



Joanna Femiak, Piotr Rymarczyk*
AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO JÓZEFA PIŁSUDSKIEGO W WARSZAWIE

CIAŁO JAKO TEMAT NARRACJI KULTURY MASOWEJ I NARRACJI WEWNĘTRZNEJ

Abstract

Body as a theme of mass culture narration and internal narration

Contemporary mass culture is often considered to be a proponent of bodily and sensual liberation. However, as a matter of fact – regarding its commercial character subordinated to the task of stimulating consumption – it is rather oriented to transmission of definite patterns of bodily behaviours and feelings to its recipients. That instrumentalising external narration of mass culture can be opposed by an individual with an internal narration based on listening to sensations coming from his/her own body and answering the questions: “What do I feel? What brings me pleasure? What brings me joy?”. An ability to create an internal narration is not, however, inborn and it must be learned. Its acquisition in an early stage of life requires interactions between a child and its social partners – mainly parents.

Key words: body in contemporary culture, narration and identity, bodily socialization

Słowa kluczowe: ciało we współczesnej kulturze, narracja a tożsamość, socjalizacja cielesna

CIAŁO W NARRACJI KULTURY MASOWEJ

Współczesną kulturę masową – ze względu na ogromną rolę, jaką w jej przekazach odgrywa ludzkie ciało – od dawna określać można jako „ciałocentryczną” (Melosik 2006). Cecha ta w dużej mierze przenosi się również na stale nabierającą znaczenia, ale pozostającą wciąż pod ogromnym wpływem mass mediów, internetową kulturę popularną. Co jednak właściwie media mówią o ciele? Jak opowiadają o cielesności? Jakich zachowań i jakich postaw wobec własnej cielesności oczekują od swych odbiorców? I co – jeśli uznamy, że rozpowszechniane przez nie postawy i zalecenia są niepożądanymi z punktu widzenia humanistycznej aksjologii – może stanowić dla nich alternatywę? Prezentowany tekst to próba częściowego rozstrzygnięcia tych kwestii.

Aby odpowiedzieć na pytanie, co kultura masowa mówi o ciele – i jak o nim mówi – jej przekazy poddać można analizie narracyjnej, a więc stosowanej w jakościowych badaniach socjologicznych metodzie inter-

pretacji tekstów, polegającej na potraktowaniu ich jako opowieści z pewną fabułą, której strukturę i właściwości badacz próbuje opisać (Alasuutari 1995).

Jak zauważa Ryan (2004), aby mówić o fabule czy też narracji, dany tekst musi kreować świat wypełniony przez postacie i obiekty o określonych właściwościach i podlegający zmianom interpretowalnym w kategoriach m.in. celów i motywów działań. W przypadku kultury masowej postaciami i obiektami o określonych właściwościach byłyby osoby mające – według zaleceń medialnych przekazów – podejmować aktywność cielesną oraz ciała, których aktywność ta dotyczy, zmianami zaś – rezultaty zalecanej aktywności cielesnej.

Analizując medialne przekazy pod kątem celów zalecanej aktywności cielesnej, łatwo zauważyć, że ogromną rolę odgrywają w jej ramach cele o charakterze hedonistycznym. Media w niezliczonych przekazach wzywają nas zatem, byśmy w aktywności percepcyjnej, działaniach cielesnych i oddziaływaniach na ciało kierowali się dążeniem do zmysłowych – a w szczególności seksualnych – przyjemności. Drugą niezmiernie istotną kategorią wskazywanych przez kulturę masową celów cielesnej aktywności są cele o charak-

* Autor korespondencyjny

terze estetycznym, sprowadzające się do nadania naszym ciałom określonej zewnętrznej, zmysłowo postrzegalnej formy. Pod uwagę nie jest jednak brane obiektywne piękno, które miałyby być przedmiotem bezinteresownej kontemplacji. W przekazach współczesnych mass mediów wartości estetyczne często przenikają się z hedonistycznymi – piękno utożsamiane jest ze zdolnością do wywoływania pewnego rodzaju zmysłowej przyjemności. Prawdopodobnie jeszcze częściej działania nastawione na stworzenie określonego cielesnego wizerunku stanowią mającym do zdobywania społecznego uznania (poprzez podążanie za modą). Realizacja zalecanych przez kulturę masową wzorów estetyki cielesnej w wielu wypadkach nastawiona jest również na realizację prezentowanych przez mass media skomercjalizowanych wzorów męskości i kobiecości. Pozostałe cele aktywności cielesnej wydają się mieć relatywnie niewielkie znaczenie.

Kultura masowa od dawna przedstawiana jest – zarówno przez swych zwolenników (Lyotard 1988), jak i przeciwników (Bell 1994) – jako rzeczniczka jednostkowej swobody i spontaniczności. I nie ulega wątpliwości, że dość typowe dla medialnych przekazów są kierowane pod naszym adresem zachęty do „bycia sobą” i do nieskrępowanego podążania za głosem własnych pragnień – zwłaszcza tych o zmysłowym i erotycznym charakterze. Z drugiej jednak strony faktem jest również, że w wielu wypadkach media zalecają rozmaite działania, przedstawiając je jako pewnego rodzaju obowiązki, mające zewnętrzny wobec jednostkowych pragnień charakter. Według badań przeprowadzonych przez Rymarczyka (2014) nad treścią ukazujących się w Polsce magazynów *lifestyle’owych* o obowiązkowości zalecanych działań świadczą mogąc m.in. następujące typy towarzyszących zaleceniom wypowiedzi:

- zawierające słowa „musisz”, „obowiązek” albo „powinieneś”;
- mówiące o „zasadach” lub „regułach”, którym należy się podporządkować;
- posługujące się zaczerpniętymi z języka religijnego pojęciami, takimi jak „przykazania” czy „dekalog”;
- określające zalecane działania jako pracę do wykonania;
- mające jednoznacznie wartościujący

charakter, którego wyrazem jest opisywanie stanów ciała przed podjęciem zalecanych działań – np. zastosowaniem zabiegów kosmetycznych lub ćwiczeń – w kategoriach „skazy”, „niedoskonałości” czy „usterki”, a stanów cielesnych osiągniętych w wyniku zaaplikowania rekomendowanych zabiegów – w kategoriach „ideału”, „doskonałości” czy „perfekcji”;

– piętnujące jednostki, które nie realizują oczekiwanych od nich zachowań (jako nieudaczników, frustratów, słabeuszy itp.), a chwłujące te, które potrafią sprostać oczekiwaniom;

– przyjmujące założenie, że zachowania niezgodne ze wskazanymi działaniami będą – lub powinny – wywoływać wyrzuty sumienia albo inne formy psychicznego dyskomfortu, wynikającego z uwewnętrznienia lansowanych wzorców.

Klasyfikacja dzieląca badane zalecenia aktywności cielesnej na zachęcanie do spontanicznej realizacji pragnień i wezwania do podporządkowania się obowiązkom nie jest zresztą klasyfikacją wyczerpującą. Wydaje się, jeśli wziąć pod uwagę formułowane w medialnych przekazach wezwania do aktywności cielesnej w wymiarze ich relacji do idei jednostkowej autonomii, że istnieją co najmniej jeszcze dwie kategorie wypowiedzi. Pierwszą z nich określić można jako kuszenie odbiorcy. Są to bowiem wypowiedzi, które – podobnie jak wezwania do swobodnego realizowania pragnień – zalecają działania nastawione na osiągnięcie na bieżącym hedonistycznym zaspokojeniu, ale nie wyrastają ze spontanicznych motywacji, lecz są indukowane z zewnątrz. Wypowiedzi tego rodzaju nie stanowią ogólnych zachęt do podążania za głosem własnych pragnień, lecz wezwania do konkretnych zachowań, których efekty odmalowywane są w powabnych zmysłowo, kuszących barwach po to, by przekonać odbiorcę, że są właśnie tym, czego chce. Tysiące reklamowych filmów i zdjęć przedstawiają rozkosz, ekstazę czy błogość ogarniającą konsumentów po użyciu określonego produktu. Przyjemność nie ma tu wprawdzie charakteru obowiązkowego, ale odbiorca komunikatu zachęcany jest, by zrezygnował ze swobody wyboru, z samodzielnego zastanawiania się nad sposobami zaspokojenia i wybrał ten, który w danej chwili jest mu oferowany. Tego rodzaju nastawione

na indukowanie sprecyzowanych zachowań konsumpcyjnych kuszenie odgrywa we współczesnej kulturze masowej niewątpliwie większą rolę niż ogólne zachęty do realizacji własnych pragnień i zazwyczaj owym zachętom towarzyszy – tzn. niemal za każdym razem, gdy jednostkę zachęca się do „bycia sobą” czy „podążania za własnym pragnieniem” – informacja, na czym konkretnie, na jakich zachowaniach konsumpcyjnych, owo „bycie sobą” czy „podążanie za własnym pragnieniem” powinno polegać.

Dychotomicznemu podziałowi na wyzwania do spontanicznej realizacji pragnień i do podporządkowania się obowiązkom wymykają się również te spośród zaleceń dotyczących aktywności cielesnej, które określić można mianem instruowania. Instruowanie – tak samo jak zachęcanie i kuszenie – łączy się z podejmowaniem działań nastawionych na osiągnięcie hedonistycznego zaspokojenia, tyle że w tym wypadku chodzi o zaspokojenie, które poprzedzić mają niedostarczające przyjemnościowych gratyfikacji – a często wręcz nieprzyjemne, bolesne, wymagające wysiłku lub nudne – działania instrumentalne, np. ćwiczenia mające zapewnić erotyczną atrakcyjność czy poprawę współżycia seksualnego. Instrukcje tego rodzaju – choć same w sobie nie mają obowiązkowego charakteru – wydają się wyrastać z przekształcenia w obowiązek przyjemności, ponieważ jest to grunt sprzyjający zaakceptowaniu myśli, że przyjemność jest czymś, nad czym należy mozołnie pracować i co w wyniku wytężonej pracy może zostać osiągnięte.

Choć współczesna kultura masowa nie raz uznawana jest za rzeczniczkę cielesno-zmysłowego wyzwolenia – i mimo że chętnie się jako taka rzeczniczka prezentuje – to wzywając swych odbiorców do aktywności cielesnej, w istocie pozostawia im zazwyczaj niewiele swobody. Wynika to niewątpliwie z jej komercyjnego charakteru, który sprawia, że twórcy medialnych przekazów są zainteresowani wywoływaniem jedynie tych form aktywności cielesnej, które są związane z nabywaniem określonych towarów.

Efektom jest paradoksalna sytuacja, w której ciałowocentryczności kultury wydaje się towarzyszyć ogólnie niski poziom tego, co nazywać by można cielesną samoświadomością członków społeczeństwa. Jednostki nie pyta

się bowiem o to, jakich doświadcza pragnień cielesnych i co za pośrednictwem swego ciała przeżywa, lecz raczej podpowiada jej się, czego ma chcieć i co ma przeżywać (a przynajmniej udawać, że to przeżywa). W rezultacie relacja między ją a ciałem ulega uprzedmiotowieniu i instrumentalizacji – miejsce „bycia ciałem” zastępuje „posiadanie ciała” (Femiak i Rymarczyk 2012).

W kulturze masowej nie znajdujemy wzorców narracji, które by pozwoliły traktować swoje ciało podmiotowo, tzn. traktować je jako źródło ukrytych sensów, znaczeń i treści. Ciało jest bowiem formowane, podporządkowywane i traktowane jako środek do kreowania tożsamości. Tak pojmowana cielesność oddala się od własnego ja, staje się elementem najbardziej zewnętrznym, bo widocznym w czasie i przestrzeni, a zatem też najłatwiej porównywalnym z innymi. Stwierdzenia te w dużej mierze można także odnieść do całości współczesnej kultury popularnej¹ – w tym do jej najnowszych form rozwijających się w Internecie, co tłumaczy po części fakt, że wciąż pozostają one pod silnym wpływem wzorców rozpo- wszechnianych przez mass media.

CIAŁO W DOŚWIADCZENIU WEWNĘTRZNYM

Shusterman (2008) przeciwstawia się jednak jednostronnej ocenie współczesnej kultury popularnej, głosząc, że spotykamy w niej dwa przeciwstawne nurty. Pierwszy z nich tworzyć mają „somatyczne praktyki przedstawienia” (s. 99), nastawione na kształtowanie cielesnego wizerunku (np. z wykorzystaniem ćwiczeń, kosmetyków czy chirurgii plastycznej) i wiążące się z „reifikującą eksterioryzacją ciała” (s. 101), realizowaną w myśl wytycznych przemysłu reklamowego. Zdaniem amerykańskiego filozofa istnieje

¹ Autorzy opierają się na definicjach kultury masowej i kultury popularnej zaczerpniętych z pracy Golki (2007), według których cechą konstytutywną kultury masowej jest fakt przekazywania jej przez środki masowego przekazu, a cechą konstytutywną kultury popularnej – przystępny i często rozrywkowy charakter składających się na nią treści.

również inny nurt, który we współczesnej kulturze ma nabierać znaczenia, złożony z praktyk egzemplifikowanych – jego zdaniem – przez jogę, a nastawionych na pogłębianie cielesnych doświadczeń. W tym drugim nurcie, określanym przez Shustermana mianem somaestetyki doświadczeniowej, widzi on antidotum na uprzedmiotowienie i alienację niesione przez somatyczne praktyki przedstawienia.

Z tezą Shustermana można się zgodzić, choć wypada poczynić pewne zastrzeżenie. Jak wskazywał bowiem m.in. Bauman (1995), dzisiejsza kultura masowa i popularna wymagają od swych odbiorców nie tylko tego, aby odpowiednio wyglądali, ale także tego, by odpowiednio odczuwali, ponieważ we współczesnych społeczeństwach konsumpcyjnych doświadczanie przyjemności (a w szczególności przyjemności zmysłowych) stało się pewnego rodzaju obowiązkiem, który musimy realizować, jeśli chcemy, by nasze życie – w świetle obowiązujących kulturowych norm – mogło zostać uznane za spełnione. Dlatego – jak opisywał to wspomniany Bauman – członkowie owych społeczeństw, korzystając nieraz z pomocy terapeutów, starają się w odpowiedni sposób manipulować swoimi doznaniem po to, by z doświadczanych sytuacji „wycisnąć” maksimum hedonistycznych zaspokojeń. Takie podejście wobec sfery cielesnych doznań wiąże się niewątpliwie z samouprzedmiotowieniem. Nie stanowi zatem alternatywy wobec „refikującej eksteriorizacji ciała”, z którą spotykamy się w sferze praktyk przedstawienia, lecz raczej jej najnowszą postać. Rzeczywistej alternatywy wobec promowanego przez kulturę masową uprzedmiotowienia i instrumentalizacji cielesności można się dopatrywać jedynie w takich formach somaestetyki doświadczeniowej, które nie są związane z przymuszaniem jednostki do określonych doświadczeń, ale z jej zachęcaniem do wsłuchiwania się we własne doznania, do zdobywania wiedzy o samej sobie i własnych, spontanicznie rozwijających się i doświadczanych przeżyciach (Rymarczyk i Femiak 2013).

Obraz swojego ciała jest ważnym elementem w kreacji tożsamości jednostki, wizji siebie samego. Ponadto sposób, w jaki myślimy, a w konsekwencji mówimy o swoim ciele, ma

wpływ na to, ile rozumiemy z odczuć i treści, które w cielesności się pojawiają. Narracja zewnętrzna narzuca pojęcia, schematy myślenia, które stosujemy także w narracji wewnętrznej. Proces narracji wewnętrznej nie jest wrodzony, wymaga uczenia się i rozwoju, jest nabyty (Trzebiński 2002). Warto zatem tak go formować, aby rozwijał indywidualność człowieka, a nie ją unifikował i dostosowywał do komercyjnych mechanizmów globalnego rynku. Narracja wewnętrzna jest kształtowana w procesie wychowawczym w relacjach rodzicielskich i pedagogicznych, w których zachodzi proces samorozumienia własnych reakcji, obserwowania ich i nadawania im znaczenia. Może być ona remedium na narrację o naszym ciele narzucaną przez media masowe.

Wewnętrzna narracja staje się źródłem budującej tożsamości pamięci jednostkowej jedynie wtedy, gdy jest skupiona wokół odkrywania i nazywania własnych odczuć i emocji, a nie przeżyć oraz stanów zewnętrznych – niejako imputowanych jednostce w masowym przekazie. Wewnętrzna narracja może wyłonić się w procesie interakcji między dzieckiem a społecznymi partnerami, głównie rodzicami, pod warunkiem że będą oni opowiadać dziecku o swoich doświadczeniach i odczuciach, o jego doświadczeniach z przeszłości i o doświadczeniach innych. Słuchanie narracji pomaga dziecku nazwać swoje przeżycia i połączyć ową nazwę z własnym stanem wewnętrznym (Nelson 2007). Pomaga tym samym dostrzegać swoje ciało jako źródło odczuć wewnętrznych, treści, w których jest sens i wartość, wymagające odkrycia i nazwania.

Umiejętność oddzielania własnych doświadczeń od doświadczeń innych, zdaniem Nelson, tworzy się podczas słuchania narracji o nich i uczenia się pojęć, które je opisują. Nelson językowi przyznaje szczególną poznawczą funkcję – z jednej strony reprezentuje on świat wewnętrzny innych, a z drugiej otwiera na rozumienie i świadome doświadczanie swoich przeżyć (Nelson 2007). Należy podkreślić, że dzieci do wieku szkolnego nie odróżniają w pamięci swoich własnych przeżyć od przeżyć, które zostały im opowiedziane jako doświadczenia innych osób (Nelson 2007).

Doświadczenie dziecka zmienia się, kiedy używany język staje się rozumiany, jako opisujący różne osobiste stany konkretnych podmiotów w czasie. To dzięki opowiadaniom o doświadczeniach wewnętrznych, przeżyciach i odczuciach dziecko uświadamia sobie różnicę między umysłem, swoim stanem a pamięcią stanów innych ludzi, między intencjami swoimi a intencjami innych ludzi. Dzięki tym dialogowym, werbalnym doświadczeniom dzieci zaczynają zmierzać w kierunku poszerzenia swojej świadomości, która bierze pod uwagę motywacje, cele, emocje i która uwzględnia różnice między własnym doświadczeniem a doświadczeniem innych.

Wydaje się, że owo rozróżnienie jest wynikiem porównywania swoich doświadczeń z opisami doświadczeń innych, a u jego podstaw leży zadane świadomie pytanie: „Co ja czuję?”. Zdefiniowanie własnych odczuć, poglądów i emocji pozwala na reprezentowanie w swoim własnym umyśle poglądów innych i utrzymywanie ich jako odmiennych od własnych poglądów i doświadczeń (Nelson 2007). Narracja między dzieckiem a rodzicami wymaga od rodziców umiejętności obserwowania i nazywania własnych uczuć, wymaga także milczenia, czasu, które przejawia się w słuchaniu dziecka. Uwaga skupiona na dziecku zachęca je do skupienia uwagi na sobie, na uczeniu się wewnętrznej koncentracji, obserwacji własnego ciała i jego odczuć oraz ich nazywania. Aby w życiu dorosłym człowiek mógł przyjmować perspektywy postrzegania i odczuwania świata innych osób, najpierw musi się nauczyć obserwacji siebie i rozumienia ze swojego własnego punktu widzenia.

W narracyjnej koncepcji świadomości człowieka odnajdujemy założenie o istnieniu prywatnej, osobistej, fenomenalnej „realności” doświadczenia. Budowanie własnego subiektywnego, a jednak realnego doświadczenia pozwala na łączenie w całość różnych doświadczeń, porównywanie ich, nadawanie im sensu. Droga przez własne doświadczenie wymaga czasu na wysłuchanie dziecka i na własną odpowiedź. Droga ta ze swej definicji nie może być samotna – wymaga drugiego człowieka i jego uwagi.

WNIOSKI

Współczesna kultura masowa, stawiając ciało w centrum uwagi, kładzie nacisk na związane z jego posiadaniem doznania hedonistyczne. Komercyjny charakter wspomnianej kultury sprawia jednak, że lansowany przez nią hedonizm ma mieć ściśle ukierunkowany charakter. Polegać ma zatem nie tyle na rozwijaniu indywidualnych pragnień, ile na wypełnianiu konsumpcyjnych zaleceń, za co nagrodą, oprócz zmysłowych przyjemności, ma być społeczne uznanie, podziw i zazdrość wynikające z podążania przez jednostkę za obowiązującymi modami. Stąd komunikaty kultury masowej mają zasadniczo jednostronny charakter i przybierają formę instrukcji dotyczących tego, co powinniśmy z ciałem robić i jakie doznania cielesne powinniśmy odczuwać. Taki model kultury wymaga od jej odbiorców przedmiotowo-manipulatorskiego stosunku wobec własnej cielesności. Ciało traktowane jest nie jako coś, czym się jest, lecz jako coś, co się ma – jako narzędzie służące do wykonywania społecznie zalecanych działań i jako przedmiot obróbki zgodnej ze społecznie obowiązującymi procedurami. Mamy tu poniekąd do czynienia z przenoszeniem ekonomicznie motywowanej instrumentalizacji cielesności, która rozwinięta się w sferze nowoczesnej pracy, w dziedzinę ponowoczesnego – czy też późnonowoczesnego – *leisure*, gdzie ciało występuje w roli nie tyle narzędzia pracy, ile narzędzia konsumpcji. W efekcie osoby pozostające pod wpływem medialnych przekazów nie myślą o tym, w jakie formy aktywności cielesnej chciałyby się zaangażować, ale raczej o tym, jakie – w imię sprostania wymogom mody – powinny podjąć. Nie zastanawiają się nad tym, co mogłyby i chciały przez swój cielesny wizerunek wyrazić, ale raczej nad tym, jaki wygląd pozwoli im zdobyć popularność w otoczeniu społecznym. Konformistyczni konsumenci kultury masowej, co może najważniejsze, nie zaprzatają sobie uwagi tym, co sami z siebie skłonni są odczuwać, ale raczej starają się odczuwać to, czego oczekują od nich autorzy medialnych przekazów. Nie tworzą własnych opowieści o ciele, lecz odgrywiają podsunięte z zewnątrz scenariusze.

Niestety ten model narracji nie tylko dociera do świadomości jednostek, wypełnia także nasze dialogi, poradnictwo. Pocho-
dzące z niej nakazy oraz zakazy obecne są i w rodzinach, i w szkole. Kultura masowa przenika do naszego życia, dlatego coraz trudniej współczesnemu człowiekowi odpowiedzieć na pytanie: „Co czuję? Co sprawia mi przyjemność? Co sprawia mi radość?”. W poszukiwaniu odpowiedzi próbuje sportów ekstremalnych, różnorodnych doświadczeń erotycznych, używek. Zdefiniowanie siebie jako tego, który odczuwa radość i przyjemność, odbywa się na zasadzie „przymierzania” poszczególnych koncepcji, a nie budowania wrażliwości na siebie.

Społeczną gotowość do podporządkowania się tworzonej przez kulturę masową narracji o ciele tłumaczyć można po części faktem, że stanowiąca dla niej alternatywę narracja wewnętrzna czyni nas bardziej czułymi nie tylko na to, co przyjemne, ale i na to, co nieprzyjemne. Kultura masowa natomiast chroni nas przed cierpieniem wynikającym z wrażliwości na siebie i innych. Nasuwa się jednak pytanie: Za jaką dokonuje się to cenę? Jest nią zazwyczaj indywidualizacja, dojrzałość, poczucie własnej tożsamości – kategorie opisujące w człowieku to, co go odróżnia od innych, jego świat wewnętrzny, specyficzny i niepowtarzalny sposób doświadczania siebie i własnej cielesności. Zadaniem wychowawców i terapeutów we współczesnym świecie jest zatem uświadamianie istnienia tego, w dużej mierze utraczonego, wewnętrznego wymiaru i przywracanie nań wrażliwości, co owocować może uzyskaniem przez jednostki wewnętrznej autonomii i odporności na zalecenia konsumpcyjnej kultury masowej.

Praca wpłynęła do Redakcji: 26.11.2014
Praca została przyjęta do druku: 13.02.2015

Adres do korespondencji:

Piotr Rymarczyk

Katedra Nauk Społecznych

Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego

ul. Marymoncka 34

00-968 Warszawa 45

email: prymarczyk@o2.pl

BIBLIOGRAFIA

- Alasuutari P. (1995) *Researching Culture. Qualitative Method and Cultural Studies*, Sage, London.
- Bauman Z. (1995) *Ciało i przemoc w obliczu nowoczesności*, UMK, Toruń.
- Bell D. (1994) *Kulturowe sprzeczności kapitalizmu*, PWN, Warszawa.
- Femiak J., Rymarczyk P. (2012) *Cielesność w kulturze masowej i w doświadczeniu wewnętrznym*, *Fizjoterapia*, 20 (2), 81–87.
- Golka M. (2007) *Kultura masowa*, Scholar, Warszawa.
- Lyotard J.-F. (1988) *Pożądanie zwane Marks*, *Colloquia Communia*, 1–3, 391–414.
- Melosik Z. (2006) *Kryzys męskości w kulturze współczesnej*, Impuls, Kraków.
- Nelson K. (2007) *Young Minds in Social Worlds*, Harvard University Press, Harvard.
- Ryan M.-L. (2004) *Introduction*, [w:] Ryan M.-L. (red.), *Narrative across Media. The Language of Storytelling*, University of Nebraska Press, Lincoln, 1–40.
- Rymarczyk P. (2014) *Między spontanicznością a konformizmem. Ciało w wybranych magazynach poświęconych stylowi życia*, AWF, Warszawa.
- Rymarczyk P., Femiak J. (2013) *A Discourse of Other-Directedness in Lifestyle Magazines in the Light of Bauman's Metaphors of Post-modern Identity*, [w:] Kosiewicz J., Obodyński K. (red.), *Social Sciences of Sport. Assumptions and Perspectives*, UR-AWF, Rzeszów–Warszawa, 121–129.
- Shusterman R. (2008) *Świadomość ciała. Dociekania z zakresu somaestetyki*, Universitas, Kraków.
- Trzebiński J. (2002) *Autonarracje nadają kształt życiu człowieka*, [w:] Trzebiński J. (red.), *Narracja jako sposób rozumienia świata*, GWP, Gdańsk, 43–80.