psychologia dla ciebie

zwierciadło poleca

sens

TEMAT NUMERU

WYBACZYĆ... JAK TO ŁATWO POWIEDZIEĆ

WSZYSTKO MA SWÓJ CZAS. PRZEPROSINY TEŻ

NIE 7, ALE 77. MIŁOŚĆ CZY CIERPIĘTNICTWO?

TO NIE TWOJA WINA. WOLNI OD WSTYDU

NOWY BEZPIECZNY ŚWIAT

RELACJE I ZWIĄZKI

W RANDKOWANIU UJAWNIA SIĘ SCHEMAT NASZYCH PIERWSZYCH WIĘZI

KIEDY EROS JEST POKRYTY BLIZNAMI

NASI RODZICE SIĘ STARZEJĄ. KTO SIĘ NIMI ZAJMIE?

ROZWÓJ

CO CZEKA ZA PROGIEM? PERSPEKTYWA PSYCHOLOGII PROCESU

CO STRACILIŚMY Z CHWILĄ, GDY NAUCZYLIŚMY SIĘ PISAĆ?

SAMOTNOŚĆ A POCZUCIE OSAMOTNIENIA

WOLNI OD STRESU

DOBRA RUTYNA NA RELAKS

CZY MOKRY PIES PACHNIE, CZY ŚMIERDZI?

ZDROWIE PSYCHICZNE

OBJAWY, KTÓRE MOGĄ NAS ZMYLIĆ

DZIECIŃSTWO NA TABLETKACH

POKAŻĘ WAM, JAK SIĘ JEŹDZI! I CO MI ZROBICIE?

nr 12 (220) grudzień 2026
cena 17,90 zł (w tym 8% VAT)

ISSN 1897-4430 INDEKS 228869
1 2>
9 771897 443607

Numer w sprzedaży do 07.12.2026

sesderma

listening to your skin



PODARUJ PIĘKNO
w prezencie

www.sesderma.pl



MONIKA STACHURA
REDAKTORKA NACZELNA

WYJDŹ Z KLATKI

Jest takie powiedzenie: „zrozumieć to wybaczyć", w mniej lub bardziej obocznych postaciach przywoływane to tu, to tam, nawet przez samego Tołstoja w „Wojnie i pokoju", a w prozie polskiej – przez Tadeusza Dołęgę-Mostowicza. Ale ten znak równości jest fałszywy, a przynajmniej mocno skrzywiony, gdyż zrozumienie ani nie jest do wybaczenia konieczne, ani nie musi do niego doprowadzić. Koniecznością natomiast, choć nie gwarantem, jest przede wszystkim uznanie krzywdy. Dopiero wtedy można przeprosić i mieć nadzieję (a nie pewność), że ta druga strona nam przebaczy. Warto o tym pamiętać nawet przy rzeczach niewielkiego kalibru, żeby unikać tych wszystkich pozornych przeprosin, typu: „Przepraszam, że tak się poczułaś/poczułeś", bo ani nie wiemy do końca, jak ktoś się czuje (bo niby skąd?), ani za jego odczucia nie odpowiadamy. Odpowiadamy natomiast, poza określonymi przypadkami (z jednej strony kłania się prawo, z drugiej – psychiatria), za własne czyny. I to za nie trzeba przepraszać!

„Wybaczyć. Jak to łatwo powiedzieć" – piszemy w Temacie Numeru. Tak, to skomplikowany i długi proces, ale – wbrew innemu powiedzeniu: „czas leczy rany" – wcale nie czas jest w nim kluczowy. Jednak dobrze o wybaczenie zabiegać, bo „nieprzebaczenie to klatka, w której nasze serce jest uwięzione" – mówi w jednym z wywiadów o. Paweł Kuś, dominikanin.

A czy ktoś chce trzymać swoje serce w więzieniu?

w tym numerze naszymi gośćmi są:



str. 20
PAWEŁ KUŚ

dominikanin, duszpasterz rodzin i dzieci. *Kochamy tak, jak byliśmy kochani, i ranimy tak, jak byliśmy ranieni. To nie usprawiedliwia przemocy, ale wyjaśnia, skąd się bierze*



str. 74
MAGDALENA SKOTNICKA-CHABEREK

dr nauk medycznych, lekarka, psycholożka, psychoterapeutka i superwizorka psychoterapii. *Samo osłabienie czy apatia nie przesądzają o depresji. Podobne objawy mogą być pierwszą zapowiedzią niektórych chorób otępiennych*



str. 96
MARTA ROKOSZ

dr nauk społecznych, psycholożka. *Nie do końca wiemy, czy i do jakiego stopnia faktycznie jesteśmy w stanie cudzy stres „wywąchać", ale prawdopodobnie zapach stresu działa trochę jak chemiczny sygnał społeczny*

ZDJĘCIA: ROBBY CYRON, ARCHIWUM PRYWATNE







SENSOWNY POCZĄTEK

8 Psychonewsy Ciekawostki, badania

TEMAT NUMERU: WYBACZYĆ. JAK TO ŁATWO POWIEDZIEĆ

16 Gotowość do wybaczenia
Co musi się wydarzyć, żeby przeprosiny miały sens

20 Powołanie do wolności
Czym w chrześcijaństwie jest przebaczenie – tłumaczy dominikanin, ojciec Paweł Kuś

26 To nie twoja wina Wstyd ofiary – paradoksalny skutek traumatycznych doświadczeń. Co z nim zrobić?

30 Kiedy się wygoi?
Jak zbudować świat na nowo po krzywdzie doznanej od najbliższej osoby – pytamy psychologa Pawła Droździaka

RELACJE

36 Wszystkie oblicza Erosa
Znaczenie miłosnych zranień według psychologii głębi wyjaśnia psychoanalityk jungowski Tomasz J. Jasiński

42 Rytuał połączenia
Jak schemat pierwotnej więzi z rodzicami wpływa na relacje romantyczne kobiet – zdaniem psycholożki Ewy Klepackiej-Gryz

48 To niesprawiedliwe
Czy logoterapia może pomóc w trudnym podziale obowiązków przy opiece nad starzejącymi się rodzicami?

ROZWÓJ

52 Co jest za progiem?
Psychoterapeutki procesu o ważnym dla rozwoju przekroczeniu tego, z czym się utożsamiamy

58 Utracona umiejętność
Dlaczego alfabet fonetyczny utrudnił nam czytanie świata?

64 Nie do przewidzenia Urszula Sołtys-Para o potrzebie elastyczności

70 Ocalające odosobnienie
Felieton filozoficzny prof. Lilianny Kiejzik

ADRES REDAKCJI
ul. Widok 8, 7 piętro, 00-023 Warszawa,
tel. 603 798 616,
sekretariat@grupazwierciadlo.pl,
e-mail: pierwsza litera imienia.
nazwisko@grupazwierciadlo.pl

REDAKTORKA NACZELNA
MONIKA STACHURA
studio graficzne
Adriana Dziewulska
redakcja Aleksandra Nowakowska,
Joanna Olekszyk, Agnieszka Radomska
fotoedycja Alicja Sikora,
Magdalena Sobotka
korekta Piotr Łukasik

współpracownicy
Bogdan de Barbaro, Nina Kędziora,
Ewa Klepacka-Gryz, Lilianna Kiejzik,
Katarzyna Miller, Izabela Nowakowska-
-Teofilak, Beata Pawłowicz, Robert Rient,
Urszula Sołtys-Para, Dominika Tworek,
Marta Urbaniak

WYDAWNICTWO
ZWIERCIADŁO SP. Z O.O.
prezes Adam Popielski
dyrektor zarządzający
Robert Małaszek
dyrektor finansowy Rafał Starzyk
dyrektorka wydawnicza
Marta Kowalska

projekty specjalne
Magdalena Rosłaniec
sekretariat Monika Florczuk-Durka

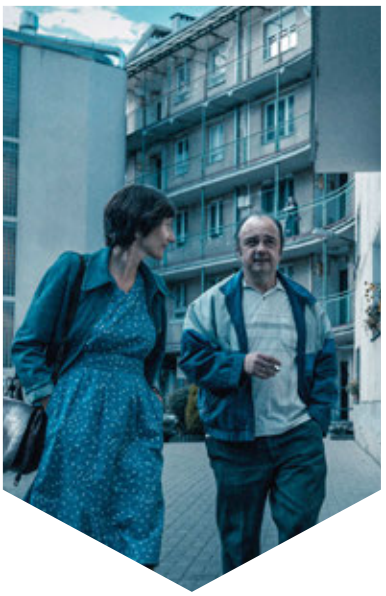
REKLAMA
dyrektorka Anna Szaluś,
Anna Ruszkowska **(zastępczyni)**
zespół Małgorzata Jarosiewicz,
Magdalena Łukasiewicz,
Ewa Pietrzykowska
PROMOCJA I MARKETING
dyrektorka Justyna Ogłozińska
redaktorka kreatywna
Weronika Jarek-Radłowska
PRODUKCJA Robert Jeżewski
DYSTRYBUCJA Katarzyna Pasik

DZIAŁ KSIĘGOWOŚCI Katarzyna Kuca,
Dorota Sikora
REPRODUKCJA I NADZÓR DRUKU
redaktor techniczny i opracowanie kolorystyczne Piotr Szczerski
DRUK I OPRAWA P/mint Sp. z o.o.
PRENUMERATA
prenumerata cyfrowa:
sklep.zwierciadlo.pl/prenumerata
prenumerata drukowana, prenumerata zagraniczna: **prenumerata24.pl**
Infolinia +48 513 129 995,
pn.–pt. w godz. 9–14,
kontakt@prenumerata24.pl

Materiały reklamowe na stronach: II, 13, 25, 29, 39, 41, 45, 47, 55, 57, 61, 62–63, 67, 68–69, 77, 79, 83, 89, 95, 99, 104–107, 113, 117, 120, III, IV. Na stronach: 4–7, 19, 85, 115, zamieszczone są materiały własne wydawcy.







ZDROWIE PSYCHICZNE

74 Psyche czy soma? Niepokojące i często mylące objawy depresji okiem lekarki dr Magdaleny Skotnickiej-Chaberek

80 Dużo za dużo Nadmiernej farmakoterapii dzieci i młodzieży przygląda się psychiatra dr Jacek Dębiec

86 Nie wszystko pod kontrolą Skąd się bierze brawura za kierownicą? Odpowiedzi szuka psycholożka transportu dr Ewa Odachowska-Rogalska

WOLNI OD STRESU

92 W naturalnym rytmie Proste narzędzia pozwalające wrócić do równowagi po stresie poleca dr Tadeusz Oleszczuk

96 Wodzeni za nos Wszystko, co chcielibyście wiedzieć o węchu, w rozmowie z dr Martą Rokosz

102 Czym pachnieć jesienią? W najnowszych perfumach sezonu przewijają się nie tylko nuty irysa, cyprysu czy pikantnych przypraw

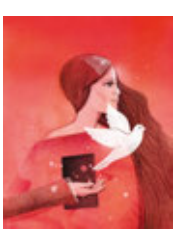
ROZWÓJ PRZEZ SZTUKĘ

110 Wydarzenia kulturalne Co obejrzeć, dokąd pójść?

112 Filmoterapia Gaslighting w dramacie „Gasnący płomień”

118 Nowości wydawnicze

119 Trzy pytania do... Roberta Rienta



ILUSTRACJA
Joanna Gwis
PROJEKT OKŁADKI
Adriana Dziewulska

psychologia dla ciebie
sens

Miesięcznik został wydrukowany na papierze ekologicznym LEIPA Sky plus 70gsm, posiadającym certyfikaty FSC oraz PEFC, wyprodukowanym przez LEIPA GEORG LEINFELDER

leipa passion process technology

IZBA WYDAWCÓW PRASY

Redakcja nie zwraca niezamówionych materiałów i zastrzega sobie prawo do redagowania, skracania, adiustacji lub nieopublikowania nadesłanych tekstów. Za treść ogłoszeń, zamieszczonych reklam i materiałów promocyjnych Redakcja ponosi odpowiedzialność w granicach wskazanych w ust. 2 art. 42 ustawy Prawo prasowe. Wydawca ma prawo odmówić zamieszczenia reklamy lub materiału promocyjnego, jeżeli ich treść lub forma są sprzeczne z linią programową lub charakterem miesięcznika (art. 36 ust. 4 ustawy Prawo prasowe).
Opinie wyrażone w nadesłanych tekstach są opiniami ich autorów i nie muszą odzwierciedlać stanowiska Wydawcy. Korzystanie z utworów, przedmiotów praw własności intelektualnej oraz baz danych bez zgody Wydawcy jest zabronione (z zastrzeżeniem korzystania w ramach dozwolonego użytku, wyznaczonego przez przepisy ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych lub ustawy o ochronie baz danych, przy czym takie korzystanie nie może naruszać normalnego korzystania lub godzić w słuszne interesy Wydawcy). W szczególności dotyczy to także przedruków z miesięcznika „Sens”.
„Sens” jest zarejestrowanym znakiem towarowym, znajdującym się pod ochroną prawną i używanie go przez podmiot do tego nieuprawniony, zarówno w znaczeniu słownym, jak i graficznym, w tym celem oznaczenia swojej firmy lub towaru jest bezprawne. Wydawca czasopisma ostrzega P.T. sprzedawców, że sprzedaż aktualnych lub archiwalnych numerów czasopisma po cenie innej niż wydrukowana na okładce jest działaniem na szkodę Wydawcy i skutkuje odpowiedzialnością prawną.
Dane osobowe uczestników konkursów „Sensu” będą przetwarzane na następujących zasadach: **Administrator danych:** Wydawnictwo Zwierciadło Sp. z o.o. ul. Widok 8, 00-023 Warszawa. **Cel przetwarzania danych:** Przeprowadzenie konkursu, wyłonienie zwycięzcy i przyznanie, wydanie i odbiór nagrody, rozstrzygnięcie postępowania reklamacyjnego. **Podstawy prawne przetwarzania danych:** Art. 6 ust. 1 lit b) RODO – niezbędność danych do przeprowadzenia konkursu, art. 6 ust. 1 lit c) RODO – niezbędność danych do wypełnienia obowiązku prawnego oraz art. 6 ust. 1 lit f) RODO – prawnie uzasadnione interesy administratora. **Odbiorcy danych:** Podmioty przetwarzające dane na zlecenie administratora oraz podmioty uprawnione do uzyskania danych na podstawie obowiązującego prawa. **Prawa osoby, której dane dotyczą:** Prawo żądania sprostowania, usunięcia lub ograniczenia przetwarzania danych; prawo wniesienia skargi do organu nadzorczego. **Więcej informacji o przetwarzaniu danych znajduje się w regulaminie każdego konkursu.**

Następny SENS ukaże się **8 grudnia 2026.**
Zapraszamy na nasz profil na FB **www.facebook.com/magazynsens/**

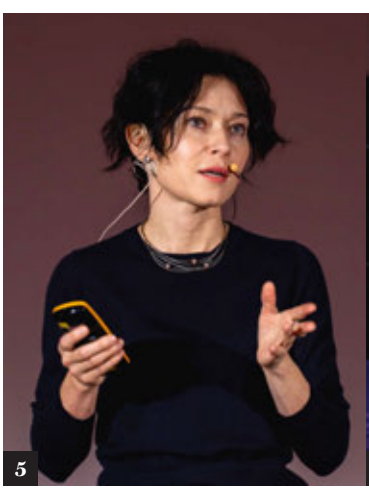


1


2


3


4


5


6

DOJRZAŁOŚĆ – POSTAWA, NIE WIEK

26 WRZEŚNIA ODBYŁA SIĘ 8. EDYCJA KONFERENCJI „WOLNI OD STRESU", PODCZAS KTÓREJ MÓWILIŚMY, JAK ŻYĆ W ZGODZIE ZE SOBĄ I Z SZACUNKIEM DO WŁASNEJ HISTORII. BO DOJRZAŁOŚĆ TO NIE METRYKA, ALE SPOSÓB NA ŻYCIE, KTÓRY OPIERA SIĘ NA DOŚWIADCZENIU I WIĘKSZEJ ŚWIADOMOŚCI.


7


8


9


10



11

Dojrzałość jest mądrością i siłą, która daje spokój. Czasami to również odwaga, żeby się zatrzymać, podjąć decyzję o zmianie, zadbać o siebie. Dlatego podczas ostatniej konferencji dużo mówiliśmy o relacjach, komunikacji, poczuciu własnej wartości. Ważną częścią uważnego i świadomego życia są troska o zdrowie, profilaktyka i regularne badania. Nie są one wyrazem lęku, ale czułej odpowiedzialności za siebie. Dlatego nie zabrakło również tematów związanych ze zdrowiem i psychosomatyką. A szczególne miejsce w naszej agendzie zajął panel poświęcony profilaktyce raka piersi, o której warto mówić nie tylko w październiku. Świadome życie nie oznacza życia idealnego, ale przeżywanego z uważnością, mądrością i sensem. >

1. Na konferencji w Warszawie było 780 uczestników, spotkaliśmy się w największej sali kinowej w Warszawie, w Multikinie w Złotych Tarasach. 2. Martyna Wojciechowska, podróżniczka i działaczka społeczna zaangażowana w prawa człowieka, założycielka Fundacji UNAWEZA i liderka projektu MŁODE GŁOWY, opowiadała o tym, jak przesuwała w swoim życiu różne horyzonty. 3. Psycholożka i psychoterapeutka Sylwia Sitkowska poruszyła ważny temat dotyczący pułapek samooceny. 4. Prof. dr n. med. Krzysztof Nowosielski, ginekolog i onkolog, przedstawił nam najnowsze zalecenie dotyczące profilaktyki raka piersi i szyjki macicy. 5. Dermatolożka dr n. med. Agnieszka Bańka-Wrona opowiadała o filarach dojrzałej pielęgnacji. 6. O psychosomatyce w kosmetologii i dermatologii mówiła Katarzyna Nowacka, kosmetolożka, specjalistka psychosomatyki i somatopsychologii. 7. Magda Rosłaniec, redaktorka merytoryczna konferencji, i Beata Tadla, prowadząca konferencję. 8. „Najtrudniejsza gra toczy się w naszej głowie" – mówiły o tym Dorota Idzi, dyrektor Zewnętrznych Programów Sportowych w Fundacji LOTTO, pięcioboistka, olimpijka, multimedalistka mistrzostw świata i Europy, oraz Natalia Partyka, sześciokrotna mistrzyni paraolimpijska i jedna z najbardziej utytułowanych polskich tenisistek stołowych, ambasadorka marki LOTTO. Aranżacja sceny KARTELL WARSAW i Poczta Kwiatowa. 9. Sonia Kisza, historyczka i popularyzatorka sztuki, przybliżyła nam temat kobiecego ciała w sztuce. 10. O kryzysie w relacjach rozmawiali autorzy książki „Całe szczęście to kryzys" Robert Kowalczyk, Katarzyna Waszyńska i Ewa Podsiadły-Natorska. 11. Prof. Bogdan de Barbaro wyjaśniał, od czego zależy, czy rozmowa jest raniącą kłótnią, czy sensownym dialogiem.



1



2



5



6



9



10

1. Oprócz gości w Warszawie konferencję oglądało i słuchało online ponad 400 osób z całej Polski. 2. Na stoisku marki Yves Rocher uczestniczki mogły skonsultować, jak ułożyć spersonalizowany program pielęgnacji. 3. Biuro Turystyki ZNP LogosTour inspirowało nas do odkrywania świata przez podróże. 4. Podczas przerw między wykładami uczestnicy mieli czas na networking. 5. Przy stoisku marki Iana można było porozmawiać o właściwej pielęgnacji włosów. 6. Eksperci marki Sanprobi udzielali odpowiedzi dotyczących doboru probiotyków. 7. Sport jest ważnym elementem dobrostanu, dlatego Totalizator Sportowy, który wraz z marką LOTTO angażuje się w liczne projekty sportowe, był naszym partnerem. 8. Sportsmenki: Dorota Idzi, dyrektor Zewnętrznych Programów Sportowych w Fundacji LOTTO, i Natalia Partyka, ambasadorka marki LOTTO. 9. Już po raz kolejny Hotele Spa Dr Irena Eris były partnerem „Wolnych od stresu". 10. Partnerem wydarzenia była również marka Estée Lauder Companies, która od ponad 30 lat łączy ludzi wokół idei stworzenia świata wolnego od raka piersi. 11. Podczas wydarzenia uczestnicy mogli również kupić książki, m.in. prelegentów. 12. Konsultantki marki Avène badały kondycję skóry uczestniczek i pomagały w doborze pielęgnacji.

ZDJĘCIA: BARTOSZ BUDRECKI, MATERIAŁY PRASOWE.



3


4



7




8


11





12

WSPÓŁPRACA REKLAMOWA

Naszymi sponsorami byli:

Dr Irena Eris HOTELE SPA · Eau Thermale Avène Laboratoire Dermatologique · Estée Lauder Companies Breast Cancer Campaign · iana · Kartell Warsaw · Probiotyki SANPROBI · Totalizator Sportowy · Właściciel marki LOTTO · Logas Tour Biuro Turystyki ZNP · Unaweza Fundacja · Młode Głowy · Yves Rocher France

TEKST NINA KĘDZIORA, MONIKA STACHURA

Pożytki z pracy zdalnej



Naukowcy z Państwowego Uniwersytetu w Bangladeszu zbadali, jak praca zdalna wpływa na *work-life balance*. Skoncentrowano się na paradoksie elastyczności, który polega na tym, że praca z domu może ułatwiać godzenie codziennych obowiązków, ale jednocześnie zacierać granice między pracą a odpoczynkiem.

Badanie przeprowadzono podczas pandemii COVID-19. Pracownicy różnych organizacji wypełniali internetową ankietę dotyczącą różnych doświadczeń związanych z pracą zdalną: poziomu zaangażowania zawodowego, odczuwanego stresu oraz równowagi między życiem zawodowym a prywatnym.

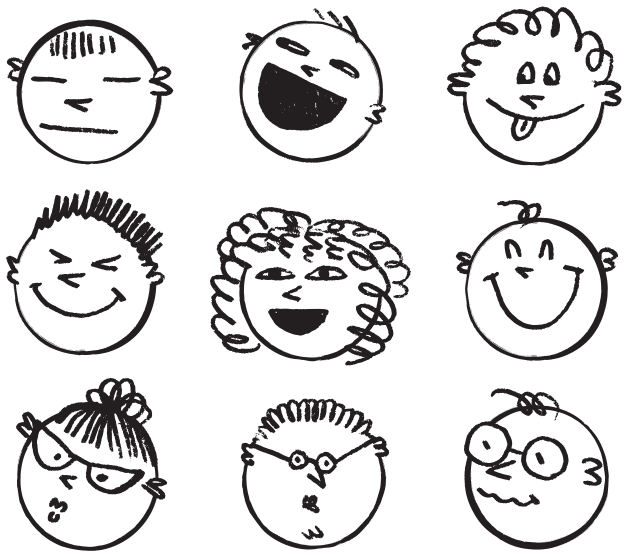
Analiza wyników pokazała, że praca zdalna wiązała się z lepszą ogólną równowagą życiową. Podobną zależność zaobserwowano w przypadku zaangażowania w pracę – osoby bardziej oddane swoim obowiązkom deklarowały bardziej harmonijny *work-life balance*. Z kolei wyższy poziom stresu zawodowego wiązał się z trudnościami w zachowaniu tego balansu, przy czym nie potwierdzono, że sama praca zdalna zwiększa stres. Autorzy zauważyli również, że mężczyźni deklarowali korzystniejszą równowagę między pracą a życiem prywatnym niż kobiety.

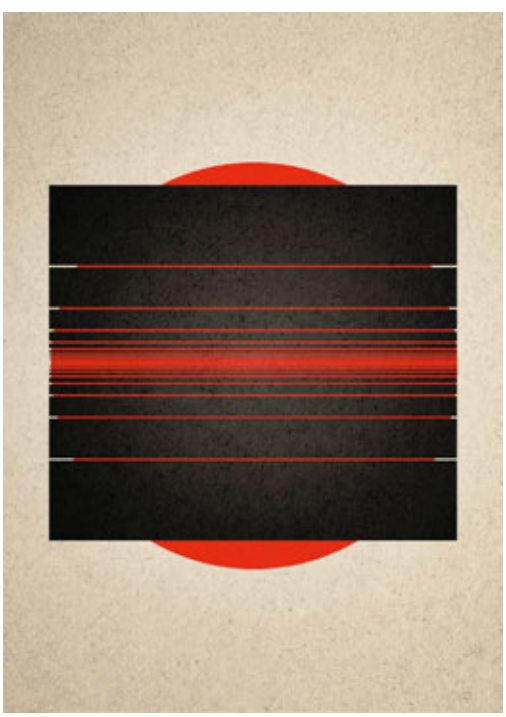
Badanie sugeruje, że praca zdalna może ułatwiać łączenie obowiązków zawodowych z domowymi, a także z odpoczynkiem, zapewniając większą swobodę w organizacji dnia, ale nie oznacza to, że automatycznie poprawia samopoczucie pracowników. Autorzy podkreślają, że korzyści płynące z pracy zdalnej mogą być ograniczane przez przeciążenie obowiązkami i trudności organizacyjne. Wnioski należy jednak interpretować ostrożnie, ponieważ badanie przeprowadzono w specyficznych warunkach pandemii. (NK)

Trzy powody do uśmiechu:

- bo poprawia atmosferę w miejscu pracy
- bo pomaga budować relacje i przełamywać pierwsze lody
- bo uśmiechem można poprawić nastrój drugiej osobie

(najczęstsze odpowiedzi według raportu „Siła uśmiechu" Fundacji dr Clown)





Nigdy nie dowiem się,
jak postrzegasz
kolor czerwony,
a ty nigdy nie dowiesz się,
jak ja go postrzegam

Anne Carson, „Autobiografia czerwonego"

TEKST NINA KĘDZIORA, MONIKA STACHURA

Dobry człowiek ze mnie



Czy oceniamy skutki własnych decyzji tak, by lepiej o sobie myśleć? Badanie z udziałem ponad 8700 osób, przeprowadzone na Uniwersytecie Zuryskim, sugeruje, że tak, szczególnie gdy nie wiemy dokładnie, jak nasz wybór wpłynie na innych.

Uczestnicy decydowali o podziale punktów, które przekładały się na wypłatę pieniędzy. Mogli wybrać siedem punktów dla siebie i od jednego do trzech dla drugiej osoby – albo pięć dla siebie i od trzech do pięciu dla niej. Aby zwiększyć korzyść drugiej osoby, musieli więc zrezygnować z dwóch własnych punktów. Wiedzieli, ile sami otrzymają, ale nie znali dokładnej wypłaty drugiej osoby. Po wyborze proszono ich o jej oszacowanie w obu wariantach. Badacze sprawdzali w ten sposób, czy osoby zatrzymujące więcej dla siebie oceniają, że strata drugiej osoby jest mniejsza.

Okazało się, że uczestnicy przyznający sobie więcej punktów częściej oceniali, że druga osoba niewiele przez to traci. Z kolei w odwrotnej sytuacji często przeceniali jej korzyści dla drugiego gracza, choć ten wynik był mniej powtarzalny. Na decyzje wpływało też to, jak sytuację oceniał ktoś inny. Przed wyborem uczestnikom pokazywano przewidywania innego gracza dotyczące wypłaty dla drugiej osoby. Jeśli wynikało z nich, że dostanie ona podobną kwotę niezależnie od wybranej opcji, uczestnicy częściej zatrzymywali więcej dla siebie. Taka opinia mogła ułatwiać myślenie: „Mogę zyskać więcej, bo druga osoba prawie nic na tym nie straci". Natomiast przewidywania przedstawiające pomaganie w korzystnym świetle nie sprawiały, że uczestnicy częściej rezygnowali z części własnej wypłaty. Łatwiej było skłonić ich do zatrzymania większej kwoty dla siebie, sugerując, że druga osoba niewiele straci, niż zachęcić do pomocy, podkreślając, ile może ona zyskać.

Badanie nie dowodzi, że ludzie świadomie kłamią ani że każdy postępuje w ten sposób. Sugeruje raczej, że gdy nie znamy dokładnych skutków swojej decyzji, możemy oceniać je tak, aby lepiej myśleć o sobie. (NK) ●