwórczą szczególnie silnie właśnie w obszarze znudzonego sobą Zachodu. Krytyka kultury zachodniej determinuje rozwój innych obszarów kulturowych (np. azjatyckiego), wykazując również swój destrukcyjny wymiar. Oba dychotomicznym czynnikom kompleksu omnipotencji chciałabym poświęcić swoje wystąpienie, w kontekście pragnień, rozumianych poza ludzkimi kategoriami i formami.