

# Polska społeczność nieheteronormatywna

Raport z badań  
Stowarzyszenia Miłość Nie Wyklucza

MAŁŻEŃSTWA  
DLA WSZYSTKICH



miłość  
nie wyklucza  
STOWARZYSZENIE



Projekt Równość małżeńska dla wszystkich jest realizowany w ramach programu Obywatele dla Demokracji, finansowanego z Funduszy EOG.

# Spis treści

Informacje o badaniu 2

## Wnioski

Społeczność LGBTQIA – czy jest i czym jest? 5

Przynależność „automatyczna” 5

Grupa wsparcia – przynależność ze względu na wspólne problemy 6

Aktywna przynależność 8

Formy aktywnej przynależności 10

Społeczność LGBTQIA – jeśli już jest, to jaka? 12

Wymiar pierwszy: Podstawowe zasady i wartości 14

Wymiar drugi: Relacje 15

Wymiar trzeci: Kultura i styl życia 17

Kwestia „dumy” 17

Komunikacja 19

Podsumowanie i rekomendacje 23



# Informacje o badaniu

Celem badania było znalezienie platformy komunikacyjnej właściwej dla członków i członkiń społeczności LGBTQIA<sup>1</sup>, która umożliwi sformułowanie adekwatnego komunikatu, zachęcającego do otwartego wyrażania przynależności do społeczności oraz do angażowania się w działania związane z nią organizacji.

Badanie miało więc za zadanie **odkrycie wspólnych wartości i innych czynników spajających badaną grupę osób**. Poszukiwano elementów, do których będzie się można odwołać i które mają pozytywny wydźwięk. Częścią badania było także wyszukanie w codziennym doświadczeniu szczególnie budujących wydarzeń, doświadczeń, odczuć i potrzeb charakterystycznych dla badanej społeczności.

Analizowano również **przykładowe kampanie organizacji LGBTQIA** pod kątem ich adekwatności, czyli dopasowania do potrzeb członków społeczności.

Badanie miało charakter jakościowy i zostało przeprowadzone za pomocą metody **zogniskowanych dyskusji grupowych (FGD) oraz wywiadów indywidualnych**. Taka konstrukcja badania pozwoliła nam na zebranie bardziej zróżnicowanych

informacji przekazywanych na publicznym forum grupy dyskusyjnej oraz większą koncentrację na indywidualnym punkcie widzenia i bardziej pogłębioną rozmowę indywidualną w czasie wywiadu. Metody te łącznie dały nam także możliwość zaproponowania zróżnicowanego przebiegu rozmowy i wykorzystania różnych technik – w czasie dyskusji grupowej zastosowano metodę projekcyjną, która zakłada rodzaj burzy mózgów, natomiast w czasie wywiadu skupiono się bardziej na przywołaniu indywidualnych doświadczeń.

Badanie odbyło się w grudniu 2015 r. Przeprowadzono 4 dyskusje grupowe liczące od 4 do 12 osób każda i 2 wywiady indywidualne – razem w ramach badania przeprowadzone zostały rozmowy z udziałem 34 osób. Wzięli w nich udział respondenci mieszkający w Warszawie, Poznaniu i Katowicach. Wszyscy byli członkami społeczności LGBTQIA. W badaniu udział wzięły osoby reprezentujące następujące orientacje psychoseksualne i tożsamości płciowe: lesbijki, geje, osoby biseksualne oraz osoby niebinarne płciowo. Respondenci podzieleni zostali na trzy grupy:

- Osoby LGBTQIA, które nie działają jako aktywiści LGBTQIA (a zatem

<sup>1</sup> W raporcie na określenie społeczności nieheteronormatywnej używamy określenia „LGBTQIA”. Oznacza on społeczność lesbijek (L), gejów (G), osób biseksualnych (B), osób transeksualnych (T), osób queer (Q), osób interseksualnych (I) oraz osób aseksualnych (A). W przyjętym tutaj rozumieniu litera „A” może również obejmować heteronormatywnych sojuszników społeczności (Allies). LGBTQIA, to jedna z szerszych form skrótu „LGB”, lub „LGBT” używanego w tym kontekście od lat osiemdziesiątych. Stosujemy ją kierując się wytycznymi Forum Organizacji LGBTQIA.

przedstawiciele i przedstawicielki badanej społeczności)

- Osoby tworzące rodziny LGBTQIA – rodziny zostały na potrzeby badania zdefiniowane jako związki wychowujące dzieci oraz pary zamieszkujące razem i pozostające w wieloletnich związkach
- Osoby działające w organizacjach LGBTQIA

Osoby badane z ostatniej z powyższych grup rekrutowane były spośród działaczek i działaczy organizacji uczestniczących w Forum LGBTQIA. Do pozostałych grup osoby rekrutowano wśród odbiorców działań tych organizacji – spośród osób uczestniczących w eventach tych organizacji oraz poprzez ogłoszenia zamieszczone na stronach internetowych organizacji LGBTQIA i na Facebooku.

Tak zaplanowane badanie jakościowe nie pozwala na wyciąganie wniosków o wartości statystycznej. Daje jednak wgląd w opinie, motywacje i podejście do życia grupy reprezentowanej przez respondentów i respondentki. Ponadto zastosowanie metody projekcyjnej pozwoliło na przeniesienie rozmowy z planu indywidualnego i racjonalnego, na wspólną płaszczyznę symboliczną. Warto jednak zaznaczyć, że badaniu nie byli reprezentowani członkowie i członkinie społeczności, którzy nie przyznają się otwarcie przez swoim otoczeniem, czy nawet sami przed sobą, do nieheteronormatywności. Jeśli raport z badania

zawiera jakieś odniesienia do tej grupy, to są one de facto opiniami uczestników badania i odnoszą się do ich doświadczeń. Podobnie wnioski dotyczące całej społeczności LGBTQIA oparte są na opiniach osób badanych. Badanie stanowiło więc pogłębienie wiedzy o postawach i przekonaniach osób świadomych swojej nieheteronormatywności, osób uczestniczących w działaniach organizacji LGBTQIA lub będących odbiorcami informacji od takich organizacji.

# Wnioski

# Społeczność LGBTQIA – czy jest i czym jest?

Jednym z celów badania było sprawdzenie jakie wartości, doświadczenia, podejście do życia spaja społeczność LGBTQIA. Dyskusję rozpoczynamy więc od zagadnienia podstawowego: **Czy istnieje społeczność, dla której poszukujemy wspólnych elementów? Na tak postawione pytanie badani udzielali bardzo różnorodnych odpowiedzi.**

*Istnieją wyspowe wspólnoty, ale poza nimi społeczności nie ma, nie ma nic całkowicie wspólnego.*

*Społeczność nie jest kwestią przymusu i tworzy ją tylko niewielka część osób LGBT. Jest tam, gdzie ludzie ją czują, to nie jak narodowość.*

*Łączą nas wspólne działania, eventy i wspólnota interesów – na przykład kwestia związków małżeńskich.*

Niektóre osoby deklarowały całkowite przekonanie o tym, że społeczność istnieje. Wiele osób jednak powątpiewało, wskazywało na ograniczenia społeczności lub wprost zaprzeczało twierdząc, że nie ma w Polsce społeczności LGBTQIA. Społeczność LGBTQIA jest więc nie tyle obiektywnie istniejącym tworem, który dla każdego jej członka wygląda tak samo, ile raczej subiektywnie odbieraną grupą, która postrzegana jest na bardzo różne sposoby. Istnieje w oglądzie zewnętrznym – okiem większości widać grupę „innych”. Znacznie bardziej złożone jest jej postrzeganie przez osoby należące do społeczności.

Pogłębienie tematu pozwoliło nam na odnalezienie sytuacji, w których większość osób badanych dostrzega istnienie społeczności oraz wspólnych sposobów odczuwania przynależności do niej.

## **Przynależność „automatyczna”**

Przynależność „automatyczna” polega na tym, że osoby nieheteronormatywne<sup>2</sup> przynależą do społeczności LGBTQIA niejako z definicji. Nie wymaga to ich świadomego wyboru ani działania. Przynależność ta jest **nieintencjonalna**. Przynależność automatyczna najbardziej odpowiada temu, jak społeczeństwo postrzega kwestię przynależności do społeczności LGBTQIA. Jednak co ciekawe, osoby badane również podobnie odczuwały swój związek ze społecznością. Niektóre doświadczenia budziły w nich przekonanie, że przynależą do niej automatycznie, niezależnie od własnych wyborów. Były to przede wszystkim wydarzenia o charakterze opresyjnym.

*Na co dzień nie czuję się tak bardzo związana z tym ciągiem liter [LGBTQIA]. Ale gdy coś się dzieje, np. gdy jakiś nastolatek popełnia samobójstwo, natychmiast włącza mi się empatia.*

Mówimy tu więc o poczuciu przynależności do określonej grupy, w której związki między należącymi do niej osobami wynikają wyłącznie **ze wspólnej odmienności wobec reszty społeczeństwa** i w pewnym zakresie, także z podobnych doświadczeń.

<sup>2</sup> Osoby nieheteronormatywne to osoby o innej orientacji psychoseksualnej niż najczęściej występująca wśród ludzi heteroseksualność lub o innej tożsamości płciowej niż najczęstsze, zgodne z płcią biologiczną męskość i kobiecość.





## Społeczność LGBTQIA – czy jest i czym jest?

Są to przede wszystkim **doświadczenia negatywne**, związane z dyskryminacją i nierównymi prawami. Tak rozumianą grupę konstituuje więc cały szereg zdarzeń o raczej negatywnym znaku emocjonalnym.

W tym miejscu warto podkreślić, że w badaniu wzięły udział osoby, rekrutowane w ramach selekcji pozytywnej – otrzymały zaproszenie i wyraziły zgodę na udział w spotkaniu. W efekcie wszyscy respondenci należeli do grupy osób wyoutowanych, a w badaniu nie był bezpośrednio słyszalny głos osób ukrywających swoją orientację lub tożsamość psychoseksualną, czy osób niepewnych swojej orientacji i tożsamości. Doświadczenia takich osób z pewnością mogłyby poszerzyć lub zmodyfikować rozumienie przynależności „automatycznej”. Jednak w wypowiedziach osób badanych płaszczyzna nieintencjonalna była wyraźnie obecna i dlatego na ich podstawie wyciągamy wnioski.

Badanie wyraźnie wskazuje, że na takim poczuciu związku z grupą bardzo trudno jest budować tożsamość pozytywną. Ani skojarzenia z opresją i doświadczeniami negatywnymi, ani poczucie braku wpływu na przynależność nie stanowią dobrej do tego podstawy.

### **Grupa wsparcia – przynależność ze względu na wspólne problemy**

Druga, bardziej zaawansowana płaszczyzna, na której osoby badane utożsamiały się ze społecznością LGBTQIA polega na tym, że dostrzegały one wspólnotę interesów osób nieheteronormatywnych i **budowały swoje poczucie związku zgrupą na tym, co łączy**. Przynależność

taka opiera się na konstatacji, że choć osoby nieheteronormatywne są bardzo różne, to mają **podobne doświadczenia, podobne problemy** i dzięki temu mogą wzajemnie dawać sobie wsparcie. Osoby odczuwające przynależność do społeczności LGBTQIA w ten sposób nie dystansują się wobec grupy, ale też nie angażują się aktywnie w działania na jej rzecz. Czerpią z niej i dają coś z siebie raczej na planie indywidualnym, np. w codziennych relacjach ze znajomymi. **Grupa wsparcia** jest dobrym określeniem funkcji, jaką buduje poczucie przynależności do społeczności w tym znaczeniu.

Ten sposób odczuwania przynależności dotyczy wielu i ma potencjał bardzo silnego, pozytywnego oddziaływania na życie pojedynczych osób. Z punktu widzenia budowania społeczności LGBTQIA wiąże się ona jednak z pewnym problemem. Osoby LGBTQIA poszukując grupy wsparcia nie tyle identyfikują się z całością społeczności, ile szukają niewielkiej podgrupy, jak najbliższej sobie. Trend ten, zdecydowanie pozytywny oraz wzmacniający dla jednostek, nie wpływa na budowanie całej społeczności. Skutkuje stworzeniem niezliczonej ilości małych środowisk, z których każde daje wsparcie małej grupie osób przynależnych.

Z punktu widzenia organizacji LGBTQIA istnieje rzeczywista potrzeba wskazania pozytywnych wartości, pozytywnej platformy, która może mieć siłę jednoczącą całą społeczność. Obecne działania, takie jak dodawanie do skrótowca „LGBTQIA” kolejnych liter, zwracające uwagę na różnorodność, w powiązaniu z coraz większą koncentracją na indywidualnym punkcie widzenia,

*[Czy istnieje społeczność LGBTQIA?]  
Jestem pewny, że jest.  
Ale nie każdy do niej należy. Jedni myślą tak o sobie, a inni wszystko robią, żeby tak o sobie nie myśleć.*

*Jesteśmy odbierani jako całość i w ten sposób kategoryzowani przez osoby zewnątrz, atakujące nas.*



## Spółeczność LGBTQIA – czy jest i czym jest?

charakterystyczną dla naszego społeczeństwa w ogóle, powodują że **wąska indywidualna perspektywa coraz bardziej przyćmiewa to, co wspólne dla wszystkich i co ma siłę integrującą**. Bardzo dobry przykład takiego podejścia przytoczyła jedna z badanych osób: *Ja lubię wspólnotowość, staram się dołączać do organizacji odkąd jestem wyautowany, chodzę na gejowskiego badmintonu, lubię grupę Jesteśmy dla rodziców. Ale nie ma grupy ojców gejów. Jesteśmy jest grupą dziewczyn*. Poszukiwał grupy w niemal 100% odpowiadającej jego sytuacji. Zachowanie takie jest naturalne z punktu widzenia poszukiwania zrozumienia i dzielenia się unikalnymi doświadczeniami. Nie daje jednak szerszych możliwości budowania poczucia wspólnoty wszystkich osób LGBTQIA. **Grupa wsparcia nie powinna więc być jedyną platformą, na której powstaje poczucie przynależności do społeczności**. Wymaga uzupełnienia o formy, które będą budowały poczucie wspólnoty z całą tęczą społeczną.

*Ja nie czułem nigdy takiej potrzeby, żeby walczyć, stawiać się w roli przedstawiciela społeczności. Ale cieszą mnie inicjatywy społeczne dążące do walki z homofobią szczególnie w szkole. Mają serce, działają, dobrze się czuję z tym, że takie działania są podejmowane.*

*Wspólnota doświadczeń daje nam większą empatię wobec siebie – ale to nie społeczność, a moi przyjaciele geje i lesbijki.*

*Obecność na festiwalu tęczy rodzin w Gdańsku to jedna z nielicznych sytuacji, kiedy czuję, że nie muszę tłumaczyć, kim jestem. To niezwykłe w tym kraju. Zazwyczaj trzeba się tłumaczyć, opowiadać, wyjaśniać. To doświadczenie wzmacniające dla mnie i jeszcze bardziej dla córki.*

*Kiedyś tego nie doceniałem, teraz widzę, że możliwość porozmawiania o problemach w związku z innymi gejami wiąże się ze zrozumieniem na głębszym poziomie. Społeczność może być platformą do wymiany doświadczeń.*

*Nie czujemy się osamotnieni. Nawet gdy nie mamy społeczności kontaktu wiemy, że istnieją osoby, które czują to samo co ja. Można się z nimi spotkać.*





## Społeczność LGBTQIA – czy jest i czym jest?

### Aktywna przynależność

Najbardziej zaangażowaną formą poczucia przynależności odczuwaną przez osoby badane była **przynależność związana z aktywnym podejściem**, potrzebą działania i zmiany. Przynależność taka łączy w sobie brak zgody na negatywny kontekst automatycznego poczucia przynależności i na dominację indywidualnej optyki, wynikające z przynależności w formie grupy wsparcia. Spojrzenie z tego punktu widzenia jest charakterystyczne dla osób, które w życiu w ogóle mają potrzebę angażowania się. Duża część osób badanych z grupy członków i członkiń organizacji LGBTQIA, zanim zaangażowała się w działania na rzecz społeczności, aktywnie udzielała się w innych środowiskach – działali w harcerstwie, samorządach szkolnych czy organizacjach trzeciego sektora. Aktywne działanie na rzecz społeczności często wiąże się z **potrzebą działania zorientowanego na zmianę**, dążenia do równości i sprawiedliwości, troszczenie się o sprawy ważne dla członków grupy, o poprawę jakości ich – i własnego – codziennego życia. Działania wynikające z tej właśnie motywacji często są elementem wsparcia, jakie otrzymują mniej aktywni członkowie grupy. Drugim istotnym motywem tej formy poczucia przynależności jest **przyjemność współpracy** z ludźmi zaangażowanymi i **poczucie działania we wspólnej, ważnej sprawie**. Aspekt ten jest dla wielu aktywnych członków społeczności atrakcyjny, „wciągający” i zwiększa ich zaangażowanie.

Aktywna przynależność opiera się na dostrzeżeniu interesów wspólnych dla całej społeczności LGBTQIA i wartości

działania na rzecz wspólnej sprawy.

U wielu wiązało się to także z poczuciem, że korzystają ze **zdobyczy wywalczonych** wcześniej przez inne osoby ze społeczności. Świadomość ta towarzyszyła dużej części aktywnie zaangażowanych osób badanych, choć nie tylko im. Osoby badane wspominały (przede wszystkim w kontekście kampanii społecznych), że wiedzą, że czerpią korzyści z dotychczasowych działań społeczności i zmian spowodowanych tymi działaniami. Na przestrzeni lat respondenci zauważają, jak rośnie świadomość społeczna i otwartość społeczeństwa na mniejszość nieheteronormatywną. Choć zmiany te wciąż nie są wystarczające, to dla osób badanych oznaczają zauważalną poprawę.

Warto podkreślić, że w badaniu spotkać można było także osoby aktywne, które jednak nie angażowały się bezpośrednio w sprawy społeczności LGBTQIA. Działały w obszarze, który był zgodny z ich zainteresowaniami i pasją, i który podział na grupy wyznaczał według zupełnie innych kryteriów i granic. Były to na przykład działania na rzecz praw człowieka, praw obywatelskich lub w obszarze kultury. Choć społeczność LGBTQIA nie jest głównym odbiorcą ich działań, to osoby takie często uwzględniają w swoich działaniach również interesy społeczności, czasem działając na jej rzecz niejako przy okazji.

W tym kontekście bardzo ciekawa jest jeszcze jedna kategoria działań osób aktywnych – **działania na styku**. Założeniem tych działań jest **włączenie społeczności wszersze spektrum działań społecznych**. Działania te nie dążą do osiągnięcia celów ważnych dla osób z grupy LGBTQIA, ale stawiających przed sobą

*Korzystam z osiągnięć społeczności – np. z tego, że kampanie społeczne takie jak „Niech nas zobaczą” zwiększyły świadomość społeczną.*



## Społeczność LGBTQIA – czy jest i czym jest?

zadania istotne także dla innych społeczności. Dobrym przykładem może być manifestacja w obronie demokracji zorganizowana w Poznaniu przez Komitet Obrony Demokracji, do której postanowiła się przyłączyć Grupa Stonewall jako przedstawiciel społeczności LGBTQIA. Ta kategoria działań zakłada **dążenie do integracji wewnętrznej** (w społeczności) i **zewewnętrznej** (poza nią) poprzez współpracę z innymi organizacjami pozarządowymi w sprawach dotyczących społeczności LGBTQIA, ale nie tylko niej. W tym sensie społeczność może być aktywnym aktorem w różnych ważnych społecznych tematach – od demokracji przez stosunek wobec uchodźców po kwestie ekologiczne.

*Narósł we mnie bunt i zacząłem szukać organizacji LGBTQ.*

*Poczułem wewnętrzną złość na bierność środowiska i przyjmowania przez nie roli obserwatorów, krytyków i recenzentów, zamiast wziąć los w swoje ręce. Zawsze miałam głębokie poczucie niesprawiedliwości, że niektórym odmawia się szczęścia.*

*W różne organizacje i akcje (nie tylko LGBT) angażowałam się od zawsze. Temat LGBT jest mi bliski, więc szukałam tym razem zaangażowania w pracę związaną z moją tożsamością.*

*Chciałbym zaangażować też ludzi z zewnątrz społeczności LGBTQIA, czyli mieszkańców tego miasta, bo teraz przekonujemy przekonanych, czyli środowisko LGBTQIA, a trzeba z tym wyjść na zewnątrz. Dlatego pomagamy innym organizacjom nie tylko LGBTQIA w ich działaniach.*

*Najpierw postanowiłem wyemigrować gdzieś, gdzie jest lepiej. Gdy nie wyszło, wróciłem i zobaczyłem, że ktoś w Polsce coś stara się zorganizować – przyłączyłem się i zacząłem działać, by stworzyć lepszą rzeczywistość tu.*

*Robiąc coś dla tej społeczności i jej kultury robię coś dla siebie.*



## Społeczność LGBTQIA – czy jest i czym jest?

### Formy aktywnej przynależności

Przynależność do społeczności jest kwestią subiektywną. Opiera się na wewnętrznych odczuciach i samookreśleniu. W przypadku aktywnej przynależności badani często wspominali o korzyściach płynących z zaangażowania w działania na rzecz społeczności LGBTQIA. Równie często mówili też o ciężącym poczuciu obowiązku wobec innych osób LGBTQIA w Polsce. Takie odczucia intuicyjnie kojarzone są z aktywistami, jednak nie tylko oni przynależeli do społeczności LGBTQIA „aktywnie” i deklarowali tego typu emocje. Osoby badane opisywały bardzo różne formy, w jakich realizują aktywną przynależność. Aktywność na rzecz społeczności obejmowała następujące działania;

- Badani i badane dają (i czerpią) wsparcie, poszukują wzmocnienia i dzielą się doświadczeniami z osobami potrzebującymi porady, wzorca postępowania. Jest to **mieszanka wzajemnego dawania i otrzymywania, która czasem porusza głębszy poziom wartości**. Działania tego typu są podobne do przynależności określonej wcześniej jako grupa wsparcia. Różni je jednak motywacja osób aktywnie zaangażowanych. Koncentrują się one przede wszystkim na tym, by wspomóc innych. Ponadto działania realizowane są często w sposób przynajmniej częściowo zorganizowany. Są też bardziej otwarte na przyłączanie się nowych uczestników lub nowych odbiorców.
- Gdy osoby badane **angażują się w działania na rzecz całej grupy** może to przybierać formę **inicjowania działań, organizacji wydarzeń**, akcji i eventów. Adresem tego typu działań może być całe społeczeństwo (gdy celem jest zmiana postaw, wzrost tolerancji, walka z przemocą). Często też są to działania **integrujące i aktywizujące społeczność** – stymulujące **współpracę, wzajemną pomoc** i budujące poczucie wewnętrznej **solidarności**.
- Często jednak członkowie i członkinie społeczności nie tworzą i nie organizują działań, ale angażują się przez samo uczestnictwo w takich działaniach. **Wzmacniają ruch LGBTQIA swoją obecnością** podczas eventów. Taka forma, choć wymaga mniejszej ilości wysiłku niż

*Stworzyliśmy grupę tęczowych rodzin. Nie jesteśmy aktywistkami – dajemy sobie wsparcie. Kiedyś trzeba było tego nam, teraz trzeba tego innym i naszym dzieciakom. To dużo daje przede wszystkim świeżym rodzicom.*

*Dzięki przynależności do tej społeczności nie mam tolerancji na nietolerancję.*

*Członkiem społeczności czuję się w trakcie wydarzeń organizowanych przez osoby LGBT dla lub o LGBT wszystko jedno, czy przychodzi 10 osób, czy 300.*



## Społeczność LGBTQIA – czy jest i czym jest?

aktywizm, również wiąże się dla badanych z poczuciem aktywnej przynależności i wspieraniem wspólnoty.

- Podobnie ważne okazało się dla osób badanych **zaangażowanie poprzez otwartą, nieskrywaną identyfikację ze społecznością LGBTQIA** w różnych środowiskach. Taka forma aktywnej przynależności związana jest z często przywoływaną przez osoby badane „pracą u podstaw”, czyli **koniecznością działania na małą skalę w bliskim sobie środowisku**, wśród znajomych osób z różnych kręgów. W tym kontekście wielokrotnie wspominany był wynik badania Stowarzyszenia Miłość Nie Wyklucza, wskazujący na wielki wzrost akceptacji równości małżeńskiej u respondentów i respondentek, którzy osobiście znają chociaż jedną osobę należącą do grupy nieheteronormatywnej<sup>3</sup>. W pewnym sensie zatem **każda wyoutowana osoba nieheteronormatywna jest aktywistą**.

*Praca u podstaw – to co daję społeczności, to ciągle outuję się w różnych, nowych środowiskach. Dyskutuję na te tematy z ludźmi. Mówię o tym. To najważniejsza rzecz, jaką robię dla społeczności – by cały czas gdzieś tam o tym mówić. Kiedyś w rozmowie o związkach partnerskich zaczęłam tłumaczyć koledze: popatrz co ty masz, a czego ja nie mam, pomijając zupełnie, czy ja jestem z mężczyzną czy z kobietą. On na to: Nigdy nie myślałem o tym w ten sposób. To przestało być dla niego symboliczne.*

<sup>3</sup> Postawy wobec równości małżeńskiej w Polsce (2015), Stowarzyszenie Miłość Nie Wyklucza.

# Społeczność LGBTQIA – jeśli już jest, to jaka?

W trakcie badania uczestnicy i uczestniczki dyskutowali o tym, jaka jest polska społeczność LGBTQIA. Rozważali, jakie elementy wspólne łączą osoby LGBTQIA w Polsce. Wykorzystywano technikę projekcyjną polegającą na wyobrażeniu sobie funkcjonowania polskiego „państwa LGBTQIA” lub jego przedstawicieli.

W oczach osób badanych polska społeczność LGBTQIA była przede wszystkim **zróżnicowana**. Cechę taką można przypisać wielu społecznościom, jednak w tym wypadku „zróżnicowanie” oznacza również dużą **wrażliwość na równe traktowanie i szacunek dla różnorodności**. Choć, zdaniem osób badanych, niekoniecznie oznacza to pokojowe współistnienie wszystkich podgrup, lub „liter” w LGBTQIA. Nazwa społeczności okazała się w badaniu znacząca. Wskazuje na kilka charakterystycznych cech społeczności.

Społeczność LGBTQIA:

- Składa się z **małych grup**, z których każda ma swoją odmienną tożsamość.
- Jest **wyczulona na równe traktowanie**, uwzględnienie wszystkich podgrup, ale równocześnie nie ma zbudowanej tożsamości wspólnej dla wszystkich – poza oczywistą przynależnością do

*Mi bardzo zależy, żeby te litery [LGBTQIA] się wzmacniały w swoich grupach.*

## Spółeczność LGBTQIA – jeśli już jest, to jaka?

nierówny traktowanej mniejszości (przynależnością automatyczną).

- Z upływem czasu i dochodzeniem do głosu kolejnych podgrup społeczność staje się **coraz mniej wewnętrznie spójna**. Jeśli język jest odzwierciedleniem rzeczywistości, to w tym przypadku nazwa „społeczność LGBTQIA” odzwierciedla **wartość różnorodności** i przekonania, że każda odmienność zasługuje na uwagę. Dla osób badanych to zdecydowanie ważna, pozytywna cecha społeczności, związana z otwartością i równym traktowaniem. Jednak oprócz zalet, charakterystyka ta wiąże się też z zagrożeniem. Jeżeli promocji różnorodności nie towarzyszy wsparcie dla tworzenia elementów wspólnych, to rosnące zróżnicowanie może skutkować osłabieniem społeczności. Dlatego – choć prawie wszystkie osoby badane wysoko ceniły akceptację różnorodności – to wiele z nich wspominało też o **osłabieniu poczucia związku** z grupą, która jest coraz bardziej zróżnicowana wewnętrznie. Respondenci i respondentki otwarcie przyznawali, że miewają kłopoty z zapamiętaniem i rozszyfrowaniem znaczenia wszystkich liter w nazwie. W związku z tym używają swoich własnych skrótów myślowych na określenie społeczności i postulują znalezienie **nowej nazwy, która nie będzie efektem listowania składających się na całość podgrup, tylko wskaże to, co dla nich wspólne**. Używany przez respondentów określeniami były np. „swój”, „moja społeczność”, po prostu „społeczność”, „sympatyczny” na kogoś, kto jest ze środowiska, „społeczność gejojska”, „tęczowi”.
- Dodatkowo włączanie kolejnych grup do nazwy społeczności powoduje, że staje się ona **coraz mniej komunikatywna na zewnątrz i akcentuje coraz bardziej niszowo występujące zjawiska**. Nie chodzi w tym wypadku o kwestię włączania podgrup do społeczności, ale o brak spójnego i zrozumiałego wizerunku społeczności widocznego dla społeczeństwa. Osoby badane same wskazywały na dylemat związany z płynnością granic między różnymi kategoriami i trudnościami z określeniem, jakie kategorie (a zatem również litery skrótu) wyznaczyć w nazwie

*Ważne, żeby nie wykluczać, a nie kogo wpiaszemy [do skrótowca – nazwy społeczności].*

*To ważne, by nie wykluczać tych, którzy chcą być z nami. Jestem skłonny nad tym pracować.*

*Czasem mówię „gejojski”, lub „lesbijski”, ale na myśli mam wszystkich.*

*Skrótowiec jest niewygodny, a za każdym razem gdy go skracam, mam niewygodne poczucie, że ktoś wykluczam.*

*Nie wiemy, czy osoby z tych liter chcą być w naszej społeczności np. czy osoby trans chcą być kojarzone z lesbijkami i gejami.*

*Są w skrótowcu litery nam obce, z których nie znamy nikogo. Te litery jesteśmy gotowi pomijać.*





## Społeczność LGBTQIA – jeśli już jest, to jaka?

społeczności. Wspominały też, że nie potrafią uwzględnić wszystkich w sposób łatwy do zrozumienia dla kogoś, kto nie jest ekspertem w tym obszarze. Z tego powodu akcentowanie coraz większej ilości zróżnicowanych grup powoduje, że cała społeczność może być **postrzegana jako coraz bardziej dziwaczna**. To z kolei **bardzo utrudnia jej rozumienie**, szczególnie grupom zewnętrznym wobec społeczności. Jak już wcześniej wspomniano, problem ten dotyczy także wewnętrznego porozumienia.

Przy całym zróżnicowaniu, różnorodności i podzieleniu, w oczach osób badanych, społeczność LGBTQIA na pewnych wymiarach wykazuje jednak podobieństwa.

### **Wymiar pierwszy: Podstawowe zasady i wartości**

We wcześniejszym badaniu ilościowym Stowarzyszenia Miłość Nie Wyklucza, społeczność LGBTQIA okazała się znacznie słabiej przywiązana do tradycji niż otaczającą ją społeczność i mniej skłonna podporządkowywać się normom społecznym.<sup>4</sup> Jej reprezentanci i reprezentantki przypisywali mniejszą wartość bezpieczeństwu i stabilizacji, byli mniej zachowawczy. Wypowiedzi osób uczestniczących w opisywanym tu badaniu potwierdziły te wnioski i rozszerzyły je, pozwalając na dokładniejsze opisanie wartości wspólnych dla społeczności.

W tym kontekście warto przypomnieć, że charakter badania pozwala na charakterystykę osób uczestniczących w komunikacji społeczności LGBTQIA i odbierających treści przekazywane przez organizacje LGBTQIA. Z poprzednich badań wynika, że istnieją grupy osób LGBTQIA w dużym stopniu wykluczone z tego nurtu komunikacji – są to przede wszystkim osoby mieszkające na wsi, osoby starsze oraz osoby z niższym wykształceniem<sup>5</sup>. Zatem poniższy opis może posłużyć do poszukiwania platformy adekwatnej komunikacji do osób LGBTQIA już biorących udział w życiu badanej części społeczności,

*Są odosobnione frakcje. Cel jest ten sam, ale środki są zupełnie inne. Powinniśmy uzgodnić jeden wspólny front.*

*Inność może nam czasem psuć wizerunek na zewnątrz. Ale rozwiązaniem nie jest ukrywanie jej, a edukacja społeczeństwa, by akceptowało.*

*Same literki są złą nazwą, niezrozumiałą i sprzyjającą pominięciu kogoś przypadkiem. Jest też bardzo oficjalnie i formalnie. Potrzebujemy prostego słowa. Na przykład LGBT+, lub LGBT-XYZ.*

*Podobno istnieje poczucie, że pomijamy osoby aseksualne i demiseksualne... Można wziąć angielski skrót GSD – Gender and Sexual Diversity.*

<sup>4</sup> *Społeczność LGBTQIA w Polsce (2015)* Stowarzyszenie Miłość Nie Wyklucza, [www.mnw.org.pl/badania.html](http://www.mnw.org.pl/badania.html)

<sup>5</sup> *tamże*



## Spoleczność LGBTQIA – jeśli już jest, to jaka?

przynajmniej jako odbiorcy informacji. Może być źródłem przesłanek do wzmacniania w nich poczucia przynależności do społeczności i do zwiększania zaangażowania. Jednak wyciąganie wniosków pozwalających na włączanie do społeczności osób w tej chwili pomijanych, wymaga przeprowadzenia oddzielnego badania tych osób i uzupełnienia opisu o ich perspektywę.

Jak wynika z wypowiedzi osób badanych, wartością wspólną dla całej społeczności LGBTQIA jest **poszanowanie różnorodności, tolerancja**. Takie stwierdzenie nie oznacza oczywiście, że wszyscy członkowie grupy są tolerancyjni, ale wyraźnie akcentuje duże znaczenie tej wartości wśród nich.

Za tolerancją idzie **otwartość**. Społeczność LGBTQIA cechuje ciekawość nowości w bardzo szerokim zakresie, otwartość na inne podejścia. Potencjalnie jest to **grupa innowacyjna**, gotowa wprowadzać zmiany, nie skostniała, dość **odporna na stereotypy**. Ponadto budując swoje życie na różnych płaszczyznach – zawodowej, osobistej, rodzinnej członkowie społeczności nie bardzo mogą się posługiwać gotowymi wzorcami, ponieważ w odniesieniu do nich często takie wzorce nie istnieją. To stymuluje otwartość, **gotowość do eksperymentowania, szukanie nowych sposobów** a przede wszystkim prowadzi do **dokonywania świadomych wyborów**.

Odnaleźliśmy jeszcze jeden ważny wątek – agresję. Społeczność jest na nią szczególnie wyczulona. Jako mniejszość, doświadcza jej często zarówno w wersji pośredniej jak i bezpośredniej. Dlatego świat idealny tworzony przez osoby nieheteronormatywne byłby światem bez przemocy.

### Wymiar drugi: Relacje

Słowem kluczem do tego wymiaru jest **empatia**. Dystans międzyludzki wewnątrz społeczności jest, w pewien sposób, krótszy. Oznacza to między innymi, że nawiązywanie relacji jest łatwiejsze, a przejście z niezobowiązujących pogaduszek do rozmów głębszych i bardziej osobistych jest szybsze. W obszarze emocji i obecnych relacji oznacza

*[Naród LGBTQIA byłby] empatyczny, wrażliwy na krzywdę innych – przyjeżdżali by tam wszyscy dyskryminowani gdzieś indziej niezależnie od tego, ze względu na co ta dyskryminacja [ma miejsce].*

*[Wspólne jest] poszanowanie różnorodności, empatia, wiedza o sobie samych.*

*Nie mamy wzorców, więc musimy wszystko wypracować od nowa. Mamy w pewien sposób łatwiej, bo stereotyp nas nie zniewala.*

*Brak agresji, przemocy – [w państwie LGBTQIA] nikt by nie dostawał w zęby.*



## Spółeczność LGBTQIA – jeśli już jest, to jaka?

to też, że grupa trzyma się razem. Dobrze obrazuje to przykład relacji w związkach jednopłciowych. Zdaniem osób badanych związki te charakteryzują się tym, że dużo się w nich rozmawia, również o rzeczach trudnych dla partnerów, czy partnerek. Wynika to z odmienności – dziecku trzeba objaśniać różnice, które zauważa i które go dotyczą, w rodzinie trzeba ustalać sposób postępowania wobec zewnętrznych ludzi i instytucji. To, co w rodzinie heteronormatywnej toczy się „naturalnie”, zgodnie z odruchowo przyjmowanym standardem, tu wymaga namysłu, podejmowania decyzji i dokonywania wyborów.

Empatia bierze się także z **większej samowiedzy**.

W tym miejscu warto ponownie podkreślić, że w badaniu wzięli udział wyoutowani członkowie społeczności, czyli osoby, które zdają sobie sprawę ze swojej orientacji, akceptują ją i mają za sobą doświadczenie opowiadania o niej innym. Są to więc osoby, które przynajmniej do pewnego stopnia „przepracowały” swoją odmiennosc, a więc skonfrontowały się z własnymi emocjami, pragnieniami, lękami i ograniczeniami. W tym sensie są bardziej świadome siebie niż osoby, które nigdy nie wykonały takiej pracy. **Członkowie społeczności podchodzą do życia z założeniem świadomego układania poszczególnych jego elementów w całość dopasowaną do swoich własnych potrzeb.**

Ponadto zdaniem osób badanych, charakterystyczne dla społeczności są także **silne emocje**. Można podejrzewać, że dyskryminacja i brak tolerancji społecznej przekładają się na wyższy poziom stresu w życiu osób nieheteronormatywnych. To z kolei skutkuje napięciem i większą intensywnością emocji w codziennych konfliktach. Charakterystyczne dla społeczności, zdaniem osób badanych, są burzliwe kłótnie i emocjonalne pogodzenia. To element pasujący do pełnego obrazu – **wewnątrz społeczności nic nie jest obojętne**. Dystans międzyludzki jest mniejszy, emocje silniejsze, a empatia większa. Pokazują to nie tylko zebrane opinie, ale także obraz nakreślony za pomocą metody projekcyjnej.

*Więcej rozmawiamy z dziećmi, by je przygotować na to, co może się wydarzyć. Rozmowa pogłębia kontakt między nami. Rozmowy nasze są osobiste, nie tylko powierzchowne.*

*W mojej rodzinie się nie rozmawiało. My nawet jeżeli się kłócimy, to są emocje, ale zawsze się rozmawia i grzebie do końca. Nie ma rzeczy niedopowiedzianych.*

*W całej społeczności rozmawia się więcej, więcej czasu poświęca się relacjom. Staramy się bardziej, bo mamy trudniej. Nie mamy wzorców, więc musimy wszystko wypracować od nowa i trzeba to negocjować cały czas. Łączy nas wspólne doświadczenie konieczności ułożenia swojego życia na nowo.*



## Społeczność LGBTQIA – jeśli już jest, to jaka?

### Wymiar trzeci: Kultura i styl życia

Wiele wypowiedzi oraz rodzaj zaangażowania członków i członkiń społeczności, którzy wzięli udział w badaniu wskazują na szczególne zainteresowanie sferą kultury i zaangażowanie w działania na jej polu. Wniosek ten może częściowo wynikać z doboru próby, nieuwzględniającego osób badanych mieszkających w małych miastach i na terenach wiejskich. Działania kulturalne społeczności LGBTQIA są organizowane przede wszystkim w dużych miastach – a więc tam właśnie są znacznie bardziej dostępne dla członków i członkiń społeczności. Tam są też bardziej akceptowane społecznie, co ułatwia branie w nich udziału. Ponadto są one bardziej dopasowane do mieszkańców większych miast<sup>6</sup>, a zatem również do osób przez nas badanych.

Dla osób badanych sfera kultury stanowiła istotny wymiar życia społeczności. Może więc nie jest przypadkiem, że w metodzie projekcyjnej (użytej do zidentyfikowania łączących grupę platform) kwestia kultury pojawiała się spontanicznie. Osobowości, które stały się ikonami kultury często były wskazywane jako osoby ważne dla społeczności LGBTQIA. Sfera kultury może być traktowana jako bezpieczna, pozytywna platforma wspólnych doświadczeń. **Kultura ze swojej natury jest otwarta, poszukująca i zapraszająca, a tym samym bardzo dobrze dopasowana do wartości badanej grupy.** Kultura i różne formy wspólnej rozrywki są ważnym elementem życia społeczności, wspólnym dla wielu jej członków i członkiń.

### Kwestia „dumy”

Ten temat został poruszony w nawiązaniu do platformy komunikacyjnej stosowanej w środowisku LGBTQIA w USA. „Gay pride” to pojęcie powszechnie znane respondentom, ale nie wydaje się być konstrukcją dobrze dopasowaną do polskiej społeczności LGBTQIA. Osoby badane sytuują dumę raczej w obszarze różnych osiągnięć swojego życia osobistego i zawodowego, niekoniecznie łącząc ją

*Mamy duży wgląd w siebie i we własne potrzeby – ze względu na brak utartych szlaków, sami musimy każdy związek i każdą ścieżkę życiową wypracować.*

*Ludzie gubią poczucie własnej wartości, zwłaszcza po coming outcie, bo mają trudne doświadczenia za sobą i boją się kolejnych. Trzeba w tym pomagać, budować poczucie wartości.*

*Ja uważam, że nie można być dumnym z bycia gejem, tak samo jak nie można być dumnym z bycia hetero. Można być dumnym, że się coś osiągnęło, że jestem dobrym człowiekiem i pomagam. Mogę być dumnym z organizacji, która fajnie działa.*

<sup>6</sup> Niewidoczne dla społeczności (2012 r.) Fundacja Przestrzeń Kobiet, [https://rownosc.info/media/uploads/niewidoczne\\_dla\\_spolecznosci.pdf](https://rownosc.info/media/uploads/niewidoczne_dla_spolecznosci.pdf), dostęp: 20.12.2015r.

## Społeczność LGBTQIA – jeśli już jest, to jaka?

bezpośrednio z kwestią nieheteronormatywności. Duma jest przywoływana także w kontekście pewnego deficytu – często trudne doświadczenia powodują, że członkowie społeczności tracą nie tylko dumę ale i pewność siebie, więc wzmocnienie w tym obszarze byłoby bardzo przydatne. Wzmocnienie, które jednak trzeba zbudować na czymś innym niż orientacja seksualna.

W tym kontekście warto powrócić do opisanej wcześniej, wspólnej dla społeczności **wartości świadomego wyboru**. Tym, co naprawdę daje respondentom i respondentkom poczucie satysfakcji, tym co mogą określić jako przedmiot swojej dumy jest **układanie życia po swojemu**. Przejawiać się może ono w niezgodzie na pracę, która nie odpowiada, ułożeniu relacji partnerskiej na zasadach, które odpowiadają obu stronom, lub ogólnym **poczuciu, że to co osoby badane osiągnęły zawdzięczają sobie**: swojemu wysiłkowi, determinacji, konsekwencji.

Z jednej strony społeczność jest więc **różnorodna i niejednorodna**. Istnieje w niej do pewnego stopnia **wewnętrzna hierarchia**, niektórzy mówią wręcz o **dyskryminacji** – są grupy („literary”) silniejsze i słabsze. Podobnie jak w społeczności heteroseksualnej, tak i tutaj akceptacja dla odmienności rośnie wraz z poznaniem przynajmniej jednej osoby, która ją reprezentuje: gejów i lesbijki znają wszyscy, im dalej rozwijamy skrót, tym więcej odkrywamy „bytów nieznanych” dla wielu w społeczności.

Zwracanie uwagi na coraz większą ilość różnorodnych grup jest zgodne z wartościami społeczności i popierane przez nią, jednak utrudnia zrozumienie całości. Ponadto **bardzo silne jest wspólne poczucie konieczności życia poza stereotypami i gotowości na takie życie**. Wiąże się ono z **większą świadomością siebie, większą liczbą decyzji do podjęcia, większym wpływem na własne życie**. To wymagający model, ale jednocześnie daje on znacznie więcej możliwości. Jak to ujął jeden z respondentów: *Mamy w pewien sposób łatwiej, bo stereotyp nas nie zniewala.*

*Staram się żyć zgodnie z własnymi zasadami, nie pracuję na etacie – mam wpływ i sprawczość, sam kształtuję swoją sytuację zawodową.*

*Jestem dumny z tego, że udało mi się ułożyć życie inaczej, niż rodzice i wyrwać z ich sposobu myślenia.*

*Dla mnie najważniejsza jest walka z opresją wewnątrz środowiska np. queerfobią, transfobią.*

*Moje działania nie są nastawione na zmianę, a na podtrzymanie poczucia bycia społecznością, integracji. Nie chcę rewolucji, raczej ciągłego procesu budowania społeczności.*

*Chodzi o to, żeby zaangażować i zintegrować członków społeczności – bo jest nas dużo, ale jesteśmy podzieleni ze względu na bardzo różne poglądy, nie tylko polityczne i nieaktywni.*



# Komunikacja

W trakcie badania rozmawiano zarówno o komunikacji kierowanej do wewnątrz społeczności, jak i na zewnątrz niej.

Konstrukcja badania – prowadzenie dyskusji i wywiadów z osobami należącymi do grupy LGBTQIA, spowodowała jednak, że postulaty dotyczące ważnych w komunikacji elementów pochodziły z wnętrza społeczności, a punkt widzenia „reszty świata” nie był reprezentowany. Warto jednak podkreślić, że **komunikacja kierowana na zewnątrz trafia także do wewnątrz**. Respondenci i respondentki zwracają uwagę na wszystkie kampanie związane z tematem LGBTQIA. Są na nie bardzo wrażliwi, są ich ciekawi i rozmawiają o nich. Dlatego bardzo ważne jest, żeby przy planowaniu kampanii skierowanej do ogółu społeczeństwa pamiętać, że trafi ona także do społeczności. Komunikaty trzeba więc planować w sposób, który będzie adekwatny do potrzeb tej

społeczności i przez nią akceptowany. Kampanie społeczne i komunikacja do społeczności LGBTQIA oraz o tej społeczności okazały się dla osób badanych tematem ważnym.

Ich wnioski i przemyślenia opisane zostały szczegółowo w tabeli poniżej. W uproszczeniu można podsumować je w kilku podstawowych zaleceniach tworzenia komunikacji adekwatnej do społeczności i osób LGBTQIA:

1. Bądź realistyczny – nie koloryzuj, zauważaj szarości, nie tylko czerni i biel, nie upiększaj rzeczywistości.
2. Nie posługuj się stereotypami, bo to je wzmacnia.
3. Szukaj przekazu pozytywnego, w tym pozytywnych emocji.
4. Pokazuj fakty.
5. Nie oczekuj, że każdy będzie aktywistą. Podpowiadaj proste, drobne, możliwe do realizacji działania i sposoby postępowania.

## Elementy ważne w komunikacji

## Rozwinięcie

Unikanie sytuacji czarno-białych, wyidealizowanego obrazu członków i członkiń społeczności oraz elementów stereotypowych.

Zbyt duże uproszczenia powodują, że przekaz staje się mniej wiarygodny dla społeczności. Osobom badanym trudno się z nim utożsamić. Odnoszą oni wrażenie, że komunikat jest nieprawdziwy i pokazuje zafałszowany obraz. W trakcie badania często zwracano uwagę, że wyidealizowany lub stereotypowy obraz może, w sposób niezamierzony, podtrzymywać obecne w społeczeństwie stereotypy.





### Prezentacja różnorodności

Wniosek o konieczności prezentacji różnorodności to rozszerzenie elementu poprzedniego. Respondenci i respondentki zgadzali się, że w chwili obecnej kampanie kierowane są często na raz do dwóch grup odbiorców: do społeczności LGBTQIA i jednocześnie do społeczeństwa. Jednak zdaniem osób badanych sposób prezentacji różnorodności powinien znacząco różnić się w zależności od grupy docelowej. W przypadku kampanii skierowanych do społeczeństwa polskiego, przekaz powinien unikać stereotypizacji (patrz pkt wyżej), musi jednak pokazywać społeczność w sposób na tyle prosty, by był zrozumiały dla przeciętnego polskiego odbiorcy. Jednak w przypadku komunikatów skierowanych do społeczności, przekaz powinien, zdaniem osób badanych, uwzględniać całe spektrum różnorodności. W przeciwnym wypadku, brak uwzględnienia w kampaniach przedstawicieli społeczności, którzy nie wpisują się w „normę” estetyki lub takich, którzy są w jakiś sposób nietypowi prowadzi do poczucia wykluczenia u wielu odbiorców. Postulat ten wiąże się z wartością poszanowania różnorodności i akceptacji, charakteryzującej społeczność LGBTQIA zdaniem badanych. Z tej właśnie wartości wynika wniosek o konieczności pokazywania w kampaniach wewnątrzspołecznościowych większej zmienności i różnorodności w wyglądzie i zachowaniach. Taki komunikat z jednej strony będzie adekwatny do odbiorców, z drugiej strony będzie wspierał wartości ważne dla całej społeczności.

*Ludzie myślą, że jesteśmy jak ludzie kosmici – dziwni, obcy i tak na prawdę to nas nie ma, bo istniejemy tylko na marszach.*

*Trzeba pokazywać osoby typowe, przeciętne, ale też dziwne.*

*To jest trochę za bardzo przerysowane. Rodzina pochodzenia jest tu bastionem konserwatyizmu, nie zawsze tak jest i pokazywanie tego w ten sposób jest niesprawiedliwe i może zewnątrz odbiorców zdenerwować.*

### Budowanie pozytywnego przekazu

Wiele kampanii zawiera negatywne elementy – przykre wydarzenia, negatywne emocje, dyskryminację czy przemoc. Wiele osób badanych nie chce utożsamiać się z takim przekazem. Dla zrównoważenia tego obrazu potrzebne są więc kampanie oparte na przekazie pozytywnym. Dla badanych ważne było ukazywanie społeczności LGBTQIA nie tylko jako dyskryminowaną mniejszość, ale także w pozytywnym kontekście emocjonalnym.

### Uwzględnianie elementów budzących emocje

Jak w przypadku każdej kampanii społecznej, dobrze jeśli przekaz jest odbierany nie tylko na poziomie racjonalnym, ale także emocjonalnym. Silna pozytywna warstwa emocjonalna sprzyja zauważeniu i zapamiętaniu przekazu.

---

### **Budowanie przekazu jednoznacznego i jednocześnie niebudzącego wątpliwości społeczności**

Przekaz kampanii powinien być prosty i jednoznaczny. Jednak nawet konstruując uproszczoną komunikację, której adresatem jest świat zewnętrzny, należy robić to w sposób niebudzący sprzeciwu wśród członków społeczności. Z punktu widzenia osób badanych tematy dyskutowane wewnątrz społeczności powinny być przedstawiane w taki sposób, który uwzględni wrażliwość tematyki i nie będzie pomijał słabszych głosów w społeczności LGBTQIA.

---

### **Nacisk na edukację i konkrety. Prezentowanie raczej faktów niż przekonań i postulatów.**

Prezentowanie faktów i dostarczanie wiedzy mają dla osób badanych podwójne znaczenie. Po pierwsze, dostarczają społeczeństwu wiedzy, a więc są dobrym sposobem na walkę ze stereotypami. Po drugie, wspomagają członków społeczności w rozmowach z bliskimi i znajomymi, wspierają ich w coming outcie. Dostarczają bowiem argumentów i sposobów do rozmowy o sytuacji osób LGBTQIA. Do pewnego stopnia kampanie tego typu przecierają szlaki – dobra edukacyjna kampania może wiele wytłumaczyć rodzinie i znajomym osób LGBTQIA i częściowo osoby te w tym wyreczyć. Osoby badane zwracały uwagę na brak atrakcyjnych form edukacji, które mogłyby zmieniać opinię społeczeństwa i którymi mogliby dzielić się ze swoim otoczeniem. Wspominali np. o niedoborze memów internetowych, łatwych w odbiorze, atrakcyjnych form przekazu.

*Działania edukacyjne, dzięki którym ludzie rozumieją w czym leży problem, nie wychodzą z postulatami, tylko tłumaczą.*

*Przy związkach partnerskich – wyjaśniać sytuację: co mamy, a czego nie mamy. Dawać konkretne przykłady, nie hasła, a przykłady z życia codziennego.*

*Coming out zrobiłem niedawno. Filmik [„Najbliżsi obcy”] sprawił, że niektóre rzeczy wyjaśnił i ja nie musiałem już ich tłumaczyć.*

---

### **Angażowanie do kampanii przyjaciół społeczności**

Zdaniem osób badanych szczególnie wartościowe są kampanie uwzględniające sojuszników LGBTQIA. Najlepiej jeśli są to osoby znane, a kampania ma spory rozmach – tylko przy spełnieniu tych warunków trafi ona do społeczeństwa i ma szansę modelować pożądaną postawę. Takie kampanie zwiększają również szanse na wzrost zaangażowania samych sojuszników w kolejne działania, zachęcają ich do kolejnych, pozytywnych wypowiedzi. Jeżeli warunki te nie będą spełnione, przekaz będzie niskową kampanią zauważoną wyłącznie wewnątrz społeczności, której efektem będzie chwilowa poprawa nastroju odbiorców LGBTQIA.

*Akcje pokazujące sojuszników potrzebują większego rozmachu – powinny docierać do szerszego grona odbiorców, pokazywać też autorytety, polityków, duchownych...*

### Dobór odpowiedniego kanału dotarcia

Zdaniem osób badanych, kampanie skierowane do społeczności mogą być realizowane w internecie – poczta pantoflowa spowoduje, że zostaną one zauważone. Z jednej strony wskazuje to na silną obecność społeczności w internecie i adekwatności tego kanału komunikacji dla osób wyoutowanych i przynajmniej częściowo zainteresowanych życiem społeczności.

Warto jednak pamiętać, że ten kanał dotarcia może być nieodpowiedni dla kampanii skierowanych do osób, które ukrywają swoją orientację lub nie czują żadnej identyfikacji ze społecznością. Z oczywistych względów nie będzie też adekwatny dla osób wykluczonych cyfrowo oraz osób, które korzystają z internetu rzadko lub w ograniczonym zakresie. Wykorzystywanie tylko tego kanału komunikacji może wzmocnić wykluczenie takich członków i członkiń społeczności.

Kampanie kierowane do całego społeczeństwa polskiego powinny trafiać do mediów ogólnopolskich lub regionalnych – telewizji, radia lub na billboardy. Inaczej nie będą skuteczne w dotarciu do odbiorcy. Internet i media społecznościowe nie stanowią dobrego kanału komunikacji na zewnątrz społeczności.

*Akcje wartościowe to te, które pojawiają się w telewizji publicznej, bo widzą to osoby spoza społeczności, bo dociera do całego społeczeństwa i zmienia jego światopogląd. W ubiegłym roku moi rodzice przyjechali do nas na wigilię, w tym roku jedziemy na święta do rodziców mojego partnera. Wcześniej tak nie było i mam poczucie, że kampanie telewizyjne o szerokim zasięgu mają tu duży wpływ i przykładają się do tej zmiany. Nawet, jeżeli nie przepracowaliśmy tego bezpośrednio my z rodzicami, to środowisko i media pośrednio na nich wpłynęło, skłoniło do przemyśleń, albo zmiany zachowania.*

### Realizm i skupienie na konkretności

Ten element odnosi się do akcji, których celem jest angażowanie członków społeczności lub namawiających ich do działania. Zdaniem osób badanych tego typu kampanie powinny koncentrować się na przedstawieniu odbiorcom działań możliwych do wykonania na małą skalę. W opinii badanych akcje tego typu mają szanse sukcesu, jeżeli wskazują konkretne ścieżki działania, które nie wymagają dużej ilości czasu i wysiłku. Powinny więc pokazywać, co można zrobić niewielkim kosztem.

*Powinno się nakłaniać i pokazywać, jak można wspierać [społeczność – przyp.aut.] w małym zakresie, łatwo – czyli nie „przyjdź i działaj”, a wesprzyj kupując Replikę, albo co zrobić, jeśli macie pół godziny w tygodniu.*

*Powinno się pokazywać, co ty łatwo możesz zrobić we własnym zakresie. Mały gest, który można wykonać. Bo nawet mały gest rodzi zaangażowanie, wewnętrzną refleksję, a może nawet pójść za nim kolejne działania.*

# Podsumowanie i rekomendacje

Pytanie o to, czy istnieje społeczność LGBTQIA jest rozpoczęciem dyskusji. Nie ma przyjętych, wspólnych definicji.

Jest mniejszość „do której się należy”, mniejszość spotykająca się często z opresją. Do pewnego stopnia społeczność tworzona jest przez reakcję większości na nią – **badanie wykazało duży deficyt wewnętrznej, pozytywnej tożsamości**. Wspólnota negatywnych doświadczeń nie jest platformą, na której tożsamość taką można budować. Jednak z drugiej strony, linią graniczną wyznaczającą poczucie przynależności do grupy wydaje się być otwarta akceptacja swojej nieheteronormatywności. Wniosek ten częściowo wykracza poza bezpośrednio uzyskane w badaniu informacje – wzięły w nim udział osoby wyoutowane, chętne do podjęcia dyskusji na temat społeczności. Dyskusja wskazuje jednak, że istnieje pewne poczucie wspólnoty grupy osób otwarcie przyznających się przed sobą do swojej nieheteronormatywności. Nawet jeśli nie są osobami aktywnie działającymi na rzecz społeczności i mają problem z coming outem, to biorą do siebie informacje dotyczące grupy LGBTQIA, oglądają zamieszczane w Internecie kampanie, „lajkują” i podają je dalej.

Dodatkowym czynnikiem, który komplikuje sprawę poczucia przynależności jest coraz większe zróżnicowanie

grupy, podkreślane przez jej coraz bardziej rozbudowaną nazwę (LGBTQIA). Jest ona wyrazem **szacunku dla różnorodności i odmienności** – ważnej wartości spajającej grupę. Równocześnie wydaje się jednak, że z czasem przemienia się ona w czysto formalny wyraz źle pojmowanej politycznej poprawności. Respondenci i respondentki gubią się w literach określających ich własną społeczność. Nie znają przedstawicieli każdej z grup i nie potrafią rozwinąć całego skrótu, który staje się coraz bardziej obcy. Na co dzień koncentrują się na „literach” najbliższych ich własnemu doświadczeniu, starając się zapamiętać resztę, by nie urazić mniej licznych mniejszości. Sytuacja ta utrudnia budowanie porozumienia wewnątrz społeczności i poczucia przynależności. Choć taki stan rzeczy wynika z **wartości reprezentacji i inkluzywności**, to w rzeczywistości realizuje cel odwrotny do zamierzonego.

Nazwa LGBTQIA jest w pewien sposób symboliczna, ale może też być traktowana jako wyzwanie samo w sobie. Można podjąć wewnętrzną dyskusję na ten temat (lub, jak sugerowały osoby badane, rozpisać konkurs) i spróbować wpłynąć na używany język, a przynajmniej rozpocząć dyskusję na ten temat.

Na zewnątrz nazwa LGBTQIA także nie komunikuje spójności, a jej rozbudowywanie zwraca uwagę na coraz bardziej niszowe, zaskakujące dla społeczeństwa, przykłady nieheteronormatywności.

## Podsumowanie i rekomendacje

To z kolei może wpływać na stosunek społeczeństwa do całej grupy i podkreślać jej odmienność – co nie stanowi dobrej platformy do budowania porozumienia.

Istotnym pozytywnym aspektem społeczności oraz czynnikiem, który może budować poczucie przynależności, jest **funkcja grupy wsparcia**, jaką społeczność pełni obecnie dla wielu osób. To ważna część pozytywnego komunikatu, który społeczność może kierować do wewnątrz. Stanowi ona bowiem wsparcie na wielu płaszczyznach – może dostarczać informacji, sposobów postępowania, a przede wszystkim wzmocnienia psychologicznego. Często ta rola społeczności realizuje się w kontaktach indywidualnych, pełnią ją także skierowane do wewnątrz społeczności kampanie społeczne.

Jakie więc są **czynniki wspólne, łączące społeczność** i dające możliwość zbudowania pozytywnej tożsamości, która spaja i wzmacnia grupę? Są to:

- **Poszanowanie różnorodności, tolerancja, otwartość, gotowość do innowacji,**
- **Bliskie relacje, empatia, krótszy dystans między ludźmi,**
- **Wrażliwość na sferę kultury.**

Takimi aspektami można opisać pozytywną tożsamość przedstawicieli społeczności LGBTQIA. Należy mieć przy tym na uwadze, że całą powyższą konstrukcję spaja jeszcze bardzo ważne, pozytywne doświadczenie. Badanie wykazało, że **największą wartością wspólną dla osób LGBTQIA jest gotowość do przeciwstawienia się stereotypom, kształtowania swojego życia zgodnie z własnym planem i potrzebami.** Budując swoje życie na różnych płaszczyznach (zawodowej, osobistej,

rodzinnej), osoby należące do społeczności nie mogą posługiwać się gotowymi wzorcami, ponieważ dla większości sytuacji wzorce takie nie istnieją. Stymuluje to poszukiwanie nowych rozwiązań, a przede wszystkim **prowadzi do dokonywania świadomych wyborów.**

Rekomendujemy wybór takiej właśnie, wspólnej płaszczyzny. Można budować na niej pozytywną tożsamość, może ona wiązać się z poczuciem satysfakcji i dostarczać wielu pozytywnych doświadczeń, o czym mówiły osoby uczestniczące w badaniu. Ich pozytywne doświadczenia z życia codziennego często związane są z wyborami dokonanymi w życiu zawodowym i osobistym. Mają poczucie sprawstwa, decydują świadomie, co prowadzi do większej dojrzałości życiowej.

Poruszony został także temat dumy obecnej w komunikacji amerykańskiej społeczności LGBTQIA. Nie przystaje on do polskich uwarunkowań kulturowych, tak samo jak inne amerykańskie wzorce zakładające prezentację zadowolenia z siebie. Jednak w kontekście satysfakcji ze świadomego kształtowania swojego życia, duma staje się znacznie bardziej akceptowalna.

Do tak określonej, pozytywnej platformy porozumienia między osobami należącymi do społeczności, rekomendujemy dodanie **listy prostych sposobów wspierania społeczności.** Badanie wyraźnie wskazuje, że nie można liczyć na masowe zaangażowanie członków społeczności w działania na jej rzecz. To naturalne – taka gotowość nie występuje w żadnej grupie. Można natomiast zaktywizować ich poczucie przynależności i wzmocnić gotowość do dawania wsparcia. Potrzebne

## Podsumowanie i rekomendacje

jest do tego wskazanie dwóch rzeczy:

### **zasobów oraz sposobów postępowania.**

Zasobami są odwaga, otwartość, gotowość do życia po swojemu. Jak to zostało ładnie ujęte przez jedną z osób badanych – *każda osoba należąca do społeczności, która zdecydowała się na coming out działa na rzecz innych, które się nie zdecydowały*. Sposoby to proste, codzienne działania, które nie wymagają wyjścia na ulicę, ani poświęcania dużej ilości czasu czy energii – na przykład rozmowy z osobami ze swojego otoczenia, czy prenumerata czasopism społecznościowych i dzielenie się ich kolejnymi numerami z otoczeniem. Ma to związek z powszechnie przywoływaną potrzebą pracy u podstaw – **działania na małą skalę w swoim bliskim otoczeniu**. Warto zgłębić ten temat poszukując prostych sposobów działania, dostępnych dla wszystkich. Sam fakt większego zaangażowania przysłuży się spajaniu społeczności.

Na uwagę zasługuje także **aktywność na styku grupy nieheteronormatywnej i ogółu społeczeństwa**. Rekomendujemy podejmowanie akcji mających na celu angażowanie przedstawicieli społeczności w działania, które są dla nich ważne, ale nie skupiają się tylko na ich interesie, czy punkcie widzenia. To sposób na zewnętrzną i wewnętrzną integrację społeczności. To również droga do budowania jej pozytywnego wizerunku jako grupy, która nie myśli tylko o swoich problemach. Jednocześnie działanie takie daje możliwość kształtowania postawy zaangażowania na nieco łatwiejszym gruncie, który nie

wymaga otwartego opowiadania się jako osoba nieheteronormatywna.

Badanie wskazuje, że społeczność odbiera zarówno komunikaty skierowane bezpośrednio do niej, jak i te, które w zamierzeniu mają trafić do ogółu społeczeństwa. Bardzo ważne jest więc, żeby także **kampanie kierowane na zewnątrz brały pod uwagę wewnętrzny punkt widzenia**. Główna różnica między dwiema grupami adresatów polega na wyborze kanału dotarcia. W przypadku kampanii zewnętrznych, najlepsze są szerokie kanały docierające do całego społeczeństwa, czyli telewizja, radio lub outdoor. W przypadku kampanii wewnętrznych, skierowanych do społeczności mogą być nimi internet lub media społecznościowe. Jednak w przypadku wyboru internetu jako kanału dotarcia należy pamiętać, że będzie skuteczny dla przekazu skierowanego do osób już identyfikujących się, przynajmniej częściowo, ze społecznością LGBTQIA oraz – jak wynika z dotychczasowych badań<sup>7</sup> – do osób mieszkających przede wszystkim w dużych miastach. Przekaz wewnętrzny, którego celem jest wzmocnienie przynależności do społeczności u osób LGBTQIA dotychczas ze społeczności całkowicie wyłączonych, powinien wykorzystywać również inne kanały dotarcia. Ważne elementy kampanii dotyczących społeczności, na które osoby badane zwróciły uwagę są następujące:

- **Realistyczne podejście** – Odradzamy ulegania istniejącym stereotypom i powielania ich. Prezentacja rodziny pochodzenia jako bardzo opresyjnej,

7 Społeczność LGBTQIA w Polsce (2015) Stowarzyszenie Miłość Nie Wyklucza, [www.mnw.org.pl/badania.html](http://www.mnw.org.pl/badania.html)



## Podsumowanie i rekomendacje

lub osoby nieheteroseksualnej jako bardzo nowoczesnej, ślicznej i delikatnej umacniają takie wyobrażenia. Kreowany w kampaniach obraz powinien być bliski realiom, by mógł być odbierany przez społeczność jako wiarygodny. Rekomendujemy dołożenie do przekazu kampanii wątku świadomego dokonywania wyborów i kształtowania własnej sytuacji. Posłuży to wzmocnieniu poczucia związku ze społecznością i uczyni jej obraz bardziej interesującym i atrakcyjnym dla zewnętrznego odbiorcy.

- **Przekaz oparty na faktach** (nie postulatami), ale nie pozbawiony emocji, w tym emocji pozytywnych.
- Angażowanie **przyjaciół społeczności**, ambasadorów równości pochodzących z różnych środowisk. Wątek ten ma znaczenie głównie dla wewnętrznego wzmocnienia grupy, ale odpowiedni dobór ambasadorów i rozmach kampanii może mieć także wpływ na modelowanie postaw całego społeczeństwa.

# Polska społeczność nieheteronormatywna

Raport: Monika Probosz, Agnieszka Mulak  
Redakcja: Agata Urbanik, Aleksandra Boczkowska, Hubert Sobeki  
Projekt graficzny i skład: Marianna Wybieralska

Publikacja powstała w projekcie „Równość Małżeńska dla Wszystkich”,  
realizowanym przez Stowarzyszenie Miłość Nie Wyklucza w ramach  
programu Obywatele dla Demokracji i współfinansowanym z Funduszy EOG.

Publikacja dostępna na licencji:  
Uznanie autorstwa–Na tych samych warunkach 4.0 Międzynarodowe  
CC BY-SA 4.0



Warszawa 2016  
Nr ISBN 978-83-942455-2-8

Stowarzyszenie Miłość Nie Wyklucza  
ul. Kolejowa 47A/69  
01-210 Warszawa  
[rzecznik@mnw.org.pl](mailto:rzecznik@mnw.org.pl)  
[mnw.org.pl](http://mnw.org.pl)

MAŁŻEŃSTWA  
DLA WSZYSTKICH



Projekt *Równość małżeńska dla wszystkich* jest realizowany w ramach programu *Obywatele dla Demokracji*, finansowanego z Funduszy EOG.