

ISSN 2300-7109



studia
humanistyczne
agh *Spółeczeństwo. Kultura. Technologia*

2024
tom 23/1



WYDAWNICTWA AGH
KRAKÓW 2024





studia
humanistyczne
agh *Spółeczeństwo. Kultura. Technologia*

2024
tom 23/1



contributions to humanities agh

Semi-annual of AGH University of Krakow

Health and well-being
related to new media
and new technologies



studia
humanistyczne
agh *Spółeczeństwo. Kultura. Technologia*

Półrocznik Akademii Górniczo-Hutniczej im. S. Staszica

Zdrowie i dobrostan
a nowe media
i nowe technologie

Dyrektor Wydawnictw AGH/ Head of Publishing of AGH University Press: *Jan Sas*

Komitet Redakcyjny/ Editorial Team:

Grzegorz Ptaszek (redaktor naczelny/ editor-in-chief): nauki o komunikacji społecznej i mediach/ communication and media studies

Damian Gatuszka (sekretarz/ managing editor): socjologia, nauki o komunikacji społecznej i mediach/ sociology, communication and media studies

Jowita Guja (redaktorka tematyczna/ thematic editor): nauki o kulturze i religii/ culture studies, religious studies

Dorota Żuchowska-Skiba (redaktorka tematyczna/ thematic editor): socjologia, nauki o komunikacji społecznej i mediach/ sociology, communication and media studies

Tomasz Masłyk (redaktor statystyczny/ statistical editor)

Redakcja/ Editorial Advisory Board:

Maarit Jaakkola (University of Gothenburg, Sweden)

Ryszard W. Kluszczyński (University of Lodz, Poland)

Paul Levinson (Fordham University, United States)

Marie-Laure Ryan (United States)

Siarhei Liubimau (European Humanities University, Lithuania)

Piotr Siuda (Kazimierz Wielki University, Poland)

Aleksandra Wagner (Jagiellonian University, Poland)

Redaktor prowadzący/ Main editor: *Grzegorz Ptaszek*

Redaktorzy gościnni numeru: *dr Paweł Przylęcki* (Uniwersytet Medyczny w Łodzi),

dr Michał Jędrzejek (Fundacja Kreatywnie dla Zdrowia, Wrocław)

Adres redakcji „Studiów Humanistycznych AGH”/ Adress of „Contributions to Humanites”

Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie

Wydział Humanistyczny

ul. Czarnowiejska 36, budynek C-7 (pok. 5.23)

30-054 Kraków

studiahumanistyczne@agh.edu.pl

<http://journals.agh.edu.pl/human/>

<https://doi.org/10.7494/human>

Korekta językowa/ Proofreading:

Kamila Zimnicka – język polski/ Polish

Bret Spainhour – język angielski/ English

Projekt okładki i stron tytułowych/ Cover Design: *Agata Wajer-Gądecka, Andrzej Choczewski*

Skład komputerowy/ DTP: *Wydawnictwo JAK, www.wydawnictwojak.pl*

© Wydawnictwa AGH, Kraków 2024, Creative Commons CC-BY 4.0 License

ISSN 2300-7109

Wydanie zostało dofinansowane przez Akademię Górniczo-Hutniczą im. Stanisława Staszica w Krakowie (dotacja podmiotowa na utrzymanie potencjału badawczego nr 11.11.430.158)

Redakcja Wydawnictw AGH

al. A. Mickiewicza 30, 30-059 Kraków

tel. 12 617 32 28, 12 636 40 38

e-mail: redakcja@wydawnictwoagh.pl

www.wydawnictwo.agh.edu.pl

Spis treści/Table of contents

Karolina Anna Kierońska-Olszewska

FITSPARATION – ZDROWY TRYB ŻYCIA CZY FIT OBSESJA?
PRZEGLĄD LITERATURY I BADAŃ..... 7

“*FITSPARATION*” – *A HEALTHY LIFESTYLE OR A FIT OBSESSION?*
LITERATURE REVIEW

Agnieszka Maj

KULTURA *WELLBEING*... W KUCHNI. REFLEKSJA O JEDZENIU
W KONTEKŚCIE POJĘCIA DOBROSTANU (*WELLBEING*)..... 25

*A CULTURE OF WELLBEING... IN THE KITCHEN. REFLECTING ON FOOD
IN THE CONTEXT OF THE CONCEPT OF WELLBEING*

Marta Regina Jabłońska

WEIGHT-RELATED PHOTOS ON THE INSTAGRAM
AND FEMALE WELL-BEING – AN EYE-TRACKING APPROACH 37

VARIA

Antonina Stasińska

„ALE DLACZEGO DWAJ DO CIEBIE MÓWIĄ »KOCHANIE«?”.
KONSENSUALNA NIEMONOGAMIA W POLSCE
W PERSPEKTYWIE ANTROPOLOGICZNEJ 73

“*BUT WHY DO THEY BOTH CALL YOU ‘SWEETHEART’?*”.
*AN ANTHROPOLOGICAL PERSPECTIVE ON CONSENSUAL NON-MONOGAMY
IN POLAND*

Agata Smolak

EDUKACJA W ERZE CYFROWEJ:
ADAPTACJA PROCESU KSZTAŁCENIA Z WYKORZYSTANIEM POTENCJAŁU
WIRTUALNEJ RZECZYWISTOŚCI 91

*EDUCATION IN THE DIGITAL ERA: ADAPTING THE LEARNING PROCESS
THROUGH THE POTENTIAL OF VIRTUAL REALITY*

Alicja Głębocka

MITOLOGIZACJE SŁOWIAŃSZCZYZNY
W TWÓRCZOŚCI POLSKIEGO DZIAŁACZA NA ŚLĄSKU CIESZYŃSKIM
PAWŁA STALMACHA (1824-1891) 105

*MYTHOLOGIZATION OF SLAVIC CULTURE IN THE WORKS OF
POLISH ACTIVIST IN CIESZYN SILESIA,
PAWEŁ STALMACH (1824–1891)*

Notes for Contributors 131

Informacje dla autorów 132

Karolina Anna Kierońska-Olszewska*

ORCID: 0009-0007-1622-2424

Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie

FITSPIRATION – ZDROWY TRYB ŻYCIA CZY FIT OBSESJA? PRZEGLĄD LITERATURY I BADAŃ¹

We współczesnym świecie media społecznościowe odgrywają istotną rolę w kształtowaniu stylu życia jednostek. Kobiety oceniane są głównie ze względu na swój wizerunek i starają się sprostać zmieniającym się normom piękna. Nadmierne dyscyplinowanie kobiecych ciał doprowadziło do sytuacji, w której zaburzenia odżywiania zostały uznane za chorobę cywilizacyjną (Wojnarska, 2019). Celem artykułu jest przedstawienie głównych wniosków z badań medialnych przekazów dotyczących trendu *fitspiration* w latach 2016–2023. Autorka poddała analizie recenzowane artykuły naukowe w języku angielskim, korzystając z baz ScienceDirect, EBSCO oraz Google Scholar. Na ich podstawie można wnioskować, że *fitspiration* jest rozwijającym się, niebezpiecznym trendem cyfrowym. Pomimo jego prozdrowotnych cech większość badań wskazuje na negatywny aspekt powiązany z niezadowoleniem z ciała oraz niekorzystnymi zachowaniami żywieniowymi młodych kobiet. Uznano również, że obrazy fit sylwetek wywierają na kobiety silną presję. Co więcej, stwierdzono, że proces samoizolacji spowodowanej pandemią zwiększył popularność social mediów promujących negatywne treści *fitspiration* (Cataldo et al., 2022).

Słowa kluczowe: obraz ciała, media społecznościowe, zdrowy styl życia, *fitspiration*, ideał kobiecego ciała

WPROWADZENIE

Kulturowe normy piękna ulegają regularnym zmianom, poczynając od kanonu szczupłej sylwetki rozpowszechnionego na przełomie XX i XXI wieku aż do bezwzględnej akceptacji różnych rozmiarów kobiecego ciała. Ważną rolę w ewolucji trendów związanych z wyglądem fizycznym odgrywają media. Ich szeroki zasięg, a także opiniotwórcze oddziaływanie na jednostki powodują, że stały się one fundamentalnym wyznacznikiem standardów piękna.

Obecnie ogromną popularność zyskują media społecznościowe, które wywierają znacznie bardziej szkodliwy wpływ na postawy wobec ciała populacji młodych kobiet niż przekazy tradycyjne, takie jak telewizja czy prasa (Fardouly et al., 2017; McComb i Mills, 2021).

* Katedra Nauk Humanistycznych i Społecznych, Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie, ul. Marymoncka 34, 00-968 Warszawa; e-mail: karolina.kieronska@awf.edu.pl.

¹ Publikacja została sfinansowana ze środków Akademii Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie.

Fundamentalne badanie w zakresie związku internetu i zaburzeń obrazu ciała przeprowadziły Tiggemann i Miller (2010). Ukazało ono wyraźny wpływ publikowanych postów na satysfakcję z masy ciała dorastających dziewcząt. Zaobserwowano, że obrazy przedstawiające wyidealizowane sylwetki są ściśle związane z porównaniem wyglądu zewnętrznego badanych, kontrolą ich masy ciała oraz wykorzystywaniem restrykcyjnych technik treningowych i żywieniowych doprowadzających do zaburzeń odżywiania (Tiggemann i Miller, 2010).

Pamiętając o szerokim zasięgu mediów społecznościowych, należałoby podkreślić, że istotnym aspektem doprowadzającym do zaburzeń obrazu ciała jest porównanie społeczne. Obserwacja fotografii przedstawiających wyidealizowane sylwetki może mieć niekiedy negatywny wpływ na postrzeganie własnej cielesności przez młode kobiety (Levine i Murnen, 2009). Teoria porównań społecznych utwierdza w przekonaniu, że ludzie mają skłonność do konfrontowania swojego położenia w społeczeństwie z innymi w celu uświadomienia sobie, gdzie się znajdują (Festinger, 1954).

Kobiety znacznie częściej niż mężczyźni doświadczają oceny na podstawie wizerunku (Beauvoir, 2019; Connell, 1995), w związku z czym starają się sprostać społeczno-kulturowym oczekiwaniom przez wykonywanie czynności mających na celu doskonalenie sylwetki i uzyskanie pożądanego ideału. Warto podkreślić, że współczesne kobiety narażone są na porównania ich wyglądu z trendami propagowanymi przez różnorodne platformy medialne (Leahey et al., 2007). Takie zjawisko dotyczy w szczególności użytkowniczek korzystających z mediów społecznościowych w celu konfrontacji własnej cielesności z wykreowanym społecznie ideałem piękna. Badania wykazały, że większość kobiet porównuje swoje sylwetki do tych niekiedy wyimaginowanych obrazów prezentowanych w internecie. Można więc sądzić, że kobiety częściej mają tendencję do porównań wyglądu zewnętrznego niż mężczyźni (McAndrew i Jeong, 2012).

Nadmierna fascynacja wyidealizowanym wyglądem fizycznym w mediach społecznościowych negatywnie oddziałuje na ocenę własnego wizerunku (Leahey et al., 2007). Rozpowszechnianie obrazów nierealistycznych sylwetek niekorzystnie wpływa na funkcje emocjonalne oraz poznawcze młodych osób (Cash i Deagle III, 1997). Większość badań wskazuje na ściśle związki pomiędzy zaburzonym obrazem ciała młodych kobiet a obserwacją wyidealizowanych sylwetek w mediach społecznościowych (Grabe et al., 2008; Tiggemann i Zaccardo, 2015), dlatego w niniejszym artykule zaprezentowano wnioski z badań dotyczących niedawno rozpowszechnionego medialnego nurtu *fitspiration* zgodnie z założeniami deklaracji PRISMA (Page et al., 2021).

CHARAKTERYSTYKA TRENDU *FITSPIRATION*

W celu zdefiniowania trendu *fitspiration* należałoby odnieść się do jego etymologicznego znaczenia. Pojęcie to jest połączeniem dwóch anglojęzycznych słów: *fitness* i *inspiration* (Tiggemann i Zaccardo, 2015), które są ściśle związane z promocją aktywności ruchowej. Prekursorzy omawianego nurtu zdefiniowali „fit inspirację” jako trend motywujący jednostki do ćwiczeń fizycznych o charakterze prozdrowotnym (Tiggemann i Zaccardo, 2015). Ruch ten został rozpowszechniony w 2013 roku w celu przeciwstawienia się medialnym ideałom promującym nadmierną szczupłość (Cataldo et al., 2022). Pierwotnym założeniem *fitspiration*

było wzmacnianie zdrowych nawyków żywieniowych i treningowych przy jednoczesnym zachowaniu szczupłej, wysportowanej sylwetki. W przeciwieństwie do trendu idealizującego szczupłość *fitspiration* zachęca obserwatorów do dbałości o ciało przez zdrowe odżywianie i odpowiedni trening, co może mieć z pozoru pozytywny wydźwięk. Zwolennicy tego kanonu w celu jego promowania publikują na portalach społecznościowych fotografie przedstawiające szczupłe, a jednocześnie umięśnione i wyidealizowane sylwetki.

Zachodni kult szczupłej sylwetki propagowany zarówno w mediach tradycyjnych, jak i społecznościowych zyskał uznanie wśród wielu młodych kobiet (Boepple i Thomson, 2016; Pepin i Endresz, 2015). Analizujący ten trend są zdania, że lansuje on zachowania sprzyjające zaburzeniom odżywiania (Holland i Tiggemann, 2017; Mabe et al., 2014). Większość stron internetowych promujących anoreksję nawiązuje do kultu idealnej szczupłości przedstawianej w nowych mediach (Borzekowski et al., 2010). Mimo że ideał szczupłości jest nadal aktualny, w dobie XXI wieku powstał alternatywny nurt mający na celu propagowanie zdrowego stylu życia – *fitspiration*.

Głównym medium społecznościowym, gdzie publikowane są treści *fitspiration*, jest Instagram (Tiggemann i Zaccardo, 2015). Ze względu na szeroki zasięg oraz narastającą liczbę użytkowników ta platforma stała się głównym źródłem propagującym fit inspirację. Warto zwrócić uwagę również na to, że serwis Instagram jest skorelowany z innym popularnym medium – Facebookiem, co wpływa na jeszcze większą dostępność postów przedstawiających fit sylwetki. Co więcej, prócz osób wyszukujących celowo treści z hasztagiem *fitspiration* również pozostali użytkownicy obu platform mogą ulegać medialnej presji w sposób nieświadomy, oglądając różnego rodzaju reklamy eksponujące fit sylwetki. Fotografie *fitspiration*, które publikowane są na platformie Instagram, najczęściej przedstawiają smukłe kobiety o atletycznej budowie ciała promujące aktywność fizyczną jako formę spędzania czasu wolnego, zdrową żywność lub sprzęt sportowy (Tiggemann i Zaccardo, 2015). Zazwyczaj pod postami widnieją cytaty zarówno o charakterze motywacyjnym, jak i kładącym nacisk na dbałość o sylwetkę. Z jednej strony komunikaty te odnoszą się do zdrowego trybu życia, z drugiej zaś stanowią pewnego rodzaju nakaz dotyczący osiągnięcia idealnej, wysportowanej sylwetki.

Promocja aktywności fizycznej jako najważniejszego sposobu pozyskania idealnego ciała jest głównym założeniem *fitspiration*. Simpson i Mazzeo (2017) wykazały jednak, że znaczna liczba postów promuje kontrolę masy ciała jako środek uzyskania szczupłej, a zarazem muskularnej sylwetki. Ponadto większy odsetek komunikatów z nurtu *fitspiration* zachęca użytkowników do uprawiania aktywności fizycznej w celu uzyskania idealnego wyglądu niż do utrzymania zdrowego trybu życia czy poprawienia sprawności. Podobnie jak w badaniu Reade (2016) większość obrazów przedstawiała szczupłe, wysportowane, białe kobiety (Reade, 2016; Simpson i Mazzeo, 2017). Może to powodować, że u kobiet o innym kolorze skóry i sylwetce będą się tworzyć przekonania, że ich wygląd jest nieadekwatny i wymaga zmiany. Zdaniem Simpson i Mazzeo (2017) *fitspiration* stanowi zagrożenie w szczególności dla osób mających skłonności do zaburzeń odżywiania. Z kolei w analizie treści wizualnych autorstwa Carrote et al. (2017) można dostrzec, że obrazy *fitspiration* odzwierciedlają tradycyjne wyobrażenia ciała, odnosząc się do płci. Witryny fitinspiracyjne w większości przedstawiały sylwetki hiperumięśnionych mężczyzn oraz szczupłych, wysportowanych kobiet z niewielką ilością tkanki mięśniowej. Interpretacja badań wykazała, że fotografie kobiet były w wyższym stopniu nacechowane seksualnością w porównaniu z obrazami mężczyzn.

Seksualizacja była rezultatem tego, że większość postów *fitspiration* uwydatniała tylko kobiety kształty, np. pośladki. Co więcej, mężczyźni eksponowali twarz na zdjęciach znacznie częściej niż kobiety, co mogło świadczyć o upodmiotowieniu mężczyzn i uprzedmiotowieniu ciał kobiecych (Carrote et al., 2017).

Niewątpliwie pandemia COVID-19 zwiększyła częstotliwość korzystania z mediów społecznościowych, co spotęgowało zainteresowanie trendem *fitspiration* (Cataldo et al., 2022). Ponadto zjawisko samoizolacji mogło wpłynąć na obawy związane z wyglądem fizycznym. Lęk przed utratą możliwości osiągnięcia pożądanego, atletycznego ideału dodatkowo wzmocnił zaangażowanie w popularyzację trendu *fitspiration* w mediach społecznościowych (Cataldo et al., 2022). Zjawisko to stało się inspiracją do przeprowadzenia międzynarodowego badania w celu określenia wpływu światowej pandemii koronawirusa na postawy społeczeństwa wobec medialnych treści fit inspiracji. Stwierdzono, że wyższy poziom lęku wiązał się z większą oglądalnością treści *fitness*. Wyniki wskazują na wyraźną korelację pomiędzy przekazami *fitspiration* a obawami związanymi z obrazem ciała kobiet (Cataldo et al., 2022).

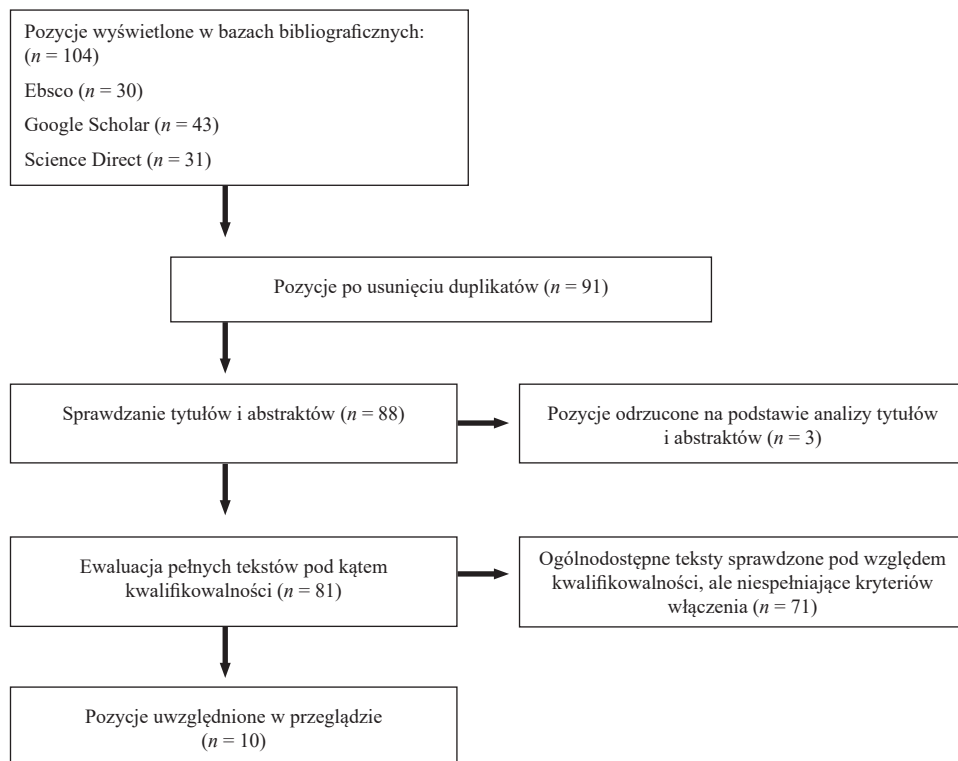
Ważnym zagadnieniem dotyczącym trendu *fitspiration* jest teoria funkcjonalności ciała, która ma decydujący wpływ na pozytywne postrzeganie cielesności (Alleva i Tylka, 2021). Teoria ta analizuje funkcje typowe dla ludzkiego ciała. Można by twierdzić, że inspiracja byciem fit stanowi pewnego rodzaju odzwierciedlenie tej teorii, skoro polega na promocji aktywności fizycznej bądź zdrowego odżywiania. Mimo to na podstawie badań wywnioskowano, że nurt *fitspiration* w znacznie większym stopniu koncentruje się na ulepszaniu wyglądu fizycznego niż na wzmacnianiu nawyków prozdrowotnych (Boepple et al., 2016). Posty *fitspiration* mogą być równie niebezpieczne jak obrazy promujące szczupłość i powodować obniżenie nastroju, brak satysfakcji z własnego ciała czy skłonności do porównań wyglądu zewnętrznego. Opis badań eksperymentalnych może więc przyczynić się do pogłębienia refleksji oraz dalszej eksploracji medialnego zjawiska *fitspiration*.

METODY I STRATEGIA WYSZUKIWANIA

W przeglądzie wykorzystano metodę jakościowej analizy tematycznej. Głównym celem artykułu był opis najważniejszych wniosków z badań wpływu *fitspiration* na postawy wobec ciała, aktywności fizycznej oraz seksualności populacji młodych kobiet. Ponadto celem było poznanie oddziaływania *fitspiration* na dobrostan psychiczny młodych kobiet dzięki analizie istniejących badań z lat 2016–2023. W ramach przygotowań zapoznano się ze standardami i listą kontrolną PRISMA dotyczącą elementów sprawozdawczych odnoszących się do przeglądów systematycznych oraz metaanaliz (Page et al., 2021). Na tej podstawie określono kryteria włączenia i wyłączenia oraz sposób selekcji badań. Co więcej, przedstawione zostały wszystkie wykorzystane w przeglądzie bazy danych, a także strategie wyszukiwania artykułów (Page et al., 2021). Ponadto przedstawiono wyniki wszystkich uwzględnionych w analizie badań. Należy w związku z tym uznać, że sprawozdawczość niniejszego przeglądu w pełni opierała się na założeniach PRISMA (Page et al., 2021). Ponadto należy podkreślić, że praca została poddana kontroli niezależnego recenzenta.

Proces selekcji artykułów trwał od 15 maja 2023 roku do 15 września 2023 roku. W przeglądzie wykorzystano bazy danych, takie jak ScienceDirect, Google Scholar oraz EBSCO,

w których wyszukiwano publikacje zawierające wyrażenie *fitspiration* w tytule bądź w streszczeniu. W celu zwiększenia poziomu obiektywizmu bazy danych przeszukano dwuetapowo. W pierwszej kolejności zapoznano się z zakresem literatury, korzystając z wyżej wymienionych baz danych. Po dogłębnej analizie piśmiennictwa stwierdzono brak dostępnych prac na temat *fitspiration* w języku polskim. Przy selekcji artykułów wykorzystywano anglojęzyczne słowa kluczowe: *fitspiration* lub *fitspiration-body image*. W każdej z baz zastosowano filtry dotyczące okresu publikacji (2016–2023) oraz języka pracy (angielski). W przypadku baz danych EBSCO i Google Scholar wykorzystano platformę Covidence², dzięki której zidentyfikowano duplikaty. Dostęp do platformy pozyskano we własnym zakresie. Jeśli chodzi o bazę ScienceDirect, posłużono się tylko zaawansowanym wyszukiwaniem, biorąc pod uwagę artykuły ogólnodostępne opublikowane w latach 2016–2023 w języku angielskim, co stanowiło trudność z uwagi na brak możliwości eksportu danych do platformy Covidence. Na rysunku 1 przedstawiono proces selekcji artykułów zidentyfikowanych w wyżej wymienionych bazach bibliograficznych.



Rysunek 1. Diagram przepływu selekcjonowanej literatury na temat *fitspiration*

Źródło: opracowanie własne na podstawie (Macnamara et al., 2014; Mazur i Orłowska, 2018)

² <https://www.covidence.org> [15.07.2023].

KRYTERIA WŁĄCZENIA I WYŁĄCZENIA

Badania, które zostały zakwalifikowane do analizy wpływu *fitspiration* na obraz ciała kobiet, musiały spełniać następujące warunki:

- były recenzowanym badaniem eksperymentalnym dotyczącym wpływu medialnych treści *fitspiration* na obraz ciała;
- dotyczyły kobiet;
- były napisane w języku angielskim;
- zastosowano przynajmniej jeden standaryzowany pomiar psychologiczny w celu badania postrzegania ciała bądź nastroju;
- zostały opublikowane w latach 2016–2023.

Nie stosowano filtrów dotyczących działań zastosowanych w grupie kontrolnej, miejsca wykonania badania oraz warunków eksperymentu. Wykluczono publikacje pogładowe, przeglądy systematyczne, metaanalizy, a także prace oryginalne (inne niż eksperyment). Ponadto wyeliminowano badania eksperymentalne, które obejmowały mężczyzn bądź obie płcie, a także artykuły odnoszące się do analiz treści wizualnych *fitspiration*. Ostatecznej interpretacji poddano 10 ogólnodostępnych artykułów spełniających wszystkie kryteria. W tabeli 1 przedstawione zostały między innymi główne cele i ustalenia, a także standaryzowane narzędzia wykorzystane w badaniach zakwalifikowanych do przeglądu.

Tabela 1. Charakterystyka badań zakwalifikowanych do przeglądu

Autorzy, rok publikacji, kraj	Tytuł	Grupa badana	Tematyka badań	Narzędzia badawcze	Główne ustalenia
Slater et al., 2017 Anglia i Walia	<i>#fitspo or #loveyourself? The impact of fitspiration and self-compassion Instagram images on women's body image, self-compassion, and mood</i>	kobiety (<i>n</i> = 160)	Wpływ treści <i>fitspiration</i> na zadowolenie z ciała, samowspółczucie oraz nastroj młodych kobiet	1. Skala SATAQ-3 (Thompson et al., 2004) 2. Skala PACS (Thompson et al., 1991) 3. Kwestionariusz częstotliwości korzystania z mediów społecznościowych (Slater et al., 2017)	Obrazy <i>fitspiration</i> nie powodowały zaburzonego obrazu ciała oraz negatywnego nastroju w porównaniu z obrazami w grupie kontrolnej
Robinson et al., 2017 Australa	<i>Idealised media images: The effect of fitspiration imagery on body satisfaction and exercise behaviour</i>	kobiety (<i>n</i> = 106)	Wpływ różnych rodzajów obrazów <i>fitspiration</i> na postawy wobec ciała	1. Wizualna skala analogowa (VAS) (Heinberg i Thompson, 1995) 2. Skala SACS (Tiggemann i McGill, 2004)	Obrazy <i>fitspiration</i> powodowały większe niezadowolenie z ciała, nie motywowały

Tabela 1 cd.

			i aktywności fizycznej australijskich studentek	3. Kwestionariusz częstotliwości korzystania z mediów społecznościowych (Robinson et al., 2017)	do aktywności fizycznej
Holland i Tiggemann, 2017 Australia	<i>Strong beats skinny every time”: Discorded eating and compulsive exercise in woman who post fitspiration on Instagram</i>	kobiety (n = 203)	Skłonność do zaburzeń odżywiania oraz kompulsywnych ćwiczeń wśród kobiet publikujących treści <i>fitspiration</i>	1. Skala aspiracji do umięśnienia (Holland i Tiggemann, 2017) 2. Skala opracowana przez Thomsona i Pasmiana (1991)	Osoby, które publikują treści <i>fitspiration</i> , wzmacniają zachowania związane z zaburzeniami odżywiania
Prichard et al., 2018 Australia	<i>The impact of different forms of #fitspiration imagery on body image, mood, and self-objectification among young women</i>	kobiety (n = 152)	Wpływ różnych rodzajów obrazów <i>fitspiration</i> na zadowolenie z ciała australijskich kobiet	1. Kwestionariusz SOQ (Noll i Fredrickson, 1998) 2. Wizualna skala analogowa (VAS) (Heinberg i Thompson, 1995) 3. Międzynarodowy kwestionariusz aktywności fizycznej (Booth et al., 2003)	Niska satysfakcja z ciała badanych, w szczególności po obejrzeniu ideału <i>fitspiration</i> – szczupłego i atletycznego
Chansiri et al., 2022 Stany Zjednoczone	<i>The indirect effects of thinspiration and fitspiration images on young women’s sexual attitudes</i>	kobiety (n = 221)	Wpływ obrazów <i>fitspiration</i> na postawy seksualne młodych kobiet	1. Skala porównań wyglądu fizycznego (Tiggemann i McGill, 2004) 2. Kwestionariusz SATAQ-4 (Schaefer et al., 2016) 3. Kwestionariusz SOQ (Noll i Fredrickson, 1998) 4. Skala SRBBS (Basen-Engquist et al., 1999) 5. Skala asertywności seksualnej (Morokoff et al., 1997) 6. Skala samoświadomości seksualnej (Van Lankveld et al., 2008)	Obrazy <i>fitspiration</i> i <i>thinspiration</i> doprowadzają do wyższego poziomu porównania wyglądu fizycznego

Tabela 1 cd.

Autorzy, rok publikacji, kraj	Tytuł	Grupa badana	Tematyka badań	Narzędzia badawcze	Główne ustalenia
Rounds i Stutts, 2021 Stany Zjednoczone	<i>The impact of fitspiration content on body satisfaction and negative mood: an experimental study</i>	kobiety (n = 283)	Wpływ treści <i>fitspiration</i> na postawy wobec ciała oraz nastroj studentek ze Stanów Zjednoczonych	1. Wizualna skala analogowa (VAS) (Slater et al., 2017)	Po ekspozycji na treści <i>fitspiration</i> kobiety osiągnęły niższy poziom zadowolenia z ciała niż przed ekspozycją
Jennings et al., 2021 Stany Zjednoczone	<i>Blurred boundaries between Pro-Anorexia and fitspiration media? Diverging cognitive and emotional effects</i>	kobiety (n = 160)	Wpływ treści <i>fitspiration</i> i pro-ana na postawy studentek ze Stanów Zjednoczonych	1. Test postaw żywieniowych (EAT-26) (Garner et al., 1982)	Treści <i>fitspiration</i> wywołały pozytywne emocje wśród badanych w porównaniu do treści pro-ana
Fioravanti et al., 2021 Włochy	<i>#Fitspiration on Instagram: The effects of fitness-related images on women's self-perceived sexual attractiveness</i>	kobiety (n = 442)	Związek pomiędzy obserwacją treści <i>fitspiration</i> a atrakcyjnością seksualną młodych kobiet	1. Wizualna skala analogowa (VAS) (Heinberg i Thompson, 1995) 2. Skala SPSA (Amos i McCabe, 2015)	Negatywny wpływ obrazów <i>fitspiration</i> na zdrowie psychiczne spowodowany niższą satysfakcją z masy ciała i wyglądu fizycznego
Pryde i Prichard, 2022 Australia	<i>TikTok on the clock but the #fitspo don't stop: The impact of TikTok fitspiration videos on women's body image concerns</i>	kobiety (n = 121)	Wpływ filmów <i>fitspiration</i> na obraz ciała młodych Australijek	1. Wizualna skala analogowa (VAS) (Heinberg i Thompson, 1995) 2. Skala SACS (Tiggemann i McGill, 2004) 3. Skala FIT (Uhlmann et al., 2020)	Filmy <i>fitspiration</i> na TikToku spowodowały niższy poziom zadowolenia z ciała i wyższy poziom porównania wyglądu fizycznego w porównaniu do filmów związanych ze sztuką

Tabela 1 cd.

Barnes et al., 2023 Wielka Brytania (Szkocja)	<i>A comparison of the impact of exposure to fit ideal and non-fit ideal body shapes in fitspiration imagery on women</i>	kobiety (n = 605)	Wpływ <i>fitspiration</i> na postrzeganie ciała, nastrój oraz poczucie własnej wartości młodych kobiet	1. Skala SSES (Heatherton i Polivy, 1991) 2. Kwestionariusz SOQ (Noll i Fredrickson, 1998) 3. Wizualna skala analogowa (VAS) (Heinberg i Thompson, 1995) 4. Skala SACS (Tiggemann i McGill, 2004)	Typ ciała <i>fitspiration</i> może mieć różny wpływ na wyniki – nie wszystkie treści <i>fitspiration</i> są postrzegane jednakowo
---	---	----------------------	--	--	---

FITSPIRATION A OBRAZ CIAŁA POPULACJI MŁODYCH KOBIEC

Większość badań sygnalizuje, że nowoczesny trend *fitspiration*, mimo że wydaje się mniej groźny od kultu szczupłości, może negatywnie oddziaływać na obraz ciała kobiet (Tiggemann i Zaccardo, 2015). Badanie, które dotyczyło studentek uniwersytetu w Stanach Zjednoczonych, wykazało, że młode kobiety mają znacznie niższą satysfakcję z wyglądu oraz poziom negatywnych emocji, które odczuwają, obserwując posty *fitspiration*, jest wyższy w porównaniu z fotografiami o charakterze podróżniczym. Analizy danych wykazały, że obie badane grupy miały znacznie niższy poziom satysfakcji z ciała oraz obniżony nastrój po ekspozycji na fotografie w porównaniu ze stanem przed wykonaniem badania (Rounds i Stutts, 2021). Zarówno całościowa, jak i częściowa ekspozycja na treści *fitspiration* nie różniła się pod względem negatywnego nastroju badanych (Rounds i Stutts, 2021). Odmienne wnioski wysnuto w badaniu wpływu fit inspiracji na zadowolenie z ciała, samowspółczucie oraz nastrój studentek z Anglii i Walii (Slater et al., 2017). Pomimo hipotezy zgodnej z poprzednimi założeniami odnotowano, że obrazy *fitspiration* nie powodowały niższego poziomu zadowolenia z ciała oraz negatywnego nastroju w porównaniu z obrazami neutralnymi (Slater et al., 2017). Różnice w wynikach badań mogły być spowodowane doborem innej grupy kontrolnej niż w badaniu Rounds i Stutts (2021). Mimo że nie wykazano różnic w postrzeganiu ciała, stwierdzono, że treści fitinspiracyjne wywołały niższy poziom samowspółczucia, co oznacza, że badane kobiety odczuwały poczucie winy wobec własnej cielesności, oglądając trudne do osiągnięcia sylwetki. Ciekawą obserwacją poczynioną podczas badań było to, że kombinacje *fitspiration* oraz cytatów promujących samowspółczucie wywołały pozytywny nastrój u studentek. Popularyzacja postów związanych z samowspółczuciem może zatem doprowadzić do złagodzenia negatywnego wpływu mediów społecznościowych na satysfakcję z własnego ciała (Slater et al., 2017). Warto jednak zaznaczyć, że postawy wobec własnego ciała młodych obserwatorek mogą różnić się pod względem sposobu przedstawienia nurtu

fitspiration. Przykładem takiej sytuacji mogą być wnioski z badań Rounds i Stutts (2021), z których wynika, że medialne zjawisko *fitspiration* jest ściśle powiązane z aspektem zaburzeń odżywiania (Rounds i Stutts, 2021).

Przekazy medialne propagują ideał *fitspiration* wielowymiarowo. Prichard et al. (2018) podjęli się zbadania wpływu różnych rodzajów obrazów *fitspiration* na zadowolenie z ciała australijskich kobiet. Badanym zaprezentowano fotografie przedstawiające osoby podejmujące aktywność fizyczną (ciało funkcjonalne) oraz zdjęcia pozowane (ciało niefunkcjonalne). Na podstawie wyników odnotowano, że obserwacja treści *fitspiration* negatywnie wpłynęła na stan zadowolenia z własnego ciała oraz powiązany z tym dobrostan psychiczny młodych Australijek w czasie, niezależnie od formy wizualizacji. Autorzy badań zauważyli, że zdjęcia kobiet przedstawianych w czasie ruchu nie wywoływały bardziej pozytywnych odczuć wobec własnego ciała wśród badanych, ale były dla nich bardziej inspirujące, co może sugerować, że młode kobiety odczuwały, że osiągnięcie określonego typu sylwetki jest możliwe. W prezentowanych badaniach pod wybranymi fotografiami prezentującymi obrazy *fitspiration* zostały umieszczone teksty motywacyjne, jednak po ekspozycji na omawiane treści nie odnotowano zależności pomiędzy zadowoleniem z własnego ciała a występowaniem tekstu motywującego zachęcającego do podejmowania działań w zakresie dbałości o własne ciało. Nieco odmienne wyniki uzyskali Slater et al. (2017). Studentki, które oglądały treści *fitspiration* na Instagramie i jednocześnie zapoznawały się z pisany tekstem wyrażającym „współczucie” z powodu posiadania przez nich nieco odmiennej sylwetki, wykazywały większą satysfakcję z własnego ciała. U badanych oglądających tylko zdjęcia bez dodatkowych komentarzy zadowolenie z własnego ciała było mniejsze (Slater et al., 2017).

Podobne wnioski sformułowano w eksperymencie badającym postawy młodych kobiet wobec filmów *fitspiration* opublikowanych na platformie TikTok (Pryde i Prichard, 2022). Zgodnie z wcześniejszymi ustaleniami kobiety będące w grupie oglądającej filmy promujące *fitspiration* osiągały znacznie mniej satysfakcjonujące wyniki dotyczące obrazu ciała młodych kobiet niż grupa kontrolna (Pryde i Prichard, 2022). Niemniej jednak zarówno w badaniu Pryde i Prichard (2022), jak i w eksperymencie porównującym obraz ciała młodych Australijek widoczna jest pewna zależność dotycząca przedstawienia ciała w ruchu. W obu badaniach ekspozycja na „funkcjonalne” treści *fitspiration* wpływała na nieco wyższy poziom inspiracji aktywnością fizyczną w aspekcie prozdrowotnym.

Kolejnym badaniem mającym na celu zgłębienie wielowymiarowości niniejszego nurtu było porównanie wpływu różnych odmian obrazów *fitspiration* na postrzeganie ciała oraz zachowania związane z aktywnością fizyczną kobiet (Robinson et al., 2017). Pierwsza grupa badanych miała oglądać fotografie przedstawiające szczupłą, stonowaną sylwetkę z widocznym umięśnieniem. Druga grupa oglądała sylwetki kobiet z dużą zawartością tkanki mięśniowej (muskularne), a trzecia – treści przedstawiające nadmiernie szczupłe sylwetki. Stwierdzono, że obrazy wizualizujące sylwetki szczupłe i umięśnione powodowały znacznie niższy poziom satysfakcji z własnego ciała u badanych niż obrazy kobiet hipermuskularnych (Robinson et al., 2017). Wnioski te są zgodne z teorią upłciowienia ciała – sylwetki androgeniczne kojarzone są częściej z męskością niż z kobiecością (Jakubowska, 2015). W omawianych badaniach nie odnotowano wzrostu determinacji do podejmowania aktywności fizycznej w kontekście dążenia do osiągnięcia sportowej sylwetki. Autorzy wręcz podkreślili, że sylwetka sportowa

(szczupła, ale umięśniona) może także mieć niekorzystny wpływ na poczucie zadowolenia z własnego ciała u młodych kobiet (Robinson et al., 2017).

Odmienne typy sylwetek wyeksponowanych w przekazach *fitspiration* może mieć zatem wpływ na wyniki badań. Taki aspekt zauważalny jest również w eksperymencie wykonanym przez Barnes et al. (2023), w którym także porównano dwa różniące się od siebie ideały *fitspiration*. Pierwszy z nich przedstawiał hegemoniczny kanon kobiecego ciała, podobny do ideału wyeksponowanego w badaniu Robinson et al. (2017), drugi zaś charakteryzował się widoczną tkanką tłuszczową oraz niższym poziomem napięcia mięśniowego (Barnes et al., 2023; Robinson et al., 2017). Wyniki wykazały, że zdjęcia prezentujące idealne, sportowe sylwetki wpływają negatywnie na postrzeganie przez kobiety swojego wyglądu, a także na poziom zadowolenia ze swojego ciała. Nie odnotowano takich zależności u kobiet, które oglądały sylwetki kobiet mniej idealne (mniej umięśnione, z widoczną tkanką tłuszczową). Wśród tej grupy odnotowano zwiększenie satysfakcji z własnego ciała po obejrzeniu zdjęć mniej idealnych sylwetek (Barnes et al., 2023). Autorzy podkreślają jednak, że odnotowane zależności nie były zbyt mocne, co wskazuje na potrzebę kontynuowania badań.

Według badaczy trend *fitspiration* ma utwierdzić młode kobiety w przekonaniu, że wyrzeczenia związane z ćwiczeniami fizycznymi i specjalistyczną dietą mogą doprowadzić do uzyskania pożądanego wyglądu (Robinson et al., 2017). Ten pogląd może sugerować, że ideał sylwetki szczupłej i wysportowanej staje się prosty do osiągnięcia. Co więcej, wyeksponowane na zdjęciach ciało przedstawione podczas aktywności fizycznej (ciało funkcjonalne) może przybliżyć obserwatorce życie codzienne (Prichard et al., 2018). Robinson et al. (2017) zwracają jednak uwagę na to, że zdjęcia sylwetek *fitness* mogą sugerować, że ten ideał jest osiągalny dla każdej obserwatorce mediów społecznościowych (Robinson et al., 2017). Biorąc pod uwagę aspekty wynikające z naturalnych uwarunkowań morfofunkcjonalnych niektórych kobiet, należy pamiętać, że sylwetki widniejące na fotografiach mogą być nieosiągalne, co może doprowadzić do negatywnych skutków zdrowotnych związanych z nastrojem czy samooceną (Robinson et al., 2017).

Innym zagadnieniem, analizowanym przez Fioravanti et al. (2021), był związek pomiędzy obserwacją treści *fitspiration* a odczuwaną atrakcyjnością seksualną (Fioravanti et al., 2021). Stwierdzono, że badane kobiety należące do grupy eksperymentalnej osiągały znacznie niższe wyniki dotyczące samooceny atrakcyjności seksualnej w porównaniu z grupą kontrolną. Uznano więc, że poziom satysfakcji z masy ciała i wyglądu fizycznego zmniejszył się po ekspozycji na treści *fitspiration*. Z kolei Chansiri et al. (2022), badając związek przyczynowy pomiędzy oglądaniem wyidealizowanych treści *fitspiration* a porównywaniem wyglądu, samouprzedmiotowaniem i niezadowoleniem z ciała wykazali, że czynniki te mają wpływ na postawy seksualne młodych kobiet. Według badaczy negatywny obraz ciała powiązany jest z wyższym poziomem świadomości seksualnej oraz niższą „samoskutecznością seksualną”. Oznacza to, że u kobiet narażonych na treści fit inspiracji niezadowolenie z ciała może prowadzić do lęku przed odrzuceniem przez partnera seksualnego (Chansiri et al., 2022). Autorzy wskazali również, że porównanie wyglądu dodatnio koreluje z asertywnością inicjacji seksualnej młodych kobiet. Nieco odmienne wnioski sformułowały Rounds i Stutts (2021). Na podstawie przeprowadzonych badań stwierdziły, że obserwacja wyidealizowanych sylwetek może inspirować młode kobiety do udoskonalenia siebie w celu uzyskania rezultatu obserwowanego w mediach (Rounds i Stutts, 2021).

FITSPIRATION A ZDROWIE

Na podstawie analizowanych badań można stwierdzić, że nurt *fitspiration* bardziej skupia się na propagowaniu idealnej sylwetki niż utrzymaniu zdrowych nawyków. Z badań Robinson et al. (2017) wynika, że wyidealizowane obrazy *fitspiration* nie mają wpływu na zachowania młodych kobiet podczas ćwiczeń fizycznych. Mimo że stwierdzono, że obrazy *fitspiration* inspirują młode kobiety do zdrowego trybu życia, nie wykazano istotnych różnic w kontekście zaangażowania w ćwiczenia. Taki aspekt świadczy o tym, że dążenia do bycia zdrowym nie pokrywają się z rzeczywistymi zachowaniami, co jest zgodne z wcześniejszymi założeniami (Robinson et al., 2017). Warto jednak zaznaczyć, że eksperyment wykonany został w warunkach laboratoryjnych, co mogło utrudniać uzyskanie rzetelnych wyników. Z kolei według Rounds i Stutts (2021) przekazy medialne promujące fit inspirację powodują zaburzenie postaw związanych z odżywianiem (Rounds i Stutts, 2021).

Inną sugestią podzielili się badacze analizujący korelację pomiędzy przekazami *fitspiration* a postawami seksualnymi badanych. Według nich obserwacja obrazów *fitspiration* wzmocniła asertywność seksualną kobiet, co w efekcie zmniejszyło poziom bierności seksualnej. Pomimo tego pozytywnego skutku należy zwrócić uwagę na to, że wzmocniona asertywność seksualna może być przyczyną różnych niezdrowych nawyków, takich jak niekontrolowane potrzeby dotyku. Chansiri et al. (2022) utwierdzają zatem w przekonaniu, że brak satysfakcji z ciała, porównywanie wyglądu do innych sylwetek oraz samouprzedmiotowienie spowodowane obserwacją treści *fitspiration* mogą mieć negatywny wpływ na zdrowie seksualne młodych kobiet, pomimo pozytywnych aspektów, takich jak chociażby niższy poziom bierności seksualnej (Chansiri et al., 2022). Zbliżone wnioski, dotyczące wpływu *fitspiration* na atrakcyjność seksualną włoskich studentek, można dostrzec w badaniu Fioravanti et al. (2021), w którym stwierdzono, że badana grupa wykazała niższy poziom satysfakcji z własnego wyglądu po obejrzeniu treści *fitspiration*, podczas gdy grupa kontrolna nie wykazała istotnych różnic. Mimo że badanie Fioravanti et al. (2021) nie skupiało się bezpośrednio na aspekcie zdrowotnym, należałoby przyjrzeć się kwestii niezadowolenia badanych z własnej masy ciała. W badaniu tym odnotowano istotną korelację pomiędzy niską satysfakcją z własnego wyglądu a atrakcyjnością seksualną, niemniej jednak w przypadku masy ciała nie stwierdzono istotnych korelacji z atrakcyjnością seksualną. Zdaniem badaczy kobiety w większym stopniu niż mężczyźni postrzegają swoją cielesność jako ogół, a nie jako pojedynczy element, jakim jest masa ciała (Fioravanti et al., 2021). Warto jednak podkreślić, że zbyt restrykcyjna kontrola masy ciała spowodowana niezadowoleniem młodych kobiet ze swojej wagi może doprowadzić do niekorzystnych konsekwencji zdrowotnych związanych z zaburzeniami odżywiania.

W badaniu Jennings et al. (2021) eksplorowano procesy emocjonalne młodych kobiet powstające wskutek obserwacji przekazów tekstowych i wizualnych. Grupę eksperymentalną stanowiły kobiety oglądające treści *fitspiration* oraz przekazy promujące anoreksję, tzw. pro-ana. Z kolei grupę kontrolną stanowiły studentki obserwujące posty związane z dekoracjami wnętrz. Na podstawie wyników stwierdzono, że treści pro-ana doprowadziły do niższego poziomu nastroju młodych kobiet niż przekazy *fitspiration*. Posty związane z dekoracją wnętrz nie miały wpływu na obniżenie nastroju u badanych. Można zatem wnioskować, że

cytaty *fitspiration* w zestawieniu z treściami promującymi anoreksję były znacznie bardziej łagodne dla odbiorców. Na podstawie analiz wykazano jednak, że posty *fitspiration* wywołały wyższy poziom porównania społecznego. Zaskakującym odkryciem był jednak fakt, że zostały ocenione pozytywnie przez osoby z zaburzeniami odżywiania (Jennings et al., 2021).

Prichard et al. (2018) zaobserwowali, że pomimo negatywnego wpływu na zdrowie psychiczne wyrażającego się przez obniżenie satysfakcji z własnej cielesności w szczególności fotografie o charakterze funkcjonalnym motywują uczestniczki do aktywności fizycznej (Prichard et al., 2018). Podobne wyniki odnotowano również w eksperymencie dotyczącym filmów opublikowanych na platformie TikTok (Pryde i Prichard, 2022). Ponieważ treści prezentowane w czasie filmu przedstawiają ciało w ruchu, może to stanowić inspirację dla młodych kobiet do podejmowania działań w zakresie aktywności fizycznej. Z kolei Barnes et al. (2023) stwierdzili, że badane grupy wykazały motywację do zdrowego trybu życia po ekspozycji na posty *fitspiration*.

Prócz wyżej wymienionych analiz w prezentowanych wynikach uwzględniono pierwsze badanie dotyczące skłonności do zaburzeń odżywiania oraz kompulsywnych ćwiczeń wśród kobiet publikujących treści *fitspiration* (Holland i Tiggemann, 2017). Na podstawie badań wykazano, że kobiety udostępniające treści *fitspiration* miały większą tendencję do tego rodzaju zachowań oraz dążenia do uzyskania sylwetki atletycznej (znacznym poziom umięśnienia) w porównaniu z grupą kontrolną. Zdaniem badaczy stosowanie technik powiązanych z zaburzonymi postawami żywieniowymi oraz treningowymi może wynikać z chęci osiągnięcia społecznych standardów piękna (Holland i Tiggemann, 2017).

WNIOSKI

W dobie mediów społecznościowych takich jak Instagram młode kobiety narażone są w sposób szczególny na negatywne konsekwencje związane z obniżoną samooceną, a także z zaburzonym obrazem własnego ciała. Nowoczesny trend *fitspiration* mający na celu złagodzenie niepożądanych skutków promocji zachodniego kultu szczupłości wpłynął na miliony użytkowniczek mediów społecznościowych. Popularyzacja aktywności fizycznej dodatkowo przyczyniła się do wzmocnienia wrażenia, że ten kanon ma pozytywny charakter. Nurt *fitspiration* stał się zatem obszarem zainteresowań wielu badaczy i badaczek z różnych stron świata.

Dla wielu użytkowników pozornie korzystne treści *fitspiration* mogą reprezentować zdrowszy typ ideału w porównaniu z trendem nadmiernej szczupłości. Większość badaczy wnioskuje jednak, że uzyskanie atletycznej sylwetki widniejącej na fotografiach jest wręcz nieosiągalne dla kobiet (Chansiri et al., 2022). Ponadto efekt muskularnego, a jednocześnie szczupłego ciała wiąże się ze stosowaniem restrykcyjnych diet czy ekstremalnych treningów siłowych (Cotter et al., 2017). Komunikaty fit inspiracji w szczególności kładą nacisk na uzyskanie usportowionej sylwetki dzięki ćwiczeniom fizycznym. Można zatem wysnuć wnioski, że nurt *fitspiration* wykorzystuje pojęcie aktywności fizycznej w celach wizerunkowych. Ponadto doprowadza do sytuacji, w której jest ona powiązana bardziej z uzyskaniem wyidealizowanej sylwetki niż lepszego samopoczucia czy utrzymaniem prawidłowych funkcji

zyciowych. Propagowanie haseł związanych z treningiem dla uzyskania lepszej sylwetki, a także motywacja do ćwiczeń w celu poprawy wyglądu fizycznego może być przyczyną konsekwencji zdrowotnych, w szczególności dla młodych kobiet mających skłonności do zaburzeń odżywiania (Simpson i Mazzeo, 2017). Nurt *fitspiration* pomimo prozdrowotnych komunikatów powoduje zmniejszenie satysfakcji z ciała, obniżony nastrój oraz niską samoocenę związaną z atrakcyjnością seksualną kobiet (Fioravanti et al., 2021).

Reasumując, trend *fitspiration* najczęściej negatywnie wpływa na zdrowie psychiczne młodych kobiet (Fioravanti et al., 2021; Rounds i Stutts, 2021). W tym przeglądzie przywołano także badania, w których stwierdzono, że *fitspiration* może mieć motywacyjny wydźwięk, co przejawia się w postaci postów przedstawiających osoby podejmujące aktywność fizyczną (Prichard et al., 2018, Pryde i Prichard, 2022; Slater et al., 2017). Promowanie wyidealizowanych obrazów szczupłych kobiet w trakcie ćwiczeń, które stanowią jedną z form spędzania czasu wolnego, może przyczynić się także do zwiększenia poziomu porównań społecznych wśród młodych odbiorczyń. Oznacza to, że użytkowniczki mediów społecznościowych oglądające „zwykłe” kobiety przedstawione w codziennych sytuacjach są znacznie bardziej narażone na porównywanie własnej sylwetki z sylwetkami kobiet o pozornie łatwych do osiągnięcia proporcjach ciała (Krane et al., 2001). Warto podkreślić, że zarówno hasła, jak i fotografie promujące fit inspirację w dalszym ciągu przedstawiają szczupłość jako jedyny wyznacznik dobrego samopoczucia i zdrowia (Tiggemann i Zaccardo, 2015).

Wyniki opisanych badań nie są jednoznaczne. Warto jednak zauważyć, że większość świadczy o negatywnym wpływie *fitspiration* na obraz ciała młodych kobiet z różnych stron świata (Fioravanti et al., 2021; Rounds i Stutts, 2021).

BIBLIOGRAFIA

- Alleva, J.M., Tylka, T.L. (2021). Body functionality: A review of the literature. *Body Image*, 36, 149–171. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.11.006>.
- Barnes, K., Newman E., Keenan, G. (2023). A comparison of the impact of exposure to fit ideal and non-fit ideal body shapes in fitspiration imagery on women. *Computers in Human Behavior*, 144, 107728. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107728>.
- Beauvoir, S., de (2019). *Druga pleć* (przeł. G. Mycielska, M. Leśniewska). Warszawa: Wydawnictwo Czarna Owca.
- Boepple, L., Thompson, J.K. (2016). A content analytic comparison of fitspiration and thin-spiration websites. *International Journal of Eating Disorders*, 49, 1, 98–101. <https://doi.org/10.1002/eat.22403>.
- Borzekowski, D.L.G., Schenk, S., Wilson, J.L., Peebles, R. (2010). e-Ana and e-Mia: A content analysis of pro-eating disorder web sites. *American Journal of Public Health*, 100, 8, 1526–1534. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2009.172700>.
- Carrotte, E.R., Prichard, I., Lim, M.S.C. (2017). “Fitspiration” on Social Media: A Content Analysis of Gendered Images. *Journal of Medical Internet Research*, 19, 3. <https://doi.org/10.2196/jmir.6368>.

- Cash, T.F., Deagle III, E.A. (1997). The nature and extent of body-image disturbances in anorexia nervosa and bulimia nervosa: A meta-analysis. *International Journal of Eating Disorders*, 22, 2, 107–125. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1098-108X\(199709\)22:2<107::AID-EAT1>3.0.CO;2-J](https://doi.org/10.1002/(SICI)1098-108X(199709)22:2<107::AID-EAT1>3.0.CO;2-J).
- Cataldo, I., Burkauskas, J., Dores, A.R., Carvalho, I.P., Simonato, P., De Luca, I., Ángeles Gómez-Martínez, M., Melero Ventola, A.R., Demetrovics, Z., Szabo, A., Ábel, K.E., Shibata, M., Kobayashi, K., Fujiwara, H., Arroyo-Anlló, E.M., Martinotti, G., Barbosa, F., Griskova-Bulanova, I., Pranckeviciene, A., Bowden-Jones, H., Esposito, G., Corazza, O. (2022). An international cross-sectional investigation on social media, fitspiration content exposure, and related risks during the COVID-19 self-isolation period. *Journal of Psychiatric Research*, 148, 34–44. <https://doi.org/10.1016/j.jpsychires.2022.01.032>.
- Chansiri, K., Wongphothiphan, T., Shafer, A. (2022). The indirect effects of thinspiration and fitspiration images on young women’s sexual attitudes. *Communication Research*, 49, 4, 524–546. <https://doi.org/10.1177/0093650220952231>.
- Connell, R.W. (1995). *Masculinities*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Cotter, J.A., Garver, M.J., Dinyer, T.K., Fairman, C.M., Focht, B.C. (2017). Ratings of perceived exertion during acute resistance exercise performed at imposed and self-selected loads in recreationally trained women. *Journal of Strength and Conditioning Research*, 31, 8, 2313–2318. <https://doi.org/10.1519/JSC.0000000000001782>.
- Fardouly, J., Pinkus, R.T., Vartanian, L.R. (2017). The impact of appearance comparisons made through social media, traditional media, and in person in women’s everyday life. *Body Image*, 20, 31–39. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.11.002>.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 2, 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>.
- Fioravanti, G., Tonioni, C., Casale, S. (2021). #Fitspiration on Instagram: The effects of fitness-related images on women’s self-perceived sexual attractiveness. *Scandinavian Journal of Psychology*, 62, 5, 746–751. <https://doi.org/10.1111%2Fsjop.12752>.
- Grabe, S., Ward, L.M., Hyde, J.S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: A meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological Bulletin*, 134, 3, 460–476. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0033-2909.134.3.460>.
- Holland, G., Tiggemann, M. (2017). “Strong beats skinny every time”: Discarded eating and compulsive exercise in woman who post fitspiration on Instagram. *International Journal of Eating Disorders*, 50, 1, 76–79. <https://doi.org/10.1002/eat.22559>.
- Jakubowska, H. (2015). Kiedy płęć nie ma znaczenia. Nie/normatywne ciała w dyskursie narodowym i sportowego sukcesu. *Przegląd Socjologii Jakościowej*, 11, 2, 116–129.
- Jennings, A.F., LeBlanc H., Kisch, K., Lancaster, S., Allen, J. (2021). Blurred boundaries between Pro-Anorexia and Fitspiration media? Diverging cognitive and emotional effects. *Eating Disorders*, 29, 6, 580–590. <https://www.doi.org/10.1080/10640266.2020.1712634>.
- Krane, V., Waldron, J., Michalenok, J., Stiles-Shipley, J. (2001). Body image concerns in female exercisers and athletes: A feminist cultural studies perspective. *Women in Sport and Physical Activity Journal*, 10, 1, 17–54. <https://doi.org/10.1123/wspaj.10.1.17>.

- Leahey, T.M., Crowther, J.H., Mickelson, K.D. (2007). The frequency, nature, and effects of naturally occurring appearance-focused social comparisons. *Behavior Therapy*, 38, 2, 132–143. <https://doi.org/10.1016/j.beth.2006.06.004>.
- Levine, M.P., Murnen, S.K. (2009). “Everybody knows that mass media are/are not [pick one] a cause of eating disorders”: A critical review of evidence for a causal link between media, negative body image, and disordered eating in females. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 28, 1, 9–42. <https://doi.org/10.1521/jscp.2009.28.1.9>.
- Mabe, A.G., Forney, K.J., Keel, P.K. (2014). Do you “like” my photo? Facebook use maintains eating disorder risk. *International Journal of Eating Disorders*, 47, 5, 516–523. <https://doi.org/10.1002/eat.22254>.
- Macnamara, B.N., Hambrick, D.Z., Oswald, F.L. (2014). Deliberate practice and performance in music, games, sports, education, and professions: A meta-analysis. *Psychological Science*, 25, 8, 1608–1618. <https://doi.org/10.1177/0956797614535810>.
- Mazur, Z., Orłowska, A. (2018). Jak zaplanować i przeprowadzić systematyczny przegląd literatury. *Polskie Forum Psychologiczne*, 23, 2, 235–251.
- McAndrew, F.T., Jeong, H.S. (2012). Who does what on Facebook? Age, sex, and relationship status as predictors of Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 28, 6, 2359–2365. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.07.007>.
- McComb, S.E., Mills J.S. (2021). Young women’s body image following upwards comparison to Instagram models: The role of physical appearance perfectionism and cognitive emotion regulation. *Body Image*, 38, 49–62. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.03.012>.
- Page, et al. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372n:71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>.
- Pepin, G., Endresz, N. (2015). Facebook, Instagram, Pinterest and co.: body image and social media. *Journal of Eating Disorders*, 3, suppl. 1, O22. <https://doi.org/10.1186/2050-2974-3-S1-O22>.
- Prichard, I., McLachlan, A.C., Lavis, T., Tiggemann, M. (2018). The Impact of Different Forms of #fitspiration Imagery on Body Image, Mood, and Self-Objectification among Young Women. *Sex Roles*, 78, 789–798. <https://doi.org/10.1007/s11199-017-0830-3>.
- Pryde, S., Prichard, I. (2022). TikTok on the clock but the #fitspo don’t stop: The impact of TikTok fitspiration videos on women’s body image concerns. *Body Image*, 43, 244–252. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.09.004>.
- Rancourt, D., McCullough, M.B. (2015). Overlap in eating disorders and obesity in adolescence. *Current Diabetes Reports*, 15, 78. <https://doi.org/10.1007/s11892-015-0645-y>.
- Reade, J.A. (2016). The female body on Instagram: Is fit the new it?. *An International Journal of Undergraduate Research*, 9, 1.
- Robinson, L., Prichard, I., Nikolaidis, A., Drummond, C., Drummond, M., Tiggemann, M. (2017). Idealised media images: The effect of fitspiration imagery on body satisfaction and exercise behaviour. *Body Image*, 22, 65–71. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.06.001>.
- Rounds, E.G., Stutts, L.A. (2021). The impact of fitspiration content on body satisfaction and negative mood: An experimental study. *Psychology of Popular Media*, 10, 2, 267–274. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/ppm0000288>.

- Simpson, C.C., Mazzeo, S.E. (2017). Skinny is not enough: a content analysis of fitspiration on Pinterest. *Health Communication*, 32, 5, 560–567. <https://doi.org/10.1080/10410236.2016.1140273>.
- Slater, A., Varsani, N., Diedrichs, P.C. (2017). #fitspo or #loveyourself? The impact of fitspiration and self-compassion Instagram images on women’s body image, self-compassion, and mood. *Body Image*, 22, 87–96. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.06.004>.
- Tiggemann, M., Miller, J. (2010). The Internet and adolescent girls’ weight satisfaction and drive for thinness. *Sex Roles*, 63, 79–90. <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9789-z>.
- Tiggemann, M., Zaccardo, M. (2015). “Exercise to be fit, not skinny”: The effect of fitspiration imagery on women’s body image. *Body Image*, 15, 61–67. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.06.003>.
- Wojnarska, A. (2019). Media a zachowania proanorektyczne. *Edukacja – Technika – Informatyka*, 1, 27, 216–223. <http://doi.org/10.15584/eti.2019.1.28>.

“FITSPIRATION” – A HEALTHY LIFESTYLE OR A FIT OBSESSION? LITERATURE REVIEW

In the modern world, social media plays a major role in shaping the lifestyle of individuals. Excessive disciplining of women’s bodies has led to a situation in which eating disorders have become a civilization’s disease (Wojnarska, 2019). The aim of the article is to present the main conclusions from research on media coverage of the “fitspiration” trend in 2016–2023. The author analyzed peer-reviewed articles in English using the ScienceDirect, EBSCO and Google Scholar databases. Based on the analyzed scientific articles, it can be concluded that “fitspiration” is a developing, dangerous digital trend. Despite the health-promoting assumptions, most studies point to a negative aspect associated with body dissatisfaction and unfavorable eating behaviors of the young female population. Moreover, it was found that the process of self-isolation caused by the pandemic intensified the use of social media promoting negative “fitspiration” content (Cataldo et al., 2022).

Keywords: body image, social media, healthy lifestyle, fitspiration, female body ideal

Zgłoszenie artykułu: 27.03.2024

Recenzje: 18.05.2024

Akceptacja: 20.05.2024

Publikacja online: 30.06.2024

Agnieszka Maj*

ORCID: 0000-0001-5256-6901

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

KULTURA *WELLBEING*... W KUCHNI. REFLEKSJA O JEDZENIU W KONTEKŚCIE POJĘCIA DOBROSTANU (*WELLBEING*)

Celem artykułu jest pokazanie, że nawiązanie do pojęcia dobrostanu w szerokim rozumieniu (nie tylko w aspekcie zdrowia fizycznego, ale również w sensie emocjonalnym czy społecznym) wykorzystuje się w reklamach żywności, aby zachęcić konsumentów do nabywania produktów spożywczych. Samo odwoływanie się do idei dobrostanu w reklamie żywności nie oznacza jednak budowania „pozytywnej kultury żywieniowej”, to znaczy takiej, która wspiera zdrowe nawyki żywieniowe (Mingay et al., 2021), ponieważ takie nawiązania można znaleźć również w reklamach słodczy czy jedzenia typu *fast food*. Jednym z zastosowanych w artykule odniesień teoretycznych jest koncepcja *food for wellbeing* (Block et al., 2011), która stanowi uzupełnienie popularnej dotychczas koncepcji *food for health*.

Słowa kluczowe: marketing, jedzenie, *wellbeing*, reklama, *food for wellbeing*

WSTĘP

Jeszcze do niedawna pojęcie *wellbeing* w odniesieniu do jedzenia kojarzone było głównie ze zdrową dietą, która korzystnie oddziałuje na funkcjonowanie ludzkiego ciała. Obecnie zakres znaczeniowy tego pojęcia rozszerza się. Jedzenie stało się elementem stylu życia. Popularyzują się między innymi takie zachowania jak poszukiwanie nowych doznań kulinarnych, dbałość o wysoką jakość spożywanych produktów oraz o estetykę jedzenia, przywiązywanie wagi do towarzyskiego wymiaru posiłków. Mamy do czynienia z rozkwitem rynku usług gastronomicznych, dietetycznych oraz rynku urządzeń kuchennych pozwalających przygotowywać posiłki szybciej i zdrowiej, uprościć i uczynić przyjemniejszą czynnością kuchenne. Podkreśla się znaczenie pozytywnych doświadczeń związanych z przygotowaniem i konsumowaniem jedzenia.

* Katedra Socjologii, Wydział Socjologii i Pedagogiki, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa; e-mail: agnieszka_maj@sggw.edu.pl.

W tym artykule na wybranych przykładach zaczerpniętych z reklam jedzenia spróbuję pokazać obecne w nich odwołania do różnych wymiarów dobrostanu. Jednocześnie chcę zwrócić uwagę na to, że samo odwoływanie się do idei dobrostanu w reklamie żywności nie oznacza budowania „pozytywnej kultury żywieniowej”, to znaczy takiej, która wspiera zdrowe nawyki żywieniowe (Mingay et al., 2021), ponieważ odwołania do niektórych wymiarów dobrostanu można znaleźć również w reklamach słodczy czy jedzenia typu *fast food*. Odniesieniem teoretycznym będzie koncepcja *food for wellbeing* (Block et al., 2011), której autorzy podkreślają istotną rolę jedzenia w osiągnięciu dobrostanu nie tylko w sensie zdrowia fizycznego, ale też pozytywnego psychologicznego, emocjonalnego i społecznego związku z żywnością, zarówno na poziomie indywidualnym, jak i społecznym. Koncepcja ta pozwala uzupełnić dotychczasowe spojrzenie na zagadnienia związane z jedzeniem w kontekście dobrostanu (wyrażone w postaci popularnej koncepcji *food for health*) o kontekst społeczny, kulturowy czy psychologiczny.

PRZEGLĄD BADAŃ I KONCEPCJI. POJĘCIA *WELLBEING* I *WELLNESS*

Termin *wellbeing* (dobrostan) pojawił się w definicji zdrowia sformułowanej w 1948 roku przez Światową Organizację Zdrowia (WHO). Definicja ta określała zdrowie jako „stan pełnego fizycznego, psychicznego i społecznego dobrostanu [*wellbeing*], a nie tylko brak choroby lub kalectwa”¹. Od tamtego czasu możemy obserwować ewolucję postrzegania zdrowia: „od postrzegania go w kategoriach przeżycia, poprzez fazę jego definiowania jako wolności od choroby, aż do pojmowania go jako możliwości realizowania w pełni swego potencjału” (Walentyńowicz-Moryl, 2016, s. 72). We współczesnych definicjach pojęcia *wellbeing* akcentuje się zdolność jednostki do koncentrowania uwagi na pozytywnych aspektach zdrowia, takich jak szczęście, społeczny i emocjonalny dobrostan oraz jakość życia (Woźniak, 2004, s. 162).

W ujęciach zdrowia związanych z jakością życia *wellbeing* jest rozumiany przede wszystkim jako styl życia, który ma zapewnić pełne, dobre samopoczucie oraz doprowadzić do harmonii pomiędzy ciałem, duchem i umysłem. Idea *wellbeing* wpisuje się w holistyczną profilaktykę zdrowia (Łubkowska, 2015). Obejmuje ona przede wszystkim aktywność fizyczną, dbałość o zdrową dietę, podtrzymywanie pozytywnych relacji z innymi ludźmi.

Niektórzy autorzy posługują się również pojęciem *wellness*, które jest związane z aktywnym dążeniem do dobrostanu i dobrego samopoczucia (Drabik, 2008, s. 7). „*Wellness* jest pozytywnym elementem optymalnego zdrowia, wyrażającym się dobrym samopoczuciem oraz odpowiednią jakością i zadowoleniem z życia bez jakichkolwiek dolegliwości” (Koźmiński et al., 2013, s. 169).

Obecnie rozbudowuje się rynek usług nawiązujących do idei *wellness* i skierowanych do osób chcących poprawić swoje zdrowie, pozytywnie wpłynąć na samopoczucie i zapobiegać chorobom. Niektórzy autorzy zajmujący się tą problematyką (np. Sallmann, 2010) przewidują, że ten trend konsumpcyjny w przyszłości stanie się megatrendem (zob. też: Bywalec, 2007; Zalega, 2004). W odpowiedzi na rosnące zainteresowanie konsumentów nastąpi dynamiczny

¹ <https://www.who.int/about/governance/constitution> [30.09.2023].

rozwój rynku produktów i usług *wellness* (Sallmann, 2010, s. 44). Może to mieć z pewnością wiele pozytywnych konsekwencji, bo przyczyni się do wzrostu wiedzy na temat profilaktyki zdrowotnej czy też utrwalania w społeczeństwie prozdrowotnych nawyków na szeroką skalę.

SZEROKA DEFINICJA ZDROWIA A JEDZENIE: PRZEJŚCIE OD KONCEPCJI *FOOD FOR HEALTH* DO KONCEPCJI *FOOD FOR WELLBEING*

Ważnym elementem zachowania dobrostanu wskazywanym przez specjalistów zajmujących się kwestią zdrowia jest odpowiednie odżywianie się. Jedną z popularnych koncepcji obrazujących zależności pomiędzy odżywianiem się a zdrowiem to koncepcja *food for health*². Podkreśla się w niej istotny wpływ zdrowej, zbilansowanej diety na utrzymanie dobrej kondycji, dobrego samopoczucia i profilaktyki chorób. Koncepcja *food for health* nie zawsze jest jednak pozytywnie odbierana, ponieważ sięganie po zdrowe produkty kojarzyć się może z wyrzeczeniami i „byciem na diecie”. Dlatego pojawiła się nowa propozycja, koncepcja *food for wellbeing*, której autorami są Lauren G. Block i współpracownicy (2011). Zwracają oni uwagę, że sięgając po jedzenie, rzadko kto zastanawia się nad tym, czy dostarczy mu ono wystarczająco dużo składników odżywczych – ma ono raczej zaspokoić głód. Poza potrzebami wynikającymi z fizjologii jedzenie może być także odpowiedzią na potrzeby psychologiczne (np. redukuje stres, jest źródłem przyjemności) czy społeczne (jest to okazja do spotkań z innymi i budowania więzi) (zob. Block et al., 2011, s. 6).

Wspomniani autorzy proponują więc zmianę paradygmatu z *food for health*, czyli „jedzenie dla zdrowia”, na *food for wellbeing*, czyli „dobre samopoczucie dzięki jedzeniu”. Koncepcja *food for health* jest tu uzupełniona o kontekst kulturowy oraz społeczny, co odpowiada szerokiej definicji zdrowia. W tej nowej propozycji zamiast nacisku na powściągliwość i odmawianie sobie niektórych produktów proponuje się bardziej pozytywne, holistyczne rozumienie roli jedzenia, które może się przyczyniać do poprawy ogólnego odczucia dobrostanu. Wspomniane dobre samopoczucie związane z jedzeniem definiuje się jako „pozytywny psychologiczny, fizyczny, emocjonalny i społeczny związek z żywnością zarówno na poziomie indywidualnym, jak i społecznym” (Block et al., 2011, s. 5).

Koncepcja *food for wellbeing* uwzględnia czynniki kulturowe, środowiskowe i prawne, które regulują postawy i zachowania żywieniowe ludzi. Pozwala ona przezwyciężyć ograniczenia ujęć teoretycznych skupiających się wyłącznie na znaczeniu diety w profilaktyce chorób, ponieważ wymaga uwzględnienia w opisywaniu relacji pomiędzy jedzeniem a zdrowiem perspektywy nauk społecznych: antropologii kulturowej czy socjologii. Podkreśla znaczenie badań interdyscyplinarnych sytuujących się pomiędzy paradygmatami. Nadaje się do badania wyzwań społecznych związanych z jedzeniem, takich jak na przykład otyłość. Jej autorzy (Block et al.) wyróżniają pięć podstawowych obszarów związanych z pojęciem

² Podejście *food for health* koncentruje się na tym, jak zdrowa dieta może pomóc w profilaktyce i zwalczaniu chorób. Jak wskazują niektórzy autorzy (na przykład Nordström et al., 2013), może to przyczyniać się do redukcjonistycznego postrzegania jedzenia głównie jako środka do celu, jakim jest zdrowie.

food for wellbeing: socjalizację żywieniową, umiejętności żywieniowe, marketing żywności, dostępność żywności i politykę żywieniową.

Pierwszym z wymienionych obszarów jest socjalizacja żywieniowa. Konsumpcja żywności ma istotny społeczny komponent. Nastawienie do jedzenia odzwierciedla wartości kulturowe danej społeczności i relacje pomiędzy jej członkami (zob. Domański et al., 2015, s. 13; Douglas, 2007; Falk, 1994). Socjalizacja żywieniowa to proces, który opiera się na obserwowaniu i naśladowaniu zachowań innych, w wyniku czego uczymy się o jedzeniu i jego roli w środowisku społecznym (np. w dzieciństwie). Nabyte szczególnie we wczesnych latach naszego życia nawyki żywieniowe kształtują się właśnie wtedy (Block et al., 2011, s. 7).

Drugim elementem modelu *food for wellbeing* są umiejętności żywieniowe. Jest to zarówno rozumienie informacji, jak i ich wykorzystanie, aby zdrowo się odżywiać. Chodzi o umiejętność odżywiania się w sposób zgodny z własnymi celami żywieniowymi – na przykład dla zdrowia. W perspektywie społecznej obejmuje ona również edukację żywieniową – przekazywanie umiejętności innym ludziom (Block et al., 2011, s. 8).

Trzecim elementem modelu *food for wellbeing* jest marketing żywności (Block et al., 2011, s. 8). W dokonywanych przez nas wyborach sugerujemy się między innymi reklamą, atrakcyjnością opakowania czy skojarzeniami z danym produktem. Przekonania na temat określonych produktów mogą być kształtowane i zmieniane przez przekaz reklamowy³, który może wpływać również na ilość spożywanego jedzenia czy też wywoływać różne emocje towarzyszące konsumpcji (zob. Rozin et al., 1999).

Przedostatni element koncepcji *food for wellbeing* to dostępność jedzenia (Block et al., 2011, s. 9), która ma wpływ na wybór danych produktów. Konsument dokonywa wyboru żywności z określonych źródeł: zaopatrują się w supermarkecie, na targowisku, w restauracji. Chodzi tu o udostępnienie korzystnych dla zdrowia możliwości, dzięki którym konsumenci mają do wyboru coś więcej niż tylko żywność wysoko przetworzoną. Przykładem może być tworzenie lokalnych alternatyw dla barów szybkiej obsługi jako miejsca spotkań.

Ostatnim elementem modelu *food for wellbeing* jest polityka żywieniowa, która może wspierać prozdrowotne wybory. Przykładem jest zamieszczanie informacji o zawartości kalorycznej produktów spożywczych na opakowaniach albo wprowadzanie regulacji prawnych wspierających zdrowe odżywianie się (np. zakaz umieszczania automatów ze słodzcami w szkołach) (Block et al., 2011, s. 10).

Model *food for wellbeing* pozwala spojrzeć na wybory żywieniowe z nieco innej perspektywy. Daje możliwość uwzględnienia wielu czynników mogących mieć wpływ na podążanie za zaleceniami dotyczącymi zdrowego odżywiania się. Proponuje rozumienie diety jako osadzonej w konkretnym kontekście kulturowym i społecznym. Na fakt, że same w sobie zalecenia zdrowotne nie będą wypełniane, jeśli nie dostosuje się ich do warunków

³ Roland Barthes (2018) w jednym ze swoich esejów odnoszących się do oddziaływania mediów w sferze kreowania skojarzeń związanych z jedzeniem zauważył, że na jedzenie można spojrzeć jak na system komunikowania: ulegają zmianie znaczenia symboliczne przypisywane różnym jego rodzajom. Na przykład ciemne pieczywo kiedyś było uznawane za mniej pożądane niż jasne (obecnie jest odwrotnie), podobnie zmianie uległ system znaczeń przypisanych kawie: od przedstawiania jej jako napój pobudzający układ nerwowy (a więc nie należy przesadzać z piciem go w dużych ilościach) do prezentowania kawy jako „napoju społecznego”, który spożywa się w towarzystwie innych osób (tak często jak chcemy).

życia w danej społeczności, wskazuje chociażby jedna z dyrektyw Światowej Organizacji Zdrowia (WHO) pt. *Culture matters: using a cultural contexts of health approach to enhance policy matters* opublikowana w 2017 roku (zob. Napier et al., 2017; Nordström et al., 2013).

DOBROSTAN I MARKETING: NOWE WYMIARY KONSUMPCJI ŻYWNOŚCI W KULTURZE *WELLNESS* – ANALIZA WŁASNA

Jednym z wymienionych elementów koncepcji *food for wellbeing* jest marketing żywności. Mingay et al. (2021) piszą o marketingu i reklamie żywności jako o jednym z elementów budowania „pozytywnej kultury żywieniowej”, to znaczy takiej, która wspiera zdrowe nawyki żywieniowe. W tej części artykułu chcę pokazać, że odwołania do pojęcia dobrostanu są obecnie szeroko stosowane w reklamie żywności w przypadku wielu produktów, nie tylko tych zdrowych czy dietetycznych.

Zgodnie z definicją „dobrostan” to „dobry stan fizyczny, pozytywne relacje z innymi ludźmi oraz rozwój potencjału człowieka we wszystkich obszarach jego funkcjonowania” (Karaś, 2019, s. 15). Spróbuję podać przykłady odwoływania się do każdego z trzech wymienionych w przytoczonej definicji wymiarów dobrostanu w reklamach żywności. Posłużę się przykładami zaczerpniętymi z polskich reklam pokarmów i napojów, które możemy obecnie obejrzeć w telewizji czy internecie, a które miały premierę od stycznia do grudnia 2023 roku. Wszystkie wybrane filmy reklamowe można znaleźć na platformie YouTube, linki do nich znajdują się w przypisach dolnych. Jest to analiza jakościowa, oparta na jawnej treści reklam. Przykłady zostały dobrane w sposób arbitralny i celowy. Odwołanie się do ich treści posłuży mi jako ilustracja głównej tezy mojego artykułu: idea dobrostanu jest argumentem często wykorzystywanym w reklamach artykułów spożywczych, aby zachęcić odbiorców do ich kupowania i nie dotyczy to wyłącznie reklam zdrowej żywności. W dalszej części artykułu zastanowię się nad tym, czy odwoływanie się do idei dobrostanu w omawianych reklamach rzeczywiście może przyczynić się do budowania „pozytywnej kultury żywieniowej”.

Pierwszym z wymienionych w przytoczonej definicji dobrostanu elementów jest dobry stan fizyczny. W reklamach produktów znajdziemy odwołania do tego, jak ich spożycie może się przyczynić do poprawy samopoczucia i wyglądu. Przykładem może być reklama jogurtu Jogobella. Słyszymy w niej: „Ale on ma energię od rana! A ona lekka jak piórko! I do tego zdrowo zakręcona. Inspiruj się bogactwem smaku Jogobelli. Teraz także bez dodatku cukru. Dobre zawsze się udziela”⁴. W reklamie tej sugeruje się, że jedzenie jogurtu dodaje energii i wyszczuplająco wpływa na sylwetkę. Pojawia się też informacja o możliwości wyboru jogurtu bez dodatku cukru, co może mieć znaczenie dla osób chcących zredukować jego ilość w diecie. Hasło: „dobre zawsze się udziela” odwołuje się do dobrego samopoczucia, jakie może wywołać zjedzenie jogurtu.

⁴ Kampania marki Jogobella „Dobre zawsze się udziela”: <https://www.youtube.com/watch?v=WFenckslnh4> [13.12.2023].

Innym przykładem przekazu, w którym produkt spożywczy prezentowany jest jako mający wpływ na poprawę samopoczucia, jest reklama wody mineralnej Żywiec Zdrój Minerals Plus. Padają w niej następujące słowa: „Kiedy czujesz spadek formy, a zmęczenie daje się we znaki, sięgnij po nowość od Żywiec Zdrój – Minerals Plus. Aż 75% dziennego zapotrzebowania na magnez i witaminy z grupy B w jednym litrze. Żywiec Zdrój Minerals Plus: I wracasz do pionu”⁵. Wypicie wody pozwala pokonać zmęczenie, uzupełnić brakujące witaminy i minerały, mowa też o przywracaniu równowagi. Można doszukać się tu nawiązania do idei dobrostanu („wracasz do pionu”).

Bardzo dobrym przykładem przekazu reklamowego koncentrującego się w całości na wpływie pokarmów i napojów na zdrowie i samopoczucie jest też wprowadzona kilka miesięcy temu do mediów kampania reklamowa sieci sklepów Biedronka zatytułowana „Gang Mocniaków”⁶. Przekaz ten skierowany jest głównie do dzieci. Reklama ma formę filmu animowanego, któremu towarzyszy piosenka. Poszczególne bohaterowie to produkty spożywcze, które w czasie trwania piosenki przedstawiają swoje zalety (supermoce). Są wśród nich owoce, warzywa, napoje czy przekąski. Zostały one dobrane tak, aby pokazać, że potrzeby organizmu można zaspokoić, sięgając po bardziej lub mniej zdrowe produkty. Na przykład aby zaspokoić pragnienie, można wypić słodki napój gazowany albo wodę. W piosence mowa jest też o tym, który z produktów jest zdrowszym wyborem oraz jak jego spożywanie wpływa na ciało. W reklamie słyszymy na przykład: „Witaminy, minerały – wiele z tych składników mamy i energii Ci dodamy” czy też: „Nerwy, mięśnie, no i krew ze mną czują zdrowia zew”. W trakcie piosenki powtarza się refren: „Gang Mocniaków, *megateam*, w zdrowej diecie wiedzie prym. Nasze moce dziś poznacie i się dobrze odżywiacie”. Ogólnym przesłaniem reklamy jest edukacja żywieniowa. Dobrostan jest tu przedstawiony jako dobre samopoczucie wynikające z sięgania po zdrowe produkty. Piosenka reklamowa wpada w ucho, przez co można łatwo ją zapamiętać, a wraz z nią – informacje na temat zasad zdrowego odżywiania.

Drugim aspektem dobrostanu, do którego nawiązują twórcy reklam żywności, jest przekaz prezentujący żywność i napoje jako pośredniczące w budowaniu relacji z innymi ludźmi. Przykładem jest reklama słodczy Wedla, w której słyszymy: „W te święta podziel się czekoladą przyjemnością z bliskimi”⁷. Podobny zabieg zastosowano w reklamie restauracji McDonald’s. Jej hasło to: „Najlepszy sposób spędzania zimy to spędzanie jej razem”⁸. W przytoczonych przykładach nawiązuje się do idei dzielenia się jedzeniem jako symbolu wspólnoty. Jedzenie przedstawia się jako mogące pośredniczyć w budowaniu relacji z innymi.

Trzecim aspektem dobrostanu wymienionym w definicji jest rozwój potencjału człowieka we wszystkich aspektach jego funkcjonowania. Ponieważ można to rozumieć na bardzo wiele sposobów, przytoczę dwa przykłady, które mnie osobiście wydają się adekwatne. Pierwszy

⁵ Kampania marki Żywiec Minerals Plus „I wracasz do pionu”: <https://www.youtube.com/watch?v=caPwUqnriF8> [10.12.2023].

⁶ Kampania marki Biedronka „Gang Mocniaków”: <https://www.youtube.com/watch?v=Dnc8xM2YU64> [15.12.2023].

⁷ Kampania marki Wedel „Święta z przyjemnością”: https://www.youtube.com/watch?v=1t7_EYvhqtM [10.12.2023].

⁸ Kampania marki McDonald’s „Zimą najlepiej spędzać razem”: <https://www.youtube.com/watch?v=mDQK4P-TFCc> [11.12.2023].

to reklama keczupu Kotlin. Padają w niej słowa: „Nieważne, gdzie i jak grillujecie. Wszyscy jesteście mistrzami (...). Ten sezon grillowy należy do Was. Kotlin. Zmienia grilla na lepsze”⁹. Sformułowania: „wszyscy jesteście mistrzami” i „zmienia grilla na lepsze” zachęcają do doskonalenia umiejętności kulinarnych (grillowania). Występuje tu także motyw zmiany na lepsze. Podobny zabieg znajdziemy także w reklamie burgerów roślinnych sieci Max Premium Burgers: „Wszystko zmienia się na dobre. Teraz roślinne burgery to naturalny wybór. Odkryj nowe menu Supreme Green w Max Premium Burgers”¹⁰. Wspólnym elementem obu tych reklam jest nawiązanie do idei postępu, który z definicji ma służyć poprawie warunków życia człowieka. W pierwszym przypadku rozwój dotyczy jednak indywidualnych umiejętności (grillowania), w drugim zaś autorzy reklamy nawiązują do jednego z obserwowanych na przestrzeni ostatnich kilku lat trendów kulinarnych, jakim jest poszukiwanie roślinnych zamienników mięsa, co przejawia się między innymi we wprowadzaniu do menu restauracji burgerów roślinnych. W reklamie tej pojawia się sformułowanie „naturalny wybór”, które ma dwojakie konotacje. Może oznaczać, że wybór burgera roślinnego jest sięgnięciem po jedzenie naturalne (bliżej natury, choć burgery i sieci *fast food* kojarzą się zwykle z jedzeniem przetworzonym), ale może odnosić się także do tego, że taki wybór jest oczywisty. W obu omawianych w tym akapicie przykładach zmiana na lepsze może polegać na dostarczeniu nowych możliwości wyboru (na poszerzeniu horyzontów smakowych konsumentów, którzy wybiorą reklamowany produkt) albo też odwołanie do motywu zmiany na lepsze ma służyć podkreśleniu innowacyjności prezentowanego produktu, który ma być bardziej wartościowy niż te, których konsument próbował dotąd.

Idea dobrostanu pojawia się w reklamach jedzenia również w innym aspekcie. W przekazie marketingowym często zwraca się uwagę na dbałość o wysoką jakość spożywanych produktów. Podkreśla się również, jak duże znaczenie dla zdrowia ma sięganie po produkty spożywcze wytworzone z wykorzystaniem ekologicznych metod, z wysokiej jakości składników (zob. Grzybowska-Brzezińska, 2013). Można uznać taki przekaz za nawiązanie do idei dobrostanu czy też zrównoważonego rozwoju. Przytoczę dwa przykłady reklam żywności, w których można się spotkać z tego rodzaju przekazem. Pierwszy to kampania „Kurczak Zagrodowy – Jestem za!”¹¹, w której podkreśla się, że kupowanie reklamowanego produktu (mięsa z kurczaka) daje pewność, że nabywamy żywność dobrej jakości. W reklamie tej mowa także o tym, że kurczaki zagrodowe hoduje się na wolnym wybiegu. Metoda ta uchodzi za zapewniającą większy dobrostan zwierząt niż hodowla bez wybiegu. Przekaz ten z pewnością trafi do osób, które podczas dokonywania wyborów konsumpcyjnych biorą pod uwagę kwestie etyczne związane z hodowlą zwierząt. Podobnym przykładem reklamy odwołującej się do kwestii etycznych i świadomości ekologicznej konsumentów jest kampania dodatków do dań Winiary. Słyszymy w niej: „Pomagamy w gotowaniu i niemarnowaniu. Inspirujemy do pysznych dań i dbania o planetę. Przetwarzamy, więc oszczędzamy. Dzielimy się tym, co zostało. Sprawdź

⁹ Kampania marki Kotlin „Zostań mistrzem grilla z Kotlinem”: <https://www.youtube.com/watch?v=VbJKJUd5W-U> [5.10.2023].

¹⁰ Kampania marki MAX Premium Burgers „Wszystko zmienia się. Na dobre. Nowe menu Supreme Green w Premium Max Burgers”: <https://www.youtube.com/watch?v=6rirJlxhkvk> [13.12.2023].

¹¹ Kampania marki Kurczak Zagrodowy „Kurczak Zagrodowy – Jestem za! (Pewność)”: <https://www.youtube.com/watch?v=bYi4c3voGXM> [11.12.2023].

na Winiary.pl”¹². Dodatki do potraw (sosy, przyprawy) przedstawiane są w tej reklamie jako ułatwiające właściwe wykorzystanie jedzenia, tak aby mniej go marnować. Pojawia się tu także nawiązanie do idei zrównoważonego rozwoju: dbania o wspólne zasoby i umiejętne ich wykorzystanie, dzielenie się z innymi, przetwarzanie tego, co mamy w nadmiarze.

Na marginesie warto zauważyć, że idea *wellbeing* bywa wykorzystywana nie tylko po to, aby zachęcać konsumentów do kupowania żywności. Podobnie uzasadnia się również nabywanie różnego rodzaju urządzeń kuchennych pomagających przygotowywać posiłki łatwiej, szybciej i zdrowiej. Przykładami są choćby roboty kuchenne, urządzenia pozwalające smażyć bez użycia tłuszczu, blendery, nowoczesne chłodziarki itp. Dostarcza się klientom zarówno cel, jakim jest dobrostan, jak i sposób jego realizacji (konkretne urządzenie). Nacisk kładzie się na pozytywne aspekty doświadczenia, jakim jest gotowanie. Ponadto nabycie określonych produktów pozwala się poczuć częścią wspólnoty. Kupując popularne urządzenie gotujące, dołączamy do grupy osób, które też je mają, i możemy wymieniać się przepisami z innymi. Posiadanie takiego sprzętu (ze względu na jego dość wysoką cenę) staje się swego rodzaju przedmiotem aspiracji. W opozycji do poglądu, że zdrowie i dobre samopoczucie wymagają wyrzeczeń, w promocji tego rodzaju urządzeń kładzie się nacisk na przyjemność, którą można czerpać zarówno z jedzenia, jak i przygotowywania posiłków. W pewnym sensie wpisują się one także w filozofię upraszczania życia (zob. Dopierała, 2022). Istotne staje się świadome odżywianie się (Dopierała, 2022) czy poszukiwanie nowych doznań kulinarnych. Podkreśla się rolę jedzenia w budowaniu własnej tożsamości, a dążenie do odkrycia indywidualnych upodobań smakowych traktowane jest jako nabywanie wiedzy o samym sobie.

WNIOSKI

Nawiązania do idei dobrostanu w marketingu są coraz częstsze. Jedzenie ma spełniać więcej funkcji niż tylko zaspokajanie głodu. Ma nas utrzymać w dobrej kondycji, pozwolić poczuć się lepiej. Jedzenie prezentuje się także jako ważne w budowaniu więzi z innymi, a relację człowiek–jedzenie jako kluczową dla zrozumienia własnych potrzeb żywieniowych i osiągnięcia dobrostanu. W reklamie podkreśla się jego znaczenie dla dobrego samopoczucia, ale „dobre samopoczucie” rozumiane jest szerzej niż tylko zdrowe odżywianie: nabycie reklamowanych produktów to obietnica dobrostanu psychicznego, fizycznego czy społecznego. Taki przekaz marketingowy ma za zadanie rozbudzenie potrzeb konsumpcyjnych.

DYSKUSJA

Warto zwrócić uwagę na dokonującą się za pośrednictwem przekazu marketingowego nawiązującego do idei *wellbeing* racjonalizację jedzenia i redukcjonizm w przedstawianiu go. Upraszcza się jego rolę (w społeczeństwie, kulturze), traktując jedzenie jako środek do celu,

¹² Kampania marki Winiary „Pomagamy w gotowaniu i niemarnowaniu”: <https://www.youtube.com/watch?v=KHqSvgmI-sg> [10.12.2023].

którym jest dobrostan w wielu wymiarach. Mamy do czynienia z jego instrumentalizacją oraz racjonalizacją relacji z jedzeniem – ma ono pomóc rozwiązać konkretne problemy zdrowotne (np. redukcja wagi, wzrost witalności). Dokonuje się też utowarowienia żywności, co oznacza zachęcanie do kupowania określonych produktów. W konsekwencji następuje wzrost udziału żywności kupowanej w stosunku do przygotowywanej samodzielnie w sposobach żywienia się (Domański et al., 2015, s. 17). Popyt na różne artykuły spożywcze narzucany jest przez trendy marketingowe, a mniejsze znaczenie mają inne uwarunkowania, np. kierowanie się w wyborze produktów ich własnościami odżywczymi. Można powiedzieć, że stosunek konsumentów do żywności zaczyna charakteryzować się „napięciem między kalkulacją a dostrzeganiem zmysłowych, fizycznych i kulturowych aspektów żywności” (Nordström et al., 2013). Przekaz reklamowy na temat jedzenia ma zachęcić odbiorcę do sięgnięcia po dany produkt, ale jeśli konsumentowi brak umiejętności żywieniowych, może on mieć kłopot z dopasowaniem spożycia go do swojej diety. Niektóre z przytoczonych tu przykładów reklam mogą z pewnością przyczynić się do budowania pozytywnej kultury żywieniowej, czyli zdrowych nawyków żywieniowych. Tak jest w przypadku reklamy w kampanii „Gang Mocniaków”, która rzeczywiście przybliżyła odbiorcom zasady zdrowego odżywiania się. Podobnie reklamy odwołujące się do idei zrównoważonego rozwoju promują pozytywne zachowania związane z jedzeniem (wzywają do niemarnowania go), ale już reklama restauracji McDonald’s, choć nawiązuje do idei spotkania z innymi i dzielenia się jedzeniem (społeczny wymiar dobrostanu), to promuje jedzenie typu *fast food*. Podobnie jest w przypadku reklamy burgerów roślinnych, mimo że tutaj zastosowano nieco inną strategię, próbując zaproponować teoretycznie zdrowszą wersję jedzenia tego typu.

Twórcy reklam wykorzystują fakt, że we współczesnych społeczeństwach zwiększony jest nacisk na kwestie związane ze zdrowiem (Görman, 2006) i przedstawiają swoje produkty jako mogące wspomóc utrzymanie go. Nawet nie sama żywność, ale wspomniane w artykule sprzęty kuchenne mające uprościć proces przygotowywania posiłków to tak naprawdę obietnica możliwości przygotowania jedzenia spersonalizowanego i dostosowanego do potrzeb konsumenta. Dobrze (zdrowe?) jedzenie prezentuje się jako warunek dobrego życia (Coff, 2006).

Koncepcja *food for wellbeing* może okazać się przydatna do badania problemów, które znajdują się w polu zainteresowań nauk społecznych, a dotyczą społecznych i kulturowych aspektów wyborów konsumenckich związanych z jedzeniem. Prowadzono na przykład badania dotyczące oczekiwań konsumentów wobec produktów spożywczych – jak mają się przyczynić do ich dobrostanu lub pomóc im zmienić nawyki żywieniowe (zob. Ares et al., 2014) – kształtowania przekonań na temat produktów spożywczych przez reklamę (np. Ponce-Blandón et al., 2020) czy też emocji towarzyszących spożywaniu konkretnych produktów w zależności od okoliczności czy kontekstu kulturowego (Rozin et al., 1999).

BIBLIOGRAFIA

- Ares, G., De Saldamando, L., Giménez, A., Deliza, R. (2014). Food and wellbeing: Towards a consumer-based approach. *Appetite*, 74, 61–69. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2013.11.017>.

- Barthes, R. (2018). Toward a psychosociology of contemporary food consumption. W: C. Counihan, P. Van Esterik, A.P. Julier (eds.), *Food and Culture. A Reader* (s. 13–20, Fourth ed.). London: Routledge.
- Block, L.G., Grier, S.A., Childers, T.L., Davis, B., Ebert, J.E.J., Kumanyika, S., Laczniak, R.N., Machin, J.E., Motley, C.M., Peracchio, L., Pettigrew, S., Scott, M., Ginkel Bieshaar, M.N.G. (2011). From nutrients to nurturance: A conceptual introduction to food for wellbeing. *Journal of Public Policy & Marketing*, 30, 1, 5–13. <https://doi.org/10.1509/jppm.30.1.5>.
- Bywalec, C. (2007). *Konsumpcja w teorii i praktyce gospodarowania*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Coff, Ch. (2006). *The Taste for Ethics: An Ethic of Food Consumption*. Springer Dordrecht. <https://doi.org/10.1007/1-4020-4554-9>.
- Domański, H., Karpiński, Z., Przybysz, D., Straczuk, J. (2015). *Wzory jedzenia a struktura społeczna*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe „Scholar”.
- Dopierała, R. (2022). Kontrola życia poprzez jedzenie na przykładzie dobrowolnej prostoty. *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Sociologica*, 83, 57–73. <https://doi.org/10.18778/0208-600X.83.03>.
- Douglas, M. (2002). Odszyfrowanie posiłku. W: M. Douglas, *Ukryte znaczenia. Wybrane szkice antropologiczne* (s. 333–361). Kęty: Wydawnictwo Marek Derewiecki.
- Drabik, J. (2008). Kultura fizyczna w zdrowiu publicznym – ujęcie terminologiczne. *Rocznik Naukowy AWFIS w Gdańsku*, 18, 5–8.
- Falk, P. (1994). Selling good(s) – on the genealogy of modern advertising. W: P. Falk, *The Consuming Body* (s. 151–185). London: Sage Publications.
- Görman, U. (2006). Ethical issues raised by personalized nutrition based on genetic information. *Genes and Nutrition*, 1, 1, 13–22. <https://doi.org/10.1007/BF02829932>.
- Grzybowska-Brzezińska, M. (2013). Wpływ instrumentów marketingu ekologicznego na zachowania konsumentów na rynku produktów spożywczych. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu*, 30, 47–58.
- Karaś, D. (2019). Pojęcia i koncepcje dobrostanu: przegląd i próba uporządkowania. *Studia Psychologica: Theoria et Praxis*, 19, 2, 5–23. <https://doi.org/10.21697/sp.2019.19.2.01>.
- Koźmiński, C., Michalska, B., Szczepanowska, E., Górnik, K. (2013). *Zarys turystyki zdrowotnej i uzdrowiskowej*. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Mingay, E., Hart, M., Yoong, S., Hure, A. (2021). Why we eat the way we do: A call to consider food culture in public health initiatives. *International Journal of Environmental Research*, 18, 22, 11967. <https://doi.org/10.3390/ijerph182211967>.
- Napier, A.D., Depledge, M., Knipper, M., Lovell, R., Ponarin, E., Sanabria, E., Thomas, F. (2017). *Culture Matters: Using a Cultural Contexts of Health Approach to Enhance Policy Making*. World Health Organization. Regional Office for Europe. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.17532.74881>.
- Nordström, K., Coff, C., Jönsson, H., Nordenfelt, L., Görman, U. (2013). Food and health: Individual, cultural, or scientific matters? *Genes and Nutrition*, 8, 4, 357–363. <https://doi.org/10.1007/s12263-013-0336-8>.

- Ponce-Blandón, J.A., Pabón-Carrasco, M., Romero-Castillo, R., Romero-Martín, M., Jiménez-Picón, N., Lomas-Campos, M.L.M. (2020). Effects of advertising on food consumption preferences in children. *Nutrients*, 12, 11, 3337. <https://doi.org/10.3390/nu12113337>.
- Rozin, P., Fischler, C., Imada, S., Sarubin, A., Wrzesniewski, A. (1999). Attitudes to food and the role of food in life in the U.S.A, Japan, Flemish Belgium and France: Possible implications for the diet-health debate. *Appetite*, 33, 2, 163–180. <https://doi.org/10.1006/appe.1999.0244>.
- Sallmann, N. (2010). *Megatrend Wellness & Spa na rynku wolnego czasu i hotelarstwa w XXI wieku*. Kraków: Wydawnictwo Polska Akademia Gościnności.
- Słońska, Z., Misiuna, M. (1993). *Promocja zdrowia. Słownik podstawowych terminów*. Warszawa: Agencja Promo-Lider.
- Walentynowicz-Moryl, K. (2016). Społeczny wymiar zdrowia. *Relacje. Studia z Nauk Społecznych*, 1, 72–80.
- Woźniak, Z. (2004). W stronę zdrowia społeczności. Socjologiczny kontekst nowej polityki zdrowotnej. *Ruch prawniczy, ekonomiczny i socjologiczny*, 66, 1, 161–187.
- Zalega, T. (2015). Ekonomia behawioralna jako nowy nurt ekonomii – zarys problematyki. *Studia i Materiały / Wydział Zarządzania UW*, 1, 7–22. <http://doi.org/10.7172/1733-9758.2015.18.1>.

A CULTURE OF WELLBEING... IN THE KITCHEN.

REFLECTING ON FOOD IN THE CONTEXT OF THE CONCEPT OF WELLBEING

The aim of this article is to show that referring to the concept of well-being in a broad sense (not only in terms of physical health, but also in an emotional or social sense) is used in food advertising to encourage consumers to purchase food products. However, referring to the idea of wellbeing in food advertising does not necessarily imply building a 'positive food culture', that is, one that supports healthy eating habits (Mingay et al., 2021), as it can also be found in advertisements for sweets or fast food. One of the theoretical references used in the article is the concept of food for wellbeing (Block et al., 2011), which complements the hitherto popular food for health concept.

Keywords: marketing, food, wellbeing, advertising, food for wellbeing

Zgłoszenie artykułu: 21.11.2023

Recenzje: 1.03.2024

Akceptacja: 3.03.2024

Publikacja online: 30.06.2024

Marta Regina Jabłońska*

ORCID: 0000-0001-6004-6228

University of Lodz

WEIGHT-RELATED PHOTOS ON THE INSTAGRAM AND FEMALE WELL-BEING – AN EYE-TRACKING APPROACH

This study investigates the role of eye tracking in detecting bias in body image studies, focusing on Instagram. Combining eye tracking with a questionnaire, it hypothesized a partial discrepancy between declarations and eye tracking, which is confirmed by the obtained results. Psychometric scales assessing well-being were additionally employed, uncovering correlations solely with eye tracking variables rather than declarations regarding body shape preferences. The eye-tracking data offered fresh insights into participants' avoidance strategies and attention to subjectively unattractive areas when viewing very slim silhouettes. Furthermore, they tend to reveal lower self-esteem among individuals potentially internalizing societal beauty ideals. The exploratory study implies that weight-related Instagram content might affect participants' psychological well-being, with eye tracking potentially uncovering biased attention to attention-capturing body areas. This paper may provide valuable insights for further research on body image, well-being, and the influence of social media on it.

Keywords: well-being, women studies, body image, social media, Instagram

INTRODUCTION

Body image refers to an individual's perception and evaluation of their own body, encompassing both physical attributes and subjective feelings about one's appearance. Possessing a positive or negative body image can be linked to various psychological and emotional outcomes, influencing self-esteem, mood, and overall well-being. The cultural context plays a significant role in shaping body image ideals and expectations, with societal standards often dictating what is considered attractive or desirable. Social media platforms, particularly Instagram, exert considerable influence over body image perceptions by showcasing curated images that promote certain beauty standards. The prevalence of edited and filtered photos on these platforms can contribute to unrealistic body ideals and lead to feelings of inadequacy or dissatisfaction among users.

* Department of Computer Science In Economics and Medicine, Institute of Logistics and Informatics, Faculty of Economics and Sociology University of Lodz, ul. Rewolucji 1905 r. nr 37, 90-214 Lodz; e-mail: marta.jablonska@eksoc.uni.lodz.pl.

Body image is a subjective multidimensional construct comprising the perception of the body, thoughts and feelings towards it, and body-related behaviors (Voges et al., 2019). Western sociocultural norms for body image promote thinness and beauty as greatly valued in society (Mischner et al., 2013). The woman's worth and a happy, successful life are depicted as strongly related to thin, beauty-ideal silhouettes. Internalization of such stringent social norms may lead to increased pressure and setting too high expectations of oneself. In order to assess their relative attractiveness, women compare themselves to the thin-ideal photos of social media influencers. Because these often present ideals that are almost unrealistic to be achieved, such comparisons can lead to body concerns, increased body dissatisfaction, and an intensified drive for thinness (Hewig et al., 2008; Mischner et al., 2013; Voges et al., 2019).

Although social comparisons made on social media may decrease women's self-evaluation, not all women are equally affected but only those who are classified as vulnerable (Mischner et al., 2013). Studies have shown that particularly women with eating disorders (von Wietersheim et al., 2012), judge their own body as being less attractive, spending more time looking at their body areas that they considered to be their problem areas (Jansen et al., 2005) or, on the contrary, creating cognitive avoidance patterns by not looking at these body parts (Janelle et al., 2003). Simultaneous excessive focus on unattractive body areas of oneself and attractive body areas of others has also been reported among women with high body dissatisfaction (Bauer et al., 2017; Glashouwer et al., 2016). Hartmann et al. (2020) has found an attentional bias to one's own subjectively unattractive body parts among women with anorexia nervosa, especially while confronting with an obese stimulus. Similar finding was made concerning participants scoring high the drive for thinness (Hewig et al., 2008). An increased focus on the waist has also been reported in individuals with obesity, while females with anorexia nervosa aimed attention at the abdomen and legs (Hewig et al., 2008). Body-related judgment distortions, cognitive biases seem to be at the core of the negative body image and disturbance (Hartmann et al., 2020; von Wietersheim et al., 2012).

As body image is subject to various cognitive distortions, the human perception of the silhouette is inherently burdened with the subjective view of the individual. Negative body image, body concerns, and other conscious or subconscious disturbances can cause research participants to give distorted responses. One of the biggest limitations of questionnaire surveys is the respondent bias, that respondents will declare in the questionnaire pictures of the body (or parts of it) other than those that actually attract their attention. For this reason, body image research based solely on questionnaire feedback may generate incomplete or distorted results. Eye tracking can be a tool that reduces these distortions and shows the real preferences of the respondents. Thus, I conducted a study on the perception of the female figure using both methods. The declarations from the questionnaires were verified with the eye tracking measurement. Additionally, a self-reported, psychological trait data were collected in order to look for the relationship between them and the perception of the female body. So, as research on body image perception often encounters challenges related to the subjective nature of respondents' self-reports, individuals may provide biased or inaccurate information about their body image perceptions due to social desirability bias or internalized societal norms.

To address these challenges, eye-tracking devices have emerged as valuable tools for studying body image perception. By tracking the gaze patterns of individuals viewing images

of female bodies on Instagram, researchers can gain insights into what aspects of these images capture the most attention. This technology enables a more objective assessment of body image perceptions and can help identify discrepancies between self-reported perceptions and actual viewing behaviors.

Eye tracking is a biometric technique that registers the visual attention of subjects based on their ocular movements (Mañas-Viniegra et al., 2020) and is a valid measure for attention to body image, providing information about the frequency and duration of eye contact with specific body regions (Hewig et al., 2008). This technology is used to study scanning patterns and changes in visual information intake and has been proved to be a useful tool for assessing body related attention (Jiang and Vartanian 2018; Porrás-García et al., 2019; Schienle et al., 2016). By assessing an individual's viewing patterns while confronted with body stimuli, eye tracking has been repeatedly used to evaluate body-related attentional bias (Hartmann et al., 2020), and is presented as a possible method of evaluating one's self by comparing one's self to others to fill the need for self-evaluation in social comparison studies (Hewig et al., 2008). Similar to my intentions, some eye tracking research includes the emotional and psychological context. Schienle and others (2016) explored viewing of disgust-inducing images, Kaspar et al. (2013) investigated the influence of the current emotional context on viewing behavior under natural conditions, Lindholm, Carlson, and Högvåg (2021) studied shaping trait impressions basing on different settings of depicting politicians. Lea and her team (2018) used faces with different emotions as visual stimuli and study conducted by Bradley and others (2011) used pleasant and unpleasant scenes. Recent studies have used measurements of eye movements to assess the attentional processes of body image viewing, including assessing body image disturbances shown by patients with anorexia nervosa (von Wietersheim et al., 2012), gender differences in attentional bias toward specific weight- or non-weight-related body parts (Porrás-García et al., 2019), attentional bias toward body regions that are associated with assessing changes in weight among individuals with elevated scores on the drive for thinness (Hewig et al., 2008), body-related visual attention during mirror exposure (Naumann et al., 2019), and curvy girl influencers posts on Instagram (Mañas-Viniegra et al., 2019).

Eye tracking is a possible remedy for limitations of self-report measures and may thus yield valuable insights into more implicit social comparison studies than accessible by subjective respondents declarations (Blechert et al., 2009). Many factors contribute to respondent bias in questionnaire studies. This term refers to the various (intentional or accidental) conditions and biases that can influence survey responses and increase their inaccuracy. Observed findings may be influenced by a variety of factors such as respondents being influenced simply by being part of the study (demand bias), adjusting their judgements to particular sociocultural norms (social desirability bias), responding in agreement (acquiescence bias) or disagreement (dissent bias) with all questions within the survey, providing extreme responses or, on the contrary, marking only neutral ones. Participants may also react according to experimentally induced goals and motivations, issues of (perceived) anonymity or driven by feelings of shame (especially when a sensitive topic is concerned) too embarrassed to report their actual opinions or private details (Chan, 2021; ; Gemming et al., 2014; Stojcic et al., 2020; Uher et al., 2013). Comparing to self-reported measures, eye tracking provide a more rigorous paradigm whereby attention can be directly and continuously measured (Lea et al., 2018; Waechter et al., 2014) and thus reduce these biases.

The literature reviewed above confirms the positive influence of eye tracking method on body-related research. It would be even more interesting to determine if eye tracking may help to reduce respondent bias in body image studies. On the basis of the papers described above, in this exploratory analysis, I tested the following hypothesis: the respondents' questionnaire statements, which emphasize figures and body parts that draw attention in weight-related photos, may be at least partially inconsistent with their viewing patterns as measured by eye-tracking data. For the purpose of achieving the study's objective, the relationships between gaze duration on figures and body parts and age, BMI, and psychological variables will be analyzed. The previous literature does not allow any directional hypothesis here, but I assume that questionnaire data may be more biased by showing less significant relations to analysed psychological and physical traits. To the best of my knowledge, eye tracking has not been used before to evaluate respondent bias in body image studies. To understand this in detail, I also included a number of psychological scales as well as weight and physical activity data in the study. The exploratory nature of our study aims to indicate new, likely directions for the use of eye tracking method in body image research, which should then be further investigated in in-depth studies.

This research is based on graphical content from Instagram. Akin to traditional media, social media usage is associated with internalization of the thin ideal and culture of thinness (Lazuka et al., 2020). Especially Instagram, a highly visual social media, has an audience that shares lifestyles related to their interest in beauty and fashion that has resulted in the convergence of a given body image (Couture Bue, 2020; Mañas-Viniegra et al., 2020). Instagram users engage with the content by posting photos and videos, commenting and receiving comments or sharing others materials on their stories. Although Instagram has been recently related to a movement for the acceptance of physical appearance (Mañas-Viniegra et al., 2019), available research mainly identifies such activities as particularly problematic for body image and be linked to body dissatisfaction and disordered eating, specifically among women (Cohen et al., 2018; Fardouly et al., 2017; Holland and Tiggemann 2016; Lazuka et al., 2020; Lonergan et al., 2019; Tiggemann and Velissaris, 2020).

METHODS

SAMPLE AND PARTICIPANTS

In the present study, I examined eye gaze behaviour of a non-clinical sample of 32 women while they were looking at weight-related pictures of female Instagram influencers. A review of the scientific literature related to body image eye tracking studies recognized the number required for a valid study sample between 15 and 50 participants (Bradley et al., 2011; Glashouwer et al., 2016; Hartmann et al., 2020; Kaspar et al., 2013; Mañas-Viniegra et al., 2019; Pannasch et al., 2008; Porrás-García et al., 2020a; 2020b; Schienle et al., 2016; von Wietersheim et al., 2012). All females had normal or corrected-to-normal visual acuity and were naive to the purpose of the study. The sample had been restricted to women because they are more vulnerable to negative effects of social comparisons as described in the previous

section. The study was approved by the ethics committee of the University of *blinded for review purposes*.

Detailed information on participants age, height, weight, BMI, and psychological scales scores can be found in Table 1.

Table 1. Participants' characteristics regarding basic body and psychological traits scores.

Parameter	Mean (Standard Deviation) N = 32
Age	29.78 (13.04)
Weight [kg]	65.91 (13.01)
Height [cm]	166 (5.92)
Body Mass Index (BMI)	23.99 (5.03)
Self-esteem	4.94 (1.16)
Anxiety	3.83 (1.61)
Depression	2.56 (.88)
Life satisfaction	4.29 (1.33)
Mindful Attention Awareness	4.24 (1.03)
Body Appreciation	4.72 (1.44)
Instagram Intensity Scale	3.85 (1.33)
– Persistence	3.70 (1.28)
– Boredom	4.18 (1.67)
– Overuse	3.76 (1.28)
– Self-expression	3.81 (1.49)
Social comparison on Instagram	2.58 (1.05)
– Upward comparison	2.71 (1.28)
– Downward comparison	2.45 (1.07)

Note: All psychological scales values ranging between 1–5.

PROCEDURE

All 32 women underwent one session during which they passively viewed a set of five pictures while their eye movements were recorded, followed by a question about which photo from the presented collection caught their attention the most. This procedure was performed twice for each participant on two different sets of photos. The photographs were taken and published on Instagram by their respective authors, popular users of the platform. All individuals depicted were clothed, however, the clothing and composition of the photographs were not standardized. Participants in the study were not asked whether they were familiar with the profiles of these individuals beforehand. Each set of images reflected the same silhouette

shapes that means that both collections included photographs tagged with hashtags describing the following body types: #proana, #thinspiration, #fitspiration, #plussize, and #fatspiration. These hashtags respectively represent silhouettes depicting: anorexic, thin, fit, overweight, and obese figures. My approach was intended to increase the objectivity of the measurement in case a photo attracted attention for reasons other than the silhouette. This is an important point, as the photos came from Instagram public profiles, so they did not have standardized body exposure. After finishing eye tracking-based part, each participant filled a questionnaire consisting of psychological scales and basic body information.

EYE TRACKING APPARATUS, DATA ACQUISITION AND DATA REDUCTION

The two-dimensional eye movements were recorded with an Eyetracker Tobii T60XL. Using a head-mounted system with a head movement compensation mechanism that uses two infrared cameras, eye tracker monitor the eyes at a sampling rate of 250 Hz. Each respondent was introduced the measurement personally, telling about the device, procedure and the fact that eye tracker records where the person is looking, but does not record the face. The participants were informed that the object of the study was the displayed images, not the test subject. Participants were seated in a dimmed room in front of the monitor with a viewing distance of approximately 50 cm. A software platform for the recording and analysis of eye gaze data was Tobii Studio version 3.4.5. Before an eye tracking recording started, each participant was taken through the calibration procedure. During this procedure, the eye tracker measured characteristics of the eyes and uses them together with an internal, physiological 3D eye model that included information about shapes, light refraction and reflection properties of the different parts of the eyes to calculate gaze data. During calibration, the participant was asked to look at specific points on the screen (calibration dots), while several images of the eyes were collected. After analysis, this information was integrated with the eye model and the gaze point for each image sample was calculated. The default calibration process in Tobii Studio consisted of a presentation of five red calibration dots on a white background. They were presented successively and the participant had to focus her visual attention on the centre of the dots.

The images sourced from Instagram were displayed in two rounds of five each, allowing the respondent to view five silhouettes simultaneously on a static page format, without any time limit. For the purpose of the eye-tracking study, respondents were asked to indicate the picture that captured their attention the most for two sets of images representing five body types defined by the authors of these images using hashtags on Instagram: #proana, #thinspiration, #fitspiration, #plussize, and #fatspiration. The images were intended to represent authentic content posted on this platform, hence the hashtags chosen by the authors of the images were used for their retrieval. The authenticity of the images was a necessary requirement for the success of the study, yet it also served as a limitation since these images were not standardized.

For each photo in both sets I analysed firstly the visit duration (in seconds). The shortest single visit duration recorded in the raw data set was 0 seconds, while the longest was 6.45 seconds (see: supplemental files). This metric measures the duration of each individual visit within a photo. A visit is defined as the interval of time between the first fixation on the photo and the next fixation outside it. The visit duration serves a crucial role in eye-tracking

research focusing on viewing images of female silhouettes associated with varying weights. It measures the duration of each individual visit within a photo, providing valuable insights into participants' attention allocation and engagement with different aspects of the images. By analyzing visit duration, researchers can determine how long participants spend observing specific parts of the images, such as different body shapes or features, and whether there are differences in attention allocation based on weight-related cues. This information helps elucidate participants' visual preferences, biases, and perceptual processing patterns regarding body weight, contributing to a deeper understanding of body image perception and its potential implications needed for this study.

Then images with the longest and the shortest visit durations for each participant were specified. Another eye tracking collected variable was a gaze area: legs, abdomen, arms, and face. For each participant, I calculated the area of the body on which she looked most often and least frequently. Calculations regarding viewing (gaze) were conducted based on an eye tracker variable called fixation count, which measures the number of times the participant fixates on an area of interest, in this case one of the four body areas mentioned above. Hence, the two variables differ in their units: visit duration utilizes seconds, whereas fixation count represents the number of occurrences.

The participants were aware of the study's purpose, except for the information that their declarations would be compared with the results of eye-tracking. Providing this explanation at the data collection stage would have disrupted the entire process, as there was a risk that participants would consciously focus on a particular photo for a longer duration and select the same photo in their declarations, thus distorting the results significantly. In accordance with respondent bias theory, participants dislike appearing inconsistent or dishonest in surveys. However, it is essential to emphasize that when it comes to viewing the photos, they had a clear task: to indicate which one caught their attention the most. The eye-tracking variables used were intended to serve the same purpose: through measuring gaze duration and fixation count, they aimed to identify the photo that captured their attention the most.

EYE TRACKING STIMULUS EXPOSURE

There has been a limitation within the body image bias eye tracking research area as relatively little research has investigated the exposure to overweight, fat media images which is not to be neglected (Gao et al., 2014; Papies and Nicolaije 2012). Also, participants in other studies usually haven't been provided with opportunities to shift their attention away from body shape to a competing theme. This study addresses the above limitations of photo homogeneity and body types. The visual stimuli in this formal experiment consisted of five categories of pictures taken from the public Instagram profiles. The silhouettes were, thus, presented in a neutral, diversified setting. The five categories were defined by weight-related hashtags, including: #proana, #thinspiration, #fitspiration, #plussize, and #fatspiration.

The hashtag #proana refers to proanorexia and allows Instagramers to post and view content that is supportive of drive for extreme thinness lifestyle. Engaging in #proana communities may exacerbate eating disorders risk factors, lowering one's body image perception and learning unhealthy weight loss habits (Arseniev-Koehler et al., 2016). #Thinspiration is a similar

term, characterized by images of excessively thin bodies and glorification of thinness-oriented attitudes. Both, #proana and #thinspiration, are consistent with behaviors leading to eating psychopathologies, but also with the western body ideal silhouette (Griffiths et al., 2018). This content not only promotes bodily thinness, but demonizes body fat and gaining weight as well (Griffiths and Stefanovski, 2019). #Fitspiration focuses on thin, lean bodies, but with visible muscularity, so it tends to promote the strict fitness regime. Despite its health-related aspects, exposure to such content may decrease body satisfaction and exacerbate eating disorders (Griffiths and Stefanovski, 2019). As the widespread of muscularity in women has intensified over the recent years, fit body is perceived as attractive, desirable western ideal (Griffiths et al., 2018). Social media has also recently experienced an advent of a culture of acceptance of female large bodies (Robinovich et al., 2021). Plus size (#plussize) content along with #fatspiration movements have gathered heightened visibility within the mainstream culture (Webb et al., 2017). Created in response to drive for thinness and the emaciated, muscular western ideals of the female figure, they promote full, curvy body shapes and acceptance of all body sizes. Taken as a positive change in cultural patterns, they are also seen as promoting an unhealthy lifestyle and obesity at the same time. These trends are relatively less studied than those referring to thinness.

PSYCHOLOGICAL SCALES

The participants were further asked to complete the following psychometric questionnaires: body appreciation, self-esteem, anxiety, depression, mindful attention awareness, life satisfaction, social comparison on Instagram, and Instagram intensity scale. The aim of this part of the study was to enhance its exploratory value by attempting to identify potential relationships between inconsistencies in respondents' declarations and eye tracking patterns with selected psychometric variables related to well-being. Considering the limited sample size underlying the eye-tracking study, it is essential to remember that this is strictly an exploratory approach, and its results cannot be generalized. However, they can serve as inspiration and a starting point for future research in the area of the impact of graphic content related to the female silhouette and methods of its measurement on women's well-being.

To make it easier for the respondents to fill in the questionnaire, all scales have been standardized to the 5-point, symmetric Likert scale (from strongly agree to strongly disagree). Likert scales are very effective as respondents are familiar with such questions and collected data set can be further statistically treated with Pearson's correlation coefficient, ANOVA, and regression analysis (Joshi et al., 2015).

Body dissatisfaction has been reported to comprise negative attitude towards own body, it may trigger avoidance body checking strategies, and is one of the crucial risk factors for the development and maintenance of eating disorders, as well as the drive for thinness (Hewig et al., 2008; Porras-Garcia et al., 2019). Women dissatisfied with their bodies are also classified as more vulnerable to the negative effects of the sociocultural norms appearance (Mischner et al., 2013). Although numerous studies have focused on the scale measuring body dissatisfaction, I decided to use the Body Acceptance Scale with a more positive overtone. Contrary to the dissatisfaction measures, appreciation of one's own body can reduce drive for thinness and

the amount of attention paid to thin-ideal media images (Tobin et al., 2019; Withnell et al., 2019). The Body Appreciation Scale (BAS-2) assesses attitudes of acceptance and respect for the body using 10 questions, with higher scores indicating higher body appreciation. This measure has been found to have high internal consistency of the sample (Cronbach's alpha was .88) and this result was coherent with the work of Tylka and Wood-Barcalow (2015).

The 10-item Rosenberg Self-Esteem Scale was used to measure trait self-esteem (Rosenberg, 1965), with higher scores indicating higher self-esteem. For the present sample, Cronbach's alpha was .86. Women with lower self-esteem may be very attentive to body images portrayed in the social media, more likely to be concerned about fitting the sociocultural norms of appearance, and to internalize societal beauty ideals, also comparing more to media models (Mischner et al., 2013).

A disturbed body image may lead to negative outcomes, such as anxiety disorders (Voges et al., 2019) and depression (Gao et al., 2014). They were assessed using the 14-item Hospital Anxiety and Depression Scale (HADS), a frequently used self-rating scale, developed to assess psychological distress in non-psychiatric patients (Zigmond and Snaith, 1983). It is known as a rapid, efficient estimate in both clinical, and non-clinical samples (Boxley et al., 2016, Djukanovic et al., 2017, Gale et al., 2010). The internal consistency in studied sample was high: .82 for depression and .84 for anxiety.

Mindfulness lowers likelihood of inflexibly attaching to negative body-related thoughts and perceptions and respond effectively to sociocultural body-oriented norms (Lavender et al., 2012). This trait had been measured using the 15-item Mindful Attention Awareness Scale (MAAS), assessing the tendency to be preoccupied and inattentive to the present moment, and to complete tasks or engage in behaviours with minimal awareness (Brown and Ryan, 2003; Lavender et al., 2012). Evidence for the reliability and construct validity of the MAAS has been provided within a variety of studies (Brown and Ryan, 2003; Lavender et al., 2012, MacKillop and Anderson, 2007). In this sample MAAS has been found to have high internal consistency (Cronbach's alpha was .85).

People who are more satisfied with their bodies reported greater satisfaction with life (Frederick et al., 2016). Also other studies showed that feelings about own's body have an impact on overall quality of life (Cash & Fleming, 2002; Peplau et al., 2009). This construct was measured using Satisfaction with Life Scale (Diener et al., 1985), a 5-item scale designed to measure global cognitive judgments of one's life satisfaction (Cronbach alpha .87).

The idea of social comparison to anyone else's body is an important one in everyday society (Hewig et al., 2008). People seem to relate their own situation to the situation of others (Van der Zee et al., 2000). The frequent social comparison is necessary to control if the motivating drive for thinness is satisfied in order to achieve the western ideal of being thin (Hewig et al., 2008). In the traditional idea of socially comparing, individuals contrast their situation against those of others in an upward or downward manner. Upward comparison leads to the feelings of discouragement and threatening conclusion that one is doing worse. It happens when individuals allocate more attention to the thin-ideal body images and to their own body unattractive parts (Gao et al., 2014). Downward comparison instead gives comforting conclusion that one is better off, providing reassurance that the individual is doing well (Couture Bue, 2020; Van der Zee et al., 2000). Because social media models are

almost always perceived as thinner, social comparison with such thin-ideal bodies are usually upward so potentially detrimental (Blechert et al., 2009; Voges et al., 2019). In this study, a 12-item social comparison scale developed by Van der Zee and others (2000) was used in order to measure identification and contrast with upward and downward comparison others and adopted it to the Instagram. The internal consistency was: .87.

Finally, I used Instagram Intensity Scale, an adopted Facebook scale, that was designed to measure the intensity in terms of Facebook attitudes which go beyond simple aspects like: time passed on it, the number of friends / followers, and some basic activities. The original Multidimensional Facebook Intensity Scale measures the most important facets of its use. It's short and with good psychometric properties in terms of validity, internal consistency, and temporal stability (Orosz et al., 2016). This adopted version had the internal consistency of .84.

STATISTICAL ANALYSIS

All statistical analyses were carried out with the statistics program Statistica 13.3.0 (Tibco Software Inc., Palo Alto, USA). A preceding data exploration showed that there were no missing or extreme values in the data set. Variables were checked for homogeneity of variance with the Levene's test and for normality with the Shapiro-Wilk (S-W) test. I conducted a series of one-way analyses of variance (ANOVAs) with post-hoc Tukey's honestly significant difference (HSD). As Tukey's HSD procedure assumes equal size of all compared groups, a modified Tukey-Kramer minimum significant difference (MSD) method was applied for comparisons of unequal-sized groups. Tukey's HSD procedure provides the simplest way to control family-wise type I error rate and is considered as highly preferable method (Kim, 2015). In the case of violations of homogeneity of variance the Welch's ANOVA (W-test) was carried out as, when the assumption of equal variances is violated, the W-test clearly outperforms the F-test (Delacre et al., 2019). When the assumption of normality failed, non-parametric Kruskal-Wallis tests were performed with effect analysis was carried out by multiple rank mean comparisons. The Kruskal-Wallis test is a nonparametric technique with which to analyze the variance and have been reported to be just as efficient as parametric methods (Nahm, 2016). Because this is an exploratory study, I did not do Bonferroni-adjusted post hoc tests, despite the large number of statistical tests, following the approach made by von Wietersheim and others (2012). Eye tracking variables (longest visit duration, shortest visit duration, longest gaze, and shortest gaze) and respondents' declarations (about choosing the photo that caught their attention the most) were the independent variables. BMI and psychological traits (body appreciation, self-esteem, anxiety, depression, mindful attention awareness, life satisfaction, social comparison on Instagram, and Instagram intensity usage) were the dependent variables. Subsequently, Pearson's Chi square, Cramér's V, and Spearman's rank correlation coefficient (ρ) were calculated between participants' photo declaration and the eye tracking variables to measure whether there is a statistically significant relationship between the respondents' declarations and the eye tracking variables illustrating their true visual behaviour patterns. Assigning participants to one of the five groups based on their preference for a particular body silhouette type was done either using declarative data from

the questionnaire or based on eye-tracking variables (visit duration and gaze). All analyses were with the level of significance set at $p < .050$.

In the presented results, the number $n = 64$ refers to the total observations resulting from two rounds of eye-tracking measurements. The sample size under investigation comprised 32 individuals.

RESULTS

CORRELATIONS BETWEEN RESPONDENTS' DECLARATIONS AND EYE TRACKING DATA

The respondents' declarations regarding the photo that caught their attention the most reached statistical significance only in the case of one eyetracking variable: longest visit duration ($\chi(16) = 104.550, p = .00453, \rho = -0.350381$, Table 2). The summary two way table with frequencies observed shows some dependencies between the declaration and looking at the same types of figures for the longest time. These results suggest that only a portion of the declarations aligned with the actual patterns of eye behavior.

Table 2. Frequencies observed for the eye tracking variable and declarations.

Declarations	Eye tracking (Fat-spiration)	Eye tracking (Thin-spiration)	Eye tracking (Fit-spiration)	Eye tracking Duration (Plus size)	Eye tracking (Proana)	Row (Total)
Fatspiration	8	0	0	1	0	9
% column	61.54%	.00%	.00%	4.17%	.00%	–
Thinspiration	0	4	0	1	1	6
% column	.00%	44.44%	.00%	4.17%	25.00%	–
Fitspiration	1	2	13	2	1	19
% column	7.69%	22.22%	92.86%	8.33%	25.00%	–
Plus size	4	2	1	20	0	27
% column	30.77%	22.22%	7.14%	83.33%	.00%	–
Proana	0	1	0	0	2	3
% column	.00%	11.11%	.00%	.00%	50.00%	–
Total	13	9	14	24	4	64
Total %	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Note: The highest frequencies observed are marked bold.
Eye tracking (Longest Visit Duration).

IMAGE DECLARATION DATA

Detailed data on participants' age, BMI, and psychological grouped by the five body shapes respondents' declarations of preferred body type are shown in Table 3. During procedure, the photos were not signed with the analysed hashtags, so the respondents could only be guided by the content of the photo. During the preparation of the database for analysis, the choices of respondents were assigned labels corresponding to the types of silhouettes presented in individual photos. Interestingly, no significant differences in age, BMI, and analysed traits were found.

EYE TRACKING DATA

The visit duration (Tables 4 and 5) indicated that selected psychological traits differed between the five subgroups of preferred body shape in terms of the shortest time span. Upward comparison, depression, and mindful attention awareness reached statistical significance ($H = 12.76, p = .013$; $F = 2.90, p = .029$; $H = 11.15, p = .025$, accordingly). Further post-hoc tests indicated differences in upward comparison distinguishing supporters of thinspiration and fatspiration content, depression levels, and mindful attention awareness between the fitspiration and plus-size groups, where the former exhibited the highest and the latter the lowest levels.

The duration of gaze patterns on body areas showed significant findings. The preferred body areas for the longest gaze and BMI revealed a significant group effect ($H = 8.61, p = .014$). Respondents with the highest BMI were notably interested in the abdomen, while those with the lowest focused more on the legs ($z = 2.928, p = .010$, see Table 6). Longest gaze durations on body parts (see Table 7) also demonstrated dependencies related to age ($H = 8.06, p = .045$), BMI ($H = 16.53, p = .001$), self-esteem ($F = 3.47, p = .021$), and life satisfaction ($H = 12.39, p = .006$). Regarding age, the mean for legs was significantly higher compared to face ($z = 2.651, p = .048$) and arms ($z = 2.679, p = .044$). A similar trend was observed for BMI, with the highest mean significantly differing from abdomen ($z = 2.787, p = .032$), face ($z = 3.296, p = .006$), and arms ($z = 4.028, p = .000$). The mean self-esteem scores significantly differed between legs and face, being higher for the former ($p = .013$). Lastly, regarding life satisfaction, there was a significant difference in means between legs and arms, with the former attaining a higher mean ($p = .019$).

DISCUSSION

This study aimed to explore the possible role of eye tracking measurements in detecting respondents' bias in body image studies on the example of the Instagram. To do so, I designed a research combining eye tracking measurement with a questionnaire examining selected physical (age, BMI) and psychological characteristics (body appreciation, self-esteem, anxiety, depression, mindful attention awareness, life satisfaction, social comparison on Instagram, and Instagram intensity scale) among women.

Table 3. Respondents' declarations regarding preferred body shape, psychological traits, and BMI

Declarations regarding preferred body shape	Proana		Thinspiration		Fitspiration		Plus size		Fatspiration		Group comparisons				
	n = 3		n = 6		n = 19		n = 27		n = 9		F/H	df	p	S-W	Levene
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD					
Age	27.67	14.15	37.17	22.84	3.21	11.57	27.48	11.10	31.56	13.22	1.99	4	.738	.000	.013
BMI	24.07	7.37	22.50	3.54	22.38	5.07	24.21	4.72	27.67	4.65	8.25	4	.083	.008	.653
Instagram Intensity Scale	4.51	1.58	3.19	1.02	3.83	1.33	3.95	1.22	3.80	1.79	3.29	4	.511	.021	.362
- Persistence	4.75	1.32	3.17	.79	3.82	1.20	3.64	1.18	3.61	1.84	3.78	4	.437	.040	.077
- Boredom	4.78	2.46	3.56	1.61	4.02	1.58	4.37	1.53	4.15	2.12	2.23	4	.693	.002	.356
- Overuse	4.67	1.45	3.11	.69	3.74	1.31	3.83	1.16	3.74	1.76	4.15	4	.386	.024	.269
- Self-expression	3.78	1.35	2.94	1.34	3.77	1.56	4.05	1.40	3.78	1.73	2.85	4	.584	.013	.608
Social comparison on Instagram	3.22	.73	2.32	1.01	2.79	.97	2.53	1.09	2.24	1.15	4.00	4	.406	.013	.783
- Upward comparison	3.94	.59	2.31	1.36	2.75	1.21	2.68	1.29	2.57	1.43	4.56	4	.335	.003	.660
- Downward comparison	2.50	.88	2.33	.70	2.84	1.00	2.38	1.15	1.91	1.04	5.82	4	.213	.000	.418
Self-esteem	5.03	1.71	5.00	1.00	4.91	1.08	4.81	1.22	5.32	1.20	.33	4	.854	.098	.532
Anxiety	4.86	1.08	4.12	1.91	3.89	1.35	3.78	1.76	3.32	1.58	.59	4	.671	.053	.305
Depression	3.05	.08	2.43	.81	2.47	.99	2.61	.91	2.52	.79	.33	4	.857	.101	.343
Life satisfaction	4.20	1.06	4.33	1.28	4.66	1.46	4.15	1.35	3.91	1.03	.64	4	.638	.181	.729
Mindful Attention Awareness	3.62	1.35	3.89	1.50	4.52	1.06	4.21	.96	4.19	.74	2.02	4	.732	.013	.343
Body Appreciation	5.13	.67	4.60	1.40	4.92	1.62	4.56	1.42	4.76	1.40	1.17	4	.883	.008	.306

One-way ANOVAs (F-test) with post-hoc Tukey's HSD tests for equal size of all compared groups and Tukey-Kramer MSD for comparisons of unequal-sized groups were conducted. In cases of violations of homogeneity of variance (Levene's test; $p < .05$) the Welch's ANOVA (W-test) was carried out. In cases of violations of normality, non-parametric Kruskal-Wallis tests (H statistic) were performed with effect analysis carried out by multiple rank mean comparisons. $N = 64$ refers to data from both eye tracking measurements. Values $< .05$ are marked bold. BMI = Body Mass Index.

Table 4. Respondents' eye-tracking patterns regarding preferred body shape, psychological traits, and BMI (longest visit duration).

Body shape with a longest visit duration	Proana		Thinspiration		Fitspiration		Plus size		Fatspiration		Group comparisons				
	n = 3		n = 6		n = 19		n = 27		n = 9		F/H	df	p	S-W	Levene
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD					
Age	32.75	15.39	38.44	20.41	28.43	10.75	26.50	10.00	30.38	11.87	2.07	4	.723	.000	.001
BMI	22.03	7.01	23.44	5.45	22.44	5.18	23.85	3.52	26.89	5.70	7.38	4	.117	.008	.257
Instagram Intensity Scale	3.88	2.03	3.15	1.51	4.18	.89	3.94	1.23	3.79	1.54	2.60	4	.628	.021	.075
- Persistence	3.94	1.95	3.22	1.44	4.05	.62	3.65	1.26	3.65	1.52	3.04	4	.552	.040	.008
- Boredom	4.25	2.50	3.22	1.78	4.52	1.15	4.36	1.60	4.10	1.85	3.35	4	.502	.002	.094
- Overuse	3.83	2.15	3.11	1.42	4.02	.93	3.88	1.03	3.69	1.61	2.87	4	.580	.024	.029
- Self-expression	3.50	1.73	3.04	1.73	4.14	1.30	3.99	1.42	3.77	1.55	2.71	4	.607	.013	.848
Social comparison on Instagram	2.40	1.02	2.10	.97	2.96	.79	2.70	1.19	2.33	.96	5.30	4	.258	.013	.160
- Upward comparison	2.79	1.29	1.94	1.21	2.86	1.16	2.93	1.37	2.64	1.21	4.28	4	.370	.003	.830
- Downward comparison	2.00	.89	2.26	.83	3.07	.82	2.48	1.22	2.01	.94	9.05	4	.060	.000	.044
Self-esteem	5.65	1.29	5.01	1.02	4.68	1.18	4.77	1.23	5.26	1.03	.95	4	.441	.098	.600
Anxiety	3.43	1.11	4.19	1.66	4.27	1.58	3.77	1.77	3.34	1.36	.74	4	.568	.053	.336
Depression	2.07	1.08	2.44	.80	2.76	.93	2.61	.93	2.47	.77	.56	4	.692	.101	.871
Life satisfaction	4.95	1.57	4.29	1.20	4.17	1.51	4.41	1.32	3.98	1.19	.49	4	.745	.181	.811
Mindful Attention Awareness	4.82	1.22	4.29	1.45	4.11	1.17	4.23	.96	4.19	.63	1.58	4	.813	.013	.300
Body Appreciation	5.90	1.27	4.64	1.38	4.62	1.49	4.52	1.46	4.89	1.40	2.73	4	.604	.008	.866

One-way ANOVAs (F-test) with post-hoc Tukey's HSD tests for equal size of all compared groups and Tukey-Kramer MSD for comparisons of unequal-sized groups were conducted. In cases of violations of homogeneity of variance (Levene's test: $p < .05$) the Welch's ANOVA (W-test) was carried out. In cases of violations of normality, non-parametric Kruskal-Wallis tests (H statistic) were performed with effect analysis carried out by multiple rank mean comparisons. $N = 64$ refers to data from both eye tracking measurements. Values $< .05$ are marked bold. BMI = Body Mass Index.

Table 5. Respondents' eye-tracking patterns regarding preferred body shape, psychological traits, and BMI (shortest visit duration)

Body shape with a short-test visit duration	Proana		Thinspiration		Fitspiration		Plus size		Fatspiration		Group comparisons				
	n = 3		n = 6		n = 19		n = 27		n = 9		F/H	df	p	S-W	Levene
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD					
Age	30.16	14.90	30.38	8.71	26.00	8.93	31.11	14.66	30.62	15.86	1.15	4	.887	.000	.089
BMI	23.87	4.46	26.98	5.98	23.56	4.40	21.77	5.30	23.03	4.18	5.55	4	.236	.008	.637
Instagram Intensity Scale	3.98	1.31	4.22	1.44	3.96	1.14	3.19	1.54	3.66	1.20	3.71	4	.447	.021	.631
- Persistence	3.61	1.24	4.15	1.38	3.90	1.16	3.14	1.36	3.60	1.21	3.65	4	.456	.040	.902
- Boredom	4.39	1.60	4.49	1.78	4.50	1.63	3.56	2.07	3.74	1.32	4.25	4	.374	.002	.474
- Overuse	3.86	1.23	4.26	1.34	3.77	1.24	3.04	1.50	3.62	1.05	4.13	4	.389	.024	.552
- Self-expression	4.18	1.52	4.03	1.59	3.70	1.20	3.04	1.42	3.69	1.52	4.01	4	.405	.013	.759
Social comparison on Instagram	2.59	1.28	3.10	.98	2.69	.75	2.33	.87	2.14	.88	6.08	4	.193	.013	.010
- Upward comparison	2.63	1.44	3.54e	1.21	3.08	.73	2.37	1.06	1.94b	1.05	12.76	4	.013	.003	.173
- Downward comparison	2.54	1.29	2.65	1.15	2.30	1.00	2.30	.75	2.35	.91	1.04	4	.903	.000	.041
Self-esteem	4.93	1.40	4.87	1.03	4.57	1.28	5.59	.83	4.85	.92	5.13	4	.274	.098	.118
Anxiety	3.78	2.00	3.76	1.27	4.63	1.45	2.95	1.18	3.97	1.43	1.88	4	.253	.053	.014
Depression	2.59	1.02	2.85	.67	2.94d	.63	1.79c	.72	2.46	.86	2.90	4	.029	.101	.187
Life satisfaction	4.26	1.53	3.83	1.05	3.92	1.03	4.69	1.33	4.78	1.32	1.29	4	.286	.181	.408
Mindful Attention Awareness	4.16	1.13	4.21	.59	3.56d	.89	4.89c	.68	4.46	1.27	11.15	4	.025	.013	.387
Body Appreciation	4.58	1.55	4.35	1.18	4.54	1.18	5.69	1.18	4.78	1.67	5.97	4	.202	.008	.270

One-way ANOVAs (F-test) with post-hoc Tukey's HSD tests for equal size of all compared groups and Tukey-Kramer MSD for comparisons of unequal-sized groups were conducted. In cases of violations of homogeneity of variance (Levene's test; $p < .05$) the Welch's ANOVA (W-test) was carried out. In cases of violations of normality, non-parametric Kruskal-Wallis tests (H statistic) were performed with effect analysis carried out by multiple rank mean comparisons. $N = 64$ refers to data from both eye tracking measurements. Values $< .05$ are marked bold. BMI = Body Mass Index. b – Differs significantly from thinspiration ($p < .05$); c – Differs significantly from fitspiration ($p < .05$); d – Differs significantly from plus size ($p < .05$); e – Differs significantly from fatspiration ($p < .05$)

Table 6. Respondents' eye-tracking patterns regarding preferred body shape, psychological traits, and BMI (shortest gaze)

Body shape with a shortest gaze	Legs n = 14		Abdomen n = 46		Face n = 4		Group comparisons				
	M	SD	M	SD	M	SD	F/H	df	p	S-W	Levene
	Age	27.14	10.85	29.83	12.92	38.50	19.05	1.85	2	.396	.000
BMI	20.51b	3.00	25.07a	5.20	23.75	2.25	8.61	2	.014	.008	.066
Instagram Intensity Scale	3.73	1.43	3.84	1.35	4.35	.40	.47	2	.791	.021	.077
- Persistence	3.68	1.21	3.66	1.35	4.13	.14	.61	2	.736	.040	.013
- Boredom	4.24	1.92	4.10	1.63	4.83	.96	.72	2	.697	.002	.225
- Overuse	3.29	1.45	3.88	1.26	4.00	.00	1.78	2	.412	.024	.030
- Self-expression	3.71	1.58	3.78	1.51	4.50	.58	.80	2	.671	.013	.119
Social comparison on Instagram	2.56	.98	2.61	1.03	2.33	1.54	.39	2	.824	.013	.204
- Upward comparison	2.71	1.05	2.75	1.34	2.17	1.35	.71	2	.703	.003	.526
- Downward comparison	2.40	.99	2.46	1.04	2.50	1.73	.11	2	.947	.000	.060
Self-esteem	4.70	.94	4.93	1.23	5.80	.23	12.68	2	.246	.098	.035
Anxiety	4.04	1.25	3.84	1.73	2.93	.41	5.73	2	.441	.473	.013
Depression	2.35	.91	2.63	.90	2.43	.00	2.02	2	.364	.101	.024
Life satisfaction	4.63	1.24	4.10	1.34	5.20	.69	1.94	2	.153	.181	.318
Mindful Attention Awareness	4.54	.89	4.14	1.10	4.30	.19	.20	2	.903	.013	.036
Body Appreciation	5.10	1.55	4.51	1.40	5.80	.46	3.61	2	.164	.008	.099

One-way ANOVAs (F-test) with post-hoc Tukey's HSD tests for equal size of all compared groups and Tukey-Kramer MSD for comparisons of unequal-sized groups were conducted. In cases of violations of homogeneity of variance (Levene's test; $p < .05$) the Welch's ANOVA (W-test) was carried out. In cases of violations of normality, non-parametric Kruskal-Wallis tests (H statistic) were performed with effect analysis carried out by multiple rank mean comparisons. $N = 64$ refers to data from both eye tracking measurements. Values $< .05$ are marked bold. BMI = Body Mass Index. The difference in the number of columns (body areas) between Tables 5 and 6 differs as it only presents the areas that respondents looked at. In Table 5, there were no gazes on the arms area.

a - Differs significantly from legs ($p < .05$); b - Differs significantly from abdomen ($p < .05$)

Table 7. Respondents' eye-tracking patterns regarding preferred body shape, psychological traits, and BMI (longest gaze)

Body shape with a longest gaze	Legs <i>n</i> = 6		Abdomen <i>n</i> = 4		Face <i>n</i> = 16		Arms <i>n</i> = 38		Group comparisons				
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	F/H	df	p	S-W	Levene
	Age	44.00cd	9.84	37.00	20.78	28.00a	11.88	27.53a	11.59	8.06	3	.045	.000
BMI	34.00bcd	2.25	22.30a	3.93	24.01a	5.08	22.57a	3.39	16.53	3	.001	.008	.126
Instagram Intensity Scale	3.87	1.77	4.77	.89	3.69	1.76	3.81	1.07	2.25	3	.522	.021	.013
– Persistence	3.83	1.93	4.63	.72	3.38	1.61	3.71	1.00	2.83	3	.419	.040	.001
– Boredom	3.89	2.03	5.33	1.54	4.08	2.00	4.14	1.46	2.00	3	.571	.002	.345
– Overuse	4.11	1.92	4.67	.77	3.63	1.78	3.67	.90	4.30	3	.231	.024	.002
– Self-expression	3.67	1.37	4.50	.58	3.79	1.89	3.77	1.39	.92	3	.821	.013	.085
Social comparison on Instagram	2.14	.31	3.54	.14	2.39	1.37	2.63	.96	4.98	3	.173	.013	.001
– Upward comparison	2.61	1.12	3.67	.38	2.46	1.52	2.73	1.22	4.38	3	.223	.003	.096
– Downward comparison	1.67	.54	3.42	.67	2.31	1.34	2.54	.94	7.30	3	.063	.000	.010
Self-esteem	6.03c	1.13	4.75	.98	4.39a	1.32	5.02	.99	3.47	3	.021	.098	.109
Anxiety	3.29	1.00	4.00	.82	4.38	1.95	3.67	1.55	3.10	3	.376	.053	.038
Depression	2.67	.75	2.71	.33	2.75	1.01	2.44	.88	.53	3	.662	.101	.177
Life satisfaction	3.07d	.37	4.20	.46	3.80	1.42	4.69a	1.26	13.88	3	.009	.181	.017
Mindful Attention Awareness	4.16	.59	4.77	.35	3.81	1.56	4.38	.79	4.08	3	.253	.013	.001
Body Appreciation	4.67	1.14	5.30	1.04	4.33	1.80	4.84	1.33	2.10	3	.552	.008	.222

One-way ANOVAs (F-test) with post-hoc Tukey's HSD tests for equal size of all compared groups and Tukey-Kramer MSD for comparisons of unequal-sized groups were conducted. In cases of violations of homogeneity of variance (Levene's test; $p < .05$) the Welch's ANOVA (W-test) was carried out. In cases of violations of normality, non-parametric Kruskal-Wallis tests (H statistic) were performed with effect analysis carried out by multiple rank mean comparisons. $N = 64$ refers to data from both eye tracking measurements. Values $< .05$ are marked bold. BMI = Body Mass Index. The difference in the number of columns (body areas) between Tables 5 and 6 differs as it only presents the areas that respondents looked at. In Table 5, there were no gazes on the arms area.

a – Differs significantly from legs ($p < .05$); b – Differs significantly from abdomen ($p < .05$); c – Differs significantly from face ($p < .05$); d – Differs significantly from arms ($p < .05$)

Drawing from the literature, the following research hypothesis was put forward: the respondents' questionnaire statements, which emphasize figures and body parts that draw attention in weight-related photos, may be at least partially inconsistent with their viewing patterns as measured by eye-tracking data. I was further interested in whether this relation would depend on psychological scales described in similar studies. In line with the hypothesis, the results indicate that there are discrepancies between the claim of the photo that caught the most attention and the eye tracking data. Only one variable, the longest visit duration, illustrating the types of silhouettes that the respondents looked at for the longest time, was to some extent correlated with the declarations. The remaining eye tracking variables, concerning the shortest glance (avoiding certain content) and looking at specific areas of the body, were not correlated at all with those declarations. Noteworthy, not one of analysed psychological and physical features turned out to be correlated with the respondents' declarations. Such relationships occurred only for the eye tracking variables. Regarding visit duration, it is worth noting that only in terms of the shortest look, so avoiding specific content, there were relationships with the analysed traits with $p < .05$. This points to the possibility of developing an avoidance strategy among the respondents mentioned by Janelle and others (2003). Participants avoiding thinspiration content showed the strongest tendency to make upward comparisons, while the focus on content presenting obesity was shown among those that had the weakest tendency to such comparisons. Avoiding fitspiration content was associated with higher levels of depression and lower mindful awareness, while those who refrain from gazing at plus size content showed the opposite tendency.

In the case of looking patterns on body parts, the highest mean BMI occurred in the group of female respondents who looked at abdomen for the longest time, while the lowest among those who focused on legs. These results seem to be partially consistent with the work of Hartmann et al. (2020) on the concentration on subjectively unattractive body parts. This is also perfectly in line with a study by Hewig and others (2008) on increased focus on the waist that has also been reported in individuals with obesity, while thin females aimed attention at the abdomen and legs. This may be due to the fact that on the Instagram, among women with low weight, photos of very slim legs with a visible gap between the thighs are highly promoted. In the case of obese females, such an area is the abdomen as the strongest representative of overweight or obesity. Also, the group with the highest average BMI exhibited behaviours to avoid looking at leg area. The same tendency appeared among the oldest respondents, while the youngest' glances on the face were the shortest, preferring to look longer at other areas of the more weight-related body parts. The present results also complement findings reported by Mischner et al. (2013) that women with lower self-esteem may be very attentive to body images portrayed in the social media, and to internalize societal weigh-related beauty ideals. In this case, females with higher mean self-esteem avoided looking at legs, while those with the lowest at face, similarly as in the case of age – preferring more weigh-related content. Concerning life satisfaction, the highest level was recorded for the group avoiding looking at arms and the lowest for legs. Noteworthy, though several studies has proven that fat body stimuli can draw increased attention in the body-dissatisfied individuals (Gao et al., 2014; Lea et al., 2018; Mischner et al., 2013) my results haven't proven any such relation to the body acceptance level.

The selection of specific body parts or silhouettes may be influenced by individual psychological traits, as corroborated by the literature cited in the study. The concentration of attention on a particular body part may indicate its significance to the respondent, but the underlying motive remains unexplored in this study; thus, it cannot be inferred whether the respondent is viewing an area they find particularly attractive or the opposite, only that it captures their attention. The exploratory nature of the study aims to demonstrate that eye tracking can help identify body areas and types of silhouettes that truly capture attention, as opposed to those declared – not always sincerely. Meanwhile, the analyzed psychological variables are treated exploratorily as an adjunct to the study, indicating the rationale for further research in this area, as it can be inferred that the observation of the female silhouette may indeed influence women's well-being.

I used an exploratory approach to find out whether there are relations within the groups between respondents' declarations and eye tracking gaze measuring data as well as selected psychological traits, age, and BMI factor. I had suspected that the respondents' declarations regarding weight-related images that caught their attention the most, will be at least partially inconsistent with their watching patterns provided with eye tracking measurements and that questionnaire data will be more biased by showing less significant relations to analysed psychological and physical traits. This assumption was only partially confirmed. Not all of the analysed characteristics turned out to be statistically significant. I believe that this study raises awareness that there is a biased attention to body stimuli, that, considering a work of Hartmann et al. (2020), impact the development of negative body image and even eating pathologies. Maladaptive thoughts about not fulfilling the social beauty norms, may increase the importance of female bodily appearance in their self-concept and may enhance the amount of attention that females direct at female weight-related stimuli, as our results revealed. As predicted, a higher chance of upward comparisons than downward ones was demonstrated to the participants. The possible negative effects of such comparisons should be emphasized, stressing the necessity of challenging the sociocultural norms for appearance. This can lead to increased perception of one's self and body, and reducing levels of internalization, dieting behaviours, and social comparison with media unrealistic models (Mischner et al., 2013).

In this study, the impact of weight-related images on participants' well-being, encompassing various psychological traits, was investigated. The data revealed that individuals focusing on extremely thin silhouettes exhibited higher levels of Instagram Intensity Usage Scale and Social Comparison, along with increased levels of anxiety and depression. Conversely, individuals interested in obese body types demonstrated the highest levels of self-esteem. Moreover, those interested in athletic body types showed the highest levels of life satisfaction and mindful attention awareness. These findings suggest that weight-related content on Instagram has a notable influence on the well-being of the participants in this exploratory study. The results of this exploratory study indicate that weight-related content on Instagram affects the psychological well-being of the participants. Therefore, further research in this area is warranted to deepen our understanding of the impact of such content on individuals' well-being and to explore potential avenues for intervention or support.

In conclusion, the results of this exploratory study indicate that weight-related content on Instagram may affect the psychological well-being of the participants. Therefore, further

research in this area is warranted to deepen our understanding of the impact of such content on individuals' well-being and to explore potential avenues for intervention or support.

To summarize, the current findings underscore previous research results, providing evidence of an effect of body-related images on women's self-evaluation. Moreover, for the first time, the study was extended to female respondent bias in weight-related photo exposure research. In this study, eye tracking was used atypically to confront the viewing patterns with the data declared in the questionnaire. A review of presented studies indicated the existence of biases, avoidance strategies and their impact on self-evaluation. Therefore, a logical extension of this research was to analyse these mechanisms with the eye tracking support, along with an exploratory approach to various psychological traits suggested in other studies.

The following limitations of the present study should be noted. The study employed cross-sectional assessment. It would be valuable to carry out similar research, including longitudinal studies to provide solid and causal evidence for the nature of these associations. One limitation is the fact that many parallel tests took place and that the alpha error was not corrected. Only several test results became significant and this could easily be because of chance due to small sample size. While the sample size meets the requirements of eye tracking research and qualifies for the applied statistical tests, it does not paint a picture that can be generalized to the population. Therefore, the study is exploratory in nature, and increasing the sample size in future research would shed more light on the investigated phenomena. In addition, the reliability of the stimulus material should be reviewed further. In this case, that only data from Instagram were collected, providing a real social media content which was not standardized. Finally, the visibility of the face and surroundings must be taken into consideration as it possibly could distract participants from looking at body.

Thus, in order to provide a fuller picture of how eye tracking may be used eye tracking to evaluate respondent bias in body image studies, it will be necessary for future research to include data from a wider set of users and social media services. Also, similar studies on men, as some previous but limited research, suggest that exposure to body stimuli can negatively affect men's body satisfaction and that body concerns in men are associated with dysfunctional gaze behaviour (Cordes et al., 2017; Nikkelen et al., 2012; Porras-Garcia et al., 2020b). And that justifies further eye tracking studies on the topic. Another interesting, emerging path for body image bias eye tracking studies is exploring intergenerational, mother-daughter attitudes toward body stimuli, as they can be transmitted via maternal behaviours (Bauer et al., 2017).

CONCLUSIONS

This study investigates the role of eye tracking in detecting bias in body image studies, focusing on Instagram. Combining eye tracking with a questionnaire, it hypothesized that respondents' declarations regarding weight-related photos would be inconsistent with eye tracking patterns. Results show partial inconsistency between declarations and eye tracking. Psychometric questionnaires on well-being were administered, revealing correlations only with eye tracking variables, not declarations of body shape preferences. Participants avoiding certain content demonstrated avoidance strategies. Looking patterns on body parts varied,

suggesting attention to subjectively unattractive areas, as it may be present due to promotion of very slim silhouettes on Instagram. Results indicate lower self-esteem individuals may internalize societal beauty ideals. The study suggests eye tracking can identify attention-capturing body areas, while psychological variables warrant further exploration. Weight-related Instagram content may impact participants' psychological well-being, highlighting the need for awareness of biased attention to body stimuli.

It must be remembered that this study is exploratory, not confirmatory. I began it to investigate eye tracking methods potential to evaluate respondent bias in body image studies. To my knowledge, this is the first investigation of contrasting the respondents' questionnaire declarations regarding weight-related photos with their watching patterns using an eye tracking methodology. Several limitations of previous research were addressed: confronting self-reported questionnaire data with eye tracking measurements, including various psychological scales, and different body silhouettes. This study provides an initial investigation, but it is not without limitations described above. The findings may be of value for researchers dealing with body image, social media communication and its influence on individuals as well as modern societies and cultural norms.

REFERENCES

- Arseniev-Koehler, A., Lee, H., McCormick, T., Moreno, M.A. (2016). #Proana: Pro-eating disorder socialization on Twitter. *Journal of Adolescent Health*, 58(6), 659–664. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jadohealth.2016.02.012>.
- Bauer, A., Schneider, S., Waldorf, M., Adolph, D., Vocks, S. (2017). Familial transmission of a body-related attentional bias – An eye-tracking study in a nonclinical sample of female adolescents and their mothers. *PLOS ONE*, 12(11), e0188186. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0188186>.
- Blechert, J., Nickert, T., Caffier, D., Tuschen-Caffier, B. (2009). Social comparison and its relation to body dissatisfaction in bulimia nervosa: Evidence from eye movements. *Psychosomatic Medicine*, 71(8), 907–912. <https://doi.org/10.1097/PSY.0b013e3181b4434d>.
- Boxley, L., Flaherty, J.M., Spencer, R.J., Drag, L.L., Pangilinan, P.H., Bieliauskas, L.A. (2016). Reliability and factor structure of the Hospital Anxiety and Depression Scale in a polytrauma clinic. *Journal of Rehabilitation Research and Development*, 53(6), 873–880. <https://doi.org/10.1682/JRRD.2015.05.0088>.
- Bradley, M.M., Houbova, P., Miccoli, L., Costa, V.D., Lang, P.J. (2011). Scan patterns when viewing natural scenes: Emotion, complexity, and repetition. *Psychophysiology*, 48, 1543–1552. <https://doi.org/10.1111/j.1469-8986.2011.01223.x>.
- Brown, K.W., Ryan, R.M. (2003). The benefits of being present: Mindfulness and its role in psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 822–848. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.84.4.822>.
- Cash, T.F., Fleming, E.C. (2002). The impact of body image experiences: Development of the Body Image Quality of Life Inventory. *International Journal of Eating Disorders*, 31, 455–460. <http://dx.doi.org/10.1002/eat.10033>.

- Chan, H.Ch. (2021). Risky sexual behavior of young adults in Hong Kong: An exploratory study of psychosocial risk factors. *Frontiers in Psychology*, 12, 727. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.658179>.
- Cohen, R., Newton-John, T., Slater, A. (2018). ‘Selfie’-objectification: The role of selfies in self-objectification and disordered eating in young women. *Computers in Human Behavior*, 79, 68–74. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2017.10.027>.
- Cordes, M., Vocks, S., Düsing, R., Waldorf, M. (2017). Effects of the exposure to self- and other-referential bodies on state body image and negative affect in resistance-trained men. *Body Image*, 21, 57–65. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.02.007>.
- Couture Bue, A.C. (2020). The looking glass selfie: Instagram use frequency predicts visual attention to high-anxiety body regions in young women. *Computers in Human Behavior*, 108, 106329. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106329>.
- Delacre, M., Leys, C., Mora, Y.L., Lakens, D. (2019). Taking parametric assumptions seriously: Arguments for the use of Welch’s F-test instead of the classical F-test in one-way ANOVA. *International Review of Social Psychology*, 32(1), 13. <http://doi.org/10.5334/irsp.198>.
- Diener, E., Emmons, R.A., Larsen, R.J., Griffin, S. (1985). The Satisfaction with Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49, 71–75. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4901_13.
- Djukanovic, I., Carlsson, J., Årestedt, K. (2017). Is the Hospital Anxiety and Depression Scale (HADS) a valid measure in a general population 65–80 years old? A psychometric evaluation study. *Health and Quality of Life Outcomes*, 15, 193. <https://doi.org/10.1186/s12955-017-0759-9>.
- Fardouly, J., Pinkus, R.T., Vartanian, L.R. (2017). The impact of appearance comparisons made through social media, traditional media, and in person in women’s everyday lives. *Body Image*, 20, 31–39. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.11.002>.
- Frederick, D.A., Sandhu, G., Morse, P.J., Swami, V. (2016). Correlates of appearance and weight satisfaction in a U.S. national sample: Personality, attachment style, television viewing, self-esteem, and life satisfaction. *Body Image*, 17, 191–203. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.04.001>.
- Gale, C.R., Allershand, M., Sayer, A.A., Cooper, C., Dennison, E.M., Starr, J.M., Ben-Shlomo, Y., Gallacher, J.E., Kuh, D., Deary, I.J. (2010). The structure of the hospital anxiety and depression scale in four cohorts of community-based, healthy older people: The HALCyon program. *International Psychogeriatrics*, 22, 559–571. <https://doi.org/10.1017/S1041610210000256>.
- Gao, X., Deng, X., Yang, J., Liang, S., Liu, J., Chen, H. (2014). Eyes on the bodies: An eye tracking study on deployment of visual attention among females with body dissatisfaction. *Eating Behaviors*, 15(4), 540–549. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2014.08.001>.
- Gemming, L., Jiang, Y., Swinburn, B., Utter, J., Ni Mhurchu, C. (2014). Under-reporting remains a key limitation of self-reported dietary intake: An analysis of the 2008/09 New Zealand Adult Nutrition Survey. *European Journal of Clinical Nutrition*, 68, 259–264. <https://doi.org/10.1038/ejcn.2013.242>.

- Glashouwer, K.A., Jonker, N.C., Thomassen, K., de Jong, P.J. (2016). Take a look at the bright side: Effects of positive body exposure on selective visual attention in women with high body dissatisfaction. *Behaviour Research and Therapy*, 83, 19–25. <https://doi.org/10.1016/j.brat.2016.05.006>.
- Griffiths, S., Castle, D., Cunningham, M., Murray, S.B., Bastian, B., Barlow, F.K. (2018). How does exposure to thinspiration and fitspiration relate to symptom severity among individuals with eating disorders? Evaluation of a proposed model. *Body Image*, 27, 187–195. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.10.002>.
- Griffiths, S., Stefanovski, A. (2019). Thinspiration and fitspiration in everyday life: An experience sampling study. *Body Image*, 30, 135–144. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.07.002>.
- Hartmann, A.S., Borgers, T., Thomas, J.J., Giabbiconi, C.-M., Vocks, S. (2020). Faced with one's fear: Attentional bias in anorexia nervosa and healthy individuals upon confrontation with an obese body stimulus in an eye-tracking paradigm. *Brain and Behavior*, 10, e01834. <https://doi.org/10.1002/brb3.1834>.
- Hewig, J., Cooper, S., Trippe, R., Hecht, H., Straube, T., Miltner, W. (2008). Drive for thinness and attention towards specific body parts in a non-clinical sample. *Psychosomatic Medicine*, 70, 729–736.
- Holland, G., Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*, 17, 100–110. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008>.
- Janelle, C.M., Hausenblas, H.A., Fallon, E.A., Gardner, R.E. (2003). A visual search examination of attentional biases among individuals with high and low drive for thinness. *Eating and Weight Disorders – Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 8, 138–144. <https://doi.org/10.1007/BF03325003>.
- Jansen, A., Nederkoorn, C., Mulkens, S. (2005). Selective visual attention for ugly and beautiful body parts in eating disorders. *Behaviour Research and Therapy*, 43(2), 183–196. <https://doi.org/10.1016/j.brat.2004.01.003>.
- Jiang, M.Y., Vartanian, L.R. (2018). A review of existing measures of attentional biases in body image and eating disorders research. *Australian Journal of Psychology*, 70(1), 3–17. <https://doi.org/10.1111/ajpy.12161>.
- Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., Pal, D.K. (2015). Likert Scale: Explored and explained. *British Journal of Applied Science & Technology*, 7(4), 396–403. <https://doi.org/10.9734/BJAST/2015/14975>.
- Kaspar, K., Hloucal, T.M., Kriz, J., Canzler, S., Gameiro, R.R., Krapp, V., König, P. (2013). Emotions' impact on viewing behavior under natural conditions. *PLoS One*, 8(1), e52737. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0052737>.
- Kim, H.Y. (2015). Statistical notes for clinical researchers: Post-hoc multiple comparisons. *Restorative Dentistry & Endodontics*, 40(2), 172–176. <https://doi.org/10.5395/rde.2015.40.2.172>.
- Lavender, J.M., Gratz, K.L., Anderson, D.A. (2012). Mindfulness, body image, and drive for muscularity in men. *Body Image*, 9(2), 289–292. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2011.12.002>.

- Lazuka, R.F., Wick, M.R., Keel, P.K., Harriger, J.A. (2020). Are we there yet? Progress in depicting diverse images of beauty in Instagram's body positivity movement. *Body Image*, 34, 85–93. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.05.001>.
- Lea, R.G., Qualter, P., Davis, S.K., Pérez-González, J.-C., Bangee, M. (2018). Trait emotional intelligence and attentional bias for positive emotion: An eye tracking study. *Personality and Individual Differences*, 128, 88–93. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.02.017>.
- Lindholm, J., Carlson, T., Högväg, J. (2021). See me, like me! Exploring viewers' visual attention to and trait perceptions of party leaders on Instagram. *The International Journal of Press/Politics*, 26(1), 167–187. <https://doi.org/10.1177/1940161220937239>.
- Lonergan, A.R., Bussey, K., Mond, J., Brown, O., Griffiths, S., Murray, S.B., Mitchison, D. (2019). Me, my selfie, and I: The relationship between editing and posting selfies and body dissatisfaction in men and women. *Body Image*, 28, 39–43. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.12.001>.
- MacKillop, J., Anderson, E.J. (2007). Further psychometric validation of the mindful attention awareness scale (MAAS). *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 29, 289–293. <https://doi.org/10.1007/s10862-007-9045-1>.
- Mañas-Viniegra, L., Núñez-Gómez, P., Tur-Viñes, V. (2020). Neuromarketing as a strategic tool for predicting how Instagramers have an influence on the personal identity of adolescents and young people in Spain. *Heliyon*, 6(3), e03578. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e03578>.
- Mañas-Viniegra, L., Veloso, A.-I., Cuesta, U. (2019). Fashion promotion on Instagram with eye tracking: Curvy girl influencers versus fashion brands in Spain and Portugal. *Sustainability*, 11, 3977. <https://doi.org/10.3390/su11143977>.
- Mischner, I.H.S., van Schie, H.T., Engels, R. (2013). Breaking the circle: Challenging Western sociocultural norms for appearance influences young women's attention to appearance-related media. *Body Image*, 10(3), 316–325. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2013.02.005>.
- Nahm, F.S. (2016). Nonparametric statistical tests for the continuous data: The basic concept and the practical use. *Korean Journal of Anesthesiology*, 69(1), 8–14. <https://doi.org/10.4097/kjae.2016.69.1.8>.
- Naumann, E., Biehl, S., Svaldi, J. (2019). Eye-tracking study on the effects of happiness and sadness on body dissatisfaction and selective visual attention during mirror exposure in bulimia nervosa. *International Journal of Eating Disorders*, 52, 895–903. <https://doi.org/10.1002/eat.23127>.
- Nikkelen, S.W.C., Anschutz, D.J., Ha, T., Engels, R.C.M.E. (2012). Influence of visual attention on male body dissatisfaction after idealized media exposure. *Psychology of Men & Masculinity*, 13(3), 308–323. <https://doi.org/10.1037/a0024942>.
- Orosz, G., Tóth-Király, I., Bőthe, B. (2016). Four facets of Facebook intensity—The development of the Multidimensional Facebook Intensity Scale. *Personality and Individual Differences*, 100, 95–104. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.11.038>.
- Pannasch, S., Helmert, J.R., Roth, K., Herbold, A.-K., Walter, H. (2008). Visual fixation durations and saccadic amplitudes: Shifting relationship in a variety of conditions. *Journal of Eye Movement Research*, 2(4), 1–19. <https://doi.org/10.16910/jemr.2.2.4>.

- Papies, E.K., Nicolaije, K.A.H. (2012). Inspiration or deflation? Feeling similar or dissimilar to slim and plus-size models affects self-evaluation of restrained eaters. *Body Image*, 9(1), 76–85. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2011.08.004>.
- Peplau, L.A., Frederick, D.A., Yee, C., Maisel, N., Lever, J., Ghavami, N. (2009). Body-image satisfaction in heterosexual, gay, and lesbian adults. *Archives of Sexual Behavior*, 38, 713–725. <http://dx.doi.org/10.1007/s10508-008-9378-1>.
- Porras-Garcia, B., Exposito-Sanz, E., Ferrer-Garcia, M., Castellero-Mimenza, O., Gutiérrez-Maldonado, J. (2020a). Body-related attentional bias among men with high and low muscularity dissatisfaction. *Journal of Clinical Medicine*, 9, 1736. <https://doi.org/10.3390/jcm9061736>.
- Porras-Garcia, B., Ferrer-Garcia, M., Ghita, A., Moreno, M., López-Jiménez, L., Vallvé-Romeu, A., Serrano-Troncoso, E., Gutiérrez-Maldonado, J. (2019). The influence of gender and body dissatisfaction on body-related attentional bias: An eye-tracking and virtual reality study. *International Journal of Eating Disorders*, 52, 1181–1190. <https://doi.org/10.1002/eat.23136>.
- Porras-Garcia, B., Ferrer-Garcia, M., Yilmaz, L., Sen, Y.O., Olszewska, A., Ghita, A., Serrano-Troncoso, E., Treasure, J., Gutiérrez-Maldonado, J. (2020b). Body-related attentional bias as mediator of the relationship between body mass index and body dissatisfaction. *European Eating Disorders Review*, 28, 454–464. <https://doi.org/10.1002/erv.2730>.
- Robinovich, J., Bosma, H., van der Borne, B., Ossa, X., Muñoz, S., Krumeich, A. (2021). Is a ‘culture of plus-size women’ the independent effect of neighborhood disadvantage on female BMI? A cross-sectional study in two Chilean municipalities. *Social Science & Medicine*, 280, 114019. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2021.114019>.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Schienze, A., Gremsl, A., Übel, S., Körner, C. (2016). Testing the effects of a disgust placebo with eye tracking. *International Journal of Psychophysiology*, 101, 69–75. <https://doi.org/10.1016/j.ijpsycho.2016.01.001>.
- Stojic, I., Dong, X., Ren, X. (2020). Body image and sociocultural predictors of body image dissatisfaction in Croatian and Chinese women. *Frontiers in Psychology*, 11, 731. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00731>.
- Tiggemann, M., Velissaris, V.G. (2020). The effect of viewing challenging “reality check” Instagram comments on women’s body image. *Body Image*, 33, 257–263. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.04.004>.
- Tobin, L.N., Barron, A.H., Sears, C.R., von Ranson, K.M. (2019). Greater body appreciation moderates the association between maladaptive attentional biases and body dissatisfaction in undergraduate women. *Journal of Experimental Psychopathology*, 10(2), 1–15. <https://doi.org/10.1177/2043808719838937>.
- Tylka, T.L., Wood-Barcalow, N.L. (2015). The Body Appreciation Scale-2: Item refinement and psychometric evaluation. *Body Image*, 12, 53–67. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.09.006>.
- Uher, J., Werner, C.S., Gosselt, K. (2013). From observations of individual behaviour to social representations of personality: developmental pathways, attribution biases, and limitations

- of questionnaire methods. *Journal of Research in Personality*, 47(5), 647–667. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2013.03.006>.
- Van der Zee, K., Buunk, B., Sanderman, R., Botke, G., van den Bergh, F. (2000). Social comparison and coping with cancer treatment. *Personality and Individual Differences*, 28(1), 17–34. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(99\)00045-8](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(99)00045-8).
- Voges, M.M., Giabbiconi, C.-M., Gruber, T., Andersen, S.K., Hartmann, A.S., Vocks, S. (2019). Sustained hypervigilance for one's own body in women with weight and shape concerns: Competition effects in early visual processing investigated by steady-state visual evoked potentials (SSVEP). *Biological Psychology*, 143, 74–84. <https://doi.org/10.1016/j.biopsycho.2019.02.010>.
- von Wietersheim, J., Kunzl, F., Hoffmann, H., Glaub, J., Rottler, E., Traue, H. (2012). Selective attention of patients with anorexia nervosa while looking at pictures of their own body and the bodies of others. *Psychosomatic Medicine*, 74(1), 107–113. <https://doi.org/10.1097/PSY.0b013e31823ba787>.
- Waechter, S., Nelson, A.L., Wright, C., Hyatt, A., Oakman, J. (2014). Measuring attentional bias to threat: Reliability of dot probe and eye movement indices. *Cognitive Therapy and Research*, 38(3), 313–333. <https://doi.org/10.1007/s10608-013-9588-2>.
- Webb, J.B., Vinoski, E.R., Bonar, A.S., Davies, A.E., Etzel, L. (2017). Fat is fashionable and fit: A comparative content analysis of Fatspiration and Health at Every Size® Instagram images. *Body Image*, 22, 53–64. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.05.003>.
- Withnell, S., Sears, C.R., von Ranson, K.M. (2019). How malleable are attentional biases in women with body dissatisfaction? Priming effects and their impact on attention to images of women's bodies. *Journal of Experimental Psychopathology*, 10(2), 1–16. <https://doi.org/10.1177/2043808719837137>.
- Zigmond, A.S., Snaith, R.P. (1983). The hospital anxiety and depression scale. *Acta Psychiatrica Scandinavica*, 67(6), 361–370. <https://doi.org/10.1111/j.1600-0447.1983.tb09716.x>.

Submitted: 27.03.2024

Reviewed: 17.05.2024

Accepted: 20.05.2024

Published online: 30.06.2024

S1. QUESTIONNAIRE

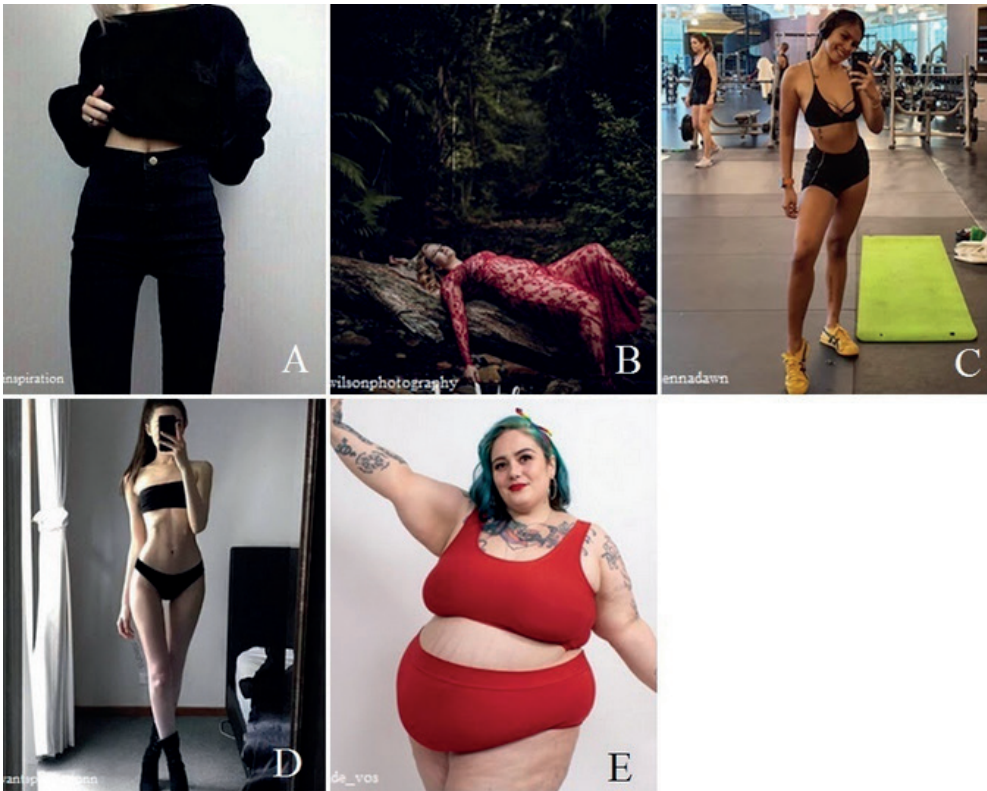
The questionnaire below is about how to use Instagram. It should take around 15 minutes to complete it.

Thank you for participating in the survey.

Participation in the study is voluntary and the collected results are anonymous.

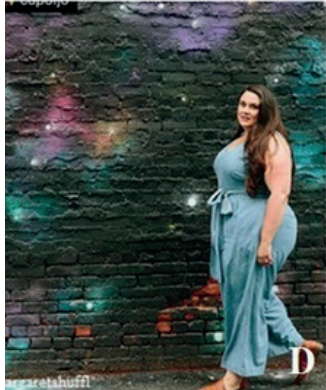
SECTION I. EYE TRACKING MEASUREMENT

1. Which of the following pictures caught your attention the most?



- a) A
- b) B
- c) C
- d) D
- e) E

2. Which of the following pictures caught your attention the most?



- a) A
- b) B
- c) C
- d) D
- e) E

SECTION II. SELF-REPORTED DATA

Below is a list of statements dealing with your general feelings about yourself. Please indicate how strongly you agree or disagree with each statement.

No.	List of statements	Strongly disagree	Disagree	Rather disagree	Neither agree nor disagree	Rather agree	Agree	Strongly agree
1	If I could only visit one site on the Internet, it would be Instagram.							
2	I feel bad if I don't check my Instagram profile daily.							
3	I search for the internet connection in order to visit Instagram.							
4	Before going to sleep, I check Instagram once more.							
5	If I'm bored, I open Instagram.							
6	When I'm bored, I often go to Instagram.							
7	Instagram posts are good to overcome boredom.							
8	I spend my time on Instagram at the expense of my other responsibilities.							
9	I spend more time on Instagram than I would like to.							
10	It happens that I use Instagram instead of sleeping.							
11	My Instagram profile is rather detailed.							
12	I like refining my Instagram profile.							
13	It is important for me to post on Instagram regularly.							
14	When I compare my Instagram profile to people who have better profiles, I feel that it is possible that one day I will reach their popularity level too.							

No.	List of statements	Strongly disagree	Disagree	Rather disagree	Neither agree nor disagree	Rather agree	Agree	Strongly agree
15	When I compare my Instagram profile to people who have better profiles, I hope my profile will improve.							
16	When I compare my Instagram profile to people who have better profiles, I am glad that my profile can also be that good.							
17	When I compare my Instagram profile to people who have better profiles, I feel frustrated by the level of my own profile.							
18	When I compare my Instagram profile to people who have better profiles, I feel anxious that my profile is not achieving the same results.							
19	When I compare my Instagram profile to people who have better profiles, I get depressed realizing that my profile is not that good.							
20	When I compare my Instagram profile to people who have weaker profiles, I am afraid that my profile will worsen.							
21	When I compare my Instagram profile to people who have weaker profiles, I fear that the future of my profile will be the same.							
22	When I compare my Instagram profile to people who have weaker profiles, I am afraid that the popularity of my profile will drop.							
23	When I compare my Instagram profile to people with weaker profiles, I feel like I'm doing well.							

No.	List of statements	Strongly disagree	Disagree	Rather disagree	Neither agree nor disagree	Rather agree	Agree	Strongly agree
24	When I compare my Instagram profile to people who have weaker profiles, I feel relieved about my own profile.							
25	When I compare my Instagram profile to people with weaker profiles, I am happy that I am doing so well.							
26	On the whole, I am satisfied with myself.							
27	At times I think I am no good at all.							
28	I feel that I have a number of good qualities.							
29	I am able to do things as well as most other people.							
30	I feel I do not have much to be proud of.							
31	I certainly feel useless at times.							
32	I feel that I'm a person of worth, at least on an equal plane with others.							
33	I wish I could have more respect for myself.							
34	All in all, I am inclined to feel that I am a failure.							
35	I take a positive attitude toward myself.							
36	I feel tense or 'wound up'.							
37	I still enjoy the things I used to enjoy.							
38	I get a sort of frightened feeling as if something awful is about to happen.							
39	I can laugh and see the funny side of things.							
40	Worrying thoughts go through my mind.							

No.	List of statements	Strongly disagree	Disagree	Rather disagree	Neither agree nor disagree	Rather agree	Agree	Strongly agree
41	I feel cheerful.							
42	I can sit at ease and feel relaxed.							
43	I feel as if I am slowed down.							
44	I get a sort of frightened feeling like ,butterflies' in the stomach.							
45	I have lost interest in my appearance.							
46	I feel restless as I have to be on the move.							
47	I look forward with enjoyment to things.							
48	I get sudden feelings of panic.							
49	I can enjoy a good book or radio or TV program.							
50	In most ways my life is close to my ideal.							
51	The conditions of my life are excellent.							
52	I am satisfied with my life.							
53	So far I have gotten the important things I want in life.							
54	If I could live my life over, I would change almost nothing.							
55	I could be experiencing some emotion and not be conscious of it until some time later.							
56	I break or spill things because of carelessness, not paying attention, or thinking of something else.							
57	I find it difficult to stay focused on what's happening in the present.							
58	I tend to walk quickly to get where I'm going without paying attention to what I experience along the way.							

No.	List of statements	Strongly disagree	Disagree	Rather disagree	Neither agree nor disagree	Rather agree	Agree	Strongly agree
59	I tend not to notice feelings of physical tension or discomfort until they really grab my attention.							
60	I forget a person's name almost as soon as I've been told it for the first time.							
61	It seems I am "running on automatic," without much awareness of what I'm doing.							
62	I rush through activities without being really attentive to them.							
63	I get so focused on the goal I want to achieve that I lose touch with what I'm doing right now to get there.							
64	I do jobs or tasks automatically, without being aware of what I'm doing.							
65	I find myself listening to someone with one ear, doing something else at the same time.							
66	I drive places on 'automatic pilot' and then wonder why I went there.							
67	I find myself preoccupied with the future or the past.							
68	I find myself doing things without paying attention.							
69	I snack without being aware that I'm eating.							
70	I respect my body.							
71	I feel good about my body.							
72	I feel that my body has at least some good qualities.							
73	I take a positive attitude towards my body.							
74	I am attentive to my body's needs.							

No.	List of statements	Strongly disagree	Disagree	Rather disagree	Neither agree nor disagree	Rather agree	Agree	Strongly agree
75	I feel love for my body.							
76	I appreciate the different and unique characteristics of my body.							
77	My behavior reveals my positive attitude toward my body; for example, I walk holding my head high and smiling.							
78	I am comfortable in my body.							
79	I feel like I am beautiful even if I am different from media images of attractive people (e.g., models, actresses/actors).							

Your age:

Your weight [kg]:

Your height [m]:

VARIA



Antonina Stasińska*

ORCID: 0000-0003-1428-4553

Uniwersytet Warszawski

„ALE DLACZEGO DWAJ DO CIEBIE MÓWIĄ »KOCHANIE«?”. KONSENSUALNA NIEMONOGAMIA W POLSCE W PERSPEKTYWIE ANTROPOLOGICZNEJ

Artykuł podejmuje temat konsensualnej niemonogamii jako nowego dla antropologii obszaru badań nad intymnymi związkami w czasach ponowoczesności. Tematyka ta jest obecnie zdominowana przede wszystkim przez psychologię i socjologię. Podejście antropologiczne oparte na badaniach etnograficznych może pozwolić na lepsze zrozumienie tego zjawiska. Etnografia umożliwia ujęcie zróżnicowanych strategii i praktyk podejmowanych przez ludzi żyjących w sposób niemonogamiczny. Podejście antropologiczne, które z założenia stawia w centrum indywidualne doświadczenie ludzkie osadzone w kontekście kulturowym, ma szansę poszerzyć rozumienie pojęć takich jak zazdrość, związek/przyjaźń czy rodzina. Autorka, analizując rozwój między innymi określeń: niemonogamia, poligamia czy rodzina monogamiczna, przygląda się nurtom początków antropologii, a następnie krytycznie czyta je w odniesieniu do dzisiejszego świata społecznego oraz własnych badań terenowych prowadzonych w Polsce wśród kobiet żyjących we współczesnych związkach konsensualnie niemonogamicznych.

Słowa kluczowe: etnografia, rodzina, zazdrość, konsensualna niemonogamia, ponowoczesność, poliamoria, związek/przyjaźń

Od niedawna temat niemonogamii jest coraz częściej obecny w popkulturze. Na platformach streamingowych takich jak Netflix (np. *Wanderlust*, *Easy*, *You Me Her*) czy Amazon Prime (*Polyamory*) pojawiają się filmy i seriale traktujące o różnych formach związków niemonogamicznych¹. Poliamorii, związkom otwartym czy trójkątnym konstelacjom coraz więcej przestrzeni poświęca się także w artykułach prasowych, również w Polsce. W wydanych w ostatnich latach biografiami polskich artystek czytamy, że w otwartym małżeństwie była Kalina Jędrusik, Agnieszka Osiecka miała męża i partnera, a Magdalena Abakanowicz żyła z mężem do śmierci, mając jednocześnie wieloletniego partnera (również będącego w tym czasie w związku małżeńskim). Są to jednak przedstawicielki artystycznej bohemy, a więc grupy funkcjonującej do pewnego stopnia poza normą społeczną.

* Instytut Etnologii i Antropologii Kulturowej, Uniwersytet Warszawski, ul. Żurawia 4, 00-503 Warszawa; e-mail: antonina.stasinska@student.uw.edu.pl.

¹ Powyższe serwisy mierzą oglądalność, bazując na algorytmach analizujących nośność danej tematyki w danych grupach społecznych, zatem są odzwierciedleniem aktualnych zainteresowań.

Konsensualna niemonogamia (ang. *consensual non-monogamy*) to pojęcie mieszczące w sobie kilka różnych rodzajów relacji (Banaszkiewicz, 2022). To, co je łączy, to świadoma i dobrowolna zgoda na uczestniczenie w międzyludzkich związkach pozadiadczych (Cohen, 2016; Fairbrother et al., 2019). By niemonogamię można było nazwać konsensualną, każdy z partnerów/partnerek musi wyrazić zgodę na tworzenie dodatkowych relacji o charakterze romantycznym lub tylko seksualnym (Conley et al., 2013; Rubin et al., 2014). Związki konsensualnie niemonogamiczne mogą być rozumiane jako alternatywne względem obowiązującej normy, co przyczynia się do postrzegania ich jako pozanormatywnych bądź nawet dewiacyjnych (Bergstrand i Williams, 2000; Levitt, 1988; Rubin, 2001).

Współczesna konsensualna niemonogamia w szeroko rozumianym zachodnim kontekście kulturowym to temat nowy i w niewielkim stopniu przebadany w naukach społecznych. Pojawia się głównie na gruncie badań psychologicznych i socjologicznych, a prac antropologicznych bazujących na etnografii prawie nie ma. Znajac aktualny stan badań oraz wnioski z własnych badań etnograficznych prowadzonych od 2019 roku wśród kobiet w Polsce nad doświadczeniem, strategiami, praktykami życia w intymnych relacjach niemonogamicznych², dostrzegam potrzebę wypełnienia tej luki i dodania perspektywy *stricte* antropologicznej do debaty nad współczesną niemonogamią. Celem niniejszego artykułu jest podjęcie tematyki niemonogamii z perspektywy antropologii feministycznej oraz ukazanie tego, co badania etnograficzne mogą wnieść do badań nad współczesną konsensualną niemonogamią.

Argumentuję, że chociaż zjawisko poligamii jest obecne w antropologii kulturowej i społecznej w zasadzie od początku istnienia tej dyscypliny, współczesna niemonogamia konsensualna, zwłaszcza w społeczeństwach zachodnich, jest rzadkim tematem badań w antropologii. Dominujące perspektywy socjologiczne i psychologiczne są ważnym głosem w debacie, jednak wiążą się ze stawianiem innych pytań badawczych i stosowaniem innej metodologii³, zwykle nie łącząc zróżnicowanego doświadczenia indywidualnego partnerów/partnerek badawczych z kontekstem kulturowym, w którym jest ono badane. W artykule podejmuję próbę ukazania odmienności perspektywy antropologicznej na przykładzie moich własnych wielostanowiskowych badań etnograficznych wśród kobiet w Polsce.

Niosą one potencjał ukazania tego zjawiska w nowym świetle, dekonstruuując obowiązujące normy monogamii, podważając płciowe stereotypy dotyczące tego, kto i dlaczego wchodzi w związki niemonogamiczne, czy rozszerzając definicje znanych i określonych pojęć, takich jak przyjaźń/związek, rodzina czy zazdrość, zwłaszcza w szeroko rozumianej zachodniej kulturze.

NIEMONOGAMIA, POLIGAMIA I RODZINA MONOGAMICZNA W POCZĄTKACH ANTROPOLOGII

Antropologia interesowała się zjawiskami takimi jak niemonogamia od początków swojego istnienia. W latach 70. i 80. XIX wieku odnajdowana była w odległych kulturach przez

² Badania są prowadzone w ramach projektu doktorskiego i nie zostały jeszcze zakończone.

³ Przykładem psychologicznych zainteresowań zjawiskiem może być próba odpowiedzi na pytanie o to, czym związki te różnią się od monogamicznych oraz czy można określić je mianem zdrowych (Banaszkiewicz, 2022, s. 137). Socjologiczna perspektywa jest bliższa antropologicznej, jednak różni się metodologią, która potrafi zamknąć zjawisko w dostępnej teorii, co bezpośrednio wpływa na sposób ukazania zjawiska (zob. Michalczak, 2015).

ojców założycieli dyscypliny, którzy łączyli jej występowanie z niskimi stadiami rozwoju cywilizacyjnego i uważali je za znamienne dla społeczeństw pierwotnych. Na podstawie badań prowadzonych wśród Irokezów w Ameryce Północnej Lewis H. Morgan (2007) wyróżnia trzy stadia rozwoju: od dzikości, przez barbarzyństwo, do cywilizacji⁴. Analizując rozwój instytucji rodziny i pokrewieństwa, dochodzi do wniosku, że rodzina przeszła przez następujące stadia: od promiskuityzmu, przez rodzinę kazirodczą, punualną, symbiamiczną/parzystą rodzinę patriarchalną, do rodziny monogamicznej nuklearnej. Tak rozumiana rodzina poligamiczna była niższą ewolucyjnie formą prowadzącą do współczesnej najwyższej formy – rodziny nuklearnej opartej na małżeństwie monogamicznym.

Szukający uniwersalnych podstaw i źródeł kultury strukturaliści również opracowywali teorie czy raczej struktury pokrewieństwa. Małżeństwo, zarówno monogamiczne, jak i poligamiczne, u Lévi-Straussa (1987) jest formą wymiany kobiet. Skąd zatem pochodzi model rodziny nuklearnej jako uniwersalnej normy?

W 1981 roku ukazuje się tekst pt. *Czy rodzina istnieje? Nowe ujęcia antropologiczne* autorstwa Jane Collier, Michelle Z. Rosaldo i Sylvii Yanagisako (2007), w którym badaczki stawiają pytania o to, jak to się stało, że tak wielu przedstawicieli nauk społecznych nadal nie porzuciło wiary w rodzinę jako instytucję uniwersalną, oraz co może wnieść antropologia do krytycznej analizy tego pojęcia. Tekst ten można uznać za przełomowy dla dekonstrukcji rozumienia centralnych pojęć antropologicznych, takich jak pokrewieństwo, płeć czy rodzina. Jego najważniejszą myślą jest to, że wbrew temu, co zwykło się uważać, rodzina nie jest tworem uniwersalnym, pojawia się w konkretnych kontekstach społecznych i okresach historycznych. Za pierwszych twórców modelu rodziny jako zamkniętej formy uważa się myślicieli wiktoriańskich drugiej połowy XIX wieku, ponieważ to właśnie oni wykazali, że wszystkie ludzkie więzi mają kształt „moralny” oraz że pewna „moralność” współczesnych form rodzinnych ma swój fundament w procesach spajających intymne doświadczenia ludzi z publiczną sferą polityki (Collier et al., 2007, s. 69). Za podwaliny takiego myślenia autorki uważają intelektualne nurty, które ukształtowały się w drugiej połowie XIX stulecia – ewolucjonistyczne badania Karola Darwina, pojawienie się nowej problematyki związanej z postępującą urbanizacją oraz badania ludów pozaeuropejskich prowadzone przez misjonarzy i naukowców działających na usługach kolonizatorów. Rodzina stała się ważna dla myśli pozytywistycznej, ponieważ była zasadą moralną, dzięki której rozwijające się społeczeństwo kapitalistyczne odnosiło sukces, a wiktoriańscy badacze uprawomocnili postrzeganie kobiet przez pryzmat roli reprodukcyjnej i związanej z nią funkcji wychowawczej, osadzonej w oświeceniowym dyskursie instynktu macierzyńskiego (Badinter, 1998). Kobieta była postrzegana jako dopełnienie męczyzny i była związana ściśle ze sferą prywatną, a męczyzna działał w sferze publiczno-politycznej, przyczyniając się do rozwoju męskiego rynku pracy. W ten sposób rodzina monogamiczna stała się synonimem moralnego postępu.

Wiktoriańskie założenia dotyczące płci kulturowej podtrzymywane są przez funkcjonalistów. W podejściu Malinowskiego rodzina oparta jest na monogamicznym związku małżeńskim posiadającym potomstwo (Malinowski, 2005). Jej członków cechuje więź emocjonalna i wzajemna miłość. Małżeństwo jest kontraktem pozwalającym płodzić i wychowywać dzieci.

⁴ Lewis Henry Morgan był jednym z nielicznych XIX-wiecznych teoretyków, którzy opierali swoje teorie na materiałach zgromadzonych podczas badań terenowych (Barnard, 2020, s. 64–65).

W ten sposób legitymizuje kontakty seksualne. Członkowie rodziny są za siebie odpowiedzialni i zapewniają sobie bezpieczeństwo. Takie ujęcie jest bliskie tradycyjnemu pojmowaniu rodziny monogamicznej na Zachodzie (Collier et al., 2007).

Krytyki studiów nad pokrewieństwem, na których opierała się dotychczasowa antropologia, dostarczyły analizy amerykańskiego antropologa Davida Schneidera (1984; 2014). Pokazał on, że pojęcia uznawane do tej pory za kategorie *etic* są *de facto* kategoriami kultury badacza, czyli *emic*. Ponadto uważał, że pokrewieństwo było w znacznie mniejszym stopniu zależne od biologii, niż przyjęło się uważać, co wówczas było teżą rewolucyjną. Przełom lat 80. i 90. XX wieku to moment, w którym wraz ze zwrotem postmodernistycznym narodziła się perspektywa „nowych studiów nad pokrewieństwem”. Zaczęto uwzględniać perspektywy płci kulturowej, cielesności, koncepcji „ja” i osobowości w badaniach (Wilson, 2008). Teorie feministyczne, badania nad intymnością i bliskością oraz studia nad pokrewieństwem niebiologicznym i nowymi technologiami reprodukcyjnymi sprawiły, że badania antropologiczne nad rodziną zyskały nowy wymiar (Stanisz, 2013, s. 10). Krytyka centralnych dla antropologii pojęć, takich jak pokrewieństwo, małżeństwo i rodzina, zainspirowała nowe podejścia i przyczyniła się do rozwoju antropologii refleksyjnej i feministycznej. Myśl postmodernistyczna stopniowo doprowadziła także do rozprawienia się z kolonialną genezą dyscypliny, wprowadzenia neofoucaultowskiego spojrzenia uwzględniającego stosunek władzy do badań i refleksji nad pozycją badacza w terenie.

WSPÓŁCZESNE ANTROPOLOGICZNE BADANIA NAD POLIGAMIA

Dawniejsze studia nad pokrewieństwem i rodziną, mimo że mogą być dla współczesnych badaczy inspirujące, należy czytać krytycznie. Przede wszystkim dlatego, że antropologia tamtego okresu, badając rodzinę, niejednokrotnie przyczyniła się do wzmacniania porządków imperialnych, cementowania i legitymizowania patriarchalnych relacji płci. Chociaż antropologicznych studiów nad konsensualną niemonogamią w zachodnim kręgu kulturowym i w jej niezinstytucjonalizowanej formie nadal bardzo brakuje, sama poligamia we współczesnych badaniach antropologicznych jest obecna.

Jak pokazuje duńska antropolożka Miriam K. Zeitzen w *Polygamy: A Cross-Cultural Analysis* (2020), wbrew utartym schematom poligamia nie jest egzotycznym zwyczajem i domeną społeczeństw niezachodnich – tych, które nie wkroczyły jeszcze w obszar nowoczesnego świata. Jest zjawiskiem występującym na wszystkich kontynentach i we wszystkich religiach. Praktykują ją zarówno współczesne feministki, jak i osoby wyznające tradycyjne wartości, co zdaniem autorki dowodzi jej ogromnej wszechstronności jako systemu pokrewieństwa (Zeitzen, 2020, s. 4). Poligamia, czyli małżeństwo z więcej niż jedną osobą, może przybierać formy poliginii, poliandrii (rzadziej) oraz małżeństwa grupowego. Zeitzen w swojej książce opisuje różne formy poligamii: od małżeństw zalegalizowanych przez prawo po te praktykowane pomimo prawnego zakazu⁵. Doskonałym przykładem na to, że poligamia nie jest wyłącznie zjawiskiem występują-

⁵ Przykładem praktykowania „*de facto* poligamii” jest społeczność Hindu, zamieszkująca region Jaunsar Bawar w Himalajach, która wbrew zasadom prawnym, moralnym oraz religijnym na co dzień praktykuje poligamię

cym poza judeochrześcijańskim kręgiem kultury, są mormoni (przedstawiciele Kościoła Jezusa Chrystusa Świętych w Dniach Ostatnich) w Stanach Zjednoczonych. Fundamentalisci mormońscy nadal praktykują poligamię (poliginie), mimo że ponad 100 lat temu Kościół mormonów od niej odszedł, a prawo w Stanach Zjednoczonych jej zakazuje⁶.

Zdaniem Zeiten poligamia może być uzasadniona przez politykę (sojusze wewnątrzspołeczne), religię (np. islam), ale także historię (powojenna nierównowaga płci). Jednym z ważniejszych założeń, które pojawiają się wielokrotnie w książce Zeiten i zarazem uzasadniają, dlaczego tak ważne jest, by współcześnie badać niemonogamię z perspektywy antropologicznej, jest to, że definicja poligamii zawsze zależy od definicji małżeństwa w danej kulturze. Antropolożka porusza problem postrzegania małżeństwa przez pryzmat kultury zachodniej, mylenia pojęć *emic* z *etic* i przykładania własnych, nieprzystających kategorii do świata lokalnego. Podobnie pisze polska badaczka Mariola Flis. Jej zdaniem jednostkom ukształtowanym w europejskim kręgu kulturowym przez tradycję judeochrześcijańską instytucja małżeństwa przychodzi na myśl trwałe i zawarty uroczystość heteroseksualny związek dwojga ludzi (Flis, 2011, s. 23–26). Takie pojmowanie małżeństwa jest nieadekwatne w odniesieniu do większości kultur rodowo-plemiennych bądź kultur pierwotnych, które badała klasyczna antropologia społeczna. Małżeństwo we wspomnianych kulturach, po pierwsze, nie musi być związkiem trwałym (czasami jest to związek na dany okres, np. kilku miesięcy lub nawet kilku dni), po drugie, nie musi być zawarte w uroczysty sposób, po trzecie, niekoniecznie jest zawierane przez reprezentantów przeciwnych płci, po czwarte, może przybierać różne formy, jest instytucją wewnątrznie złożoną – mogą ją tworzyć więcej niż dwie osoby (Flis, 2011; Zeiten, 2020).

Antropologiczne badanie poligamii zakłada zawieszenie przedsądów i dotychczasowej wiedzy na jej temat. Podobnie dzieje się przy badaniu zjawiska konsensualnej niemonogamii – bym mogła dostrzec, czym jest dla moich partnerek badawczych konsensualna niemonogamia, muszę przestać postrzegać ją przez normatywną soczewkę diady jako podstawy związku (co często widoczne jest w perspektywie psychologicznej).

KONSENSUALNA NIEMONOGAMIA W NAUKACH SPOŁECZNYCH

Wiedzy w obszarze współczesnej niemonogamii konsensualnej dostarczają badania Elisabeth Sheff na temat jednej z popularnych form niemonogamii – poliamorii. Sheff jako jedna z pierwszych zajęła się tym zjawiskiem⁷ w Stanach Zjednoczonych, prowadząc badania wśród poliamorycznej społeczności w San Francisco. Socjolożka posługuje się metodami etnograficznymi, łącząc pogłębione wywiady z obserwacją uczestniczącą. W swoich publikacjach

i to w jej trzech formach (poliandrii, poligamii oraz grupowego małżeństwa stworzonego z dwóch pierwszych) (Zeiten, 2020, s. 109–122).

⁶ Praktyka ta wynika z ich wiary, że wielomałżeństwo jest wymogiem zbawienia (Zeiten, 2020, s. 92).

⁷ Poliamoria to forma związku, w którym ludzie mają wielu romantycznych, seksualnych i/lub uczuciowych partnerów. W przeciwieństwie do swingu poliamoria kładzie nacisk na długotrwałe, emocjonalnie intymne relacje oraz pełne ujawnienie sieci relacji seksualnych wszystkim, którzy w nich uczestniczą lub są przez nie dotknięci (Sheff, 2005, s. 252). W moich badaniach dostrzegam, że terminu „poliamoria” najczęściej używają osoby czytające dostępną literaturę w tym temacie, mające lewicowy światopogląd, często chodzące na spotkania grup poliamorycznych i wyrażające swoją tożsamość za pomocą tego terminu.

pisze ona między innymi o polityczno-feministycznym aspekcie poliamorii. Jej partnerki badawcze (kobiety w wieku od 30 do 50 lat) mówiły, że poliamoria jako forma związku odrzucająca podstawową normę społeczeństwa patriarchalnego – normę monogamii, wyposażyła je w umiejętność kwestionowania również innych norm fundamentalnych dla porządku patriarchalnego, np. ról płciowo-kulturowych. Poliamoria w badaniach Sheff jest widziana jako ta, która pomaga kobietom akcentować własne potrzeby i doprowadzać do ich spełnienia oraz do akceptacji własnego ciała. Zdaniem jej rozmówczyń dzięki poliamorii kobiety zyskują upodmiotowienie (Sheff, 2006). Warto wspomnieć, że uczestniczki omawianych badań mieszkały w dużym mieście w Stanach Zjednoczonych, w przeważającej mierze były białe, wykształcone, pochodziły z klasy średniej, deklarowały orientację biseksualną i pracowały jako terapeutki, konsultantki IT⁸. Socjolożka Lynn Jamieson (2004) i geografka społeczna Eleanor Wilkinson (2010) w swoich analizach również stawiają tezę, że wybór poliamorii zawsze ma charakter zarówno polityczny, jak i subwersyjny wobec heteronormatywnych wzorców relacyjnych.

Społeczne, kulturowe oraz ekonomiczne uprzywilejowanie tej grupy niewątpliwie ma znaczenie dla postrzegania poliamorii jako narzędzia dodającego kobietom sprawczości. Choć badania socjologiczne wprowadzają ważną perspektywę w debacie na temat niemonogamii, w większości dotyczą silnie liberalnych kontekstów społecznych, krajów, w których związki partnerskie dawno są zalegalizowane, a kwestie alternatywnych wzorców relacyjnych mają dłuższą historię.

W Polsce zjawisko niemonogamii badała Katarzyna Michalczak, która przyjrzała się praktykom w związkach intymnych wychodzących poza normę monogamii. Socjolożka posłużyła się teorią nowych plemion Michela Maffesoliego, by zbadać zjawisko konsensualnej monogamii w środowisku warszawskiej grupy o wysokim i zbliżonym do siebie kapitale społecznym i kulturowym. Michalczak koncentruje się na poliamorii jako części szerszego zjawiska niemonogamii, badając ją jako pewnego rodzaju trend w stylu życia lewicowych elit warszawskiej klasy średniej. Nowe plemiona wyrastają z kultury indywidualizmu, są przejawem ponownej potrzeby zakorzenienia jednostki we wspólnotowości po okresie całkowitej indywidualizacji. W teorii Michela Maffesoliego indywidualizacja stanowi punkt wyjścia do rozwoju nowych form wspólnotowości (Michalczak, 2015, s. 55). Choć społeczności, które badała socjolożka, często wracały do monogamicznych układów, gdy trend przemijał, w pracy Michalczak można znaleźć prognozę dalszego upowszechnienia zjawiska niemonogamii, co dziś (z perspektywy dziesięciu lat, które upłynęły od napisania pracy) da się potwierdzić, śledząc chociażby dyskurs medialny i popkulturowy. Badaczka kończy swoją pracę konkluzją, że to właśnie poliamoria niesie za sobą możliwość zmiany społecznej.

W kontekście par nieheteroseksualnych temat niemonogamii poruszały też Joanna Mizielińska, Marta Abramowicz i Agata Stasińska w książce *Rodziny z wyboru w Polsce. Życie rodzinne osób nieheteroseksualnych w Polsce* (2014). Ponadto na gruncie polskiej psychologii związki nienormatywne, w tym niemonogamiczne, badała Katarzyna Grunt-Mejer (2014). Podejmując nowatorski w Polsce temat prowadzenia terapii dla osób żyjących w wielorelacji,

⁸ Badania Elisabeth Sheff pokazały, że to właśnie biseksualne kobiety w społeczności poliamorycznej mają najwyższy status. W otoczeniu rozmówczyń Sheff to biseksualność kobiet przeważała i była bardziej normatywna niż heteroseksualność (Sheff, 2005, s. 266–269).

Grunt-Mejer zwraca uwagę na cechy, jakie powinien mieć dobry terapeuta. Nacisk kładzie przede wszystkim na samoświadomość psychoterapeuty oraz pracę własną „w kierunku pozbycia się kulturowych i światopoglądowych narzuceń, wiążących niemonogamię z nieuczciwością, zdradą, promiskuityzmem czy też problemami z bliskością i przywiązaniem” (Grunt-Mejer, 2015, s. 20). Jak pisze, właściwa terapia powinna koncentrować się na pracy z problemami klienta, nie zaś na pracy nad kształtem relacji jako takiej, jeśli nie jest ona zgłoszonym problemem.

Choć pozycji traktujących o konsensualnej niemonogamii nadal jest niewiele, przykładem interdyscyplinarnej publikacji jest książka *Understanding Non-Monogamies* z 2010 roku, w której tylko jeden tekst był współtworzony przez antropolożkę. Antropolożka i powieściopisarka Katherine Frank wraz z amerykańskim socjologiem i seksuologiem Johnem DeLamaterem w rozdziale *Deconstructing Monogamy Boundaries, Identities, and Fluidities across Relationships* opisują, w jaki sposób granice wierności są definiowane, uzasadniane, przeżywane i negocjowane wśród par o różnych praktykach seksualnych. Opierając się na danych ankietowych i materiałach z wywiadów z parami małżeńskimi, które uczestniczyły w różnych relacjach (związkach monogamicznych, potajemnie lub niekonsensualnie niemonogamicznych, otwartych małżeństwach, związkach poliamorycznych i swingowych), autorzy odkrywają podobieństwa w procesie ustalania społecznych i seksualnych granic w związkach oraz różnice w umowach między partnerami. Jak piszą we wnioskach, granice związku mogą być wytyczone przez fizyczny kontakt z innymi, ale także przez bardziej emocjonalne lub wyobrażeniowe zaangażowanie (Frank i DeLamater, 2010, s. 20). Badania Frank i DeLamatera ukazują, że ustalanie, a później negocjowanie granic to cecha w tym samym stopniu relewantna dla związków monogamicznych, jak i niemonogamicznych. Choć rozdział ten nie reprezentuje antropologicznego podejścia *sensu stricto* ani nie traktuje *explicite* o konsensualnej niemonogamii, zawiera ważny postulat w badaniach nad wszelkimi rodzajami związków niemonogamicznych. Konstruowanie monogamii jako kategorii badań, analiz czy porównań powinno być procesem świadomym, a nie czymś, co dzieje się automatycznie. Powinniśmy ostrożnie podchodzić do domyślnie konstruowanych układów binarnych lub porównywania „monogamii” z innymi rodzajami związków, co często widoczne jest w podejściu psychologicznym.

Jedne z nielicznych antropologicznych badań na temat niemonogamii przeprowadził brazylijski antropolog Antonio Cerdeira Pilão. Badacz zadał pytanie o to, jak terminy takie jak monogamia, poliamoria i inne nazwy form niemonogamicznych są pokazywane, interpretowane i dyskutowane w społecznościach LGBT. Na podstawie przeprowadzonych przez siebie w latach 2012–2017 badań etnograficznych nad wirtualnymi grupami LGBT analizuje również strategie podejmowane przez członków grup LGBT – czy bronią oni afektywnej i seksualnej różnorodności, czy bliższa jest im praktyka i poparcie monogamii, by zwiększyć społeczne rozpoznanie. Odpowiedź jest niejednoznaczna. Wśród gejów, lesbijek i biseksualistów w społecznościach, które badał antropolog, nie ma zgody co do tego, czy monogamia jest opresyjną formą związku (analogiczną do heteronormatywności). Poliamorii nie postrzega się jednak także jako narzędzia do walki z opresyjną normatywnością. Walka o rozpoznanie różnorodności związkowej i seksualnej, poddająca małżeństwo monogamiczne dekonstrukcji, nazywana przez Cerdeirę Pilão agendą poliamoryczną, jest możliwa głównie

dla osób heteroseksualnych, które w przeciwieństwie do osób nieheteronormatywnych mają przywilej zawierania monogamicznych małżeństw (Cerdeira Pilão, 2021, s. 15). Wnioski Cerdeiry Pilão ukazują, że społeczności, które nie mają zapewnionej widoczności w kulturze ani praw do legalnego zawierania związków, nadal koncentrują się głównie na walce o prawo do monogamicznych małżeństw. Niemonogamia, mimo że praktykowana, może być w tych społecznościach widziana jako przeszkoda do osiągnięcia głównego celu i na tym etapie walki o prawa (jeszcze) nieakcentowana. Badania Cerdeiry Pilão są świetnym przykładem zniuansowania podejścia osób heteronormatywnych i nieheteronormatywnych do tego samego zjawiska oraz wskazują na to, że wybór niemonogamii może być polityczny i użyty w różny sposób w zależności od grupy i jej interesów, ale może również w ogóle nie mieć politycznego wymiaru. Pokazują, jak ważne jest badanie zjawiska niemonogamii z perspektywy antropologicznej koncentrującej się na oddolnie tworzonej wiedzy oraz indywidualnym doświadczeniu zakorzenionym w danym kontekście kulturowym.

ETNOGRAFIA ZWIĄZKÓW NIEMONOGAMICZNYCH

Mimo że antropologiczne badania nad konsensualną niemonogamią zaczynają się powoli pojawiać, w Polsce prac na ten temat nadal brakuje. Od 2019 roku prowadzę pogłębione, wielostanowiskowe badania etnograficzne na temat doświadczania życia w niemonogamii wśród kobiet w Polsce. Projekt ten ma za zadanie wnieść antropologiczną perspektywę do badań nad niemonogamią oraz pokazać upolityczniony wymiar seksualności i rodziny we współczesnej Polsce.

Ujęcie tematu wedle założeń antropologii refleksyjnej, feministycznej pozwala położyć nacisk na indywidualny i upłciowiony wymiar doświadczenia życia w relacjach niemonogamicznych oraz zakorzenić je w polskim kontekście kulturowym⁹. Choć jako badaczka nie praktykuję niemonogamii, zatem nie łączy nas wspólnota doświadczeń, zostałam wychowana i żyję w tym samym kręgu kulturowym co moje rozmówczynie. Z tego względu można postrzegać moje badania jako część nurtu *anthropology at home*, który według Okely i Callaway ma wpisany w siebie obowiązek samoświadomości podobieństw i różnic (Okely i Callaway, 1992). Wiedza etnograficzna, która staje się podstawą antropologicznej analizy, jest efektem wielokrotnych spotkań i długoterminowej obserwacji, w której partnerka badawcza staje się współtwórczynią analizy (Strathern, 1988).

W ramach badań prowadzę indywidualne, pogłębione, nieustrukturyzowane wywiady etnograficzne w większych i mniejszych miastach: Warszawie, Krakowie, Katowicach, Wrocławiu i Rzeszowie, a moje rozmówczynie pochodzą z różnych części Polski. Istotnymi elementami badań są obserwacja uczestnicząca¹⁰, regularne prowadzenie dziennika badań

⁹ Projekt badawczy „Etnografia intymnych relacji niemonogamicznych – doświadczenie, strategie, praktyki” jest realizowany w SDNH UW.

¹⁰ Choć obserwacja uczestnicząca rozumiana klasycznie ma swoje ograniczenia w przypadku tak intymnego tematu, udaje mi się ją przeprowadzić podczas konferencji eksperckich, spotkań grup poliamorycznych i obserwując rozmowy poliamorystów na kanale komunikacyjnym Discord, do którego za zgodą uczestników zostałam dołączona.

oraz tworzenie notatek terenowych. Znaczącą częścią procesu badawczego są wywiady eksperckie z psychoterapeutami, seksuologami, psychologami zajmującymi się terapią osób niemonogamicznych (obecnie 5 osób, badania w toku). W myśl metody wielostanowiskowej etnografii w ujęciu Marcusa (1995) włączam także analizę dyskursu medialnego, artykułów, wywiadów, okółotematycznych grup na Facebooku (w których zainteresowane osoby wymieniają się doświadczeniami, pytają o rady, polecają sobie filmy, książki, podcasty) oraz forów internetowych. Na bieżąco śledzę także dyskurs instytucji Kościoła katolickiego i polityczny wokół tematów takich, jak: rodzina, seksualność, role płciowe czy niemonogamia sama w sobie. Dyskurs medialny, kościelny, polityczny i popkulturowy oraz głos ekspercki nadają narracjom rozmówczyń istotnego kontekstu i znacząco uzupełniają obraz zjawiska.

Trzon moich badań stanowią wywiady z kobietami żyjącymi w niemonogamiczny sposób. Moje partnerki badawcze to kobiety w wieku od 29 do 63 lat (obecnie 22 osoby). Znakomita większość z nich jest w wieku reprodukcyjnym. Prawie wszystkie osoby mają wyższe wykształcenie. Przeważająca część, jeśli nie urodziła się, to obecnie mieszka w większych polskich miastach (Warszawa, Kraków, Katowice, Wrocław) lub w ich pobliżu. Kilka osób pochodzi z mniejszych polskich miejscowości (poniżej 300 tys., poniżej 100 tys., poniżej 32 tys. i poniżej 13 tys. mieszkańców). Każda z moich partnerek badawczych żyła w jakiejś formie związku monogamicznego, także małżeńskiego.

Są to osoby, które znają swoje potrzeby i świadomie wybierają niemonogamię. Żyją w przeróżnych układach: od związków trzonowych i satelitarnych (dwoje partnerów, którzy jednocześnie mogą mieć partnerów poza swoim związkiem), przez otwarte małżeństwa, trójkąty, czworokąty (Banaszkiewicz, 2022) czy konstelacje, na które nie ma jeszcze przyjętej nazwy. Większość z moich rozmówczyń miała styczność ze światem psychoterapii, co nie tylko zostało wyrażone *explicite*, ale także jest widoczne w ich obszernej wiedzy dotyczącej tego czym jest, jak wygląda i czego potrzebuje do prawidłowego funkcjonowania „zdrowa/dobra relacja międzyludzka”. W zawieranych przez nie związkach zasady, granice i strategie są wypracowywane na co dzień oddolnie. Badam zjawisko niemonogamii zarówno otwartej, konsensualnej, jak i tej, która pojawia się w związku niezaplanowana, ale zadomawia się na dłużej. Takie ujęcie tematu pozwala mi dotrzeć do szerszej grupy badawczej i spojrzeć na temat badań z perspektywy różnych grup społecznych, nie tylko związanych z lewicowym środowiskiem dużych miast, ale także tych, w których potencjalna niemonogamia jest tabuizowana i stygmatyzowana przez światopogląd konserwatywny i religię katolicką.

RELACJE NOWEJ ERY

Prowadzone przeze mnie badania etnograficzne wpisują się w nurt badań społecznych nad emocjami, w tym miłością i intymnością w czasach (po)nowoczesności (zob. Bauman, 2003; Beck i Beck-Gernsheim, 2013; Giddens, 1992; Illouz, 2016). Relacje intymne formujące się w dobie późnej nowoczesności i rozwiniętej kultury indywidualizmu widziane są przez badaczy tego okresu jako oparte na wolnej woli, wolnym wyborze i szeroko pojętej autonomii jednostki – stanowiącego o sobie indywiduum (Beck i Beck-Gernsheim, 2013; Giddens, 2006). Ulrich Beck i Elisabeth Beck-Gernsheim (2013) definiują obecną kondycję

bliskich relacji międzyludzkich w obszarze intymności także jako chaotyczną. Chaos ten jest spowodowany konfliktem między miłością i rodziną a rosnącą osobistą autonomią jednostki, która skupiona jest bardziej na samorealizacji niż na życiu w społeczności. Największym wyzwaniem dla współczesnych relacji staje się zatem stabilność i trwałość związków (Illouz, 2021). Wielu badaczy jest zgodnych co do tego, że obecnie na Zachodzie zmieniają się sposoby poszukiwania, zawiązywania relacji i rodzaje romantycznych związków (Anapol, 2013; Barker i Langdridge 2010; Grunt-Mejer 2014; Illouz, 2016; Swidler, 2001). Jednym z wielu istniejących współcześnie typów relacji wpisujących się w relacje tzw. nowej ery jest właśnie relacja niemonogamiczna, przy czym choć konsensualna niemonogamia jest zjawiskiem współczesnym, sama niemonogamia występowała w społeczeństwie i interesowała antropologów od dawna. Większość moich rozmówczyń wychowała się lub przyjęła dyskurs obecny w nurcie kultury, którą Małgorzata Jacyno (2007) nazywa kulturą indywidualizmu czy nawet ekspresyjnego indywidualizmu. Jest to widoczne zarówno w języku, którym operują, jak i w praktykach. Za jedną z cech społeczeństwa indywidualistycznego Jacyno uważa powszechność kultury terapii charakteryzującej się spopularyzowaną, pochodzącą z nurtu psychologiczno-terapeutycznego wiedzą na temat tego, jak powinna wyglądać zdrowa relacja. Jest to element szerszego zjawiska, które socjolożka nazywa „racjonalizacją miłości”, do której przyczynił się dyskurs terapeutyczny. Kolejną cechą zdrowej relacji, która swój wzorzec bierze z kultury terapii, jest wiedza o tym, jak bardzo istotna jest komunikacja w związku. Jacyno mówi nawet o kulcie komunikacji, której przypisuje się funkcje naprawcze, uzdrawiające. Staje się ona uniwersalnym lekarstwem, które może wspomóc, najwyraźniej konieczną dziś, restytucję prawdziwej więzi w nowoczesnym świecie (Jacyno, 2007, s. 232). Moje rozmówczynie pozostają zgodne w odpowiedzi na pytanie o to, czego wymaga życie w mnogości relacji. Są to otwarta komunikacja, uważność, otwartość i świadomość własnych potrzeb.

KULTUROWY KONTEKST BADAŃ

Według GUS (Głównego Urzędu Statystycznego) w 2022 roku 92% Polaków nadal deklaruje się jako katolicy (GUS 2022). Przez ostatnie osiem lat główną partią rządzącą w Polsce było konserwatywne Prawo i Sprawiedliwość. Od 2015 roku polski rząd próbował zaostrzyć obecny zakaz aborcji, który obowiązywał od 1993 roku. Warto wspomnieć, że od tego roku Polska miała jedną z najbardziej restrykcyjnych ustaw aborcyjnych w Europie. Istotne jest, że do tej pory w Polsce nie uznaje się prawnie związków nieheteronormatywnych, nie mówiąc już o rodzinach. Koncepcja rodziny opartej na związku innym niż monogamiczny jest nie do pomyślenia.

Debata na temat rodziny jest stale obecna w codziennej polskiej sferze społeczno-politycznej. Polskość, zgodnie z rozumowaniem pravicowych polityków i hierarchów Kościoła katolickiego, opiera się na niepodlegających negocjacji tradycyjnych wartościach, takich jak małżeństwo, religia czy rodzina nuklearna. Stąd, jak słusznie zauważa antropolożka Agnieszka Kościańska, tematy takie jak seksualność konsekwentnie prowadzą do sporu o rodzinę, o role płciowe, a w końcu do sporu o polskość (Kościańska, 2021). Przyczyny tego poplątania pojęć wskazano w klasycznym już dla nauk społecznych tekście Niry Yuval Davis *Gender and nation* (1998), w którym socjolożka pokazuje, że pojęcia płci i narodu są

ze sobą nierozzerwalnie związane. Kobiety, jako biologicznie predysponowane do rodzenia dzieci, automatycznie odgrywają rolę reproduktorek narodu, a także nosicielki narodowych tradycji i wartości. Zostaje na nie nałożona odpowiedzialność za wspólnotę, ich ciała służą państwu narodowemu, zatem ich seksualność podlega kontroli. Termin „tożsamość narodowa” zasadza się na przeświadczeniu o jedności krwi i wspólnocie genów, a także wynikającej z niej chęci utrzymania czystości krwi (Yuval Davis, 1998). Chociaż pojęcie czystości odnosi się tu głównie do pojęcia krwi i związanej z nią eugeniki, obecnie rozszerza ona swoje znaczenie o wartości i tradycje narodowe, które konstytuują wyobrażenie tożsamości narodowej – w tym wypadku wyobrażenie „polskości”. I właśnie dlatego analizując temat niemonogamii kobiet w Polsce, nie można badać go w oderwaniu od kontekstu społeczno-kulturowego.

BRAK KULTUROWYCH SKRYPTÓW – O ZNACZENIACH ZNANYCH POJĘĆ

Badanie aparatu pojęciowego, jakim posługują się moje rozmówczynie, stanowi wyzwanie o tyle, że są to pojęcia na pozór zrozumiałe bądź intuicyjne. Długotrwałe wielostanowiskowe badanie etnograficzne, powracanie do rozmówców wzmocnione obserwacją uczestniczącą ujawnia jednak nie tylko odmienną semantykę tych pojęć, ale także zróżnicowanie indywidualne ich rozumienia i używania.

Za jedno z najtrudniejszych wyzwań życia w niemonogamicznym związku partnerki badawcze uznają konieczność „wypracowania wszystkiego samemu”. Znaczy to tyle, że relacja niemonogamiczna (w przeciwieństwie do monogamicznej) nie ma zasad z góry określonych przez kulturę i społeczeństwo, które zapewniałyby jej prawidłowe funkcjonowanie. Mimo dostępnej zachodniej literatury (zob. Anapol, 2013; Easton i Hardy, 2012), w której można odnaleźć porady i propozycje możliwych scenariuszy związków niemonogamicznych, nie istnieje wzorzec, który byłby sprawdzony, ani skrypt kulturowy, za którym można by podążyć. Przykłady podawane w przytoczonej literaturze często nie przystają do polskich realiów. Dodatkowo nie ma (jeszcze) adekwatnego języka, którym dałoby się opisać w sposób precyzyjny konstelacje, relacje i tworzące je osoby.

Maja ma 36 lat, ma trzech partnerów, z których dwaj to mąż Zosi (33 lata) i partner Oliwii (47 lat). Wspólnie żyją w polikule¹¹ (określenie na sieć poliamoryczną). Może to oznaczać, że niektóre osoby nie mają ze sobą bezpośredniej relacji seksualnej czy romantycznej, ale może łączyć ich wspólny partner lub partnerka. Polikuły mogą być wieloosobowe i zawierać w sobie związki diadyczne. Nie wszystkie osoby wchodzące w skład polikuły ze sobą mieszkają, Oliwia jest od 20 lat zamężna, z ich małżeństwa jest dwójka dzieci, które są częścią polikuły. Małgorzata tak mówi o wyzwaniach niemonogamii:

Nie masz ściągawki kulturowej, tak, w sensie jeżeli w monozwiązku trochę nie masz co zrobić, no możesz sobie włączyć dowolną komedię romantyczną, dowolny świąteczny film, żeby wiedzieć, że, nie wiem, gonitwa na lotnisku to będzie samograj albo pocałunek w deszczu, albo że **ogólnie to ludzie**

¹¹ Poruszając problem braku adekwatnego języka, warto zwrócić uwagę, że w słowniku języka polskiego nie istnieje słowo „polikuła”.

najpierw idą na pierwszą randkę, a potem na tam 33., a potem się oświadczają, a w poliamorii ponieważ jakby to wszystko jest customizowane, to właściwie wiesz, możesz na przykład, nie wiem, się rozwieść i nadal mieszkać razem. Albo stwierdzić, że przestajemy razem mieszkać, ale nadal jesteśmy razem, w sensie że możliwe jest zarówno wjechanie po schodach ruchomych, jak i zjechanie po schodach ruchomych, bo strony samodzielnie będą ten związek definiować.

Kwestia samodzielnego wypracowywania zasad, które będą komfortowe dla wszystkich stron, pojawia się w większości wywiadów. Łączy się ona z wymogiem wysokiej świadomości granic i potrzeb, których wedle partnerek badawczych wymaga życie w niemonogamiczny sposób. Co ciekawe, wątek ten został poruszony także przez jedną z moich rozmówczyń w trakcie wywiadów eksperckich – psychoterapeutkę, której jednym z najważniejszych kierunków działania jest praca terapeutyczna i rozwojowa z osobami LGBTQIA+, osobami z grupy GSRD (*Gender, Sexuality, Relationship Diversities*), czyli praktykującymi różnorodne życie seksualne i relacyjne. Warto wspomnieć, że dotychczasowe wywiady eksperckie wykazały, że nie istnieje systemowa wiedza przekazywana w szkołach terapeutycznych czy na studiach psychologicznych dotycząca tego, w jaki sposób pracować na terapii z osobami, które żyją w związkach niemonogamicznych. Terapeuci, którzy chcą taką wiedzę pozyskać, muszą zwykle skorzystać z zachodniej literatury i zasięgnąć informacji samodzielnie. Jedną z moich rozmówczyń prowadzi terapię indywidualną dwóch osób i związków niemonogamicznych (również w konstelacjach z dziećmi). Uważa ona, że nieposiadanie skryptów kulturowych, brak reprezentacji grupy w przestrzeni publicznej, literatury osadzonej w polskich realiach kulturowych oraz polikult w historii kultury czy przede wszystkim brak doświadczeń życia w niemonogamiczny sposób w rodzinach i starszych pokoleniach oraz związana z tym niemożność odziedziczenia takich wzorców to specyfika polskiego kontekstu kulturowego¹². Dlatego też zdaniem mojej rozmówczynie większość osób żyjących w Polsce w sposób niemonogamiczny przemierza drogę od monogamii do niemonogamii i zwykle żyje w formach związku otwartego. W procesie badawczym znacznie częściej spotykam związki otwarte¹³, od których odchodzą inne relacje (seksualne i romantyczne), niż grupy poliamoryczne czy polikultury. Jest to tożsame z moimi obserwacjami podczas badań. Znaczna część rozmówczyń nie posługuje się terminem „poliamoria”, nie czyta książek na ten temat ani nie chodzi na spotkania grup poliamorycznych. Takie osoby potencjalnie stają przed większym wyzwaniem związanym z ustalaniem zasad, wedle których będzie funkcjonował ich związek, a jedynym znanym wzorcem pozostaje związek mononormatywny.

Jedno z pytań, które zadaję moim partnerkom badawczym, dotyczy ich definicji rodziny. Najczęściej rodzina jest tu interpretowana jako rodzina z wyboru, czyli taka, której przynależność członków nie jest definiowana więzami krwi¹⁴. Część moich rozmówczyń planuje lub ma już dzieci z poprzednich związków. W zależności od ich wieku i konstelacji, w jakich

¹² Choć zdaję sobie sprawę, że nie ma jednej kultury polskiej, raczej jest ich wiele i są one różnorodne, w tym wypadku posługuję się takim jej rozumieniem, które pojawia się w wywiadach.

¹³ Związki otwarte w ujęciu psychologicznym zakładają brak romantycznych relacji z partnerami „pobocznymi”, ale w moich badaniach związki poboczne są zarówno seksualne, jak i romantyczne i często tak samo ważne jak pierwotny otworzony związek.

¹⁴ Jednak termin ten jest w pierwszej kolejności zwykle używany do rodzin nieheteronormatywnych, rodziny oparte na niemonogamii nie posiadają własnego precyzyjnego określenia.

żyją, są one w różnym stopniu włączane w niemonogamiczne życie ich rodziców. Ilustrują to poniższe przykłady.

Monika (38 lat) jest żoną Michała (38 lat), razem mają 11-letnią córkę Łucję¹⁵. Aneta (41 lat) jest żoną Tadeusza (42 lata). Oba małżeństwa tworzą obecnie miłośny czworokąt. Ich związek na tyle się rozwinął, że pod koniec września 2022 roku Aneta i Tadeusz przeprowadzili się do Warszawy z liczącego 80 tys. mieszkańców miasta na Dolnym Śląsku do Moniki i Michała¹⁶. Aneta tak odpowiada na pytanie, czym dla niej jest rodzina:

Myślę, że teraz Monika, Michał, Tadeusz i Łucja to jest moja taka najbliższa rodzina, to są ludzie, na których mi zależy najbardziej na świecie. Dla których jestem w stanie poświęcić... coś z siebie dać, dać dużo z siebie, żeby ta nasza jednostka społeczna, komórka była szczęśliwa po prostu. O to chodzi. Żeby było nam zwyczajnie ze sobą dobrze. Rodzina to też spokój, wsparcie, to, że możesz zawsze przyjść i powiedzieć o różnych rzeczach. Że się nie boisz. Duże bezpieczeństwo. Takie podstawowe rzeczy.

Monika, zapytana o to, jak wygląda kwestia opieki nad Łucją, odkąd zamieszkali wszyscy razem, odpowiada, że rozkłada się ona na całą czwórkę. Zarówno Tadeusz, jak i Aneta odrabiają z Łucją lekcje i odbierają ją ze szkoły. Aneta z Tadeuszem wychowują Łucję i zwracają jej uwagę, gdy sytuacja tego wymaga. Opieka nad dzieckiem oraz nad wszystkimi członkami rodziny rozszerza się na wszystkie osoby. Warto też wspomnieć, że Łucja mówi o Anecie jako o „trzecim rodzicu”. Pojawiły się już sytuacje, w których podczas wydarzeń szkolnych towarzyszyła jej Aneta, a nie Monika, będąca biologiczną matką. Ich rodzina musi zostać zdefiniowana na nowo.

Wielokrotne wywiady i powracanie do rozmówczyń umożliwiło mi dostrzeżenie, jak ważną kwestią jest także brak odpowiedniego języka, którym można by opisać poszczególnych członków rodziny z wyboru, opartej na romantycznej relacji. Widać to na przykład w układzie rodzinnym wspomnianej piątki, w której Łucja nie do końca wie, jak powinna mówić do Anety i Tadka, używa więc zamiennie imion lub określa ich mianem „wujka i cioci”. Biologiczni rodzice Łucji też nie mają jasności, jak powinni nazywać Anetę i Tadka. Ponadto pomimo stworzenia związku z dwóch małżeństw ani Monika, ani Aneta, z którymi rozmawiałam, nie określają ich związku jako polikuły, nie używają też terminu poliamoria. Monika mówi:

[...] nie wiem, jak to tak nazwać ... „ciocia? przyjaciele rodziców? partnerzy rodziców?” Nie wiem.

Powyższy przykład pokazuje zatem, że definicja rodziny nie jest tu oparta na biologicznych więzach krwi. Tak rozumiana rodzina pełni wszystkie jej kulturowe funkcje, zawiera zarówno komponent wzajemnej miłości, opieki, wychowania dzieci, bezpieczeństwa. Członkowie jednostki, o której mówi Aneta, czują się za siebie również współodpowiedzialni, mimo że ich rodzina nie jest rozpoznawana prawnie ani społecznie (zob. Collier et al., 2007, s. 62). Mówiąc o wzajemnej miłości wobec siebie, nie posługują się terminologią znaną z literatury na temat związków poliamorycznych.

¹⁵ Wszystkie imiona zostały zmienione w procesie anonimizacji.

¹⁶ Podczas wywiadu z Anetą Tadeusz i Michał budowali łóżko, w którym pomieści się ich cała czwórka.

Kasia ma 33 lata, jest Polką mieszkającą w Holandii i Belgii, żyje w związkach niemonogamicznych, głównie z mężczyznami. Obecnie jest w relacji, którą nazywa związkiem ze swoją przyjaciółką, planują wspólne dziecko, chcą stworzyć rodzinę i relację z potencjalnym ojcem dziecka (nie chcą, żeby był tylko dawcą spermy, ale partnerem głównie dla Kasi):

[...] to jest moja przyjaciółka, wszystko zaczęło się od przyjaźni, powiedziałabym bardziej... chociaż fizycznej też, ale po prostu mamy związek, który bardziej opiera się na wiesz rozmowach, byciu ze sobą mentalnie, nie fizycznie. Obie miałyśmy, jak się poznałyśmy, partnerów jeszcze. Ona nadal ma, ja już nie mam jakby płci męskiej, i stwierdziłyśmy, że dobrze się dogadujemy, na tyle dobrze, że chciałybyśmy mieć rodzinę razem. Ale oczywiście biologicznie jest to niemożliwe, więc potrzebujemy trzeciej osoby, ale też nie chcemy, żeby to była trzecia osoba po prostu znikąd, która będzie po prostu dawcą spermy albo przypadkiem, tylko chcemy świadomie się zdecydować, że to będzie część tej trójdzielnej rodziny.

Zapytałam Kasię o jej definicję związku i przyjaźni:

Miślę, że jedyna różnica między związkiem a przyjaźnią, oprócz sfery seksualnej, która moim zdaniem nie przynależy do związku tylko i wyłącznie, jest taka świadomość budowania i kształtowania przyszłości, a przynajmniej chcenia budowania przyszłości razem.

Powracanie do rozmówców oraz obserwacja uczestnicząca podczas spotkań poliamorycznych pokazały, że pojęcie przyjaźni i związku bardzo mocno się zaciera, szczególnie wśród osób, które deklarują życie w tak zwanej anarchii relacyjnej, zakładającej brak hierarchii w zawiązywanych relacjach. Powyższe przykłady ilustrują, że pojęcia, które są nam doskonale znane, potrzebują dookreślenia, zmieniają definicje. W relacjach, które nie mają „utartych skryptów”, często zdarza się, że powszechnie znana semantyka nie obowiązuje.

Kolejnym przykładem oddolnego definiowania pojęć może być zazdrość, która jest rozumiana nieco inaczej niż w związkach opartych na mononormie. W związkach konsensualnie niemonogamicznych zazdrość zwykle nie jest wywołana kontaktami romantyczno-seksualnymi z inną osobą. Nie znaczy to jednak, że zazdrość się nie pojawia. Jest ona w przeważającej mierze skoncentrowana wokół dwóch pojęć – czasu i uwagi.

Agnieszka ma 32 lata, pracuje w branży IT i prowadzi grupę spotkań dla poliamorycznych osób w jednym z większych polskich miast, ma dwóch partnerów na odległość.

Zazdrość może być na pewno o czas spędzany z drugą osobą, bo to jest to, co różnicuje związki niemonogamiczne od monogamicznych.

Julia ma 38 lat, jest matką dwójki dzieci. Jest po rozwodzie, żyje ze swoim partnerem „trzonowym”, oprócz tego obecnie ma jeszcze dwie relacje z innymi mężczyznami.

Ja nie jestem zazdrosna, ja nie mam natury zazdrośnika. Nie jestem zazdrosna... znaczy **mogę być zazdrosna o czas...** gdzie jeśli z mojej analizy wyniknie, znaczy inaczej. Nie jestem zazdrosna o partnera numer 2, 3 i dalej, ale mogę być zazdrosna o czas mi poświęcany przez mojego stałego partnera. Gdyby ta proporcja się zaburzyła i on by zaczął poświęcać mi mniej czasu, albo zaczęłyby spędzać więcej czasu z nią kosztem mojego czasu, to wtedy mogłabym być zazdrosna.

Powyższe przykłady ilustrują przesunięcia semantyczne pojęć pozornie znanych badaczce wchodzącej w teren we własnym kręgu kulturowym. Podejście antropologiczne pomaga zawiesić dotychczasowe przekonania, by podążyć za rozmówcą, zdekonstruować nabytą wiedzę i skonstruować ją na nowo. Dodatkowo wielostanowiskowe badania umożliwiają spojrzenie na zjawisko niemonogamii z różnych perspektyw i dają pełniejszy obraz zjawiska i jego specyfiki w kulturze polskiej.

PODSUMOWANIE

Perspektywa antropologiczna ma szansę uchwycić skontekstualizowany kulturowo, indywidualny, ale też upłciowiony wymiar doświadczenia życia w relacjach nienormatywnych, jakimi są współczesne relacje niemonogamiczne. Badania oparte na klasycznym rozumieniu etnografii, której fundamentem są długoterminowe, pogłębione badania terenowe, dają także możliwość ujęcia zróżnicowanego spektrum strategii i praktyk podejmowanych przez ludzi żyjących w sposób niemonogamiczny. Mogą się one różnić od tego, co wiemy na temat poliamorii z dostępnej literatury czytanej przez osoby praktykujące niemonogamię (zob. Anapol, 2013; Easton i Hardy, 2012).

Wielostanowiskowe badania etnograficzne wśród kobiet pokazują, że to samo zjawisko w Polsce ma własną specyfikę, polegającą na konieczności wypracowywania nieistniejących w kulturze wzorców i ścieżek, jakimi związek niemonogamiczny może podążać, oraz przesunięciu semantycznym pojęć takich jak przyjaźń/związek, rodzina czy zazdrość. Umiejętność krytycznego i refleksyjnego podejścia do przesądów, których zawieszenie jest konieczne w procesie badawczym, sprawia, że antropologia otwiera się na nowe definicje z pozoru znanych nam pojęć, niekiedy zmieniając, przesuwając bądź poszerzając ich znaczenia.

Dzięki metodom etnograficznym można pokazać także, że jasno skategoryzowane typy związków, które dotychczas wyróżniły nauki społeczne – poliamoria, związek otwarty czy anarchia relacyjna, w praktyce nie do końca odpowiadają swoim definicjom.

BIBLIOGRAFIA

- Anapol, D. (2013). *Poliamoria. Miłość i intymność z wieloma partnerami i partnerkami* (przeł. A. Weseli). Warszawa: Wydawnictwo Czarna Owca.
- Badinter, E. (1998). *Historia miłości macierzyńskiej* (przeł. K. Choiński). Warszawa: Oficyna Wydawnicza Volumen.
- Banaszkiewicz, P. (2022). *Charakterystyka konsensualnej niemonogamii*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Bauman, Z. (2013). *Liquid love: On the frailty of human bonds*. John Wiley & Sons.
- Barnard, A. (2020). *Antropologia. Zarys teorii i historii* (przeł. S. Szymański). Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Barker, M., Langdridge, D. (eds.). (2010). *Understanding non-monogamies* (Vol. 23). Routledge.

- Beck, U., Beck-Gernsheim, E. (2013). *Calkiem zwyczajny chaos miłości* (przeł. T. Dominiak). Wrocław: Wydawnictwo Naukowe Dolnośląskiej Szkoły Wyższej.
- Bergstrand, C., Williams, J. (2000). Today's alternative marriage styles: The case of swingers. *Electronic Journal of Human Sexuality*, 3. <http://www.ejhs.org/volume3/swing/body.htm>.
- Pilão, A.C. (2021). Conjugalities and sexualities in conflict: monogamy and polyamory among LGBT groups. *Vibrant: Virtual Brazilian Anthropology*, 18, e18503. <https://doi.org/10.1590/1809-43412021v18a503>
- Cohen, M.T. (2016). An exploratory study of individuals in non-traditional alternative relationships: How "open" are we?. *Sexuality & Culture*, 20(2), 295–315. <https://doi.org/10.1007/s12119-015-9324-z>.
- Collier, J., Rosaldo, M.Z., Yanagisako, S. (2007). Czy rodzina istnieje? Nowe ujęcia antropologiczne. W: R.E. Hryciuk, A. Kościańska (red.), *Gender. Perspektywa antropologiczna* (t. 1: *Organizacja społeczna*). Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Conley, T.D., Ziegler, A., Moors, A.C., Matsick, J.L., Valentine, B. (2013). A critical examination of popular assumptions about the benefits and outcomes of monogamous relationships. *Personality and Social Psychology Review*, 17(2), 124–141. <https://doi.org/10.1177/1088868312467087>.
- Easton, D., Hardy, J.W. (2012). *Puszczalcy z zasadami. Praktyczny przewodnik dla miłośników poliamorii, otwartych związków i innych przygód*. Warszawa: Wydawnictwo Czarna Owca.
- Fairbrother, N., Hart, T.A., Fairbrother, M. (2019). Open relationship prevalence, characteristics, and correlates in a nationally representative sample of Canadian adults. *The Journal of Sex Research*, 56(6), 695–704. <https://doi.org/10.1080/00224499.2019.1580667>.
- Flis, M. (2011). Pokrewieństwo i kulturowe różnicowanie instytucji małżeństwa. W: A. Kowalska, A. Mrozek, A. Świerżowska, M. Teperska-Kłasińska (red.), *Przez kultury i cywilizacje. Pamięci Profesora Andrzeja Flisa* (s. 19–30). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Frank, K., DeLamater, J. (2010). Deconstructing monogamy: Boundaries, identities, and fluidities across relationships. W: M. Barker, D. Langdridge (eds.), *Understanding Non-Monogamies* (s. 9–22). New York: Routledge.
- Giddens, A. (2006). *Przemiany intymności. Seksualność, miłość i erotyzm we współczesnych społeczeństwach* (przeł. A. Szulżycka). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- GUS. (2022) Wyznania religijne w Polsce 2019–2022. Pobrano z: <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/inne-opracowania/wyznania-religijne/wyznania-religijne-w-polsce-2019-2021,5,3.html> [15.06.2024].
- Grunt-Mejer, K. (2014). Od monogamii do poliamorii: społeczny odbiór związków niemononormatywnych. *Studia Socjologiczne*, 215(4), 159–181.
- Grunt-Mejer, K. (2015). Terapia osób w związkach konsensualnie niemonogamicznych. W: Z. Janiszewska-Nieścioruk, J. Herberger, I. Grzegorzewska, A. Mróz, K. Grunt-Mejer, D. Niewiedział, M. Farnicka, U. Gembara, *Człowiek wobec wyzwań i zagrożeń współczesności. Rozwój, rodzina, edukacja*. Zielona Góra: Oficyna Wydawnicza Uniwersytetu Zielonogórskiego. Pobrano z: <https://open.icm.edu.pl/items/f5f71655-ec77-421f-994e-cc055edfff76> [19.02.2024].

- Kościańska, A. (2021). The handbook of masturbation and defloration: Tracing sources of recent neo-conservatism. W: H. Haukanes, F. Pine (eds.), *Intimacy and Mobility in an Era of Hardening Borders: Gender, Reproduction, Regulation* (s. 218–234). Manchester: Manchester University Press.
- Illouz, E. (2016). *Dlaczego miłość rani. Studium socjologiczne* (przeł. M. Filipczuk). Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- Illouz, E. (2021). *The End of Love: A Sociology of Negative Relations*. Cambridge – Medford: Polity.
- Jacyno, M. (2007). *Kultura indywidualizmu*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Jamieson, L. (2004). Intimacy, Negotiated Non-Monogamy and the Limits of the Couple. W: J. Duncombe, K. Harrison, G. Allan, D. Marsden (eds.), *The State of Affairs: Explorations in Infidelity and Commitment* (s. 35–57). Mahwah: Routledge.
- Lévi-Strauss, C. (1987). Rodzina (przeł. M. Kolankiewicz). *Odra*, 3, 19–27; 4, 42–49.
- Levitt, E.E. (1988). Alternative lifestyle and marital satisfaction. *Annals of Sex Research*, 1(3), 455–461. <https://doi.org/10.1007/BF00878109>.
- Malinowski, B. (2005). Małżeństwo i pokrewieństwo. W: G. Godlewski (oprac.), A. Mencwel (red.), *Antropologia kultury. Zagadnienia i wybór tekstów* (s. 263–296). Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Marcus, G. (1995). Ethnography in/of the world system: The emergence of multi-sited ethnography. *Annual Review of Anthropology*, 24, 95–117.
- McLennan, J.F. (1865). *Primitive Marriage: An Inquiry into The Origin of the Form of Capture in Marriage Ceremonies*. Edinburgh: A. and C. Black.
- Michalczak, K. (2015). *Związki intymne i rodzinne konstruowane poza normą monogamii*. Uniwersytet Warszawski [praca doktorska]. Pobrano z: <https://repozytorium.uw.edu.pl/entities/publication/357cb9b0-aadd-4c42-9d1c-0a99c26ca378> [5.12.2023].
- Mizielińska, J., Abramowicz, M., Stasińska, A. (2014). *Rodziny z wyboru w Polsce. Życie rodzinne osób nieheteroseksualnych*. Warszawa: Instytut Psychologii Polskiej Akademii Nauk.
- Morgan, L.H. (2007). Społeczeństwo pierwotne. W: E. Nowicka, M. Głowacka-Grajper (red.), *Świat człowieka, świat kultury. Antologia tekstów klasycznej antropologii* (s. 71–81). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Okely, J., Callaway, H. (eds.). (1992). *Anthropology and Autobiography*. London–New York: Routledge.
- Rubin, J.D., Moors, A.C., Matsick, J.L., Ziegler, A., Conley, T.D. (2014). On the margins: Considering diversity among consensually non-monogamous relationships. *Journal für Psychologie*, 22(1), 711–726.
- Rubin, R.H. (2001). Alternative lifestyles revisited, or whatever happened to swingers, group marriages, and communes?. *Journal of Family Issues*, 7(6), 711–727. <https://doi.org/10.1177/019251301022006003>.
- Schneider, D.M. (1984). *A Critique of the Study of Kinship*. University of Michigan Press.
- Schneider, D.M. (2014). *American kinship: A cultural account*. University of Chicago Press.
- Sheff, E. (2005). Polyamorous women, sexual subjectivity and power. *Journal of Contemporary Ethnography*, 34(3), 251–283. <https://doi.org/10.1177/0891241604274263>.

- Sheff, E. (2006). Poly-hegemonic masculinities. *Sexualities*, 9(5), 621–642. <https://doi.org/10.1177/1363460706070004>.
- Stanisz, A. (2013). *Rodzina made in Poland. Antropologia pokrewieństwa i życia rodzinnego*. Poznań: Wydawnictwo Nauka i Innowacje.
- Strathern, M. (1988). *The Gender of the Gift: Problems with Women and Problems with Society in Melanesia*. Berkeley: University of California Press.
- Swidler, A. (2001). *Talk of Love: How Culture Matters*. Chicago–London: The University of Chicago Press.
- Wilkinson, E. (2010). What's queer about non-monogamy now? W: M. Barker, D. Langdrige (eds.), *Understanding Non-Monogamies* (s. 243–254). New York: Routledge.
- Wilson R.A. (2008). Ethnocentric Projection and the Study of Kinship. W: R.A. Wilson, *Blood is Thicker than Water, nicht wahr? Terra Socialis: The Individual in the Fragile Sciences: Sociality*, [https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://hist.uni.wroc.pl/content/download/52067/269893/file/tzs%25202017%2520\(2\).pdf&ved=2ahUKEwis9v3n9KCHAXX9BNsEHZUZAUUYQFnoECBMQAQ&usq=AOvVaw0kZBjrwgZM2T9u6ak6E_mR](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://hist.uni.wroc.pl/content/download/52067/269893/file/tzs%25202017%2520(2).pdf&ved=2ahUKEwis9v3n9KCHAXX9BNsEHZUZAUUYQFnoECBMQAQ&usq=AOvVaw0kZBjrwgZM2T9u6ak6E_mR) [10.06.2024].
- Yuval-Davis, N. (1998). *Gender and nation*. W: R.E. Miller, R. Wilford (eds.), *Women, Ethnicity and Nationalism: The Politics of Transition* (s. 23–35). London–New York: Routledge.
- Zeitzen, M.K. (2020). *Polygamy: A Cross-Cultural Analysis*. London: Routledge.

“BUT WHY DO THEY BOTH CALL YOU ‘SWEETHEART’?”. AN ANTHROPOLOGICAL PERSPECTIVE ON CONSENSUAL NON-MONO GAMY IN POLAND

The article explores consensual non-monogamy as a new area of research in anthropology regarding intimate relationships in postmodernity. While psychology and sociology currently dominate this topic, an anthropological approach based on ethnographic research can provide a deeper understanding of this phenomenon. Ethnography allows for the examination of diverse strategies and practices adopted by people living in a non-monogamous manner. The anthropological approach, which places individual human experience at the center of cultural context, has the potential to broaden an understanding of concepts such as jealousy, relationship/friendship, and family. The author examines the development of concepts of non-monogamy, polygamy, and monogamous family by looking at the beginnings of anthropology and then critically reading them in relation to the contemporary social world and her own fieldwork conducted among women living in consensually non-monogamous relationships in Poland.

Keywords: ethnography, consensual non-monogamy, family, postmodernity, jealousy, polyamory, relationship/friendship

Zgłoszenie artykułu: 5.12.2023

Recenzje: 12.03.2024

Akceptacja: 12.03.2024

Publikacja online: 30.06.2024

Agata Smolak*

ORCID: 0000-0003-1519-7662

Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

EDUKACJA W ERZE CYFROWEJ: ADAPTACJA PROCESU KSZTAŁCENIA Z WYKORZYSTANIEM POTENCJAŁU WIRTUALNEJ RZECZYWISTOŚCI

Współczesna edukacja staje wobec wyzwań związanych z indywidualizacją nauczania oraz rozwijaniem kluczowych umiejętności miękkich u uczniów. W odpowiedzi na te potrzeby artykuł przedstawia analizę zastosowania technologii wirtualnej rzeczywistości (VR) w edukacji jako skutecznej platformy do osiągnięcia tych celów. VR pozwala na stworzenie realistycznych i angażujących doświadczeń, które umożliwiają personalizację materiałów i zadań edukacyjnych, a także wspierają rozwój kompetencji miękkich. Dzięki wirtualnym środowiskom uczniowie mogą eksplorować, powtarzać i podejmować decyzje w procesie nauki, co zwiększa zaangażowanie i skuteczność przyswajania wiedzy. Ponadto VR umożliwia ćwiczenie umiejętności interpersonalnych przez interakcję z wirtualnymi postaciami i symulację różnych scenariuszy. Artykuł przedstawia również wyzwania związane z implementacją VR w edukacji, takie jak koszty, dostępność sprzętu i potrzeba szkoleń dla nauczycieli. Zaproponowane są potencjalne rozwiązania tych problemów, takie jak dofinansowanie, współdzielenie zasobów sprzętowych między szkołami i organizowanie szkoleń dla nauczycieli. W zakończeniu artykuł podkreśla znaczenie dalszych badań i rozwoju w dziedzinie VR w edukacji, aby lepiej wykorzystać potencjał tej technologii i przyczynić się do lepszego dostosowania edukacji do potrzeb i umiejętności uczniów.

Słowa kluczowe: edukacja, wirtualna rzeczywistość, współczesne metody nauczania, technologia

WSTĘP

We współczesnej erze cyfrowej rewolucji, w której dynamiczne zmiany technologiczne stają się siłą napędową postępu społeczno-gospodarczego, edukacja stoi przed niebywałym wyzwaniem adaptacyjnym (Copeland, 2021; Kalolo, 2019). Konieczność kształtowania kompetencji przyszłości, kluczowych dla adaptacji jednostek do zmiennych realiów pracy (Dondi et al., 2021) i życia społecznego, zyskuje na znaczeniu w kontekście rosnącej implementacji technologii w życiu zarówno indywidualnym/prywatnym, jak i zawodowym (OECD). Nowe

* Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, e-mail: agata.smolak@gmail.com.

narzędzia technologiczne, takie jak wirtualna rzeczywistość (VR), wydają się jednym z najbardziej obiecujących medium, jeśli chodzi o potencjał dydaktyczny i pedagogiczny (Graeske i Sjöberg, 2021). Biorąc pod uwagę społeczne implikacje wprowadzania nowych technologii, szczególnie w kontekście kształtowania mentalności oraz umiejętności przyszłych pokoleń, naukowcy, edukatorzy i decydenci polityczni zaczynają postrzegać VR nie tylko jako narzędzie rozrywkowe, ale również jako kluczowy instrument mogący znacząco wzmocnić proces edukacyjny (Piovesan et al., 2012). Wirtualna rzeczywistość pozwala bowiem na tworzenie głębokich, immersyjnych doświadczeń edukacyjnych, które mogą uzupełnić tradycyjne metody nauczania.

Celem niniejszego artykułu jest analiza możliwości wykorzystania technologii wirtualnej rzeczywistości w edukacji ze szczególnym uwzględnieniem kształtowania kompetencji niezbędnych w przyszłości. Niniejszy artykuł stawia przed sobą wyzwanie eksploracji trzech fundamentalnych tez dotyczących roli wirtualnej rzeczywistości w edukacji. Po pierwsze, rozważane jest przekonanie, że technologia VR ma możliwość oferowania doświadczeń dydaktycznych o charakterze i głębokości nieosiągalnych dla konwencjonalnych metod edukacyjnych. Dzięki pełnemu zanurzeniu i interaktywności VR ma potencjał przekształcenia pasywnej absorpcji wiedzy w jej aktywną eksplorację. Po drugie, wirtualna rzeczywistość przez swój charakter i funkcjonalność może stać się katalizatorem rozwijania kluczowych kompetencji XXI wieku, takich jak innowacyjność, umiejętność funkcjonowania w globalnie zróżnicowanych środowiskach czy elastyczność w obliczu nieustannie ewoluujących warunków. Wreszcie, trzecia teza postuluje, że zaadaptowanie VR jako stałego elementu edukacyjnego może nie tylko przyspieszyć, ale i ułatwić proces adaptacji młodego pokolenia do specyficznych i często nieprzewidywalnych wymagań przyszłego rynku pracy. Zastanawiając się nad tymi hipotezami, autorka artykułu dąży do analizy potencjału wirtualnej rzeczywistości jako narzędzia odpowiedzi na wyzwania edukacyjne XXI wieku.

W erze szybko rozwijających się technologii i dynamicznych zmian społeczno-gospodarczych edukacja, będąca kluczowym elementem struktury społecznej, staje się areną nieustannych adaptacji i przemian. Pojęcie „kompetencji przyszłości” stało się nie tylko modne w dyskursie edukacyjnym, ale również nieodzowne, aby sprostać wymaganiom nadchodzącej dekady (Marope, Griffin, Gallagher). Znaczenie tego terminu ma podwójną wartość – z jednej strony odnosi się do umiejętności niezbędnych w przyszłym środowisku pracy, z drugiej strony podkreśla potrzebę adaptacji systemów edukacyjnych do nieprzewidywalnych realiów przyszłości (PEW Research Center).

EDUKACJA I KOMPETENCJE PRZYSZŁOŚCI

Aktualne wyzwania w edukacji są wielowymiarowe i złożone (OECD). Wobec globalizacji, cyfryzacji i rosnącej interkulturowości tradycyjne metody nauczania oraz standardowe podejście do edukacji stają się niewystarczające. Istnieje pilna potrzeba identyfikacji i implementacji nowych strategii pedagogicznych, które będą w stanie wyposażać uczniów w takie kompetencje, jak: zdolność do krytycznego myślenia, kreatywność, elastyczność czy umiejętność współpracy w zespołach wielokulturowych. Tym bardziej że w obliczu postępującej

automatyzacji i rosnącego znaczenia sztucznej inteligencji to właśnie te umiejętności będą kluczem do sukcesu w przyszłym świecie pracy (Bughin i Ha, 2018). Pojęcie „kompetencji” w kontekście edukacyjnym odnosi się nie tylko do wiedzy i umiejętności, ale również do postaw i wartości, które uczniowie powinni rozwijać w trakcie procesu kształcenia. W literaturze przedmiotu często spotykane są pojęcia takie jak „21st Century Skills” czy „umiejętności dla przyszłości”, które opisują zestaw kluczowych kompetencji niezbędnych w nowoczesnym świecie. Wśród nich znajdują się takie elementy, jak zdolność do rozwiązywania problemów, krytyczne myślenie, kreatywność, komunikacja, współpraca czy umiejętność uczenia się przez całe życie.

Dynamiczne zmiany technologiczne, społeczne i gospodarcze ostatnich dekad stanowią wyzwanie dla koncepcji tradycyjnego kształcenia. W środowisku, gdzie innowacje technologiczne zachodzą w błyskawicznym tempie, społeczeństwa stają się coraz bardziej zróżnicowane kulturowo, a struktury gospodarcze ewoluują w kierunku gospodarki opartej na wiedzy, pojęcie kompetencji przyszłości wymaga redefinicji. Nieodłącznym elementem tej przemiany jest włączenie do spektrum kompetencji zdolności adaptacyjnych w obliczu nieustannie zmieniającego się otoczenia. Zdolność do ciągłego uczenia się, elastyczność poznawcza oraz kreatywność w rozwiązywaniu problemów stają się nie tyle atutami, ile koniecznościami (Sahakian i Christopoulos, 2023). W obliczu globalizacji i digitalizacji kompetencje takie jak inteligencja międzykulturowa czy zdolność do skutecznej komunikacji w różnorodnych środowiskach nabierają na znaczeniu (Lifintsev i Wellbrock, 2019). Kolejnym aspektem jest rosnąca potrzeba kompetencji technologicznych. Zrozumienie i umiejętność efektywnego korzystania z nowych technologii, jak również zdolność do krytycznej analizy informacji w cyfrowym świecie, stają się kluczowe. Kompetencje te nie są jednak wyłącznie techniczne; łączą się z etyką, refleksją nad społecznymi i kulturowymi implikacjami technologii oraz zdolnością do współpracy w zespołach zdalnych i wielokulturowych. Zmiany gospodarcze, które kierują świat w stronę bardziej złożonych struktur, wymagają również nowego podejścia do edukacji. Zdolność do myślenia systemowego, interdyscyplinarnego oraz umiejętność identyfikacji i adaptacji do zmieniających się potrzeb rynku pracy są niezbędne w XXI wieku (Schleicher, 2011). W rezultacie kompetencje przyszłości stają się bardziej złożone, wielowymiarowe i są w stałej ewolucji, odzwierciedlając dynamikę zmieniającego się świata. Przenikliwa analiza współczesnych tendencji w dziedzinie technologii, społeczeństwa i gospodarki podkreśla jeszcze jedną istotną kwestię: integralność kompetencji. Dziś, w dobie postępu technologicznego, nie wystarczy być ekspertem w jednym konkretnym obszarze. Raczej dąży się do kształcenia jednostek, które są w stanie integrować wiedzę z różnych dziedzin, łączyć zdolności analizy z kreatywnością oraz efektywnie wdrażać interdyscyplinarne strategie rozwiązania problemów. Przykładem tego trendu jest ewolucja zawodów związanych z technologią informacyjną. Współczesny specjalista IT nie jest już tylko programistą czy administratorem systemów. Wymaga się od niego również umiejętności biznesowych, zrozumienia potrzeb klienta, a także zdolności do komunikacji i współpracy w zespołach interdyscyplinarnych. Jednakże nie można zapominać o etycznym aspekcie kompetencji przyszłości. W erze informacji i cyfrowej transformacji rośnie odpowiedzialność za etyczne podejmowanie decyzji, krytyczne podejście do dostępnych danych oraz zdolność do refleksji nad wpływem technologii na społeczeństwo. W tym kontekście edukacja musi

przygotować uczniów nie tylko do efektywnego działania w cyfrowym świecie, ale również do rozwijania etycznej świadomości i odpowiedzialności za podejmowane decyzje. Wprowadzenie kompetencji przyszłości do systemu edukacji wymaga też refleksji nad metodami nauczania. W kontekście dynamicznych zmian tradycyjne metody kształcenia mogą okazać się niewystarczające, stawiając przed pedagogami wyzwanie adaptacji nowych strategii nauczania, które będą bardziej dostosowane do wymogów współczesności.

WIRTUALNA RZECZYWISTOŚĆ JAKO NARZĘDZIE EDUKACYJNE

W ostatnich dekadach rozwój technologii wirtualnej rzeczywistości (VR) znacząco wpłynął na różnorodne dziedziny życia, w tym również na edukację (Campos, 2022). Współczesne społeczeństwo cyfrowe staje w obliczu dynamicznych wyzwań, które wymagają nie tylko nowoczesnych narzędzi, ale także innowacyjnych podejść do nauczania i uczenia się. W tym kontekście zastosowanie VR w edukacji stało się przedmiotem intensywnych badań i rosnącego zainteresowania pedagogów oraz naukowców. Wirtualna rzeczywistość jako zaawansowana technologia umożliwiająca użytkownikom zanurzenie się w trójwymiarowych, cyfrowych środowiskach otwiera przed edukacją nowe horyzonty. Zasada działania VR polega na stworzeniu wirtualnej przestrzeni, w którą użytkownik jest wprowadzany za pomocą specjalnych okularów lub hełmów, a dzięki precyzyjnej symulacji sensorycznej ma on wrażenie fizycznego obcowania z wirtualnym otoczeniem. Zdolność do stworzenia wirtualnych światów i symulacji realistycznych scenariuszy otwiera wiele możliwości zastosowania tej technologii w procesie nauczania. Warto poddać analizie pięć kluczowych obszarów, w których VR może odgrywać istotną rolę: interaktywność i angażujące środowiska nauczania, praktyczne doświadczenie i symulacje, personalizacja nauczania, rozwój kompetencji miękkich i empatii. Każdy z tych obszarów wskazuje na potencjał VR do rewolucjonizacji metod edukacyjnych i dążenia do bardziej efektywnego i angażującego uczenia się.

INTERAKTYWNOŚĆ I ANGAŻUJĄCE ŚRODOWISKA NAUCZANIA

W dzisiejszym świecie, w którym technologia odgrywa coraz większą rolę, edukacja stoi przed koniecznością dostosowania się do potrzeb współczesnych uczniów (Kaminska i Sapinski, 2019). Tradycyjne metody nauczania, oparte na jednostronnym przekazywaniu informacji, mogą nie zawsze być wystarczająco skuteczne, aby zaangażować i zainteresować uczniów. W tym kontekście zastosowanie VR w edukacji oferuje rozwiązania, pozwalając na stworzenie interaktywnych i angażujących środowisk nauczania. Przy użyciu technologii VR uczniowie mogą wchodzić w interakcje z wirtualnymi środowiskami, co czyni edukację bardziej dynamiczną i atrakcyjną. Zamiast biernego odbierania informacji uczniowie stają się aktywnymi uczestnikami procesu edukacyjnego, co z kolei sprzyja lepszemu przyswajaniu wiedzy. Możliwość aktywnego eksplorowania wirtualnych światów zachęca uczniów do odkrywania nowych zagadnień oraz stymuluje ich ciekawość poznawczą. W środowisku VR uczniowie mogą zgłębiać nieznanne światy, odtwarzać historyczne wydarzenia czy badania

naukowe, które w rzeczywistości mogą być nieosiągalne lub niebezpieczne. Dzięki temu mogą wyjść poza szkolne mury i zanurzyć się w realistycznych symulacjach, co czyni proces nauki bardziej praktycznym i wartościowym. Na przykład nauczanie astronomii za pomocą VR pozwala uczniom na wirtualne podróże po kosmosie, obserwowanie planet i galaktyk, co może wzbudzić w nich pasję do nauk przyrodniczych (Atta i Abdelsattar, 2022). Ponadto VR umożliwia tworzenie angażujących i interaktywnych gier edukacyjnych, które sprawiają, że nauka staje się ciekawą przygodą (Velev i Zlateva, 2017). Gry edukacyjne w wirtualnej rzeczywistości integrują elementy rozrywki z naukową treścią, co przyciąga uwagę uczniów i sprawia, że proces edukacyjny staje się bardziej atrakcyjny. W tego typu grach uczniowie często muszą rozwiązywać zagadki, podejmować decyzje czy interakcje z postaciami lub obiektami w wirtualnym świecie, co rozwija ich zdolności logicznego myślenia i umiejętności problem solvingowe. Kluczowym aspektem interaktywności w VR jest również możliwość tworzenia symulacji naukowych, które pozwalają uczniom na przeprowadzenie eksperymentów w wirtualnym środowisku (Wang et al., 2016). Na przykład wirtualne laboratoria pozwalają uczniom na naukę chemii czy fizyki w bezpiecznych warunkach, eliminując ryzyko niekontrolowanych reakcji czy eksplozji. Dzięki temu uczniowie mogą zdobywać praktyczne doświadczenie bez konieczności korzystania z kosztownego sprzętu laboratoryjnego. Jednym z wyjątkowych aspektów interaktywności VR jest możliwość dostosowywania do potrzeb uczniów. Nauczyciele mogą zaprojektować wirtualne lekcje, które uwzględniają indywidualne zdolności i tempo uczniów, co z kolei może znacznie zwiększyć efektywność procesu nauki. Uczniowie mogą uczyć się we własnym tempie, powtarzać trudniejsze zagadnienia czy skupić się na obszarach, które są dla nich najbardziej interesujące. Warto również wspomnieć o aspekcie motywacyjnym VR w edukacji. Angażujące i interaktywne środowiska nauczania stymulują uczniów do aktywnego uczestnictwa w procesie edukacyjnym, co może przekładać się na większą motywację do nauki. Wciągająca forma nauki, która charakteryzuje VR, może być szczególnie korzystna dla uczniów o różnorodnych stylach uczenia się, zwiększając ich zaangażowanie i skłonność do nauki. Podsumowując, interaktywność i angażujące środowiska nauczania stanowią fundament zastosowania VR w edukacji. Technologia ta pozwala uczniom na aktywne uczestnictwo w procesie nauki, eksplorowanie wirtualnych światów i wykonywanie interakcji z wirtualnymi obiektami czy postaciami. Dzięki temu proces edukacyjny staje się bardziej atrakcyjny, praktyczny i dostosowany do indywidualnych potrzeb uczniów. W kolejnych sekcjach artykułu skoncentrujemy się na innych aspektach zastosowania VR w edukacji, aby lepiej zrozumieć potencjał tej technologii w kształtowaniu nowoczesnych metod nauczania i uczenia się.

PRAKTYCZNE DOŚWIADCZENIE I SYMULACJE

W dziedzinie edukacji zawodowej, medycznej i inżynierskiej praktyczne doświadczenie i bezpośrednia interakcja z rzeczywistymi sytuacjami odgrywają kluczową rolę w doskonaleniu umiejętności i zdobywaniu kompetencji zawodowych (Wrenn i Wrenn, 2009). Jednak tradycyjne metody szkoleniowe mogą często ograniczać dostęp do takich doświadczeń, a także wiązać się z ryzykiem dla pacjentów, uczestników czy sprzętu.

Zastosowanie VR w edukacji otwiera nowe perspektywy w dziedzinie praktycznego doświadczenia i symulacji, pozwalając na bezpieczne i realistyczne ćwiczenie skomplikowanych procedur i sytuacji. Przy użyciu wirtualnych środowisk uczniowie mogą trenować swoje umiejętności, uczyć się na błędach i doskonalić swoje działania bez ryzyka dla rzeczywistych pacjentów czy systemów (Pantelidis, 1997). W dziedzinie edukacji zawodowej technologia VR daje możliwość symulacji różnych scenariuszy i sytuacji, które mogą być spotykane w danym zawodzie. Na przykład przyszli mechanicy samochodowi mogą praktykować naprawy różnych komponentów pojazdów w wirtualnym warsztacie bez konieczności korzystania z prawdziwych samochodów. Symulacje VR pozwalają na bezpośrednią interakcję z częściami i narzędziami, co może być cennym doświadczeniem dla uczniów. W dziedzinie medycyny VR stwarza możliwość realistycznego symulowania różnych procedur medycznych. Studenci medycyny mogą trenować umiejętności chirurgiczne w wirtualnym otoczeniu, ćwicząc precyzję ruchów i podejmując decyzje w odpowiedzi na zmieniające się warunki. Takie ćwiczenia pozwalałyby na lepsze przygotowanie przyszłych chirurgów, minimalizując ryzyko błędów w rzeczywistych warunkach operacyjnych. W dziedzinie inżynierskiej VR umożliwia przeprowadzanie symulacji działania różnych systemów i konstrukcji. Przyszli inżynierowie mogą testować różne projekty w wirtualnym środowisku, analizując ich wydajność i wytrzymałość w różnych warunkach. Symulacje VR pozwalają na szybszą i bardziej dokładną ocenę projektów, co może przyczynić się do zwiększenia efektywności prac inżynierskich.

Korzyści z wykorzystania VR w praktycznym szkoleniu i symulacjach są zauważalne zarówno w edukacji początkowej, jak i w dalszym szkoleniu zawodowym. W edukacji początkowej symulacje VR pozwalają na bardziej przystępne i bezpieczne wprowadzenie uczniów w zawody i specjalizacje. Uczniowie mogą eksplorować różne obszary zawodowe, odkrywać swoje zainteresowania i aspiracje, co może pomóc w lepszym wyborze ścieżki zawodowej w przyszłości. W dalszym szkoleniu zawodowym VR umożliwia stałe doskonalenie umiejętności i podnoszenie kwalifikacji pracowników bez konieczności przerywania codziennej pracy. Pracownicy mogą uczestniczyć w symulacjach szkoleniowych odzwierciedlających rzeczywiste wyzwania i problemy, z którymi muszą się zmierzyć w swoim zawodzie. Takie podejście przyczynia się do ciągłego rozwoju pracowników i poprawy jakości wykonywanej pracy.

Warto zaznaczyć, że symulacje VR nie tylko umożliwiają naukę technicznych umiejętności, ale także rozwijają ważne kompetencje miękkie, takie jak zdolność do pracy w zespole, podejmowanie decyzji pod presją czasu czy umiejętność radzenia sobie z trudnymi sytuacjami. Wirtualne środowiska pozwalają na odwzorowanie realistycznych scenariuszy i interakcji z wirtualnymi postaciami, co sprzyja rozwijaniu zdolności interpersonalnych i umiejętności komunikacyjnych. Jednym z wyjątkowych zastosowań VR w edukacji medycznej jest również symulacja sytuacji związanych z opieką nad pacjentami w różnych stanach zdrowia. Dzięki wirtualnym pacjentom studenci medycyny mogą doskonalić swoje umiejętności diagnozowania, prowadzenia wywiadu medycznego czy podejmowania decyzji w sytuacjach awaryjnych. W ten sposób symulacje VR przyczyniają się do lepszego przygotowania przyszłych lekarzy do rzeczywistych wyzwań związanych z opieką nad pacjentami. Należy jednak podkreślić, że pomimo licznych korzyści, zastosowanie VR w praktycznym szkoleniu i symulacjach wiąże się także z pewnymi wyzwaniami. Technologia VR wymaga odpowiednich zasobów

finansowych i technicznych, aby umożliwić dostęp do odpowiednio zaawansowanego sprzętu i oprogramowania. Ponadto tworzenie wysokiej jakości symulacji VR wymaga zaangażowania specjalistów z różnych dziedzin, takich jak programiści, projektanci graficzni czy eksperci dziedzinowi. To może prowadzić do dodatkowych kosztów i wyzwań związanych z koordynacją zespołów oraz integracją różnorodnych umiejętności.

Ważnym aspektem, który należy wziąć pod uwagę, jest również konieczność odpowiedniego przeszkolenia nauczycieli i instruktorów, którzy będą prowadzić lekcje w wirtualnych środowiskach. Nauczyciele potrzebują odpowiednich umiejętności i wiedzy, aby wykorzystać potencjał technologii VR i zapewnić efektywny proces nauczania. Szkolenia nauczycieli mogą wymagać dodatkowych zasobów i czasu, co może stanowić wyzwanie dla szkół i instytucji edukacyjnych. Kolejnym ważnym zagadnieniem jest konieczność zachowania równowagi między naukową trafnością symulacji a atrakcyjnością i dostępnością dla uczniów. Choć symulacje VR mogą być niezwykle realistyczne i skomplikowane, istnieje ryzyko, że zbyt zaawansowane technicznie rozwiązania mogą być zbyt skomplikowane dla niektórych uczniów, a tym samym utrudniać przyswajanie wiedzy. Dlatego ważne jest, aby projektanci i nauczyciele pamiętali o celach edukacyjnych i odpowiednio dopasowali poziom trudności do poziomu zaawansowania uczniów.

Ostatecznym wyzwaniem związanym z praktycznym doświadczeniem i symulacjami VR jest ciągły rozwój technologii. Technologia VR jest nieustannie udoskonalana, a nowe rozwiązania i możliwości pojawiają się wraz z postępem nauki i techniki. Konieczne jest, aby edukacja nadążała za tymi zmianami i dostosowywała się do nowych wyzwań i możliwości, które niesie za sobą rozwijająca się technologia VR. Podsumowując, zastosowanie VR w edukacji w dziedzinie praktycznego doświadczenia i symulacji otwiera nowe możliwości doskonalenia umiejętności zawodowych, medycznych i inżynierskich w sposób bezpieczny i realistyczny. Uczniowie mają szansę praktykować skomplikowane procedury, trenować umiejętności w wirtualnych środowiskach i uczyć się na błędach, co z kolei przekłada się na lepsze wyniki i efektywność procesu nauki. Jednak zastosowanie technologii VR w edukacji wymaga odpowiednich zasobów finansowych, przeszkolenia nauczycieli i zespołów tworzących symulacje, a także stałego rozwoju i dostosowywania się do zmian w technologii. Zachowanie równowagi między zaawansowaniem technologicznym a celami edukacyjnymi stanowi klucz do skutecznego wykorzystania VR w edukacji i zapewnienia najlepszych rezultatów dla uczniów.

PERSONALIZACJA NAUCZANIA

Jednym z kluczowych wyzwań dla współczesnej edukacji jest zapewnienie, aby proces nauczania odpowiadał indywidualnym potrzebom i umiejętnościom uczniów. Każdy uczeń ma unikalny styl uczenia się, tempo przyswajania wiedzy i zainteresowania. Tradycyjne metody nauczania, które opierają się na jednolitym przekazywaniu informacji i ocenie wszystkich uczniów według tych samych kryteriów, mogą nie zawsze efektywnie spełniać te różnorodne potrzeby. Wprowadzenie technologii VR do edukacji pozwala na znacznie większą personalizację procesu nauczania (Marienko i Nosenko, 2020). Wirtualne środowiska pozwalają na indywidualne dopasowanie materiałów edukacyjnych i zadań do potrzeb i umiejętności

każdego ucznia. Nauczyciele mogą tworzyć lekcje wirtualne, które uwzględniają różnorodne poziomy zaawansowania, style uczenia się oraz zainteresowania uczniów.

Dzięki personalizacji nauczania w VR uczniowie mają możliwość powtarzania ćwiczeń i lekcji, które sprawiają im trudności, aż do momentu opanowania danego zagadnienia. W tradycyjnych szkołach nauczyciele zwykle muszą kontynuować materiał, nawet jeśli niektórzy uczniowie jeszcze go nie zrozumieli w pełni. Natomiast w wirtualnym środowisku uczniowie mogą spędzać więcej czasu na opanowaniu trudnych tematów, co może znacznie poprawić ich wyniki edukacyjne i zwiększyć poczucie sukcesu. Oprócz możliwości powtarzania VR pozwala także na podejmowanie decyzji w procesie nauki. Wirtualne środowiska często oferują różnorodne ścieżki i możliwości interakcji – uczniowie mogą wybrać to, co chcą eksplorować i na jakim poziomie. To daje im większą autonomię w procesie nauki i pozwala na skoncentrowanie się na obszarach, które ich najbardziej interesują. Dostosowanie środowiska wirtualnego do indywidualnych potrzeb ucznia może również pomóc w zapewnieniu równości w edukacji. Często uczniowie z różnymi niepełnosprawnościami czy trudnościami w uczeniu się mogą mieć problemy w korzystaniu z tradycyjnych metod nauczania. VR pozwala na tworzenie dostosowanych lekcji i ćwiczeń, które uwzględniają specyficzne potrzeby uczniów i umożliwiają im równy dostęp do edukacji. Jednym z wyjątkowych aspektów personalizacji nauczania w VR jest możliwość eksplorowania różnych tematów i zagadnień w sposób nieliniowy. Uczniowie mogą odkrywać wirtualne środowiska i podejmować decyzje, które kształtują przebieg nauki. Taki nieliniowy sposób przyswajania wiedzy może być szczególnie atrakcyjny dla uczniów, którzy preferują bardziej swobodne i eksploracyjne podejście do nauki. Jednak wraz z możliwościami personalizacji nauczania w VR pojawiają się także pewne wyzwania. Nauczyciele muszą mieć odpowiednią wiedzę i umiejętności, aby skutecznie personalizować proces edukacyjny dla każdego ucznia. Opracowanie odpowiednich narzędzi i programów wirtualnych może wymagać czasu i zasobów, zwłaszcza w przypadku większych grup uczniów. Dodatkowo personalizacja nauczania w VR musi być odpowiednio zbalansowana z koniecznością nauczania podstawowych umiejętności i treści. Chociaż indywidualizacja jest ważna, niezbędne jest również zapewnienie, że uczniowie zdobywają fundamentalną wiedzę i umiejętności, które są niezbędne do dalszego rozwoju i funkcjonowania w społeczeństwie. Podsumowując, personalizacja nauczania za pomocą VR to znaczący krok w kierunku dostosowania edukacji do indywidualnych potrzeb i umiejętności uczniów. Wirtualne środowiska pozwalają na indywidualne dopasowanie materiałów i zadań, powtarzanie ćwiczeń, dokonywanie wyborów i odkrywanie wiedzy we własnym tempie. To daje uczniom większą autonomię w procesie nauki i może znacznie zwiększyć efektywność i atrakcyjność procesu edukacyjnego. Jednak personalizacja nauczania w VR wymaga odpowiednich zasobów i przeszkolenia nauczycieli, aby zagwarantować skuteczne i równomierne wykorzystanie tej zaawansowanej technologii.

ROZWIJANIE KOMPETENCJI MIĘKKICH

Jednym z kluczowych obszarów, na który VR ma znaczący wpływ, jest rozwijanie kompetencji miękkich u uczniów. Kompetencje miękkie, takie jak współpraca, komunikacja,

kreatywność czy umiejętność rozwiązywania problemów, są niezwykle ważne w dzisiejszym świecie pracy i społeczeństwie. Wirtualne środowiska pozwalają nauczycielom tworzyć zadania i scenariusze, które wymagają współpracy i interakcji między uczniami. VR umożliwia konstruowanie scenariuszy symulacyjnych, które odzwierciedlają złożone konteksty społeczne i zawodowe. Dzięki temu uczniowie mogą praktykować umiejętności komunikacyjne, współpracę zespołową, sztukę negocjacji oraz rozwiązywanie konfliktów w kontrolowanym, ale realistycznie odwzorowanym środowisku. Symulacje te pozwalają na eksperymentowanie z różnymi strategiami interakcji oraz obserwację ich konsekwencji, co jest kluczowe w procesie uczenia się przez doświadczenie. Kolejnym obszarem, w którym możliwe jest użycie VR do doskonalenia umiejętności miękkich, jest rozwój kompetencji emocjonalnych, takich jak empatia i inteligencja emocjonalna. VR dzięki zdolności do kreowania realistycznych doświadczeń z perspektywy innych osób może znacząco przyczynić się do lepszego zrozumienia i wczuwania się w emocje i motywacje innych. Jest to szczególnie istotne w kontekście przygotowywania uczniów do funkcjonowania w społeczeństwie wielokulturowym i globalnym środowisku zawodowym. Doskonałym przykładem są działania Fundacji Wirtualne Horyzonty. Fundacja opracowała innowacyjny zestaw edukacyjny, wykorzystujący filmy wirtualnej rzeczywistości (VR) do lekcji wychowawczych. Filmy umożliwiają uczniom intensywne doświadczanie i zrozumienie wyzwań, z jakimi borykają się ich rówieśnicy doświadczający zaburzeń, agresji czy dyskryminacji, dzięki czemu uczniowie mogą lepiej empatyzować z emocjami innych, co wpływa na głębsze zrozumienie społeczne. Wśród przygotowanych rozwiązań znajdują się filmy *Konkret*, ukazujący wyzwania ucznia z zespołem Aspergera, oraz *Konkurs* i *Telefon*, ilustrujące inne trudności szkolne. Rozwój kompetencji miękkich u uczniów za pośrednictwem technologii wirtualnej rzeczywistości (VR) stanowi znaczący postęp w pedagogice nowoczesnej. Technologia VR, zapewniając immersyjne środowisko edukacyjne, umożliwia implementację strategii dydaktycznych, które sprzyjają kształtowaniu umiejętności interpersonalnych oraz intrapersonalnych.

PODSUMOWANIE

Wykorzystanie VR w edukacji niesie za sobą wiele korzyści zarówno dla uczniów, jak i nauczycieli. Daje ona możliwość tworzenia realistycznych i angażujących doświadczeń, personalizacji procesu nauczania, rozwijania kompetencji miękkich oraz eksploracji różnych dziedzin i umiejętności w bezpiecznym i interaktywnym środowisku. Warto nadal odkrywać i rozwijać potencjał VR w edukacji, aby stworzyć jeszcze bardziej efektywny, atrakcyjny oraz skuteczny proces nauczania dla uczniów w różnych dziedzinach i etapach edukacyjnych. Wprowadzenie tej zaawansowanej technologii w procesie nauczania ma potencjał przełamania tradycyjnych barier edukacyjnych i otwarcia drzwi do nowych, interaktywnych i angażujących metod nauczania. Jednak, jak każda innowacja, implementacja VR w edukacji napotyka pewne wyzwania, które wymagają odpowiednich rozwiązań.

Technologia VR może być wymagająca finansowo zarówno w zakupie odpowiedniego sprzętu, jak i tworzeniu dedykowanych aplikacji edukacyjnych. Szkoły o ograniczonych

budżetach mogą mieć trudności w sprostaniu tym kosztom, co może ograniczać dostęp do VR i potencjalnie tworzyć nierówności w edukacji. Aby przeciwdziałać tej barierze, możliwe jest udzielanie dofinansowania przez rządy, instytucje edukacyjne lub prywatne firmy. Dotacje, granty lub fundusze na zakup sprzętu i opracowanie aplikacji mogą pomóc w zniwelowaniu problemu finansowego. Ponadto współpraca z przedsiębiorstwami zajmującymi się technologią VR może przynieść korzyści w postaci preferencyjnych cen sprzętu i usług.

Dostępność sprzętu VR jest kolejną barierą, która może wpływać na skuteczne wykorzystanie tej technologii w edukacji. Nie wszystkie szkoły są wyposażone w odpowiedni sprzęt VR, a niektóre mogą mieć ograniczoną infrastrukturę, co utrudnia wprowadzenie VR do procesu nauczania. Aby zwiększyć dostępność VR w edukacji, możliwe jest współdzielenie zasobów sprzętowych między szkołami. Lokalne lub regionalne centra VR mogą zostać utworzone, aby umożliwić uczniom i nauczycielom korzystanie z technologii VR. Ponadto tworzenie aplikacji edukacyjnych, które są kompatybilne z różnymi platformami VR, może pomóc w rozwiązaniu problemu dostępności.

Skuteczne wykorzystanie tej technologii wymaga od nauczycieli zdobycia nowych umiejętności związanych z prowadzeniem zajęć opartych na VR. Żeby pokonać tę barierę, można organizować szkolenia, warsztaty i kursy dla nauczycieli, na których zdobyliby oni wiedzę i umiejętności związane z VR. Dostępność samouczków i materiałów edukacyjnych online może również pomóc nauczycielom w zdobywaniu wiedzy we własnym tempie. Ostatnią z głównych barier jest integracja technologii VR z programami nauczania. Wprowadzenie VR do procesu edukacyjnego może wymagać dostosowania materiałów i zadań do tej nowej technologii. Konieczne jest znalezienie odpowiednich punktów styku między VR a wymaganymi standardami nauczania. Aby rozwiązać ten problem, możliwe jest opracowanie dedykowanych aplikacji edukacyjnych, które są ściśle zintegrowane z programami nauczania. Tworzenie aplikacji, które są dostosowane do różnych przedmiotów i poziomów nauczania, pozwoli na skuteczne wykorzystanie VR w różnych dziedzinach edukacyjnych.

Podsumowując, zastosowanie technologii VR w edukacji może przynieść wiele korzyści, ale wymaga odpowiednich rozwiązań w zakresie finansowania, dostępności sprzętu, szkoleń dla nauczycieli i integracji z programami nauczania. Dofinansowanie, współpraca, tworzenie dedykowanych aplikacji edukacyjnych oraz organizowanie szkoleń dla nauczycieli mogą pomóc w pokonaniu tych wyzwań. Przy odpowiednich działaniach VR może stać się skutecznym i atrakcyjnym narzędziem wspomagającym proces nauczania i przyczyniającym się do lepszego zrozumienia i przyswajania wiedzy przez uczniów.

BIBLIOGRAFIA

Addressing learning gaps now will minimize disruption in students' educational journeys (2020). W: *Lessons for Education from COVID-19. A Policy Maker's Handbook for More Resilient Systems*. OECD. Pobrano z: <https://www.oecdilibrary.org/sites/8ab5c27b-en/index.html?itemId=%2Fcontent%2Fcomponent%2F8ab5c27b-en> [10.09.2023].

- Angel-Urdinola, D., Castillo, C., Hoyos, A. (2021). *Can Virtual Reality simulators develop students' skills?*. Pobrano z: World Bank Blogs, <https://blogs.worldbank.org/development-talk/can-virtual-reality-simulators-develop-students-skills> [10.09.2023].
- Aririguzoh, S. (2022). Communication competencies, culture and SDGs: effective processes to cross-cultural communication. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9, 96. <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01109-4>.
- Atta, G., Abdelsattar, A., Elfiky, D., Zahran, M., Farag, M., Slim, S.O. (2022). Virtual reality in space technology education. *Education Sciences*, 12(12), 890. <https://doi.org/10.3390/educsci12120890>.
- Bughin, J., Hazan, E., Lund, E., Dahlström, P., Wiesinger, A., Subramaniam, A. (2018). *Skill shift: Automation and the future of the workforce*. Pobrano z: McKinsey & Company, <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/skill-shift-automation-and-the-future-of-the-workforce> [10.09.2023].
- Campos, E., Hidrogo, I., Zavala, G. (2022). Impact of virtual reality use on the teaching and learning of vectors. *Frontiers in Education*, 7, 965640. <https://doi.org/10.3389/educ.2022.965640>.
- Changes in the teaching and learning process in a complex education system* (2002). Pobrano z: New England Complex Systems Institute, <https://necsi.edu/changes-in-the-teaching-and-learning-process-in-a-complex-education-system> [10.09.2023].
- Copeland, G. (2021). *The digital revolution in schools: It's not just remote learning*. Pobrano z: The Tech Edvocate, <https://www.thetechedvocate.org/the-digital-revolution-in-schools-its-not-just-remote-learning/> [10.09.2023].
- Dondi, M., Klier, J., Panier, F., Schubert, J. (2021). *Defining the skills citizens will need in the future world of work*. Pobrano z: McKinsey & Company, <https://www.mckinsey.com/industries/public-sector/our-insights/defining-the-skills-citizens-will-need-in-the-future-world-of-work> [10.09.2023].
- Dutra P.S., Passerino, L.M., Pereira, A.S. (2012). *Virtual reality as a tool in education*. IADIS International Conference on Cognition and Exploratory Learning in Digital Age. Pobrano z: <https://eric.ed.gov/?id=ED542830> [10.09.2023].
- Graeske, C., Sjöberg, S.A. (2021). VR-technology in teaching: Opportunities and challenges. *International Education Studies*, 14(8), 76. <https://doi.org/10.5539/ies.v14n8p76>.
- Great Schools Partnership (2016). *21st century skills*. Pobrano z: The Glossary of Education Reform. <https://www.edglossary.org/21st-century-skills/> [10.09.2023].
- Hamilton, D., McKechnie, J., Edgerton, E., Wilson, C. (2021). Immersive virtual reality as a pedagogical tool in education: A systematic literature review of quantitative learning outcomes and experimental design. *Journal of Computers in Education*, 8, 1–32. <https://doi.org/10.1007/s40692-020-00169-2>.
- Increasing student engagement*. Pobrano z: Stanford Teaching Commons, <https://teaching-commons.stanford.edu/teaching-guides/foundations-course-design/learning-activities/increasing-student-engagement> [10.09.2023]
- Kalolo, J.F. (2019). Digital revolution and its impact on education system in developing countries. *Education and Information Technologies*, 24, 345–358. <https://doi.org/10.1007/s10639-018-9778-3>.

- Kamińska, D., Sapiński, T., Wiak, S., Tikk, T., Haamer, R.E., Avots, E., Helmi, A., Ozcinar, C., Anbarjafari, G. (2019). Virtual reality and its applications in education: Survey. *Information*, 10(10), 318. <https://doi.org/10.3390/info10100318> [10.09.2023].
- Lifintsev, D., Wellbrock, W. (2019). Cross-cultural communication in the digital age. *Communication Studies*, 1(28), 93–104. <https://doi.org/10.25768/fal.ec.n28.a05>.
- Marienko, M., Nosenko, Y., Sukhikh, A., Tataurov, V., Shyshkina, M. (2020). *Personalization of learning through adaptive technologies in the context of sustainable development of teachers' education*. Cornell University. Pobrano z: arXiv, <https://doi.org/10.48550/arXiv.2006.05810> [10.09.2023].
- Marope, M., Griffin, P., Gallagher, C. (2017). *Future competences and the future of curriculum: A global reference for curricula transformation*. Pobrano z: IIEP Learning Portal, <https://learningportal.iiep.unesco.org/en/library/future-competences-and-the-future-of-curriculum-a-global-reference-for-curricula> [10.09.2023].
- Martins, L.B., Zerbini, T., Medina, F.J. (2019). Impact of online training on behavioral transfer and job performance in a large organization. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 35(1), 27–37. <https://doi.org/10.5093/jwop2019a4>.
- OECD future of education and skills 2030. *Conceptual learning framework. Transformative competencies for 2030*. Pobrano z: https://www.oecd.org/education/2030-project/teaching-and-learning/learning/transformative-competencies/Transformative_Competencies_for_2030_concept_note.pdf [10.09.2023].
- Rainie, L., Anderson, J. (2017). *The future of jobs and jobs training*. Pobrano z: PEW Research Center, <https://www.pewresearch.org/internet/2017/05/03/the-future-of-jobs-and-jobs-training/> [10.09.2023].
- Sahakian, B.J., Christopoulos, G. (2023). *Cognitive flexibility: The science of how to be successful in business and at work*. Pobrano z: eXecutive Network, <https://www.shrm.org/executive/resources/articles/pages/cognitive-flexibility-science-success-business.aspx> [10.09.2023].
- The case for 21st-century learning*. Pobrano z: <https://www.oecd.org/general/thecasefor21st-centurylearning.htm> [10.09.2023].
- Trends in digital personalized learning*. UNICEF. Pobrano z: <https://www.unicef.org/globalinsight/reports/trends-digital-personalized-learning> [10.09.2023].
- Velev, D., Zlateva, P. (2017). Virtual reality challenges in education and training. *International Journal of Learning and Teaching*, 3(1), 33–37. <https://doi.org/10.18178/ijlt.3.1.33-37>.
- Wang, F., Liu, Y., Tian, M., Zhang, Y., Zhang, S., Chen, J. (2016). Application of a 3D haptic virtual reality simulation system for dental crown preparation training. W: *2016 8th International Conference on Information Technology in Medicine and Education (ITME), Fuzhou, China, 23–25 December 2016* (s. 424–427). Piscataway: IEEE.
- Wrenn, J., Wrenn, B. (2009). Enhancing learning by integrating theory and practice. *International Journal of Teaching and Learning in Higher Education*, 21(2), 258–265.
- Yakovleva, O.N., Yakovlev, E.V. (2014). Interactive teaching methods in contemporary higher education. *Pacific Science Review*, 16(2), 75–80. <https://doi.org/10.1016/j.pscr.2014.08.016>.

EDUCATION IN THE DIGITAL ERA: ADAPTING THE LEARNING PROCESS
THROUGH THE POTENTIAL OF VIRTUAL REALITY

Modern education faces challenges related to personalized learning and the development of key soft skills among students. In response to these needs, this article presents an analysis of the application of Virtual Reality (VR) technology in education as an effective platform to achieve these goals. VR allows the creation of realistic and engaging experiences, enabling the personalization of educational materials and tasks, while also supporting the development of soft competencies. Through virtual environments, students can explore, review, and make decisions during the learning process, thereby enhancing engagement and knowledge acquisition effectiveness. Moreover, VR facilitates the practice of interpersonal skills through interactions with virtual characters and simulations of diverse scenarios. The article also addresses challenges associated with VR implementation in education, such as costs, hardware accessibility, and the need for teacher training. Potential solutions to these issues are proposed, including funding opportunities, resource-sharing among schools, and teacher training programs. In conclusion, the article emphasizes the significance of further research and development in the field of VR in education to fully leverage the potential of this technology and contribute to better aligning education with the needs and abilities of students.

Keywords: education, Virtual Reality, modern teaching methods, technology

Zgłoszenie artykułu: 4.12.2023

Recenzje: 27.02.2024

Akceptacja: 3.04.2024

Publikacja online: 30.06.2024

Alicja Głębocka*

ORCID: 0000-0001-7068-9665

AGH w Krakowie

MITOLOGIZACJE SŁOWIAŃSZCZYZNY W TWÓRCZOŚCI POLSKIEGO DZIAŁACZA NA ŚLĄSKU CIESZYŃSKIM PAWŁA STALMACHA (1824–1891)¹

Głównym celem artykułu jest analiza i interpretacja *Cieszymira* i *Ksiąg Rodu Słowiańskiego*, dwóch tekstów autorstwa Pawła Stalmacha (1824–1891), polskiego działacza narodowego na Śląsku Cieszyńskim. Stalmach, korzystając z zebranych danych, przekazów i legend, przedstawia zmitologizowaną kulturę i religię Słowian, a także historię Cieszyna i Śląska Cieszyńskiego. Refleksja zawarta w artykule dotyczy również roli, jaką *Cieszymir* i *Księgi Rodu Słowiańskiego* odegrały w społeczno-politycznej działalności autora. Analiza została przeprowadzona na podstawie narratywistycznych koncepcji Haydena White'a i Franka Ankersmita oraz zdefiniowanych przez Jerzego Topolskiego mechanizmów mitologizacji (uniwersalizację, mistyfikację, deifikację czy gloryfikację, stereotypizację i profetyzację). Przedstawiony przez Stalmacha obraz przeszłości zawiera niemal wszystkie wyróżnione mechanizmy mitologizacji. Zarówno z *Cieszymira*, jak i z *Ksiąg Rodu Słowiańskiego* wyłania się niezwykle pozytywny obraz Słowian. Teksty stanowiły element działalności społeczno-politycznej Stalmacha, zmierzającej ku tworzeniu lokalnej polskiej wspólnoty na Śląsku Cieszyńskim.

Słowa kluczowe: Cieszyn, mitologizacja, Śląsk Cieszyński, Paweł Stalmach, Słowiańszczyzna

WSTĘP

Twórcy epoki romantyzmu sięgali po elementy słowiańskiego dziedzictwa, które wcześniej nie zajmowały wiele miejsca w głównym kanonie kultury, lecz były obecne w stanowiących

* Wydział Humanistyczny, AGH Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie, ul. Czarnowiejska 36/Budynek C-7, 30-054 Kraków; e-mail: alaglebocka@agh.edu.pl.



¹ Praca naukowa dofinansowana ze środków budżetu państwa w ramach programu Ministra Edukacji i Nauki pod nazwą „Nauka dla Społeczeństwa”: Programy alternatywnej duchowości na Śląsku Cieszyńskim od końca XIX w. do lat 70. XX w. (nr projektu NdS/529030/2021/2021) kwota dofinansowania 581.147,00 PLN, całkowita wartość projektu 581 147,00 PLN.

inspiracje alternatywnych nurtach. Czerpali oni zarówno z kronik, jak i relacji opisujących przedchrześcijańskich Słowian oraz z przekazów obecnych w folklorze i tradycji ludowej. Adam Mickiewicz, Juliusz Słowacki czy Ignacy Kraszewski zawarli w swoich dziełach elementy inspirowane słowiańszczyzną². W XIX wieku czeski filolog Józef Dobrovský zajął się badaniami wierzeń i religii Słowian, rozpoczynając prace w obrębie nowej dziedziny nauki, zwanej slawistyką (Brückner, 1980, s. 5).

Badania dotyczące kultury i religii Słowian były kontynuowane w XX wieku. Przypomnieć tu należy przede wszystkim Aleksandra Brücknera, autora przełomowych publikacji, takich jak m.in. *Mitologia słowiańska* i *Mitologia polska* (Brückner, 1980). Brückner, chcąc usystematyzować wiedzę na ten temat, dążył do odrzucenia niepewnych przekazów i informacji. Jego badania otworzyły nowy rozdział w refleksji nad mitologią i kulturą słowiańską. Dalsze lata rozwoju slawistyki pozwoliły na bardziej szczegółowe analizy, przez co aktualnie jego prace nie są uznawane za kompleksowe. Tradycję Słowian badał także Aleksander Gieysztor, który w 1982 roku opublikował tom z serii mitologie świata pt. *Mitologia Słowian* (Gieysztor, 2006)³.

Chęć poznania korzeni dziedzictwa, wypieranego od X wieku przez chrześcijaństwo, można odnaleźć również we wcześniejszych, bo pochodzących z XIX wieku utworach autorstwa Pawła Stalmacha, XIX-wiecznego działacza i pisarza na Śląsku Cieszyńskim. Jest on autorem *Ksiąg Rodu Słowiańskiego*, dzieła z 1889 roku, w którym zawarł informacje na temat historii, tradycji i wiary Słowian, a także utworu *Cieszymir* z 1890 roku, inspirowanego legendą o powstaniu Cieszyna, która miała świadczyć o starosłowiańskim rodowodzie miasta (Spyra, 2010, s. 24).

W niniejszym artykule przedstawiony zostanie sposób wykorzystania słowiańskiego dziedzictwa we *Wstępie* do utworu *Cieszymir* i w *Księgach Rodu Słowiańskiego*. Głównym założeniem artykułu jest zrekonstruowanie celów, jakie Stalmach chciał osiągnąć, przedstawiając zmitologizowaną wizję historii. Działalność społeczno-polityczna Stalmacha była motywowana chęcią podkreślenia autonomii Śląska Cieszyńskiego, jego wsparciem dla polskiej wspólnoty w tym regionie i zaznaczeniem jej obecności oraz odrębności. Stawiam więc hipotezę, że podejmowane zagadnienia i opisywane wydarzenia w tych dwóch tekstach korelują z jego działalnością społeczną i wskazują na intencjonalne tworzenie pozytywnego obrazu tej społeczności. Starania autora mogły dotyczyć także uprawomocnienia obecności Słowian na terenach Śląska Cieszyńskiego i obrony ludu, który przez wieki musiał odpierać ataki sąsiadów. Stalmach, co postaram się udowodnić – korzystając z dostępnej mu wiedzy, intencjonalnie stosuje zabiegi mitologizacji kultury i religii Słowian, a także historii Śląska Cieszyńskiego. Refleksja zawarta w niniejszym artykule będzie dotyczyła również roli, jaką

² W artykule stosuję rozróżnienie na „Słowiańszczyznę” rozumianą jako narody słowiańskie czy ziemie Słowian oraz „słowiańszczyznę” – języki słowiańskie, literaturę i kulturę Słowian. Rozróżnienie to wynika z zaleceń *Słownika języka polskiego PWN*: <https://sjp.pwn.pl/slowniki/s%C5%82owia%C5%84szczyzna.html> [19.02.2024].

³ Wydawca cyklu, w którym ukazał się tekst Gieysztora, kładł nacisk na nadanie publikacjom formy popularnonaukowej, przystępnej dla szerokiego grona czytelników, dlatego zrezygnowano z przypisów. Mimo popularnonaukowego charakteru publikacji autor wykazał się profesjonalnym warszatem i interdyscyplinarnym podejściem, proponując nowe spojrzenie na mitologię Słowian.

Cieszmir i *Księgi Rodu Słowiańskiego* odegrały w społeczno-politycznej działalności Stalmacha na ówczesnym Śląsku Cieszyńskim.

ZAŁOŻENIA TEORETYCZNE. KONCEPCJE HISTORIOGRAFICZNE. MIT I MITOLOGIZACJA

Zwrot lingwistyczny, który pojawił się w XX wieku w naukach humanistycznych, stanowił podstawę dla refleksji narratywistycznej w teorii historii (por. Zysiak, 2010). Badacze zwrócili uwagę na wzajemny stosunek języka i opisywanej przeszłości. Ewa Domańska podkreśla, że „[...] obsesyjne wprost zainteresowanie językiem, dyskursem i narracją, które uznać można za charakterystyczną cechę postmodernistycznej filozofii, doprowadziło do nadania teorii pisarstwa historycznego statusu samodzielnej dyscypliny” (Domańska, 1994, s. 160). Tendencje te zostały odzwierciedlone w publikacji *Metahistory* z 1973 roku. Autorem tej pozycji, proponującej odejście od ówczesnych, scjentystycznych tendencji historiografii, był amerykański badacz Hayden White (1928–2018) (Zysiak, 2010). Podkreślał on podobieństwo narracji historycznej i literackiej, wskazując na narracyjny charakter historii. Ze względu na włączenie historii do zwrotu lingwistycznego White był krytykowany i traktowany nieprzychylnie. Z jego założeń wynika, że „większość sekwencji wydarzeń historycznych daje się sfabularyzować na kilka różnych sposobów, co pozwala na różne ich interpretacje i przydaje im różnych znaczeń” (White, 2000, s. 84, za: Zysiak, 2010). Według przytoczonej koncepcji White’a historia może zostać przedstawiona na wiele różnych sposobów. Analizując dzieła Stalmacha, ukazuję jego sposób tworzenia narracji historycznej. W *Księgach Rodu Słowiańskiego* oraz *Cieszmirze* autor interpretuje wybrane źródła i konstruuje swój przekaz o przeszłości.

Kontynuatorem koncepcji dotyczących narracyjności historii był Frank Ankersmit (urodzony w 1945 r.), który wprowadził termin (i pojęcie) „substancji narracyjnych”. Jak pisał:

Nie możemy mówić, iż rzeczywiście było coś takiego, jak Rewolucja Francuska czy barok. Były jedynie zdarzenia, które później zostały tak nazwane. Wymienione pojęcia reprezentują rzeczywistość, ale nie są jej odbiciem (Ankersmit, 2004, s. 59, za: Zysiak, 2010).

Wobec substancji narracyjnych „pojęcie prawdy nie może być stosowane w taki sposób jak wobec zdań o charakterze faktograficznym” (Skowronek, 2014).

Innym ważnym mechanizmem rekonstrukcji przeszłości (a nawet jej tworzenia) jest mitologizacja. Refleksja dotycząca samego mitu stanowi element rozważań badaczy, którzy zajmują się historiografią. Wśród rozmaitych definicji mitu (Mircea Eliade, Roland Barthes czy Claude Levi-Strauss) wybrałam tę autorstwa historyka – Jerzego Topolskiego. W prezentowanym ujęciu koncepcja ta najlepiej posługuje analizie dzieł Pawła Stalmacha. Jak podaje Topolski:

[...] za mit uważam mające na celu coś mówić o świecie sformułowania, które uzyskały w sposób żywiołowy, bądź którym nadano (przez siły społeczne, polityczne czy inne), status prawd faktograficznych czy symbolicznych, nie weryfikowalnych, „unieruchomionych”, w mniejszym czy większym stopniu zsakralizowanych (Topolski, 1991, s. 244).

Topolski podkreślał, że nie ma prac historycznych, które byłyby wolne od mitu, a różnic może być tylko stopień udziału mitu w danym przekazie (Topolski, 1991, s. 245). Wyróżnił on pięć mechanizmów mitologizacji, występujących w nauce historycznej i w rozpatrywaniu przeszłości (Topolski, 1991, s. 248). Są to: uniwersalizacja, mistyfikacja, deifikacja lub gloryfikacja, stereotypizacja i profetyzacja. Pierwszy z nich – uniwersalizacja – dotyczy zawyżania rangi wydarzeń, przedstawiania ich jako kluczowych dla rozwoju dziejów. Zdarzenie, które opisywane jest jako wyjątkowo ważne, rozpoczynające pewną epokę, w rzeczywistości nie było jedynym, które przyczyniło się do zmiany. Kolejnym mechanizmem jest mistyfikacja zakładająca celowe i świadome zniekształcanie wydarzeń i historii, które wynika z popieranej ideologii. By doprowadzić do wykreowania oczekiwanego obrazu przeszłości, rezygnuje się ze znanych faktów, a skupia na tych umacniających przedstawianą wersję. Deifikacja lub gloryfikacja skupiają się na nadaniu wyjątkowych i nadludzkich cech postaciom historycznym. Wyodrębniona przez Topolskiego stereotypizacja odwołuje się przede wszystkim do znanych w grupie społecznej stereotypów. Często są one krzywdzące czy nieprawdziwe, przekazują historię i opinię na temat całych narodów, która następnie jest projektowana na pojedyncze jednostki. Piątym mechanizmem jest profetyzacja. Dotyczy ona prognozowania czy przepowiadania przyszłości wynikającego z podnoszenia lub obniżania rangi wydarzeń, tak by prowadziły do opisywanej wizji (Topolski, 1991, s. 248–250).

UWAGI METODOLOGICZNE

Przedstawione powyżej refleksje dotyczące historii i historiografii stanowią instrumenty do analizy dzieł Stalmacha. Koncepcje narracyjne stworzone przez White'a i Ankersmita wskazują na różnorodność sposobów przedstawiania wydarzeń historycznych, co prowadzi do nadawania im odmiennych znaczeń. Założenia te pozwoliły na analizę sposobu kreowania przedstawionej przez Stalmacha opowieści i intencji, z jaką została ona stworzona. Zdefiniowane przez Topolskiego mechanizmy mitologizacji umożliwiły wgląd w zabiegi stosowane przez autora *Cieszymira* i *Ksiąg Rodu Słowiańskiego*. Uniwersalizacja, mistyfikacja, deifikacja (gloryfikacja), stereotypizacja i profetyzacja posłużyły zbadaniu wewnętrznej logiki tych dzieł i ich przekazu ideologicznego. Pomimo że Topolski przez lata negatywnie odnosił się do narratywizmu, to jego postawa uległa zmianie pod koniec lat 80. (Pomorski, 2019, s. 69). Już w 1995 roku w wywiadzie z Ewą Domańską zaznaczył, że „postmodernizm daje nam szansę zmiany mentalności” (za: Pomorski, 2019, s. 73). Przywołanie koncepcji White'a, Ankersmita i Topolskiego podkreśla rozwój pewnej idei i jej interpretację przez różnych historiografów, zagranicznych i polskich.

Stalmach nadaje swoim esejom wyjątkowe znaczenia, podkreśla lub celowo pomija niektóre wydarzenia w nich opisane, by przedstawić czytelnikom własny obraz historii Słowian, Śląska Cieszyńskiego i Cieszyna. W twórczości Stalmacha odnaleźć można różne pod względem genologicznym utwory, m.in. artykuły, rozprawy, pieśni czy poematy, jednak w niniejszym artykule przedstawiona zostanie analiza dotycząca prozatorskich fragmentów wybranych dzieł, a więc *Ksiąg Rodu Słowiańskiego* oraz *Wstępu* do utworu *Cieszymir*. Wybrane teksty prozatorskie łączy wspólna idea i tematyka, a także czas powstania. Są to jedne

z ostatnich utworów opublikowanych przez Stalmacha. Teksty te mają w dużym stopniu charakter publicystyczno-popularnonaukowy, co sprawia, że mogą być analizowane jako pewna całość. Wątki podejmowane przez Stalmacha we *Wstępie* do *Cieszymira* nawiązują do tematyki *Ksiąg Rodu Słowiańskiego*, gdzie są prezentowane w szerszej perspektywie.

RYS HISTORYCZNO-BIOGRAFICZNY

HISTORIA ŚLĄSKA CIESZYŃSKIEGO

Śląsk Cieszyński jest krainą geograficzno-historyczną, która współcześnie leży na pograniczu Polski i Czech, w południowo-wschodniej części Śląska. Podział na część polską i czeską nastąpił 28 lipca 1920 roku decyzją Rady Ambasadorów (Nowak, 2011, s. 248). Cały obszar geograficzno-historyczny i miasto Cieszyn podzielono między dwa kraje. Tereny na zachód od Olzy stanowią część czeską, na wschód część polską (Dorda, 2012, s. 21–23). Wspomniany podział administracyjny funkcjonuje dopiero od nieco ponad stu lat, wcześniej tereny te wielokrotnie zmieniały swoją przynależność, jednak historia obszaru przez wiele wieków kształtowała się jednolicie.

Choć o pierwszych udokumentowanych śladach rozwoju społeczności rolniczych na terenach Śląska Cieszyńskiego możemy mówić już w IV tysiącleciu p.n.e. (Choraży i Choraży, 2012, s. 173), to przybycie ludności słowiańskiej na te tereny datowane jest na połowę VI wieku (Kuś, 2012, s. 200). Zasiedlenie tego obszaru przez plemiona napływowe skutkowało rozpoczęciem kształtowania organizacji plemiennej. Ludność decydowała się na osadnictwo pomimo niesprzyjającego uprawie obszaru podgórskiego, korzystając z miejsc, które nie posiadały walorów rolniczych, ale umożliwiały bezpieczne ulokowanie grodów i osad ze względu na ukształtowanie terenu (Kuś, 2012, s. 199–201).

Cieszyńska Góra Zamkowa zasiedlona została pierwotnie o wiele wcześniej, jednak w I wieku n.e. opustoszała, a osadnictwo wróciło tam u schyłku młodszych wieków średniowiecza (Kuś, 2012, s. 209). Dotychczasowe badania wskazywały na to, że na przełomie X i XI wieku na Górze Zamkowej wybudowany został gród⁴, jednak najnowsze analizy wspomniane przez Wiesława Kusia dowodzą, że gród w Cieszynie istniał już wcześniej. Przemawia za tym odnaleziona ceramika pochodząca z VIII wieku (Kuś, 2012, s. 214). Swoją pozycję cieszyński gród zyskał po upadku grodu w Podborze na przełomie IX i X wieku (Kuś, 2012, s. 204).

Plemię Gołęszyców zamieszkujące wspomniany obszar w 990 roku zostało włączone do państwa Mieszka I, a w 1039 roku przeszło na krótko pod panowanie Czech; następnie władzę sprawowali tam Piastowie cieszyńscy. Źródłem tej dynastii była linia Piastów śląskich, która wywodzi się od Władysława Wygnańca, syna Bolesława Krzywoustego (Panic, 2015, s. 11). Założycielem linii Piastów cieszyńskich był Mieszko I Cieszyński (Panic, 2015, s. 14–15), za panowania którego powstało Księstwo Cieszyńskie⁵. Idzi Panic zwraca uwagę na ciągłość

⁴ Gród ten dominował na obszarze plemienia Gołęszyców związanych z terenami Śląska Cieszyńskiego (Kuś, 2012, s. 201).

⁵ Według obecnych danych za datę powstania Księstwa Cieszyńskiego uznaje się 1290 rok (Panic, 2015, s. 58).

tej dynastii, która przez całe średniowiecze nie była zagrożona (Panic, 2015, s. 28). Piastowie cieszyńscy rządili terenami aż do 1653 roku, kiedy zmarła Elżbieta Lukrecja, ostatnia z linii.

Po wygaśnięciu dynastii rządzącej Śląsk Cieszyński trafił pod zwierzchnictwo Habsburgów, którzy panowali nad Królestwem Czeskim (Spyra, 2012a, s. 9). Zakończona w 1648 roku wojna trzydziestoletnia negatywnie wpłynęła na Księstwo Cieszyńskie⁶. Ciężkim czasem dla regionu były także wojny Habsburgów z Prusami o Śląsk, zakończone dopiero w 1763 roku. Skutkowały one zajęciem większości Śląska przez Prusy. Przy Habsburgach pozostało Księstwo Cieszyńskie, które oddzielone od reszty Śląska, rozwijało się od tej pory niezależnie (Spyra, 2012b, s. 68–71). W wyniku I rozbioru Polski do Austrii przyłączona została sąsiadująca z Księstwem Cieszyńskim Galicja, dzięki czemu Księstwo zaczęło się rozwijać (Spyra, 2012b, s. 85).

Wiek XIX przyniósł szybki wzrost społeczno-gospodarczy. Wydarzenia zapoczątkowane w 1848 roku, znane jako Wiosna Ludów, skutkowały wieloma zmianami w całej Europie, w tym także na Śląsku Cieszyńskim (Nowak, 2013, s. 11). Udało się doprowadzić do zniesienia pańszczyzny oraz równouprawnienia wyznań, co było szczególnie ważne dla śląskich protestantów (Morys-Twardowski, 2013, s. 299–300). Omawiane tereny ze względu na historię polityczną i położenie geograficzne zamieszkiwane były przez Polaków, Czechów i Niemców. W okresie budzenia się świadomości narodowej wśród mieszkańców Europy nastąpiła polityczna aktywizacja ludności. Jednym z działaczy na Śląsku Cieszyńskim był w tamtym okresie Paweł Stalmach, dzięki któremu zaczął się kształtować polski ruch narodowy o orientacji słowiańskiej (Gruchała, Nowak, 2013, s. 26).

PAWEŁ STALMACH (1824–1891) – SYLWETKA DZIAŁACZA

Paweł Stalmach urodził się w 1824 roku w Bażanowicach, wsi położonej w pobliżu Cieszyna. Swoją edukację rozpoczął w ewangelickiej szkole ludowej, a następnie kontynuował w gimnazjum ewangelickim w Cieszynie (Grim, 1910, s. 2–15). Jak podaje Spyra, w 1842 roku we wspomnianym gimnazjum powstało czeskie stowarzyszenie *Česká beseda*, wspierane przez pastora Winklera. Grupa złożona z kilkunastu osób skupiała się na poznawaniu czeskich tekstów. Stalmach postarał się o utworzenie drugiego stowarzyszenia – *Złączenia Polskiego*, które skupiało się na poprawie „umiejętności posługiwania się literackim językiem polskim, bez czego nie można było prowadzić działalności kaznodziejkiej wśród polskiego ludu” (Spyra, 2012b, s. 408). Już w tym okresie można zauważyć początki kształtowania się widocznej w późniejszych działaniach Stalmacha świadomości różnic i odrębności środowiska polskiego i czeskich działaczy.

Dzięki swojemu zaangażowaniu i pomocy rodziców w 1843 roku wyjechał do Presz-burga (wsp. Bratysława), gdzie uczył się filozofii. Wyjazd oraz doświadczenia wynikające z międzynarodowych znajomości, jakie Stalmach zawierał podczas pobytu za granicą, zaowocowały umocnieniem się jego przekonań o przynależności do narodu polskiego. Jak podaje

⁶ W artykule przyjmuję pisownię Księstwo Cieszyńskie, zgodnie z regułami przedstawionymi przez Poradnię Językową Uniwersytetu Warszawskiego, <https://poradniajezykowa.uw.edu.pl/porady/ksiestwo-cieszynskie-i-ziemia-cieszynska/> [14.02.2024].

Bolesław Lubosz, w tamtym czasie Stalmach zetknął się z ideami propagującymi braterstwo wśród Słowian (Lubosz, 1986, s. 5). Już wtedy pojawił się u Stalmacha pomysł założenia polskiego czasopisma w Cieszynie (Grim, 1910, s. 22–26; Homola-Skąpska, 2002, s. 492–497). W kolejnych latach studiował na Wydziale Teologii Protestanckiej w Wiedniu, gdzie nawiązał znajomość z ks. Jerzym Lubomirskim. Relacja ta, która w późniejszym czasie przerodziła się w przyjaźń, wpłynęła na podjęcie przez Stalmacha decyzji o rezygnacji z drogi do stanu duchownego na rzecz pracy w cieszyńskim gimnazjum (Grim, 1910, s. 34–35). Choć polską literaturę romantyczną poznał jeszcze podczas pobytu w Preszburgu, to w czasie studiów w Wiedniu zafascynowały go *Księgi narodu i pielgrzymstwa polskiego* Adama Mickiewicza. Wtedy także rozpoczął gromadzenie informacji o historii Słowian (Homola-Skąpska, 2002, s. 492–497).

W 1848 roku Stalmach wziął udział w Zjeździe Słowiańskim w Pradze, gdzie wystąpił przeciwko przyłączeniu Ślązaków do sekcji czesko-słowackiej, za sprawą czego grupa została włączona do sekcji polskiej. Dzięki temu zaistniała pierwsza publiczna deklaracja Ślązaków o przynależności do narodu polskiego (Heller, 1991, s. 32). Jak zauważa Michał Heller:

Udział Stalmacha i Kotuli w Zjeździe Słowiańskim był świadectwem nowych procesów świadomościowych rodzących się wśród społeczności Śląska Cieszyńskiego. Postawa obu delegatów, a zwłaszcza Stalmacha świadczyła, że rozumieli oni wielkie znaczenie prowadzenia akcji narodowej wśród Ślązaków. Temu dziełu postanowił Stalmach całkowicie poświęcić swe życie. W następstwie Kongresu Słowiańskiego nasiliły się też kontakty działaczy narodowych tego regionu z pozostałymi ziemiami polskimi (Heller, 1991, s. 34).

Stalmach opowiadał się za wprowadzeniem do języka polskiego szkół czy urzędów. W „Tygodniku Cieszyńskim” oraz „Gwiazdce Cieszyńskiej”, których był redaktorem, wyrażał sprzeciw germanizacji. Opowiadał się za równymi prawami dla ludności polskiej i języka polskiego. Dzięki jego pracy między polskimi katolikami i ewangelikami mieszkającymi na Śląsku powstawało poczucie wspólnoty. Dla Stalmacha ważne było stworzenie miejsc sprzyjających rozwojowi polskości, i to właśnie z jego pomocą powstały m.in. Towarzystwo Uczących się Języka Polskiego w Gimnazjum Ewangelickim w Cieszynie, Czytelnia Polska i Towarzystwo Naukowej Pomocy dla Księstwa Cieszyńskiego (Homola-Skąpska, 2002, s. 492–497).

Pomimo że w latach 80. XIX wieku Stalmach był jeszcze ewangelikiem, to współpracował m.in. z katolickim księdzem Ignacym Świeżym. Ze względu na to, że katolicy zaczęli mieć coraz większy wpływ na sytuację na Śląsku, a istnienie redagowanej przez Stalmacha „Gwiazdki Cieszyńskiej” zależało od katolickich czytelników, pismo zaczęło być kierowane właśnie do tej grupy. Zmiana ta nie spodobała się ewangelikom, którzy oskarżyli Stalmacha o „pomniejszanie ich roli w życiu narodowym” (Homola-Skąpska, 2002, s. 492–497). Zarzuty wobec Stalmacha zostały przedstawione także w *Pamiętniku Czytelni Ludowej w Cieszynie*, a działacz odpowiedział na nie w broszurze *W obronie własnej: odpowiedź Wydziałowi Czytelni ludowej w Cieszynie od Redakcyi „Gwiazdki Cieszyńskiej”*. Oskarżenia wysuwane wobec Stalmacha i wynikające z nich nieporozumienia, a także spór z Andrzejem Cinciałą, który pomimo wcześniejszej przyjaźni stanął na czele grupy jego przeciwników, spowodowały oddalenie Stalmacha od współpracy z instytucjami polskimi na Śląsku Cieszyńskim. Pomimo tej sytuacji Stalmach nadal działał na rzecz rozwoju polskiej edukacji. Jeszcze w 1885 roku

utworzył Macierz Szkolną dla Księstwa Cieszyńskiego, instytucję dbającą o organizację polskiego szkolnictwa. Stalmach został pierwszym prezesem Macierzy, która zrzeszała działaczy śląskich o różnych przekonaniach religijnych i politycznych (Lubosz, 1986, s. 12–13; Homola-Skąpska, 2002, s. 492–497).

Stalmach fascynował się dziełami twórców polskiego romantyzmu, co wywarło wpływ na jego późniejszą działalność. Kiedy nastął szczególnie trudny czas dla Polski, ze względu na brak trwałego i suwerennego kraju, romantycy sięgali po treści scalające wspólnotę. Starano się kompensować brak niepodległego państwa m.in. przez wykorzystanie w utworach rodzimych tradycji i wierzeń. Alternatywna, często pomijana kultura Słowian stwarzała – według romantyków – szansę na integrację narodu. Nastąpiła „nobiletacja kultury nieoficjalnej, niejako kontrkultury swojej epoki. [Romantyzm – A.G.] postąpił tak z kulturą ludową przede wszystkim, a dalej, w konsekwencji – z pogańską, antyliańską, słowiańską, północną” (Janion, 2007, s. 27). Podobne zabiegi nobilitacyjne można odnaleźć w późniejszej twórczości Stalmacha.

Przez całe życie i edukację związany był z ewangelikami, jednak na kilka dni przed śmiercią w 1891 roku zmienił wyznanie (Grim, 1910, s. 121). Zarówno dla katolików, jak i ewangelików dziedzictwo Stalmacha było ważne, co prowadziło do konfliktów. Irena Homola-Skąpska opisuje spór w następujący sposób:

Wg ewangelików (m.in. Kubisza) nieprzytomny [Stalmach – A.G.] na łożu śmierci został „przepisany” do Kościoła katolickiego. Natomiast katolicy (m.in. Świeży) dowodzili, że była to decyzja świadoma, już wcześniej podjęta. Pochowany został wg obrządku rzymskokatolickiego na cmentarzu Komunalnym przy kościele św. Jerzego w Cieszynie, gdzie na grobie wystawiono mu pomnik. [...] Konwersja S-a na katolicyzm rozmotłała walkę o prawo do jego spuścizny ideowej między katolikami a ewangelikami (Homola-Skąpska, 2002, s. 492–497).

O roli, jaką Stalmach odegrał w polskim ruchu narodowym na Śląsku Cieszyńskim, świadczy *Wstęp* do książki *Paweł Stalmach: Jego życie i działalność w świetle prawdy*, wydanej w 1910 roku, gdzie padają słowa:

Jest powinnością i obowiązkiem każdego narodu i każdego ludu szanować i czcić swoich wielkich ludzi; – a który naród lub który lud nie czyni tej powinności i nie spełnia tego obowiązku, nie jest godzien zwać się narodem, zwać się ludem. I my Polacy na Śląsku mamy kilku takich wielkich ludzi, między którymi pierwsze bezsprzecznie miejsce zajmuje Paweł Stalmach. [...] Stalmach był takim prorokiem ludu śląskiego. Nie wiadomo bowiem, czyby ten lud nasz śląski był przetrwał one gwałtowne przewroty roku 1848., gdyby na jego czele nie był stanął Paweł Stalmach, który całe życie poświęcił dla tego ludu i wszystkie swoje prace niósł w ofierze ziemi, która go wydała (Grim, 1910, s. 1).

Lokalna społeczność do dziś utrzymuje pamięć o Stalmachu. Jeszcze w XX wieku powstały dwa pomniki upamiętniające działacza, pierwszy z nich pojawił się w Istebnej, a drugi w Cieszynie. W tym mieście, przy ulicy Gołębiej 13, gdzie mieściła się redakcja „Tygodnika Cieszyńskiego” oraz mieszkanie Stalmacha, znajduje się tablica pamiątkowa informująca o historii tego miejsca. Stalmach jest także patronem Szkoły Podstawowej w Bażanowicach oraz Liceum Ogólnokształcącego w Wiśle, a wiele miast w województwie śląskim nazwało ulice na jego cześć (Homola-Skąpska, 2002, s. 492–497).

ANALIZA DZIEŁ PAWŁA STALMACHA

LEGENDA O ZAŁOŻENIU CIESZYNA – GENEZA I ROZWÓJ

Legendy i podania stanowią ważny aspekt jednoczenia i zespalania społeczności. Historie spisane lub przekazywane ustnie opowiadają o mitycznych początkach narodów, społeczności, miast czy wsi oraz budują poczucie wspólnoty. Dla zrozumienia pierwszego z omawianych dzieł, *Cieszymira*, w którym Stalmach inspirował się legendą o założeniu Cieszyna, kluczowe jest zapoznanie się z opowieścią i z historią jej powstania. Pozwoli to na późniejszą ocenę motywacji i zamierzeń autora.

We *Wstępie* do tekstu wydanego w 1890 roku Stalmach przytoczył podanie ludowe, które według niego świadczy o wielowiekowej historii miasta. Legenda, na której opiera się Stalmach, opowiada o polskim władcy, który po wizji trzech gwiazd rozchodzących się w trzech kierunkach rozesłał swoich synów na trzy strony świata, by zapoznali się z panującymi tam zwyczajami. Bolko, Leszko i Cieszko po wędrówce spotkali się w miejscu, gdzie dzisiaj znajduje się miasto Cieszyn, a przy pobliskim źródle ukoili pragnienie. Ich radość ze spotkania była tak duża, że postanowili wybudować zamek, by upamiętnić tę chwilę. Wokół zamku powstało miasto nazwane *Cieszyn*, który to ojkonim, jak uważał Stalmach, pochodzi od rzeczownika adwerbalnego „cieszenie się”, a źródło, z którego bracia zaczerpnęli wodę, znane jest dziś jako Bracka Studnia⁷. Cieszkowi tak spodobała się okolica, że postanowił w niej zamieszkać.

Legenda o założeniu Cieszyna nie była podaniem ludowym, a została stworzona przez uczonych. Zanim Stalmach w utworze *Cieszymir* sięgnął po powszechnie znaną opowieść o trzech braciach, musiały minąć lata, podczas których historia powstawała i kształtowała się, by ostatecznie uzyskać współcześnie znaną wersję. Na przestrzeni wieków podanie ewoluowało i rozrastało się o kolejne detale, które wykorzystywano do potwierdzania wielowiekowej historii miasta.

Kiedy w 1810 roku zorganizowano obchody tysiąclecia założenia Cieszyna, które hucznie świętowano, nie istniała jeszcze znana dzisiaj dość powszechnie legenda opowiadająca o trzech braciach: Cieszku, Leszku i Bolku, synach polskiego władcy (Spyra, 2010, s. 18). Jubileusz miał upamiętnić rok 810, który sekretarz księcia cieszyńskiego Adama Waclawa, Eleazar Tilisch, spopularyzował jako rok powstania miasta. Wspomniany autor, opierając się na pracach Jana Długosza, wyznaczył datę śmierci księcia Leszka III na około 804 rok. Synowie Leszka III mieli otrzymać swoje ziemie i założyć miasta, a jedną z tych miejscowości, założoną przez Cieszymira, miał być właśnie Cieszyn. Informacja ta została przejęta m.in. przez Jakuba Schickfusa, opisującego dzieje Śląska (Spyra, 2010, s. 18–19). Na rozpowszechnienie daty wpłynął także plan miasta autorstwa Johanna Wilhelma Früschmanna, wydany po pożarze Cieszyna w 1720 roku. Można odnaleźć w nim informację o założeniu miasta w 810 roku przez księcia Casimira⁸ (Spyra, 2010, s. 19–20).

⁷ Wbrew informacjom zawartym w legendzie studnia nie zawdzięcza swej nazwy trzem legendarnym braciom-założycielom Cieszyna, lecz klasztorowi braci dominikanów, do którego należała już w 1434 roku (Spyra, 2010, s. 22).

⁸ Spyra wspomina, że imię *Cieszymir* zostało zapisane jako *Casimir*, co zostało przekształcone w *Kazimierz* (Spyra, 2010, s. 20).

Od tego momentu data ta coraz częściej występowała w zapiskach i tekstach. Janusz Spyra wspomina także o podjętej przez badaczy z XVIII i początku XIX wieku próbie odkrycia pochodzenia i etymologii toponimu *Cieszyn*. Jedną z koncepcji wywodziła nazwę *Cieszyn* od słowa „cieszyć się”, co miało udowodniać słowiańską genezę miasta (Spyra, 2010, s. 20). Współczesne opracowania toponomastyczne podają, że nazwa miasta pojawia się po raz pierwszy w 1155 roku w formie *Tescin* (Maleczyński, 1956, s. 87); forma *Cieszyn* jest o wiele późniejsza, a pierwsze świadczące o niej zapisy pochodzą z 1636 roku (Mrózek, 1984, s. 52). W sensie etymologicznym nazwa miasta wywodzi się od skróconych nazw osobowych typu *Ciech* lub *Ciesz* (Rymut, 1996, s. 144).

Podanie współcześnie kojarzone z Cieszynem nie funkcjonowało przed jubileuszem, obchodzonym w 1810 roku. Zainteresowanie historią miasta, które pojawiło się we wspomnianym okresie, przyczyniło się do powstania legendy o założeniu Cieszyna przez trzech synów króla, a także do utrwalenia fałszywej etymologii nazwy. Opowieść ta jest najprawdopodobniej dziełem burmistrza Aloisa Kaufmana, który jeszcze podczas obchodów tysiąclecia pełnił funkcję syndyka (Spyra, 2010, s. 20–21). Już jako burmistrz oprowadzał po Cieszynie cesarza Franciszka I i to właśnie jemu po raz pierwszy publicznie opowiedział legendę o powstaniu miasta (Spyra, 2010, s. 22).

CIESZYMIR – ANALIZA I INTERPRETACJA DZIEŁA

Opowieść o założeniu Cieszyna była dla Stalmacha inspiracją do stworzenia utworu o pełnym tytule: *Cieszymir: śpiewogra ludowa w trzech odślonach, z nutami do śpiewek i jednym obrazkiem*⁹. Dzieło zostało wydane w 1890 roku w cesarsko-królewskiej drukarni Karola Prochaski. Tekst składa się ze wstępu poświęconego historii miasta i kulturze Słowian oraz samej śpiewogry *Cieszymir*, która została podzielona na trzy części:

W pierwszej odślonie dany jest obrazek życia dawnych przodków naszych; w drugiej odślonie przedstawione zejście się trzech książąt polskich na tem miejscu; a w trzeciej zbratanie się przodków naszych z północnemi Polanami i poblížszemi Lechami czyli Lachami, uwieńczone poślubinami małżeńskimi (Stalmach 1890, s. VI).

Gatunek literacki, jakim jest śpiewogra, wywodzi się z Niemiec, gdzie rozwinął się pod wpływem angielskich oper balladowych i francuskiego wodewilu. Jest utworem scenicznym, w którym tekst mówiony przeplata się ze wstawkami muzycznymi (Śledziński, 1981). Utwór *Cieszymir* składa się z dialogów oraz didaskaliów, w których opisane zostały wskazówki dotyczące wyglądu otoczenia i zachowania postaci. Do śpiewogry dołączony został także zapis nutowy (Stalmach, 1890, s. 41–56).

Sam Stalmach zauważył, że nie ma żadnych historycznych źródeł potwierdzających opowieść, którą się inspirował, jednak uważał, że jej powszechna znajomość wynika z wydarzeń, jakie miały miejsce w przeszłości (Stalmach, 1890, s. IV). Autor, po zapoznaniu się

⁹ W wydaniu z 1890 roku Stalmach umieścił także utwór, który stworzył w czasach studenckich *Bój na Dobropolu: opiew wojny Książąt śląskich z Tatarami: dwa utwory wierszem*.

z dostępnymi dla niego źródłami, zgodził się z datowaniem powstania Cieszyna na 810 rok. Chciał upamiętnić datę oraz dzieje miasta dla potomnych, lecz jak sam twierdził, udało mu się to dopiero w 1890 roku, kiedy ukazał się utwór *Cieszymir*, wydany na pamiątkę 1080. rocznicy założenia miasta (Stalmach, 1890, s. V).

Stalmach w *Cieszymirze* przedstawia polską wersję podania, w której bohaterami są Cieszko, Leszko i Bolko. Ten wybór jest w pewnym sensie ideową deklaracją autora – oprócz słowiańskiej historii podkreśla on polską przynależność miasta. W innej wersji legendy pochodzącej z książki *Slezské pohádky a pověsti* (Sláma, 1893), wydanej po raz pierwszy w 1886 roku, František Sláma przedstawia nieco inny przebieg zdarzeń. Autor pisze o trzech synach króla, którzy wybrali się na polowanie, jednak po rozdzieleniu w lesie nie mogli na powrót się odnaleźć. Po ciężkiej i długiej wędrówce udało im się spotkać przy studni, dzięki której ugasili pragnienie. Uradowani bracia postanowili założyć na tych terenach miasto Cieszyn. Autor przedstawia dwa zakończenia, w których wymienia imiona braci. Jedno z nich jest zgodne z wersją Stalmacha i zawiera przywołane już imiona – Cieszko, Leszko i Bolko (Sláma, 1893, s. 70–71). Według drugiego zawartego w podaniu zakończenia braćmi założycielami mieli być Czech, Lech i Rus (Spyra, 2015, s. 376)¹⁰. Odmienne narracje uwidaczniają odmienne ideologie, jakie stały za twórcami (Gawrecki, 2016, s. 10). Według niektórych interpretacji, w tym Gawreckiego, opowieść Sláma przedstawia perspektywę panslawistyczną, a Stalmacha – polonofilską. Pomimo promowania idei słowiańskich w wielu działaniach Stalmacha można dostrzec ukierunkowanie na sprawę polską na Śląsku Cieszyńskim. Wspomniane wcześniej utworzenie Złączenia Polskiego oraz wystąpienie przeciwko przyłączeniu Ślązaków do sekcji czesko-słowackiej na Zjeździe Słowiańskim w Pradze również ukazywały obroną przez Stalmacha drogę.

Korzystając z omówionej (w części teoretyczno-metodologicznej) koncepcji Topolskiego, w przedstawionej legendzie dostrzegamy mechanizmy uniwersalizacji i mistyfikacji. Uniwersalizacja zakłada, że pewne fakty dotyczące wydarzeń o niewielkiej skali przypisuje się większym procesom historycznym (Topolski, 1991, s. 248). Stalmach, bazując m.in. na informacji o obchodach tysiąclecia Cieszyna z 1810 roku (Stalmach, 1890, s. V), utrwalił niepotwierdzone przekazy historyczne. Mistyfikacja służy tutaj chęci obrony własnych interesów, które dla Stalmacha związane były z polskością Śląska Cieszyńskiego. Autor nadał wysoką rangę tej opowieści i jej bohaterom, czyniąc z nich symbole powstania miasta.

We *Wstępie* do wydania z 1890 roku została przedstawiona historia ziem, na których położony jest Cieszyn. Czytelnicy mogli zapoznać się nie tylko z samą śpiewogrą, ale także z kilkoma wybranymi przez Stalmacha informacjami na temat dziedzictwa Słowian zamieszkujących w przeszłości te tereny. Jako świadectwo istnienia tych plemion autor przytacza zapisy z Tacyta mówiące o Gotynach. Lud ten miał być przez wielu pisarzy mylony z Gotami, którzy charakteryzowali się upodobaniem do walki. Stalmach uważa utożsamienie Gotynów

¹⁰ Dzisiaj dominująca jest wersja legendy, w której bracia noszą imiona Cieszko, Leszko i Bolko (Gawrecki, 2016, s. 10). W następnym wieku powstało wiele wariantów tego podania, wielokrotnie interpretowanego i ukazywanego w nowym kontekście. Historia spisana została m.in. przez Józefa Ondrusza w *Godkach Śląskich* (Ondrusz, 1977) czy Andrzeja Żurka w *Kalendarzu Cieszyńskim na rok 2001* (Żurek, 2001). Legenda ta pojawia się także w zbiorach kierowanych do dzieci i młodzieży, takich jak *Słownik bohaterów podań i legend Śląska Cieszyńskiego* (Daniel, 2006). Publikacja ta zawiera nie tylko legendę, ale także omawia okoliczności jej powstania i przedstawia aspekty historyczne związane z jej narodzinami.

i Gotów za błąd, a przekazy o Gotynach za świadectwo wczesnego rozwoju osadnictwa, które skutkowało powstaniem Cieszyna (Stalmach, 1890, s. IV). Źródła, na jakie powoływał się Stalmach¹¹, wskazywały, że założenie miasta miało miejsce jeszcze w czasach pogańskich, jednak:

[...] pisarze opowiadają, że nasi przodkowie słowiańscy wierzyli w „jednego” Boga najwyższego, w niebie mieszkającego, który niebieskimi tylko sprawami zajęty, rządy na ziemi oddał podwładnym sobie Bogom, z niego pochodzącym (Stalmach, 1890, s. VI).

Więcej informacji na temat rodzimej religii, historii i tradycji Stalmach przedstawił w *Księgach Rodu Słowiańskiego*, jednak w *Cieszymirze* wspominał jeszcze o licznych zaletach Słowian:

Obok cnoty pobożności, słynęli przodkowie nasi z gościnności, ludzkości, zamiłowania pokoju, swobody i uprawy roli; a przy tem wesoły ich umysł lubił śpiew i gędbę nade wszystko, tak iż prawie wszystkie czynności wykonywali ze śpiewem (Stalmach, 1890, s. VI–VII).

Jak pisał Ankersmit: „Interpretacja nie jest translacją. Przeszłość nie jest tekstem, który musi zostać przełożony na historiografię narracyjną; przeszłość musi zostać zinterpretowana” (Ankersmit, 2004, s. 55). Stalmach, interpretując dostępne jemu dane, przypisał Słowianom wyjątkową historię i obdarzył przodków ponadprzeciętnymi przymiotami, które wielokrotnie udowadniał i podkreślał. Pomimo że nie dotyczą one jednej konkretnej postaci historycznej, a całej grupy, to dostrzec tu można mechanizm zbliżony do gloryfikacji, opisaną przez Topolskiego. Objawia się ona w charakterystycznym dla tego rodzaju mitologizacji przypisywaniu Słowianom wyjątkowych, pozytywnych cech, a pomijaniu tych negatywnych.

Polski historyk Janusz Spyra pisze o *Cieszymirze* w następujący sposób: „[...] całe dziełko ma jasną wymowę polityczną: udowadnia starosłowiański rodowód Cieszyna, ale też nawołuje do jedności różnych »szczępów« polskich” (Spyra, 2010, s. 24). Legenda chętnie wspominana była przez polski obóz narodowy, w tym Stalmacha, by poprzeć tezę wskazującą na polską przynależność Cieszyna. Z kolei działacze niemieccy wskazywali na brak źródeł potwierdzających jej prawdziwość. Jednak legenda ta przetrwała i nadal odgrywa ważną rolę w kształtowaniu tożsamości miasta (Spyra, 2010, s. 24)¹².

*KSIĘGI RODU SŁOWIAŃSKIEGO*¹³

Wszechstronne podejście do tematu Słowian Stalmach zaprezentował w dziele zatytułowanym *Księgi Rodu Słowiańskiego* z 1889 roku. Tekst ten, podobnie jak *Cieszymir*, został wydany w cesarsko-królewskiej drukarni Karola Prochaski. Niemal 250-stronicowy utwór

¹¹ Autor wspomina i powołuje się na kronikarzy i pisarzy, których niekiedy określa mianem „dawnych” i „ówczesnych” jednak nie wymienia nikogo poza Tacytem.

¹² Legenda o powstaniu Cieszyna nie przestała stanowić ważnego punktu identyfikacji dla mieszkańców. Sam fakt badań przeprowadzonych i zaprezentowanych przez Spyrę ukazuje, jak ważnym elementem tradycji cieszyńskich jest to podanie.

¹³ Zarówno w tytule, jak i wszystkich cytatach zachowane zostały oryginalne zapisy i ortografia.

autor podzielił na pięć głównych części, w których w przystępny sposób omawia wybrane zagadnienia z religii i życia codziennego Słowian. Tytuły rozdziałów, jakie znalazły się w publikacji, oddają ich zakres tematyczny: *Ród Słowiański*, *Bogowiedza pogańskich Słowian*, *Obyczaje, obrzędy, uroczystości, świątynie i kapłaństwo dawnych Słowian*, *Urządzenie społeczne dawnych Słowian* oraz *Dzieje starożytne Słowian*. Jak pisze sam autor, tekst powstał, by „każdy myślący, co przynajmniej szkołę ludową ukończył i chce poznać praojców narodu swego, mógł nabyć treściwą o nich wiadomość” (Stalmach, 1889, s. III). Stalmach chciał, by jego praca była dostępna i zrozumiała dla szerokiego grona odbiorców, umożliwiając zapoznanie się z wierzeniami, tradycjami i sposobem życia przodków. O powszechnym charakterze *Ksiąg Rodu Słowiańskiego* miało świadczyć również stanowisko autora, który przyznaje, że w tekście wspomina jedynie o najważniejszych według niego źródłach, stworzonych przez osoby, które były bezpośrednimi świadkami wydarzeń, jakie opisują (Stalmach, 1889, s. III–IV). Należy podkreślić, że „w 1891 r., w roku śmierci Stalmacha, bytomskie »Światło«, pierwszy w tych stronach ilustrowany magazyn polski, w cyklu »O starych Słowianach« pełnymi garściami czerpał właśnie z *Ksiąg Rodu Słowiańskiego*” (Cetwiński, 2002, s. 308). Świadczy to o wysokim społecznym zaufaniu, jakim darzono Stalmacha.

Historyk Marek Cetwiński uważa, że:

Polityczne tło pracy Stalmacha stanowi głównie polityka pruska określona w styczniu 1886 r. w mowie tronowej cesarza Wilhelma I. Otwiera ona etap odwiecznej, jak sądził nie tylko Stalmach, wojny świata germańskiego ze światem słowiańskim. Wojna ta trwa od czasów Karola Wielkiego (Cetwiński, 2002, s. 308).

Wspomniany wyżej badacz uważa również, że chociaż w działalności społeczno-politycznej Stalmacha widać szczególnie skupienie na sprawie polskiej, to w *Księgach Rodu Słowiańskiego* autor odwołuje się także do idei wzajemności wszechsłowiańskiej. Jeszcze podczas nauki w Preszburgu, a później podczas studiów w Wiedniu Stalmach zapoznawał się z ideami propagującymi jedność ludów słowiańskich. Doświadczenia, jakie tam zebrał, a także polityka pruska, o której pisze Cetwiński, zaowocowały nadzieją działacza na odbudowanie utraconych przed laty relacji między różnymi ludami słowiańskimi. W tym kontekście ciekawa jest teza Cetwińskiego zakładająca, że *Księgi Rodu Słowiańskiego* są „zapisem świadomości intelektualisty pochodzącego ze zniewolonego plemienia” (Cetwiński, 2002, s. 309).

Księgi Rodu Słowiańskiego nie są dziełem całkowicie oryginalnym, a raczej na wskroś intertekstualnym. Mieszczą w sobie liczne ślady myśli i zapisów innych autorów. Jednym z przywoływanych i cytowanych przez Stalmacha w *Księgach Rodu Słowiańskiego* kronikarzy jest Johann Gottfried Herder, autor książki *Myśli o filozofii dziejów*, której jeden z rozdziałów, *Ludy słowiańskie*, został poświęcony historii Słowian (por. Herder, 1962, s. 324–327). Porównując informacje, które Herder zawarł w swoim dziele, z narracją prowadzoną przez Stalmacha, można zauważyć znaczne podobieństwa. Sam Stalmach nie kryje swojej inspiracji dziełem niemieckiego filozofa i na ostatnich stronach *Ksiąg Rodu Słowiańskiego* wspomina o Herderze, przytaczając liczne cytaty z *Ludów słowiańskich*. Fakt ten ilustruje jego uznanie dla autora *Myśli o filozofii dziejów*. W tekście Stalmacha odnaleźć można także odwołania m.in. do historyków rzymskich, takich jak Tacyt i Jordanes, oraz do Prokopa Cezarejskiego – historyka

bizantyjskiego. Stalmach kilkakrotnie sięga także do tekstów Długosza, które poznawał jeszcze w czasie pobytu na studiach w Wiedniu (por. Buława, 1991, s. 12; Panic, 1991, s. 38). Jednym ze wspomnianych przez autora kronikarzy jest Prokosz (Stalmach, 1889, s. 27). Stalmach cytuje jego tekst, pomimo że już wcześniej udowodniono, iż kronika Prokosza została sfabrykowana i jest falsyfikatem. Tekst ten został wydany w warszawskiej oficynie w 1825 roku pod tytułem *Kronika polska przez Prokosza w wieku X napisana. Z dodatkami z kroniki Kagnimira, pisarza wieku XI i z przypisami krytycznymi komentatora wieku XVIII. Pierwszy raz wydrukowana z rękopisma nowo wynalezionej*. Kronika miała odkryć nieznanne do tej pory elementy z historii narodzin Państwa Polskiego, jednak już w roku jej wydania Joachim Lelewel wysunął zastrzeżenia co do jej rzetelności i autentyczności (Strzelczyk, 2023, s. 52–56). Autor *Ksiąg Rodu Słowiańskiego* nie wyraża żadnych wątpliwości co do wiarygodności źródła, na które powołuje się w swoim tekście. Jak podaje Cetwiński, wpływ na *Księgi Rodu Słowiańskiego* miały także *Dzieje Słowiańszczyzny północno-zachodniej do połowy XIII w.* autorstwa Wilhelma Bogusławskiego (Cetwiński, 2002, s. 307). Lubosz zaznacza, że Stalmach większość wykorzystanych źródeł poznał jeszcze w Wiedniu, podczas studiów i nie poddał ich późniejszej weryfikacji (Lubosz, 1986, s. 15).

ROZDZIAŁ 1 – RÓD SŁOWIAŃSKI

Pierwszy z rozdziałów został poświęcony przybliżeniu pochodzenia Słowian. Już na początku autor odwołuje się do starotestamentowej tradycji potopu i łączy ją z wyłonieniem opisywanego ludu. Jak podaje Stalmach:

Początek ludzkiego rodu od Noego po potopie, wywodzi się z wyżyn Azyji środkowej, i pismo święte mianuje nam górę Ararat. Potomkowie Noego rozmnożyli się we wieloliczne ludy i narody na całej ziemi. Z tych przodkowie nasi, Słowianie, należą do rodziny ludów zwanych indo-europejskimi albo aryjskimi, które są potomstwem Jafeta, syna Noego (Stalmach, 1889, s. 1).

Autor osadza Słowian w tradycji chrześcijańskiej i przypisuje im pochodzenie biblijne, co stanowi wyraz jego wiary – można dostrzec tutaj mechanizm mistyfikacji. Stalmach podkreśla długą historię Słowian świadczącą o wyjątkowości i szczególnym znaczeniu w porównaniu z innymi ludami. Przeświadczenie to stara się udowodnić także w dalszej części rozdziału.

Najstarszym określeniem stosowanym wobec Słowian jest według Stalmacha nazwa *Wedy* lub *Windy* i właśnie tak nazywani byli oni jeszcze wieki przed powstaniem chrześcijaństwa. Określenie to autor wywodzi z sanskrytu, w którym „słowo wend znaczy chwałę, cześć, sławę” (Stalmach, 1889, s. 3). Stalmach przeprowadza także analizę ewolucji terminu *Srb* i współczesnego mu *Słowianie* albo *Słowenie*, *Słowacy*, *Sławoni*, *Sławianie* (Stalmach, 1889, s. 4). W dalszej części rozdziału został opisany sposób przemieszczania się Słowian po Europie i zasiedlania kolejnych terenów oraz kontaktów z sąsiednimi ludami. Stalmach zaznacza, że o Słowianach wiedzieli już Grecy i Rzymianie, jednak przez poczucie wyższości wobec innych ludów, nazywanych barbarzyńskimi, nie przykładali wagi do poznania języka czy prawidłowego archiwizowania informacji, co skutkowało częstymi błędami w opisach

geograficznych, nazwach krajów, gór czy rzek (Stalmach, 1889, s. 8–9). Autor krytykuje o wiele późniejszych, XV-wiecznych kronikarzy łacińskich i niemieckich, którzy według niego rozpowszechnili nieprawdziwą informację mówiącą o tym, że Słowianie na tych terenach pojawili się dopiero w VI wieku. Pogląd ten miał zostać przyjęty i powielany także przez kronikarzy słowiańskich (Stalmach, 1889, s. 10–11). Współczesne opracowania podają, że przekazy pisane świadczą o zasiedleniu Europy przez Słowian pomiędzy VI a VIII wiekiem (Miśkiewiczowa, 1999, s. 168).

Stalmach podkreśla, że Słowianie zamieszkują swoje ziemie od bardzo dawna, to właśnie tutaj lud rósł w siłę, zakładając kolejne osady. Unikano, według niego, stworzenia państwowości, która mogłaby zakłócić cenioną przez nich niezależność:

Nie przybyli więc Słowianie w czasie rzeczonego przechodu narodów, ale odwiecznie zajmowali posiadane ziemie. Rzecz to prawdziwa: tak wielki i liczny naród, jak Słowiański, nie przychodzi, tylko na miejscu wzrasta. Jego tedy przyjsie słusznie do czasów blizkich [sic!] arki Noego odnieść można. Daremnie pytają nowsi dziejarze, z kąd [sic!] się wziął tak wielki naród i kiedy przyszedł. Znać, mniej by ich zadziwiało opanowanie większej połowy Europy, gdyby było dokonane z zwyczajnych pobudek, jakimi powodowały się inne narody, to jest, żądzą łupiestwa i podbojem; ale spokojni Słowianie takimi pobudkami nie kierowali się (Stalmach, 1889, s. 12).

Choć plemiona słowiańskie ceniły pokój, to potrafiły skutecznie obronić się podczas ataku i utrzymać zajmowane przez siebie ziemie (Stalmach, 1889, s. 13). Stalmach gloryfikuje charakter ludu, który broni tego, co do niego należy. Narracja prowadzona przez Stalmacha może sugerować, że Słowianie mają prawo do ziem, na których bytowali, w tym także do Śląska Cieszyńskiego, ze względu na to, że zasiedlali je od wieków i od wieków ich bronili.

ROZDZIAŁ 2 – *BOGOWIEDZA POGAŃSKICH SŁOWIAN*

Opisując wiarę Słowian, Stalmach nazywa przodków bałwochwalcami ze względu na obowiązujący politeizm (Stalmach, 1889, s. 15). O systemach religijnych innych ludów współczesnych Słowianom, autor wypowiada się jednoznacznie negatywnie, zaznaczając, że wyznawana wiara prowadziła do zła, a jedyną prawdziwą wiarą, prowadzącą do Boga jest ta pochodząca od Chrystusa. Jednak w aspekcie wyznawanej religii Stalmach zauważa wyższość Słowian nad innymi ludami, podając, że „[...] ich cześć bałwochwacza była wznioślejsza, poważniejsza i szlachetniejsza, nie tak dziwaczna ani tak rozpustna jak u innych narodów [...]” (Stalmach, 1889, s. 15). Autor twierdzi, że pisarze, którzy próbowali przedstawić słowiański panteon, znali głównie wierzenia greckie czy rzymskie, co było powodem przekłamań w ich zapisach. Odnajduje u Słowian początki wiary w jednego Boga, a także inne aspekty widoczne w chrześcijaństwie:

W bogowiedzy słowiańskiej przenika myśl o jednym Bogu najwyższym, jako zabytek pierwotnego objawienia. Wiadomość Słowian o Bogu i o nieśmiertelności duszy, ich duchowe pojęcia, równie jak proste i skromne obyczaje, poczciwość i wstrzemięźliwość, uderzały i zadziwiały starożytnych Greków (Stalmach, 1889, s. 16).

Jak podaje Stalmach, chrystianizacja, która dotarła na tereny Słowian, w pierwszej kolejności objęła swoim zasięgiem Słowian południowych, w dalsze rejony przenosiły się jedynie szcążkowe informacje na temat krzewionej wiary. Idea zbawiciela przyjęła się u Słowian pod postacią „świętego zwycięzcy”, któremu udało się pokonać zło na świecie. Nazwano go Swantewit (święty *wit*) ze względu na cząstkę *-wit* oznaczającą „zwycięstwo”¹⁴ (Stalmach, 1889, s. 45). Stalmach wspomina, że:

[...] duchowe pojęcie o tym bóstwie [sic!] ułatwiono sobie zmysłowym wyobrażeniem, którym było: słońce, rozpędzające ciemność, pokonujące niepogodę, zwyciężające zimę, sprowadzające lato, dające urodzajność. U wszystkich pogan w ogóle słońce wyobrażało najdobroczynniejszą istotę, i Swantewit był w samej rzeczy ubóstwionym [sic!] słońcem (Stalmach, 1889, s. 45).

Stanowisko Stalmacha może wynikać z obecnego w przeszłości wśród badaczy utożsamiania słowiańskiego boga Świętowita, ze św. Witem czczonym przez chrześcijan na Rugii, o czym pisał kronikarz Helmold. Podawał on, że kult ten miał się utrzymywać na wspomnianych terenach nawet po powrocie pogaństwa, a św. Wit czczony był jako słowiański bóg. Sam kronikarz zaznaczył, że była to „głucha plotka”, a większość badaczy odrzuciło tę teorię (Urbańczyk, 1991, s. 41–42).

Stalmach kontynuuje swoje rozważania na temat Słowian i ich pobożności:

Jeżeli wreszcie dawni Słowianie mieli podobne zabobony, jak Grecy, Rzymianie, Indowie, Persowie, Celtowie itd., to nie znali tak rozpustnych obrzędów i rozwiązyłych obyczajów, jakie u tych narodów się upowszechniły i o jakich wspominać się nie godzi. [...] głównymi cnotami Słowian były: szczerłość, prostoduszność, gościnność, łagodność, miłość wolności, swoboda, a przy tym wszystkim szczególna pobożność (Stalmach, 1889, s. 69).

Stalmach przypisuje Słowianom cechy, które odpowiadają wartościom cenionym w chrześcijaństwie, co stanowi przykład zdefiniowanego przez Topolskiego mechanizmu mistyfikacji. Mechanizm ten może wynikać z chęci obrony ideologii i własnych interesów. Stalmach, jako gorliwy chrześcijanin, przedstawia przykłady podobieństw między religią Słowian a chrześcijaństwem. Ukazuje, że lud przyjął zasady moralne podobne do tych wyznawanych przez niego samego, a także wielu współczesnych mu mieszkańców Śląska Cieszyńskiego – katolików i protestantów.

Szczególnie interesujące jest poszukiwanie i wskazywanie przez autora podobieństw między ludami słowiańskimi a Indiani. Prekursorem badań nad sanskrytem, w którym początkowo

¹⁴ Imię *Swantewit* oraz forma *Świętowit* zostały omówione przez Aleksandra Gieysztora, który przedstawia ich etymologię. Historyk zaznacza, że imię posiada dwa człony: „Pierwszy, *svę-, oznacza tego, który rozporządza dobroczynną mocą magiczną, „świętego”, co utożsamiano od wieku IX z *sanctus* i *hagios* w języku kościołów chrześcijańskich. Drugi element to atrybut zawarty w przyrostku *-ovit/evit o znaczeniu niezupełnie dla nas jasnym, choć powtarzający się w wielu nazwach osobowych; najprawdopodobniej *vit to tyle co „pan”; zestawienie ze słowem *vitjazb – »wiciądz«, »wojownik« mniej jest prawdopodobne z uwagi na charakter pożyczki z germańskiego. Można więc dopuścić, że imię to oznaczało tego, który »rozporządza mocą nadprzyrodzoną«, »świętą«” (Gieysztor, 2006, s. 117). W monografii *Budowa morfologiczna staropolskich złożonych imion osobowych* Maria Malec rekonstruuje cząstkę *wit- w ten sam sposób (Malec, 1971, s. 123–124).

zauważono podobieństwo do języków takich jak łacina czy greka, był działający jeszcze w XVIII wieku William Jones (Paveau, Sarfati, 2009, s. 13–14). W XIX wieku rozwinięto jego badania, a także działania w obszarze językoznawstwa historyczno-porównawczego. Dotyczyły one studiów nad językiem praindoeuropejskim, z którego w późniejszym czasie wyłoniły się rodziny językowe posiadające ten sam rdzeń. Pomogło to w rekonstrukcji historii języków Europy i ich poprzedników, a także stanowiło podstawę do badań kultury i religii, wywodzącej się ze wspólnej linii rozwojowej (Urbańczyk, 1991, s. 202). Ten właśnie sposób myślenia można zauważyć także u Stalmacha. Cetwiński zaznacza, że przekonanie o powiązaniach słowiańsko-hinduskich było obecne wśród polskich uczonych w XIX wieku (Cetwiński, 2002, s. 312).

Rozdział drugi oprócz wspomnianych kwestii zawiera także omówienie wielu słowiańskich bogów czy demonów, prezentując czytelnikowi stworzoną przez Stalmacha wizję panteonu i demonologii słowiańskiej. Wiele elementów wiary Słowian Stalmach wywodzi z Indii i uznaje, że to właśnie Indie wywarły największy wpływ na kształtowanie się poglądów i tradycji słowiańskich. Na potwierdzenie swoich wniosków przedstawia odnalezione analogie. Wskazuje m.in. na to, że najwyższy Bóg czczony w rodzimej wierze zwany był Prabogiem, a miejscem jego bytowania było niebo, postać ta miała być odwzorowaniem indyjskiego Boga Parabramy. Kolejnym punktem wspólnym dla wspomnianych dwóch tradycji było indyjskie słowo „*oum*” oraz jego, odnaleziony przez Stalmacha, słowiański odpowiednik „*um*”. Autor wspomina także o trzygłowym Bogu Słowian, łączącym Prowe, Jesse i Żywie na wzór wyobrażenia indyjskiego, na które składają się Brama, Wisznu i Siwa. Postacie te mogły przejawiać się jako odmienne istoty, alternatywne wcielenia Boga, co wpłynęło na zwiększenie się liczby pomniejszych bóstw, zarówno w religii Indii, jak i u Słowian (Stalmach, 1889, s. 23).

Kolejnym narodem, jaki zostaje przez autora uznany za źródło słowiańskiej wiary, są Persowie, od których przejęto dualizm bogów. Dobry Bóg, który stworzył świat, walczy ciągle z niszczycielskim Bogiem, którego siłą do działania jest czynienie zła. Stalmach uważa, że podział ten widoczny jest tylko u Słowian, w wierzeniach innych ludów europejskich nie da się go wyróżnić. W rodzimej wierze Bielbóg (biały Bóg) oraz Czarnobóg (czarny Bóg) odwzorowują podział na dobro i zło. Autor przypuszcza, że Bielbóg i Czarnobóg mogli być dwoma wcieleniami jednego bóstwa, a przydomek, jakiego w danym momencie ludzie używali na jego określenie, był konsekwencją odczytania i interpretacji wpływów Boga na rzeczywistość (Stalmach, 1889, s. 43). Za kluczowe dla rozwoju religii i moralności Słowian autor uznaje wpływy chrześcijańskie, a także wschodnie. Cetwiński podaje, że według Stalmacha religijne inspiracje wschodnimi wierzeniami istnieją wśród Słowian od dawna, a w Europie Zachodniej pojawiły się dopiero w XVIII i XIX wieku (Cetwiński, 2002, s. 314). Stalmach swoje przekonania popiera przykładami silnych, wzajemnych relacji tych religii i wierzeń. Autor, poszukując pochodzenia słowiańskich wierzeń, odnajduje, przedstawia i podkreśla wybrane aspekty, projektując je na szerszy obszar historii. Uważa, że pewne cząstkowe fakty, wynikające ze zbieżności religii Słowian z religią Indii, Persji czy z chrześcijaństwem, miały duże znaczenie i zaważyły na losach oraz przyszłości Słowian. Tego typu zawiązanie rangi wydarzeń i przecenianie ich wpływu na rozwój dziejów Topolski nazwał uniwersalizacją (Topolski, 1991, s. 248).

ROZDZIAŁ 3 – *OBYCZAJE, OBRZĘDY, UROCZYŚCIOŚCI, ŚWIĄTYNIE I KAPLAŃSTWO DAWNYCH SŁOWIAN*

W kolejnym z rozdziałów Stalmach opowiada o kwestiach związanych z religią, ale nie dotyczących bezpośrednio bóstw czy demonów. Również w tej części dzieła kontynuuje narrację gloryfikującą lud, wspomina o charakterystycznej dla Słowian pobożności, która, jak po raz kolejny zaznacza, powodowała, że odrzucali oni chciwość, wojnę czy wyprawy łupieżcze, pragnąc jedynie pokoju. Swoje słowa popiera dziełami Prokopa z Cezarei czy greckiego cesarza Maurycego (Stalmach, 1889, s. 71). Przytaczana przez Stalmacha opinia na temat Słowian miała utrzymywać się aż do XII wieku:

Jeszcze w 11. i 12. wieku Adam Bremeński i Helmold, powtarzając to samo o Słowianach nadbałtyckich, wyraźnie mówią: „Trudno jest znaleźć [sic!] naród obyczajniejszy, gościnniejszy, poczciwszy i łagodniejszy; wiele więc chwalebne dałoby się o nich powiedzieć, gdyby tylko wiarę Chrystusa wyznawali” (Stalmach, 1889, s. 71).

Korzystając z dostępnych mu źródeł, Stalmach stara się zrekonstruować i przedstawić odprowadzane przed wiekami obrzędy, obchodzone święta i kultywowane tradycje ważne dla przedchrześcijańskich Słowian. Uważa, że słowiańska pobożność, której poszukuje na różnych obszarach, miała się wyrażać także w liczbie miejsc świętych, w których mieszkańcy oddawali cześć swoim bogom:

Takimi cnotami udowadniając swoją pobożność, mieli też Słowianie wszędzie pełno świętych gajów, gór, źródeł i rzek ubóstwianych [sic!], a gdy się sztuki pomiędzy nimi upowszechniły, mieli mnóstwo świątyń i posągów, stawianych na cześć bogom (Stalmach, 1889, s. 71).

ROZDZIAŁ 4 – *URZĄDZENIE SPOŁECZNE DAWNYCH SŁOWIAN*

W czwartej części dzieła Stalmach przedstawił organizację słowiańskiego społeczeństwa. Zaznacza, że główną władzę w społeczeństwie posiadali kapłani, będący wykonawcami woli bożej, a stan ten nazwany zostaje księżowładztwem (Stalmach, 1889, s. 116). Stalmach zauważa tutaj kolejny aspekt, który Słowianie zaczerpnęli z Indii, gdzie wspomniane księżowładztwo pełnione było przez braminów – kastę panującą. Różnicą między organizacją ludów słowiańskich i Indii jest brak kast w społeczeństwie. Według przytaczanych przez autora słów odmiennosc ta mogła być spowodowana wyłonieniem się Słowian z jednej z indyjskich sekt, dla której najważniejsza była równość:

Atoli tę odmiennosc u Słowian łatwo sobie wytłumaczymy, wiedząc, że w Indyi powstało wiele sekt religijnych, a mianowicie takich, które sprzeciwiały się uznawaniu różnych kast. Początek więc urządzeniu słowiańskiemu mogła dać taka sekta indyjska, której godłem była: równość, i tę też zasadę głównie w urządzeniu dawnych gmin słowiańskich wszędzie znajdujemy (Stalmach, 1889, s. 116–117).

Konsekwencją opisanego systemu była organizacja życia wspólnotowego Słowian. Do czasów wprowadzenia chrześcijaństwa nie rządzili książęta czy królowie, lecz naczelnicy, którzy byli wybierani spośród rodzin, gmin czy powiatów. Obrady narodowe zwane były sejmami, a prowadzili je kapłani i wspomniani naczelnicy pokolenia.

W dalszej części rozdziału Stalmach omawia prawa, architekturę, a także codzienne zajęcia i życie rodzinne. Po raz kolejny podkreśla pozytywne i wyjątkowe cechy dawnych Słowian, znane i opisywane nawet przez Greków, co stanowi element gloryfikacji. Według autora słowiańska oświata dużo zawdzięcza indyjskim wzorcom, z których Słowianie mogli czerpać, zasiedlając w przeszłości bliskie Indiom tereny geograficznie. Jak podaje:

Wielkość i zamożność dawnych miast słowiańskich, słynących z handlu i bogactw, o których równieśni pisarze niemieccy z zazdrością wspominają, jako też pewien dobrobyt u ogółu ludności pochodzący z zamięłowania w uprawie roli, i nadewszystko [sic!] zacne obyczaje, gościnność, ludzkość i szczerłość, które już starożytni Grecy wychwalali: wszystkie te okoliczności stwierdzają, że dawni Słowianie mieli pewną i to niepoślednią oświatę, i takową posiadali od niepamiętnych czasów, według wszelkiego prawdopodobieństwa przyniósłszy ją z sobą z pierwotnych azyjatyckich siedzib, gdy w sąsiedztwie Indów przebywali (Stalmach, 1889, s. 137).

Jak zaznacza Cetwiński, Stalmach pisze o znajomości pisma wśród Słowian. Tę umiejętność autor *Książ Rodu Słowiańskiego* również zalicza do korzyści, jakie ludy słowiańskie czerpały z kultury indyjskiej (Cetwiński, 2002, s. 312).

ROZDZIAŁ 5 – DZIEJE STAROŻYTNYCH SŁOWIAN

W ostatnim rozdziale Stalmach porównuje historię Słowian z historią starożytnej Grecji ze względu na zbliżoną organizację państwową. Grecy podobnie jak Słowianie nie stworzyli początkowo jednego wielkiego państwa, a połączenie mniejszych jednostek terytorialnych realizowało się przez wiarę w tych samych bogów (Stalmach 1889, s. 143). Słowianie, podobnie jak Grecy, jednoczyli siły jedynie w czasie zagrożenia, a brak wypracowanej wspólnoty politycznej skutkowało utratą wolności. Kolejna paralela między Grekami a Słowianami to fakt, że oba ludy „obdarzyły wyższą kulturą swych pogromców”. Grecy przyczynili się do rozwoju kultury rzymskiej, a Słowianie – niemieckiej (Cetwiński, 2002, s. 311). Stalmach prezentuje także historię ziem zamieszkiwanych przez Słowian i ich kontakty z innymi ludami.

Dostrzec można w tych partiach tekstu element profetyzacji – cieszyński działacz opisuje idee jednoczącą wszystkie ludy słowiańskie, w której dostrzega szansę na połączenie się i wzajemne zrozumienie narodów podzielonych przed laty przez kwestie językowe:

W teraźniejszości miejsce jedności językowej zastępuje idea „wzajemności wszechsłowiańskiej”, która wszędzie się budzi, a w miarę tego podnosi ducha Słowian, i wzmacnia ich twórczość w naukach i sztukach. Co Polak poeta albo malarz utworzył, może Rusin lub Czech i Serb uważać jako dzieło swego brata, jako własność rodzinną, a również na odwrót, w pieśniach serbskich i ruskich, lub tradycjach czeskich znajduje Polak obrazki jakby z własnego swego życia. Wielki zasób twórczości okazują też Słowianie na wszystkich polach umysłowej pracy (Stalmach, 1889, s. 243).

RELACJE SŁOWIAN Z NARODEM NIEMIECKIM
W KONCEPCJI STALMACHA

Istotną kwestią, którą Stalmach omawia w rozdziale *Dzieje Starożytnych Słowian*, a kontynuuje w zakończeniu *Ksiąg Rodu Słowiańskiego*, jest wątek słowiańsko-niemiecki. Autor uważa, że naród niemiecki próbował negatywnie wpłynąć na Słowian, stłamsić ich, a religię wprowadzić po podboju, „mieczem i ogniem” (Stalmach, 1889, s. 231). Podkreśla różnice i spory, a także popiera przykładami swoje tezy dotyczące błędnych idei i przekonań o potędze, propagowanej przez Niemców. Autor podkreśla wyższość Słowian nad Niemcami w oświacie, a na potwierdzenie swoich słów przytacza słowiańską działalność rolniczą oraz handlową, zamożność miast czy umiejętność żeglugi, co miało wynikać z dobrego zarządzania wiedzą (Stalmach, 1889, s. 242).

Niemcy, szcząc się swoim dorobkiem w dziedzinie nauki, ujmują innym narodom, które tak samo pracowały na rozwój tego obszaru. Stalmach wspomina o autorach piszących w językach takich jak francuski czy niemiecki, którzy przyczyniają się do rozwoju piśmiennictwa poza granicami kraju, a tym samym brakiem rozwoju stanu nauki własnego narodu (Stalmach, 1889, s. 243). Zauważa, że Niemcy dzięki zjednoczeniu wyprzedzili w rozwoju Słowian. Dodatkową pomocą w tej pozytywnej zmianie miało być posługiwanie się jednym językiem przez cały naród niemiecki, czego nie udało się osiągnąć Słowianom. Jak twierdzi autor, ludom słowiańskim również mogłoby się udać wypracowanie wspólnego języka, jednak to właśnie Niemcy utrudnili ten proces, propagując łącinę, co spowodowało wyodrębnienie się różnych języków na terenach zamieszkiwanych przez Słowian.

Stalmach, pisząc o narodzie niemieckim, zaznacza, że:

Podbijają oni rzeczywistym podbojem, a nie oświatą. Wszakże i dziś widzimy ten podbój w Prusach, w księstwie Poznańskim i na Śląsku. [...] Nie odważają się tylko Prusacy po prostu wygubić Polaków, jak niegdyś Sasi wygubili Bodrytów; więc wykupują polskie dobra dla osadników niemieckich; ale jest to jednak podobna grabież, chociaż w innej formie, jakiej ongi dopuszczali się Sasi. [...] Zakazują Prusacy używania polskiego języka nie tylko [sic!] w urzędach, ale i w szkole, i przez to zwalają ciemnotę na ludność polską (Stalmach, 1889, s. 244).

Przedstawiany przez Stalmacha obraz narodu niemieckiego jest jednoznacznie negatywny. Autor powołuje się przy tym na Herdera, który – według Stalmacha – jako jeden z nielicznych niemieckich uczonych „rzetelnie” traktuje historię Słowian. Stalmach przywołuje liczne cytaty z *Myśli o filozofii dziejów* (Herder, 1962, s. 324–327), uwierzytelniając w ten sposób pozytywny, a nawet wyjątkowy obraz ludów słowiańskich oraz negatywny obraz Niemców. Stalmach powiela i tworzy niekorzystne stereotypy na temat Niemiec, dotyczące agresji wymierzonej w stronę ludów słowiańskich, wyższości i dominacji, a także chęci przywłaszczenia dorobku innych narodów. Mechanizm stereotypizacji jest jednym z ważnych mechanizmów tworzenia narracji historycznej także w wersji prezentowanej przez Stalmacha. Jego zastosowanie pozwala na uproszczone widzenie faktów z przeszłości i szybką, kontrastową ocenę dużych grup ludzkich.

WNIOSKI

Podjęcie Ankersmita zakłada, że „narracje historyczne są reprezentacjami przeszłości, które tworzą znaczenia. Są one propozycjami widzenia przeszłości z pewnego punktu widzenia; propozycjami, jak można organizować naszą wiedzę o przeszłości” (Ankersmit, 2004, s. 13). Analiza tekstów Stalmacha napisanych przez niego na podstawie przekazów, legend i materiałów na temat Słowian oraz Cieszyna i Śląska Cieszyńskiego, potwierdza słuszność koncepcji Ankersmita. W stworzonej przez Stalmacha opowieści wizja przeszłości jest zgodna z jego postawą wynikającą z działalności narodowej. Punkt widzenia autora był determinowany przez jego przekonania i poglądy. Stalmach był nie tylko autorem i redaktorem, który tworzył teksty wspierające idee promujące polską przynależność Śląska Cieszyńskiego, ale przede wszystkim był działaczem politycznym aktywnie wspierającym krzewienie polskości w tym regionie. Idea skupiająca się na rozwoju polskiej przynależności Śląska Cieszyńskiego, która stała za jego działaniami, znalazła odzwierciedlenie w analizowanych w niniejszym artykule tekstach – we *Wstępie do Cieszymira* oraz w *Księgach Rodu Słowiańskiego*. W utworach tych Stalmach wypełnia treścią zdefiniowane przez Ankersmita substancje narracyjne dotyczące Słowian, historii Śląska Cieszyńskiego i Cieszyna, pozytywnie wartościując obraz prezentowanej przeszłości.

W skonstruowanych w nich obrazach świata można odnaleźć mechanizmy mitologizacji zdefiniowane przez Topolskiego. We wstępie do *Cieszymira* autor legitymizuje opowieść o trzech braciach, która stała się inspiracją do stworzenia utworu, choć sam przyznaje, że nie posiada dowodów na jej prawdziwość. W *Księgach Rodu Słowiańskiego*, dziele kompleksowo opisującym kulturę, religię i historię Słowian, pojawiają się niemal wszystkie mechanizmy mitologizacji wymienione przez Topolskiego.

Z *Ksiąg Rodu Słowiańskiego* wyłania się niezwykle pozytywny obraz Słowian. Stalmach przypisuje ludowi jedynie korzystne cechy, chwaląc dobrą organizację, pozytywne usposobienie i liczne umiejętności. Nawet wyznawanej przez Słowian wierze, która nie jest zgodna z jego własnymi przekonaniem, przypisuje wyjątkowe wartości. Można dostrzec tutaj takie mechanizmy, jak uniwersalizacja czy mistyfikacja. Dotyczą one historii Słowian, z której autor wybiera pożądane informacje i nadaje im szczególne znaczenie. Podobnie jak w *Cieszymirze*, pojawia się próba gloryfikacji całego ludu. Element kolejnego z mechanizmów mitologizacji – profetyzacji – zawarty jest w idei wzajemności wszechsłowiańskiej, w której Stalmach dostrzega szansę na odbudowę relacji między narodami słowiańskimi.

Mechanizmy mitologizacji, które pojawiają się we *Wstępie do Cieszymira* oraz w *Księgach Rodu Słowiańskiego*, wiążą się ściśle z celami prowadzonej przez Stalmacha politycznej działalności, a i z propagowaniem przez niego określonych idei. Sposób przedstawienia historii w analizowanych dziełach miał przede wszystkim uprawomocnić obecność Słowian na terenach Śląska Cieszyńskiego jako ludu zamieszkującego te tereny od wieków. Ważnym celem była obrona Słowian oraz wykreowanie pozytywnego obrazu tej społeczności, wyznającej wartości cenione przez autora. W tym celu Stalmach skonstruował nie tylko korzystny obraz Słowian, ale także negatywnie przedstawił naród niemiecki, umacniając stereotypy i podziały między tymi dwiema grupami. Zestawienie tych etnosów jednoznacznie wskazuje na przewagę moralną Słowian. W sposobie przedstawiania historii w *Cieszymirze* oraz

w *Księgach Rodu Słowiańskiego* można dostrzec także chęć podkreślenia autonomii regionu oraz ambicję stworzenia polskiej wspólnoty jako odrębnej i niezależnej grupy o silnej przynależności słowiańskiej.

Autor porównuje Słowian z innymi narodami, jednoznacznie wskazując na wyższość swoich przodków oraz imponujący stan oświaty, kultury i organizacji. Można dostrzec, że tekst powstał z perspektywy osoby religijnej, pobożnej i ceniącej wartości chrześcijańskie. Słowianie jako poganie byli przez Stalmacha nazywani bałwochwalcami, jednak wskazał on na pojawienie się w wyznawanej przez nich religii idei Boga najwyższego, co uczyniło z nich, w oczach autora, naród bardziej rozwinięty od pozostałych.

Stalmach, pisząc o Słowianach, skupia się na całej tej społeczności, a nie pojedynczych grupach etnicznych. Choć wskazuje, że pewne aspekty były charakterystyczne dla konkretnych ziem, to nie pomija opisu innych terenów. Idea wzajemności wszechsłowiańskiej koresponduje z narracją prowadzoną przez Stalmacha. Pisze on o Słowianach jako o spójnej grupie wywodzącej się z tej samej tradycji, która przez setki lat rozwijała się i rozrastała na zajmowanych przez siebie terenach. Tekst ten mógł być dla odbiorców niezwykle pokrzepiający, prezentując autorską wizję wątków wcześniej nieznanymi i nierozpowszechnionymi w kulturze, a nobilitujących Słowian.

Twórczość Stalmacha stanowi również wyraz jego zafascynowania Słowiańszczyzną i romantyzmem. Liczne w jego tekstach wątki słowiańskie, podobnie jak u romantyków, miały pomóc scalić wspólnotę. Zarówno *Cieszymir*, jak i *Księgi Rodu Słowiańskiego* stanowiły element jego działalności społeczno-politycznej, zmierzającej ku tworzeniu lokalnej, polskiej wspólnoty na Śląsku Cieszyńskim.

Analizowane utwory Stalmacha kierowane były do szerokiego grona odbiorców. Nie powstały jako prace naukowe, ale jako teksty dostępne dla każdego, kto był zainteresowany tematyką rodzimej kultury. Wykorzystując zmitologizowany, ale oparty na zbieranych przez Stalmacha przez lata materiałach dotyczących historii Słowian, *Cieszymir* i *Księgi Rodu Słowiańskiego* miały propagować wiedzę o wierzeniach, tradycjach i życiu codziennym przodków, której w tamtym czasie brakowało. Zagadnienia te nie były jeszcze w czasach działalności Stalmacha popularne i dostępne dla przeciętnego mieszkańca Śląska Cieszyńskiego, przez co jego działalność była w pewien sposób pionierska.

BIBLIOGRAFIA

- Ankersmit, F. (2004). *Narracja, reprezentacja, doświadczenie*. Kraków: TAIWPN Universitas.
- Antosik, G., Łuczyński, M. (2020). *Badania nad wierzeniami Słowian*. Owidz: Muzeum Mitologii Słowiańskiej
- Brückner, A. (1980). *Mitologia słowiańska i polska*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Buława, E. (1991). Uwikłania światopoglądu Pawła Stalmacha. W: I. Panic (red.), *Pamiętnik Cieszyński. T. 3: 1991* (s. 7–22). Cieszyn: Polskie Towarzystwo Historyczne Oddział w Cieszynie.
- Cetwiński, M. (2002). *Metamorfozy Śląskie. Studia źródłoznawcze i historiograficzne*. Częstochowa: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Częstochowie.

- Choraży, B., Choraży, B. (2012). Śląsk Cieszyński od młodszej epoki kamienia po czasy wielkiej wędrówki ludów. W: I. Panic (red.), *Dzieje Śląska Cieszyńskiego od zarania do czasów współczesnych. Tom I. Śląsk Cieszyński w czasach prehistorycznych* (s. 171–198). Cieszyn: Starostwo Powiatowe w Cieszynie.
- Danel, R. (2006). *Słownik bohaterów podań i legend Śląska Cieszyńskiego*. Cieszyn: Biblioteka Miejska w Cieszynie.
- Domańska, E. (1994). Biała Tropologia. Hayden White i teoria pisarstwa historycznego. *Teksty Drugie*, 2, 159–168.
- Dorda, A. (2012) Środowisko przyrodnicze. W: I. Panic (red.), *Dzieje Śląska Cieszyńskiego od zarania do czasów współczesnych. Tom I. Śląsk Cieszyński w czasach prehistorycznych* (s. 17–167). Cieszyn: Starostwo Powiatowe w Cieszynie.
- Drożdż, A., Kajfosz, J., Pieńczak, A. (2005). *Podania i legendy Śląska Cieszyńskiego. Antologia*. Cieszyn: Uniwersytet Śląski Filia w Cieszynie.
- Gawrecki, D. (2016). The Situation with Regard to Language and Nationality in the Teschen (Cieszyn/Těšín) Region before 1880. *Prager wirtschafts- und sozialhistorische Mitteilungen – Prague Economic and Social History Papers*, 23, 7–21.
- Gieysztor, A. (2006). *Mitologia Słowian*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Grim, E. (1910). *Paweł Stalmach. Jego życie i działalność w świetle prawdy*. Cieszyn: Dziedzictwo bł. Jana Sarkandra dla Ludu Polskiego na Śląsku.
- Gruchała, J., Nowak, K. (2013). Dzieje polityczne. W: I. Panic (red.), *Dzieje Śląska Cieszyńskiego od zarania do czasów współczesnych. Tom V. Śląsk Cieszyński od Wiosny Ludów do I wojny światowej (1848–1918)* (s. 21–164). Cieszyn: Starostwo Powiatowe w Cieszynie.
- Heller, M. (1991). Paweł Stalmach na zjeździe słowiańskim w Pradze (czerwiec 1848 r.). W: I. Panic (red.), *Pamiętnik Cieszyński T. 3: 1991 r.* (s. 31–35). Cieszyn: Polskie Towarzystwo Historyczne Oddział w Cieszynie.
- Herder, J.G. (1962). *Mysli o filozofii dziejów*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Homola-Skąpska, I. (2002). Stalmach Paweł. W: *Polski Słownik Biograficzny*, t. 41 (s. 492–497). Kraków: Towarzystwo Naukowe Societas Vistulana.
- Janion, M. (2007). *Niesamowita Słowiańszczyzna*. Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Kuś, W. (2012). Ziemia cieszyńska w okresie wczesnego średniowiecza. W: I. Panic (red.), *Dzieje Śląska Cieszyńskiego od zarania do czasów współczesnych. Tom I. Śląsk Cieszyński w czasach prehistorycznych* (s. 171–214). Cieszyn: Starostwo Powiatowe w Cieszynie.
- Lubosz, B. (1986). *Paweł Stalmach: (1824–1891): pierwszy z budzieli ducha narodowego na Śląsku Cieszyńskim, redaktor „Gwiazdki Cieszyńskiej”, twórca i pierwszy prezes Macierzy Ziemi Cieszyńskiej*. Katowice: Katowickie Towarzystwo Społeczno-Kulturalne.
- Malec, M. (1971). *Budowa morfologiczna staropolskich złożonych imion osobowych*. Wrocław – Warszawa – Kraków – Gdańsk: Wydawnictwo Polskiej Akademii Nauk.
- Małczyński, K. (1956). *Kodeks dyplomatyczny Śląska I*. Wrocław: Wrocławskie Towarzystwo Miłośników Historii.
- Miśkiewiczowa, M. (1999). Wędrówki Słowian w Europie wczesnego średniowiecza. *Światowit*, 1, 168–173.

- Morys-Twardowski, M. (2013). Stosunki wyznaniowe. W: I. Panic (red.), *Dzieje Śląska Cieszyńskiego od zarania do czasów współczesnych. Tom V. Śląsk Cieszyński od Wiosny Ludów do I wojny Światowej (1848–1918)* (s. 299–334). Cieszyn: Starostwo Powiatowe w Cieszynie.
- Mrózek, R. (1984). *Nazwy miejscowe dawnego Śląska Cieszyńskiego*. Katowice: Uniwersytet Śląski.
- Nowak, K. (2011). Śląsk czechosłowacki. W: J. Bahlcke, D. Gawrecki, R. Kaczmarek (red.), *Historia Górnego Śląska. Polityka, gospodarka i kultura europejskiego regionu* (s. 248–254). Gliwice: Dom Współpracy Polsko-Niemieckiej.
- Nowak, K. (2013). Przemiany prawno-administracyjne, społeczno-zawodowe i narodowościowe. W: I. Panic (red.), *Dzieje Śląska Cieszyńskiego od zarania do czasów współczesnych. Tom V. Śląsk Cieszyński od Wiosny Ludów do I wojny Światowej (1848–1918)* (s. 11–20). Cieszyn: Starostwo Powiatowe w Cieszynie.
- Ondrusz, J. (1974). *Godki Śląskie. Podania i baśnie ze Śląska Cieszyńskiego*. Ostrawa: Profil.
- Panic, I. (1991). „Bój na Dobropolu” jako program ideowo-polityczny Pawła Stalmacha w początkach jego działalności narodowej. W: *Pamiętnik Cieszyński. T. 3: 1991* (s. 37–43). Cieszyn: Polskie Towarzystwo Historyczne Oddział w Cieszynie.
- Panic, I. (2015). Dynastia Piastów cieszyńskich. W: I. Panic (red.), *Dzieje Śląska Cieszyńskiego od zarania do czasów współczesnych. Tom 2. Śląsk Cieszyński w średniowieczu (do 1528 roku)* (s. 11–28). Cieszyn: Starostwo Powiatowe w Cieszynie.
- Paveau, M.A., Sarfati, G.É. (2009). *Wielkie teorie językoznawcze. Od językoznawstwa historyczno-porównawczego do pragmatyki*. Kraków: Wydawnictwo FLAIR.
- Pędzich, B. (2020). *Księstwo Cieszyńskie i ziemia cieszyńska*. Pobrano z: <https://poradnia-jezykowa.uw.edu.pl/porady/ksiestwo-cieszynskie-i-ziemia-cieszynska/> [14.02.2024].
- Rymut, K. (1997). *Cieszyn*. W: *Nazwy miejscowe Polski. Historia, pochodzenie, zmiany. Tom 2: C–D* (s. 144). Kraków: Instytut Języka Polskiego PAN.
- Skowronek, K. (2014). Nazwy własne jako elementy strategii kaznodziejskiej (na przykładzie wybranych homilii arcybiskupa Sławoja Leszka Głódzia). *Onomastica*, 58, 331–347.
- Sláma, F. (1893). *Slezské pohádky a pověsti*. Opawa: Slezské Kroniky.
- Słownik języka polskiego PWN*. Pobrano z: <https://sjp.pwn.pl/slowniki/s%C5%82owia%C5%84szczyzna.html> [19.02.2024].
- Spyra, J. (2010). Cieszyńskie jubileusze... W: I. Panic (red.), *Dzieje Cieszyna od pradziejów do czasów współczesnych. Tom 1: Dzieje Cieszyna od zarania do schyłku średniowiecza (1528)* (s. 9–24). Cieszyn: Urząd Miejski w Cieszynie.
- Spyra, J. (2012a). Wstęp. W: I. Panic (red.), *Dzieje Śląska Cieszyńskiego od zarania do czasów współczesnych. Tom IV: Śląsk Cieszyński w okresie 1653–1848* (s. 9–11). Cieszyn: Starostwo Powiatowe w Cieszynie.
- Spyra, J. (2012b). Dzieje polityczne. W: I. Panic (red.), *Dzieje Śląska Cieszyńskiego od zarania do czasów współczesnych. Tom IV: Śląsk Cieszyński w okresie 1653–1848* (s. 13–120). Cieszyn: Starostwo Powiatowe w Cieszynie.
- Spyra, J. (2015). *Historiografia a tożsamość regionalna w czasach nowożytnych na przykładzie Śląska Cieszyńskiego w okresie od XVI do początku XX wieku*. Częstochowa: Wydawnictwo im. Stanisława Podobińskiego Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie.

- Stalmach, P. (1889). *Księgi Rodu Słowiańskiego*. Cieszyn: C.k. Nadworna Drukarnia Karola Prochaski.
- Stalmach, P. (1890). *Cieszymir: śpiewogrod ludowa w trzech odsłonach, z nutami do śpiewek i jednym obrazkiem*. Cieszyn: C.k. Nadworna Drukarnia Karola Prochaski.
- Strzelczyk, J. (2023). Mundus vult decipi. O fałszerstwach i mistyfikacjach w dziejach. *Saeculum Christianum*, 2, 50–67.
- Śledziński, S. (1981). *Mała encyklopedia muzyki*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Topolski, J. (1991). Historiografia jako tworzenie mitów i walka z nimi. W: J. Topolski, W. Molika, K. Makowski (red.), *Ideologie, poglądy, mity w dziejach Polski i Europy XIX i XX wieku. Studia historyczne* (s. 243–254). Poznań: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza.
- Pomorski, J. (2019). Hayden White a polska metodologia historii i teoria historiografii. W: E. Domańska, E. Skibiński, P. Stróżyk (red.), *Hayden White w Polsce: fakty, krytyka, recepcja* (s. 67–102). Kraków: TAIWPN Universitas.
- Urbańczyk, S. (1991). *Dawni Słowianie. Wiara i kult*. Wrocław – Warszawa – Kraków: Wydawnictwo Polskiej Akademii Nauk.
- White, H. (1973). *Metahistory. The Historical Imagination in Nineteenth-Century Europe*. Baltimore – London: Johns Hopkins University.
- White, H. (2000). *Poetyka pisarstwa historycznego*. Kraków: TAIWPN Universitas.
- Zysiak, A. (2010). Historie w historii. Zanim awangarda stanie się kanonem. *Kultura i Historia*, 18. Pobrano z: <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/2021> [14.02.2024].
- Żurek, A. (2000). Legenda o założeniu Cieszyna. W: *Kalendarz Cieszyński 2001* (s. 324–325). Cieszyn: Macierz Ziemi Cieszyńskiej.

MYTHOLOGIZATION OF SLAVIC CULTURE IN THE WORKS OF POLISH ACTIVIST IN CIESZYN SILESIA, PAWEŁ STALMACH (1824–1891)

The aim of this article is to analyze and interpret *Cieszymir* and *Księgi Rodu Słowiańskiego*, texts by Paweł Stalmach (1824–1891), a Polish national activist in Cieszyn Silesia. Using gathered data, traditions, and legends, Stalmach presents a mythologized culture and religion of the Slavs, as well as the history of Cieszyn and Cieszyn Silesia. The reflection also concerns the role that *Cieszymir* and *Księgi Rodu Słowiańskiego* in the author's socio-political activities. The analysis was conducted based on the narrative concepts of Hayden White and Frank Ankersmit, as well as the mechanisms of mythologization defined by Jerzy Topolski (universalization, mystification, deification or glorification, stereotyping, and prophesying). The picture of the past presented by Stalmach contains almost all mechanisms of mythologization. *Cieszymir* and *Księgi Rodu Słowiańskiego* present an extremely positive image of the Slavs. The texts were part of Stalmach's socio-political activities aimed at creating a local Polish community in Cieszyn Silesia.

Keywords: Cieszyn, mythologization, Cieszyn Silesia, Paweł Stalmach, Slavic region

Zgłoszenie artykułu: 29.02.2024

Recenzje: 20.04.2024

Akceptacja: 22.04.2024

Publikacja online: 30.06.2024

Notes for Contributors

1. “Studia Humanistyczne AGH” (“Contributions to Humanities AGH”) publishes articles, reviews, translations and research reports in the field of disciplines such as: sociology, communication and media studies, cultural studies and religious studies, as well as interdisciplinary works. Manuscripts can be submitted at any time. Within one month following the submission of the manuscript, the author shall receive the acknowledgment from the Secretary of the Editorial Board advising them whether the submitted manuscript has been qualified for further review. Manuscripts should be submitted only via journal platforme: <https://www.editorialsystem.com/shaghen/>.
2. Articles should not exceed 18 standard pages; reviews: 5 standard pages. A standard page is written in Times New Roman Font, size 12, inter-line 1.5. Submission of oversize articles must be consulted with the Editorial Board beforehand.
3. References should be positioned within the main text body according to APA style, e.g.: (Beck and Grande, 2009, pp. 55–58), (Beck et al., 2007, p. 10). Bibliography should be placed at the end of the article.
Examples of bibliography are given below:
 - Beniger, J.R. (1987). Personalization of mass media and the growth of pseudo-community. *Communication Research*, 14, 352–371.
 - Fox, S., Raine, L., Horrigan, J., Lenhart, J., Spooner, T., Carter, C. (2000). *Trust and privacy online: Why Americans want to rewrite the rules*. The Pew Internet & American Life Project.
 - Sundar, S.S. (2007). Social psychology of interactivity in human-Website interaction. In: A.N. Joinson, K.Y.A. McKenna, T. Postmes, U.-D. Reips (ed.), *The Oxford handbook of Internet psychology* (pp. 89–104). Oxford, UK: Oxford University Press.
 - Turkle, S. (1995). *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.
 - Wolfenbarger, M., Gilly, M. (2000). *Consumer’s perceived quality of e-commerce experiences*. Retrieved from: California University Long Beach, <http://www.crito.uci.edu/papers/2000/consumers-gilly.pdf> [1.09.2009].
4. All manuscripts accepted by the Editorial Board are subject to peer review.

Informacje dla autorów

1. „Studia Humanistyczne AGH” publikują artykuły, recenzje, przekłady i sprawozdania z badań mieszczących się w obszarze dyscyplin naukowych: nauki socjologiczne, nauki o komunikacji społecznej i mediach oraz nauki o kulturze i religii, a także prace interdyscyplinarne. Redakcja przyjmuje teksty w trybie ciągłym. W ciągu miesiąca od wpłynięcia tekstu (o czym autor zostanie poinformowany) sekretarz redakcji przekaze autorowi decyzję o przesłaniu nadesłanego materiału do recenzji. Tekst należy przesłać jedynie za pośrednictwem systemu internetowego <https://www.editorialsystem.com/shagh>.
2. Artykuł nie może przekraczać 18 stron, a recenzja pięciu standardowych stron. Standardowa strona to Times New Roman, wielkość czcionki 12, odstęp między wierszami 1,5. Teksty ponadwymiarowe wymagają uprzedniego uzgodnienia z redakcją.
3. Przypisy bibliograficzne należy umieścić w obrębie tekstu głównego według stylu APA: (Beck i Grande, 2009, s. 55–58), (Beck et al., 2007, s. 10). Bibliografię należy umieścić na końcu tekstu.
Przykładowy zapis pozycji bibliograficznych:
 - Beniger, J.R. (1987). Personalization of mass media and the growth of pseudo-community. *Communication Research*, 14, 352–371.
 - Fox, S., Raine, L., Horrigan, J., Lenhart, J., Spooner, T., Carter, C. (2000). *Trust and privacy online: Why Americans want to rewrite the rules*. The Pew Internet & American Life Project.
 - Sundar, S.S. (2007). Social psychology of interactivity in human-Website interaction. W: A.N. Joinson, K.Y.A. McKenna, T. Postmes, U.-D. Reips (ed.), *The Oxford handbook of Internet psychology* (s. 89–104). Oxford, UK: Oxford University Press.
 - Turkle, S. (1995). *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. New York: Simon&Schuster.
 - Wolfenbarger, M., Gilly, M. (2000). *Consumer's perceived quality of e-commerce experiences*. Pobrano z: California University Long Beach, <http://www.crito.uci.edu/papers/2000/consumers-gilly.pdf> [1.09.2009].
4. Wszystkie teksty są recenzowane.

autorzy:

Alicja Głębocka

Marta Regina Jabłońska

Karolina Anna Kierońska-Olszewska

Agnieszka Maj

Agata Smolak

Antonina Stasińska