

Numer 01/2025 (275)	25. 01. 2025
E-mail: ptmrc@atlas.cz	Strona internetowa - www.medics.cz/ptmrc lub ptmrc.virt.cz

Myśl miesiąca:

"Noch ein Dutzend Professoren... und der Heimat ist verloren"
czyli: "Jeszcze z tuzin profesorów i ojczyzna jest zgubiona".
Otto von Bismarck, 1815-1898.

Szanowne koleżanki, koledzy,

przepraszam, że brakowało Wam styczniowego biuletynu. Jakoś z przyczyn zawodowo prywatnych nie mogłem się wyrobić czasowo. Nawet nie zdążyłem jeszcze zaliczyć żadnego balu. Wreszcie w ostatnich paru dniach sytuacja zaczyna się trochę uspokajać.

Rok 2025 zapowiada się bardzo ciekawie, mam nadzieję, że ciekawie będzie również w naszym towarzystwie.

W tym roku mija 50 lat od powstania Klubu Medyka, kończy się również kolejna kadencja Rady i Komisji rewizyjnej, co związane jest z furą papierkowej roboty. Jak widzicie zapowiada się ciekawy rok pełen wyzwań, przede wszystkim dla organizatorów.

Wracając jednak do dnia dzisiejszego zapraszam na pierwsze w tym roku spotkanie 6 lutego do lokalu, w którym jeszcze nie gościliśmy. Mam nadzieję, że spotkamy się tam jeszcze więcej razy.. Szczegóły w poniższym zaproszeniu.

Kończąc życzę miłej lektury załączonych artykułów.

25.01. 2025

Józef Słowik

Zaproszenie

na kolejne spotkanie członków i sympatyków PTM
6 lutego 2025 (czwartek!!!) o godzinie 16,30
w restauracji U Jurčika, Rozvojová 748/2, Czeski Cieszyn.

Jak było w Wietnamie
opowiedzą Jan i Barbara Karczmarczykowie.

Serdecznie zapraszamy!

Sprawy organizacyjne

Składka członkowska na rok 2025 nie uległa zmianie i pomimo inflacji znowu wynosi dla wszystkich członków 100 Kč. Składkę **prosimy** przesłać na **konto** PTM

2701840036/2010, FIO Banka.

Jako symbol zmienny (variabilní symbol) prosimy podać datę urodzenia w formacie DD MM RRRR – dzień-miesiąc-rok! PROSIMY o aktualizacje danych kontaktowych – zmiany adresu, adresu poczty elektronicznej itp.! Formularz jest dostępny na naszej stronie www.medics.cz/ptmrc lub ptmrc.virt.cz. Prosimy o przesłanie pocztą elektroniczną na adres ptmrc@atlas.cz, lub listownie na adres PTM w RC, 737 01 Český Těšín, ul. Hrabinská 458/33

Z internetu:

2025-01-17 **Psycholożka: Blue Monday nie istnieje; to chwyt marketingowy**

Źródło/Autor: PAP

Blue Monday, rzekomo najbardziej depresyjny dzień w roku, który przypada w trzeci poniedziałek stycznia, nie istnieje – przypomina psycholożka dr Magdalena Nowicka z Uniwersytetu SWPS. Był to chwyt marketingowy i został wyznaczony bez użycia rzetelnej metodologii naukowej.

– *Termin Blue Monday trudno uznać za naukowy, dlatego iż proces jego definiowania nie uwzględniał praktycznie żadnych elementów rzetelnej metodologii naukowej* – wskazała dr Magdalena Nowicka z Katedry Psychologii Różnic Indywidualnych, Diagnostyki i Psychometrii Wydziału Psychologii w Warszawie Uniwersytetu SWPS.

Nie ma też żadnych badań, które potwierdzałyby w sposób poprawny metodologicznie występowanie tego efektu. Sam autor terminu – amerykański psycholog Cliff Arnall – swoje wyliczenia nazwał pseudonaukową zabawą na potrzeby reklamy i podejmował próby obalenia mitu, który sam stworzył.

W informacji prasowej przesłanej PAP dr Nowicka przypomina, że „najbardziej depresyjny dzień w roku” miał pomóc w sprzedaży wycieczek jednej z firm turystycznych. Jego historia zaczęła się w 2004 r., kiedy do Cliffa Arnalla, psychologa pracującego na Uniwersytecie Cardiff, zgłosiła się firma PR wynajęta przez biuro podróży Sky Travel. Poproszono go, by obliczył "najlepszy dzień na rezerwację lub kupno wycieczki".

Psycholog wykonał zamówienie.

– *Zbudował pseudonaukowy wzór matematyczny. Uwzględnił w nim m.in. pogodę, ale też rozmaite czynniki niepoliczalne – jak motywację czy potrzebę podjęcia działania* – tłumaczy dr Nowicka.

Nie wykorzystał jednak w tym procesie metod wnioskowania naukowego.

Ekspertka przypominała, że dr neurologii Dean Burnett, autor książki "The Idiot Brain", uznał termin Blue Monday za zupełnie niedorzeczny.

– *Zastosowano w nim arbitralne, niepoliczalne zmienne, w dużej mierze niekompatybilne.*

Dziś wiemy, iż sam wzór – i co za tym idzie, cała teoria – nie tylko nie ma naukowych podstaw, ale i jej autor przyznaje, że nie miało to być odkrycie naukowe, a jedynie pseudonaukowa zabawa służąca celom marketingowym – zaznaczyła psycholożka.

I choć praca Arnalla miała polegać na wyliczeniu najlepszego dnia na kupno wycieczki, a nie najbardziej depresyjnego dnia w roku, jak potem ogłaszali to eksperci od marketingu, to koncepcja Blue Monday zyskała ogromną popularność.

Dr Nowicka podkreśliła, że może tkwić w niej ziarno prawdy: „Być może zakładany przez Arnalla styczniowy spadek nastroju, zwykle dający się zanotować około trzeciego tygodnia stycznia, wynika z często podzielanych przez nas społecznie takich doświadczeń, jak typowe dla tego okresu poczucie, iż nie mamy rady zrealizować postanowień noworocznych,

konieczność ponoszenia konsekwencji dużych wydatków związanych z okresem świąteczno-noworocznym czy po prostu – ograniczony dostęp do światła słonecznego”.

W jej ocenie potencjalnego styczniowego spadku nastroju możemy doświadczać nieco mocniej niż spadków nastroju w innych okresach roku, ponieważ następuje on po okresie "hurraoptymizmu" związanego z okresem świąteczno-noworocznym.

– *Ta różnica powoduje, iż zmiana samopoczucia jest dla nas bardziej zauważalna. Z pewnością jednak zjawisko styczniowego spadku nastroju nie ma charakteru tak powszechnego, jak zakładał to Arnall* – podkreśliła dr Nowicka.

Zdaniem psycholożki wiara w zjawisko Blue Monday, a przede wszystkim wiązanie go z kwestią depresji, może stanowić czynnik szkodliwy dla osób rzeczywiście dotkniętych depresją.

– *Cały okres jesienno-zimowy wiąże się z uogólnionym spadkiem nastroju u większości społeczeństwa, co wynika głównie z braku dostępu do światła słonecznego i zmniejszonej aktywności. Nie jest to jednak depresja, a jedynie pewna "odziedziczona" przez nas w procesie ewolucji zmiana samopoczucia i sposobu funkcjonowania uzależniona od warunków klimatycznych, nakazująca nam zwolnić, odpocząć* – wyjaśniła specjalistka.

Dodała, że termin Arnalla przypisuje odpowiedzialność za tę chorobę przejściowym czynnikom zewnętrznym i w pewnym sensie bagatelizuje powagę objawów depresji. Dlatego może stanowić pewne uzasadnienie dla niesięgania po pomoc.

Zdaniem dr Nowickiej termin Blue Monday prawdopodobnie zyskał popularność w świecie marketingu, dlatego że stanowi bardzo dobre uzasadnienie dla szybkich zabiegów regulacji nastroju, takich jak zakupy i skierowany na hedonizm konsumpcjonizm.

– *Warto jednak wspomnieć, iż metody te są długoterminowo nieskuteczne i mogą skutkować kolejnymi spadkami nastroju* – podkreśliła psycholożka.

Jak przypomniała, badania naukowe wskazują jednoznacznie, że najlepszy wpływ na nasze samopoczucie emocjonalne w okresie zarówno długoterminowym, jak i w krótszych okresach ma umiarkowany wysiłek fizyczny, kontakt z przyrodą oraz wspierające relacje z drugim człowiekiem.

Depresja wymaga natomiast konsultacji z lekarzem.