

Robert Geisler

Od redakcji

Rynek - Społeczeństwo - Kultura nr 1 (9), 4

2014

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Od redakcji

Słowo wstępne

Rynek kojarzy nam się z miejscem spotkania kupującego ze sprzedającym. Ta swoistego rodzaju przestrzeń z jednej strony ma charakter statyczny, gdyż od wieków budowano rynki w centrach miast i w nich to umożliwiano mieszkańcom dokonywanie zakupów, a sprzedającym stałe miejsce. Z drugiej strony rynek ma charakter dynamiczny, gdyż pojawiają się w nim coraz to nowi aktorzy, nowe produkty, dochodzi do nieustannych interakcji pomiędzy kupującymi i sprzedającymi. To kolokwialne i potoczne pojęcie znalazło ujęcie w naukach społecznych, przede wszystkim ekonomii, ale i politologii czy socjologii. Analizy te wyraźnie pokazywały różnicowanie zasad rządzących rynkiem, a tym samym wzorów zachowań, wartości czy norm społecznych od zasad rządzących polityką czy kulturą. To wyraźnego rodzaju oddzielenie czy wręcz odgraniczenie instytucji rynku od innych instytucji dało wyraźny asumpt do uwikłania poszczególnych ludzi w różne sfery. Niemniej jednak koniec XX wieku pokazał nowy proces społeczny o daleko idących skutkach. Otóż, co wyraźnie zaczęto podkreślać w nauce jako rezultat prowadzonych badań i różnego rodzaju studiów, pojawiło się zawłaszczanie przestrzeni społecznych przez sferę rynku. To swoistego rodzaju urynkowienie sfer życia polityki, kultury, relacji społecznych polegało na wprowadzaniu mechanizmów rynkowych i zasad kierujących tą sferą życia do innych obszarów. I tak, politycy zaczęli być traktowani i zachowywać się jak produkty wraz z całym mechanizmem marketingu, administracja publiczna, czyli już nie rządzenie, ale zarządzanie oparte zostało na kontroli jakości, kreowania strategii czy mechanizmów efektywności. Szkoły, w tym uczelnie wyższe, przedszkola, teatry, kina, instytucje kultury – wszyscy oni zaczęli używać języka rynkowego do opisanego swoich działań, ale ważniejsze jednak stało się ich działanie oparte właśnie na tychże zasadach.

Agnieszka Szuta zatytułowała artykuł „Narzędzia promotion-mix w kampaniach wyborczych” i pokazuje w nim sposób, w jaki narzędzia promocji mix z marketingu komercyjnego zostały przeniesione w obszar polityki. Tym samym uprawnione jest stwierdzenie, że mechanizmy „sprzedaży” ze sfery rynku znalazły zastosowanie w obszarze walki o władzę. Analizowane przykłady kampanii reklamowych Baracka Obamy i Bronisława Komorowskiego wyraźnie wskazują, w jaki sposób politycy stają się „towarem”, które winno zostać „opakowane”. Kinga Zych w artykule pt. „Kultura w neoliberalizm zaplątana” zajmuje się uwikłaniem kultury w ideologię neoliberalną. Kultura od początku swego istnienia stanowiła odrębną sferę od gospodarki. Rządziła się odmiennymi prawami i obowiązywały w niej inne reguły. Wejście przez artystów w świat komercji było traktowane jednoznacznie negatywnie przez środowisko twórców. Urynkowienie kultury, czyli wpisanie mechanizmów rynkowych, jak zysk czy dochód, sprzedaż, stały się w XXI wieku elementem codzienności. Aktorzy, artyści-malarze, rzeźbiarze, nawet pisarze włączyli się w strumień działań rynkowych. Autorka w swoim artykule pokazuje jak elementy kultury zostają „wystawione” na sprzedaż. Amelia Kin z kolei w artykule pt. „Ochrona praw konsumenta w ramach zakupu przez Internet na wybranych przykładach” przedstawia, w jaki sposób kupno i sprzedaż zostały włączone również w sferę gospodarki internetowej. Coraz większa popularność tego rodzaju rynku narażona jest na zagrożenia. Autorka w swoim artykule analizuje formy zabezpieczeń konsumentów przed zagrożeniem wynikającym m.in. z oszustw. Dariusz Szyszkowski w artykule pt. „Ochrona sprzedającego podczas zbywania nieruchomości” zastanawia się nad trudnym zagadnieniem, jakim jest ochrona osoby sprzedającej nieruchomość i zapewnienie jej otrzymania umówionej ceny w terminie wynikającym z umowy. Joanna Kurczbuch-Wcisło jest autorką artykułu pt. „Ocena podaży i popytu na obiekty wielkopowierzchniowe w regionie łódzkim”, w którym analizuje rolę rynków handlowych na przykładzie Łodzi. Planowanie budowy nowej przestrzeni handlowej i analiza lokalizacji z uwzględnieniem konkurencji i sytuacji społeczno-ekonomicznej staje się naczelną zasadą. Jacek Gładysz w tekście „O pewnych problemach wielkich miast i próbach ich rozwiązania na gruncie teorii dóbr publicznych” zastanawia się, jak mieszkańcy dużych miast, a jest ich współcześnie prawie 5 mln, borykają się każdego dnia z kłopotami komunikacyjnymi w swej codziennej egzystencji. Problemy transportu w metropoliach mogą zostać zanalizowane w perspektywie teorii dóbr publicznych. Paradoks wspólnego pastwiska jako teoretyczny model posłuży autorowi do sformułowania aplikacji rozwiązania tego problemu. Innym przykładem urynkowienia przestrzeni jest włączenie tzw. „przestrzeni zielonej” w mechanizmy rynkowe. Agnieszka Chojecka w artykule „Znaczenie terenów zielonych w przestrzeni publicznej oraz ich wpływ na jakość życia miejskiego” analizuje znaczenie terenów zielonych w przestrzeni publicznej oraz ich wpływ na jakość życia miejskiego. Tereny zielone poprawiają nie tylko standard życia mieszkańców miast, ale i stają się elementem pejzażu. Powstają ogrody dachowe, skwery, bulwary, parczki, zieleńce przy budynkach mieszkalnych.

Wszystkie artykuły poruszają się w jakże ważnej współcześnie tematyce urynkowienia wszelkich dziedzin życia, w tym również życia społecznego.

Zapraszamy do lektury i dyskusji
Robert Geisler