

Pismo naukowe. Komunikacja i nauki o mediach.
Journal of communication and media science

ISSN 2545-2320



MEDIA I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA



Polskie Towarzystwo
Komunikacji Społecznej

RADA NAUKOWA

prof. dr hab. Agnieszka Hess

Uniwersytet Jagielloński

dr hab. Małgorzata Adamik-Szysiak

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

dr hab. Tomasz Gackowski

Uniwersytet Warszawski

dr hab. Katarzyna Kopecka-Piech

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

dr hab. Małgorzata Łosiewicz

Uniwersytet Gdański

dr hab. Marek Mazur

Uniwersytet Śląski

dr hab. Katarzyna Drąg

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

dr Joanna Kędra

Tampere University

dr hab. Szymon Ossowski

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

dr Michal Vít

EUROPEUM Institute for European Policy

dr Mathias Weber

Johannes Gutenberg University Mainz

REDAKCJA

Dominika Popielec (redaktor naczelna)

Tomasz Łyson (sekretarz redakcji)

Paweł Nowak (redaktor techniczny)

Roksana Gloc (redaktor statystyczny)

Jan Manicki (redaktor językowy)

Patrycja Hewelt

Weronika Dopierała-Kalińska

Natalia Firek

Aleksandra Konieczna

Katarzyna Lorenc-Wilamowska

Katarzyna Mania

Dagmara Sidyk-Furman

Mateusz Sobiech

Marlena Szyber-Popko

Beata Użarowska

Magdalena Wilk

redaktorka wydania

Magdalena Wilk

adiustacja

Anna Kunz

skład i projekt okładki

Wydawnictwo ToC

www.toc-editions.com

adres redakcji

Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej

Uniwersytetu Jagiellońskiego

ul. prof. Stanisława Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków

compress@ptks.pl

www.compress.edu.pl

Polskie Towarzystwo
Komunikacji Społecznej**WYDAWCA**

Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej

oraz Instytut Dziennikarstwa, Mediów

i Komunikacji Społecznej

Uniwersytetu Jagiellońskiego

Spis treści

Od redakcji**3**

Magdalena Zubiel, Mariusz Lipowski

**Affective and rhetorical framing
in expert communication: exploratory
EEG evidence from inflation-related messages 6**

Mateusz Sobiech

**The perception of America in Kuensel –
Bhutan's most popular newspaper 22**

Nur Atas

**Visual Representations of NATO
on Instagram: Public Diplomacy and
Institutional Image Building 44**

Karolina Piechocka

**W sieci homofobii.
Dyskurs tygodnika „Sieci” o osobach LGBT+ 58**

Julia Noworzyn

**Polskie organizacje feministyczne
czwartej fali i ich działalność w sieci 80**

Od redakcji

Oddajemy w Państwa ręce najnowszy numer czasopisma „Com.press”, poświęcony wybranym problemom współczesnej komunikacji medialnej, społecznej i instytucjonalnej. Zebrane w nim artykuły ukazują różnorodność tematów podejmowanych dziś w naukach o komunikacji społecznej i mediach: od eksperymentalnych badań nad odbiorem komunikatów eksperckich, przez analizę wizerunków państw i instytucji międzynarodowych, po refleksję nad dyskursem dotyczącym grup mniejszościowych oraz cyfrowymi formami aktywizmu społecznego.

Numer otwiera artykuł *Affective and rhetorical framing in expert communication: exploratory EEG evidence from inflation-related messages*, poświęcony afektywnemu i retorycznemu ramowaniu komunikacji eksperckiej. Magdalena Zubiel oraz Dariusz Lipowski przedstawiają w nim eksploracyjne, dwuetapowe badanie EEG dotyczące odbioru komunikatów na temat inflacji, zestawiając neutralny przekaz ekspercki z komunikatem nacechowanym emocjonalnie i retorycznie.

Drugi tekst, *Perception of America in “Kuensel” – Bhutan’s most popular newspaper*, skupia się na komunikacji międzynarodowej i badań nad reprezentacjami państw w mediach. Mateusz Sobiech i Szymon Żyliński analizują w nim obraz Stanów Zjednoczonych w najpopularniejszej gazecie Bhutanu, osadzając badanie w kontekście specyfiki bhutańskiego systemu medialnego, filozofii Gross National Happiness oraz koncepcji Middle Path Journalism.]”

Kolejny artykuł, *Visual Representations of NATO on Instagram: Public Diplomacy and Institutional Image Building*, podejmuje problem wizualnej komunikacji instytucji międzynarodowej w mediach społecznościowych. Przedmiotem analizy Nur Atas są posty i rolki publikowane na oficjalnym profilu NATO na Instagramie, badane pod kątem dominujących motywów wizualnych, symboli, strategii komunikacyjnych i sposobów budowania wizerunku instytucjonalnego.

Tekst *W sieci homofobii. Dyskurs tygodnika „Sieci” o osobach LGBT+*, koncentruje się z kolei na krytycznej analizie dyskursu polskiej prasy opinii. Karolina Piechocka bada w nim osiemnaście tekstów opublikowanych

w tygodniku „Sieci” w latach 2015–2023, rekonstruuując strategię językowe i ideologiczne wykorzystywane do przedstawiania osób LGBT+.

Numer zamyka artykuł *Polskie organizacje feministyczne czwartej fali i ich działalność w sieci*, poświęcony współczesnym formom aktywizmu feministycznego w Polsce. Julia Noworzyn omawia rozwój kolejnych fal feminizmu, a następnie analizuje działalność wybranych organizacji feministycznych i prokobiecych, zwracając uwagę na znaczenie internetu oraz mediów społecznościowych w upowszechnianiu postulatów, budowaniu widoczności i mobilizowaniu odbiorczyń oraz odbiorców.

Mamy nadzieję, że będzie inspiracją do dalszych badań, a także zachętą do podejmowania refleksji nad przemianami współczesnych mediów i komunikacji. W imieniu redakcji życzymy Państwu interesującej i owocnej lektury.

Jan Manicki
redaktor wydania

Magdalena Zubiel

UNIVERSITY WSB MERITO TORUN

malenazubiel@gmail.com

Mariusz Lipowski

UNIVERSITY WSB MERITO GDANSK

mariusz.lipowski@gdansk.merito.pl

Affective and rhetorical framing in expert communication: exploratory EEG evidence from inflation-related messages

Afektywne i retoryczne ramowanie komunikacji eksperckiej: eksploracyjne dane EEG dotyczące przetwarzania komunikatów o inflacji

ABSTRACT

This two-stage exploratory EEG study examined whether neutral and affective/rhetorical expert messages concerning inflation are associated with different patterns of spectral EEG activity. The project involved sixteen adults in two consecutive stages. Stage 1 served as a feasibility pilot assessing recruitment, stimulus presentation, participant tolerance, comprehension checks and the practicability of EEG recording during exposure to expert communication. Stage 2 provided the basis for the descriptive spectral analysis and included six documented participant-level spectra per condition. The comparison was based on Grand Average spectral exports for the neutral and affective/rhetorical conditions and was interpreted as an exploratory condition-level contrast rather than a confirmatory trial-level analysis.

The affective/rhetorical condition showed higher spectral indices than the neutral condition, particularly in delta and theta ranges over selected frontal, temporal and parietal sites. These findings are interpreted as preliminary indicators of increased cognitive-affective engagement during reception of rhetorically salient expert communication. They do not provide direct evidence of psychological reactance, cognitive defence or motivated reasoning. Instead, the study identifies a feasible methodological direction for future research combining EEG with behavioural and self-report measures of message reception. The results should therefore be treated as hypothesis-generating evidence on the neurocognitive processing of affectively and rhetorically framed expert communication.

KEYWORDS: EXPERT COMMUNICATION, AFFECTIVE FRAMING, EEG, COGNITIVE-AFFECTIVE PROCESSING, PSYCHOLOGICAL REACTANCE, PILOT STUDY, MEDIA COMMUNICATION

STRESZCZENIE

W dwuetapowym eksploracyjnym badaniu EEG sprawdzono, czy neutralne oraz afektywnie i retorycznie nacechowane komunikaty eksperckie dotyczące inflacji wiążą się z odmiennymi wzorcami aktywności widmowej EEG. W projekcie uczestniczyło łącznie szesnaście osób dorosłych badanych w dwóch kolejnych etapach. Etap 1 miał charakter pilotażu wykonalności i służył ocenie rekrutacji, prezentacji bodźców, tolerancji procedury przez uczestników,

Zubiel, M., Lipowski M. (2025),
Affective and rhetorical framing
in expert communication:
exploratory EEG evidence from
inflation-related messages,
com.press, 8(2), s. 6–21.

DOI: 10.51480/compress.2025.8-2.950

www.compress.edu.pl

kontroli zrozumienia oraz możliwości rejestracji EEG podczas odbioru komunikatów eksperckich. Etap 2 stanowił podstawę opisowej analizy widmowej i obejmował sześć udokumentowanych widm uczestnikowskich na każdy warunek. Porównanie oparto na eksportach Grand Average dla warunku neutralnego oraz afektywno-retorycznego i interpretowano jako eksploracyjny kontrast na poziomie warunków, a nie jako konfirmacyjną analizę prób-po-próbie.

W warunku afektywno-retorycznym odnotowano wyższe wskaźniki widmowe niż w warunku neutralnym, szczególnie w zakresach delta i theta w wybranych lokalizacjach czołowych, skroniowych i ciemieniowych. Wyniki te interpretowane są jako wstępne wskaźniki zwiększonego zaangażowania poznawczo-afektywnego podczas odbioru retorycznie nacechowanej komunikacji eksperckiej. Nie stanowią one jednak bezpośredniego dowodu reakcji psychologicznej, obrony poznawczej ani motywowanego rozumowania. Badanie wskazuje raczej na obiecujący kierunek metodologiczny dla dalszych analiz łączących EEG z miarami behawioralnymi i samoopisowymi dotyczącymi odbioru komunikatów. Uzyskane rezultaty należy zatem traktować jako hipotezotwórcze dane dotyczące neurokognitywnego przetwarzania afektywnie i retorycznie ramowanej komunikacji eksperckiej.

SŁOWA KLUCZOWE: KOMUNIKACJA EKSPERCKA, RAMOWANIE AFEKTYWNE, EEG, PRZETWARZANIE POZNAWCZO-AFEKTYWNE, REAKTANCJA PSYCHOLOGICZNA, BADANIE PILOTAŻOWE, KOMUNIKACJA MEDIALNA

INTRODUCTION

In conditions of economic and social uncertainty, expert communication is shaped not only by informational content but also by affective tone, rhetorical form and perceived source cues. Even accurate messages may be processed defensively when they are experienced as emotionally charged, ideologically salient or autonomy-threatening. This issue becomes particularly relevant in a polycrisis context, where economic instability, social tension and reduced institutional trust may alter how recipients attend to, interpret and evaluate expert messages.

Psychological reactance theory suggests that messages perceived as controlling, prescriptive or threatening to personal autonomy may elicit resistance, counterarguing and defensive appraisal (Brehm, 1966). Recent evidence on persuasive communication and message resistance further indicates that message form can shape reception independently of factual content (Rains, 2013; Li & Shi, 2026). In expert communication, this means that the

same substantive issue may be processed differently depending on whether it is presented in a neutral, technical register or through emotionally salient, metaphorical and rhetorically dense language.

Electroencephalography offers a useful tool for examining neurophysiological responses during message reception, particularly when the aim is to identify early and non-verbal indicators of cognitive-affective engagement. However, EEG spectral activity is not construct-specific and cannot, on its own, identify psychological reactance, motivated reasoning or identity defence. Frontal theta activity has been associated with cognitive control and conflict monitoring, beta-range activity with attentional demand and arousal, delta rhythms with motivational and semantic integration, and frontal alpha asymmetry with approach–avoidance tendencies. In the present study, these indices are therefore interpreted cautiously as non-specific correlates of cognitive-affective processing rather than as direct biomarkers of a defined psychological mechanism.

The present study examined preliminary EEG responses to expert messages concerning inflation that differed in emotional tone, rhetorical form and source salience. The project was organised in two stages. Stage 1 involved ten adult participants and served as a feasibility pilot assessing recruitment, stimulus presentation, participant tolerance, comprehension checks and the practicability of EEG recording during exposure to expert messages. Stage 2 involved six documented participant-level spectra per condition and provided the basis for the descriptive spectral comparison reported in this article. Given the exploratory character of the project, the small Stage 2 analytic subset and the descriptive status of the EEG export, the aims were formulated as research questions rather than confirmatory hypotheses.

- RQ1. What general feasibility observations emerged from the Stage 1 pilot procedure involving ten participants?
- RQ2. Do neutral and affective/rhetorical expert messages concerning inflation differ descriptively in selected spectral EEG indices in the Stage 2 detailed EEG study involving six participant-level spectra per condition?
- RQ3. What methodological constraints should be considered when interpreting the observed neutral–affective contrast in this two-stage exploratory EEG project?

THEORETICAL FRAMEWORK: EMOTIONAL PROCESSING OF EXPERT COMMUNICATION UNDER CONDITIONS OF UNCERTAINTY

This study builds on previous behavioural research by Zubieli et al. (2025), which examined how the emotional tone of expert commentary may shape perceptions of macroeconomic phenomena, particularly inflation forecasts. That work suggested that affective linguistic framing may influence recipients' evaluations independently of informational content and, in some cases, may produce paradoxical or inverse effects. These findings point to the need to examine not only what expert messages communicate, but also how their affective and rhetorical form modulates reception at the cognitive and neurophysiological level.

The present study is grounded in the assumption that message reception is shaped by the interaction between semantic content, affective tone, rhetorical structure, source cues and perceived ideological salience. Expert communication concerning the same substantive issue may therefore elicit different processing patterns depending on whether it is presented in a neutral, technical and institutionally formal register or through more metaphorical, evaluative and emotionally salient language. In this sense, the study does not isolate affective framing from all other communicative features. Rather, it contrasts two ecologically distinct modes of expert communication concerning inflation: a formal institutional message and a rhetorically salient public message.

Affective and rhetorical framing is particularly relevant under conditions of uncertainty. According to appraisal-based accounts of emotion, including the Component Process Model, emotional responses emerge through coordinated changes in cognitive appraisal, physiological activation, motivational tendencies, expressive behaviour and subjective experience (Scherer, 2009; Scherer & Moors, 2019). From this perspective, emotionally charged communication may increase attention and engagement, but it may also intensify cognitive-affective load, especially when the message is perceived as threatening, normatively charged or difficult to integrate with existing beliefs.

Psychological reactance theory provides a second interpretive axis. It assumes that messages perceived as limiting autonomy or imposing a preferred interpretation may elicit resistance, counterarguing and defensive appraisal (Brehm, 1966; Dillard & Shen, 2005; Rains, 2013). Recent work on message resistance and fatigue further suggests that emotionally intense, repetitive or prescriptive communication may reduce persuasive effectiveness and

increase avoidance or oppositional responses (Keating & Skurka, 2024; Li & Shi, 2026). In the present study, psychological reactance is treated as a theoretically relevant possibility, not as an outcome directly measured by EEG.

Affective resonance offers an additional explanation for why rhetorically salient messages may be more engaging. Exposure to emotionally vivid language, metaphor, humour or identity-related cues may facilitate involvement and internal simulation of the speaker's emotional stance (Decety & Lamm, 2006). Such communication may therefore be more memorable and attention-grabbing, but also more cognitively and emotionally demanding. Objective self-awareness theory provides additional background for understanding why normatively charged messages may elicit self-evaluative or defensive processing, although this mechanism was not directly tested here.

The third theoretical axis concerns the interpretation of EEG indices. Electroencephalography can capture temporally sensitive neurophysiological responses during message reception, but spectral EEG activity is not construct-specific. Frontal theta activity has been associated with cognitive control and conflict monitoring, beta-range activity with attentional demand and arousal, delta rhythms with motivational and semantic integration, and frontal alpha asymmetry with approach–avoidance tendencies. However, none of these indices can be treated as a direct biomarker of psychological reactance, motivated reasoning, identity defence or message rejection.

For this reason, frontal alpha asymmetry is retained only as a supplementary exploratory consideration rather than a central inferential outcome. Its interpretation depends on electrode selection, reference scheme, transformation of alpha power and calculation formula, which limits its usefulness in a small exploratory EEG project. The main interpretive focus of the present study is therefore placed on descriptive spectral response patterns as potential, non-specific correlates of cognitive-affective engagement.

Taken together, the theoretical framework supports a cautious interpretation of the neutral–affective contrast. An affectively and rhetorically salient expert message may be associated with stronger attentional, semantic, emotional and regulatory demands than a neutral institutional message. However, the present design does not permit causal attribution of EEG activity to psychological reactance or defensive processing. It allows only for identifying preliminary spectral patterns that may inform future, more controlled studies combining EEG with behavioural, self-report and experimental measures of message reception.

STUDY DESCRIPTION

The project was designed as a two-stage exploratory EEG investigation and included sixteen adults in total. Stage 1 involved ten participants, five women and five men, aged between 21 and 34 years ($M = 26.8$; $SD = 3.9$), and served to assess procedural feasibility. All participants in both stages were right-handed native speakers of Polish, with no history of neurological or psychiatric disorders, as confirmed by a brief screening interview. Inclusion criteria included no psychotropic medication use in the preceding six months, no current symptoms of depression as indicated by a BDI-II score below 10 (Beck et al., 1996), and normal or corrected-to-normal vision.

Stage 1 evaluated recruitment, screening, stimulus comprehension, participant tolerance, attention checks and the practicability of EEG recording during exposure to expert messages. It was not designed to test the neutral–affective contrast inferentially. Stage 2 provided the basis for the descriptive EEG analysis reported in this article and included six adult participants, four women and two men, aged between 28 and 40 years, each contributing one documented participant-level spectrum for each condition. The available Stage 2 export documented condition-level spectral indices but did not constitute a full trial-level dataset. Consequently, the Stage 2 spectra are used to describe the direction and magnitude of the neutral–affective contrast, not to test statistical hypotheses or estimate stable effect sizes.

Before EEG recording in Stage 1, participants completed a structured interview assessing personal values and socio-political orientations. The interview explored views on individual liberty, the role of the state in the economy, social value hierarchies and sources of moral authority. Six participants identified with liberal-democratic values, two with conservative orientations and two with centrist positions. These declarations are reported only as contextual information. They were not used for subgroup analysis, and ideological orientation is not treated as a moderator of the EEG results.

Two expert messages concerning inflation served as stimuli. The neutral version was linguistically precise, based on statistical indicators and economic metrics, and used a technical, institutionally formal register. The affective/rhetorical version used a more colloquial, metaphorical and evaluative style, including anecdotes, humour, figurative comparisons and source-related cues associated with a publicly recognised right-wing conservative public figure. The original stimuli were presented in Polish. Representative excerpts are provided below to document the linguistic and rhetorical contrast between the materials.

The two stimuli differed not only in affective tone but also in rhetorical density, metaphor use, humour, anecdotal structure, institutional formality, source salience and ideological recognisability. Therefore, the observed EEG differences cannot be attributed uniquely to affective framing or ideological content. The comparison should be understood as a contrast between two ecologically distinct modes of expert communication: a formal institutional message and a rhetorically salient public message.

A pilot validation of the materials was conducted with an independent sample of 25 raters. Stimuli were evaluated on seven-point Likert scales assessing ideological bias, emotionality, linguistic precision and perceived manipulateness. The neutral message was expected to score low on ideological bias, emotionality and manipulateness and high on precision, whereas the affective/rhetorical message was expected to score higher on ideological salience and emotionality and lower on linguistic precision. Where multi-item dimensions were used, internal consistency was high (Cronbach's $\alpha \geq .85$); single-item dimensions were interpreted descriptively. The validation confirmed a clear contrast between the two message types, although the use of a single exemplar per condition remains a major limitation.

Box 1. Representative excerpts from the stimulus material

Condition	Feature	Original excerpt	Analytical function
Affective/ rhetorical	Mountain/plateau metaphor	„Inflacja sięgnęłaby szczytu Giewontu (...) płaskowyż (...) strome podejście (...) z górki dolki (...) potem płaskowyż się kończy, znów stromym zejściem idziemy.”	Inflation is described through vivid landscape imagery, increasing emotional salience.
Affective/ rhetorical	Medical metaphor	„Dostajemy ten zastrzyk penicyliny czy czegoś w pupę, to boli (...) ale chyba ma nam pomóc.”	Economic measures are framed as painful but necessary treatment.
Affective/ rhetorical	Everyday anecdote	„Chleb najtańszy 5 zł kosztuje (...) normalnie żona robi zakupy, dlatego paragon wziąłem.”	A personal shopping anecdote creates immediacy and familiarity.
Neutral/expert	Institutional mandate	„Podstawowym zadaniem NBP jest utrzymanie stabilnego poziomu cen, dbamy o wartość polskiego pieniądza.”	The central bank's statutory role is defined in a formal register.
Neutral/expert	Monetary policy/ liquidity	„Dzięki bezprecedensowym działaniom polityki pieniężnej została zachowana płynność w systemie bankowym i utrzymana stabilność rynku finansowego.”	Technical economic terminology is used without anecdotal framing.
Neutral/expert	Systemic risk	„Do ustawowych zadań NBP należy także działanie na rzecz stabilności systemu finansowego i ograniczania ryzyka systemowego.”	The passage emphasises legal and systemic functions.

Note. The excerpts were not treated as separate experimental trials. They document the linguistic and rhetorical contrast between the two stimulus materials and clarify the stimulus manipulation.

Stimulus presentation order was counterbalanced across participants. Each message was preceded by a brief contextual summary to standardise

comprehension. After each message, participants completed attention and comprehension checks. The procedure took place in a sound-attenuated, dimly lit room, with participants seated comfortably and instructed to minimise movement and blinking. The offsets reported in the EEG export refer to the Grand Average report structure and should not be interpreted as indicating a fixed presentation order across all participants.

EEG recordings were obtained using a Mitsar-EEG 202 system with 19 electrodes arranged according to the international 10–20 system. Reference electrodes were placed on the earlobes, and impedance was maintained below 5 k Ω . The signal was sampled at 500 Hz and band-pass filtered between 0.5 and 40 Hz. The Stage 2 analytic subset contained six participant-level spectra per condition in the neutral and affective/rhetorical Grand Average reports. The neutral condition was represented by a Grand Average segment with offset 76.61 s and length 253.78 s, whereas the affective/rhetorical condition was represented by a segment with offset 390.41 s and length 314.14 s. Because the segments differed in duration, the spectral values are interpreted as software-derived condition-level indices rather than directly comparable as raw power estimates. Future studies should use duration-matched stimuli or matched analysis windows.

The spectral values analysed in the study were software-derived processed spectral indices. In the contrast table generated by the software, the comparison was computed as neutral minus affective; therefore, negative contrast values indicate higher spectral indices in the affective/rhetorical condition. To avoid ambiguity, the manuscript refers to these outcomes as spectral power indices and does not treat them as unprocessed raw power values or inferential test statistics.

Spectral indices were analysed in the theta (4–7 Hz), alpha (8–12 Hz), beta2 (20–30 Hz) and delta (0.5–4 Hz) bands at predefined sites Fz, Pz, T7 and F8. Band labels follow the EEG software export nomenclature. Because the export reports software-derived band indices together with dominant frequencies, the displayed frequency value should not be interpreted as re-defining the nominal band boundaries. The ROIs were selected a priori for exploratory purposes on the basis of their functional relevance to the research question: Fz as a frontal midline site potentially sensitive to cognitive control and conflict-related processing; Pz as a parietal site associated with attention allocation and stimulus evaluation; T7 as a left temporal site relevant to language and semantic processing; and F8 as a right frontal site potentially sensitive to affective and motivational salience. Given the limited montage and small sample, this ROI selection should be regarded as theoretically

motivated but preliminary. The procedure was approved by the university ethics committee. Participant risk was classified as minimal, psychological well-being was monitored, and data were anonymised and stored in accordance with GDPR requirements. The consent form informed participants of potentially political content and emphasised their right to withdraw at any point without penalty. To minimise expectancy effects, the study hypothesis was partially masked, although no deception concerning key procedural elements was used. After completion, participants received a structured debriefing explaining the study aims, the nature of the stimulus contrast and available psychological support resources. The study was conducted in accordance with the Declaration of Helsinki (World Medical Association, 2013) and the APA Ethical Principles of Psychologists and Code of Conduct (American Psychological Association, 2017).

STAGE 2 DETAILED EEG SPECTRAL ANALYSIS

Stage 2 addressed the descriptive comparison between the neutral and affective/rhetorical conditions. The analysis was based on the available Grand Average spectral exports and included six documented participant-level spectra per condition. The results are reported as condition-level spectral indices and should not be interpreted as inferential participant-level statistics.

The affective/rhetorical condition showed higher spectral power indices than the neutral condition across selected frontal, temporal and parietal sites. The strongest descriptive contrasts were observed in delta indices at F8 and Pz, followed by theta indices at T7, F8, Pz and Fz. This pattern is compatible with stronger cognitive-affective engagement during exposure to the rhetorically salient expert message, but it does not identify the underlying psychological mechanism.

Because the original software contrast was computed as neutral minus affective, negative exported values indicate higher indices in the affective/rhetorical condition. For readability, the table below presents the contrast as affective minus neutral. No ANOVA, paired-sample tests, subgroup comparisons, FDR correction or effect-size estimates are reported, because the available export does not constitute a full trial-level dataset and does not contain the complete preprocessing and spectral-estimation metadata required for confirmatory EEG analysis.

Self-declared worldview was retained only as contextual information from the feasibility stage. The Stage 2 subset does not support reliable analysis of ideological orientation as a moderator. Therefore, the reported findings should be read as a preliminary descriptive contrast between two modes of expert communication, not as evidence of ideological congruence, psychological reactance or motivated reasoning.

Table 1. Descriptive comparison of documented Stage 2 Grand Average spectral indices in selected ROIs (n = 6 participant-level spectra per condition).

ROI / band	Neutral Grand Average	Affective Grand Average	Affective – Neutral
Fz delta	1.548	1.810	+0.262
Fz theta	0.835	1.127	+0.292
Fz alpha	0.591	0.794	+0.203
Fz beta2	0.508	0.578	+0.070
F8 delta	2.471	5.383	+2.912
F8 theta	1.205	1.928	+0.723
F8 alpha	1.065	1.558	+0.493
F8 beta2	1.530	1.656	+0.126
T7 delta	1.778	2.298	+0.520
T7 theta	0.893	1.722	+0.829
T7 alpha	1.012	1.169	+0.157
T7 beta2	1.604	1.950	+0.346
Pz delta	1.558	3.768	+2.210
Pz theta	0.923	1.398	+0.475
Pz alpha	0.951	1.092	+0.141
Pz beta2	0.605	0.634	+0.029

Note. Values are software-derived spectral power indices from the Stage 2 Grand Average export. They are reported descriptively and are not inferential test statistics.

EXPLORATORY QUANTITATIVE SUMMARY

The quantitative summary reports the largest descriptive condition-level differences observed in Stage 2. The clearest pattern concerned higher delta and theta indices in the affective/rhetorical condition. These values may reflect increased attention allocation, semantic integration, affective salience, source-related processing or broader cognitive-affective load. However, because psychological reactance, counterarguing and perceived autonomy

threat were not directly measured, the EEG pattern cannot be interpreted as evidence of any single psychological mechanism.

Table 2. Largest descriptive differences in the affective/rhetorical condition and export-level methodological notes from Stage 2 (n = 6).

Item	Value / status	Interpretive use	Limitation
Neutral Grand Average	Offset 76.61 s; length 253.78 s; six spectra	Documented neutral reference condition	Not a full trial-level dataset
Affective Grand Average	Offset 390.41 s; length 314.14 s; six spectra	Documented affective/rhetorical condition	Not separated from source, prosody or stimulus identity
Largest delta differences	F8 +2.912; Pz +2.210	Most pronounced descriptive contrast	No inferential significance claimed
Largest theta differences	T7 +0.829; F8 +0.723; Pz +0.475; Fz +0.292	Compatible with stronger cognitive-affective engagement	Not specific to reactance
Contrast direction	Original software contrast: neutral minus affective	Negative exported values indicate affective > neutral	Table reports affective – neutral for readability
Supplementary outputs	Power maps, asymmetry maps, coherence summaries	Descriptive/contextual only	Not used as inferential outcomes

Note. The table summarises export-level metadata and the largest descriptive Grand Average differences. It should not be interpreted as inferential evidence or as a participant-level statistical analysis.

DISCUSSION

The present two-stage exploratory study showed that, in the Stage 2 EEG subset, the affective/rhetorical expert message was associated with higher spectral power indices than the neutral institutional message. The strongest descriptive contrasts were observed in delta indices at F8 and Pz and in theta indices at T7, F8, Pz and Fz. This pattern indicates that the rhetorically salient message was processed with stronger condition-level spectral activity across selected frontal, temporal and parietal sites.

A plausible interpretation is that affective and rhetorical density increased cognitive-affective engagement during message reception. Metaphorical language, evaluative tone, humour, anecdotal structure and source-related cues may have intensified attention allocation, semantic integration, affective salience and regulatory processing. In this sense, the findings are consistent with the broader assumption that expert communication is shaped not only by informational content, but also by form, tone and perceived source characteristics.

However, the observed EEG pattern should not be interpreted as evidence of psychological reactance, cognitive defence or motivated reasoning. Spectral EEG indices are not construct-specific. Higher delta, theta or beta-range values may reflect several partially overlapping processes, including attention, arousal, semantic processing, source recognition or cognitive-affective load. Because the study did not include direct behavioural or self-report measures of reactance, counterarguing, perceived threat to autonomy or attitude change, the underlying psychological mechanism cannot be identified on the basis of EEG alone.

The findings should therefore be treated as preliminary and hypothesis-generating. Their main contribution is methodological and conceptual: they show that affectively and rhetorically distinct expert messages can be compared using EEG in a feasible exploratory design, while also indicating the limits of such an approach. Future studies should use larger and balanced samples, multiple matched stimulus exemplars, duration-matched analysis windows, pre-registered preprocessing and direct behavioural measures of message reception. Only such designs will allow researchers to determine whether increased cognitive-affective engagement reflects persuasion, resistance, message fatigue, source effects or other mechanisms of expert communication processing.

PRACTICAL IMPLICATIONS

The findings suggest that emotionally and rhetorically dense expert messages may increase cognitive-affective processing demands during message reception. In public communication, this does not mean that emotional, narrative or metaphorical forms should be avoided. Rather, it indicates that affective salience should be used deliberately, especially in politically or economically sensitive contexts, where rhetorical density may increase engagement but also processing load, source-related appraisal and susceptibility to defensive interpretation.

For expert communication, the central issue is therefore not whether messages should be neutral or emotional, but how affective and rhetorical elements are calibrated. A message that is vivid, metaphorical and personally resonant may attract attention and facilitate comprehension, yet the same features may also intensify evaluative processing when the topic is socially

charged or linked to institutional trust. Emotional communication can clarify and humanise complex information, but excessive rhetorical density may shift reception from analytic processing toward affective, identity-related or source-focused appraisal.

The present study supports a cautious but practically relevant recommendation: expert messages concerning sensitive economic issues should combine clarity, terminological precision and structural coherence with controlled use of affective salience. Emotional and narrative elements may be useful when they support understanding, but they should not obscure the informational structure of the message or increase perceived pressure on the recipient.

Neurocognitive methods such as EEG may contribute to the evaluation of public communication by identifying moments of increased cognitive-affective load. However, they should not be used as standalone tools for diagnosing resistance or persuasion. Their value lies in combination with behavioural, self-report and experimental measures that can clarify whether heightened processing reflects engagement, comprehension, fatigue, resistance or source-related evaluation.

CONCLUSIONS

This two-stage exploratory study provides preliminary descriptive EEG evidence that neutral expert messages and affectively/rhetorically salient expert messages concerning inflation may be associated with different spectral processing patterns. In the Stage 2 analytic subset, the affective/rhetorical condition showed higher Grand Average spectral indices than the neutral condition, particularly in delta and theta ranges at selected frontal, temporal and parietal sites.

These findings are best interpreted as indicators of increased cognitive-affective engagement during reception of rhetorically salient expert communication. They should not be treated as evidence of psychological reactance, cognitive defence or motivated reasoning, because the study did not include direct behavioural or self-report measures of these mechanisms.

The study demonstrates the procedural feasibility of using EEG to examine the neurocognitive processing of expert communication and identifies a promising direction for future research. Larger preregistered studies should

combine EEG with behavioural measures of message reception, use multiple matched stimulus exemplars and apply transparent preprocessing procedures. Such designs will allow future work to determine whether increased cognitive-affective engagement reflects attention, comprehension, persuasion, resistance, message fatigue or source-related evaluation.

DATA AVAILABILITY STATEMENT

The Stage 2 EEG export subset underlying the descriptive tables is available from the corresponding author upon reasonable request, subject to ethical and data-protection constraints. The interpretation is based on anonymised, aggregated EEG indices.

REFERENCES

- American Psychological Association. (2017). *Ethical principles of psychologists and code of conduct*. <https://www.apa.org/ethics/code>
- Beck, A. T., Steer, R. A., & Brown, G. K. (1996). *Manual for the Beck Depression Inventory-II*. Psychological Corporation.
- Brehm, J. W. (1966). *A theory of psychological reactance*. Academic Press.
- Coan, J. A., & Allen, J. J. B. (2004). Frontal EEG asymmetry as a moderator and mediator of emotion. *Biological Psychology*, 67(1–2), 7–49. <https://doi.org/10.1016/j.biopsycho.2004.03.002>
- Decety, J., & Lamm, C. (2006). Human empathy through the lens of social neuroscience. *The Scientific World Journal*, 6, 1146–1163. <https://doi.org/10.1100/tsw.2006.221>
- Dillard, J. P., & Shen, L. (2005). On the nature of reactance and its role in persuasive health communication. *Communication Monographs*, 72(2), 144–168. <https://doi.org/10.1080/03637750500111815>
- Duval, S., & Wicklund, R. A. (1972). *A theory of objective self-awareness*. Academic Press.

- Harmon-Jones, E., Gable, P. A., & Peterson, C. K. (2010). The role of asymmetric frontal cortical activity in emotion-related phenomena: A review and update. *Biological Psychology*, 84(3), 451–462. <https://doi.org/10.1016/j.biopsycho.2009.08.010>
- Keating, D. M., & Skurka, C. (2024). Meta-analytic evidence that message fatigue is associated with unintended persuasive outcomes. *Communication Research*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1177/00936502241287875>
- Kutas, M., & Federmeier, K. D. (2011). Thirty years and counting: Finding meaning in the N400 component of the event-related brain potential. *Annual Review of Psychology*, 62, 621–647. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.093008.131123>
- Li, Z., & Shi, J. (2026). Message effects on psychological reactance: Meta-analyses. *Human Communication Research*, 52(1), 38–52. <https://doi.org/10.1093/hcr/hqaf016>
- Metzen, D., Genç, E., Getzmann, S., Larra, M. F., Wascher, E., & Ocklenburg, S. (2022). Frontal and parietal EEG alpha asymmetry: A large-scale investigation of short-term reliability on distinct EEG systems. *Brain Structure and Function*, 227(2), 725–740. <https://doi.org/10.1007/s00429-021-02399-1>
- Rains, S. A. (2013). The nature of psychological reactance revisited: A meta-analytic review. *Human Communication Research*, 39(1), 47–73. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2012.01443.x>
- Scherer, K. R. (2009). The dynamic architecture of emotion: Evidence for the component process model. *Cognition and Emotion*, 23(7), 1307–1351. <https://doi.org/10.1080/02699930902928969>
- Scherer, K. R., & Moors, A. (2019). The emotion process: Event appraisal and component differentiation. *Annual Review of Psychology*, 70, 719–745. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122216-011854>
- Schubring, D., & Schupp, H. T. (2021). Emotion and brain oscillations: High arousal is associated with decreases in alpha- and lower beta-band power. *Cerebral Cortex*, 31(3), 1593–1604. <https://doi.org/10.1093/cercor/bhaa312>
- Silvia, P. J., & Duval, T. S. (2001). Objective self-awareness theory: Recent progress and enduring problems. *Personality and Social Psychology Review*, 5(3), 230–241. https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0503_4

- World Medical Association. (2013). World Medical Association Declaration of Helsinki: Ethical principles for medical research involving human subjects. *JAMA*, 310(20), 2191–2194. <https://doi.org/10.1001/jama.2013.281053>
- Zubiel, M., Lipowski, M., Kraszkiewicz, K., Szyszko, M., & Springer, A. (2025). *Positive-negative asymmetry and the reverse effect in the polycrisis era: Sentiment-induced perceptual distortions in media communication* [Preprint]. SSRN. <https://doi.org/10.2139/ssrn.5177041>

Mateusz Sobiech

UNIWERSYTET MARII CURIE-SKŁODOWSKIEJ

mateusz.sobiech@mail.umcs.pl

The perception of America in Kuensel – Bhutan's most popular newspaper

Wizerunek Ameryki w Kuensel – najpopularniejszej gazecie Bhutanu

ABSTRACT

This paper explores the image of the United States of America in Bhutan's most popular newspaper. The Kingdom of Bhutan is a Buddhist country in the Himalayas that for centuries remained in self-imposed isolation, which influenced its culture, customs and media, introduced only at the end of the 20th century. This constitutional monarchy is governed according to the Gross National Happiness (GNH) index, which measures development not only in monetary terms, but also through citizens' well-being and personal fulfillment. These distinctive circumstances have shaped Bhutanese media, which tend to avoid harsh judgments, sensationalism and tabloidization; for this reason, the presentation of the United States through a Bhutanese lens is particularly interesting. The study is based on a qualitative paradigm and uses media content analysis. The research sample consisted of 122 texts published in Kuensel. The authors used MAXQDA, a leading software package for qualitative and mixed-methods research, as their analytical tool. The results address a research gap concerning the image of America in Bhutanese media.

KEYWORDS: MEDIA, THE UNITED STATES OF AMERICA, USA, BHUTAN, KUENSEL

ABSTRAKT

Niniejszy artykuł analizuje wizerunek Stanów Zjednoczonych Ameryki w najpopularniejszej gazecie Bhutanu. Królestwo Bhutanu to buddyjskie państwo położone w Himalajach, które przez wieki pozostawało w dobrowolnej izolacji, co miało wpływ na jego kulturę, zwyczaje oraz media, które pojawiły się dopiero pod koniec XX wieku. Ta konstytucyjna monarchia kieruje się wskaźnikiem Szczęścia Narodowego Brutto (Gross National Happiness – GNH), który mierzy rozwój nie w kategoriach finansowych, lecz poprzez osobiste osiągnięcia obywateli. Tak wyjątkowe uwarunkowania wpłynęły na charakter bhutańskich mediów, które zazwyczaj unikają ostrych osądów, sensacyjności i tabloidyzacji, co sprawia, że sposób, w jaki przedstawiane są Stany Zjednoczone, jest szczególnie interesujący. Badanie opiera się na paradygmacie jakościowym i wykorzystuje metodę analizy treści medialnych. Próbką badawczą (122 teksty) pochodzą z artykułów opublikowanych w periodyku „Kuensel”. Wyniki badania uzupełniają lukę badawczą w kontekście analiz wizerunku Ameryki w bhutańskich mediach.

SŁOWA KLUCZOWE: MEDIA, USA, STANY ZJEDNOCZONE AMERYKI, BHUTAN, KUENSEL

INTRODUCTION

Bhutan is a small landlocked country in South Asia, in the eastern Himalayas, bordering China to the north, west and east, and India to the south. In Bhutanese culture the country is referred to as Druk Yul, meaning “Kingdom of the Dragon”. The people of Bhutan call themselves Drukpa. Due to its mountainous terrain, Bhutan long remained relatively resistant to external cultural influences. For a long time, a policy of strict cultural and economic isolationism was maintained in order to preserve the country's heritage and distinctiveness. Until the final decades of the 20th century, only a few foreigners were allowed to visit Bhutan, which helped the country preserve its traditions and customs.

Bhutanese media are a relatively new subject of scholarly exploration. Although there are many works describing the internal development of Bhutanese media, there are still relatively few theoretical approaches to their analysis.

Bhutan remained in self-imposed isolation until China annexed neighbouring and culturally similar Tibet in the 1950s (Conlon, 2002). In response to this threat, Jigme Dorji Wangchuck, King of Bhutan, decided to modernize his kingdom. He introduced reforms that eventually led to democracy in 2008 (Shaw, 2013). The media have played a crucial role in establishing democracy and keeping it accountable (Muppidi, 2012). Moreover, the history of Bhutanese media is quite recent: it began with the government bulletin Kuensel in 1967, which was later transformed into an independent, although government-financed, newspaper (Żyliński, 2016). Radio was introduced in 1973, and television and the internet in 1999 (Raptén, 2001). With the advent of democracy in 2008, private media were eventually allowed to operate, creating a counterbalance to state-sponsored outlets; nevertheless, due to financial difficulties, private initiatives have struggled to compete with public ones.

Kuensel holds a special place in Bhutan's media history as its first and flagship newspaper. The name Kuensel means “clarity” or “clear light” in Dzongkha, reflecting its founding mission to disseminate information across the kingdom. Established in the 1960s as a government information bulletin, Kuensel gradually evolved into a weekly newspaper by the 1980s. In 1992, a royal edict formally de-linked Kuensel from direct government control, transforming it into an autonomous corporation as part of Bhutan's media modernization. Nevertheless, the government retained a majority stake, and even after partial privatization Kuensel remained majority state-owned

(51% government, 49% public). For decades it was Bhutan's only regular newspaper, published in both Dzongkha and English, and it continues to enjoy nationwide reach and influence. This origin narrative – from a state bulletin to an independent daily known as “the clear voice” of the nation – underlines the newspaper's foundational role in Bhutan's emerging media landscape (Kuensel Online, 2025; Wood, 2007).

Bhutan's media environment must be understood in the context of global press freedom indicators, which highlight both progress and persistent constraints. The 2008 constitution guarantees freedom of the press, but in practice Bhutan is rated only “Partly Free” in recent assessments (Freedom House, 2024). In the 2025 World Press Freedom Index, Bhutan ranked 152nd out of 180 countries, reflecting a decline in its press freedom standing. Reporters Without Borders notes that despite formal democracy, self-censorship remains pervasive in Bhutanese newsrooms (Reporters Without Borders, 2025). Many private outlets depend financially on government advertising, which further limits editorial independence. Historically, overt criticism of the monarchy or government was taboo; a mid-2000s Freedom House report observed that Kuensel, then the sole newspaper, “generally reports news that portrays the kingdom positively” and only rarely publishes critical content. Even today, Bhutanese journalists often tread carefully on sensitive issues, in line with cultural norms of respect and social harmony. This cautious media culture helps explain why sensationalism and adversarial reporting are uncommon in Bhutan, and it provides crucial context for how foreign countries – including the United States – are portrayed in Kuensel.

Both local and international researchers have commented on the media sphere of this Himalayan kingdom. In an early description of Bhutanese media, Kinley Dorji states that “Bhutanese society and values are traditionally very democratic, and the people are known for their openness and pragmatism” (Kinley, 1991, p. 3). He also declares that if a social issue is discussed in the media, it is met with “immediate and effective responses from our decision-makers” (Kinley, 1991, p. 4). This was written almost two decades before the introduction of democracy and private media, but the notion remains relevant in the Dragon Kingdom. It is also worth mentioning that English is the primary language of instruction at all levels of education and is widely used in the media. Storytelling is another popular research subject among scholars, including Chandra Shekhar Sharma (2007), who connects this ancient form of transmission to McLuhan's paradigm (McLuhan & Lapham, 1994): “Each folktale is a medium of communication, and also a process of communication in itself” (Sharma, 2007, p. 87).

Bunty Avieson argues that, in an oral culture such as Bhutan's, social media platforms such as Facebook and Twitter "sit comfortably alongside more traditional forms of media such as mani stones and lama dancing" (2015, p. 2487). She uses Benedict Anderson's theory of media and nationhood as a lens for understanding the developing Bhutanese mediascape. Beate Josephi, in her report on journalism in Bhutan (2016), underlines the importance of a free press in the development of democracy, which is a relatively new concept in Bhutanese society because it was introduced in 2008. Doliwa and Żyliński (2021) emphasize the importance of the Gross National Happiness index, which measures social progress not in monetary gains but in terms of human well-being, for the creation and everyday operation not only of community radio but of Bhutanese media in general.

Analyzing Bhutan's press requires situating it within broader media theory while recognizing the need to adapt those theories to Bhutan's unique context. Classic normative theories of the press, such as the Four Theories outlined by Siebert, Peterson and Schramm in 1956, were developed around Western and Cold War-era media systems and do not neatly fit the Bhutanese case. In fact, Bhutan's own media scholars have noted this misalignment: Dorji Wangchuk argues that mainstream "media models postulated under different social, cultural, religious, political, and historical evolutions (...) won't be fully applicable to Bhutan" (Wangchuk, 2018). He explicitly critiques Western foundational concepts – from Edmund Burke's Fourth Estate to Siebert et al.'s Four Theories of the Press – as failing to describe Bhutan's media environment. Likewise, established comparative media-system typologies, such as Hallin and Mancini's three models, which link media to Western political structures, have limited explanatory power here (Hallin & Mancini, 2004). Bhutan might superficially resemble what Hallin and Mancini call a "polarized pluralist" system, with low newspaper circulation and an elite-oriented press, yet such a classification overlooks indigenous factors such as Bhutan's Buddhist governance ethos and the influence of Gross National Happiness on media norms. Recognizing these gaps, scholars have called for the de-Westernization of media studies, urging researchers to "critically revisit" Cold War normative framings of media theory and expand analysis beyond Western assumptions (Chakravartty & Roy, 2023). In line with this approach, Bhutanese theorists propose home-grown frameworks such as middle-path journalism, a model grounded in Bhutan's cultural values of consensus and compassion and inspired by Buddhist principles and GNH. Bringing in these perspectives ensures that this study of Kuensel is not simply forced into Western theoretical molds, but is interpreted

through a framework attuned to Bhutan's social and political context. This theoretical positioning strengthens the analysis by connecting Bhutan's media experience with global media theory while avoiding a one-size-fits-all application of Western models.

GNH also influences middle-path journalism, a conceptual framework for Bhutanese media developed by Dorji Wangchuk (2018). The framework draws on the philosophy of Gross National Happiness (GNH), a key concept in Bhutan's socio-political sphere (Ura et al., 2012). It is a four-dimensional model based on community, compassion, commitment and contentment that "strives toward building consensus and communities through a more human-centric approach instead of thriving on conflicts, controversies, and commercialism. A media model such as these could offer a better narrative for a small country like Bhutan" (Wangchuk, 2018, p. 133). Wangchuk eventually claims that other "media models postulated under different social, cultural, religious, political, and historical evolutions (...) won't be fully applicable to Bhutan" (Wangchuk, 2018, p. 136). He rejects the famous Fourth Estate concept, the basis of Western media, introduced by Edmund Burke (Hampton, 2010); the anti-establishment model adopted by India, which he associates with mistreatment by colonial rulers (Datta-Ray, 1996); the widely cited Four Theories of the Press (Siebert, Peterson, & Schramm, 1956), because in his view it does not describe Bhutanese media; and the theory of the social responsibility of the press by Park and Curran (2000), developed as a response to the atrocities of the Second World War. Lastly, Dorji Wangchuk mentions the Judeo-Christian worldview based on original sin (Wiley, 2002), which in his opinion helps explain negativity in global news. In Himalayan Buddhism, by contrast, all sentient beings have Buddha-nature and are inherently good (Norbu, 2001). Wangchuk provides a concise definition of his concept: "middle path journalism could be defined as a human-centric model that takes into account the values and vision of a country in the practice of media and communication" (2018, p. 138). In our analysis of representations of the United States in Kuensel, we use Wangchuk's approach to examine whether this concept is reflected in actual reporting.

METHODS

Methodologically, this case study is situated within the tradition of comparative and cross-national media research that examines how nations perceive and portray one another through news. Studies of international news content often show that media representations of foreign countries vary significantly by national context, and they call for more inclusive research beyond the usual focus on large or Western countries. For example, scholars have noted a lack of systematic investigation into how the United States is depicted in Asian media, including the Chinese press (He, Xianhong, & Xing, 2012). Where such studies have been conducted, they reveal nuanced and sometimes contradictory images: one content analysis of Chinese newspapers found the U.S. portrayed as both a democratic ideal and a hypocritical hegemon, among other dualities (He, Xianhong, & Xing, 2012). By analyzing Bhutan's leading newspaper, this study extends that line of inquiry to a new and under-researched national context, thereby contributing a fresh data point to the comparative media literature on foreign image perception. This research design – a qualitative content analysis of how one country (Bhutan) frames another country (the United States) – follows a well-established cross-national approach to understanding media and soft power. In doing so, the study addresses a gap in media scholarship: it provides insight into the image of the U.S. from the perspective of a small, non-Western media system. Such a perspective enriches comparative media research by adding diversity to the cases studied and by testing whether theories of international news flow and framing hold true in the context of Bhutan's unique media environment. The emphasis on Bhutan's context also aligns with the broader push in media and communication studies to broaden the geographic scope of research, ensuring that insights are drawn from “beyond national borders” and outside the traditional Western focus (Chakravartty & Roy, 2023).

The study is based on a qualitative paradigm and uses the media content analysis method (Creswell, 2013, pp. 38-39). The authors chose the analyzed material because it was “telling”, that is, “serving to make previously obscure theoretical relationships suddenly apparent” (Mitchell, 1984, p. 239). The selected phenomena and material were chosen because they “best provide insight into the social phenomenon to be investigated” (Emmel, 2013, p. 74). The research process consisted primarily of analyzing the research sample in order to identify the image of the United States contained within it. During the research process, the researchers took into account the historical, cultural

and geopolitical contexts that influence the interpretation of the perception of the United States in Bhutan's most popular daily newspaper.

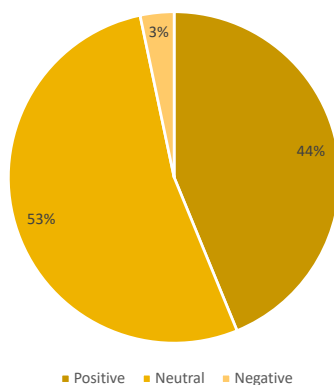
The research sample consisted of 122 texts drawn from articles published in Kuensel from 2015 onward, in editions that the authors were able to access. When the following phrases were entered into the search engine on the Kuensel website, the authors obtained a total of 1,984 results: "United States of America" (67), "United States" (301), "America" (268) and "USA" (1,348). By selecting every fifth article, the authors extracted 397 articles. Some of them were duplicates; after these were removed, 168 texts remained. During the content analysis process, certain items were eliminated because they did not concern the United States but included terms such as "United Nations", "Latin America", "United Arab Emirates", "United Kingdom" and "American Samoa"; for this reason, the search engine included them at the source-collection stage. After this selection, 122 articles were eventually included in the research sample.

The authors used MAXQDA, a leading software package for qualitative and mixed-methods research, to organize the resulting categories and analyze the texts in terms of the frequency of selected words.

RESULTS

THE CURATED IMAGE OF THE UNITED STATES

The image of the United States in the Bhutanese newspaper Kuensel is positive or neutral in the vast majority of articles. An analysis of 122 articles in which U.S.-related content appeared confirms this, as shown in the graph below:

Figure 1. Image of the United States in Kuensel

Source: own compilation

This percentage breakdown reflects the theory of *Middle Path Journalism*, which does not focus on sensationalism, conflict or controversy. Bhutanese journalists very often refer to the U.S. as a model of a properly functioning democracy. In their articles, they sometimes emphasize that the oldest democracy in the world is still functioning. Of course, this claim can be debated, especially in the context of ancient Greece, where democracy was born¹ (Dunn, 1994). However, it should be emphasized that, according to the Bhutanese press, the U.S. is considered the cradle of democracy, which is confirmed by the content of one of the analyzed articles: “The oldest democracy, the Unites [sic] States of America, has elected a new President” (Kuensel Online, 2020). Furthermore, in one article, the United States is presented as one of the “most liberal democratic countries like the United States” (Tshering, 2020).

The editors of Kuensel refer to experts from the United States in many articles. This applies to every thematic category of the analyzed texts. In addition to contemporary authorities, such as Land Heflin², they quote historical figures such as Abraham Lincoln: “After all, true democracy means, as said by Abraham Lincoln, »government of the people, by the people and for the people«” (Tshering, 2018). In addition, one of the journalists of Kuensel

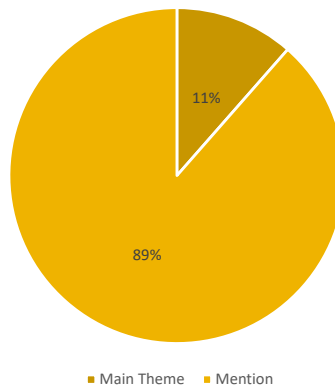
¹ The term *democracy* first appeared in ancient Greek political and philosophical thought in the city-state of Athens during classical antiquity.

² Land Heflin is a Mississippi born, second-generation river guide, and has spent his life on or near rivers. His graceful paddling and intuitive river sense are products of a life spent on the water. A veteran instructor who has taught at kayak schools throughout the US.

emphasized that the story³ he described also appeared on CNN: “The centenarian’s story was also reported by CNN” (Dorji, 2020). Undoubtedly, the reference to one of the largest television stations in the world increased the prominence of the topic – and, by extension, the image of the United States – described in the report.

Bhutan’s most popular daily newspaper does not have many articles devoted directly to the United States. In most of the analyzed articles, the topic of the U.S. appears only in passing, often limited to a single sentence. This is frequently the case in articles describing, for example, a UN convention held in New York or another American city. The briefest mentions of the United States are limited to only two words. This is typical of the Middle Path Journalism model, in which the focus is more on individuals than on states or institutions. An example of such a reference can be found, among others, in articles on COVID-19. The first diagnosed case of coronavirus in Bhutan was an American tourist. Many articles in the health category that deal with COVID-19 refer to an “American tourist” who became “patient zero” in this small country. Importantly, this tourist is not portrayed negatively. The content about him is neutral, and he is not described in detail. The chart below shows the percentage of articles in which the United States is the main topic and those in which it is only mentioned.

Figure 2. U.S. presence in Kuensel



Source: own study

³ The story about The Bhutanese medical team which treated a 101-year old man, who was rescued from under the rubble of his home in Nuwakot (Bhutanese city), one week after the earthquake. He is in a stable condition currently.

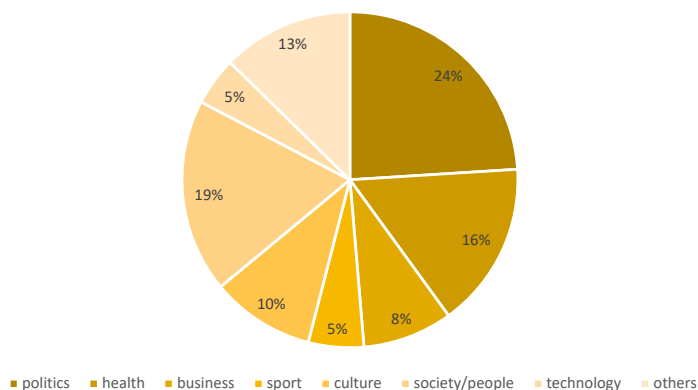
An analysis of the frequency of single words in each article also confirms that the United States is not among the main topics of Kuensel. When considering words longer than five letters (not including the term “USA”), the most frequent nouns, adjectives and proper names were: “Bhutan” (550 occurrences), “country” (370), Kuensel (217), “online” (214) and “Bhutanese” (212). Terms related to the United States occurred with the following frequencies: “USA” (74), “American” (49) and “America” (44). Interestingly, even the term “Canada” (32) appeared relatively frequently, even though the research sample contained only articles that included the terms “United States of America”, “United States”, “America” and “USA”. These results are presented more clearly in the table below.

Table 1. Frequency of single words in Kuensel (only nouns, adjectives and proper names; words longer than five letters, except for “USA”)

	Word	Frequency
1.	Bhutan	550
2.	country	370
3.	Kuensel	217
4.	online	214
5.	Bhutanese	212
(...)	(...)	(...)
128.	USA	74
164.	American	49
172.	America	44
226.	Canada	32

Source: own study

Kuensel is a Bhutanese newspaper that covers different areas of life. During the qualitative content analysis, eight categories were extracted, and each of the studied articles was classified according to its topic. The researchers used the following categories: politics, health, business, sports, society/people, culture, technology and others. The three most frequent categories were politics (24%), society/people (19%) and health (16%). Although politics is the dominant topic, political articles avoid scandals and controversy, in line with the concept of Middle Path Journalism. They focus more on commentary and descriptive accounts of current events on the political scene. The chart below illustrates the percentage distribution of all categories included in the sample.

Figure 3. Topics in Kuensel in the context of writing about the U.S.

Source: own study

In the politics category, most articles are devoted to the politics of Bhutan and other Asian countries. However, there are often references, comparisons or allusions to the United States. The vast majority of them portray the United States in a positive or neutral light. One of the few exceptions is the article “Trust in the 21st Century”, which deals with trust in politicians. Its author, Andrew Sheng, cites a study showing that “the Pew Research Center found that only 17% of Americans today say they can trust the government in Washington” (Sheng, 2020). This quotation casts doubt on the credibility of the U.S. government, which may project a negative image of the United States when the country is viewed through the lens of politics.

In Kuensel, a substantial amount of content is dedicated to human stories and society. Amid news reports and interviews, there is also space for reportage. This is connected to the recurring problem of mistreatment of Bhutanese women in Iraq who went there to work. At first glance, this topic might seem unrelated to the U.S.; however, the opposite is true. In a report describing the situation of Bhutanese women in Iraq, entitled “Escaping the Nightmare”, the author writes: “The situation in Iraq is becoming hostile and with the current tension with the USA, major conflict could break out. Bhutanese there would be affected if they are not brought back home at the earliest possible” (Tshedup, 2020). This is another example of one of the few articles in which the United States can evoke a negative connotation. It is important to note, however, that the accusations in the article are directed only at Iraqis, while Americans appear only as one of the parties to the armed conflict.

The third most common category, health, might not have been classified as a separate category before the COVID-19 pandemic. The emergence of the pandemic increased the number of articles devoted to health. None of the

analyzed articles classified in this category portrayed the United States negatively. The presence of the United States in this type of content is limited to mentions, primarily in the context of citing the number of cases worldwide.

The culture category primarily includes articles related to the culture of the broader East. Nevertheless, it is possible to find content that presents the United States as a prestigious center of world culture, especially in cinematography. The title of one article itself indicates the importance of the U.S. in the film industry: “Kushuthara – A Pattern of Love will premiere in the US”. The article reports that a Bhutanese film would premiere in the United States. It suggests that the U.S. is one of the most important film centers in the world: “The film will premiere as a part of the Himalayan Heritage Show. The film will also be released in select movie theatres in San Francisco, Los Angeles (LA) and NYC, with worldwide release on iTunes, Amazon and other Video on Demand platforms and on Netflix” (Zangmo, 2017).

The United States also appears in the business category. Bhutanese authors often refer to the U.S. when writing about domestic businesses. Usually, the U.S. is presented in this context as a financial power with a highly developed economy. In an article on Bhutanese business titled “Fostering competition important”, the anonymous author begins by quoting the words of an American millionaire and author: “Bhutanese manufacturers and businesses could very well have been in the mind of a great American millionaire-author Kiyosaki when he famously declared: »Failure defeats losers, failure inspires winners.« Perhaps we are still a long way from realizing the fact that sensible innovation and relentless marketing are at the heart of any successful business” (Kuensel Online, 2019). This example supports the thesis that Bhutanese authors perceive the U.S. as one of the world's most important countries in financial and business terms.

Articles assigned to the sports category account for less than 5% of the sample. In Bhutan, the national sport is archery, which is unique in the world; no other country considers archery its national sport. This may partly explain the rare presence of the U.S. in sports articles in Kuensel. The article titled “Coach Mike hands Bhutan first international win” deserves attention. It presents American basketball in a very positive light. The protagonist of the article is Michael Andrew Behnke, the American basketball coach who led Bhutan to its first international win. The American basketball school is considered one of the best in the world, and the sports editor of Kuensel presents it in this way as well. A substantial part of the article positively portrays the American coach as a reformer of Bhutanese basketball. This is evidenced by the following excerpt: “One of Coach Mike's biggest contributions to the

game was the introduction of a system where match statistics are maintained. During the major leagues Coach Mike maintained a record on how many points and rebounds each player made during the game” (Tshedup, 2016). One of the pillars of Middle Path Journalism is community. It is therefore not surprising that Kuensel’s writing on sports contributes to strengthening community and unity, especially when it concerns success on the international stage.

Some articles had to be classified as “others”. This was especially true of texts concerning environmental protection, education, tourism trivia, crime news and various guides. In none of the articles in this category was the United States the main topic. It appeared only as background or as one element of the story. The presence of the U.S. in texts describing drug trafficking could raise image-related concerns. The United States appears there as a potential destination for illegal contraband, but the rhetoric of the text does not indicate that this should influence the perception of the country negatively. In the article “Bangkok drug case nearing end”, the following statement appears: “Sources said the first case was one involving a Bhutanese attempting to smuggle cannabis into the United States of America” (Palden, 2017). The sentence does not clearly indicate a negative image of the U.S., but it should be noted that it may produce negative associations for some recipients.

In addition to clear instances of Bhutanese actors looking to U.S. models in many areas of life, there is also content in Kuensel in which the roles are reversed. In the article “California looking to replicate GNH model of development”, the author writes about the visit to Bhutan of a California State Senate delegation, led by Senator Toni G. Atkins, which came to learn about Gross National Happiness (GNH), the environment, women’s issues and Bhutan’s judiciary. As the article states: “Tandi Dorji of Tara tours and Trek said the delegation was here to learn about GNH and to work out a way to replicate it in California. »They wanted to learn about how it is working in Bhutan and to take back the lessons and implement out there«” (Dorji, 2018). The article suggests that it is prestigious for Bhutan that one of the world’s major powers came to this small country for an educational visit.

MIDDLE PATH JOURNALISM IN KUENSEL'S ARTICLES

The most important conclusion that can be drawn from the research is that the United States is presented in a positive tone in Bhutan's most popular newspaper. The exception to this rule consists of only four articles, which account for 3% of all analyzed texts. It should be emphasized that even in those texts that the authors of the study considered unfavorable to the image of the U.S., no extremely negative content concerning the U.S. was found. This may certainly be influenced by the mission and idea behind the creation of Kuensel. Gross National Happiness (GNH) is also relevant here. On the newspaper's official website, its creators describe it as follows:

Gross National Happiness is not a promise to make people happy. It is a mandate to serve the people. For Kuensel it means establishing values and setting standards. Our aim is to do this with professionalism. This means not just reporting stories but reflecting on them and writing our stories with, not just objectivity, but with sensitivity. Ultimately happiness lies within the self. The Bhutanese people have to make the right decisions to find happiness. To make the right decisions they need the right information.

The mentality and Buddhist worldview may also account for the very positive image of the United States in Kuensel. According to Judeo-Christian theology, human beings are marked by original sin from birth (Wiley, 2002). Sin is one of the most common motifs in descriptions of human actions in the Bible. At the opposite pole lies the Buddhist worldview, especially Himalayan Buddhism. According to the principles and beliefs of this religion, all sentient beings have Buddha-nature within them and are therefore good from the beginning (Norbu, 2001). This is a fundamental difference between these two powerful religious traditions. It may also be one of the arguments explaining the positive portrayal of the U.S. in Bhutanese media, while media around the world are increasingly moving toward negative messaging (Wangchuk, 2018).

Despite Kuensel's positive perception of the U.S., it is fair to say that the newspaper contains little content directly about the country whose capital is Washington. The vast majority of the research sample concerned local issues, and the United States often appeared only in passing. This is hardly surprising given the history of Kuensel and its contribution to Bhutan's political transition. A quotation from the Kuensel Online website is relevant here:

“We have presented Bhutan’s image to the world and, more importantly, Kuensel has been a mirror for Bhutan to look at itself”. Thus, one of Kuensel’s most important tasks is to describe events taking place in Bhutan. As a result of globalization, however, it is impossible to write even about a country so distant from Western civilization without referring to countries such as the United States. The appearance of the U.S. in the press of a Buddhist culture is also connected to the high respect for the United States of America that is evident in the analyzed content. While reading the articles, the authors of the study often noticed that American scientists, politicians, athletes or journalists were quoted as experts.

An important goal of the study was to analyze content about the U.S. in terms of the concept of Middle Path Journalism discussed in the introduction. Underlying this model are two key terms: values and vision. Values should be understood as a set of norms or principles of human conduct that shape opinions and judgments about the prioritization of issues in life. Vision, on the other hand, refers to the long-range goal of Bhutanese society as a signpost on the way to achieving a common goal (Wangchuk, 2018). The researcher of Buddhist culture Dorji Wangchuk identifies four main characteristics of this model of journalism: contentment, compassion, community and commitment. Each of these values characterizes Kuensel’s content about the United States.

The first of these features, contentment, seems obvious in the context of the frequently mentioned Gross National Happiness (GNH). Kuensel’s authors generally do not look for sensation in places where crimes or tragedies have occurred. They write mainly about positive issues and interesting human stories. Middle Path Journalism emphasizes framing content in a human-centric way (Wangchuk, 2018). This means telling stories primarily about human beings, who in the Buddhist perspective possess qualities identical to Buddha-nature, rather than about wealth, power, lust, sins, affairs or transgressions. In Wangchuk’s research paper on the concept of Middle Path Journalism, we read:

Middle Path Journalism is diametrically opposite to the corporate media where celebrity gossips are sold; and pictures of politicians opening bridges and hospitals (actually built by ordinary people) flood the screen. The media impact studies in Bhutan have shown that the media contents today are too capital-centric and elitist. Middle Path Journalism will seek to correct this imbalance.

Given the above description of this model of journalism, it seems fully justified that Kuensel writes about the United States in a positive light. It is likely that any country subjected to a similar analysis would produce comparable results, although this assumption would require further research. This is primarily connected with the value of commitment, which is one of the foundations of the Bhutanese style of journalism. None of the articles analyzed by the authors concerned lust or unwanted or excessive human needs. No *clickbait*⁴, controversial or provocative articles were found in Kuensel. Additionally, articles about, for example, the difficult situation of Bhutanese women in Iraq (with some reference to the U.S.) confirm that Kuensel tends to put people at the center of the story. At times, one gets the impression that it is closer to a magazine-style journalistic press than to a purely informational one.

The second premise of Middle Path Journalism is community. In Bhutan, society forms a well-organized community in which families and other social groups direct their work and activities mainly toward the interest of the community (Phuntsho, 2013). In this Himalayan country, failing to care about family or the affairs of the Bhutanese people is considered reprehensible; such a person is not accepted and is viewed as dishonorable. In spiritual and philosophical terms, the greatest respect is given to those who have rendered service through activities such as sponsoring commemorative monuments or religious ceremonies, which, according to the Buddhist worldview, benefit more than just people. In Kuensel, there are articles about Bhutanese people scattered across the world, including in the United States. Much of the analyzed material concerned local holidays, traditions and anniversaries – definitely more than “imported” holidays. None of the texts analyzed featured American holidays such as Halloween, in contrast to many local public holidays. Kuensel’s journalists more often write about local people than about celebrities. In many texts of this type, there is some reference to the U.S., usually a brief mention such as “graduated from college in New York”.

Another feature of Kuensel’s style is compassion. In Buddhist culture, and not only there, it is believed that karma comes back to a person – that is, every bad decision or wrongdoing will one day return to the person who committed it (Wangchuk, 2018). The author of the concept on which this

⁴ Clickbait is a text or a thumbnail link that is designed to attract attention and to entice users to follow that link and read, view, or listen to the linked piece of online content, with a defining characteristic of being deceptive, typically sensationalized or misleading (Frampton 2015).

article is based defines compassion in the context of the journalistic model as follows:

The concept of lay-judray assumes a practical form in our daily lives in the form of compassion for all sentient beings. Under the middle path journalism approach, journalist could practice and promote compassion in his or her line of duties by avoiding the extremes while calling for justice and at the same time, healings and forgiveness could be encouraged. The parties could be encouraged and guided to move forward.

The above assumption fits the nature of the content that constructs the image of the United States in the Bhutanese press. It contains no aggressive titles or sentences. The content analyzed by the authors, for example articles about COVID-19, did not incite panic or instill fear – quite the opposite. Patient zero⁵ (an American tourist) in Bhutan at the time of the COVID-19 pandemic outbreak is not stigmatized or described in a pejorative way. Emotions such as compassion, concern and empathy predominate in the numerous articles in which this topic appears. Examples from other countries, such as Poland, show that such a person can be treated as a culprit. In an interview with the Polish “Patient Zero” for the Polish portal Onet.pl, the interviewee emphasizes that he still feels the effects of the disease. However, he mainly refers to psychological effects, because society criticized him, even using phrases such as “you brought the disease to Poland”. In the content of the Bhutanese Kuensel, this kind of approach seems unrealistic.

CONCLUSION

The biggest difficulty the researchers encountered during the analysis was judging whether the image of the United States in a given article was positive, neutral or negative. Each person’s perception may differ depending on their axiological perspective. Despite these obstacles, it can be stated that the United States is portrayed very favorably in the media of a small Himalayan country such as Bhutan. Although it is not a popular topic in the content

⁵ Patient Zero is the first documented patient in a disease epidemic within a population.

of Bhutan's most popular newspaper, the presence of the U.S. seems important for the development of the Bhutanese community. Drawing on models, imitating practices or hiring American experts – such as a basketball coach for Bhutan's national team – can significantly influence the development of this resource-constrained, GNH-oriented country.

Middle Path Journalism is based on commitment and requires journalists to be appropriately engaged in their work. This premise obliges the Kuensel team to fulfill the basic functions of journalism: striving for objectivity, seeking the truth and strengthening the national community through articles written for the nation's most popular newspaper (Christians, Glasser, McQuail, Nordenstreng, & White, 2009). Based on the reading of 122 articles in Kuensel, this pillar of Middle Path Journalism is also applicable to the newspaper. Bhutanese journalists often emphasize the role of their mission, which can be read between the lines of their articles. This also contributes to the very positive image of the U.S. in Kuensel. One of the primary functions of the newspaper is to educate and promote appropriate models, which is reflected in the numerous comparisons between particular issues in Bhutan and the U.S., with the latter often serving as a point of reference.

REFERENCES

- Anderson, B. (2006). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism* (rev. ed.). Verso.
- Avieson, B. (2015a). From mani stones to Twitter: Bhutan creates a unique media matrix for a 21st-century democracy. *International Journal of Communication*, 9, 2487-2506. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3186>
- Avieson, B. (2015b). *The dragon's voice: How modern media found Bhutan*. University of Queensland Press.
- Christians, C. G., Glasser, T. L., McQuail, D., Nordenstreng, K., & White, R. A. (2009). *Normative theories of the media: Journalism in democratic societies*. University of Illinois Press.
- Conlon, C. (2002). Bhutan. In S. A. Gunaratne (Ed.), *Handbook of the media in Asia* (2nd ed., pp. 67-83). SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2013). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE.

- Chakravartty, P., & Roy, S. (2023). Questioning “de-Westernization”. Political Communication Report, 28. <https://doi.org/10.17169/refubium-41239>
- Datta-Ray, S. K. (1996). Press freedom and professional standards in Asia. *Media Asia*, 23(3), 131-133. <https://doi.org/10.1080/01296612.1996.11726501>
- Doliwa, U., & Żyliński, S. (2021). Community radio in Bhutan. *Journal of Radio & Audio Media*. <https://doi.org/10.1080/19376529.2021.1920024>
- Dorji, K. G. (2015, May 4). Bhutan to expand medical assistance to Nepal. Kuensel. Accessed February 15, 2021. <https://kuenselonline.com/bhutan-to-expand-medical-assistance-to-nepal/>
- Dorji, N. (2018, November 19). California looking to replicate GNH model of development. Kuensel. Accessed February 15, 2021. <https://kuenselonline.com/california-looking-to-replicate-gnh-model-of-development/>
- Dunn, J. (1994). *Democracy: The unfinished journey, 508 BC-AD 1993*. Oxford University Press.
- Emmel, N. (2013). *Sampling and choosing cases in qualitative research: A realist approach*. SAGE.
- Freedom House (2024). *Freedom in the World 2024: Bhutan country report*. Accessed December 7, 2025. <https://freedomhouse.org/country/bhutan/freedom-world/2024>
- Frampton, B. (2015, September 14). Clickbait: The changing face of online journalism. BBC News. Accessed March 14, 2021. <https://www.bbc.com/news/uk-wales-34213693>
- Gunaratne, S. A., Pearson, M., & Senarath, S. (2017). *Mindful journalism and news ethics in the digital era: A Buddhist approach*. Routledge.
- Hampton, M. (2010). The Fourth Estate ideal in journalism history. In S. Allan (Ed.), *The Routledge companion to news and journalism*. Routledge.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge University Press.
- He, Z., Chen, X., & Xing, W. (2012). The image of the United States in the Chinese media: An examination of the evaluative component of framing. *Public Relations Review*, 38(5), 676-683. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2012.09.001>
- Joseph, B. (2017). Journalists for a young democracy. *Journalism Studies*, 18(4), 495-510. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1065199>

- Kinley, D. (1991). The media in Bhutan. In Consultation on Press Systems in SAARC: Kathmandu, Nepal, 2-5 April 1991. Asian Mass Communication Research & Information Centre. <https://hdl.handle.net/10356/93133>
- Kuensel Online. (2019, February 27). Fostering competition important. Kuensel. Accessed February 15, 2021. <https://kuenselonline.com/fostering-competition-important/>
- Kuensel Online. (2020, November 9). The road to winning Chhoekhor-Tang. Kuensel. Accessed February 15, 2021. <https://kuenselonline.com/the-road-to-winning-choekhor-tang/>
- Kuensel Online. (2025). About us. Accessed December 7, 2025. <https://kuenselonline.com/about-us>
- McLuhan, M., & Lapham, L. H. (1994). Understanding media: The extensions of man (reprint ed.). MIT Press.
- Mitchell, J. C. (1984). Typicality and the case study. In R. Ellen (Ed.), *Ethnographic research: A guide to general conduct* (pp. 237-241). Academic Press.
- Muppidi, S. (2012). Bhutan (.bt). In S. R. Muppidi (Ed.), *Asian communication handbook* (6th ed., pp. 172-184). Asian Media Information and Communication Centre and Wee Kim Wee School of Communication and Information, Nanyang Technological University.
- Norbu, T. (2001). *White sail: Crossing the waves of ocean mind to the serene continent of the triple gems*. Shambhala Publications.
- Palden, T. (2017, January 14). Bangkok drug case nearing end. Kuensel. Accessed February 15, 2021. <https://kuenselonline.com/bangkok-drug-case-nearing-end/>
- Park, M. J., & Curran, J. (Eds.). (2000). *De-Westernizing media studies*. Routledge.
- Phuntsho, K. (2013). *The history of Bhutan*. Random House India.
- Rapten, P. (2001). Mass media: Its consumption and impact on residents of Thimphu and rural areas. *Journal of Bhutan Studies*, 3, 3-12.
- Reporters Without Borders. (2025). Bhutan. Accessed December 7, 2025. <https://rsf.org/en/country/bhutan>
- Sharma, C. S. (2007). Bhutanese folktales: Common man's media with missions for society. *Journal of Bhutan Studies*, 17, 83-112.
- Shaw, B. (2012). Bhutan. In J. Love (Ed.), *South Asia 2013* (10th ed., pp. 201-237). Routledge.

- Sheng, A. (2020, March 2). Trust in the 21st century. Kuensel. Accessed February 15, 2021. <https://kuenselonline.com/trust-in-the-21st-century/>
- Siebert, F. S., Peterson, T., & Schramm, W. (1956). Four theories of the press: The authoritarian, libertarian, social responsibility, and Soviet communist concepts of what the press should be and do. University of Illinois Press.
- Tshedup, Y. (2016, April 9). Coach Mike hands Bhutan first international win. Kuensel. Accessed February 15, 2021. <https://kuenselonline.com/coach-mike-hands-bhutan-first-international-win/>
- Tshedup, Y. (2020, January 11). Escaping the nightmare. Kuensel. Accessed February 15, 2021. <https://kuenselonline.com/escaping-the-nightmare/>
- Tshering, S. (2018, September 1). Balancing the right to vote and being apolitical. Kuensel. Accessed February 15, 2021. <https://kuenselonline.com/balancing-the-right-to-vote-and-being-apolitical/>
- Tshering, S. (2020, December 26). Ensuring the right to information to fight rumours and fake news. Kuensel. Accessed February 15, 2021. <https://kuenselonline.com/ensuring-the-right-to-information-to-fight-rumours-and-fake-news/>
- Ura, K., Alkire, S., & Zangmo, T. (2012). GNH and GNH index. Centre for Bhutan Studies.
- Wangchuk, D. (2018). Middle path journalism: A conceptual framework for Bhutanese media. In K. Seneviratne (Ed.), *Mindful communication for sustainable development: Perspectives from Asia* (pp. 133-150). SAGE. <https://doi.org/10.4135/9789353280697.n12>
- Wiley, T. (2002). *Original sin: Origins, developments, contemporary meanings*. Paulist Press.
- Wood, P. (2007). *Priming the printing press: The growing print media in Bhutan*. S.I.T. Tibetan and Himalayan Studies.
- Zangmo, T. (2017, January 23). *Kushuthara – A Pattern of Love* will premiere in the US. Kuensel. Accessed February 15, 2021. <https://kuenselonline.com/kushuthara-a-pattern-of-love-will-premiere-in-the-us/>
- Żyliński, S. (2016). Bhutan media system – an attempt of preliminary analysis. *Zeszyty Prasoznawcze*, 59(4), 674-689. <https://doi.org/10.4467/22996362PZ.16.042.5917>

Nur Atas

UNIwersytet Wrocławski

nuratas20@gmail.com

Visual Representations of NATO on Instagram: Public Diplomacy and Institutional Image Building

Wizualne reprezentacje NATO na Instagramie: dyplomacja publiczna i budowanie wizerunku instytucjonalnego

ABSTRACT

This study examines how NATO uses Instagram as a visual communication tool in its public diplomacy. Qualitative content analysis was applied to posts and reels shared on NATO's official Instagram account. The analysis focuses on the visual themes and symbolic elements used in these materials. The study does not measure the effectiveness of social media communication; rather, it examines how visual content is used to convey NATO's institutional image and alliance identity. The findings provide an overview of the dominant visual themes identified in NATO's Instagram posts on the basis of the applied coding framework. Overall, the study contributes to research on digital public diplomacy by offering an analysis of visual representations on social media.

KEYWORDS: PUBLIC DIPLOMACY, INSTITUTIONAL IMAGE, NATO, INSTAGRAM, VISUAL COMMUNICATION

STRESZCZENIE

Niniejsze badanie analizuje, w jaki sposób NATO wykorzystuje Instagram jako narzędzie komunikacji wizualnej w dyplomacji publicznej. Jakościową analizę treści zastosowano do postów i rolek udostępnianych na oficjalnym koncie NATO na Instagramie. Analiza koncentruje się na motywach wizualnych i elementach symbolicznych obecnych w tych materiałach. Badanie nie mierzy skuteczności komunikacji w mediach społecznościowych; zamiast tego pokazuje, w jaki sposób treści wizualne są wykorzystywane do przedstawiania wizerunku instytucjonalnego NATO oraz tożsamości sojuszu. Wyniki przedstawiają przegląd dominujących motywów wizualnych zidentyfikowanych w postach NATO na Instagramie na podstawie zastosowanych ram kodowania. Badanie uzupełnia literaturę dotyczącą cyfrowej dyplomacji publicznej, oferując analizę reprezentacji wizualnych w mediach społecznościowych.

SŁOWA KLUCZOWE: DYPLMACJA PUBLICZNA, WIZERUNEK INSTYTUCJONALNY, NATO, INSTAGRAM, KOMUNIKACJA WIZUALNA

INTRODUCTION

Since the end of the Cold War, NATO has operated in a shifting geopolitical landscape that has required adaptation in its roles, missions, and communication practices. In this context, the Alliance engages with diverse audiences, including publics in non-member states. At the same time, developments in digital media have transformed how information related to security and international affairs circulates globally.

Social media platforms function as spaces in which representations and narratives related to international actors can be observed. Seib (2012) notes that contemporary diplomacy operates in real time through social media platforms, moving beyond traditional closed-door interactions. Public diplomacy increasingly takes place on digital platforms, where visual content shapes how international organizations communicate with global audiences. Institutional image in visual communication is not constructed through isolated visuals, but through repeated patterns and themes across shared content. Over time, these patterns contribute to a recognizable visual style shaped by the selection of settings, actors, activities, and symbolic elements. Visual representations contribute to how institutions imagine themselves and define the boundaries of their public identity (Schlag, 2025). Instagram, as a visually oriented platform, enables institutions to share images and short videos that convey identity, values, and institutional presence through visual content. Within studies of international organizations, visual communication on social media has been examined as part of broader representational practices. Through such visual and narrative representations, organizations such as NATO present selected events in a simple and accessible format.

While existing research has often approached NATO's social media communication through perspectives such as language use and mediatization, less attention has been directed toward the visual dimension of its online presence. This observation is particularly relevant for visually oriented platforms, where images constitute a primary mode of communication and representation. NATO maintains an active presence on Instagram, where it regularly shares visual content through posts and reels. These visuals include images related to institutional activities, alliance cooperation, and organizational representation. As an international security alliance traditionally associated with formal and strategic modes of communication, NATO's use of a visually oriented platform such as Instagram provides a relevant context for examining how institutional image and alliance identity are visually presented within the framework of public diplomacy. Within the context

of public diplomacy, visual communication also offers a way to examine how international organizations present themselves beyond formal statements and policy documents. As such, the analysis of visual representation can contribute to understanding how institutions construct and sustain their public image in online environments.

This study examines how NATO uses Instagram as a platform for visual communication in public diplomacy. Focusing on posts and reels shared on NATO's official Instagram account, the study analyzes recurring visual themes and symbolic elements identified through qualitative content analysis. The study provides a structured examination of how visual content contributes to the representation of NATO's institutional image and alliance identity on social media. In line with this objective, the analysis seeks to identify the dominant visual themes characterizing NATO's Instagram posts during the selected period. It further examines how military and peaceful narratives are constructed through visual representation and determines which framing patterns are most frequently employed in the organization's Instagram communication.

LITERATURE REVIEW

PUBLIC DIPLOMACY AND SOCIAL MEDIA

Public diplomacy refers to the ways in which states and international actors communicate with foreign publics in order to shape perceptions and representations. Joseph Nye's (2004) concept of soft power is frequently referenced in discussions of public diplomacy that focus on culture, values, and communication practices. Public diplomacy is therefore not limited to states, but also involves international organizations such as NATO, which engage with foreign publics through various communication channels. Developments in digital technologies and social media have significantly reshaped the practice of public diplomacy. The concept of digital diplomacy refers to the strategic use of digital and social media platforms in diplomatic communication. As Sabrina Sotiriu (2015) argues, digital diplomacy builds on the foundations of soft power and public diplomacy while adapting these concepts to digital tools and online engagement. Rather than replacing traditional diplomacy, it extends its logic into networked and interactive environments.

Similarly, Corneliu Bjola and Lu Jiang (2015) note that diplomatic “presence” was traditionally maintained through mass media, cultural initiatives, and educational exchanges. However, the emergence of social media has expanded this presence beyond physical and temporal boundaries, enabling states and international actors to remain visible and continuously engaged in digital spaces. They also emphasize that the interactive nature of social media creates opportunities for sustained dialogue between diplomats and foreign publics. This two-way communication allows policymakers to adjust their messages, address misinformation, and foster deeper mutual understanding. Therefore, social media supports the goals of public diplomacy in ways that differ from conventional one-way communication methods. Manor (2019) suggests that social media offers unique opportunities, particularly when states and international organizations craft their narratives during a crisis. Instagram is often discussed as a visually oriented platform that enables the sharing of symbolic and image-based content.

NATO’S SOCIAL MEDIA USE AND IMAGE MANAGEMENT

Public diplomacy is increasingly practiced through social media platforms. In this context, policymakers must consider not only domestic public opinion but also the expectations of international audiences and foreign governments (Di Martino, 2020). This transformation has made digital platforms central spaces where states and international organizations communicate their values, policies, and institutional identities. Previous studies have examined NATO’s use of social media in relation to institutional communication and image representation. Research has shown that social media platforms provide opportunities to observe how NATO presents its activities and organizational identity in digital environments (Arendarska, 2017). In this context, visual content shared by organizations such as NATO becomes a relevant source for examining patterns of representation and image-related communication practices. Building on this literature, the present study focuses on NATO’s use of Instagram as a visually oriented platform. By examining the visual content shared through posts and reels, the study contributes to existing research by offering a focused analysis of how NATO’s institutional image and alliance identity are visually represented on social media.

METHODOLOGY

This research used qualitative content analysis to examine how visual content (posts and reels) shared on NATO’s Instagram account contributes to image management in the context of public diplomacy. The sample includes all 50 posts and reels published consecutively on NATO’s official Instagram account between 13 May and 18 June 2025. No selective filtering was applied. Including all visual content shared during this consecutive period ensured methodological transparency and minimized researcher bias in sample construction. The selected timeframe was not linked to a specific political event. Instead, it represents a continuous and routine communication period. This approach allows the study to examine NATO’s everyday visual communication practices rather than content shaped by extraordinary crises or summit-driven communication spikes. The posts were systematically examined and analyzed according to dimensions such as visual narrative, theme, and message structure for the target audience. During the analysis, the content was evaluated using coding categories informed by Gillian Rose’s (2016) framework in *Visual Methodologies*: main topic, communication strategy, persuasive strategy, media type, target audience, visual focus, visual tone, main visual element, and main focus. The coding process was carried out manually, and each post was analyzed separately according to these categories. Qualitative data were handled using an interpretive approach to evaluate the strategic framework in which the content was produced and the kind of discourse it created. This methodological approach was structured in line with the theoretical framework of the study on public diplomacy, the use of soft power, and institutional image management. NATO’s presence on the digital platform was considered not only as informative content, but also as a communication practice that aims to establish legitimacy through strategic messages.

Figure 1. Visual representation of the methodology.

Coding Categories	Subcategories	Theoretical Foundation
Main Topic	Military Readiness, International Cooperation, Political Declarations, Commemoration, Peacekeeping, Defence Production	Thematic Analysis – “What is represented?”
Communication Strategy	Informative, Justification, Solidarity	Strategic Meaning Construction
Persuasive Strategy	Authority, Trust, Emotional Resonance, Collective Identity	Visual Rhetoric and Institutional Appeals

Coding Categories	Subcategories	Theoretical Foundation
Media Type	Photo, Reel	Technical Composition and Format
Target Audience	General Public, Partner Nations, Media, Internal Stakeholders	Audience Positioning
Visual Focus	Military Personnel and Equipment, Political Leaders, Symbolic Objects	Compositional Focus and Spatial Hierarchy
Visual Tone	Peaceful, Defensive, Militarized	Emotional Effect Intended for the Viewer
Main Visual Element	NATO Flag, NATO Logo, Military Uniforms, Aircraft, Unity, Partner Flags	Dominant Symbolic Representation

CODING PROCEDURE

EXAMPLE 1 – 18 MAY 2025 POST

The post dated 18 May 2025 was coded according to predefined operational criteria applied consistently across the dataset. Each post was assigned to a primary category based mainly on its dominant visual emphasis. The main topic was classified as Military Readiness because the caption explicitly refers to a joint training mission, airspace protection, and deterrence posture. These indicators align with the operational definition of preparedness and active defense activity. The communication strategy was coded as Informative because the caption provides descriptive information without strongly evaluative or persuasive language. The persuasive strategy was identified as Trust because the wording emphasizes reassurance, protection, and institutional reliability. The media type was Photo. The visual focus was coded as Military Equipment, as aircraft occupy the central compositional position. The main visual element was Partner Country Flags, which appear alongside the aircraft and signal alliance representation. The visual tone was coded as Defensive because the framing highlights protection and deterrence within a security context.

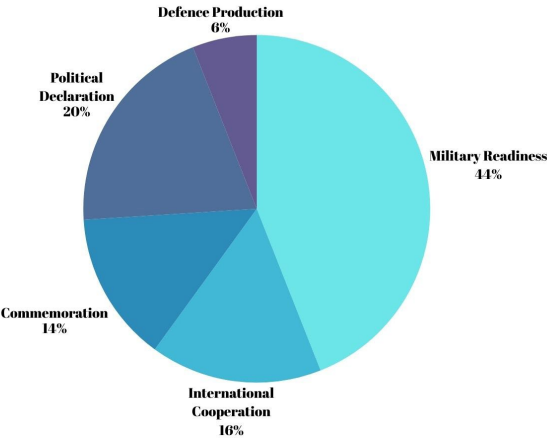
EXAMPLE 2 – 2 JUNE 2025 POST

The post dated 2 June 2025 was coded using the same predefined decision rules applied across the dataset. The main topic was classified as Political Declaration because the caption centers on policy commitments, defense investment, and collective defense decisions made at the NATO Summit. According to the operational criteria, posts were coded under Political Declaration when official statements, summit outcomes, or policy reaffirmations constituted the dominant emphasis. The communication strategy was coded as Justification because the caption explains and legitimizes increased defense investment. The persuasive strategy was identified as Authority due to the visual and textual prominence of the Secretary General as an institutional representative. The media type was Reel. The visual focus was coded as Political Leader, as the Secretary General occupies the central frame. The visual tone was identified as Defensive because the message emphasizes collective defense and security challenges.

FINDINGS

MAIN TOPIC

Figure 2. Distribution of NATO's Instagram Posts by Main Topic.

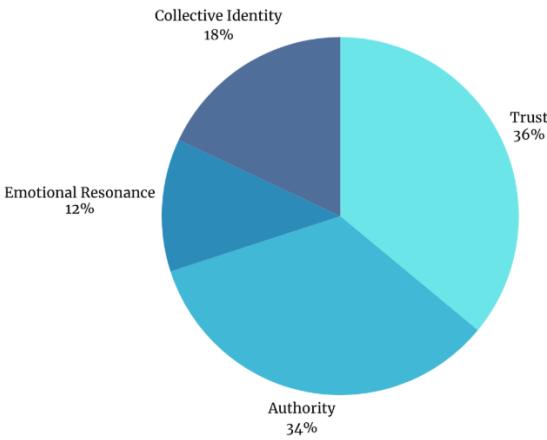


Military Readiness constitutes the largest category, accounting for 44% of the sample. This proportion indicates that nearly half of the analyzed posts center on operational and defense-oriented themes. Political Declarations (20%),

International Cooperation (16%), and Commemoration (14%) follow at comparatively lower levels, while Defense Production remains marginal at 6%.

PERSUASIVE STRATEGY

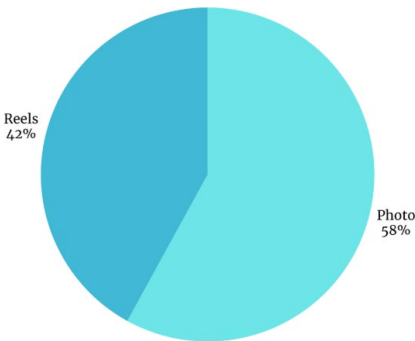
Figure 3. Distribution of Persuasion Strategies Used in NATO's Instagram Content.



This chart shows the distribution of persuasion strategies used in NATO's Instagram content. Trust is the most frequently used strategy, appearing in 36% of the content. It is followed by authority at 34%. Collective identity ranks third at 18%, while emotional resonance appears in only 12% of the analyzed content.

MEDIA TYPE

Figure 4. Distribution of Media Types in NATO's Instagram Content.

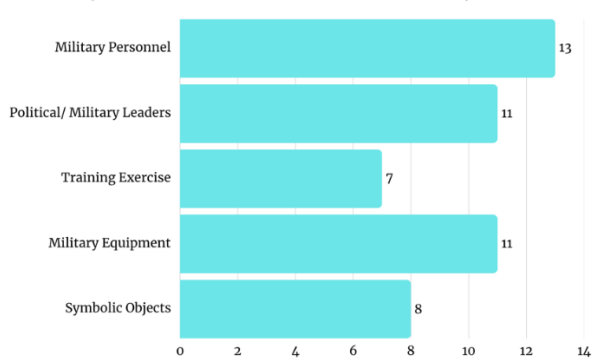


The figure presented above illustrates the distribution of media types used in the analyzed NATO Instagram content. In the sample, 58% of the posts were photos, while 42% were shared as reels (short videos). The distribution

reflects media usage within the selected research period and should not be interpreted as representative of NATO's overall Instagram strategy.

VISUAL FOCUS

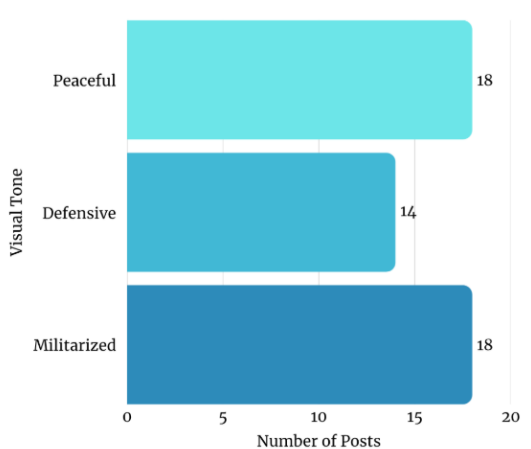
Figure 5. Distribution of Visual Focus Points in NATO's Instagram Posts.



The visual representation outlines the most prominent visual focus points in the analyzed posts. The most frequent visual focus is military personnel, which appeared in 13 posts. Military/political leaders and military equipment ranked second, with 11 posts each, while training exercises were highlighted in 7 posts. Symbolic objects were more limited, appearing in 8 posts.

VISUAL TONE

Figure 6. Distribution of Visual Tones in NATO's Instagram Posts.

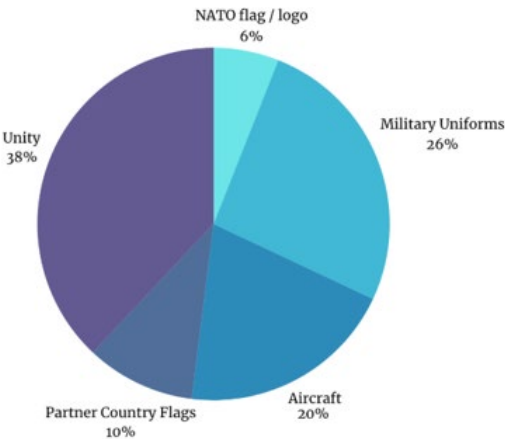


This figure presents the distribution of visual tones identified in NATO's Instagram posts. Militarized and peaceful tones appear with equal frequency (18 posts each), indicating a symmetrical presence of contrasting visual atmospheres within the sample. Defensive imagery appears

slightly less frequently (14 posts), yet it remains a significant component of the overall visual composition.

VISUAL ELEMENT

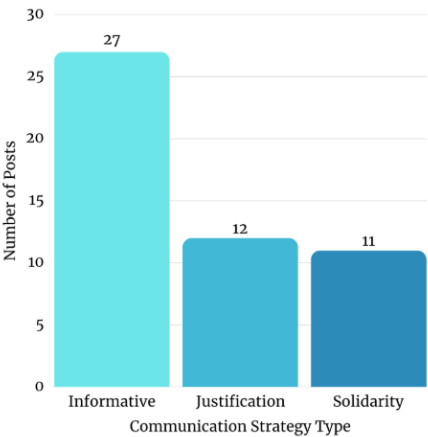
Figure 7. Distribution of Key Visual Elements in NATO's Instagram Posts.



This chart illustrates the distribution of the main visual elements found in the analyzed Instagram content. Images related to unity appeared most frequently (38%), followed by military uniforms (26%) and aircraft (20%). The NATO flag/logo was the least prominent element, accounting for only 6% of the images.

COMMUNICATION STRATEGY

Figure 8. Distribution of Communication Strategies Used in NATO's Instagram Posts.

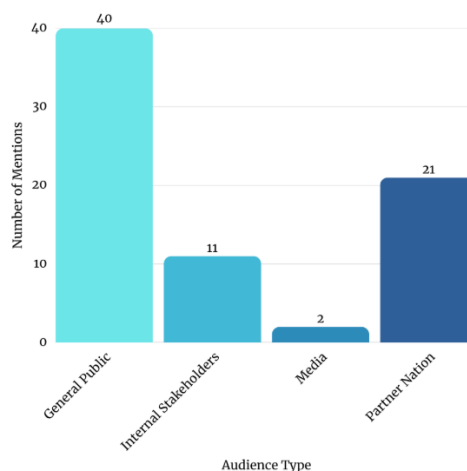


The visual data show the distribution of communication strategies used in the analyzed NATO Instagram posts. The most frequently used strategy was

informative content, which appeared in 27 posts in total. The justification strategy was used in 12 posts, and the solidarity strategy was used in 11 posts.

TARGET AUDIENCE

Figure 9. Frequency of Target Audience Mentions in NATO's Instagram Content.



The analyzed content shows that the general public is the most frequently targeted audience in NATO's Instagram communication. This indicates that the organization aims to inform and raise awareness among broader publics as part of its public diplomacy efforts. A significant portion of the content is also directed at partner countries, reflecting NATO's tendency to reinforce messages of solidarity and unity with its allies in the digital environment. The number of posts targeting international stakeholders was relatively limited, with the media directly addressed in only two posts.

DISCUSSION

The findings indicate a structured pattern in NATO's Instagram communication, in which military readiness occupies a central position alongside authority and trust as dominant persuasive elements. The frequent appearance of personnel, uniforms, and equipment underscores operational capability and preparedness. At the same time, unity symbols, commemorative posts, and cooperation themes appear consistently, showing that security narratives are presented together with messages of solidarity and collective identity.

From a framing perspective, the results suggest an integrated communication structure in which security, unity, and legitimacy function as interconnected dimensions. The coexistence of militarized, defensive, and peaceful visual tones reinforces this interpretation. NATO's Instagram content brings together images of deterrence and preparedness with references to cooperation and shared values. This combination reflects a form of digital public diplomacy that connects security discourse with identity construction.

The prominence of trust and authority as persuasive strategies strengthens this institutional positioning. Leadership figures, official statements, and coordinated exercises foreground credibility and expertise. Emotional resonance appears less frequently, indicating that persuasion operates primarily through institutional legitimacy and structured messaging. The recurring presence of unity-centered imagery further situates these messages within a cooperative international context. The preference for photo posts over short-form videos also supports this interpretation. Static images provide visual clarity and symbolic stability, allowing messages to remain consistent across posts. This consistency contributes to the construction of institutional continuity and authority within the digital environment.

Taken together, the findings illustrate how NATO integrates security representation, unity discourse, and persuasive authority into a coherent communication approach on social media. The study does not examine audience reception or impact. It focuses on communication patterns and explains how visual and verbal elements shape institutional image online.

CONCLUSIONS

The analysis of NATO's Instagram posts indicates that the organization integrates both military and diplomatic elements into its digital communication. Military exercises, personnel, and equipment are prominently featured, while commemorative content and political declarations highlight themes of cooperation and international solidarity. The findings show that informative messaging is the dominant communication style, accompanied primarily by persuasive strategies based on authority and trust.

The visual and textual patterns identified in the sample suggest a structured use of framing mechanisms. Security-related visuals emphasize deterrence and operational readiness, whereas solidarity and unity themes are

communicated through representations of joint exercises, national symbols, and diplomatic events. These patterns demonstrate how NATO constructs its institutional image through digital platforms.

However, this study does not assess the effectiveness or audience impact of these communication strategies. Rather, it provides a descriptive analysis of the visual and discursive tools employed in NATO's Instagram content. By systematically categorizing visual and verbal patterns, the study offers an empirical mapping of how institutional narratives are constructed on social media. In doing so, it contributes to the growing body of literature on digital public diplomacy and institutional image construction in online environments. Future research could expand the scope by examining audience engagement metrics, comparative institutional analyses, or cross-platform communication strategies.

REFERENCES

- Arendarska, J. (2017). NATO as an actor of political communication. *Political Preferences*, 17. <https://journals.us.edu.pl/index.php/PP/article/view/6140>
- Bjola, C., & Jiang, L. (2015). Social media and public diplomacy: A comparative analysis of the digital diplomatic strategies of the EU, US, and Japan in China. In C. Bjola & M. Holmes (Eds.), *Digital diplomacy: Theory and practice*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315730844-6>
- Di Martino, L. (2020). Conceptualising public diplomacy listening on social media. *Place Branding and Public Diplomacy*, 16, 131–142. <https://doi.org/10.1057/s41254-019-00135-5>
- Manor, I. (2019). *The digitalization of public diplomacy*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-04405-3>
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
- Rose, G. (2016). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials* (4th ed.). SAGE.

- Schlag, G. (2025). The look of NATO: Comparing visual representations of military force and alliance identity in 1984 and 2021. *European Journal of International Security*, 10(4), 589–610. <https://doi.org/10.1017/eis.2024.56>
- Seib, P. (2012). *Real-time diplomacy: Politics and power in the social media era*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781137010902>
- Sotiriu, S. (2015). Digital diplomacy: Between promises and reality. In C. Bjola & M. Holmes (Eds.), *Digital diplomacy: Theory and practice* (pp. 33–51). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315730844-4>

Karolina Piechocka

UNIwersYTET WROśLAWSKI

karolina.piechocka2@uwr.edu.pl

W sieci homofobii. Dyskurs tygodnika „Sieci” o osobach LGBT+

In the Net of Homophobia:
A Discourse on LGBT+ People by the Weekly “Sieci”

ABSTRAKT

Artykuł przedstawia krytyczną analizę dyskursu tygodnika „Sieci” o osobach LGBT+. Materiał badawczy obejmuje osiemnaście publikacji z lat 2015–2023, w których wątki dotyczące osób nieheteronormatywnych pełniły funkcję pierwszoplanową. Analiza wykazała obecność strategii homofobicznych i transfobicznych, a także pozornie neutralnych sposobów relacjonowania, które wzmacniały negatywne stereotypy dotyczące społeczności LGBT+. W badanych tekstach nieheteronormatywność najczęściej przedstawiano jako zagrożenie dla rodziny, dzieci, porządku społecznego, religii i szeroko rozumianej „normalności”.

SŁOWA KLUCZOWE: LGBT+, HOMOFOBIA, MOWA NIENAWIŚCI, KRYTYCZNA ANALIZA DYSKURSU, TYGODNIK „SIECI”

ABSTRACT

The article presents a critical discourse analysis of the weekly “Sieci” and its representation of LGBT+ people. The research material consists of eighteen articles published between 2015 and 2023 in which LGBT+-related issues constituted the main topic. The analysis identifies homophobic and transphobic strategies, as well as ostensibly neutral forms of reporting that reinforced negative stereotypes about the LGBT+ community. In the examined texts, non-heteronormativity was most often framed as a threat to the family, children, social order, religion and broadly understood “normality”.

KEYWORDS: LGBT+, HOMOPHOBIA, HATE SPEECH, CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS, “SIECI” WEEKLY

Piechocka, K. (2025),
W sieci homofobii. Dyskurs
tygodnika „Sieci” o osobach LGBT+,
com.press, 8(2), s. 58–79.

DOI: 10.51480/compress.2025.8-2.975

www.compress.edu.pl

Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej, będąca fundamentem krajowego porządku prawnego, stanowi, że „nikt nie może być dyskryminowany w życiu politycznym, społecznym lub gospodarczym z jakiejkolwiek przyczyny” (Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej, 1997, art. 32).

HOMOFOBIA. ZARYS ZJAWISKA

Ustawa zasadnicza, której fragment przywołano powyżej, gwarantuje równouprawnienie wszystkim obywatelom państwa polskiego. W praktyce obserwuje się jednak znaczne rozbieżności pomiędzy przepisami prawa a rzeczywistością społeczną, w której nierównego traktowania doświadczają członkowie poszczególnych grup mniejszościowych. Modelowym przykładem są osoby LGBT+, czyli ludzie, których orientacja psychoseksualna i/lub tożsamość płciowa nie odpowiada założeniom tzw. heteronormy, uznającej nadrzędność heteronormatywności oraz binaryzmu płciowego nad nieheteronormatywnością (homoseksualnością, transpłciowością, interseksualnością itd.). Na poziomie ogólnej definicji wrogość do nich określana jest mianem homofobii. Zjawisko to ma charakter wielowymiarowy i przyjmuje różne formy oraz natężenia – od niechęci do nawiązywania kontaktów osobistych z osobami *queer*, przez przemoc słowną, na agresji fizycznej kończąc (Nowak, 2014, s. 198–200). Autorzy poradnika *Jak pisać i mówić o osobach LGBTQIAP+* (Kostrzewa i in., 2024, s. 38–39) wyróżniają jej następujące rodzaje:

- homofobię zinternalizowaną (in. uwewnętrznioną), która odnosi się do postaw oraz poglądów przejawianych przez same osoby nieheteronormatywne, których przyczyną jest przyswajanie w procesie socjalizacji pejoratywnych sądów na temat orientacji psychoseksualnych oraz tożsamości płciowych odbiegających od heteronormatywnego wzorca,
- homofobię tradycyjną, opartą na stereotypach i mitach dotyczących nieheteronormatywności, nierzadko sankcjonowanych przez przekazy kulturowe, religijne oraz medialne; jej przejawem jest otwarta wrogość wobec osób LGBT+, wyrażana np. w postaci twierdzeń o nienaturalności bądź niemoralności orientacji psychoseksualnych i tożsamości płciowych wykraczających poza granice heteronormatywności,

- homofobię nowoczesną, charakteryzującą się subtelniejszymi formami uprzedzeń, często maskowanymi pod pozorem neutralności; osoby reprezentujące ten typ homofobii nie posługują się jawnie negatywnymi kliszami myślowymi, lecz np. negują istnienie dyskryminacji ze względu na orientację psychoseksualną i tożsamość płciową, przedstawiają równościowe postulaty w kategoriach roszczeniowych albo kwestionują inicjatywy mające na celu wyrównywanie szans osób nieheteronormatywnych w obszarze prawa i polityki społecznej, swoim zachowaniem utrudniając identyfikację uprzedzeń oraz podtrzymując *status quo* w zakresie przeciwdziałania nierównościami,
- homofobię instytucjonalną, dotyczącą działań i zaniechań instytucji publicznych, prowadzących do systemowej dyskryminacji osób queerowych w takich sferach życia społecznego, jak edukacja, ochrona zdrowia, prawo czy polityka; jej wyrazem jest zwłaszcza brak odpowiednich regulacji prawnych chroniących przed przemocą motywowaną orientacją psychoseksualną i tożsamością płciową, wykluczające nieheteronormatywnych uczniów praktyki w szkołach (w Polsce problem ten monitorowany jest w ramach projektu *Ranking Szkół Przyjaznych LGBTQ+* [por. LGBTplusMe.com, 2025]) oraz limitowany dostęp do usług medycznych dostosowanych do potrzeb osób transpłciowych i interpłciowych.

Przyjmuje się, że pierwszą pracą naukową w pełni poświęconą zagadnieniu homofobii była książka amerykańskiego psychologa George’a H. Weinberga pt. *Society and the Healthy Homosexual* (Nowak, 2014, s. 198), do dziś uznawana za przełomową w kontekście badań nad uprzedzeniami względem osób nieheteronormatywnych. Badacz wskazał w niej bowiem, że geneza homofobii zakorzeniona jest w postawach osób uprzedzonych, a nie – jak dotychczas sądzono – w nieheteronormatywności (Weinberg, 1972). Od czasu publikacji tego opracowania wiedza o ludzkiej seksualności i płciowości, a w konsekwencji też uprzedzeń z nimi związanych uległa jednak istotnemu pogłębieniu: nastąpiło przejście od prostszych ujęć klinicznych do interdyscyplinarnych analiz społeczno-psychologicznych i kulturowych, które dostarczyły nowego spojrzenia na źródła oraz mechanizmy stygmatyzacji społeczności LGBTQ+; wykazały także, że uprzedzenia seksualne (określenie promowane przez Gregory’ego M. Hereka, będące ekwiwalentem terminu „homofobia”) są wypadkową czynników kulturowych, religijnych, politycznych i ekonomicznych (Herek, 2009).

Mimo unaukowienia tematyki nienormatywności psychoseksualnej i płciowej oraz rosnącej widoczności i podmiotowości osób LGBTQ+ pejoratywny

ogląd na nieheteronormatywność nie tyle nie zniknął, co w niektórych krajach został ukonstytuowany. Za modelowy przykład posłużyć może Federacja Rosyjska, której prezydent w czerwcu 2013 r. podpisał ustawę zabraniającą rozpowszechniania informacji o „atrakcyjności nietradycyjnych stosunków seksualnych” oraz „równorzędności tradycyjnych i nietradycyjnych relacji”, jak i zakazującą „narzucania informacji wywołujących zainteresowanie takimi relacjami” (Szeląg, 2013). Z kolei w 2023 r. Duma Państwowa zdelegalizowała zabiegi korekty płci, a Rosyjski Sąd Najwyższy wydał orzeczenie o uznaniu „międzynarodowego ruchu społecznego LGBT i wszystkich podległych mu jednostek za ekstremistyczne” (Zuber, 2023). Poziom homofobii w regionie Europy pozostaje przedmiotem stałej analizy Międzynarodowego Stowarzyszenia Lesbijek, Gejów, Osób Biseksualnych, Transpłciowych i Interpłciowych (ILGA-Europe). Wyniki dorocznego badania publikowane są w raporcie *Rainbow Map* (por. ILGA-Europe, 2025).

Irmína Szczepaniak (2019, s. 41) diagnozuje, że jedną z najważniejszych przyczyn utrzymywania się uprzedzeń wobec osób nieheteronormatywnych jest fakt, że „żyjemy w społeczeństwie, w którym zakłada się, że każda osoba jest heteroseksualna”. Spostrzeżenie to dobrze oddaje istotę heteroseksizmu – zjawiska, które w opinii Shauna Besta (2000, s. 102) „przyczynia się do tworzenia podziałów społecznych poprzez uznanie nieheteroseksualnych ludzi za osoby niedostosowane społecznie, moralnie gorsze i stojące na niższym stopniu rozwoju”. Również Herek (1990, s. 316) sygnalizuje, że heteroseksizm jest „ideologicznym systemem przekonań, który sankcjonuje i uzasadnia dominację heteroseksualności oraz marginalizację wszelkich form odmiennych orientacji”. W tym sensie heteroseksizm nie jest więc wyłącznie zbiorem indywidualnych postaw, lecz składową społeczną strukturą normatywną, regulującą, jakie tożsamości i relacje uważane są za moralne.

Silny związek między heteroseksizmem a homofobią w manifeście *Homofobia – narzędzie seksizmu* podkreśla Suzanne Pharr. Badaczka uważa, że

Heteroseksizm tworzy dobre warunki do rozwoju homofobii, bo przyjmuje, że świat jest wyłącznie heteroseksualny i że tak musi być, a władzę i przywileje takiego świata przedstawia jako normę. Heteroseksizm to systemowe okazywanie homofobii w instytucjach społecznych. Heteroseksizm i homofobia wspólnie narzucają przymusową heteroseksualność i budują bastion patriarchalnej władzy, jakim jest nuklearna rodzina (Pharr, 2008, s. 26).

Zbieżne stanowisko zajmują Daniel Chesir-Teran (2003) oraz Ken Plummer (2015). Obaj przekonują, że heteroseksizm – za pośrednictwem języka, edukacji, prawa czy mass mediów – tworzy warunki, w których nieheteronormatywne tożsamości postrzegane są w kategoriach inności, problematyczności oraz zagrożenia dla porządku społecznego. Jak dowodzą badania nad stresem mniejszościowym, skutkuje to m.in. marginalizacją, autostygmatyzacją oraz pogorszeniem dobrostanu psychicznego osób LGBT+ (Meyer, 2003).

MOWA NIENAWIŚCI – PRÓBA KONCEPTUALIZACJI POJĘCIA

Pojęcie mowy nienawiści ma szeroki i niejednoznaczny wymiar, a jego wykładnia stanowi pole licznych dyskusji zarówno na gruncie nauki, jak i prawa. Choć teoretycy rozpatrują je w rozmaitych kontekstach: społecznym, kulturowym i prawnym, akcentują wspólne właściwości, którymi się odznacza. Eric Barendt (2005) definiuje mowę nienawiści jako komunikację, która przekracza granice krytyki i podżega do wrogości wobec konkretnych jednostek lub społeczności. Podobne spojrzenie na problem przedstawiają Sylwia Adamczak-Krysztofowicz i Anna Szczepaniak-Kozak (2017), w rozumieniu których mowę nienawiści jest celowa i świadoma agresja werbalna, mająca obrazić, wyszydzić albo poniżyć osobę bądź grupę osób z powodu domniemanej lub faktycznej cechy, takiej jak niepełnosprawność, pochodzenie społeczne, kolor skóry, przynależność etniczna, narodowość, rasa, wyznanie, płeć, orientacja psychoseksualna itp. (Obrębska & Dobrowolska, 2021). Zdaniem Kowalskiego (2009) skutki mowy nienawiści wykraczają poza rzeczywiste wspólnoty i dotyczą też tzw. społeczności wyobrażonych. Według Mikołaja Winiewskiego oraz współpracowników emocjonalnym fundamentem mowy nienawiści jest pogarda, która, wzbudzając gniew i wstręt, przyczynia się do utrwalania negatywnych przekonań w stosunku do przedstawicieli mniejszości (Winiewski i in., 2017).

Własną definicję mowy nienawiści sformułowała Europejska Komisja przeciwko Rasizmowi i Nietolerancji. Jako że autorka niniejszej pracy uznaje ją za najpełniejszą, w dalszych fragmentach tekstu mowa nienawiści oznaczać będzie:

Popieranie, promowanie lub podżeganie do nienawiści albo oczerzniania osoby bądź grupy osób, a także wszelkie molestowanie, znieważanie, negatywne stereotypizowanie, piętnowanie lub stosowanie gróźb wobec konkretnej jednostki albo społeczności, jak również usprawiedliwianie wskazanych form wyrazu, motywowanych czymś kolorem skóry, językiem, wyznaniem, światopoglądem, narodowością, pochodzeniem etnicznym, wiekiem, niepełnosprawnością, płcią, tożsamością płciową czy orientacją seksualną (European Commission against Racism and Intolerance, 2016, s. 16).

Należy zaakcentować, że problematyka mowy nienawiści wymierzonej w osoby nieheteronormatywne znajduje się obecnie w centrum zainteresowania wielu badaczy. Wśród najważniejszych krajowych opracowań podejmujących ów wątek wymienić trzeba *Mowę nienawiści wobec gejów i lesbijek. Raport Centrum Badań nad Uprzedzeniami* (por. Soral, 2021), a także publikacje *Sytuacja społeczna osób LGBT+ w Polsce. Raport za lata 2015–2016* (por. Abramowicz i in., 2017) i *Sytuacja społeczna osób LGBT+ w Polsce. Raport za lata 2019–2020* (por. Bulska i in., 2021). O początkach homofobii w dyskursie publicznym traktuje książka *Homofobia po polsku* (por. Warkocki, Sypniewski, 2004), natomiast wizerunek społeczności LGBT+ w narracjach medialnych eksplorują chociażby Jolanta Klimczak-Ziółek (por. 2006), Igor Borkowski (por. 2012), Iwona Zielińska (por. 2015), Rafał Leśniczak (por. 2020) i Beata Czuba (por. 2023). Wypada zaznaczyć, że przywołana literatura stanowi jedynie niewielką reprezentację dostępnych badań i analiz, koncentrujących się na omawianych zjawiskach.

ZAŁOŻENIA METODOLOGICZNE

Za prymarny cel artykułu obrano scharakteryzowanie dyskursu tygodnika „Sieci” o osobach LGBT+. Wybór tego tytułu prasowego jako obiektu badawczego wynikał z ugruntowanej i wiodącej pozycji, jaką od lat zachowuje on w segmencie polskiej prasy opiniotwórczej, co przekłada się na jego znaczącą rolę w kształtowaniu debaty publicznej. Równocześnie periodyk ten odznacza się jednoznacznie zarysowaną linią ideową, w której istotne miejsce zajmuje problematyzowanie zagadnień tożsamościowych, w tym kwestii związanych z nienormatywnością psychoseksualną i płciową. To czyni go relevantnym

przedmiotem badań nad konserwatywną retoryką medialną, pozwalającym na fragmentaryczną rekonstrukcję modeli przedstawiania osób *queer* oraz konceptualizowania nieheteronormatywności.

Na potrzeby badania przeprowadzonego na przełomie czerwca i lipca 2024 r. przeanalizowano osiemnaście tekstów poruszających kwestie dotyczące osób nieheteronormatywnych. Niewielka ich liczba wynikała z zastosowanej techniki badawczej (krytyczna analiza dyskursu), dostosowanej do interpretacji ograniczonych zbiorów danych, oraz podyktowana była wymogami formalnymi właściwymi dla artykułu naukowego. Do korpusu badawczego włączono zarówno publikacje opisujące konkretne wydarzenia z życia queerowej społeczności (np. pierwszy marsz równości w Białymstoku), jak i artykuły o bardziej teoretycznym profilu, utrzymane w moralizatorskim tonie, m.in. poświęcone potencjalnie destrukcyjnemu oddziaływaniu „ideologii gender i LGBT” na psychospołeczny oraz psychoseksualny rozwój dzieci i młodzieży. Podstawowe kryterium doboru materiału źródłowego stanowiła obecność wątku LGBT+, który musiał pełnić funkcję pierwszoplanową. Nieistotny pozostawał natomiast fakt, czy artykuł odnosił się do zdarzeń związanych z polskimi mniejszościami seksualnymi, czy do doświadczeń zagranicznych społeczności LGBT+. Wszystkie publikacje pochodzą z lat 2015–2023. Był to bowiem okres, kiedy władzę w Polsce sprawowały niechętne osobom LGBT+ ugrupowania polityczne, których reprezentanci wielokrotnie podejmowali działania godzące w dobro osób nieheteronormatywnych oraz wygłaszali homofobiczne uwagi. Artykuły wytypowano na podstawie zestawu słów-kluczy, w którym umieszczono takie terminy jak: „LGBT”, „LGBT+”, „orientacja seksualna”, „ideologia”, „homoseksualizm”, „transseksualizm”, „nieheteroseksualność”, „nieheteronormatywność”, „gej”, „lesbijka”, „osoba homoseksualna”, „osoba transpłciowa”, „transseksualista”, „transwestyta”, „pedofilia”, „dewiacja”, „tęcza” oraz ich derywaty, np. „homoseksualny” czy „gejowski” (kolejność przypadkowa). Część z nich, tj. „homoseksualizm”, „transseksualizm”, „transseksualista” i „transwestyta” ma status przestarzałych, a tym samym niepoprawnych, lecz wciąż pozostaje w użyciu, co uzasadnia ich uwzględnienie w wykazie fraz kluczowych.

Jak wspomniano, artykuły zbadano z wykorzystaniem metody krytycznej analizy dyskursu (dalej: KAD), będącej – jak się wydaje – najskuteczniejszym w świetle prowadzonych rozważań narzędziem badawczym. Koncepcja ta, rozwijana m.in. przez Normana Fairclougha, Ruth Wodak oraz Teuna A. van Dijka, łączy perspektywę językoznawczą z teoriami społecznymi, umożliwiając badanie relacji języka, władzy i ideologii (Fairclough, 1995; Wodak, Meyer, 2001). Zgodnie z założeniami KAD analiza obejmuje trzy

poziomy: tekst, praktyki dyskursywne oraz praktyki społeczne, co daje szansę diagnozowania zależności pomiędzy mikrostrukturami języka a makrostrukturami społecznymi i kulturowymi (Fairclough, 1993, s. 72–78). W niniejszym opracowaniu przyjęto wariant foucaultowski KAD, koncentrujący się na związkach dyskursu z władzą oraz procesach współtworzenia i reprodukcji przez język określonych form wiedzy oraz hierarchii społecznych (Foucault, 1977, s. 58–64). Ujęcie to pomaga ujawnić ukryte przekonania i schematy myślenia obowiązujące w danej wspólnocie komunikacyjnej oraz pozwala na rozpoznanie mechanizmów wykluczania i marginalizacji (Lisowska-Magdziarz, 2007, s. 42). Dzięki takiemu podejściu możliwe stanie się ustalenie dominujących strategii językowych oraz ideologicznych wykorzystywanych na łamach „Sieci” do konstruowania narracji o osobach nieheteronormatywnych. Postawiono tezę, że dyskurs tygodnika będzie nosił znamiona homofobicznej mowy nienawiści. W celu jej weryfikacji wyznaczono główne profile stereotypów nieheteronormatywności i osób LGBT+. Warto podkreślić, że refleksje obejmą wyłącznie warstwę językowo-semantyczną publikacji. Analiza elementów typograficznych może tworzyć podstawę do dalszych studiów nad dyskursem, ukierunkowanych na jego odczytanie w nowych kontekstach.

WIZERUNEK OSÓB LGBT+ W „SIECI” – KLUCZOWE WNIOSKI

Wyniki badania artykułów opublikowanych w „Sieci” dowiodły, że autorzy tego medium prezentowali postawy homo- i transfobiczne. W przypadku dwunastu tekstów stwierdzono zastosowanie taktyki homofobicznej, której wyraz stanowiły m.in. negatywne stereotypizowanie osób nieheteronormatywnych (przeważnie homoseksualnych mężczyzn), dehumanizowanie ich (np. za sprawą nazywania „ideologią” bądź „zarazą”) oraz usprawiedliwianie, a niekiedy wręcz pochwalanie skierowanej przeciwko nim agresji werbalnej i fizycznej. W trzech publikacjach – *Toaleta umowna* Roberta Mazurka, *Niebezpieczna moda na transseksualizm* Aleksandry Rybińskiej oraz *Czy Jarosław powinien przeprosić za Zofię i Władysława?* Dariusza Matuszaka – odnotowano obecność stwierdzeń o charakterze transfobicznym, stygmatyzujących osoby transpłciowe. Z kolei Goran Andrijanić (*Tęczowy pistolet przy głowie*), Maciej Walaszczyk (*Zatrute owoce gender*)

i Bronisław Wildstein (*Wojna w alfabecie*) zajęli stanowisko pozornie neutralne (in. pozorowane), odznaczające się konsekwentnym przytaczaniem, zwykle obraźliwych, wypowiedzi przeciwników emancypacji mniejszości seksualnych. Niejednokrotnie odbywało się to bez oddania głosu drugiej stronie, skutkując wykreowaniem jej zafałszowanego obrazu. W rezultacie dziennikarze, pod pozorem obiektywizmu, wydatnie przyczyniali się więc do wzmacniania u czytelników poglądów anty-LGBT+. Negatywny stosunek do opisywanej grupy społecznej najsilniej uwidaczniał się w użytym słownictwie.

Wyodrębnione strategie dyskursywne – homofobiczna, transfobiczna, pozorowana – funkcjonowały odrębnie, nie przenikając się. Zjawisko to można uznać za nietypowe, gdyż zazwyczaj do takich połączeń dochodzi. Autorzy „Sieci” skupiali się jednak na całej queerowej społeczności, nie wyróżniając jej poszczególnych środowisk, np. lesbijskiego czy gejowskiego, co mogło mieć zasadniczy wpływ na zaobserwowany stan rzeczy.

Nienormatywność psychoseksualna i płciowa jawiła się w „Sieci” przede wszystkim jako zagrożenie. Zdaniem dziennikarzy narażone na niebezpieczeństwo mają być: heteronormatywna rodzina, instytucja małżeństwa, dzieci, porządek społeczny, bezpieczeństwo, chrześcijański system wartości, katolicyzm, Kościół, a w końcu też prawo naturalne, którego eksplikację stanowi heteronorma. Jan Pospieszalski (2019, s. 110) w felietonie pt. *Zaraza* posunął się o krok dalej i – porównując LGBT do ideologii (to następny z kontekstów, w których umieszczano nieheteronormatywność) – ostrzega, że „zmierza [ona – K.P.] do zawłaszczenia wszystkich dziedzin”, takich jak edukacja, badania literackie, film, teatr, kultura masowa, prawo, ekonomia. Spoiwem łączącym wskazane elementy rzeczywistości było niedoprecyzowane pojęcie „normalności”, której zagładę przewidywano w większości artykułów. Społeczny ruch LGBT+ i głoszone w jego ramach postulaty, np. równość małżeńską, nierzadko utożsamiano z polityką, a osoby LGBT+ przedstawiano w kategorii zarazy. Homoseksualność i transpłciowość określano przy tym mianem zaburzeń, chorób psychicznych, urojeń, dewiacji, patologii, nienormalności, mody, grzechu czy totalitaryzmu. W publikacji Roberta Tekielego (2020, s. 70) homoseksualna orientacja zestawiona zostaje z pedofilią, a dla Roberta Mazurka (2017, s. 110) transpłciowość oraz zabiegi uzgodnienia płci tożsame są z artystycznym *performansem*. Repertuar uprzedzeń, jakie wiązano ze społecznością LGBT+ i nieheteronormatywnością, okazał się zatem niezwykle szeroki.

„SIECI” O NIEHETERONORMATYWNOŚCI – EXEMPLA

Aby zobrazować rzeczzone ustalenia, niżej przywołane zostaną reprezentatywne fragmenty wybranych artykułów. Ze względu na najwyższą frekwencję, pierwszym omówionym profilem będzie „nieheteronormatywność jako zagrożenie”.

Krzysztof Feusette (2020, s. 10) w tekście *Marsz elgiebetonów* pisze: „Ci, którzy idą po nas [działacze LGBT+ – K.P.], są skuteczniejsi. Co gorsza, przestaliśmy im już wystarczać. Teraz celem stały się dzieci. Dlatego żarty się kończą”, i dodaje: „Nie są [oni – K.P.] żadną mniejszością, a garstką oszałałych od własnych kompleksów i dewiacji ludzi, wspieranych przez potężne koncerny. [...] Będą nas gwałcić kłamstwami o tolerancji, plując na nasze święte symbole, będą nas przypalać ogniem swej nienawiści do wszystkiego, co głębsze niż rozwarcie ust transgender elgiebetona [Margot, niebinarnej aktywistki kolektywu Stop Bzdurom – K.P.]”.

Marzena Nykiel (2016, s. 37–39), przedstawiając swoje spojrzenie na kampanię społeczną *Przekażmy sobie znak pokoju*, akcentuje, że aktywiści LGBT+ „realizują własną strategię relatywizacji, rozmiękczenia pojęć i przesuwania granic. Chcą nowego «wyzwolonego» społeczeństwa. Walczą o przebudowę myślenia, wyrwanego z tożsamości i odseparowanego od zasad Ewangelii”. Według niej „cel kampanii jest wyjątkowo jasny – osvajanie z grzechem, przebudowa myślenia osób wierzących, zmiana nastawienia do nauczania Kościoła, a wreszcie rozbicie go od środka i wymuszenie na hierarchach nowego podejścia do homoseksualizmu”. W prezentowanej narracji homoseksualność nie jest więc jedynie czynnikiem godzącym w spójność wspólnoty kościelnej, ale również grzechem.

Niemalże bliźniacze przemyslenia w publikacji *Zabijanie mamy i taty* wyraża Konrad Kołodziejski, w którego opinii

Namnożenie orientacji nie jest wyłącznie owocem wybujałej wyobraźni podstarzałych erotomanów, którzy spisują swoje fantazje w zaciszu akademickich gabinetów. To całkiem przemyślana strategia, której celem jest rozwodnienie, pokawałkowanie powszechnie dotąd obowiązującej normy zachowań seksualnych tak, aby przeciętny człowiek dowiedział się, że to, co dotąd uważał za normę (żona, mąż, dzieci), jest tylko jedną z wielu możliwych opcji (Kołodziejski, 2018, s. 42–44).

Ponadto stoi on na stanowisku, że społeczeństwo odchodzące od katolickiego systemu wartości staje się społeczeństwem „nienormalnym, żyjącym w moralnej i etycznej próżni, narażonym na konflikty i przemoc”. Dodatkowo twierdzi on, iż „rezygnacja z norm – także w imię równouprawnienia – wcale nie prowadzi do równouprawnienia, lecz do chaosu i w konsekwencji do wojny wszystkich ze wszystkimi”.

Uwagę poświęcić należy cytowanemu wcześniej tekstowi Jana Pospieszalskiego. Felieton *Zaraza* stanowi bowiem wyraz solidarności z abp. Markiem Jędraszewskim, a zawarte w nim tezy można traktować jako egemplifikację dyskursu homofobicznego w wariacie radykalnym. Redaktor dowodzi, że

Homoideologia, podobnie jak komunizm, jest konstruktem sprzecznym z naturą – absurdalnym, więc w konfrontacji z realiami wywołuje napięcie i konflikt. Dlatego tak samo jak każdy system totalitarny musi na drodze rewolucji totalnie podporządkować sobie całą rzeczywistość, ponieważ wszystko wokół zaświadcza o jego sztucznym, antropologicznie fałszywym pochodzeniu. Tolerancja czy akceptacja homoseksualizmu już nie wystarczą. Tak jak komunizm, radykalna ideologia domaga się afirmacji wynaturzeń (Pospieszalski, 2019, s. 110).

Autor podważa także decyzję Amerykańskiego Towarzystwa Psychiatrycznego o usunięciu orientacji homoseksualnej z wykazu chorób, argumentując, iż „to, że w latach 70. środowisko psychiatrów amerykańskich doprowadziło [...] do wykreślenia homoseksualizmu z listy chorób, nie oznacza, że zmieniła się jego natura”. W jego przekonaniu nieheteroseksualność jest zatem zaburzeniem psychicznym.

Nie mniej szkodliwa społecznie i krzywdząca dla osób homoseksualnych pozostaje treść artykułu Roberta Tekielego. Dziennikarz, starając się zdyskredytować prezydenta Warszawy Rafała Trzaskowskiego, przypisuje mu jawne popieranie pedofilii, uzasadniając to faktem, iż w lutym 2019 r. za twierdził on Warszawską Politykę Miejską Na Rzecz Społeczności LGBT+, czyli dokument określający zakres wsparcia dla stołecznej społeczności LGBT+. Tekieli stwierdza:

Miłość nie wyklucza. Pedofile to też ludzie, bo miłość to miłość – czy rewolucjoniści obyczajowi, mając te hasła na sztandarach, chcą zalegalizować pedofilię? Tak. Czy dziś się jeszcze z tym kryją? Najczęściej. Czy stosują taktykę salami? Oczywiście. Czy Rafał Trzaskowski

opowiedział się po stronie tęczowej rewolucji? Opowiedział się wyraźnie. Rafał Trzaskowski popiera pedofilię (Tekieli, 2020, s. 70).

W ujęciu Tekielego – co sugeruje logika wywodu oraz przytaczane przykłady organizacji pożytku publicznego, rzekomo dążących do depenalizacji czynów pedofilnych – pedofilami są zawsze geje. Przyjęcie m.in. w Hiszpanii, Kanadzie czy Kolumbii regulacji prawnych zezwalających na adopcję dzieci przez pary jedнопłciowe (tu *ad verbum*: „dwóch mężczyzn” – wątek lesbijski autor konsekwentnie pomija) interpretuje on w kategorii swoistego ostrzeżenia dla Polski i Polaków.

Niestandardowym przykładem narracji dotyczącej osób LGBT+ jest tekst Wojciecha Wencła pt. *Bładaczka naszych czasów*, stylizowany na ikoniczną wypowiedź prof. Bładaczki – jednego z bohaterów *Ferdydurke* Witolda Gombrowicza – na temat twórczości Juliusza Słowackiego. Publicysta proponuje jednak, by w zmodyfikowanej wersji odnosiła się ona do *coming outu* rzymskokatolickiego księdza Krzysztofa Charamsy. W wyniku tego zabiegu hasło „Słowacki wielkim poetą był!” zastąpione zostaje przez „Ks. Charamsa prześladowanym gejem jest!”. Czytelnicy mogą też przeczytać: „Na samą myśl o homoseksualizmie robi mi się niedobrze, a każdy coming out kojarzy mi się z porzekadłem «radość nagiego w pokrzywach»” oraz

Ale, słowo, honoru nikogo nie zachwyca [homoseksualność – K.P.]. Jak może zachwycać, jeśli jest wbrew naturze, logice, religii, o dobrym smaku nie wspominając. Nawet kolega Leminger, który powtórzy każdą brednię, w gruncie rzeczy uważa homoseksualizm za dewiację, a cały ten ruch LGBT za teatr absurdu! Nikt tego nie chce oglądać... (Wencel, 2015, s. 69).

Warto doprecyzować, że nieprzychylne osobom nieheteronormatywnym komentarze przypisywane są archetypicznemu Polakowi, będącemu adwersarzem nauczyciela. Wencel oddaje mu i jemu podobnym hołd, pisząc: „Chwała normalnym Polakom, potomkom Gałkiewicza, że narażając się na zarzut homofobii, potrafią czasem wyrwać drzazgę z ławki. I w imię zdrowego rozsądku przekłuć różowy balon”.

Kolejnym typem dyskursu o społeczności LGBT+, wyodrębnionym w toku analizy materiału empirycznego, był dyskurs transfobiczny obecny w publikacjach Mazurka, Rybińskiej oraz Matuszaka.

Pierwszy z autorów, Robert Mazurek, w felietonie *Toaleta umowna* posługuje się strategią ironicznego dystansu i banalizuje problemy osób

transpłciowych, sprowadzając je do zabawnych – w jego mniemaniu – anegdot. Próbę skorzystania przez transkobietę z damskiej przymierzalni opisuje następująco:

A było tak: góra ciuchów na ręku i Travis Alabanza udaje się do przymierzalni w angielskim sklepie sieci Topshop. Wędruje do przymierzalni damskiej, wszak całym swym sercem czuje się kobietą, ale obsługa go haltuje. Stop, nie tędy. Travis ma bowiem członka. I co z tego, drobiazg taki nieistotny, wszak Travis duża kobieta, a członek maleńki, bździna taka, ale cóż, nie lizia towarzyszcza mężczyzna (Mazurek, 2017, s. 110).

Co więcej, wydarzenia, których dotyczy zrelacjonowana historia, konsekwentnie nazywa *performansem*, a wspomnianego Travisa Alabanę (choć nie wprost) – performerem. Transpłciowość zyskuje zaś miano „mody na zmianę płci”, której „pomagają reality show i programy telewizyjne dla nastolatków, które chcą za aprobatą rodziców lub bez niej, swą płęć zmienić”. Artykuł puentuje słowami: „A my se tu transdżender ze szwagrem urządzimy, że będzie furczało. I wprowadzimy taki płciowy zamordyzm, że szable w dłoń!”, potwierdzając swój brak zrozumienia dla ludzi zmagających się z dysforią płciową.

Pokrewnych sformułowań i argumentów używa Aleksandra Rybińska (2021, s. 43–45), dla której medyczna korekta płci jest niczym innym jak tylko „zmianą płci”, wywołaną „presją kulturową i społeczną” oraz „modą na transseksualizm”. W tekście o wiele mówiącym tytule *Niebezpieczna moda na transseksualizm* pojawiają się również inne twierdzenia niezgodne z aktualnym stanem wiedzy o ludzkiej seksualności, ponieważ osoby transpłciowe przedstawiane są jako zaburzone. Poglądu dziennikarki nie zmienia nawet świadomość wykluczenia dysforii płciowej z listy zaburzeń psychicznych (DSM), które w jej przekonaniu było „decyzją polityczną”, mającą odwrócić uwagę opinii publicznej od dewiacyjnego charakteru transpłciowości. Trzeba zauważyć pewną istotną różnicę występującą między felietonem Rybińskiej a publikacją Mazurka – autorka, by uzasadnić wysuwane tezy, odwołuje się do stanowisk specjalistów z dziedziny psychiatrii, psychologii i seksuologii, np. dr. Stephena Levine’a oraz prof. Paula McHugha. Wyniki ich badań są jednak powszechnie kwestionowane.

Dariusz Matuszak w artykule *Czy Jarosław powinien przeprosić za Zofię i Władysława?*, usprawiedliwiając transfobiczne przemówienie Jarosława Kaczyńskiego, pisze:

Otóż wolno kpić, wolno żartować, wolno mieć wszelkie wątpliwości w sprawach LGBT+. Proszę państwa, śmiech to zdrowie i wolno śmiać się ze Śmieszka, i szydzić z publicznych wynurzeń Biedronia o tym, jak to po uciechach łóżka, czy gdzie tam one się odbywały, pupka go szczypał. Wszystko, co tam się na Zachodzie robi, wymyśli – nawet tandetę – „prawdziwi” Europejczycy do Polski sprowadzą, przed niczym się nie ustrzeżemy (Matuszak, 2022, s. 54).

Przestrzega też odbiorców, że jeżeli ustaną w walce z „ideologią gender i LGBT+” to „[osoby nieheteronormatywne – K.P.] przenieć nam dzieci, odrą je i nas z poczucia bezpieczeństwa, dyskrekcji, intymności, wyjątkowości, rozwałą podstawy tego, na czym opierają się więzy rodzinne i społeczne”. Tym sposobem Matuszak otwarcie zachęca do podejmowania praktyk dyskryminujących osoby LGBT+, w szczególności transpłciowe, co pozwala zaklasyfikować publikację do wzorcowych przykładów mowy nienawiści.

Kilka słów wypada także poświęcić ostatniemu wariantowi taktyki stosowanej przez dziennikarzy „Sieci”, zwanej pozorowaną. W racji, że pokrótce scharakteryzowano ją w rozdziale *Wizerunek osób LGBT+ w „Sieci” – kluczowe wnioski*, poniżej zamieszczonych zostanie jedynie kilka wyimków z tekstów Andrijanicia, Walaszczyka oraz Wildsteina, ujawniających ich faktyczny (niezyczliwy) stosunek do queerowej społeczności. Liczba I informowała będzie, że źródłem cytatu jest artykuł *Tęczowy pistolet przy głowie*, cyfrą II oznaczono tekst *Zatrute owoce gender*, natomiast III – *Wojna w alfabecie*.

(I) Promiskuityzm, perwersje seksualne, w których nikt nie widzi problemu, manipulacje emocjonalne, które stają się powszechnym sposobem komunikacji w tym środowisku [aktywistów LGBT+ – K.P.]... A w centrum tego wszystkiego pieniądze z różnych polskich i międzynarodowych fundacji. Cóż, to jest obraz aktywizmu LGBT+, który dokładnie opisuje ten tekst [Damiana Maliszewskiego pt. *Czy znany aktywista LGBT z bronią w ręku zgwałcił mężczyznę? Co się stało w Homokomando?* – K.P.] i tu nie chodzi tylko o jedną agresywną osobę. Chodzi o paradygmat zachowania, który stał się rodzajem reguły w tym środowisku (Andrijanić, 2022, s. 45).

Mobbing i gwałt, których dopuścić się miał działacz stowarzyszenia Homokomando (Maciej L.), stały się dla Andrijanicia przyczynkiem do formułowania niesprawiedliwych wniosków odnoszących się do ogółu tęczowej społeczności aktywistycznej, a w dalszej kolejności – osób LGBT+.

Dziennikarz konkluduje, że „jeśli jedyną zasadą, którą ktoś się kieruje, jest jego własna potrzeba seksualna [tak w konserwatywnych kręgach postrzegane są osoby nieheteronormatywne – K.P.] i jeśli na niej buduje swoją filozofię społeczną – jak można oczekiwać czegoś innego niż właśnie tego typu skandali?”. I uzupełnia: „Jeśli nie ma Boga, wszystko jest dozwolone”.

(II) W latach 2016–2019 Adam Graham zgwałcił dwie kobiety, które poznał za pośrednictwem aplikacji randkowej. W 2019 r. został postawiony przed sądem, ale po roku złożył oświadczenie, że czuje się kobietą, i podjął decyzję o zmianie płci. «Nigdy bym tego nie zrobiła. Nigdy nie skrzywdziłabym żadnej kobiety» – zeznał już jako Isla Bryson, wypierając się dokonania gwałtów. Zanim ten fakt został ujawniony przez media, więzień został skierowany do kobiecego więzienia. Tam na szczęście odseparowano go od kobiet i przebywał w odosobnieniu (Walaszczyk, 2023, s. 12).

Walaszczyk opatrzył z pozoru neutralny komentarz, nawiązujący do uchwalenia przez szkocki parlament ustawy upraszczającej procedurę prawnego uzgodnienia płci, tytułem *Zatrute owoce gender*. Sugeruje on intencję autora, którą było niejako ostrzeżenie czytelników przed groźnymi skutkami wynikającymi z „ideologii lansującej swobodę wyboru płci” (transpłciowość). Transpłciowe kobiety jawią się bowiem w tekście jako osoby niebezpieczne, zagrażające „prawdziwym”, w domyśle biologicznym kobietom.

(III) W postępowym alfabecie – naturalnie. Czyli tym LGBTQAI+ – nie wiem, czy literek przed plusem nie jest już więcej, bo przecież ciągle wynajdujemy nowe płcie i orientacje, ale niech będzie na razie konserwatywnie. Dziwi mnie zresztą, że w szkole wciąż uczy się wstecznego i podszytego... no, wiecie czym, abecadła, które dawno już z ideologicznego pieca spadło, zamiast nowoczesnego [...] (Wildstein, 2023, s. 13).

Z kolei z przytoczonego fragmentu felietonu Wildsteina, relacjonującego napięcia wewnątrz poszczególnych środowisk społeczności LGBTQ+, wyłania się lekceważące nastawienie dziennikarza do orientacji psychoseksualnych innych niż heteroseksualna oraz tożsamości płciowych innych niż cisplciowa, które w rozwinięciu wywodu nazywane są osiągnięciami „rewolucyjnej ideologii”.

PODSUMOWANIE

Krytyczna analiza osiemnastu artykułów opublikowanych w latach 2015–2023 na łamach tygodnika „Sieci” umożliwiła częściową rekonstrukcję dyskursu tego periodyku o osobach nieheteronormatywnych. Uzyskane wyniki potwierdziły sformułowaną na wstępnym etapie badań tezę, zgodnie z którą obraz queerowej społeczności obecny w tekstach wchodzących w skład korpusu badawczego odznacza się cechami homofobicznej mowy nienawiści – dziennikarze opisywali osoby LGBT+ w sposób stereotypowy i stygmatyzujący, replikując negatywne schematy myślenia na ich temat. Wykazano ponadto, że zjawisko to występowało również w materiałach, których wymowa przy powierzchownej lekturze mogła sprawiać wrażenie neutralnej. W trzech publikacjach odnotowano argumenty transfobiczne.

Na szczególną uwagę zasługuje fakt regularnego stosowania przez autorów wyrażen takich jak „ideologia gender i LGBT” oraz „homoideologia”. Jednocześnie warto podkreślić, że kategoria ideologii nie stanowiła dominującej ramy opisu osób nieheteronormatywnych, gdyż najczęściej przedstawiano je jako zagrożenie dla szeroko rozumianej normalności, tradycyjnego małżeństwa, rodziny oraz dzieci. Z kolei w opisach homoseksualności i transpłciowości – bezpośrednich odniesień do innych grup queerowej społeczności nie zaobserwowano – występowały określenia w rodzaju „zaburzenie”, „choroba psychiczna”, „dewiacja” czy „patologia”.

Na zakończenie należy zaakcentować, że niniejsze opracowanie jest wyłącznie wstępnym ujęciem problematyki prasowego wizerunku osób *queer*. Może ono jednak stanowić fundament do dalszych badań koncentrujących się na analizie kontekstów, w jakich członkowie tzw. tęczowej społeczności sytuowani są w polskiej prasie. Cenną perspektywą byłoby rozpoznanie narracji mediów realizujących programy ideologiczne odmienne od konserwatywnego.

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA PRZEDMIOTOWA

- Abramowicz, M., Bulska, D., Górka, P., Kryszk, K., Mazurczak, J., Rawłuszko, M., Soral, W., Strzałkowska, A., Świder, M., Winiewski, M. (2017). *Sytuacja społeczna osób LGBT w Polsce. Raport za lata 2015–2016*. Warszawa: Kampania Przeciw Homofobii.
- Adamczak-Krysztofowicz, S., Szczepaniak-Kozak, A. (2017). A disturbing view of intercultural communication: Findings of a study into hate speech in Polish. *Linguistica Silesiana*, 38, 285–310. <https://doi.org/10.24425/linsi.2017.117055>.
- Barendt, E. (2005). *Freedom of Speech*. Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199225811.001.0001>.
- Best, S. (2000). *Understanding social divisions*. London – Thousand Oaks – New Delhi: Sage Publications.
- Borkowski, I. (2012). Związki homoseksualne i kształtowanie ich obrazu w polskiej prasie katolickiej na przykładzie „Naszego Dziennika”. W: K. Pokorna-Ignatowicz (Red.), *Medialny obraz rodziny i płci* (s. 83–102). Kraków: Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne – Oficyna Wydawnicza AFM.
- Bulska, D., Górka, P., Malinowska, K., Matera, J., Mulak, A., Poniat, R., Skowrońska, M., Soral, W., Świder, M., Winiewski, M. (2021). *Sytuacja społeczna osób LGBT w Polsce. Raport za lata 2019–2020*. Warszawa: Kampania Przeciw Homofobii, Stowarzyszenie Lambda Warszawa.
- Chesir-Teran, D. (2003). Conceptualizing and assessing heterosexism in high schools: A setting-level approach. *American Journal of Community Psychology*, 31(3–4), 267–279. <https://doi.org/10.1023/A:1023910820994>.
- Chrzczonowicz, M., Klauziński, S. (2019). Miłosierne kazania abp. Jędraszewskiego: „Tęczowa zaraza”, „Ideologia LGBT zaprzecza godności człowieka”. Pobrane z: <https://oko.press/kosciol-lgbt-marsz-bialystok> (29.06.2024).
- Czuba, B. (2023). „Ja bym to badał”. Afirmacja społeczności LGBT na przykładzie wybranych artykułów tygodnika „Polityka”. *Media i Społeczeństwo*, 18, 181–192. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0053.7745>.
- Dora, M. (2022). Niezgodność płciowa w najnowszej klasyfikacji chorób ICD-11. *Przegląd Psychologiczny – The Review of Psychology*, 2(65), 35–40. <https://doi.org/10.31648/przegldpsychologiczny.7750>.

- European Commission against Racism and Intolerance (2016). ECRI General Policy Recommendation No. 15 on Combating Hate Speech. Pobrane z: <https://www.coe.int/en/web/european-commission-against-racism-and-intolerance/recommendation-no.15> (27.06.2024).
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Pearson Education Limited.
- Fairclough, N. (1993). *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- Foucault, M. (1977). *Archeologia wiedzy*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Herek, G. M. (2009). Sexual stigma and sexual prejudice in the United States: A conceptual framework. In D. A. Hope (Ed.), *Contemporary perspectives on lesbian, gay, and bisexual identities* (pp. 65–111). New York: Springer. https://doi.org/10.1007/978-0-387-09556-1_4.
- Herek, G. M. (1990). The context of anti-gay violence: Notes on cultural and psychological heterosexism. *Journal of Interpersonal Violence*, 5(3), 316–333. <https://doi.org/10.1177/088626090005003006>.
- ILGA-Europe. (2025). Rainbow Map. Pobrane z: <https://rainbowmap.ilga-europe.org/> (9.10.2025).
- Klimczak-Ziółek, J. (2006). Queer w zwierciadle polskich mass mediów. W: T. Basiuk, D. Ferens, T. Sikora (Red.), *Parametry pożądania. Kultura odmieńców wobec homofobii* (s. 99–112). Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas.
- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r., art. 32.
- Kostrzewa, Y., Dzierżanowski, M., Miecznikowski, G., Rogaska, K. (2024). *Jak pisać i mówić o osobach LGBTQIAP+. Poradnik*. Warszawa: Wydawnictwo Newsroom.
- Kowalski, S. (2009). Hate speech po polsku. W: G. Czarnecki (Red.), *Raport o homofobicznej mowie nienawiści w Polsce* (s. 25–44). Warszawa: Kampania Przeciw Homofobii.
- Leśniczak, R. (2020). Patriotyzm, homofobia i nietolerancja a wizerunek społeczności LGBT+ w polskich tygodnikach katolickich w kontekście marszów równości w 2019 r. *Zeszyty Prasoznawcze*, 3(243), 103–120. <https://doi.org/10.4467/22996362PZ.20.024.12095>.
- LGBTplusMe.com. (2025). Ranking Szkół Przyjaznych LGBTQ+. Pobrane z: <https://lgbtplusme.com/> (9.10.2025).
- Lisowska-Magdżiarz, M. (2007). *Analiza tekstu w dyskursie medialnym*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.

- Meyer, I. H. (2003). Prejudice, social stress, and mental health in lesbian, gay, and bisexual populations: Conceptual issues and research evidence. *Psychological Bulletin*, 129(5), 674–697. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.129.5.674>.
- Nowak, S. (2014). Homofobia. W: M. Rudaś-Grodzka, K. Nadana-Sokołowska, A. Mroziak, K. Szczuka, K. Czeżot, B. Smoleń, A. Nasiłowska, E. Serafin, A. Wróbel (Red.), *Encyklopedia gender. Płeć w kulturze* (s. 198–200). Warszawa: Wydawnictwo Czarna Owca.
- Obrębska, M., Dobrowolska, M. (2021). Gdy słowo dzieli. Mowa pogardy i nienawiści w relacjach między ludźmi. *Człowiek i Społeczeństwo*, 51, 221–239. <https://doi.org/10.14746/cis.2021.51.12>.
- Onet.pl (2022). Kaczyński znowu zakpił z osób LGBT. „Ja nie jestem Władysław, jestem Zosia”. Pobrane z: <https://wiadomosci.onet.pl/kraj/kaczynski-znowu-zakpil-z-osob-lgbt-ja-nie-jestem-wladyslaw-jestem-zosia/j9805ep> (3.07.2024).
- Pharr, S. (2008). *Homofobia – narzędzie seksizmu*. B. Kozak (Tłum.). Kraków: Fundacja Autonomia.
- Plummer, K. (2015). *Cosmopolitan Sexualities: Hope and the Humanist Imagination*. Cambridge: Polity Press.
- Sorał, W. (2021). *Mowa nienawiści wobec gejów i lesbijek. Raport Centrum Badań nad Uprzedzeniami*. Warszawa: Centrum Badań nad Uprzedzeniami.
- Sypniewski, Z., Warkocki, B. (Red.). (2004). *Homofobia po polsku*. Warszawa: Wydawnictwo Sic!.
- Szczepaniak, I. (2019). Homofobia – lęk przed homoseksualizmem. *Biuletyn Kryminologiczny*, 26, 39–63. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3751700>.
- Szeląg, T. (2013). Rosja w ogniu krytyki po przyjęciu ustawy dot. homoseksualizmu. Pobrane z: <https://wiadomosci.onet.pl/swiat/rosja-w-ogniu-krytyki-po-przyjeciu-ustawy-dot-homoseksualizmu/lc81v> (3.07.2024).
- Tritt, R. J., Bałuka, B. (2016). Historia poglądów na temat patologizacji orientacji psychoseksualnej i biseksualnej. W: R. Kowalczyk, R.J. Tritt, Z. Lew-Starowicz (Red.), *LGB. Zdrowie psychiczne i seksualne* (s. 100–140). Warszawa: Wydawnictwo Lekarskie PZWL.
- Weinberg, G.H. (1972). *Society and the Healthy Homosexual*. London: St. Martin's Press.

- Winiewski, B., Hansen, K., Bilewicz, M., Soral, W., Świdarska, A., Bulska, D. (2017). *Mowa nienawiści, mowa pogardy. Raport z badania przemocy werbalnej wobec grup mniejszościowych*. Warszawa: Fundacja im. Stefana Batorego.
- Wodak, R., Meyer, M. (2001). *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: SAGE Publications.
- Wycisk, J. (2017). Heteroseksizm i jego znaczenie dla pracy psychologicznej z rodzinami LGBT. Sytuacja w Polsce. *Psychologia Społeczna*, 12(4), 415–429. <https://doi.org/10.7366/1896180020174305>.
- Zielińska, I. (2015). *Panika moralna. Homoseksualność w dyskursach medialnych*. Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos.
- Zuber, J. (2023). Rosja: aktywiści na rzecz praw LGBT+ zostali uznani za ekstremistów. „Sytuacja się tylko pogorszy”. Pobrane z: <https://fakty.tvn24.pl/fakty-o-swiecie/rosja-aktywisci-na-rzecz-praw-lgbt-zostali-uznani-za-ekstremistow-sytuacja-sie-tylko-pogorszy-st7465276> (3.07.2024).

BIBLIOGRAFIA PODMIOTOWA

- Andrijanić, G. (2022, 10 października). Tęczowy pistolet przy głowie. *Sieci*, 41(515), s. 44–45.
- Feusette, K. (2020, 31 sierpnia). Marsz elgiebetonów. *Sieci*, 36(405), s. 10.
- Górny, G. (2018, 25 czerwca). Globalna tęczowa ideologia. *Sieci*, 26(291), s. 46–47.
- Kaczyńska, M. (2015, 31 sierpnia). Gender kroczy do szkół. W *Sieci*, 35(144), s. 11.
- Karp, H. (2021, 28 czerwca). LGBTQ. Co jest na końcu tej drogi? *Sieci*, 26(448), s. 108–109.
- Kołodziejki, K. (2018, 3 kwietnia). Zabijanie mamy i taty. *Sieci*, 14(279), s. 42–44.
- Makowski, R. (2019, 25 lutego). Warszawa LGBT-. *Sieci*, 8(326), s. 112.
- Matuszak, D. (2022, 11 lipca). Czy Jarosław powinien przeprosić za Zofię i Władysława? *Sieci*, 28(502), s. 54–57.
- Mazurek, R. (2017, 20 listopada). Toaleta umowna. *Sieci*, 47(260), s. 110.
- Nalaskowski, A. (2016, 25 lipca). Nie umiemy się bronić? W *Sieci*, 30(191), s. 93.
- Nykiel, M. (2016, 26 września). Fałszywy znak pokoju. W *Sieci*, 39(200), s. 37–39.
- Pospieszalski, J. (2019, 12 sierpnia). Zaraza. *Sieci*, 32(350), s. 110.

- Rybińska, A. (2021, 5 lipca). Niebezpieczna moda na transseksualizm. *Sieci*, 27(449), s. 43–45.
- Tekieli, R. (2020, 6 lipca). Dlaczego Trzaskowski popiera pedofilię? *Sieci*, 28(397), s. 70.
- Walaszczyk, M. (2023, 13 lutego). Zatrute owoce gender. *Sieci*, 7(533), s. 12.
- Wencel, W. (2015, 12 października). Bładaczka naszych czasów. W *Sieci*, 41(151), s. 69.
- Wildstein, B. (2023, 14 sierpnia). Wojna w alfabecie. *Sieci*, 33(559), s. 13.
- Zdort, D. (2017, 11 grudnia). Jak laleczka z lalunią. *Sieci*, 50(263), s. 17.

Julia Noworzyn

UNIwersytet Śląski w KATOWICACH

jntekst@gmail.com

Polskie organizacje feministyczne czwartej fali i ich działalność w sieci

Polish Fourth Wave Feminist Organizations and Their Online Activities

ABSTRAKT

Feminizm jako zjawisko społeczne, aktywistyczne i filozoficzne od zawsze budzi silne emocje. W literaturze przedmiotu można znaleźć jego chronologiczną analizę, uwzględniającą podział na kolejne „fale”. W artykule przeanalizowano pierwszą, drugą i trzecią falę feminizmu, ze szczególnym uwzględnieniem obecnie rozwijającej się czwartej fali. Najnowsze oblicze tego emancypacyjnego ruchu kobiet poddano analizie w kontekście działalności polskich organizacji i fundacji prokobiecych. Istotnym elementem współczesnego ruchu feministycznego w Polsce jest wpływ internetu i mediów społecznościowych, co również zostało omówione w tekście. Celem badania było określenie kluczowych idei, misji i działań współczesnej, czwartej fali feminizmu w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem roli internetu i mediów społecznościowych na przykładzie wybranych organizacji.

SŁOWA KLUCZOWE: FEMINIZM, MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE, ORGANIZACJE PROKOBIECE, AKTYWIZM W SIECI, POLSKI FEMINIZM

ABSTRACT

Feminism as a social, activist and philosophical phenomenon has always stirred strong emotions. In the literature on the subject, it is often analyzed chronologically through the division into successive “waves”. The article discusses the first, second and third waves of feminism, with particular emphasis on the currently developing fourth wave. The latest form of this emancipatory women’s movement is analyzed in the context of the activities of Polish pro-women organizations and foundations. An important element of the contemporary feminist movement in Poland is the role of the internet and social media, which is also discussed in the article. The aim of the study was to identify the key ideas, missions and activities of contemporary fourth-wave feminism in Poland, with particular emphasis on the role of the internet and social media, based on selected organizations.

KEYWORDS: FEMINISM, SOCIAL MEDIA, PRO-WOMEN ORGANIZATIONS, ONLINE ACTIVISM, POLISH FEMINISM

WSTĘP

Organizacje prokobiece, protesty, akcje i kongresy kobiet – wszystkie te elementy składające się na działalność feministyczną zyskują szczególną siłę dzięki mediom. Media, zarówno najnowsze, jak i tradycyjne, często mają realny wpływ na rozpowszechnianie poszczególnych idei. Sposób działania fundacji i organizacji feministycznych czwartej fali feminizmu oraz ich priorytety różnią się jednak od poprzednich, choćby ze względu na odmienną sytuację kulturową i polityczną. Choć dawniej feministkom trudniej było dotrzeć do mediów, obecnie – przede wszystkim dzięki sieci – łatwiej znaleźć różnego rodzaju organizacje i ich naczelne postulaty. Działalność polskich organizacji feministycznych w internecie jest rozbudowana, a dzięki dostępności do „wirtualnej mównicy”, jaką są media społecznościowe i internet, aktywistki mogą skuteczniej docierać do swoich odbiorców.

Celem artykułu jest przedstawienie działalności wybranych polskich organizacji feministycznych identyfikowanych z czwartą falą feminizmu, ze szczególnym uwzględnieniem sposobów wykorzystywania internetu i mediów społecznościowych w realizacji ich celów statutowych i aktywistycznych. Artykuł odpowiada na pytania badawcze dotyczące głównych obszarów działalności analizowanych organizacji oraz roli komunikacji internetowej w ich funkcjonowaniu. Zastosowano jakościową analizę opisaną o charakterze studium przypadków. Do analizy wybrano organizacje rozpoznawalne w polskiej przestrzeni publicznej, aktywnie wykorzystujące internet i media społecznościowe jako podstawowe narzędzia komunikacji.

MOBILIZACJA I WSPÓŁDZIAŁANIE: CO CZYNI AKTYWIZM SKUTECZNYM?

Największą siłą każdego ruchu aktywistycznego są zawsze jego działacze i działaczki. Aktywizm określa się w literaturze jako zorganizowane działanie społeczne, mające określony cel, najczęściej związany z kwestiami społecznymi, politycznymi, ekonomicznymi, ekologicznymi. Trafnie opisuje go Veronica Dumitrașcu: „Aktywizm polega na działaniu, podejmowaniu inicjatywy, która wprowadza zmianę w społeczeństwie. Pozwala na mobilizację, zorganizowane przywództwo i ukierunkowuje społeczne działania” (Dumitrașcu 2015, s. 85) Ten sposób patrzenia na aktywizm pasuje do wielu

ruchów społecznych, które organizują działacze i dążą do określonych celów, dostrzegając zaistniałe problemy. Nie inaczej sytuacja wygląda w przypadku feminizmu, a mówiąc ściślej – jego czwartej fali. Historia samego feminizmu jest niemal tak długa jak historia zorganizowanego życia społecznego i trudno wytyczyć jasny początek tego ważnego ruchu społecznego. Idea równości i sprawiedliwości społecznej byłaby jednak pustym frazesem bez wyjątkowych bohaterek, które nierzadko narażały i nadal narażają się na liczne słowa pełne nienawiści i pogardy, co bardzo często towarzyszy obalaniu zastanych, zabetonowanych porządków. Te bohaterki, choć obecnie coraz częściej także bohaterowie, nie boją się spojrzeć na świat w krytyczny, bardziej świadomy sposób i zamiast ignorować problemy, decydują się z nimi zmierzyć.

Jednostce jednak byłoby bardzo trudno wprowadzać istotne zmiany, dlatego tak ważnym elementem feminizmu są organizacje i ruchy działające w ramach tej filozofii. Tak jak słynny ruch sufrażystek dał kobietom prawa wyborcze, tak każda grupa działająca w obrębie idei feminizmu sprawia, że ten ruch społeczny naprawdę ożywa. Feminizm pierwszej, drugiej i trzeciej fali pełen jest niesamowitych historii wyjątkowych kobiet, które zdecydowały się wyjść przed szereg i stawić czoła stereotypom oraz krzywdzącym przyzwyczajeniom. Obecnie, coraz częściej wyróżniana jest czwarta fala feminizmu, której ważnym elementem są media interaktywne.

Nie istniałby żaden ruch aktywistyczny bez zorganizowanych działań wielu jednostek, które składają się na duże organizacje i fundacje. To one stanowią prawdziwy trzon każdej idei, dlatego tak istotna jest analiza najważniejszych grup i postulatów czwartej fali feminizmu. Taka obserwacja być może pozwoli na nieco lepsze zrozumienie oblicza tego współczesnego ruchu społecznego.

Zgodnie z definicją jednej z największych organizacji stojących na straży praw człowieka i międzynarodowego pokoju, *Amnesty International*, aktywizm to:

różnorodne działania podejmowane indywidualnie lub zbiorowo mające na celu wprowadzenie określonej zmiany przybliżającej do świata, w którym prawa człowieka każdej osoby są szanowane i chronione. Aktywizm w *Amnesty International* wyraża się poprzez globalne, krajowe i regionalne kampanie, projekty tematyczne, podejmowanie działań na rzecz osób indywidualnych, reagowanie na kryzysy oraz edukację o prawach człowieka (Amnesty International 2021).

Należy zwrócić szczególną uwagę na istotność szeroko rozumianego „działania”, mającego doprowadzić do zażegnania kryzysów humanitarnych, zapewnienia wolności kulturowej, wyznaniowej i osobistej.

W świetle tematyki niniejszej publikacji warto zapoznać się z rolą, jaką w skutecznym aktywizmie pełnią przywódcy określonego działania, których zadaniem jest nie tylko tworzenie strategii działania, wyznaczanie celów i misji danej organizacji, ale także tworzenie „pospolitego ruszenia” wśród społeczności, mobilizowanie ludzi, którzy gotowi są tworzyć wspólnie grupę mającą realny wpływ na rzeczywistość.

Aby wydarzyła się zmiana, potrzeba zarówno masowej mobilizacji, jak i dobrze zorganizowanych osób liderujących, gotowych wziąć odpowiedzialność za proces, wyznaczanie celów i przeprowadzanie tej zmiany. Mobilizowanie to dążenie do publicznego zaangażowania jak największej liczby osób, które są gotowe wspierać kampanię i mają niezbędne środki do działania. Mobilizowanie to zatem li-
czebne rozbudowywanie grupy ludzi chcących i mogących działać. Natomiast organizowanie to pogłębianie aktywizmu – rozwijanie kompetencji liderek obywateli i obywaterek i angażowanie ludzi w zbiorowe działania. Osoby organizujące aktywizm identyfikują i rozwijają przywództwo innych osób, tworzą społeczność wokół tego przywództwa i budują siłę z zasobów tej społeczności (Amnesty International 2021).

Zgodnie z tą myślą, odpowiednio zaangażowani i odpowiedzialni liderzy to coś więcej niż tylko „organizatorzy pracy”, to osoby odpowiadające za mobilizację społeczeństwa, za wzięcie na swoje barki ciężaru odpowiedzialności związanej z tworzeniem taktyki, misji, wytyczaniem ścieżki. To prekursorzy działań, którzy często stają się twarzą przemian, i którzy nierzadko narażają się na największy „hejt” ze strony przeciwników. Amnesty International wyróżnia kilka ważnych elementów w skutecznym aktywizmie: masową mobilizację, dobrą organizację i odpowiedzialność osób liderujących. Te aspekty wskazują na niezwykle rolę, jaką w działaniach feministycznych odgrywają organizacje i fundacje prokobiece. Ich działania mają jeszcze większe znaczenie w obliczu czwartej fali, która swobodnie korzysta z wielu mediów masowego przekazu, szczególnie z internetu. Czym jednak dokładnie jest czwarta fala, i jakie były jej poprzedniczki? Warto dokładniej zbadać etapy, przez które przeszedł zastany obecnie feminizm, co kształtowało ten ruch aktywistyczny przez dziesięciolecia.

FEMINIZM I JEGO CHRONOLOGICZNY PODZIAŁ

Idee feministyczne i równościowe obecne są w społeczeństwie od dawna, ponieważ grupa uciskana często odczuwała potrzebę sprzeciwiania się niesprawiedliwości. Za jedną z pierwszych działaczek feministycznych i prokobietczych uznaje się Olympe de Gouges. Była to francuska aktywistka, publicystka, działaczka polityczna, która działała w wyjątkowo przewrotnych czasach, ponieważ w trakcie rewolucji francuskiej. Kiedy jej przywódcy publikowali Deklarację Praw Człowieka i Obywatela, Olympe de Gouges opublikowała swoją wersję tego dokumentu: Deklarację Praw Kobiety i Obywatelki. Głosiła tam idee, które obecnie mogą uchodzić za absolutnie fundamentalne i podstawowe prawa, między innymi:

Kobieta rodzi się jako istota wolna i pozostaje równa mężczyźnie we wszystkich prawach. Różnice społeczne mogą opierać się jedynie na wspólnym pożytku. II: Celem każdego stowarzyszenia politycznego jest zachowanie naturalnych i nieodwołalnych praw Kobiety i Mężczyzny, którymi są: wolność, prawo do własności, bezpieczeństwa i przede wszystkim prawo do przeciwstawiania się opresji. VII: Żadna kobieta nie jest wyjątkiem: może zostać oskarżona, aresztowana i przetrzymywana w przypadkach określonych przez Prawo. Kobiety, podobnie jak mężczyźni, podlegają temu samemu niezawisłemu Prawu. X: Nikt nie może być prześladowany zwłaszcza z powodu swych najgłębszych przekonań. Kobieta ma prawo wstępowania na szafot, powinna mieć również prawo wstępowania na Trybunę pod warunkiem, że jej oświadczenia nie zakłócają porządku publicznego ustanowionego przez Prawo (de Gouges 1791).

Rozważania de Gouges są bardzo obszerne i chcąc poznać historię ruchu feministycznego, warto sięgnąć po jej publikacje, pamiętając jednak, że pochodzą one z końca XVIII wieku. Ich autorka ostatecznie została stracona za krytykę wobec rządu. Bardziej zorganizowana i regularna walka kobiet o równe prawa rozpoczęła się jednak wraz z pierwszą falą feminizmu. Pierwsza fala feminizmu (1791 – około 1918)

Pierwsza fala feminizmu określana jest również mianem „old wave” czy też sufrażyzmem. Miała wymiar symboliczny, ponieważ kształtowała się w czasach, gdy kobiety – poza podstawowymi prawami człowieka – nie miały jako obywatelki realnych praw politycznych. Strajki kobiet wyśmiewano

i zwalczano, bo w społeczeństwie mocno ugruntowany był pogląd o „niepełnosprawnych politycznie” kobietach. W tej perspektywie długo utrzymywał się pogląd Arystotelesa, który uważał kobietę za okaleczonego mężczyznę, istotę niezdolną do decydowania o sobie, a tym bardziej o innych. Za jedną z symbolicznych cezur pierwszej fali feminizmu można uznać rok 1791, związany z aktywistyczną działalnością wspomnianej już Olympe de Gouges i jej „Deklaracją praw kobiety i obywatelki” (de Gouges 1791). Ważne dla pierwszej fali były postulaty przyznania kobietom praw wyborczych, równości w edukacji, prawa kobiet do własności prywatnej oraz równości społecznej. Badaczki i badacze ostatecznie wskazują na szczególne znaczenie rozwoju pierwszej fali feminizmu od połowy XIX wieku. Pierwsza fala zaczęła prężnie rozwijać się w Stanach Zjednoczonych, a postulaty feministyczne łączone były ze zwalczaniem niewolnictwa. Pochody z pikietami, prelekcje uświadamiające, protesty i kampanie spotykały się jednak z niezadowoleniem, a często także z oburzeniem.

Jak rozpoczęła się pierwsza fala? Po odpowiedź na to pytanie można sięgnąć do jednej z najsłynniejszych dzieł feministycznych autorstwa Simone de Beauvoir „Druga Płeć”:

Okolo roku 1830 kobiety zaczynają domagać się praw politycznych. Podejmują także kampanię w kwestii niewolnictwa. Ponieważ odmówiono im udziału w kongresie przeciw niewolnictwu, który odbył się w Londynie w 1840 roku, kwakierka Lukrecja Mott zakłada stowarzyszenie feministyczne: 18 lipca 1840 na konferencji w Seneca Falls uczestniczki wydają manifest, powstały z kwakerskiej inspiracji, który nadaje charakter całemu ruchowi kobiecemu. (de Beauvoir 2003, s. 156).

Tak właśnie rozpoczął się feminizm jaki znamy dziś. Feminizm pierwszej fali był pierwszą jego odsłoną, w rozumieniu chronologicznym i jak wynika z powyższego opisu (a także postulatów, które wymienię później) interesem feministek nie były wyłącznie prawa kobiet, ale również paląca wówczas Stany Zjednoczone sprawa niewolnictwa, co oznacza, że feminizm sam w sobie jest czymś więcej niż „problemem kobiet”, a aktywizm leży u jego absolutnych podstaw. Kwestię konkretnych postulatów pierwszej fali dogłębnie rozwija ponownie de Beauvoir. Te również nie były od razu w pełni wykształcone i w okresie pierwszej fali przechodziły lekkie transformacje. Feministki pierwszej fali głosiły takie oto przykładowe postulaty:

Mężczyzna i kobieta zostali stworzeni jako istoty równorzędne, obdarzone przez Stwórcę niezbywalnymi prawami. Rząd istnieje po to, tylko by bronić tych praw... Mężczyzna powoduje cywilną śmierć mężatki... Uzurpuje sobie prawa Jehowy, który sam tylko może ludziom wyznaczać sferę działania. [...] Gdy wybucha wojna secesyjna, kobiety biorą w niej udział z entuzjazmem; lecz na próżno domagają się by aneks do ustawy, przyznającej czarnoskórym prawo głosu, zredagowany został następująco: „Ani kolor skóry, ani płeć... nie stanowią przeszkody w korzystaniu z prawa wyborczego” (de Beauvoir 2003, s. 156).

Jak widać, z dzisiejszego punktu widzenia postulaty te nie były szczególnie kontrowersyjne. W XIX wieku jednak były nowatorskie i zmieniały sposób myślenia o kobietach oraz ich miejscu w społeczeństwie. W Polsce kobiety otrzymały prawa wyborcze po pierwszej wojnie światowej, w 1918 roku, natomiast we Francji stało się to dopiero w 1944 roku. Dla porównania w Szwajcarii kobiety uzyskały prawa wyborcze na poziomie federalnym dopiero w 1971 roku (Parlament Szwajcarii b.r.). Te okoliczności zakończyły pierwszą falę feminizmu, ale walka o równouprawnienie dopiero się zaczynała.

Istnieje kilka symbolicznych początków drugiej fali. Według Ewy Majewskiej jej źródła należy szukać po zakończeniu drugiej wojny światowej oraz po wydaniu przez de Beauvoir wspomnianego już dzieła *Druga Płeć* w 1949 roku. Natomiast Natalia Anna Michna (Michna 2018) (i raczej większość badaczek i badaczy) uznaje początek tej fali nieco później, bo w latach 60. XX wieku, wraz z publikacją *Mistyki kobiecości* Betty Friedan (Friedan 1963). Druga fala zaczęła powstawać w wyniku powszechnego braku satysfakcji kobiet z osiągnięć pierwszej fali. Trudno dziwić się temu stanowi rzeczy, ponieważ same prawa wyborcze nie wyrównywały wielu aktów dyskryminacji, których doświadczały kobiety w XX wieku. Szybko stało się jasne, iż podstawowe prawa nie były wystarczającym gwarantem równości płci, ponieważ sama edukacja czy możliwość oddania swojego głosu w wyborach powszechnych nie wymazywała licznych niesprawiedliwości. To właśnie druga fala feminizmu stała się erą starcia dwóch nurtów feministycznych: liberalnego i radykalnego. Głównym powodem do konfliktów stało się rozdzielenie życia prywatnego od publicznego, z czym walczyła druga fala feminizmu. Z tym okresem ściśle związane jest hasło przyświecające całej drugiej fali: „To, co osobiste (prywatne), jest polityczne (publiczne)”. Chodziło o podkreślenie istotności kobiet w życiu domowym i eliminowanie dyskryminacji poprzez bezrefleksyjne nakładanie na nie obowiązków „gospodyni”. Walczono

również z władzą, jaką nad swoją małżonką miał mieć mężczyzna, cieszący się wówczas dużym autorytetem i najprościej rzecz ujmując – sprawującym kontrolę nad swoją życiową partnerką. Joanna Helios i Wioletta Jedlecka o drugiej fali feminizmu piszą w następujący sposób:

Podkreślić trzeba, że druga fala feminizmu przyczyniła się do przyjęcia w większości państw uregulowań wzmacniających pozycję kobiet, między innymi przez wprowadzenie wymogu uregulowań wzmacniających pozycję kobiet, między innymi przez wprowadzenie wymogu jednakowych płac, zakazu dyskryminacji ze względu na płeć, zalegalizowanie aborcji. Feministki wskazywały, iż przemoc w rodzinie i gwałt to nie jedyne czyny brutalne, a u ich podłoża leżą struktury społeczne i oczekiwania dotyczące ról męskich i żeńskich. W tamtym czasie powstało wiele organizacji wspierających kobiety i niosących im pomoc. (Helios, Jedlecka 2016, s. 26)

Druga fala kontynuowała również misję pierwszej odnośnie równości ras. Feministki drugiej fali walczyły o równość niezależnie od koloru skóry. Dążono do egalitaryzmu wszystkich kobiet na wszystkich polach, choć było to niełatwe zadanie, głównie dlatego, że biała, wykształcona mężatka, z góry była postrzegana jako członkini społeczeństwa stojąca wyżej w hierarchii niż czarnoskóra kobieta. Tego typu inkluzyjność w działaniu zakładał przede wszystkim feminizm radykalny (i oczywiście czarny). Chodziło o wspólne łączenie się przeciw opresji. Odnośnie tego stanu rzeczy wypowiada się Natalia Anna Michna:

Zwrócenie uwagi na problem kobiet wykluczonych z dyskursu feministycznego było związane z samymi źródłami radykalnego feminizmu, który wywodził się z ruchu Nowej Lewicy i ruchu praw obywatelskich Afroamerykanów. Kobiety zaczęły się skupiać w niewielkich grupach, takich jak Witches, Redstockings, The Furies czy Bread and Roses, których celem było poszerzanie kobiecej świadomości. Susan Brownmiller określa to zjawisko jako ćwiczenie grupowe, prowadzące do rozwoju kobiecej tożsamości i zjednoczenia kobiet w ramach jednego frontu działania. Główny cel spotkań stanowiła wymiana opinii i wrażeń związanych z doświadczeniami dyskryminacji i opresji społecznej ze względu na płeć, kolor czy wyznanie. (Michna 2018, s. 47)

Druga fala feminizmu była zdecydowanie bardziej radykalna i dotyczyła wielu aspektów. Była różnorodna i stanowiła zarzewie do konfliktu feministek liberalnych i radykalnych. Ten okres w historii feminizmu to burzliwa rewolucja, był również pokłosem licznych publikacji feministycznych (m.in. słynna „Druga Płeć” (de Beauvoir, 1949), „Mistyka kobiecości” (Friedan 1963), „Gyn/ecology” (Daly 1978). Druga fala miała stanowić sprzeciw wobec definiowania kobiet poprzez mężczyznę. Heather Jon Maroney podsumowuje ten okres w następujący sposób: „Feminizm drugiej fali zamierza doprowadzić do głębokich zmian społecznych – jego celem jest feminizacja świata, nasylenie cywilizacji wartościami związanymi z kobietą” (Maroney 1982, s.58).

TRZECIA FALA FEMINIZMU (LATA 80. XX WIEKU – PIERWSZA DEKADA LAT 2000., POCZĄTKI SOCIAL MEDIÓW)

Trzecia fala feminizmu rozpoczęła się w latach osiemdziesiątych XX wieku i od samego początku zaczęła rozwijać się w kierunku jeszcze bardziej różnorodnym i bardziej radykalnym niż jej poprzedniczka. W ramach trzeciej fali swoją działalność zintensyfikował czarny feminizm i naczelną działaczką związaną z tym nurtem – Bell Hooks. To właśnie ta fala w sposób kompleksowy i znacznie bardziej obszerny zaczęła zwracać uwagę na różnorodność w kwestii rasy. Choć oczywiście poprzednie fale także napominały o tej kwestii, to dopiero trzecia fala wzmocniła ten motyw feminizmu, do czego w niebagatelny sposób przyczyniła się wspomniana legenda feminizmu, B. Hooks. Aby zrozumieć działalność trzeciej fali feminizmu należy uzmysłowić sobie, że działaczki w ramach tego nurtu funkcjonowały w już zupełnie innych realiach niż ich poprzedniczki. Miały nieporównywalnie więcej praw niż sufrażystki na przełomie XIX i XX wieku. Stąd często pojawiało się pytanie, czy feminizm w ogóle jest wciąż potrzebny? Oczywiście odpowiedź wszystkich aktywistek była twierdząca. Znamiennym, i przyświecającym walce o prawa kobiet po dziś dzień cytatem, są słowa wspomnianej już wielokrotnie Simone de Beauvoir: „Nie zapominajcie, że wystarczy kryzys polityczny, gospodarczy czy religijny, aby prawa kobiet na nowo były kwestionowane. Prawa kobiet nigdy nie będą rzeczą oczywistą. Musicie być czujne przez całe życie”. Trzecia fala była tworem, który w bardzo mocny sposób nawiązywał do indywidualności każdej z jej działaczek. To właśnie te słowa często

pojawiały się na wielu pikietach aktywistek uczestniczących w protestach (i pojawiają się nadal): „Każda inna, wszystkie równe”. Ponownie odniosę się do Wioletty Jedleckiej i Joanny Helios, które w wyczerpujący sposób opisują założenia tego okresu w historii feminizmu:

Trzecia fala feminizmu podkreślała swoją niezależność i odrębność, głosząc hasło – Nie jestem siostrą mojej matki – jestem po prostu sobą. Feminizm trzeciej fali to feminizm otwarty na problemy wszystkich kobiet. Poruszane są w nim sprawy kobiet z wcześniejszych fal, ale również zagadnienia uznane wcześniej za sferę tabu. Jedną z wizji feminizmu trzeciej fali jako ruchu społecznego przyjęła za cel skupienie się na zniesieniu ucisku ze względu na płeć, w którym to biorą udział kobiety, a także mężczyźni, walcząc razem z innymi ruchami przeciwko jakimkolwiek innym formom ucisku i dominacji tj. Bell Hooks. Czołowa przedstawicielka trzeciej fali feminizmu, podkreśliła, że uznanie różnorodności ludzkich doświadczeń jest sprawą fundamentalną. Hooks zaproponowała również swoją definicję „siostrzeństwa”. Jej zdaniem nie istnieje wspólny interes wszystkich kobiet. Zatem „siostrzeństwo” powinno oznaczać tworzenie wspólnego ruchu przez kobiety, które mają różne doświadczenia i interesy. Wiele aktywistek trzeciej fali feminizmu uważało, że nie można walczyć o równouprawnienie kobiet, nie uwzględniając emancypacji grup kobiet reprezentujących różne rasę, klasę społeczną, pochodzenie etniczne, kulturę czy religię. Powstające nowe nurty feminizmu (dla przykładu czarny czy latynoski) krytykowały dotychczasowy feminizm za głoszenie poglądu, że istnieje wspólna, niezmienna istota kobiecości. Problemy klasowe czy rasowe, które były pomijane przez pierwsze fale feminizmu, podjęte przez aktywistki trzeciej fali, wskazywały na istniejącą różnorodność przejawiającą się w wieloetnicznym, wieloreligijnym, wielokulturowym społeczeństwie amerykańskim. (Jedlecka, Helios 2018, s. 94)

Trzecia fala podjęła więc bardzo trudne zadanie, jakim było stworzenie ruchu jednocześnie inkluzyjnego, w którym swoje miejsce znajdzie każda kobieta, niezależnie od swojego wieku, rasy, wyznania czy wyglądu, a jednocześnie ruch ten miałby mieć miejsce na indywidualne wyrażanie siebie każdej z działaczek. Przywołanie terminu „Backlash” nie jest przypadkowe w kontekście rozumienia trzeciej fali. Backlash jest „reakcją” na postulaty feministyczne, reakcją negatywną, która miała się niejako feminizmowi

przeciwstawiać. Jest to wciąż wymagające pogłębionych badań zjawisko, a w obszerny sposób opisuje go wspomniana Susan Faludi w swoim dziele „Reakcja. Niewypowiedziana wojna przeciwko kobietom” (Faludi 2013). „Backlash” zdefiniować można jako kontratak wobec feministek, powstały w latach 80. XX wieku. Stanowił odpowiedź na coraz bardziej zaawansowane feministyczne postulaty. W wyniku tej wrogości w społeczeństwie zaczął pojawiać się obraz feministki szkodliwej, agresywnej, „wyważającej otwarte drzwi” (walczącej o równouprawnienie, które rzekomo miałyby już posiadać), nienawidzącej mężczyzn.

Wraz z nastaniem trzeciej fali coraz częściej mówi się o wzroście świadomości dyskryminacji na większym polu, także społecznym. Zwraca się większą uwagę na nakładane na kobiety powinności, na ich rolę (np. właśnie w odniesieniu do płci kulturowej). Zaciera się obszar myślenia politycznego i prywatnego, pojawia się poczucie konieczności walki o wszelkie warstwy społeczne i kulturowe, pole widzenia feminizmu staje się dużo szersze. Pamięta się o tradycjach poprzednich fal, bardzo często nawiązuje się do nich, ale jednocześnie aktywistki trzeciej fali myślą o przyszłości, o nowoczesnym zmieniającym się świecie i jego problemach – nie tylko w obszarze płci. Jednocześnie oczywiste wydaje się to, iż sposób patrzenia na świat, jego problemy, świadomość społeczna, ale przede wszystkim pokolenie ludzkości jest zupełnie inne od tego z początku lat 80. Za umowny (i nieco rozmyty) koniec trzeciej fali uznaje się okolice roku 2010. Od początku trzeciej fali minęło ponad 40 lat i obecnie coraz głośniejsze mówi się o najnowszym i dopiero rozwijającym się zjawisku – czwartej fali feminizmu.

CZWARTA FALA FEMINIZMU (OBECNIE?)

Czwarta fala feminizmu to szczególnie ciekawy etap w historii feminizmu, ponieważ nie jest jeszcze zakończony. Doświadczamy go codziennie i rozwija się on na naszych oczach. Jego efekty, a także napięcia i porażki, widzimy w codzienności, reklamach, mediach społecznościowych i świadomości społecznej. Czwarta fala feminizmu otacza nas z wielu stron, mimo że często nie jesteśmy jej świadomi. O jej specyficznym charakterze wspomina Olivia Kłusek:

Dzięki globalizacji, za którą idzie coraz sprawniejsza wymiana idei i poglądów na całym świecie, także w Polsce feminizm został odpolityczniony i przemieniony w mediach na pewien rodzaj tożsamości, z którego nowoczesna kobieta może skorzystać jako jednej z dostępnych opcji i wizerunków. (Kłusek, 2016, s. 31)

Potrzeba utworzenia z feminizmu rodzaju tożsamości może wynikać z potrzeby przeciwstawienia się dyskryminacji. Połowa naszego społeczeństwa doświadcza dyskryminacji ze względu na płeć, a i tak często nie jest w stanie sobie uzmysłwić, że tak się stało. Jest to szokujące, a wręcz – niewiarygodne. W jaki sposób można być ofiarą dyskryminacji, jednocześnie nie będąc tego świadomym? Niestety, w bardzo łatwy sposób – z braku edukacji. To jedna z najważniejszych misji czwartej fali feminizmu – uzmysłowienie społeczeństwu, jak wiele aspektów naszego uczestniczenia w społeczeństwie będzie łatwiejsze bądź trudniejsze w zależności od tego, z jaką płcią się utożsamiamy. Obecna fala rozpoczęła się mniej więcej po roku 2010 – razem z potężnym wybuchem social mediów. Rozwija się na naszych oczach i trudno orzec, w jaką konkretnie stronę pójdzie – i czy tylko w jedną. Nie da się jednak zaprzeczyć jednemu – obecnie niezwykle ważną, o ile nie kluczową, rolę w rozwoju czwartej fali feminizmu odgrywają media, a przede wszystkim internet. Obecnie media i świat rzeczywisty przechodzą fuzję, przenikają się i dopełniają. Nie ma możliwości, by rozdzielić te dwie rzeczy i rozpatrywać je osobno. Żyjemy w erze globalizacji, problemy społeczne jeszcze nigdy w historii nie uzyskiwały tak ogromnego rozgłosu, w tak krótkim czasie. W tym momencie następuje swego rodzaju klamra kompozycyjna – tak jak na początku przytoczono różne definicje feminizmu ogólnie, tak w tym momencie ponownie badacze zadają sobie pytanie czym jest feminizm czwartej fali i kim jest feministka.

Obecne czasy upływają pod znakiem indywidualności, nie inaczej ma się to więc w przypadku feminizmu. Znamienne hasło „Każda inna, wszystkie równe”, które zostało wspomniane już w ramach omawiania trzeciej fali, tak popularne na wielu demonstracjach feministycznych jest tego najlepszym przykładem. O ile trzecia fala zaczęła stawiać na indywidualność poszczególnych działaczek, tak czwarta fala jest już całkowicie na tej myśli budowana. Jednocześnie kluczem do idei feminizmu jest pojęcie „siostrzeństwa”, więc wykluczenie całkowicie wspólnotowości feminizmu byłoby zaprzeczeniem całego jego dorobku i sensu. Stąd właśnie wynikają trudności w definiowaniu i badaniu czwartej fali. Temat rosnącego indywidualizmu w feminizmie porusza także Anna Michna: „Najogólniej można stwierdzić,

że teoria feministyczna jest rezultatem powiązania dyskursów naukowych i filozoficznych z praktyką życia codziennego kobiet, z ich indywidualnymi doświadczeniami.” (Michna 2018, s. 83)

To spostrzeżenie koresponduje z obserwacją, że młodsze pokolenia, a wraz z nimi młode feministki, przełamują stereotypy i coraz częściej zarysowują nowe granice, wychodzą poza ramy oraz nie dają się zasufladkować. Skoro czwarta fala opiera się w dużej mierze na kobiecie nie tylko jako członkini większej grupy, ale także jako na jednostce i jej indywidualnych doświadczeniach, to podobnie trzeba rozpatrywać ten okres w historii feminizmu: nie tylko jako ogół, lecz także bardziej szczegółowo, przez pryzmat pozycji pojedynczej aktywistki i kobiety. O sile indywidualizmu świadczy np. fragment publikacji Agnieszki Graff. Feminizm często sprzeciwia się jednemu, ustalonemu kanonowi piękna, ale Graff wskazuje też na istotę różnorodności w tym temacie:

Myśl feministyczna nie może sobie pozwolić na autocenzurę tam, gdzie chodzi o cielesność, musi też zostawić miejsce na opowieść o tym, że jest coś takiego jak pozytywne doświadczanie własnej urody. To fakt, że istnieją opresyjne ideały piękna; [...] Kobiety nie są biernymi, nieświadomymi swoich potrzeb ofiarami przemysłu kosmetycznego. (Graff 2021, s. 180)

To jeden z przykładów dualnego charakteru feminizmu: z jednej strony warto krytycznie odnosić się do presji związanej z ideałami piękna, z drugiej – nie należy odbierać kobietom prawa do pozytywnego doświadczania własnej cielesności. Paulina Młynarska, słynna działaczka feministyczna, dziennikarka i aktywistka również porusza temat obecnego rozwoju feminizmu, nawiązując do jego powolnych, nowoczesnych osiągnięć:

Z punktu widzenia historii równouprawnienie kobiet to świeży temat. Przy okazji warto zwrócić uwagę, że praktycznie nie ma dla niego miejsca w szkolnym programie owego przedmiotu. Radykalna zmiana społeczna dotycząca losów połowy społeczeństwa jest zbywana w podręcznikach kilkoma akapitami, jeżeli w ogóle bywa omawiana. Mimo znacznych osiągnięć kilkunastu – no, niech będzie: kilkudziesięciu – kobiet w światowej polityce podczas tych stu lat, można śmiało powiedzieć, że w sferze publicznej ciągle debiutujemy. Uczymy się, jak być obecnymi w procesach decyzyjnych, które wywierają bezpośredni wpływ na nasze losy. Uczymy się, jak komunikować

świata nasz punkt widzenia. Na zachodzie masowo już leczymy się z seksizmu i pogardy do własnej płci, która z racji wielowiekowej tradycji niesprawiedliwego, często okrutnego traktowania kobiet w rodzinach i w społeczeństwie została wdrukowana w nasze DNA. Inne części świata nieuchronnie, chociaż powoli, dołączają do tego procesu. Nic i nikt już tego nie zatrzyma. Sorry, szowiniści. Wiem, wiem – gula rośnie! W ubiegłym roku Arabia Saudyjska zniósła zakaz prowadzenia pojazdów mechanicznych dla kobiet. Dla wielu osób to był szok. Jak to? To są jeszcze miejsca na ziemi, gdzie kobietom zabrania się prowadzić auto? Co za absurd! Takie zdarzenia, świadczące o toczącej się gigantycznej zmianie społecznej związanej z odzyskiwaniem przez kobiety należnych im praw, mają miejsce każdego dnia, absolutnie na całym świecie. (Młynarska 2020, s. 84)

Jest to optymistyczne ujęcie, istotne z perspektywy zadań, które wciąż stoją przed działaczkami czwartej fali. Nowoczesny świat wymaga przemyślenia wielu kwestii, a przed współczesnymi feministkami stoją wyzwania, z którymi ich poprzedniczki nie miały do czynienia. O licznych przeciwnościach i problemach współczesnych kobiet w swojej pracy pisze Caroline Criado Perez. Jej książka „Niewidzialne kobiety. Jak dane tworzą świat skrojony pod mężczyzn” porusza kolejny ważny aspekt czwartej fali – podnoszenie świadomości o problemach społecznych i pobudzanie do publicznej debaty. Ważne dla aktywistek jest spojrzenie problemowi wprost i zmierzenie się z nim, a nie jego przemilczanie. Za jedną z myśli przewodnich czwartej fali mogą posłużyć słowa Perez: „Niewidzialne kobiety to tak naprawdę również wezwanie do zmiany. Za długo ustawialiśmy kobiety na pozycji wyjątków od normy i dopuszczaliśmy, by były niewidzialne. Czas zmienić perspektywę. Czas, żeby kobiety zostały dostrzeżone” (Perez 2020, s. 42).

POLSKIE ORGANIZACJE FEMINISTYCZNE – GŁÓWNE DZIAŁANIA I POSTULATY

Jak wspomniane zostało na początku, siłą każdego ruchu społecznego są jego działacze. Każda fala feminizmu miała swoje określone organizacje i grupy, które wspierały się wzajemnie i realizowały określone zadania. Najstojniejsze były zdaje się Sufrażystki, które po dziś dzień kojarzą się z siłą, determinacją i niezłomnością w dążeniu do celu, jakim było uzyskanie praw wyborczych przez kobiety. Organizacje feministyczne i prokobiece chcą poruszyć społeczeństwo i zainicjować ważne ich zdaniem zmiany. Wymaga to intensywnej komunikacji z otoczeniem, demonstrowania postulatów i stosowaniu kampanii podnoszącej świadomość określonych problemów. Niezbędne w związku z tym jest zdobywanie rozgłosu i docieranie do jak największej ilości odbiorców, a najlepiej tych, którzy kierują się podobnymi wartościami. Promocja własnego działania w przypadku pierwszej, drugiej, a nawet trzeciej fali feminizmu była znacznie trudniejsza niż obecnie, głównie z racji na ograniczoną świadomość problemów. Kolejnym, wcale nie mniej poważnym problemem była trudność z przedostaniem się z przekazem do mediów głównego nurtu. Feminizm pierwszej fali był czymś skandalicznym i całkowicie przełomowym, druga fala budowała na podstawach zbudowanych przez sufrażystki, ale sytuacja, w której kobieta porzucająca dom na rzecz kariery zawodowej nadal była często czymś nie do pomyślenia. Trzecia fala natomiast była już nieco bardziej unowocześniona, korzystały z rozwijającego się internetu, wciąż jednak brakowało jej potężnego narzędzia jakim stały się social media. To właśnie ich powstanie sprowokowało dyskusje o czwartej fali feminizmu, ściśle związanej z internetem i mediami społecznościowymi. Jak nigdy wcześniej, feminizm dostał swobodny dostęp do medium, z którego korzysta większość społeczeństwa. Medium to pozwoliło na względną swobodę w działaniu, komunikowaniu się i tworzeniu własnego środowiska. To właśnie internet i media społecznościowe stały się nierozłącznym elementem działalności feministycznej i obszarem funkcjonowania i promowania organów prokobiecych. Między innymi o organizacjach feministycznych czwartej fali pisze Natalia Krzyżanowska z Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu: „Ruch feministyczny jawi się na wzór monolitu, w znaczeniu potocznej

zdroworozsądkowej antymęskiej/antyojcowskiej ideologii, i jest piętnowany. Wydaje się to o tyle nie sprawiedliwe, że wiele organizacji feministycznych wspiera (np. udzielając pomocy ofiarom przemocy czy samodzielny matkom) te kobiety, które właśnie ojciec-partner zawiódł. (Krzyżanowska 2013, s. 80)

Jest to zaledwie jeden z obszarów zainteresowań współczesnego feminizmu. Warto dokładniej przyjrzeć się w jaki sposób funkcjonują i na czym skupiają się wybrane organizacje feministyczne czwartej fali.

FUNDACJA DZIEWUCHY DZIEWUCHOM

Fundacja „*Dziewuchy Dziewuchom*” (czyli po prostu: kobiety kobietom) prowadzi bardzo intensywne działania zarówno na swojej stronie internetowej, jak i na mediach społecznościowych. Powstała oficjalnie w 2018 roku, w odpowiedzi na żywy w polskim społeczeństwie problem aborcji. Choć *Dziewuchy Dziewuchom* powstawały dla kobiet i skupiają się wokół działań na rzecz kobiet, ich praw reprodukcyjnych i równości społecznej, to ich działania są zakrojone szerzej. W swojej misji piszą:

Swoje działania kierujemy przede wszystkim do osób z macicami – bo to one są podmiotem krzywdzącego prawa antyaborcyjnego. Staramy się jednak obejmować naszą uwagę także inne grupy, m.in. osoby uchodźcze i te należące do społeczności *LGBTQIAP+*. Nasza wizja: Stworzenie lepszego życia codziennego dla kobiet w Polsce, poprawa pozycji kobiet w społeczeństwie i kulturze, uczynienie feministycznej postawy standardem światopoglądowym (*Dziewuchy Dziewuchom* b.r)

Jest to ciekawy aspekt działania współczesnych organizacji feministycznych, ponieważ coraz częściej obejmują one swoim aktywistycznym wpływem nie tylko same kobiety (w rozumieniu osoby, do której przy urodzeniu przypisana została płeć żeńska, i które doświadczyły życia w tej roli społecznej). *Dziewuchy Dziewuchom* mówią otwarcie o swojej misji wspierania osób niebinarnych lub po korekcie płci (stąd określenie „osoby z macicami”), poprzez zwalczanie stygmatu, edukowanie społeczeństwa i zwiększanie

świadomości o istnieniu i wartości takich osób. Ruchy feministyczne często związane były ze wspieraniem mniejszości seksualnych, ale dopiero czwarta fala tak mocno rozszerzyła te działania.

Jako jeden ze sposobów działania *Dziewuchy Dziewuchom* wskazują szczególne przywiązanie do aktywności w mediach społecznościowych, gdzie publikują specjalnie przygotowane materiały komentujące rzeczywistość kulturową, polityczną i społeczną. Dbają też o narrację feministyczną i szerzą ją w mediach społecznościowych. Jest to jedna z ich najważniejszych metod działania. Na Facebooku *Dziewuchy Dziewuchom* mają 160 tysięcy polubień, a na ich profilu często pojawiają się materiały krytyczne wobec polityków przeciwnych ich ideom. Organizacja edukuje o ruchu feministycznym i swoich indywidualnych poglądach. Dużą część przekazów w mediach społecznościowych stanowią posty o legalnej aborcji czy antykoncepcji awaryjnej, a także krytyka polityków konserwatywnych, którzy negatywnie wypowiadają się w tych tematach. Można znaleźć też materiały o osobach LGBT i prawach mniejszości seksualnych oraz komunikaty o indywidualnej sile kobiet, bez korelowania ich z mężczyznami. Pojawiają się także posty informujące o istotnych wydarzeniach feministycznych i aktywistycznych protestach, jak np. informacja o otwarciu pierwszej w Polsce przychodni aborcyjnej, założonej przez organizację Aborcjiny Dream Team.

Poza działaniami w mediach społecznościowych *Dziewuchy Dziewuchom* informują o swoim bezpośrednim wsparciu skierowanym do ofiar przemocy fizycznej i seksualnej. Wśród najważniejszych postulatów wymieniają m.in.:

Opowiadamy się za feminizmem intersekcyjnym, Jesteśmy za sprawiedliwością reprodukcyjną, Jesteśmy za dostępem do antykoncepcji, Rozpoznajemy pracę seksualną jako formę pracy, Kierujemy się solidaryzmem społecznym, Jesteśmy apartyjne, ale nie apolityczne, Żądamy równouprawnienia i poszanowania osób LGBTQIAP+, Opowiadamy się za świeckim państwem, Popieramy postawy i zachowania antyrasistowskie, Postrzegamy służby mundurowe jako narzędzie przemocy systemowej, Uznajemy wszystkie osoby za legalne, Nie uznajemy definicji patriotyzmu wykreowanej przez środowiska prawicowe, Jesteśmy sekspozytywne, Jesteśmy ciałopozytywne, Sprzeciwiamy się kapitalistycznemu wyzyskowi, Domagamy się faktycznego zwalczania i przeciwdziałania przemocy ze względu na płeć, Sprzeciwiamy się sprawiedliwości odwetowej, Popieramy prawa zwierząt, Jesteśmy za edukacją wolną od propagandy, Popieramy prawa pracownicze. (*Dziewuchy Dziewuchom* b.r.)

Jest to szereg postulatów, które trudno nazwać już wyłącznie feministycznymi. Poza typowymi dla tego ruchu kwestiami związanymi z aborcją, antykoncepcją, równością społeczną i solidaryzmem społecznym pojawia się wiele dodatkowych postulatów. Niektóre wzbudzają bardzo silne emocje, niekoniecznie pozytywne. Organizacja krytykowana jest np. z racji na używanie określeń „osoby z macicami”, co dla niektórych działaczek działa w sposób sprowadzający je do tego organu i odsuwaniu na bok idei „bycia kobietą”. *Dziewuchy Dziewuchom* sprawnie nazwały się „apartyjnymi lecz nie apolitycznymi”, bo choć na ich mediach społecznościowych pojawiają się komunikaty krytyczne wobec polityków, to nie chwala one żadnej określonej partii.

Ważnym postulatem, poza wspieraniem praw środowiska LGBT, jest też działanie na rzecz osób uchodźczych, pochodzących z różnych kręgów kulturowych i reprezentujących różne rasy. Jest to zjawisko, które pojawiało się już wcześniej, np. w czarnym feminizmie, jednak dzięki mediom społecznościowym i internetowym grupom aktywistycznym nurt ten zyskał nowe możliwości rozwoju. *Dziewuchy Dziewuchom* wypowiadają się też względnie pozytywnie o pracy seksualnej, którą uznają za pokrzywdzoną przez prawo. Jest to ciekawe, ponieważ niektóre radykalne feministki sprzeciwiają się uznawaniu prostytutki za pracę, argumentując, że ma ona charakter uwłaczający kobietom i przeczy idei feministycznej. Znacząca dla czwartej fali jest także normalizacja różnych typów sylwetki i ciałopozytywność, czyli zerwanie ze ściśle uznanymi kanonami piękna. *Dziewuchy Dziewuchom* poza ciałopozytywnością i sekspozytywnością wypowiadają się także przeciw zastanemu porządkowi gospodarczemu, jakim jest kapitalizm, co można uznać za przejaw radykalnej krytyki społeczno-politycznej, zwłaszcza w połączeniu ze sprzeciwem wobec władzy policji i prawniczej strony politycznej.

Dziewuchy Dziewuchom to organizacja feministyczna, która w ramach czwartej fali feminizmu rozszerza swój aktywizm poza tradycyjne kwestie równości płci, angażując się w walkę o prawa osób LGBTQIAP+, uchodźców oraz osób pracujących seksualnie. Jej działalność koncentruje się głównie w mediach społecznościowych, gdzie propaguje intersekcyjną perspektywę, krytykuje konserwatywne struktury władzy i walczy o prawa reprodukcyjne kobiet, z naciskiem na legalną aborcję. Radykalne postulaty, takie jak sprzeciw wobec kapitalizmu, mundurowych służb państwowych czy redefinicja patriotyzmu, budzą kontrowersje i różne reakcje, także wewnątrz ruchu feministycznego.

ABORCYJNY DREAM TEAM

Organizacja ta jest szczególna ze względu na swoje działanie nie tylko w obszarze mediów społecznościowych, gdzie szerzy feministyczne treści, wzywające do równości społecznej i praw reprodukcyjnych. Jak aktywistki same mówią o sobie: „*Aborcyjny Dream Team* jest nieformalną inicjatywą zajmującą się edukacją i destygmatyzacją przerywania ciąży. Jesteśmy ekspertkami w dziedzinie aborcji – zarówno od strony medycznej i zdrowotnej, jak i w zakresie społecznym i prawnym” (*Aborcyjny Dream Team* b.r.). To coś więcej niż grupa komunikująca postulaty, to osoby, które realnie działają na rzecz kobiet, które w wyniku zaostrzenia przepisów dotyczących aborcji, zostają często osamotnione z problemem niechcianej ciąży. *Aborcyjny Dream Team* za swój główny cel przyjmuje walkę ze stygmatyzowaniem kobiet, które przeszły aborcję, zwalczanie tabu związanego z tym zabiegiem i wspieranie kobiet w trakcie całego procesu. Organizacja działa nie tylko na *Facebooku* (148 tysięcy polubień) czy *Instagramie* (116 tysięcy obserwujących), ale prowadzi także rozbudowaną stronę internetową, na której działaczki prezentują obszerną wiedzę. Znaleźć tam można informacje o aborcji, sposobach jej przeprowadzenia, przygotowaniu i możliwych działaniach. Pojawiają się też ostrzeżenia przed oszustami i nieprawdziwymi organizacjami. Organizacja swoje działania opisuje w ten sposób:

Dzielimy się wiedzą, jak bezpiecznie przerwać ciążę w Polsce i za granicą. Prowadzimy kampanie normalizujące temat aborcji – znajdziesz nas niemal na wszystkich *social mediach*: TikTok, Instagram, Twitter, Facebook. Wspieramy kobiety w głośnym mówieniu o aborcji – publikujemy ich historie oraz organizujemy specjalne sesje *storytellingowe* dla osób mających doświadczenie przerywania ciąży i ich w tym wspierających. Walczymy z aborcyjną stygmatyzacją poprzez edukację oraz darmowe spotkania o aborcji farmakologicznej, czy warsztaty. Radzimy jak rozmawiać i jak wspierać przy aborcji. Mówimy o aborcji normalnie, bez przekłamań, bez strachu i wstydu – szkolimy media z tego, jak mówić i pisać o aborcji bez pogłębiania stygmatyzacji. (*Aborcyjny Dream Team*, b.r.)

Ponownie więc ogromną siłą aktywistyczną są media społecznościowe i internet, które pomagają działaczkom podejmować tak intensywną pracę. Co ciekawe, to właśnie *Aborcyjny Dream Team*, współpracując ze stroną *Women Help Women*, która dostarcza kobietom leki do przeprowadzenia

aborcji farmakologicznej, stworzył pierwsze stacjonarne miejsce, w którym kobiety mogą uzyskać wsparcie w sprawie przerwania ciąży.

Aborcyjny Dream Team jest organizacją bardzo charakterystyczną dla polskiej czwartej fali feminizmu, która w szczególny sposób skupia się na temacie aborcji. Wykorzystywanie mediów społecznościowych i internetu przyczynia się do rozgłosu idei do tego stopnia, iż aktywistki mogły swój wirtualny rozgłos przekuć w coś fizycznego, namacalnego i realnie udzielać wsparcia potrzebującym tego kobietom. Organizacja ta wykracza poza tradycyjny aktywizm cyfrowy, tworząc rzeczywiste struktury wsparcia i przyczyniając się do zmiany społecznej poprzez praktyczne działania, takie jak otwarcie pierwszej w Polsce przychodni aborcyjnej. To pokazuje, że współczesny feminizm mocno stawia na potrzeby każdej kobiety i stara się oferować rozwiązania na problemy systemowe.

FUNDACJA FEMINOTEKA

Organizacja, która swoją działalność aktywistyczną opiera na bezpośrednim wspieraniu kobiet, które padły ofiarą przemocy fizycznej i seksualnej. Podobnie jak pozostałe organizacje, Fundacja *Feminoteka* jest aktywna w mediach społecznościowych, gdzie zgromadziła 65 tysięcy polubień i na bieżąco komunikuje się ze swoimi odbiorcami. Ważnym narzędziem, z którego *Feminoteka* korzysta, jest organizowanie wydarzeń *Facebookowych*, które są wirtualnym zaproszeniem do rzeczywistych spotkań, warsztatów, szkoleń. Jest to szczególnie ważne dla organizacji, której ważną częścią jest edukacja, budzenie świadomości i informowanie społeczeństwa o skutecznych sposobach na zwalczanie przemocy fizycznej i seksualnej. W przypadku *Feminoteki* ważna jest jednak również strona internetowa, która w obszerny sposób informuje odbiorców np. o kampaniach prowadzonych przez Fundację. Przykładem takiej kampanii może być akcja „*Początek przemocy*”, w ramach której *Feminoteka* organizowała spotkania, na których poruszane były tematy związane ze świadomą zgodą i edukacji odbiorców o różnych rodzajach przemocy.

Co ciekawe, w ramach fundacji funkcjonuje „Femka”, czyli punkt pomocy dla ofiar gwałtu, jego lokalizacja nie jest jednak ujawniona – dla bezpieczeństwa ofiar. Znają ją wyłącznie działaczki fundacji. Ofiary przemocy seksualnej mogą tam uzyskać wsparcie psychologiczne i prawne. Interesujące

są też początki Feminoteki, która zaczynała w 2001 roku jako feministyczna internetowa księgarnia, stąd zapewne początkowe akcje aktywistyczne poświęcone feminitywom. Z czasem jednak mocno się rozrosła i przekształciła w intensywnie działającą fundację prokobiecą, przeciwdziałającą przemocy wobec kobiet. O celach możemy przeczytać w statucie fundacji:

„1) działanie na rzecz likwidacji dyskryminacji ze względu na płeć w literaturze, kulturze, sztuce oraz życiu publicznym, 2) wspieranie i upowszechnianie problematyki kobiecej, problematyki *gender*, feminizmu, 3) promowanie autorek i autorów, publikacji, wydawnictw poświęconych szeroko rozumianej problematyce kobiecej, 4) promocja kwestii równouprawnienia kobiet i mężczyzn, 5) przeciwdziałanie przemocy wobec kobiet, 6) przeciwdziałanie dyskryminacji ze względu na płeć, 7) wspieranie udziału kobiet w życiu publicznym i kulturalnym, 8) likwidowanie barier związanych z dostępem do wiedzy na temat nowych technologii, 9) upowszechnianie wiedzy na temat nowych technologii wśród kobiet.” (*Feminoteka*, b.r.)

Można więc stwierdzić, że na podstawie określonych celów fundacja ma nieco odmienny styl działania niż np. Dziewuchy Dziewuchom, co podkreśla istotność różnorodności aktywistek czwartej fali. Feminoteka działa (przynajmniej częściowo) w sposób bardziej oświatowy, z naciskiem na edukację i szerzenie kultury prokobiecej, dotyczącej kobiet i tworzonej przez kobiety. Jej funkcja opiekuńcza i pomocowa wobec kobiet doświadczających przemocy seksualnej i fizycznej świadczy o dużej świadomości istniejących problemów. Jak większość organizacji, Feminoteka w swoim statucie zawiera informację o przeciwdziałaniu dyskryminacji. Co znamienne, nie wspomina o mniejszościach seksualnych czy też o „osobach z macicą”, jasno deklaruje swoje działania na rzecz zwalczania pokrzywdzenia kobiet w kulturze, społeczeństwie, ale także nauce i literaturze. To nieco bardziej kognitywny rodzaj feminizmu, skupiony na docenianiu kobiet i ich dorobku. Takie działania są niezwykle ważne, gdy chcemy mówić o równości na rynku pracy czy równych kompetencjach.

Internetowa kampania Feminoteki skupia się nie tylko na stawianiu oporu wobec wszelkich przejawów przemocy wobec kobiet i wyciąganiu do nich pomocnej ręki. Dla tej fundacji istotny jest też oświatowy charakter feminizmu, podnoszenie zauważalności kobiet w mediach, literaturze i nauce. Choć udzielanie wsparcia kobietom zgwałconym i doświadczającym przemocy to ważny cel, nie można zapominać o istotności kulturowego wymiaru działań, które odróżniają Feminotekę od „zwykłej” organizacji feministycznej.

INNE ORGANIZACJE FEMINISTYCZNE:

- *Feminizm tak, wypaczenia nie* – niewielka organizacja działająca na *Instagramie* (1327 obserwujących), która sprzeciwia się duchowi interseksjonalności w feminizmie. Sprzeciwia się odchyłom w stronę skrajnej inkluzyjności i określeniom w rodzaju „osoba z macicą”, które uważa za uwłaczające kobietom.
- *Fundacja na Rzecz Kobiet i Planowania Rodziny (FEDERA)*, wcześniej znana jako Federacja na rzecz Kobiet i Planowania Rodziny, to organizacja pozarządowa, która od 1991 roku aktywnie działa na rzecz sprawiedliwości reprodukcyjnej. Głównymi postulatami są „dostęp do aborcji i antykoncepcji awaryjnej, poprawy jakości opieki zdrowotnej nad dziewczętami i kobietami w dziedzinie zdrowia reprodukcyjnego, w tym faktycznego dostępu do świadczeń z zakresu planowania rodziny”. (FEDERA b.r.)
- Centrum Praw Kobiet – organizacja, która szczególnie skupia się na chronieniu praw kobiet, uświadamianiu społeczeństwu istotności wyrównania szans i obowiązków. Walczy z przemocą i dyskryminacją, dążąc do pełnego równouprawnienia oraz zapewnienia kobietom prawa do życia wolnego od przemocy (Centrum Praw Kobiet b.r.).
- Ogólnopolski Strajk Kobiet – jedna z najsłynniejszych organizacji feministycznych w Polsce, odpowiedzialna za organizację licznych protestów i akcji demonstracyjnych. Najważniejszymi postulatami są sprzeciw wobec ograniczania dostępu do aborcji, sprzeciw wobec ograniczania dostępu do antykoncepcji oraz dążenie do świeckiego państwa, nieingerującego w życie i autonomię cielesną kobiet. Najsłynniejszymi strajkami były protesty kobiet na terenie całej Polski (a nawet poza jej granicami), sprzeciwiające się wyrokowi Trybunału Konstytucyjnego, który niemal całkowicie zakazał aborcji w Polsce (Ogólnopolski Strajk Kobiet b.r.).
- Fundacja HerStory – organizacja skupiająca się na dotychczasowym dorobku kulturalnym, naukowym i społecznym kobiet w historii. Fundacja współpracuje z wieloma terapeutkami, aktywistkami, działaczkami, naukowczyniami i artystkami. Poprzez edukację i szerzenie świadomości sprzeciwia się wykluczaniu kobiet i ich dyskryminacji. Dla organizacji ważnym aspektem aktywizmu feministycznego jest także działanie oświatowe dla młodzieży i budowanie świadomości o istotności równości społecznej. Organizuje warsztaty, kampanie, współpracuje ze szkołami i firmami. Zwraca także uwagę na osoby ze środowiska LGBT (Fundacja HerStory b.r.).

PODSUMOWANIE

Polskie organizacje feministyczne czwartej fali sprawnie korzystają z przydatnego narzędzia, jakim jest internet. W sieci panuje względna swoboda wypowiedzi, a dostępność jest w zasadzie nieograniczona – każda aktywistka może zabrać głos lub zapoczątkować swoją indywidualną inicjatywę. Największe organizacje działają w internecie od wielu lat i przyczyniły się do realnych zmian w postrzeganiu przez społeczeństwo różnego rodzaju problemów, które dotyczą nie tylko kobiet. Zdeterminowane działaczki zdołały zbudować często imponujące struktury, które na co dzień pracują, działają i pomagają wielu kobietom. Fundacja Feminoteka, Centrum Praw Kobiet, Aborcyjny Dream Team, to nie tylko grupy prowadzące wyłącznie działania demonstracyjne, ale rzeczywista inicjatywa wspierająca tysiące kobiet i mniejszości seksualne.

Niezależnie od aktywistycznej natury tych organizacji działania na rzecz ofiar gwałtu czy osób uciekających przed przemocą w rodzinie należy uznać za społecznie istotne. Wśród aktywistek czwartej fali bardzo często pojawia się hasło „Każda inna – wszystkie równe”. Świadczy to nie tylko o różnicowaniu tej nowej epoki aktywistycznej, ale także o poczuciu potrzeby włączania do działań feministycznych innych grup doświadczających krzywdy, np. osób ze środowiska LGBT+. Mimo większej elastyczności i inkluzyjności jedna rzecz się nie zmienia: konflikty w tak wszechstronnym ruchu aktywistycznym zawsze będą istnieć. Kością niezgody w środowisku feministycznym często jest kwestia sexworkingu, czyli określenia na branżę związaną z pornografią i prostytutką. Feminizm abolicjonistyczny i radykalny podkreśla, jak uwłaczające jest dla kobiet sprowadzanie ich do roli męskiej fantazji i stawianie na pozycji „nagrody”. Druga strona mówi z kolei o wyzwoleniu seksualnym sexworkerek i wolności w indywidualnych decyzjach kobiet. Różnice w narracji zawsze będą istnieć, ale dzięki różnorodności czwartej fali możliwy jest dialog. Pewne jest natomiast, że dzięki mediom społecznościowym i internetowi polskie organizacje feministyczne mogą działać elastycznie i swobodnie w sposób, jakiego ich poprzedniczki nie mogły sobie nawet wyobrazić.

BIBLIOGRAFIA

- Aborcyjny Dream Team (2025). Oficjalna strona internetowa. Dostępne pod: <https://adt.pl> (dostęp: 20.03.2025).
- Amnesty International (2021). Strategia aktywizmu. Dostępne pod: https://www.amnesty.org.pl/wp-content/uploads/2021/09/Strategia-aktywizmu_web.pdf (dostęp: 20.03.2025).
- Beauvoir, S. de (2003). *Druka płeć* (G. Mycielska, M. Leśniewska, tłum.). Warszawa: Czarna Owca.
- Centrum Praw Kobiet (2025). Oficjalna strona internetowa. Dostępne pod: <https://cpk.org.pl> (dostęp: 20.03.2025).
- Criado Perez, C. (2020). *Niewidzialne kobiety. Jak dane tworzą świat skrojony pod mężczyzn*. Kraków: Karakter.
- Daly, M. (1978). *Gyn/Ecology: The Metaethics of Radical Feminism*. Boston, MA: Beacon Press.
- Dumitraşcu, V. (2015). Social Activism: Theories and Methods. *Revista Universitară de Sociologie*, 1, 84–94.
- Dziewuchy Dziewuchom (2025). Oficjalna strona internetowa. Dostępne pod: <https://www.dziewuchydziewuchom.pl> (dostęp: 20.03.2025).
- Faludi, S. (2013). *Reakcja. Niewypowiedziana wojna przeciw kobietom*. Warszawa: Wydawnictwo Czarna Owca.
- FEDERA (2025). Oficjalna strona internetowa. Dostępne pod: <https://federa.org.pl> (dostęp: 20.03.2025).
- Feminoteka (2025). Oficjalna strona internetowa. Dostępne pod: <https://feminoteka.pl> (dostęp: 20.03.2025).
- Feminizm tak, wypaczenia nie (2025). Profil na Instagramie. Dostępne pod: <https://www.instagram.com/feminizmtakwypaczenianie/> (dostęp: 20.03.2025).
- Friedan, B. (2012). *Mistyka kobiecości* (K. Rosner, tłum.). Warszawa: Czarna Owca.
- Fundacja HerStory (2025). Oficjalna strona internetowa. Dostępne pod: <https://fundacjaherstory.org> (dostęp: 20.03.2025).
- Gouges, O. de (1791). *Deklaracja praw kobiety i obywatelki*. Francja.
- Graff, A. (2021). *Świat bez kobiet. Płeć w polskim życiu publicznym* (wyd. nowe). Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- Helios, J., Jedlecka, W. (2016). *Wpływ feminizmu na sytuację społeczno-prawną kobiet*. Wrocław: Wydział Prawa, Administracji i Ekonomii Uniwersytetu Wrocławskiego. Dostępne pod: <https://www.bibliotekacyfrowa.pl/publication/80044> (dostęp: 20.03.2025).

- Jedlecka, W., Helios, J. (2018). Urzeczywistnianie idei feminizmu w ogólnościowym dyskursie o kobietach. Wrocław: E-Wydawnictwo. Prawnicza i Ekonomiczna Biblioteka Cyfrowa. Dostępne pod: <https://www.bibliotekacyfrowa.pl/publication/94661> (dostęp: 20.03.2025).
- Kłusek, O. (2016). Prawda o kobiecie – feminizm i trywializacja w kobiecej prasie segmentu luksusowego w Polsce. *Media Biznes Kultura*, 1(1), 27-44. <https://doi.org/10.4467/25442554.MBK.16.002.6996>
- Krzyżanowska, N. (2013). (Krytyczna) analiza dyskursu a (krytyczna) analiza gender: zarys synergii teoretycznej i metodologicznej. *Przegląd Socjologii Jakościowej*, 9(1), 62-84. <https://doi.org/10.18778/1733-8069.9.1.05>
- Maroney, H. J. (1985). Embracing Motherhood: New Feminist Theory. *Canadian Journal of Political and Social Theory / Revue canadienne de théorie politique et sociale*, 9(1-2), 40-64. Dostępne pod: <https://journals.uvic.ca/index.php/ctheory/article/view/14026> (dostęp: 20.03.2025).
- Michna, N. A. (2018). Kobiety i kultura. O doświadczeniu w filozofii feministycznej. Kraków: Universitas.
- Młynarska, P. (2020). *Zmierzch Lubieżnego Dziada*. Warszawa: Wydawnictwo Prószyński i S-ka.
- Parlament Szwajcarii (b.r.). Women's suffrage in Switzerland: 100 years of struggle. Dostępne pod: <https://www.parlament.ch/en/über-das-parlament/political-women/conquest-of-equal-rights/women-suffrage> (dostęp: 20.03.2025).
- Strajk Kobiet (2025). Oficjalna strona internetowa. Dostępne pod: <https://strajkkobiet.eu> (dostęp: 20.03.2025).

