



Kilka ciekawostek

Parę zebranych przeze mnie ciekawostek, które znalazłam głównie w różnych czasopismach.

Parę zebranych przeze mnie ciekawostek, które znalazłam głównie w różnych czasopismach.

"W [niemieckich] mediach wciąż dominuje podglądactwo w stylu „Big Brother” i ciekawostki ze świata prominentów – kto jest z kim i na jak długo. Z jednej strony bohaterami medialnymi stają się cyniczni jajcarze, którzy publicznie wyśmiewają się z wszystkiego i wszystkich, z drugiej strony media i gwiazdy prześcigają się w bezgranicznym ekshibicjonizmie.

[...]

Medialna karuzelka sprawia – twierdzi felietonistka „Die Welt” – że [niemieckiej] młodzieży kompletnie brak wzorów. Rodzice zrabiają pieniądze, nauczyciele są przeciążeni. Wzorami są modelki w stylu Claudii-Barbie-Schiffer lub piosenkarki w stylu Britney Spears, lub sportowcy, którzy jednak dla mediów nie muszą mieć żadnego etycznego wymiaru. Skalą wartości jest kasa, jaką zgarniają, lub ile kosztuje ich transfer, a nie silna wola, walka ze słabością ciała czy samoopanowanie. To nie rok 1932, gdy cała Polska rozczulała się, że Kusociński wygrał w Los Angeles na 10 km, mimo że miał otartą nogę. Dziś jest inaczej: nie umiał pacan porządnie włożyć skarpetki, to sam jest sobie winien; nie po to zgarnia miliony, by nie potrafił sobie zapewnić najlepszego sprzętu, ubrania, obstawy, masażystów, menedżerów, a także żony i kochanek. Ma wygrywać i grać na medialnej scenie, cała reszta nas nie obchodzi.

[...]

Nic w tym życiu nie jest ważniejsze od własnego ego. I ponoć tego właśnie [niemiecka] opinia publiczna już nie trawi. Nastroje – według badań uniwersytetu w Giessen – ponownie się zmieniają. Nie społeczeństwo ego, nie agresywny egoizm nowych yuppies, lecz wartości społeczne zaczynają ponoć przesuwac się na plan pierwszy. W obliczu turbokapitalizmu, globalizacji, niepewnego rynku pracy, ludzie zaczynają szukać oparcia w trwałych więziach, bliskości i intymności. Media wydają się tego jeszcze nie dostrzegać.

Adam Krzemiński; "Big Brother Boris."; Polityka 08/2001.

"Internet stał się ziemią obiecaną dla wielu polskich spółek giełdowych. Porzucają swą dotychczasową działalność i ruszają na podbój wirtualnego świata, z nadzieją, że tam -

niczym Amerykanie - znajdują sławę i pieniądze. Ich śladem podążają zachwyceni inwestorzy.
(ze wstępu)

A nalitycy zastanawiają się, co kryje się za ta internetową epidemią. Czy rzeczywiście w polskiej gospodarce nic się nie opłaca poza internetem? Wygląda na to, że tajemnica kryje się w fascynacji giełdowych inwestorów cyberprzestrzenią i ich niewielką wiedzą na ten temat. Jeżeli spółka obuwnicza musiałaby długo i szczegółowo tłumaczyć, co robi, by jej buty odniosły rynkowy sukces, to w przypadku internetu wystarczy ogólnikowe wspomnienie o portalu, wortalu lub hostingu i już jej władze mogą być pewne, że akcje firmy pójdą w górę, a kolejna emisja akcji bez trudu znajdzie nabywców."

Adam Grzesiak; "Spółka stara czy nowa, byle internetowa. HURRA!COM."; Polityka 34/2000.

"Na podstawie dwuletnich studiów przeprowadzonych pod kierownictwem Francisa Fukuyamy i Caroline S. Wagner stwierdzono, że rewolucyjny rozwój technologii informatycznych oraz biologii molekularnej niszczy model władzy scentralizowanej. Obywatel wyposażony dzięki technice w coraz większą siłę potrzebuje coraz mniej państwa. Rządzenie będzie musiało polegać bardziej na poszukiwaniu konsensusu wśród uczestników gry społecznej, niż na próbach wydawania decyzji na mocy coraz słabszej legitymacji politycznej."

Edwin Benedyk; "Głównym towarem eksportowym USA są dziś patenty. IDEA.COM"; Polityka 28/2000.

W edług ankiety Klubu Biznesmena, opublikowanej w Polityce 1/2000, ludzie biznesu cenią lub lekceważą następujące cechy:

Cechy lekceważone:

refleksyjność
poczucie humoru
sumienność
staranność
liczenie się z opinią innych
spontaniczność
tolerancja

Cechy cenione:

ambicja
opanowanie
siła perswazji
stałość nastroju
poczucie rzeczywistości
zdolność koncentracji
samodzielność
niezależność
dynamizm
intuicja
szybkie podejmowanie decyzji
dotrzymywanie zobowiązań
skłonność do ryzyka
zorganizowanie
otwarcie na zmiany
wytrwałość
odpowiedzialność

odporność fizyczna
dyplomacja
zaufanie do samego siebie
siła woli
inicjatywa
pracowitość
odporność na stres

Szukasz pracy? Przemyśl to, co przeczytałeś.

Przeczytałam że...

Według badań przeprowadzonych przez Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu 60% uczniów opuszczających szkołę podstawową jest wtórnymi analfabetami (umie czytać znaki, ale nie rozumie przeczytanych treści).

Autentyczny przykład: po przeczytaniu na ekranie monitora tekstu "Naciśnij dowolny klawisz" uczennica stwierdza, że nie rozumie "bo to po angielsku".

Prawie dwadzieścia lat temu rozpoczęła się era video i szalonego rozwoju telewizji. Symbolem stała się stacja MTV z klipami muzycznymi, w których w ciągu sekundy pokazywane są trzy, cztery obrazki. Na potrzeby reklam przyjmuje się, że próg percepcji człowieka (aby zobaczyć, zrozumieć, to co niesie obraz i zapamiętać) to 15 do 30 sekund, w zależności od osobniczych właściwości.

Nawet Internet uległ modzie na migotanie - nie ważne jaka treść jest na stronie, byle było dużo bajerów. Na szczęście - ta moda, jak gdyby, mija.

Powstało pokolenie dzisiejszych kilkunastoletków, którzy:

- oczekują, że (np.: na lekcjach w szkole!) zobaczą obraz połączony z dźwiękiem, do tego zmieniający się trzy razy w ciągu sekundy;
- oczekują biernie, aż ktoś "coś" pokaże, zamiast być aktywnym, szukać, dociekać ("czeka na Suzina, aby powiedział co nastąpi dalej");
- nie umieją skupić się na dłużej niż 8-10 minut (czyli okres nieco tylko dłuższy od czasu trwania klipu muzycznego a bliski długości programu TV pomiędzy reklamami!);
- gdy już muszą przeczytać książkę - to najlepiej streszczenie, gdzie ktoś mówi o tym co nastąpiło.

Od pewnego czasu, w klipach MTV, przez cały czas na ekranie pojawiają się ramki z napisami. Twórca kultury obrazkowej "złapał się za głowę" i próbuje na nowo uczyć czytać tych, których poprzednio oduczył.

Przeczytałam że...

"Często słyszy się twierdzenie, że żyjemy w czasach, które narażają człowieka na coraz większy i większy stres. To akurat wydaje się być wątpliwe. [...] W gruncie rzeczy zaś nie

wyduje się, żeby natężenie czynników stresorodnych jakoś dramatycznie wzrastało. Czy najazdy Hunów, lęk przed czarami, głód, czarna śmierć lub straszne presje ideologiczne ostatnich dziesięcioleci były mniej zagrażające niż nasz codzienny wyścig szczurów? Nie sądzę. Historia kultury to historia strachu. Niedawne to odkrycie francuskich badaczy znalazło sobie trwałe miejsce w naszej świadomości.

A jednak coś się zmienia. Zmienia się nie tyle natężenie czynników zaburzających, co nasz sposób reagowania na nie. W coraz mniejszym stopniu wspólne wzorce i normy kulturowe podsuwają nam odpowiedzi na wyzwania, z którymi nasza znękana psychika musi sobie radzić. Tradycyjne oczywistości dotyczące postępowania, sposobów reagowania czy odczuwania, które określonemu człowiekowi przysługują, rozwiewają się jak dym, a pustka, która po nich zostaje wymaga indywidualnego wysiłku, często ponad miarę."

Andrzej Leder; "Kto będzie zdrowy psychicznie? Po drugiej stronie duszy." Polityka nr 22/2000

"Rzadko poradniki (w stylu: "Jak odnieść sukces i nie zwariować" - przyp KS) mówią wprost, że życie jest śmiertelną chorobą przenoszoną drogą płciową, liczne kamuflują ten fakt, gdyż aby pomóc sobie, trzeba determinacji, a każda determinacja wymaga małego samooszustwa."

Tomasz Jastrun; "Poradnik: Jak czytać poradniki. Instrukcja obsługi człowieka" Polityka" nr 52/1999

"Wraz z początkami rewolucji informatycznej pojawiło się [...] zjawisko szumu informatycznego. Istotnym problemem stała się możliwość radzenia sobie z nadmiarem informacji, z odsiewaniem tego co ważne, od tego, co nieważne. Przy okazji słowo "informacja" skutecznie wyodrębniło się z pola znaczeniowego, które niegdyś dzieliło ze słowem "wiedza".

[Czyli: kiedyś dowiedziałeś się czegoś i byłeś mądrzejszy, teraz większość informacji jakie otrzymujesz nie pomnaża twojej mądrości?]

Mirosław Pęczak; "Pan Cogito przed monitorem. Dlaczego Stanisław Lem nie lubi Internetu?"

"Uważajcie, jesteście śledzeni na okrągło. Dlatego, kiedy tylko możecie, płacicie gotówką. A przynajmniej nigdy nie podawajcie obcym waszego numeru telefonu, karty bankowej, ani ubezpieczenia.

Nie wypełniajcie niepotrzebnych formularzy z waszymi danymi, unikajcie kupowania przez telefon. Miejcie świadomość, że włączony telefon komórkowy wskaże miejsce waszego pobytu. Unikajcie kart rabatowych proponowanych przez sieci handlowe.

Kodujcie waszą korespondencję e-mail i nigdy nie podawajcie swoich prawdziwych danych w Internecie.

Bierzcie pod uwagę, że wszystkie wasze rozmowy w pracy mogą być rejestrowane i podsłuchiwane, podobnie jak wiadomości zostawiane na automatycznych sekretarkach i zawartość twardego dysku waszego komputera. Skończyły się bowiem czasy gwarantowanej intymności. Coraz liczniejsze informacje o każdym z nas stają się coraz bardziej dostępne: co kupujemy, z kim i o czym rozmawiamy, gdzie się poruszamy."

The Economist (za "Polityką" nr 51/1999)

"Współczuję panu i pana pokoleniu, bowiem przed wami rozciąga się, przynajmniej obecnie, jałowa kraina rozczarowań. Mam rozpaczliwe uczucie, że Polska straciła pół wieku temu niepowtarzalną szansę uczestnictwa w epoce wielkiego rozkwitu i wielkiej dynamiki cywilizacyjnej, a dołączamy do tego lepszego świata w okresie, gdy już się zestarzał i nie ma przed sobą zbyt optymistycznych perspektyw. I ta strata ostatniego półwiecza jest najgorszą zbrodnią jakiej się komunizm dopuścił."

Andrzej Szczypiorski - artykuł "Irytacje - Tygrysy nie myślą." poświęcony lansowanemu przez media, i de facto obowiązującemu we współczesnej Polsce, kultowi przedsiębiorczości rozumianej wyłącznie jako dążenie do maksymalnej ilości pieniędzy oraz Europie, na której rzekomo jest to wzorowane; Polityka nr 51/1999

Krótkie wprowadzenie: Polityka z 20.11.99 zmieściła artykuł Ewy Nowakowskiej "Lisy, jeże i inni", omawiający poglądy grupy polskich socjologów. Twierdzą oni, że istnieje w Polsce jedna trzecia "ludzi sukcesu" osiągających wysokie dochody, pracujących po 10 godzin dziennie i przeznaczających zarobki na inwestycje a nie na konsumpcję ("przejadanie"). To oni tworzą dynamikę zmian gospodarczych. Na drugim biegunie znajduje się grupa, zniechęconych, przegranych, tych, którzy wypadli z rynkowej gry o sukces. Jak można zrozumieć, jedynie beznadziejnie konsumujących swoje dochody i przez to godnych pogardy.

Ludwik Stomma odpowiada:

"Tymczasem ja znam inne przykłady. Choćby nauczycielka wiejska, która haruje też przez 10 godzin dziennie (a może i więcej) za poniżające wynagrodzenie. I po co? - Bo tę idiotkę obchodzą jakieś cudze, zasmarkane bachory. Szansę ma mniejszą niż w totolotku, że wyprodukuje jakiegoś Einsteina. Ale, co się nie mieści w głowie - jej nawet nie o to chodzi. [...] Z jego ewentualnych studiów nie będzie miała nasza nauczycielka ani grosza, czyli oczywiście "wypadła z gry o sukces". Owszem, wypadła. Ale w zbitce pojęciowej zaproponowanej przez [...] [socjologów] jest ona automatycznie z tego powodu "pasywna" i "przegrana". Redakcja nie lubi, kiedy używam mocnych słów; tym razem sobie jednak pozwolę: "gówna prawda"! [...] Znam też leśniczego w Borach Tucholskich, opłacanego z najniższej, haniebnej budżetówki,

który ubzdurał sobie, że ochroni przed zniszczeniem jakiś tam kawałek puszczy. I ma kretyńską satysfakcję, że mu się lęgną na bagnie czarne bociany, nie płacące za gniazdo ani grosza komornego. A żeby dopilnować kniei przed kłusownikami 10 godzin, ba, doba nie wystarczy. Następny "przegrany" i "pasywny".

Skądinąd zdumiewające ekonomicznie jest wychwalanie tych, którzy zainwestują, w przeciwieństwie do utracjuszy, którzy "przejedzą". Toż gdyby nie ci drudzy, inwestowanie nie miałoby najmniejszego sensu. Jaki sens może mieć produkowanie konfitur, na które nikt się nie połasi?"

Ludwik Stomma; "Walizeczka z dolarami" (fragmenty); Polityka nr 51/1999.

"Co jest cięższe kilogram pierza czy ołowiu?

Okazuje się, że wielkość przedmiotu oszukuje nasz mózg przy ocenie jego masy.

Dlaczego ludzki mózg odbiera mniejszy z dwóch tyle samo ważących przedmiotów jako cięższy? Ta zagadka od dawna fascynuje uczonych. Już pierwsze eksperymenty wykazały, że na subiektywne poczucie ciężkości nie ma wpływu ani liczba porównań ciężaru obu przedmiotów, ani, co dziwniejsze, werbalna informacja o jednakowej wadze obu przedmiotów. Bez znaczenia jest też możliwość wzięcia przedmiotów do ręki.

Dotychczas sądzono, że winne jest zjawisko tzw. niedopasowania informacji płynących z różnych zmysłów. Mniejszy z dwóch obiektów o tej samej masie postrzegamy jako cięższy, ponieważ jest cięższy, niż sądziliśmy (czyli jako mniejszy powinien być lżejszy, a nie jest). W "Nature Neuroscience" naukowcy z kanadyjskiego Queen's University w Kingston dowodzą, że ta teoria jest błędna. Do takiego wniosku doprowadziły ich badania 40 ochotników, którym kazali podnosić na zmianę ważące po 400 g pudełka, o rozmiarach różniących się kilka razy. Naukowcy sprawdzali w tym eksperymencie także siłę zużywaną za każdym razem do podniesienia każdego z pudełek. Po początkowych pomyłkach mózg ignorował płynące ze innej jego części - "świadomości" - sygnały, że mniejsze jest cięższe i w kolejnych próbach do obu pudełek kazał mięśniom przykładać taką samą siłę. Z badań wynika, że różnica wielkości przedmiotu nie oszukuje całego mózgu. Oszukuje tylko ewolucyjnie młodsze, lepiej rozwinięte części ludzkiego mózgu (korę mózgową), "zawierające" świadomość. Podświadomość nie daje się oszukać.

Stefan Mrówczyński; "Focus" 05.2001.

"Więc czego się boimy najbardziej? Nie strasznej zarazy z kosmosu, nie wojny nuklearnej, nie gigantycznych roślin, nie duchów i nie zombie. Boimy się tego, że zostaliśmy opuszczeni przez Boga, że nie rozumiemy świata, że nigdy nie poznamy jego skomplikowanego planu, że nauka nam go nie wyjaśni, że tkwimy uwięzieni w naszych percepcjach jak muchy w bursztynie. Tak wygląda współczesny horror."

