

ISSN 2391-7814

Rok II, 1/2014

Ateneum
Przegląd Familiologiczny
Ateneum Family Science Review

Ku małżeństwu.
Media w procesie wychowania

Redaktorzy tomu:
Małgorzata Stopikowska, Robert Stopikowski



Gdańsk 2014

Komitet Wydawniczy:

prof. zw. dr hab. Edmund Kotarski (przewodniczący),
prof. nadzw. dr Hanna Dubrzyńska, dr Małgorzata Godlewska,
prof. nadzw. dr hab. Marcin Krawczyński, prof. nadzw. dr hab. Henryk Olszewski,
prof. zw. dr hab. Waldemar Tłokiński, prof. nadzw. dr hab. Zdzisław Aleksander.

Redaktor serii: prof. nadzw. dr hab. Małgorzata Stopikowska

Redaktorzy tomu: prof. nadzw. dr hab. Małgorzata Stopikowska, dr Robert Stopikowski

Skład Rady Naukowej czasopisma:

Prof. Paola Barbara Helzel, Uniwersytet Kalabryjski w Arcavacata-Rende (Cs) (Włochy)

Prof. Soheir Mohammed Hewala, Cairo University (Egipt)

Prof. Håkan Hult, Linköpings Universitet (Szwecja)

Prof. PhDr. Bronislava Kasacova, MatejBel University, Banska Bystrica (Słowacja)

Prof. Sami Nassar, Cairo University, Egyptian E-Learning University (EELU) (Egipt)

Ks. prof. Artur Katolo, Ateneum-Szkoła Wyższa w Gdańsku

Prof. Leszek Buliński, Ateneum-Szkoła Wyższa w Gdańsku

Prof. Małgorzata Stopikowska, Ateneum-Szkoła Wyższa w Gdańsku

Dr Imrich Gazda PHD, KU Ružomberok (Słowacja)

Dr Pasquale Laghi, Uniwersytet Kalabryjski w Arcavacata-Rende (Cs) (Włochy)

Dr Flavio Vincenzo Ponte, Uniwersytet Kalabryjski w Arcavacata-Rende (Cs) (Włochy)

Recenzenci tomu:

Prof. nadzw. dr hab. Barbara Golińska

Prof. nadzw. dr hab. Zbigniew Jan Treppa

Redaktor języka polskiego: Lic. Anna Sapała

Redaktor języka angielskiego: Mgr Zbigniew Kolendo

Redaktor statystyczny: Dr Witold Turnowiecki

ISSN 2391-7814

© Copyright by „Ateneum-Szkoła Wyższa” w Gdańsku 2014

Wydawnictwo

„Ateneum – Szkoła Wyższa”

ul. 3 Maja 25A

80-802 Gdańsk

e-mail: wydawnictwo@ateneum.edu.pl

Przygotowanie do druku: Violetta Pastwa

Projekt okładki: Katarzyna Krawczyńska

Druk i oprawa: SOWA Sp. z o.o., 01-209 Warszawa, Hrubieszowska 6a

Nakład 100 egz.

Spis treści

Słowo wstępne.....	5
--------------------	---

PŁEĆ: SPORY I KONFLIKTY

Anna WASILEWSKA, <i>Język, symbole, archetypy w badaniach nad obrazem płci w literaturze dziecięcej. Uwagi teoretyczno-metodologiczne</i>	13
Aleksandra LEPA, <i>Edukacja seksualna w książkach dla dzieci – doniesienie z badań</i>	25
Alina STRZAŁKOWSKA, <i>Działania szkoły na rzecz zdrowia i bezpieczeństwa uczniów</i>	35

KOBIECE WZORY OSOBOWE W PRASIE POLSKIEJ

Kamila NIEDZIAŁKOWSKA, <i>Kobieta w świetle współczesnej prasy zwierzeń</i>	47
Marta CIURKOWSKA, <i>Obraz kobiety polskiej na przykładzie miesięcznika „Cosmopolitan”</i>	71
Paula NERLICH, <i>Problemy współczesnych kobiet w felietonach Małgorzaty Domagalik</i>	103
Magdalena CICHOWSKA, Robert STOPIKOWSKI, <i>Wpływ prasy kobiecej na poglądy i postawy studentek Ateneum-Szkoły Wyższej</i>	119

KOBIETA I MĘŻCZYŻNA

WOBEC WSPÓŁCZESNYCH PROPOZYCJI KULTUROWYCH

Bogumiła BRANT, <i>Wzory osobowe prezentowane na łamach magazynu „Twist”</i> .	139
Patrycja ZACZEK, <i>Ideale współczesnej kobiety i mężczyzny – doniesienie z badań</i>	157
Elżbieta WOŹNIEWSKA, <i>Manga i anime jako nowa propozycja kulturowa</i>	175
Natalia MUCHA, Robert STOPIKOWSKI, <i>„Filipinka” jako zjawisko kulturotwórcze</i>	205

RECENZJE I SPRAWOZDANIA

Mariusz Ruszkowski, <i>Sprawozdanie z działalności Koła Naukowego Studentów Nauk o Rodzinie „Silva Rerum” Ateneum-Szkoły Wyższej w Gdańsku za rok 2014</i>	227
--	-----

Irena Drawc-Ciftci, Sprawozdanie z konferencji naukowo-szkoleniowej „Wieczne dziecko’, poświęconą problemom dzieci z alkoholowym zespołem płodowym (FAS) i poalkoholowymi uszkodzeniami płodu (FASD) i ich rodzin”, Ateneum – Szkoła Wyższa w Gdańsku, 12 marca 2014.....	235
Katarzyna Dmowska, Sprawozdanie z konferencji naukowo-szkoleniowej „Wychowanie do życia w rodzinie wobec współczesnych wyzwań”, Ateneum-Szkoła Wyższa w Gdańsku, 16 czerwca 2014.....	241
Małgorzata Stopikowska, Sprawozdanie z wizyty w ramach programu ERASMUS w Katolicka Univerzita v Ružomberku (Katedra Nauk Społecznych, kierunek: Nauki o Rodzinie)	245
Konkurs na najlepszą pracę dyplomową związaną z tematyką małżeństwa i rodziny	251

Słowo wstępne

Młody człowiek stojący obecnie przed wyborem swojej drogi życiowej jest zalewany mnogością różnorodnych propozycji kulturowych, a tradycyjne modele życia małżeńskiego i rodzinnego są coraz bardziej marginalizowane. Nie bez znaczenia są również nasilające się procesy migracyjne związane z poszukiwaniem pracy i lepszej przyszłości. Z jednej strony mamy do czynienia z kształtowaniem się alternatywnych do małżeńskiego i rodzinnego modeli życia, z drugiej – pracodawcy wymagają i oczekują nowych kwalifikacji i umiejętności od swoich pracowników. Okoliczności te niejednokrotnie tworzą swoiste dylematy i zmuszają m.in. do wyboru między obowiązkami wobec „domu” i „pracy”.

Bez wątpienia znaczący udział w tych procesach mają współczesne media nieustannie lansujące różnorakie wzory osobowe – niekoniecznie przychylnie małżeństwu i rodzinie – oraz gotowe recepty na ułożenie sobie życia – bez, a nawet i wbrew społecznie uświęconym modelom małżeństwa i rodziny. Nie da się zaprzeczyć, że to właśnie środki masowego przekazu w znacznej mierze kształtują poglądy i pomysły młodych ludzi na zaplanowanie sobie życia, ich przyszłości, a także na gotowość podejmowania się ról małżeńskich i rodzinnych. Nawet jeśli młodzi nadal pielęgnują marzenia o szczęśliwym małżeństwie i rodzinie, to jednym z doradców na tej drodze są na pewno różnego rodzaju publikatory, kształtujące ich opinie na to, jak życie małżeńskie (czy partnerskie) i rodzinne powinno wyglądać.

Przyczyn i źródeł współczesnych przemian życia małżeńskiego i rodzinnego oraz zróżnicowania modeli życia społecznego jest wiele. Przygotowując niniejszy tom „*Ateneum Przegląd Familiologiczny – Ateneum Family Science Review*”, wybraliśmy tylko jeden z wielu aspektów: wpływ mediów na proces wychowania i przygotowania do podjęcia ról małżeńskich i rodzinnych. Dlatego też zatytułowaliśmy go *Ku małżeństwu. Media w procesie wychowania*. Wybraliśmy artykuły, które ukazują różnorodne wzory osobowe zamieszczone głównie na łamach prasy, ale nie tylko. Całość podzieliliśmy na trzy części, zgodnie z logiką zamieszczonych treści, a także zaopatrzyliśmy – tym razem – dość obszernym rozdziałem relacjonującym różne wydarzenia na naszej Uczelni.

Część tekstów wyszło spod pióra absolwentów Ateneum – Szkoły Wyższej w Gdańsku, następujących kierunków: *Dziennikarstwa i Komunikacji*

Spolecznej – lic. M. Ciurkowskiej, lic. P. Nerlich, lic. M. Cichowskiej, lic. N. Muchy, *Nauk o Rodzinie*: lic. M. Ruszkowskiego, lic. I. Drawc-Ciftci, lic. K. Dmowskiej oraz *Pedagogiki Rodziny*: mgr P. Zaczek. Pozostali autorzy pochodzą spoza naszej Uczelni, m.in. dr A. Wasilewska reprezentuje Uniwersytet Gdański, Instytut Pedagogiki, natomiast mgr A. Strzałkowska – Centrum Edukacji Nauczycieli w Gdańsku. Inni – należą do kręgu osób związanych w jakiś sposób z prowadzonymi przez nas projektami badawczymi.

Omawiany wolumin składa się z czterech części. Pierwsza, otwierająca tom: *Płeć: spory i konflikty*, szkicuje problem współczesnych kontrowersji wokół płciowości, które przeradzają się często w walki ideologiczne pomiędzy oddanymi im zwolennikami. Natomiast druga – *Kobiece wzory osobowe w prasie polskiej* i trzecia – *Kobieta i mężczyzna wobec współczesnych propozycji kulturowych* ukazuje różnorodne wzory osobowe, adresowane zarówno do współczesnych kobiet, jak i mężczyzn. Przekaz medialny nigdy nie ogranicza się tylko do jednej z płci – nawet jeśli dotyczy tylko kobiecych albo męskich wzorów osobowych, ale oddziaływa na oboje, a wręcz więcej: na tworzone przez nich związki. Zaś w dziale czwartym *Recenzje i sprawozdania* zamieściliśmy obszernie relacje z wydarzeń mających miejsce na naszej Uczelni lub związanych z tematyką małżeńsko-rodzinną.

Pierwsza część niniejszej książki *Płeć: spory i konflikty* podejmuje zagadnienia płciowości ludzkiej przez pryzmat treści, które docierają do młodych odbiorców, czy to w szkole, czy to w zaciszu domowym dzięki książkom. Anna Wasilewska w swoim artykule otwierającym ten rozdział pt. *Język, symbole, archetypy w badaniach nad obrazem płci w literaturze dziecięcej. Uwagi teoretyczno-metodologiczne* wprowadza Czytelnika w meandry badań nad obrazami płci w literaturze dla dzieci. Autorka wskazała na najbardziej przydatne w tej materii metody badawcze oraz zaproponowała swoje rozwiązania metodologiczne w tym względzie.

Przykładem praktycznego zastosowania jednego z jej wskazań metodologicznych jest tekst Aleksandry Lepy pt. *Edukacja seksualna w książkach dla dzieci – doniesienie z badań*. Poddała ona analizie wybrane utwory dedykowane dzieciom w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym, poszukując odpowiedzi na pytanie, jakie treści z zakresu edukacji seksualnej zostały przedstawione tam najmłodszym. Porównała przy tym dwie pozycje angielskojęzyczne z jedną polskojęzyczną, a za kryterium oceny przyjęła standardy wytyczone przez Międzynarodową Organizację Zdrowia (WHO).

Kolejny artykuł *Działania szkoły na rzecz zdrowia i bezpieczeństwa uczniów* kreśli natomiast bardzo wyraźną granicę pomiędzy wychowaniem

seksualnym a edukacją seksualną – popularnie zwaną „seks-edukacją”. Alina Strzałkowska przedstawia aktywność szkoły polskiej w dziedzinie wychowania seksualnego – przede wszystkim w kontekście przedmiotu „Wychowanie do życia w rodzinie”, i jednocześnie kontrastuje te działania z agresywną formą przymusowej „seks-edukacji” w wybranych krajach europejskich. Wskazuje także na tendencje ideologiczne, takie jak np. nurty *genderowe*, które, w ocenie autorki – niebezpieczne i szkodliwe, kwestionują tradycyjne wartości w obszarze płciowości i życia rodzinnego.

Druga część książki podejmuje problem lansowania i kształtowania przez polską prasę kobiecych wzorów osobowych. Otwierający ten rozdział artykuł Kamili Niedziałkowskiej *Kobieta w świetle współczesnej prasy zwierzeń* opisuje życie codzienne kobiet polskich na łamach prasy zwierzeniowej. W tych różnorodnych opowiadaniach, w wielu wypadkach konstruowanych w redakcjach czasopism, możemy jednak odnaleźć autentyczne problemy kobiet: tych poświęcających swoje życie dla dobra rodziny, cierpiących z powodu różnego rodzaju dramatów, czy wprost – patologii, aż po kobiety nowoczesne, aktywne, gotowe poświęcić dobro swoich bliskich, aby osiągnąć cele zawodowe czy osobiste. Kobiety w prasie zwierzeniowej mają więc wiele twarzy: od typowej „matki-Polki”, aż po często bezwzględną współczesną bizneswoman.

Kolejny artykuł Marty Ciurkowskiej *Obraz kobiety polskiej na przykładzie miesięcznika „Cosmopolitan”* jest analizą czasopisma lifestylowego, kierowanego głównie do aktywnej i zasobnej finansowo czytelniczki. Pismo okazuje się jednak w wielu wypadkach niekonsekwentne, a przy tym niejednokrotnie pełne sprzeczności w proponowanych radach. Natomiast bardzo jasny i jednoznaczny jest model relacji damsko-męskich lansowany na łamach „Cosmopolitan”. Nie ma tam miejsca na trwalsze związki, a przelotne znajomości z mężczyznami ukierunkowane są przede wszystkim na chwilowe doznania. Lansowany styl życia jest zatem dość prosty: liczy się jedynie moja przyjemność, ta materialna i ta w kontaktach międzyludzkich, a cena w tym wypadku nie gra żadnej roli.

Problemy współczesnych kobiet w felietonach Małgorzaty Domagalik autorstwa Pauli Nerlich to artykuł stanowiący analizę tekstów zamieszczanych w opiniotwórczym tygodniku „Wprost”. Domagalik, podejmuje te sprawy kobiet, które uznaje za ważne i istotne, w tym m.in.: antykoncepcję, aborcję, in vitro, prostytutkę, homoseksualizm, małżeństwo i równouprawnienie. Będąc zadeklarowaną feministką, podkreśla asymetrię

praw kobiet i mężczyzn, opowiadając się – w jej mniemaniu – za pokrzywdzonymi kobietami.

Ostatni w tej części książki tekst – pióra Magdaleny Cichowskiej i Roberta Stopikowskiego – to *Wpływ prasy kobiecej na poglądy i postawy studentek Ateneum – Szkoły Wyższej*. Narzędziem do realizacji tego celu badawczego była ankieta, która pozwoliła określić kilka zasadniczych wątków: stopień czytelnictwa prasy kobiecej, rodzaj czytanej prasy oraz jej wpływ na czytelniczki. Uzyskane dane obrazują ograniczony wpływ prasy, zarówno jako źródła informacji, ale również jako środka wpływającego na postawy kobiet, w tym wypadku studentek Ateneum.

Trzecią część książki, ukazującą kobietę i mężczyznę wobec współczesnych propozycji kulturowych otwiera artykuł Bogumiły Brant *Wzory osobowe prezentowane na łamach magazynu „Twist”*. Wprawdzie pismo to adresowane jest przede wszystkim do młodzieży żeńskiej, to jednak stanowi swego rodzaju przygotowanie dla przyszłej konsumpcji prasy kobiecej rodzaju np. omawianego wcześniej „Cosmopolitan”. Zdaniem autorki prezentowane w magazynie treści mają ukształtować w młodym człowieku przekonanie, że świat służy głównie zaspokajaniu chwilowych zachcianek, wszystkie sukcesy przychodzą łatwo i nie wymagają wysiłku, a relacje międzyludzkie opierają się na zabawie i dostarczaniu sobie przyjemności.

Kolejny tekst autorstwa Patrycji Zaczek pt. *Ideaty współczesnej kobiety i mężczyzny – doniesienie z badań* próbuje za pomocą badań praktycznych skonstruować obraz idealnej kobiety i mężczyzny. Analizie porównawczej poddano zarówno cechy zewnętrzne, takie jak wygląd czy wykonywana praca, ale również cechy wewnętrzne. Autorka odnosi swoje wnioski do przeprowadzanych przez innych badaczy wyników ich dociekań i wskazuje na wyraźne zmiany w postrzeganiu ról kobiety i mężczyzny. Zwraca również uwagę na rolę mediów w kształtowaniu tych ideałów.

Artykuł Elżbiety Woźniewskiej *Manga i anime jako nowa propozycja kulturowa* jest próbą wyjaśnienia bogatej symboliki i historii tradycyjnych komiksów i filmów animowanych powstałych na gruncie kultury japońskiej. Autorka zwraca uwagę na szereg znaczeń symbolicznych poszczególnych elementów *mangi* i *anime* oraz konsekwencje wychowawcze bezrefleksyjnego ich przeszczepienia w obręb kultury europejskiej. Ukazane są również szanse i zagrożenia związane z wpływem tych propozycji kulturowych na młode pokolenie.

Część trzecią zamyka opracowanie Natalii Muchy i Roberta Stopikowskiego *„Filipinka” jako zjawisko kulturotwórcze*. Pismo to, jak wiele innych powstałych jeszcze w okresie istnienia PRL, nie zdołało się utrzymać na rynku wydawniczym po 1989 r. i uległo likwidacji. Trzeba jednak zauważyć, że „Filipinka” przez kilka dziesięcioleci kształtowała młode pokolenia dziewcząt i kobiet, a w wielu wypadkach pozostała we wspomnieniach czytelniczek jako swoisty przewodnik okresu młodości. Świadczą o tym zapisy na stronach internetowych poświęcone czasopismu, co bez wątpienia uprawnia do nazwania je mianem swego rodzaju „zjawiska kulturotwórczego”.

Książka zaopatrzona została także kilkoma sprawozdaniami przygotowanymi przez członków Koła Naukowego z ich dokonań w kończącym się 2014 r. Mariusz Ruskowski – Przewodniczący Koła przedstawia *Sprawozdanie z działalności Koła Naukowego Studentów Nauk o Rodzinie „Silva Rerum” Ateneum Szkoły Wyższej w Gdańsku za rok 2014*, zaś Opiekun Koła – M. Stopikowska *Sprawozdanie z wizyty w ramach programu ERASMUS w Katolicka Univerzita v Ružomberku (Katedra Nauk Społecznych, kierunek: Nauki o Rodzinie)*. Natomiast członkinie Koła – Irena Drawc-Ciftci – *Sprawozdanie z konferencji naukowo-szkoleniowej „'Wieczne dziecko’, poświęconą problemom dzieci z alkoholowym zespołem płodowym (FAS) i poalkoholowymi uszkodzeniami płodu (FASD) i ich rodzin”*, Ateneum – Szkoła Wyższa w Gdańsku, 12 marca 2014, a Katarzyna Dmowska – *Sprawozdanie z konferencji naukowo-szkoleniowej „Wychowanie do życia w rodzinie wobec współczesnych wyzwań”*, Ateneum – Szkoła Wyższa w Gdańsku, 16 czerwca 2014.

Chcielibyśmy także zwrócić uwagę Czytelników na *Konkurs na najlepszą pracę dyplomową związaną z tematyką małżeństwa i rodziny*, który ogłasza Redakcja *„Ateneum Przegląd Familiologiczny – Ateneum Family Science Review”* oraz Wydawnictwo Ateneum. Zachęcamy serdecznie zarówno studentów, jak i ich promotorów do podejmowania problematyki małżeńsko-rodzinnej w pracach dyplomowych, na różnych kierunkach i specjalnościach. Z miłą chęcią opublikujemy wyniki najlepszych prac na łamach naszego czasopisma.

Małgorzata Stopikowska
Kierownik Katedry Nauk o Rodzinie

Robert Stopikowski
Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna

**PŁEĆ:
SPORY I KONFLIKTY**

Anna WASILEWSKA

Uniwersytet Gdański

Język, symbole, archetypy w badaniach nad obrazem płci w literaturze dziecięcej.

Uwagi teoretyczno-metodologiczne

Language, symbols, archetypes in the study of images in children's literature.

Theoretical and methodological conclusions

Streszczenie

W artykule poddano refleksji instrumentarium metodologiczne wykorzystywane w badaniach dotyczących rekonstruowania znaczeń z tekstów adresowanych do dzieci. Podjęto rozważania typu teoretyczno-metodologicznego, wskazując język, symbol i archetyp jako przedmiot badań literatury dziecięcej. W szczególny sposób podkreślono przydatność omawianej metodologii w badaniach nad obrazami płci w edukacji małego dziecka.

Słowa kluczowe: płeć, literatura dziecięca, język, symbole, archetypy, metodologia

Abstract

The paper reflects on methodological instruments applied in research on reconstructing meanings in texts for children. Elaborations of the theoretical and methodological nature were undertaken, indicating the language, symbol and archetype as the object of children's literature research. Particular emphasis was placed upon the usefulness of the methodology in question in the study of gender images in educating a small child.

Key words: gender, children's literature, language, symbols, archetypes, methodology

Temat płci związany jest z problemem konstruowania tożsamości jednostki, a to proces uwikłany w rozmaite konteksty. W procesie tym następuje interioryzowanie potocznych (charakterystycznych dla określonej społeczności) konceptualizacji kobiety/mężczyzny, a dzieje się to m.in. za sprawą rozmaitych doświadczeń – zarówno życiowych, jak i kulturowych (literatury, sztuki, filmu). Wśród różnych przekazów kulturowych docierających do dziecka znajdują się te tworzone intencjonalnie dla dziecięcego odbiorcy, z określonym celem dydaktycznym i wychowawczym oraz przekazy nieintencjonalne (jak np. uliczne billboardy).

Literatura dla dzieci postrzegana jest jako przekaz intencjonalny i jest uważana przez wychowawców za znaczący czynnik w procesie wychowania i kształcenia. Trzeba jednak zauważyć, że treści związane z płcią należą do szczególnie „gorących” i „delikatnych”, przede wszystkim ze względu na ich związek z systemem wartości. Podobnie jak pozostałe aspekty tożsamości człowieka związane są także ze sferą emocjonalną. Stąd obrazy płci pojawiające się w rozmaitych przekazach adresowanych do dzieci wywołują burzliwe dyskusje o podłożu ideologicznym (ze względu na różnice wynikające z przyjętej ideologii wychowania), politycznym (ze względu na różnice w systemie wartości różnych opcji politycznych) oraz estetycznym (jak chociażby ciągle aktualne pytanie w odniesieniu do literatury dziecięcej: artyzm czy dydaktyzm?). Te dylematy i wynikające z nich problemy nie będą przedmiotem moich refleksji – chcę przede wszystkim wskazać na złożoność problematyki, która ujawnia się także na poziomie metodologii badań dotyczących znaczeń w literaturze dziecięcej (lub znaczenia literatury dziecięcej). W tym artykule poddaję refleksji instrumentarium metodologiczne możliwe (zasadne?) w badaniach dotyczących rekonstruowania znaczeń z tekstów adresowanych do dzieci.

Obraz płci a przekazy kulturowe – uwagi teoretyczne i metodologiczne

Ostatnie lata przynoszą sporo publikacji naukowych dotyczących tej problematyki, ale również dyskusji mających charakter ideologiczny. Wprowadzenie do badań kategorii *gender* umożliwia pokazanie złożonej zależności między tożsamością płciową a elementami kultury, która może narzucać określone obrazy, tworzyć „kalki” pojęciowe, ale równocześnie stymulować proces konstruowania tożsamości jednostki.

Jerome S. Bruner wskazuje, że w indywidualnych doświadczeniach kultura przejawia się „wytwarzaniem znaczeń”, które powstają na drodze negocjowania społecznego w konkretnym kontekście kulturowym¹. Kultura symboliczna, do której należą opowieści, teksty, obrazy, symbole, tradycje, muzyka itd., dostarcza swoistych narzędzi, które w ontogenezie podlegają internalizacji w sferę myślenia, percepcji, nawyków, uczuć i postaw jednostki. Proces przyswajania kultury we wczesnych etapach rozwoju człowieka jest istotny dla psychicznej regulacji zachowania, wewnętrznej integracji osobowości. Przekazy kulturowe stanowią specyficzne środowisko

¹ J. Bruner, *Kultura edukacji*, przeł. T. Brzostowska-Tereszkiewicz, wstęp A. Brzezińska, Kraków 2006, s. 226.

wychowawcze oraz istotny czynnik i komponent rozwoju jednostki². Należy przypomnieć semiotyczne rozumienie kultury jako systemu relacji między człowiekiem i światem. System ten nakłada pewne ograniczenia na zachowania jednostki, a jednocześnie określa to, jak ona modeluje świat.

Problematykę tę wyjaśnia socjologiczna teoria symbolicznego interakcjonizmu, która opisuje mechanizmy wpływu światów symbolicznych na zachowania społeczne oraz kształtowanie tożsamości jednostki. Następuje to w interakcjach społecznych i za pośrednictwem symboli kulturowych. Jednostka uczy się znaczeń na drodze komunikacji symbolicznej, najpierw w obrębie rodziny, poszerzając zakres doświadczeń symbolicznych o inne grupy społeczne i rozmaite kanały przekazu. Proces „socjalizacji pierwotnej”³, tj. faza identyfikowania się z systemem klasyfikacyjno-pojęciowym i systemem wartości opiekunów, dokonuje się w obrębie grup o bardzo silnym związku emocjonalnym, a ponadto jest nie do końca uświadamiany (ze względu na właściwości poziomu rozwoju poznawczego dziecka). Te właśnie czynniki są przyczyną trwałości efektów wczesnej fazy rozwojowej i wpływają na sposób rozumienia i interpretacji świata.

Pierwsze komponenty konstruowania tożsamości płciowej jednostki pojawiają się bardzo wcześnie w procesie rozwoju dziecka, w przekazach społeczno-kulturowych w rodzinie – poprzez reakcje na zachowania dziecka, estetykę stroju i przestrzeni, dostępność do zabawek w zależności od płci, itd. Świadomość biologiczna swojej płciowości pojawia się nieco później i łączy się od razu z komponentami kulturowymi⁴. W procesie rozwoju następuje ciągła interpretacja i reinterpretacja znaczeń, uwewnętrznianych we własne wartości (w „socjalizacji wtórnej”)⁵. Dzieje się tak za sprawą interakcji symbolicznych, tj. odpowiedzi na oczekiwania osób znaczących. Oczekiwania te nie zawsze ujawniane są wprost, czasami ukryte zostają np. w sposobie organizacji czasu czy przestrzeni, w reakcjach emocjonalnych na określone fakty, w dostępności (lub niedostępności) określonych przekazów kulturowych, w tym utworów literackich

² M. Przetacznik-Gierowska, M. Tyszkowa, *Psychologia rozwoju człowieka*, t. 1, Warszawa 1996, s. 102.

³ M. Ziółkowski, *Znaczenie, interakcja, rozumienie. Studium z symbolicznego interakcjonizmu i socjologii fenomenologicznej jako wersji socjologii humanistycznej*, Warszawa 1981, s. 64-65.

⁴ Dziecko dwuletnie na pytanie czym się różnią dziewczynki od chłopców wskaże strój lub długość włosów.

⁵ P. L. Berger, T. Luckmann, *Spoleczne tworzenie rzeczywistości*, przełożył, słowem wstępnym opatrzył J. Niżnik, Warszawa 1983.

Adresat dziecięcy w historii literatury pojawił się stosunkowo późno, co związane było z niedostrzeganiem przez wychowawców specyficznych potrzeb i możliwości poznawczych dziecka. Literatura dla dzieci kształtowała się zawsze pod wpływem dominującej w danym okresie historycznym ideologii wychowania. W traktowaniu literatury dla dzieci nie brak kontrowersji związanych np. z rolami, do jakich przygotowywała (i przygotowuje) swoje dziecko rodzina. Utwory literackie trafiające do dziecka przez pośrednika dorosłego są zawsze w jakimś kontekście społecznym, wolicjonalnym, ideologicznym. To od wychowawcy zależy, z jakimi tekstami dziecko będzie miało kontakt i jak utwory te będą interpretowane. Przy czym pośrednik przekazu kulturowego nie zawsze jest świadom celów, jakimi się kieruje. Cele te wynikają z uwewnętrznionych przekonań wychowawcy dotyczących swojego miejsca w procesie wychowania oraz funkcji utworu literackiego w tym procesie. Współcześnie wybór określonych lektur zależy nie tyle od statusu społecznego, co od systemu wartości danej rodziny różnicującego podejścia wychowawcze. Warto jednak podkreślić, że kwestia co i dla kogo z literatury dziecięcej należy wybierać nie jest i w przeszłości nigdy nie była jednoznaczna⁶.

Ważną dla opisu rzeczywistości edukacyjnej – za sprawą Pierre’a Bourdieu⁷ – stała się kategoria przemocy symbolicznej. Przemoc symboliczna jest rozumiana jako narzucanie znaczeń i ich interpretacji w procesie transmisji wiedzy, w celu podtrzymywania i odtwarzania porządku społecznego. Według Bourdieu każde działanie pedagogiczne jest formą przemocy symbolicznej i opiera się na legalnym prawie nauczyciela do narzucania znaczeń. Warto zauważyć, że przemoc symboliczna w procesie edukacji może działać poza świadomością zarówno nauczycieli jak i uczniów, ponieważ praktyka przekazywania znaczeń jest uznawana za naturalną i postrzegana społecznie jako korzystna dla rozwoju jednostki⁸. Wykorzystywany jest tu mechanizm władzy, przy pomocy którego narzuca się znaczenia i interpretacje rzeczywistości jako jedynie uprawomocnione w określonej rzeczywistości społecznej. Pomijane są w tym procesie doświadczenia kulturowe wychowanków, które są zastąpione zbiorem znaczeń symbolicznych (norm moralnych, wzorów zachowań, postaw,

⁶ A. Wasilewska, *Fantastyka baśniowa a dziecko – wychowanie czy manipulacja*, Gdańsk 2012.

⁷ P. Bourdieu, J. C. Passeron, *Reprodukcja: elementy teorii systemu nauczania*, przeł. E. Neyman, Warszawa 2006.

⁸ M. Falkiewicz-Szult, *Przemoc symboliczna w przedszkolu*, Kraków 2006.

wartości, estetyki) uznawanych za poprawne i właściwe dla ideologii dominującej grupy społecznej. Jednostka, nie dostrzegając zniewolenia, interioryzuje zasady arbitralności kulturowej, co prowadzi do odtwarzania kultury dominującej. Współczesne badania, zwłaszcza w obrębie pedagogiki krytycznej, skoncentrowane są na rekonstruowaniu ukrytych lub nieuświadomianych znaczeń w przekazach adresowanych do dziecka. Wykorzystuje się przy tym bardzo różnorodne perspektywy oglądu, w zależności od przedmiotu badań oraz dziedziny wiedzy.

Zbiorowe konceptualizacje płci, uwikłane w konteksty społeczne, kulturowe, a nawet polityczne, stają się problemem angażującym w coraz większym stopniu naukowców, reprezentujących różne dziedziny nauki: psychologów, socjologów, językoznawców, literaturoznawców, filozofów, pedagogów. Dotychczasowe ustalenia pozwalają m.in. uściślić zakres kategorii płci i zróżnicować ją na: płć biologiczną (*sex*) i płć kulturową (*gender*). Powstają liczne, nierzadko interdyscyplinarne, prace z zakresu *gender studies*, w których opis i interpretacja zagadnienia płci motywowanej kontekstem kulturowym, obejmującym m.in. obecne na danym obszarze role społeczne, stereotypy, itp., stają się pierwszoplanowym wyzwaniem naukowym⁹.

Należy jednak zauważyć, że termin *gender* w wielu wypowiedziach utożsamiany jest przede wszystkim z podejściem feministycznym, zredukowanym do radykalnej opcji ideologicznej. Warto zatem przyjrzeć się różnym propozycjom podejść badawczych do problemu płci w kulturze. Ponadto, kiedy przedmiotem badań stają się przekazy kulturowe adresowane do dziecka, pojawiają się nowe konteksty – edukacyjny, wychowawczy, rozwojowy, co sprawia, że należy poszerzyć zakres badań o studia interdyscyplinarne.

Język

Wzajemne uwarunkowania języka i płci interesują badaczy od dawna, jednak w ostatnich latach jest zauważalny znaczący wzrost ilości oraz różnorodności prac naukowych eksplorujących owo zagadnienie. Problematyka badań relacji płć-język najczęściej jest podejmowana w obrębie współczesnej lingwistyki, która obejmuje obserwacją nie tylko system językowy, ale również wiele innych płaszczyzn, co przynosi rezultaty w postaci opracowań z dziedziny pragmalingwistyki, lingwistyki tekstu,

⁹ A. Rejter, *Płć, język, kultura*, Katowice 2013, s. 11.

teorii dyskursu, etnolingwistyki, lingwistyki kulturowej czy lingwistyki kognitywnej. Należy zwrócić uwagę, że nawet pojęcie „język”, jakkolwiek stanowi główny przedmiot opisu, jest przez poszczególnych autorów różnie definiowane, ponieważ odnoszą się oni do rozmaitych przejawów i typów językowej ekspresji. Badacze polscy przyjmują zróżnicowane perspektywy oglądu problemu – od koncentrowania się na systemie językowym jako takim, sprowadzając swoje badania do analiz gramatycznych¹⁰, poprzez rozszerzanie namysłu nad gramatyką o aspekt pragmatyczny (np. tytułów i wyrażień honorujących)¹¹, aż do poziomu dyskursu ujawnionego w całym tekście¹².

W badaniach z zastosowaniem metodologii kontrastowania pojawiają się analizy polskiego systemu honoratywnego w odniesieniu do innych języków. Uwzględniony zostaje szeroki kontekst kulturowy i komunikacyjny zjawiska językowego związanego z różnicą płci. W publikacjach tych podnoszony jest problem asymetrii rodzajowo-płciowej oraz zagadnienie seksizmu językowego.

Liczne prace dotyczące wizerunków kobiety i mężczyzny w różnych tekstach kultury łączą lingwistykę z innymi dziedzinami wiedzy – psychologią, antropologią, socjologią. Najczęściej stosowana metodologia pochodzi z lingwistyki kulturowej oraz semantyki kognitywnej lub lingwistyki tekstu. Artur Rejter stwierdza, że jest to „fortunne” rozwiązanie, ponieważ umożliwia opis problemu w sposób całościowy, z uwzględnieniem konotacji semantyczno-kulturowych oraz uwarunkowań zewnątrzjęzykowych¹³. W takim obszarze problematyka relacji płć-język może być rozpatrywana także z wykorzystaniem kategorii *Językowego Obrazu Świata*. Przedmiotem takich badań, opartych na językoznawstwie i kulturoznawstwie oraz lingwistyce kognitywnej staje się dyskursywny i kulturowy charakter tekstów¹⁴. Badacz koncentruje się na cechach i właściwościach tekstu, które czynią go typowym obiektem wypowiedzi danej grupy społecznej. Tu nie jest istotne, co konkretny autor ma do powiedzenia, ale co w jednorazowej wypowiedzi wskazuje na ogólne i typowe cechy dla danej kultury

¹⁰ M. Kucala, *Rodzaj gramatyczny w historii polszczyzny*, Wrocław 1978; A. Kępińska, *Kształtowanie się polskiej kategorii męsko- i niemęskoosobowości. Język wobec płci*, Warszawa 2006.

¹¹ M. Łaziński, *O panach i paniach. Polskie rzeczowniki tytułowe i ich asymetria rodzajowo-płciowa*, Warszawa 2006.

¹² M. Karwowska, J. Szpyra-Kozłowska, *Lingwistyka płci. Ona i on w języku polskim*, Lublin 2005.

¹³ A. Rejter, *Płć, język, kultura*, dz. cyt., s. 33.

¹⁴ J. Bartmiński, *Językowe podstawy obrazu świata*, wydanie 5, Lublin 2012.

(subkultury). Takie badania dotyczą narracji autorskich (także w literaturze) oraz procesu komunikacyjnego (jak np. zachowania językowe młodzieży)¹⁵.

W badaniach poszerzających zagadnienie języka płci o aspekt pragmatyczny ujawniane jest skomplikowane powiązanie elementów systemu gramatycznego w rozmaite konteksty kulturowo-społeczne. Coraz częściej w centrum uwagi językoznawstwa pojawia się człowiek jako indywiduum, jednostka niepowtarzalna, chociaż uwikłana w konwencje, ale przecież samodzielnie konstruująca obraz świata. Zwraca się uwagę na możliwość uwzględnienia niszowych, nienormatywnych fenomenów, także w obszarze językowej ekspresji jednostki¹⁶. W badaniach literaturoznawczych pojawiają się propozycje – wpisane w koncepcję kulturowej teorii literatury – podmiotowego odczytania tekstów literackich dotyczących problematyki płci¹⁷.

Badania dotyczące poziomu dyskursu, korzystając z wykładników leksykalnych, ujawniają androcentryzm językowy w komunikacji oraz w rozmaitych tekstach kulturowych (głównie popularnych)¹⁸. Zostają opisane potoczne konceptualizacje kobiety i mężczyzny, które rekonstruowane są z zasobu leksykalnego i frazeologicznego rozmaitych tekstów (np. podręczników szkolnych, tekstów urzędowych, tekstów czasopism, itd.)¹⁹.

Zauważane jest waloryzowanie czynnika antropocentrycznego we współczesnym świecie, zwrot ku indywidualizmowi, liberalizmowi, a przede wszystkim ogromny rozwój i popularność refleksji feministycznej. To implikuje przyjęcie narzędzi metodologicznych, rozmaicie pojmowanej pragmatyki językoznawczej oraz socjolingwistyki, a także lingwistyki kulturowej, w obszarze których plasuje się od pewnego czasu znacząca liczba lingwistycznych prac naukowych²⁰. Jednak należy zauważyć, że problematyka obrazu płci w kontekście edukacji małego dziecka wymaga rozszerzenia instrumentarium badawczego o aspekty uwzględniające specyfikę poznawczą odbiorcy dziecięcego. Postuluję tu zwrot ku

¹⁵ R. Jedliński, *Językowy obraz świata wartości w wypowiedziach uczniów kończących szkołę podstawową*, Kraków 2000.

¹⁶ A. Rejter, dz. cyt., s. 37.

¹⁷ A. Łebkowska, *Gender*, [w:] *Kulturowa teoria literatury. Główne pojęcia i problemy*, red. M. P. Markowski, R. Nycz, Kraków 2006, s. 400.

¹⁸ *Gender*, pod red. M. Radkiewicz, Kraków 2003.

¹⁹ *Oblicza płci. Język-kultura-edukacja*, red. M. Karwatowska, Lublin 2012.

²⁰ A. Rejter, dz. cyt., s. 25.

metodologii psychoanalitycznej, w której przedmiotem badań są symbole i archetypy.

Symbole, archetypy

Obrazy pojęć (w tym obraz płci) w literaturze dziecięcej przybierają często formę symboliczną, a znaczenia rekonstruowane są przez odbiorcę w sposób intuicyjny. „Symbolika przemienia zjawisko w ideę, ideę w obraz, i to tak, że idea w obrazie zawsze pozostaje działająca i (zarazem) nieosiągalna, i choć wypowiada się ją we wszystkich językach, pozostaje niewysłowiona”²¹. Odbiór obrazowy, intuicyjny, emocjonalny jest charakterystyczny dla poznania dziecięcego, dlatego warto dokonywać opisu utworu literackiego z uwzględnieniem symboli. Zenon Dudek twierdzi, że prawa myślenia obrazowo-symbolicznego są bliskie małemu dziecku, zaś w toku rozwoju poznawczego, kiedy zwiększa się zasób słów i pojęć jednostki, następuje dominacja myślenia werbalnego²². Współczesne badania kulturowe odczytują język symboliczny w rozmaitych tekstach (w baśniach, mitach, wierzeniach, ceremoniach) korzystając z dorobku psychoanalizy. Psychoanalitycy interpretują dominację intelektu w poznawaniu świata współczesnego człowieka jako strategię poznawczą uboższą od „myślenia magicznego”. Podkreśla się, że zawieszenie racjonalnego myślenia nie stanowi ograniczenia w sposobie poznania, ale otwiera większe możliwości poznawcze, włączające intuicję i emocje²³.

Współczesne badania literaturoznawcze odwołujące się do psychoanalizy, opierają się głównie na koncepcji Carla Gustawa Junga – ucznia Zygmunta Freuda oraz jego gorącego opozycjonistę. Jung odcinał się od panseksualnej koncepcji Freudowskiej, proponując tzw. psychologię głębi, w której najważniejszą kategorią były archetypy²⁴. To treści bliskie wszystkim ludziom („wspólnotowe”), chociaż przybierają rozmaite formy realizacji w konkretnych tekstach kultury. Archetypy należą do treści, które „nie przenikają” do świadomości, dlatego ich potencjał „pozostaje w sferze

²¹ J. W. Goethe, *Refleksje i maksymy*, przeł. J. Prokopiuk, Czytelnik, Warszawa 1977, s. 209.

²² Z. W. Dudek, *Od języka wyobraźni do języka archetypów*, „Albo, albo. Inspiracje jungowskie. Problemy Psychologii i Kultury. Samopoznanie, terapia, rozwój”, 2004 nr 2.

²³ A. Wasilewska, *Archetypy świata dziecięcego. Światy wyobraźni w narracjach dzieci*, Gdańsk 2013, s. 26.

²⁴ K. Pajor, *Rola archetypu w analitycznej psychologii C. G. Junga*, seria: Studia i Materiały, Poznań 1992.

niepoznawalności, nieokreśloności i niewyczerpalności”²⁵. Rozpoznawalne mogą być jedynie w języku obrazowo-symbolicznym, co stanowi z jednej strony o ich bogactwie znaczeniowym, a z drugiej – o trudności w interpretacji. Są to obrazy rzeczywistości psychicznej i jako takie wymykają się jednoznaczemu opisowi, stanowiąc źródło licznych nieporozumień interpretacyjnych. W interpretacji utworu literackiego dąży się do rekonstrukcji sensów „ukrytych” za symbolem czy obrazem (np. opisem koloru, figury, itp.). W procesie tym istotną rolę odgrywa intuicja, umiejętność empatii, zdolność wejścia w świat tekstu. Podstawą interpretacji psychoanalitycznej jest nauka o znakach i znaczeniach, a więc podobnie jak w przypadku semiotyki tekstu – jednak tu bardziej zaangażowana jest intuicja i wyobraźnia. Jungowska koncepcja nieświadomości kolektywnej stanowi podstawę interpretacji nie tylko mitów czy baśni, ale także innych przekazów kulturowych, w których można dostrzec przejawy doznań ponadindywidualnych.

Metodologia badań odwołująca się do psychoanalizy jest z powodzeniem wykorzystywana do interpretacji baśni, jednak inne utwory literatury dziecięcej są takiej praktyce poddawane sporadycznie. Oczywiście nie wszystkie treści w tekstach adresowanych do dzieci mają charakter symboliczny, ale obrazy płci często przybierają taką formę. Warto zwrócić uwagę, że edukacja szkolna skoncentrowana jest na aktywizowaniu myślenia racjonalnego, linearnego, werbalnego (z dominacją lewej półkuli mózgu), co z jednej strony stanowi dla dziecka znaczące wyzwanie poznawcze, jednak z drugiej zubaża poznanie – eliminując niemal aktywność skierowaną na intuicję, obrazowość i emocjonalność (z dominacją prawej półkuli mózgu). Literatura dziecięca, w której można odnaleźć przedstawienia symboliczne oraz obrazy archetypiczne, stanowi ważne uzupełnienie w kształceniu dziecka. Tu należy przypomnieć, że baśń – uważana dziś za ważny przekaz w wychowaniu dziecka – skonstruowana jest właśnie z archetypów i symboli²⁶. W odbiór treści archetypicznych zaangażowana jest cała osobowość, wszystkie jej aspekty, a więc nie tylko świadomość (utożsamiana z intelektem), ale i nieświadomość. Tylko bowiem symbole (obrazowe – jak mówią psychoanalicy) są przeżywane we wszystkich sferach psychiki ludzkiej.

²⁵ Taż, *Uniwersalność archetypów i względność symboli*, „Albo albo. Problemy psychologii i kultury. Pismo interdyscyplinarnych poszukiwań” 2004 nr 2, Warszawa, s. 10.

²⁶ A. Wasilewska, *Fantastyka baśniowa a dziecko*, dz. cyt.

W badaniach lingwistycznych oraz literaturoznawczych psychoanaliza stanowi znaczącą propozycję metodologiczną²⁷, która może sprawdzać się w badaniach dotyczących rekonstrukcji znaczeń płci. Warto korzystać z tego instrumentarium także w analizie utworów dla dzieci o tej problematyce. Takie podejście badawcze pozwala na ujawnienie znaczeń nieuświadamianych oraz na pogłębienie refleksji nie tylko nad samym tekstem adresowanym do dziecka, ale także nad sposobem dziecięcego odbioru, który niekoniecznie skierowany jest na odczytanie znaczeń intencjonalnych wychowawczo.

Bibliografia

- Bartmiński J., *Językowe podstawy obrazu świata*, wyd. 5, Lublin 2012.
- Berger P. L., Luckmann T., *Społeczne tworzenie rzeczywistości*, przełożył, słowem wstępnym opatrzył J. Niżnik, Warszawa 1983.
- Bourdieu P., Passeron J. C., *Reprodukcja: elementy teorii systemu nauczania*, przeł. E. Neyman, Warszawa 2006.
- Bruner J., *Kultura edukacji*, przeł. T. Brzostowska-Tereszkiewicz, wstęp A. Brzezińska, Universitas, Kraków 2006.
- Dudek Z. W., *Od języka wyobraźni do języka archetypów*, „Albo, albo. Inspiracje Jungowskie. Problemy Psychologii i Kultury. Samopoznanie, terapia, rozwój”, 2004 nr 2.
- Falkiewicz-Szult M., *Przemoc symboliczna w przedszkolu*, Impuls, Kraków 2006.
- Gender*, red. M. Radkiewicz, Kraków 2003.
- Jedliński R., *Językowy obraz świata wartości w wypowiedziach uczniów kończących szkołę podstawową*, Kraków 2000.
- Jung C. G., *Archetypy i symbole. Pisma wybrane*, wybrał, przełożył i wstępem poprzedził J. Prokopiuk, Warszawa 1976.
- Karwatowska M., Szpyra-Kozłowska J., *Lingwistyka płci. Ona i on w języku polskim*, Lublin 2005.
- Kępińska A., *Kształtowanie się polskiej kategorii męsko- i niemęskoosobowości. Język wobec płci*, Warszawa 2006.
- Łaziński M., *O panach i paniach. Polskie rzeczowniki tytułowe i ich asymetria rodzajowo-płciowa*, Warszawa 2006.
- Łebkowska A., *Gender*, [w:] *Kulturowa teoria literatury. Główne pojęcia i problemy*, red. M. P. Markowski, R. Nycz, Kraków 2006.
- Oblicza płci. Język-kultura-edukacja*, red. M. Karwatowska, Lublin 2012.
- Pajor K., *Rola archetypu w analitycznej psychologii C. G. Junga*, seria: *Studia i Materiały*, Poznań 1992.

²⁷ P. Kutner, *Współczesna psychoanaliza. Psychologia procesów nieświadomych*, Gdańsk 1998, s. 54.

- Pajor K., *Uniwersalność archetypów i względność symboli*, „Albo albo. Problemy psychologii i kultury. Pismo interdyscyplinarnych poszukiwań” 2004 nr 2.
- Przetacznik-Gierowska M., Tyszkowa M., *Psychologia rozwoju człowieka*, tom 1, Warszawa 1996.
- Rejter A., *Płeć, język, kultura*, Katowice 2013.
- Wasilewska A., *Archetypy świata dziecięcego. Światy wyobraźni w narracjach dzieci*, Gdańsk 2013.
- Wasilewska A., *Fantastyka baśniowa a dziecko – wychowanie czy manipulacja*, Gdańsk 2012.
- Ziółkowski M., *Znaczenie, interakcja, rozumienie. Studium z symbolicznego interakcjonizmu i socjologii fenomenologicznej jako wersji socjologii humanistycznej*, Warszawa 1981.

Aleksandra LEPA

Edukacja seksualna w książkach dla dzieci – doniesienie z badań*

Sex education in children's books – research findings

Streszczenie

Artykuł prezentuje fragment badań dotyczący edukacji seksualnej z wykorzystaniem utworów literackich dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym. Wybrane propozycje wydawnicze zostały zanalizowane z wykorzystaniem metodologii, mającej swoje podstawy w lingwistyce oraz psychoanalizie. Treści z zakresu edukacji seksualnej zostały porównane ze standardami wytyczonymi przez Międzynarodową Organizację Zdrowia (WHO).

Słowa kluczowe: Edukacja seksualna, książki dla dzieci, Raport WHO

Abstract

This paper presents a fragment of research on sex education using children's literature for preschool and early school children. The selected publications were analysed using a methodology rooted in linguistics and psychoanalysis. The sex education content was compared against the standards delineated by the World Health Organization (WHO).

Key words: sex education, children's books, WHO report

W niniejszej pracy przedstawię fragment badań dotyczący edukacji seksualnej dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym z wykorzystaniem utworów literackich. Wybrane książki z adresatem dziecięcym poruszają trudny dla dziecka temat prokreacji oraz (pośrednio) tożsamości płciowej. Przed przedstawieniem badań należy krótko scharakteryzować raport, którego założenia stały się dla mnie podstawą do analizy książek. Światowa Organizacja Zdrowia (WHO) opublikowała raport o standardach edukacji seksualnej w Europie¹, który wzbudził ogromną krytykę. Negowany jest głównie pomysł, by edukacja seksualna dzieci rozpoczynała się już w przedszkolu. Obecnie w Polsce prowadzone są

* W artykule wykorzystano badania przeprowadzone na potrzeby pracy licencjackiej: A. Lepa, *Obraz płci w książkach dla dzieci*, Uniwersytet Gdański, promotor: A. Wasilewska, Gdańsk 2014.

¹ Tekst: WHO, *Standardy edukacji seksualnej*, [w:]

http://www.federa.org.pl/dokumenty_pdf/edukacja/WHO_BZgA_Standardy_edukacji_seksualnej.pdf (20.10.2014).

nieobowiązkowe zajęcia wychowania seksualnego, zaczynające się w V klasie szkoły podstawowej. Zdaniem twórców raportu, dzieci w wieku 12 lat powinny być zapoznane z podstawową wiedzą na temat środków antykoncepcyjnych, zaś rozmowy dotyczące seksu powinny być, w odpowiedni i zrozumiały dla dzieci sposób, poruszane już w przedszkolu. Dziecko jako istota seksualna wymaga pomocy ze strony pedagoga, w celu wy tłumaczenia zmian zachodzących zarówno w ciele, jak i umyśle dziecka. Twórcy raportu zapewniają, iż zajęcia prowadzone będą przez wykwalifikowanych pedagogów, a ich forma dostosowana będzie do danej grupy pod względem wieku uczestników, przekazywanej wiedzy oraz zachowania. Jednak kwestia edukacji seksualnej w takim kształcie – proponowana w sposób arbitralny przez szkołę – stała się przedmiotem krytyki, mającej swoje źródła w różnicach ideowo-aksjologicznych dotyczących wychowania dzieci w szkole i w rodzinie².

Interpretując tekst i obraz zmuszona byłam pamiętać o stworzeniu kodów oraz kategorii, które mają za zadanie uporządkować przeprowadzane badanie. Celem takiej analizy jest *wyprowadzenie wniosków o skutkach, jaki dany przekaz wywiera na jego odbiorców*³. Tworzone przez badacza kategorie oraz kody mogą doprowadzić do zniekształcenia badanego przedmiotu, dlatego tak ważne jest, by kody i kategorie były jasne i wiarygodne⁴. Symbole i archetypy stanowiły dla mnie punkt bazowy analizy obrazu. Szczególnie w książkach przeznaczonych dla dzieci widoczne stają się elementy, które niebezpośrednio przedstawiają świat. Pierwsze pojęcie, symbol, pełni funkcję niewyraźnego, metaforycznego obrazu rzeczywistości fizycznej. Znaczeń symbolu może być wiele, nie zawsze są one oczywiste⁵. Archetyp, zdaniem Junga, jest nieodłącznym aspektem ludzkiej psychiki, towarzyszącym przede wszystkim w sytuacjach podstawowych i uniwersalnych dla ludzkiego życia⁶.

² P. Gawlik, *Edukacja seksualna od przedszkola?*, [w:] http://wyborcza.pl/1,75478,13797761,Edukacja_seksualna_od_przedszkola_Terlikowski___To.html (4.02.2014); *Edukacja seksualna narzędziem seksualizowania dzieci i młodzieży*, w: <http://stop-seksualizacji.pl/index.php/component/k2/item/14-edukacja-seksualna-narzedziem-seksualizowania-dzieci-i-mlodziezy> (20.10.2014)

³ M. Łobocki, *Metody i techniki badań pedagogicznych*, Kraków 2005, s. 176.

⁴ M. Banks, *Materiały wizualne w badaniach jakościowych*, Warszawa 2009, s. 85-86.

⁵ *Symbol* [w:] A. Samuels, B. Shorter, F. Plaur, *Krytyczny Słownik Analizy Jungowskiej*, przekł. W. Bobecki, L. Zielińska, Wrocław 1994.

⁶ Tamże.

Wielowarstwowość archetypów i symboli zmusiła mnie do odszukania znaczenia przedstawionej, konkretnej sytuacji⁷.

Pierwszy tytuł, *Where Willy went... The big story of a little sperm*, którego autorem jest Nicholas Allan, to humorystyczna książka w angielskiej wersji językowej obrazująca drogę plemnika o imieniu Willy do komórki jajowej. Willy przedstawiony jest jako świetny pływak, przygotowujący się do prestiżowych zawodów, na których zwycięzcę czeka nagroda, w książce nazwana *pięknym jajkiem*.

Kolejna książka nosząca tytuł *Skąd się biorą dzieci?* Marcina Brykczyńskiego i Iwony Całej to jedna z niewielu polskich propozycji, odpowiadająca na tytułowe pytanie w prosty, zrozumiały dla najmłodszych sposób. Ilustracje są subtelne, tekst rymowany i przystępny dla dzieci, zarówno pod względem treści, jak i wielkości liter.

Ostatnia pozycja, *Mummy laid an egg!*, autorstwa Babette Cole, to druga anglojęzyczna książka dowodząca, iż dzieci wiedzą więcej, niż wydaje się to rodzicom. Rodzice, podjąwszy decyzję o tym, że nadszedł czas na to, by opowiedzieć swoim dzieciom, jak przyszły na świat, przedstawiają cały wachlarz mitów związanych z prokreacją. Rodzeństwo, chłopiec i dziewczynka, po wysłuchaniu przytoczonych historii, postanawiają przedstawić swoją wizję tego, czym jest seks i jak dochodzi do zapłodnienia.

Książkę *Where Willy went... The big story of a little sperm* rozpoczyna przedstawienie głównego bohatera – plemnika o imieniu Willy, który został obdarzony ludzkimi cechami wyglądu – oczy, włosy, uśmiech, oraz cechami indywidualnymi – niechęcią do matematyki, atletyczną i wysportowaną sylwetką. Willy mieszka w jądrach Pana Browne'a wraz z trzystoma milionami innych plemników. Pierwsze ilustracje przedstawiają budowę męskich genitaliów – do najądrzy pana Browne'a doczepiony jest jednokierunkowy tunel – nasieniowód – opisany tabliczkami *foreign travel* (podróż zagraniczna) oraz *one way* (droga jednokierunkowa) – tu odwołanie do nieodwracalnego procesu ejakulacji. Tuż przed najądrzami jest zamknięty szlaban ze znakiem drogowym mówiącym o zakazie wjazdu, sugerujący brak kontaktu ze światem zewnętrznym. Niedługo mają się odbyć *Wielkie Zawody Pływackie*, w których biorą udział wszystkie plemniki. *Główną nagrodą* jest komórka jajowa pani Browne, w książce zwana *jajkiem*. Charakterystyczne nazewnictwo związane z rywalizacją i sportem nawiązuje do życia codziennego sportowców. Wyścig jest rodzajem testu na męskość, ale i walką

⁷ K. Pajor, *Psychologia Archetypów Junga*, Warszawa 2004, s. 110.

o przetrwanie, gdyż jedynie zwycięski plemnik przeżyje. Na mapie przedstawiającej pierwszą część wyścigu – układ rozrodczy pana Browne’a – zaznaczone zostały jądra, z których startują plemniki oraz nasieniowody opisane tabliczkami *follow arrows to treasure* (podążaj za strzałkami do skarbu). Te pierwsze obrazy, niezrozumiałego dla dziecka procesu, przedstawione są tak, by treści były dla odbiorcy atrakcyjne i podtrzymywały jego uwagę, stąd odwołania do kultury masowej (wyścigi, nagroda).

Nieopodal nasieniowodów widać również kość. W wierzeniach hebrajskich kość oznacza niezniszczalną część ciała, którą w tym przypadku jest plemnik⁸. Nasienie symbolizuje drzemiące głęboko, tajemnicze siły, które pojawiają się niespodziewanie⁹. Na mapie układu rozrodczego pani Browne narysowano piracki statek oraz kufer ze złotem. W wierzeniach mitycznych i legendach skarb najczęściej schowany był w jaskini – tu we wnętrzu kobiety. Carl Gustav Jung definiuje *jaskinię kobiety* jako *mistyczne centrum*¹⁰. Strzałki prowadzą przez jajowody pani Browne do komórki jajowej umieszczonej na samym końcu tunelu, czekającej na przybycie *zwycięzcy zawodów*. Komórka jajowa ukazana w książce przyjmuje postawę pasywną, praktycznie nie bierze udziału w procesie zapłodnienia, gdyż ograniczona została do miana *ekskluzywnej nagrody*. Po zetknięciu z pierwszym plemnikiem komórka jajowa wytwarza osłonę, tak by inne plemniki nie mogły się do niej dostać.

Willy dociera do komórki jajowej jako pierwszy: „jajko było piękne i miękkie. Willy zanurzył się w nim i zniknął. Stało się coś dziwnego, ale pięknego i magicznego. W środku pani Browne coś zaczęło rosnać. Rosło i rosło, aż przerosło jajko. Następnie rosło jeszcze bardziej, aż przerosło brzuszek pani Browne”. Z tego fragmentu czytelnik dowiaduje się jak dochodzi do zapłodnienia, które nie jest przedstawione wprost – kobieta i mężczyzna ukryci są w łóżku pod kołdrą. Kolejne ilustracje przedstawiają tworzenie się zygoty i przekształcanie jej w zarodek. Uradowani państwo Browne z ciekawością przyglądających się coraz większemu brzuchowi kobiety. Gdy jest już wystarczająco duży, na świat przychodzi dziecko – dziewczynka o imieniu Edna. Wyrażenia: *Wielkie Zawody Pływackie, ekskluzywna nagroda, mapa skarbów* odwołują się do doświadczeń kulturowych

⁸ Kość [w:] *Słownik symboli*, J. E. Cirlot, przekł. I. Kania, Kraków 2006.

⁹ *Nasienie*, tamże.

¹⁰ *Skarb*, tamże.

współczesnego dziecka, przez co temat może stać się bardziej „oswojony” i zrozumiały.

Kolejna książka, tym razem polskiego autorstwa, przenosi czytelnika w świat emocji, racząc go schematycznymi ilustracjami. Bohaterowie *Skąd się biorą dzieci?* wybierają się na przejażdżkę po parku na dwuosobowym czerwonym tandemie symbolizującym ich bliską relację. Kolor czerwony jest powszechnym symbolem miłości, gorących emocji (także agresji). Kolejna ilustracja przedstawia parę podczas aktu seksualnego. Spod ogromnej, różowej kołdry wystają im jedynie głowy i stopy. Mężczyzna tuli partnerkę, oboje mają zamknięte oczy i rumiane policzki w kształcie serc. Pojawia się kolor różowy, a więc uczucia subtelniejsze, co podkreśla symbol serca. Tekst sugeruje, iż akt seksualny powinien odbywać się w nocy, zaś w świetle dorosłych uchodzi za rozkosz.

Następnie przedstawiony jest akt zapłodnienia: „z taty rój nasionek rączych mknie z jajczkiem się połączyć, które w mamie czeka skrycie, żeby zacząć nowe życie”. Słowo *skrycie* jest w tym wypadku homonimem, znaczącym zarówno ukrywanie się, jak i nieukazywanie swoich prawdziwych uczuć. Nazewnictwo dobrane przez autora (mama i tata) sugeruje obecność jedynie prokreacyjnej funkcji seksualności¹¹. W tym fragmencie gameta żeńska również pozostaje bierna, czekając na plemnik. Kolejna ilustracja przedstawia okrągłą, kremową komórkę żeńską z małym, czerwonym sercem w środku – plemnikiem. Komórka jajowa spoczywa na gałązkach trawy, zakończonych sercami – plemnikami, które nie wzięły udziału w zapłodnieniu. Przedstawienie gamet na łonie natury odnosi się do urodzaju – doszło do zapłodnienia.

Kolejny fragment ukazuje kobietę w ciąży: „gdy nasionko z nim się zwiąże, wtedy mama zajdzie w ciążę, a jej brzuch, jak księżyc w pełni, dziecko, rosnąc w nim, wypełni”. Kobieta jest już w zaawansowanej ciąży. Para znów wybiera się na przejażdżkę, tym razem czerwonym kabrioletem. Do szpitala kobieta wybiera się już sama. Po pokonaniu schodów czekają na nią wysokie, *białe wrota*, nad którymi widnieje napis *Szpital*. Po przekroczeniu progu szpitala – urodzeniu dziecka – stanie się kobietą w pełni. Drzwi w psychoanalizie postrzegane są jako symbol żeński, powiązany z otworem, przejściem lub wejściem¹². Przy przyjściu noworodka na świat przy kobiecie

¹¹ M. Zielona-Jenek, A. Chodecka, *Jestem dziewczynką, jestem chłopcem: rozwój seksualny dziecka*, Gdańsk 2010, s. 9.

¹² *Drzwi* [w:] *Słownik...* dz. cyt.

nie ma ojca dziecka. Między matką a niemowlęciem tworzy się intymna relacja. Podczas karmienia piersią obecny jest ojciec. Stoi za kobietą i jedną ręką usiłuje podtrzymać niemowlę. Zarówno kobieta, jak i dziecko zdają się nie zwracać uwagi na mężczyznę, utrzymując ze sobą kontakt wzrokowy. Widać, iż relacja matka – dziecko opiera się na wzajemnym przywiązaniu.

Książkę wieńczy scena zabawy rodziców z synem. Kobieta, z koroną na głowie, przebrana jest za księżniczkę uwięzioną w zamku z klocków, na którego straży stoi pies w stroju smoka. Obrazy tej sceny wyraźnie odwołują się do symboliki baśniowej (księżniczka, smok). W baśniach księżniczka zamknięta w wieży jest odczytywana jako symbol nierealizowanych aspektów podświadomości, kobiecego czynnika osobowości (*anima*), natomiast smok jest symbolem zagrożenia pochodzącego z niepoohamowanych popędów nieświadomości¹³. Pies, jako symbol strażnika rodziny ukazuje ambiwalentne uczucia związane z relacjami seksualnymi w rodzinie. Dzielny chłopiec dosiada swojego rumaka – ojca. Ma na sobie hełm z cedzaka oraz miotłę służącą za miecz. Po drodze do uratowania księżniczki czeka ich wiele niebezpieczeństw – porozrzucanych klocków. Ta ilustracja obrazuje pojęcie kompleksu Edypa – chłopiec dzielnie walczy o względy matki, jednocześnie nie widząc w ojcu rywala i sprowadzając go na dalszy plan.

Bohaterami ostatniej analizowanej przeze mnie książki, *Mummy laid an egg!*, jest czteroosobowa rodzina: tata, mama, córka i syn. Rodzice dochodzą do wniosku, że ich dzieci są już wystarczająco dorosłe, by dowiedzieć się, skąd się biorą dzieci. Mężczyzna angażuje się w rozmowę z dziećmi na temat prokreacji, kobieta zaś stoi za nim ze skrzyżowanymi ramionami, co świadczy o jej wycofaniu – nie jest przekonana, czy dzieci są wystarczająco dojrzałe do tej rozmowy, ogarnia ją poczucie wstydu związane z rozmową na tematy intymne. Rodzice oferują dzieciom skatalogowane mity dotyczące prokreacji odpowiednie dla każdej z płci.

Pierwsza opowieść rodziców mówi o materiałach, z których powstają dziewczynki i chłopcy. W ogromnym garze przypominającym kocioł czarownicy kobieta miesza cukier i przyprawy. Po zagotowaniu z mieszanki powstają dziewczynki. Kocioł jest mitycznym naczyniem, symbolem przemiany, zasobnika, z którego czerpane są moce¹⁴. Składniki sugerują, iż dziewczynki zrobione są z wszystkiego co dobre, przyjemne i słodkie. Chłopcy z kolei powstają na polu, gdzie wraz z torfem ojciec miesza

¹³ A. Wasilewska, *Fantastyka baśniowa a dziecko – wychowanie czy manipulacja*, Gdańsk 2012.

¹⁴ *Kocioł* [w:] *Słownik...* dz.cyt.

winniczki i inne ślimaki, symbolizującymi zarodek męski¹⁵, wraz z psimi ogonami. Rodzice zgodnie uważają, iż niektóre dzieci przynoszone są przez dinozaury, które dostarczają dzieci pod same drzwi domu lub można je wycisnąć z tubki jak pastę do zębów.

Zdaniem mamy dzieci można upiec w podobny sposób jak wypieka się imbirowe ciastka. Kobieta sugeruje również, że dzieci rosną w doniczkach w szklarni, dzięki specjalnym ziarnom. Młodszy bohaterowie książki powstali z kolei z jajka, które matka złożyła na sofie w salonie. Gdy przyszedł odpowiedni moment, jajko eksplodowało i wyleciały z niego upierzone dzieci. Według wierzeń egipskich jajko jest symbolem życia, ale i tajemnicy¹⁶.

Po wysłuchaniu zaproponowanych przez rodziców historii dzieci zaniósł się śmiechem i postanowiły przeprowadzić lekcję edukacji seksualnej. Do wyjaśnienia zasad prokreacji służą im własnoręcznie wykonane rysunki. Na początku dzieci przedstawiają budowę ciała kobiety i mężczyzny: „mama ma jajka. Znajdują się w jej brzuchu. Tata ma ziarna w specjalnych strączkach, które znajdują się na zewnątrz jego ciała”. Dziewczynka i chłopiec wieszają swoje plakaty na ścianie i jak prawdziwi nauczyciele, przy użyciu wskaźnika, opisują własnymi słowami budowę kobiecych i męskich genitaliów. Obie postacie różnią się znaczącymi detalami – kobieta przedstawiona jest jako postać z piersiami, mężczyźni z kolei narysowano penisa. W przedstawieniu kobiety pominięto narządy rozrodcze, które nie zostały narysowane. Następnie dzieci wspólnie tłumaczą do czego służą poszczególne narządy: „tata ma również tubę, z której wychodzą nasionka znajdujące się w strączkach. Tuba wchodzi w brzuch mamy przez mały otwór. Następnie ziarenka płyną do środka, używając ogonów”.

Chłopiec tłumaczy czynności zachodzące w obrębie męskiego ciała, dziewczynka z kolei tłumaczy, w jaki sposób dochodzi do połączenia obu gamet. Na ilustracji dziewczynki, w brzuchu kobiety pojawia się vagina, której nie było na poprzednich rysunkach. Genitalia połączone są strzałką z napisem *this fits in here* (to pasuje tu). Schematyczne i proste rysunki sugerują, iż dzieci nie posiadają encyklopedycznej wiedzy na temat prokreacji. Co więcej, dobór słownictwa sugeruje tłumaczenie aktu seksualnego dzieciom – stąd odwołanie do nasionek i dziury w brzuchu. Dzieci nie znają słowa pochwa czy penis, bądź wypowiedanie ich jest dla nich wstydlive.

¹⁵ Ślimak [w:] *Słownik...dz.* cyt.

¹⁶ Jajo [w:] *Słownik...*

Dzieci przedstawiają również swoje wersje pozycji seksualnych – nagie osoby na deskorolce, na cyrkowej linie przebrane za klaunów, unoszące się ponad górami przywiązane do balonów wypełnionych helem oraz na piłce do skakania. Ilustracje są kolorowe, postaciom dorysowano atrybuty wykorzystywane przez dzieci do zabawy. Takie przedstawienie aktu seksualnego sugeruje, iż dzieci postrzegają seks jako formę zabawy dla rodziców. Dzieci przechodzą do wytłumaczenia jak dochodzi do zapłodnienia. Na ilustracji chłopca plemniki znajdujące się w ciele kobiety dążą do komórki jajowej. U dziewczynki z kolei przedstawiona jest kolejna faza, w której zwycięski plemnik łączy się z komórką jajową, zaś pozostałe zavracają i próbują wydostać się z ciała kobiety.

Akt zapłodnienia symbolicznie przedstawiony jest jako wyścig plemników do komórki jajowej. Każdy z nich ma na plecach numer, jakby startował w *Wielkich Zawodach Pływackich* – tu odwołanie do książki *Where Willy went...*, w której również występuje metafora współzawodnictwa. Ciało kobiety zmienia się, tyje i staje się okrągłe. Dziecko znajdujące się w środku, otoczone żółtą otoczką – łożyskiem. W czasie trwania ciąży zmienia swoją pozycję – na początku głowa dziecka skierowana jest ku górze, następnie, w ostatniej fazie ciąży, tuż przed porodem, dziecko skierowane jest głową ku dołowi – dzieci zaznajomione są ze zmianą pozycji płodu w brzuchu matki. Po lekcji edukacji seksualnej przedstawionej przez dzieci, rodzice są zarumienieni i zadziwieni poziomem wiedzy syna i córki. Zwierzyniec obecny na ostatniej ilustracji (zwierzęta domowe i hodowlane) sugeruje brak świadomości na temat antykoncepcji.

Jak wspomniałam we wstępie pracy, za materiał bazowy, w odniesieniu do którego wysuwałam wnioski, przyjąłam raport Międzynarodowej Organizacji Zdrowia (WHO)¹⁷, mówiący o standardach edukacji seksualnej w Europie. Do obszaru edukacji seksualnej stworzyłam tabelę stanowiącą podsumowanie przeprowadzonej przeze mnie analizy.

¹⁷ WHO, *Standardy edukacji seksualnej*, dz. cyt.

Tabela 1. Obszar edukacja seksualna według raportu WHO

Tytuł Matryca	<i>Where Willy went...</i>	<i>Skąd się biorą dzieci?</i>	<i>Mummy laid an egg!</i>
Ciąża	+	+	+
Poród	+	+/-	+
Prokreacja	+	+	+
Posiadanie dzieci	+	+	+
Mity związane z prokreacją	+	+	+
Biologiczne nazewnictwo			
Różnice biologiczne	+	+/-	+
Antykoncepcja			

Źródło: opracowanie własne.

We wszystkich książkach odnaleźć można wiadomości przedstawiające ciążę, poród, prokreację oraz posiadanie dzieci. Żadna z książek nie sugeruje czytelnikowi obecności środków antykoncepcyjnych, zaś biologiczne nazwy genitaliów zostały przystosowane do młodego odbiorcy w sposób przystępny dla dzieci. Pierwszy brak jest zrozumiały – dzieci dostające do ręki książkę o takiej tematyce są na etapie poszukiwania informacji o tym, skąd się biorą, nie koniecznie potrzebna im wiedza na temat tego, co zrobić, by ich nie było. Z kolei brak biologicznego nazewnictwa lub raczej jego zastąpienie słownictwem kojarzonym z mitami związanymi z prokreacją może skonfundować młodego czytelnika. Ponadto, wszystkie pary przedstawione w powyższych książkach są małżeństwem. Oceny pośrednie – plus/minus – odnoszące się do książki *Skąd się biorą dzieci?* zostały przeze mnie stworzone, ponieważ informacje odnośnie porodu i różnic biologicznych zostały jedynie wspomniane w tekście.

Powyższe książki charakteryzują się tym, iż bogate są w szeroko rozumianą symbolikę: kultury pop, kultury wyższej i kultury nowożytnej. Takie przedstawienie zależne jest przede wszystkim od kraju pochodzenia książki oraz autora, a także ze względu na różnice kulturowe w podejściu do seksualności i edukacji seksualnej.

Bibliografia

- Allan N., *Where Willy went... The big story of a little sperm*, Printed in Malaysia 2006.
- Banks M., *Materiały wizualne w badaniach jakościowych*, Warszawa 2009.
- Brykczyński M., Cała I., *Skąd się biorą dzieci?*, Łódź 2012.
- Cole B., *Mummy laid an egg!*, Printed in Singapore 1995.
- Edukacja seksualna narzędziem seksualizowania dzieci i młodzieży*, [w:] <http://stop-seksualizacji.pl/index.php/component/k2/item/14-edukacja-seksualna-narzedziem-seksualizowania-dzieci-i-mlodziezy> (20.10.2014)
- Gawlik P., *Edukacja seksualna od przedszkola?*, [w:] http://wyborcza.pl/1,75478,13797761,Edukacja_seksualna_od_przedszkola__Terlikowski__To.html (4.02.2014);
- Łobocki M., *Metody i techniki badań pedagogicznych*, Kraków 2005.
- Pajor K., *Psychologia Archetypów Junga*, Warszawa 2004.
- Samuels A., Shorter B., Plaur F., *Krytyczny Słownik Analizy Jungowskiej*, przekł. W. Bobecki, L. Zielińska, Wrocław 1994.
- Słownik symboli*, Cirlot J. E., przekł. Kania I., Kraków 2006.
- Standardy edukacji seksualnej*, [w:] http://www.federa.org.pl/dokumenty_pdf/edukacja/WHO_BZgA_Standardy_edukacji_seksualnej.pdf (20.10.2014)
- Wasilewska A., *Fantastyka baśniowa a dziecko – wychowanie czy manipulacja*, Gdańsk 2012.
- Zielona-Jenek M., Chodecka A., *Jestem dziewczynką, jestem chłopcem: rozwój seksualny dziecka*, Gdańsk 2010.

Alina STRZAŁKOWSKA

Specjalista ds. wychowania do życia w rodzinie, CEN Gdańsk

Działania szkoły na rzecz zdrowia i bezpieczeństwa uczniów

School's undertakings for health and safety of students

Streszczenie

Tekst przedstawia działania szkoły podejmowane na rzecz zdrowia i bezpieczeństwa uczniów w zakresie przygotowania ich do życia w rodzinie. Porusza także temat tożsamości płciowej dzieci i młodzieży, a zwłaszcza działań edukacyjnych szkoły w tym względzie. Wskazuje na niebezpieczne tendencje ideologiczne podważające tradycyjne wartości w obszarze moralności, edukacji szkolnej oraz życia w rodzinie.

Słowa kluczowe: profilaktyka, wychowanie do życia w rodzinie, szkoła

Abstract

The paper presents actions taken by schools for health and safety of students in preparing them for family life. It also touches upon gender identity of children and young people, and educational undertakings of school with regard to this in particular. It points to dangerous ideological trends that undermine traditional values in the area of morality, school education and family life.

Key words: prevention, family life education, school

Prawo oświatowe i kierunki polityki oświatowej państwa w roku szkolnym 2013/2014 obligowały szkołę do działań na rzecz zdrowia i bezpieczeństwa uczniów. Nauczyciele różnych przedmiotów realizując tzw. edukację zdrowotną, zgodnie z klasyfikacją Światowej Organizacji Zdrowia (WHO) powinni podejmować działania dotyczące zdrowia:

- fizycznego – nauka dbałości o prawidłowe funkcjonowanie organizmu, jego układów i narządów,
- psychicznego, w tym zdrowia emocjonalnego – rozwijanie zdolności do rozpoznawania uczuć, wyrażania ich w odpowiedni sposób, umiejętności radzenia sobie ze stresem, napięciem, lękiem,
- zdrowia umysłowego (intelekt, wola) – rozwijanie zdolności do logicznego, jasnego myślenia i podejmowania decyzji,

- społecznego – rozwijanie zdolności do nawiązywania, podtrzymywania i rozwijania prawidłowych relacji z innymi ludźmi,
- duchowego – nauka dbałości o zachowania związane z wierzeniami i praktykami religijnymi, lub osobistym ‘credo’, zbiorem zasad, zachowań i sposobów osiągnięcia spokoju, równowagi¹.

Jednakże wobec protestów rodziców domagających się ochrony dzieci przed demoralizacją w szkole, należałoby przeanalizować podejmowane działania szkoły na rzecz zdrowia i bezpieczeństwa uczniów w ramach tzw. edukacji zdrowotnej. Działania są bardzo trudne, gdyż od lat wiadomo, że młodzieży mają tendencje do zachowań ryzykownych, które wynikają ze specyfiki rozwoju struktur mózgu. Badania z użyciem tomografii komputerowej wykazały, że odpowiedzialne za osąd moralny i decyzje – płaty czołowe mózgu dojrzewają ok. 21 roku życia.

Josh Mc Dowell² w swoim wykładzie podkreślił, że do 25 roku życia człowiek nie jest w stanie widzieć długoterminowych konsekwencji podejmowanych przez siebie rozstrzygnięć. Dlatego rodzice powinni uczyć podejmowania decyzji swoje dzieci aż do 25 roku życia, gdyż do tego wieku młodzieży rozwijają tę zdolność i nie ma to związku z poziomem ich wykształcenia czy inteligencji. W ten sposób rodzice przede wszystkim, ale i nauczyciele, rozwijając u młodych ludzi umiejętności życiowe ujęte w tabeli 1, kładą podwaliny pod szczęście swoich dzieci.

¹ WHO, *Skills for Health (document 9)*, [w:] http://www.who.int/school_youth_health/media/en/sch_skills4health_03.pdf (15.09.2014), s. 12.

² J. McDowell, *Młodzi i seks. Mózg – najpotężniejszy organ seksualny człowieka*. Wykład nr 1, [od 43 minuty 45 sekundy], [w:] www.youtube.com/watch?v=Dt87SXP3MIQ (10.10.2014).

Tabela 1. Rozwijanie umiejętności życiowych

Umiejętności komunikacyjne i interpersonalne	Umiejętności decydowania i krytycznego myślenia	Umiejętność radzenia sobie w życiu i zarządzania sobą
<p>– Umiejętności komunikacji interpersonalnej:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>komunikacja werbalna/nieverbalna</u>, • <u>aktywne słuchanie</u>, • <u>wyrażanie uczuć: dawanie i przyjmowanie opinii zwrotnej (bez obwiniania innych)</u>. <p>– Negocjacje/Umiejętność odmawiania</p> <ul style="list-style-type: none"> • negocjacje i zarządzanie konfliktem, • umiejętności asertywne, • umiejętność odmawiania. <p>– Budowanie empatii</p> <ul style="list-style-type: none"> • umiejętność słuchania, • rozumienia potrzeb innych i rozumienia okoliczności oraz umiejętność wyrażania zrozumienia. <p>– Współpraca i praca w grupie</p> <ul style="list-style-type: none"> • umiejętność wyrażania szacunku dla wkładu (udziału) innych, • umiejętność oceniania własnych zdolności i własnego wkładu dla grupy, <p>– Umiejętność poparcia</p> <ul style="list-style-type: none"> • umiejętność wpływania na kogoś i umiejętność perswazji, • umiejętność nawiązywania kontaktów i umiejętność motywacji. 	<p>– Umiejętność decydowania/umiejętność/rozwiązywania problemu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • zbieranie informacji, • <u>ocena konsekwencji obecnych działań dla siebie i dla innych – określenie alternatywnych rozwiązań problemu</u>, • analizowanie tego jaki jest wpływ nastawienia do siebie i innych na motywację, <p>– Umiejętność krytycznego myślenia</p> <ul style="list-style-type: none"> • analiza wpływu rówieśników i mediów, • <u>analiza postaw, wartości, norm społecznych, przekonań i czynników, które na nie wpływają</u>, • umiejętność ustalania istotnych informacji i źródeł tych informacji. 	<p>– Umiejętność wzmacniania wiary w siebie, <u>branie odpowiedzialności</u>, <u>zmienianie lub doprowadzanie do zmiany:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>budowanie poczucia własnej wartości</u>, • <u>wiara w siebie</u>, • budowanie samoświadomości: świadomość praw, wpływów, wartości, postaw, mocy i słabości. • stawianie sobie celów do zrealizowania, • <u>samoocena/umiejętność obserwowania siebie</u>. <p>– Umiejętność radzenia sobie z uczuciami</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>radzenie sobie ze złością</u>, • radzenie sobie z niepokojem i obawami, • radzenie sobie ze stratą, wykorzystaniem i traumatycznym doświadczeniem. <p>– Umiejętność zarządzania stresem</p> <ul style="list-style-type: none"> • zarządzanie czasem, • techniki relaksacji.

Źródło: WHO, *Skills for Health (document 9)*, dz. cyt.

Zaniedbywanie rozwijania powyższych umiejętności w domu i szkole, z uwagi na wspomniane tendencje młodych osób do zachowań ryzykownych, zagraża poważnymi konsekwencjami wynikającymi z:

- palenia tytoniu,
- używania alkoholu,
- używania narkotyków/dopalaczy,
- wczesnej aktywności seksualnej,
- zachowań agresywno-przestępczych.

Mało kto zna odpowiedź na pytanie: dlaczego wczesna inicjacja seksualna jest zachowaniem ryzykownym? Na skutek wczesnego seksu występuje niepłodność wynikająca z infekcji narządów płciowych spowodowane głównie przez chlamydie. Prof. Lars Weström z Kliniki Uniwersyteckiej w Lund w Szwecji zbadał, że względna niedojrzałość układu immunologicznego (immunologiczne dziewictwo) zwiększa w przypadku wczesnej inicjacji seksualnej niebezpieczeństwo zakażeń wstępujących (chlamydie i wirusy HPV)³. Zakażenie przebiega zwykle bezobjawowo i młode dziewczęta często nie zwracają na nie uwagi. Tymczasem odległe następstwa rozciągają się od niepłodności i ciąży ekotopowej, poprzez infekcje płodu, do nowotworów i śmierci pacjentki⁴.

Inne badania na nastolatkach w USA wykazały, że po 2-3 latach od rozpoczęcia współżycia seksualnego ok. 50-80% nastolatek jest zarażonych HPV (wirusem brodawczaka ludzkiego) i to mimo używania prezerwatywy:

³ Cyt. za: T. Król, *Film: Etyka seksualności*. Załącznik 4: Immunologiczne dziewictwo, [w:] http://www.marszdlazycia.net/wp-content/uploads/2010/09/06-1_etyka_seksualnosc.pdf (10.10.2014). Zob. też: B. Chazan, M. Gabryś, M. Środoń, W. Wróblewska, *Ekspertyza przygotowana dla Rzecznika Praw Dziecka. Zdrowotne następstwa przedwczesnej inicjacji seksualnej dziewcząt*, Warszawa 2007, s. 51-81.

⁴ *Chlamydia*, w: <http://www.zdrowieintymne.pl/zdrowa-kobieta/swiadoma-zagrozen/chlamydia> (15.09.2014); *Wirus brodawczaka ludzkiego*, [w:] <http://www.zdrowieintymne.pl/zdrowa-kobieta/swiadoma-zagrozen/wirus-brodawczaka-ludzkiego-poznaj-zagrozenie> (15.09.2014).

Tabela 2. Skuteczność prezerwatyw w zapobieganiu infekcji

Wirusa HIV	80% skuteczności
Wirusa HPV	70% skuteczności
Chlamydie	60% skuteczności
Kiły	ograniczona skuteczność
Opryszczki typ 2	ograniczona skuteczność
Rzęsistkowicy	ograniczona skuteczność
Rzeżączki	90% skuteczności

Źródło: Weller, S, Davis, K. (2004). Condom effectiveness in reducing heterosexual HIV transmission. *The Cochrane Library, Issue 3, 2004*. Chichester, UK; McKay, A. (2007). The effectiveness of latex condoms for prevention of STI/HIV. *The Canadian Journal of Human Sexuality, vol. 16 (1-2)*.

Cieszy fakt, że w Polsce w ramach prawa oświatowego szkoła nie realizuje profilaktyki trzeciorzędowej, czyli uczenia młodych nakładania prezerwatyw (te działania skierowane są do osób uzależnionych od seksu). W tym miejscu należy przypomnieć, iż Amerykańskie Towarzystwo Pediatryczne (nie psychologiczne) zdefiniowało trzy jego rodzaje:

- Typu A (*abstinence-only sex education*) – wychowanie do abstynencji seksualnej
- Typu B (*biological sex education*) – biologiczna edukacja seksualna
- Typu C (*comprehensive sex education*) – edukacja seksualna to oba powyższe podejścia

W Polsce od 15 lat podejmuje się działania na rzecz zdrowia i bezpieczeństwa uczniów na zajęciach wychowania do życia w rodzinie poprzez realizację wychowania seksualnego typu A. Odrzucając edukację seksualną Typu B unikamy:

1) uznania za normę tzw. „prawa do informacji i usług w zakresie zdrowia reprodukcyjnego” tak, jak to jest np. w Niemczech⁵, gdzie szóstoklasista dostał zapaści w czasie lekcji edukacji seksualnej, a po nim 9 kolejnych uczniów. Konieczne było wezwanie lekarza, 10 uczniów przewieziono do szpitala. Obecna na lekcji nauczycielka biologii nie potrafiła zidentyfikować przyczyn tak drastycznych reakcji dzieci na przekazywane przez nią treści,

2) akceptacji zachowań ryzykownych przez nauczanie zakładania prezerwatyw,

⁵ *Kollaps im Klassenzimmer*, [w:] <http://www.express.de/panorama/kollaps-im-klassenzimmer-schueler-klappten-beim-sexualkundeunterricht-zusammen,2192,23530816.html> (15.09.2014).

3) nadużyć seksualnych pośród samej młodzieży i dzieci, których liczba rośnie na masową skalę. Od lat 90-tych co roku w Niemczech wychodzi na światło dzienne od 12.000 do 15.000 przypadków nadużyć seksualnych. Anita Heiliger⁶, badająca nadużycia seksualne w Niemieckim Instytucie Młodzieżowym (*Deutschen Jugendinstitut*), wykazuje, że młodociani od 14 do 16 roku życia stanowią najwyższą grupę w popełnianiu nadużyć seksualnych na dzieciach!

4) rozwoju w Polsce nowotworów na skutek zakażeń wirusem brodawczaka ludzkiego (HPV) – szczegółowe dane poniżej:

Tabela 3. Związek zakażeń wirusem HPV a występowaniem nowotworów

Rak	% związku z pewnymi typami wirusa HPV
Szyjki macicy	>99%
Pochwy	~50%
Sromu	~50%
Prącia	~50%
Odbytu	~85%
Gardła	~20%
Krtani i drogi pokarmowo-oddechowej	~10%

Źródło: J.M. Walboomers, M.V. Jacobs, M.M. Manos et al. *J. Pathol*, 1999:189, s. 12-19; WHO, "World Health Organization" 1999, s. 1-22; R. Herrero, X. Castellsage, M. Pawita, et al. *J. Natl. Cancer Institute* 2003:95, s. 1772-1783.

Aktywność rodziców i organizacji pozarządowych, domagających się podjęcia ochrony młodych przed demoralizującą edukacją seksualną typu B, oferowaną często pod hasłami „tolerancji i akceptacji różnorodności seksualnych”, skutkuje domaganiem się przez rodziców ochrony dzieci i młodzieży przed deprawowaniem i zagrożeniami ideologii gender, której korzenie odnajdujemy w:

1) 1884 r. gdy Engels pisał: „w starym nie drukowanym rękopisie napisanym przez Marksa i przeze mnie: Małżeństwo pojedynczej pary bynajmniej nie wkracza do historii jako pojednanie między mężczyzną i kobietą. ... Przeciwnie, zjawia się ono jako ujarznienie jednej płci przez

⁶ A. Heiliger, *Sexuelle Übergriffe unter Jugendlichen, Hintergründe, Risikofaktoren und Ansatzpunkte für Prävention, Fachtagung Landesstelle Jugendschutz – Kinderschutzzentrum Hannover, Landesjugendamt, 04.07.2006*, [w:] <http://www.jugendschutz-niedersachsen.de/Importe/pdf/Heiliger-Sexuelle-Uebergriffe.pdf> (10.10.2014).

drugą, jako proklamowanie nie znanej dotychczas w dziejach pierwotnych wrogości płci...pierwsze przeciwieństwo klasowe jakie występuje w historii, zbiega się z rozwojem antagonizmu między kobietą i mężczyzną w małżeństwie pojedynczej pary, a pierwszy ucisk klasowy – z uciskiem żeńskiej płci przez męską”⁷.

2) ideologii walki płci, którą promuje Shulamith Firestone w swej książce *The Dialectic of Sex* (dialektyka płci), opublikowanej w 1970 roku, modyfikując ideę walki klas, wzywa do „rewolucji klas płciowych” (sex-class revolution): „aby wyeliminować klasy płciowe, klasa podrzędna (kobiety) musi się zbuntować i przejąć kontrolę nad reprodukcją... to oznacza, że celem nowej rewolucji jest nie tylko usunięcie przywilejów mężczyzn, co było celem ruchu feministycznego, lecz wyeliminowanie różnicy między płciami – nie będą już one więcej miały żadnego znaczenia”⁸.

Konsekwencje ideologii gender można wywnioskować z publikacji „Uwikłani w płć. Feminizm i polityka tożsamości” z roku 1990 autorstwa Judith Butler⁹, który jest manifestem tej ideologii:

- klasyczne definicje męskości i kobiecości zostają zanegowane jako przypadkowe i mało znaczące konstrukcje społeczne,
- tradycyjna płć biologiczna zostaje zastąpiona nową płcią kulturowo-społeczną.

Lidia Banowska, literaturoznawca z Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu zwraca uwagę, że „język jest kluczem do rzeczywistości społecznej i w związku z tym również do społecznych przemian. To także klucz do kultury, a rewolucja genderowa chce doprowadzić do zmian odśrodkowych, właśnie poprzez kulturę”¹⁰. Jakie mogą być zatem skutki zastąpienia płci biologicznej płcią kulturowo-społeczną? Przez odrzucenie wymiaru biologicznego, może wystąpić tzw. dezorientacja wobec męskiej i żeńskiej tożsamości płciowej (aktywiści gender uznają za dyskryminację – stwierdzenie płci na podstawie budowy anatomicznej, twierdzą, że dziecko, gdy będzie dorosłe, samo sobie wybierze płć). Zniszczona zostanie także

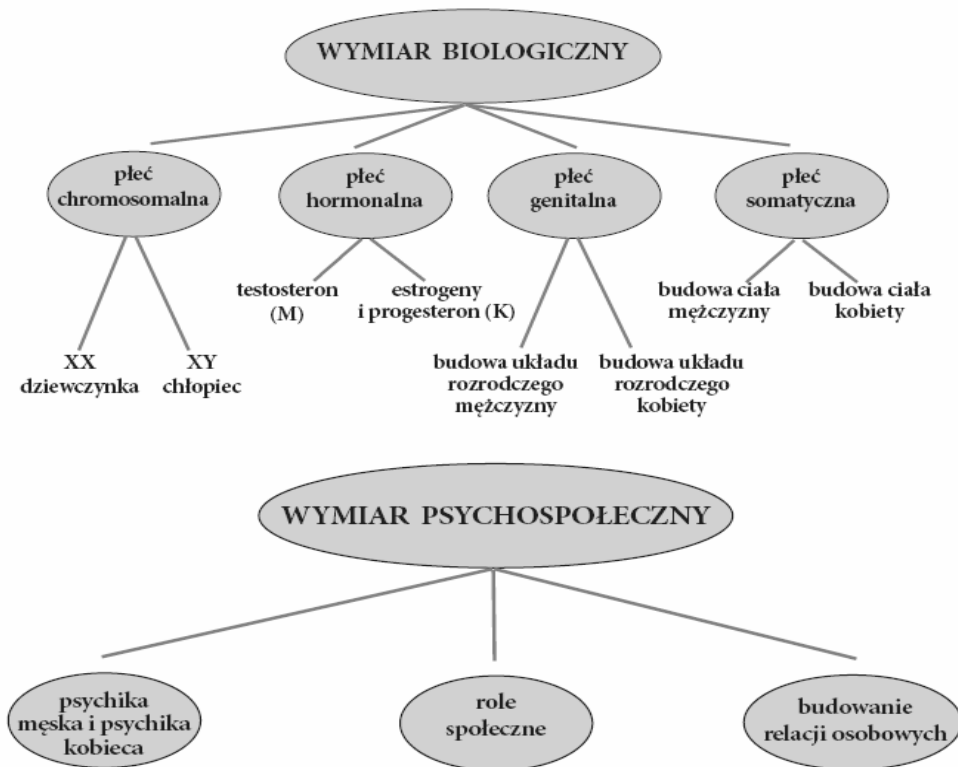
⁷ M. Engels, *Pochodzenie rodziny, własności prywatnej i państwa*, [Rozdział II: Rodzina], [w:] <https://www.marxists.org/polski/marks-engels/1884/pochodzenie/02.htm> (10.10.2014).

⁸ „Gender” – nowa, niebezpieczna ideologia, [w:] <http://www.niedziela.pl/artukul/78160/nd/%E2%80%9EGender%E2%80%9D--nowa-niebezpieczna> (15.09.2014)

⁹ J. Butler, *Gender Trouble. Feminism and The Subversion of Identity*, Routledge 1990; tekst polski: J. Butler, *Uwikłani w płć. Feminizm i polityka tożsamości*, Warszawa 2008.

¹⁰ *Genderowa manipulacja językiem*, [w:] <http://www.pch24.pl/genderowa-manipulacja-jezykiem,24670,i.html> (15.09.2014).

prawidłowa tożsamość płciowa, którą przedstawia poniższa ilustracja pochodząca z pomocy dydaktycznych dla uczniów na lekcje wychowania do życia w rodzinie:



By człowiek był szczęśliwy i dobrze funkcjonował w swojej płci, musi być zgodność pomiędzy płcią biologiczną i psychospołeczną.

Źródło: Materiały dydaktyczne do przedmiotu „Wychowanie do życia w rodzinie”.

Ryc. 1. Tożsamość płciowa człowieka

Badania na Uniwersytecie Harvarda wykazały, że brak pewności tożsamości u dzieci poniżej 11 roku życia zwiększa prawdopodobieństwo wystąpienia nieprawidłowości w ich rozwoju seksualnym, psychicznym i fizycznym i może doprowadzić do nieusuwalnych obciążeń psychiki

traumatycznymi zaburzeniami¹¹. Dr Money z Hopkins University w Baltimore (USA) wprowadził termin *gender identity*, by określić, czy dana osoba czuje się mężczyzną czy kobietą w zależności od tego, jak dziecko było wychowywane (czasami różni się od płci biologicznej)¹².

Przykład z 2011 r. w Kalifornii: „rodzice” 11-letniego Tommy’ego postanowili dać swojemu dziecku trochę więcej czasu na dojrzewanie niż to natura przewiduje, by mogło ono zdecydować, czy chce być chłopcem, czy dziewczynką. Wszystko jest oczywiście całkowicie „normalne”, bo jak mówi jeden z „autorytetów”, Joel Baum dyrektor ds. edukacji i treningu w kalifornijskiej organizacji Gender Spectrum, „chodzi tutaj o danie dzieciom i ich rodzinom sposobności, by podejmowali właściwe decyzje”. Według „rodziców” (rodzicami są dwie kobiety) Tommy już w wieku trzech lat stwierdził, że jest dziewczynką. Więc tym bardziej teraz, gdy ma on już 11 lat, nie ma powodu, dla którego należałoby wywierać presję na chłopca. Od tego lata przyjmuje on hormony¹³.

Podsumowując polska szkoła uznając rodziców jako pierwszych wychowawców, realizuje wychowanie do życia w rodzinie i podejmuje tym samym działania na rzecz zdrowia i bezpieczeństwa uczniów, jednocześnie chroniąc młodych ludzi przed deprawacją ze strony ideologów *gender* i środowisk LGBTIQ¹⁴. Przedmiot Wychowanie do życia w rodzinie, którego efektywność stwierdza szereg badań, wskazują jednoznacznie, że wychowanie młodzieży w duchu zbieżnym z obecną podstawą programową WdZwR (motywowanie młodzieży do czekania z kontaktami seksualnymi, wychowanie ku wierności, wpisywanie seksualności w szerszy kontekst miłości i odpowiedzialności itp.) jest skuteczne i nie przynosi niepożądanych skutków ubocznych¹⁵.

¹¹ A. L. Roberts, M. Rosario, H. L. Corliss, K. C. Koenen, S. B. Austin, *Childhood Gender Nonconformity: A Risk Indicator for Childhood Abuse and Posttraumatic Stress in Youth*, „Pediatrics. Official Journal of the American Academy of Pediatrics” 20.02.2012, [w:] <http://pediatrics.aappublications.org/content/129/3/410.full.html>, s.2011-1804.

¹² „Gender” – nowa, niebezpieczna ideologia, dz. cyt.

¹³ *We'll stop puberty so Tommy can become Tammy: Lesbian couple want to help boy to become girl*, [w:] <http://www.news.com.au/world/well-stop-puberty-so-tommy-can-become-tammy/story-e6frfkyi-1226169281540> (15.09.2014).

¹⁴ M. Czarnik, *Szukujące: seksedukacja po niemiecku*, [w:] <http://gosc.pl/doc/1994377.Szukujace-Seksedukacja-po-niemiecku> (20.10.2014)

¹⁵ S. Grzelak, *Profilaktyka ryzykownych zachowań seksualnych młodzieży: aktualny stan badań na świecie i w Polsce*, Kraków 2009; tenże, Referat „Wnioski z badań empirycznych nad skuteczną profilaktyką problemów dzieci i młodzież, a Konwencja Rady Europy o zapobieganiu i zwalczaniu

Bibliografia

- Butler J., *Uwikłani w płęć. Feminizm i polityka tożsamości*, Warszawa 2008.
- Chazan B., Gabrys M., Środoń M., Wróblewska W., *Ekspertyza przygotowana dla Rzecznika Praw Dziecka. Zdrowotne następstwa przedwczesnej inicjacji seksualnej dziewcząt*, Warszawa 2007, s. 51-81.
- Czarnik S., *Uczniowie o wychowaniu do życia w rodzinie*, „Wychowawca” 2012, nr 9, s. 25-31.
- Grzelak S., *Profilaktyka ryzykownych zachowań seksualnych młodzieży: aktualny stan badań na świecie i w Polsce*, Kraków 2009.
- Grzelak S., Referat „Wnioski z badań empirycznych nad skuteczną profilaktyką problemów dzieci i młodzież, a Konwencja Rady Europy o zapobieganiu i zwalczaniu przemocy wobec kobiet i przemocy domowej”, [w:] Konferencja „Ratyfikacja Konwencji Rady Europy o zapobieganiu i zwalczaniu przemocy wobec kobiet i przemocy domowej – następstwa dla jednostki, społeczeństwa i państwa”, [w:] http://www.ordoiuris.pl/public/pliki/dokumenty/badania_ipz.pdf (01.09.2014)
- Heiliger A., *Sexuelle Übergriffe unter Jugendlichen, Hintergründe, Risikofaktoren und Ansatzpunkte für Prävention*, Fachtagung Landesstelle Jugendschutz – Kinderschutzzentrum Hannover, Landesjugendamt, 04.07.2006, [w:] <http://www.jugendschutz-niedersachsen.de/Importe/pdf/Heiliger-Sexuelle-Uebergriffe.pdf> (10.10.2014).
- Roberts A. L., Rosario M., Corliss H. L., Koenen K. C., Austin S. B., *Childhood Gender Nonconformity: A Risk Indicator for Childhood Abuse and Posttraumatic Stress in Youth*, “Pediatrics. Official Journal of the American Academy of Pediatrics” 20.02.2012, [w:] <http://pediatrics.aappublications.org/content/129/3/410.full.html>, s. 2011-1804.
- Stopikowska M., *Realizacja przedmiotu „Wychowanie do życia w rodzinie” w województwie pomorskim*, „Studia i Badania Naukowe”, tom „Pedagogika” (2013) nr 1, s. 127-136.
- WHO, *Skills for Health (document 9)*, [w:] http://www.who.int/school_youth_health/media/en/sch_skills4health_03.pdf (15.09.2014).

przemocy wobec kobiet i przemocy domowej, [w:] Konferencja „Ratyfikacja Konwencji Rady Europy o zapobieganiu i zwalczaniu przemocy wobec kobiet i przemocy domowej – następstwa dla jednostki, społeczeństwa i państwa”, [w:] http://www.ordoiuris.pl/public/pliki/dokumenty/badania_ipz.pdf (01.09.2014); S. Czarnik, *Uczniowie o wychowaniu do życia w rodzinie*, „Wychowawca” 2012, nr 9, s. 25-31; M. Stopikowska, *Realizacja przedmiotu „Wychowanie do życia w rodzinie” w województwie pomorskim*, „Studia i Badania Naukowe”, tom „Pedagogika” (2013) nr 1, s. 127-136.

**KOBIECE
WZORY OSOBOWE
W PRASIE POLSKIEJ**

Kamila NIEDZIAŁKOWSKA

Kobieta w świetle współczesnej prasy zwierzeń*

A woman and modern life stories press

Streszczenie

Artykuł zajmuje się specyficznym segmentem prasy kobiecej, jakim są magazyny zwierzeniowe. Przytacza historię, podaje najważniejsze cechy oraz przedstawia tematykę, która pojawia się na łamach tychże. Omawiane czasopisma zajmują się przede wszystkim codziennym życiem kobiet. Na tym też skupia się niniejsza praca: na ich życiu zawodowym, a także rodzinnym, miłości i macierzyństwie. Dla zobrazowania sytuacji bohaterki prasy zwierzeń w poszczególnych sytuacjach, analizuje najbardziej charakterystyczne i najciekawsze przykłady z czasopism. Na koniec próbuje scharakteryzować kobietę z narracji zwierzeniowych, a także wyodrębnić inne, poza rozrywkową, funkcje tej prasy.

Słowa kluczowe: prasa kobieca, prasa zwierzeń, kobieta, rola społeczna,

Abstract

The paper deals with a special segment of women's magazines, namely, life stories press. It sketches the history, lists the most important features and presents its topics. The selected magazines primarily deal with women's everyday life. This is also the focus of this essay: their professional and family life, love and motherhood. In order to illustrate the condition of the women presented in the life story press in different situations it analyses the most characteristic and interesting samples from such magazines. At the end it attempts to characterise a woman from life story narratives, and also extract other than entertainment functions of this kind of press.

Key words: women's press, life story press, woman, social role

Prasa zwierzeń w Polsce, choć bardzo popularna wśród czytelników, nie doczekała się wielu publikacji na swój temat. Warto się jej przyjrzeć, gdyż stanowi bardzo bogate źródło wiedzy o wyobrażeniach na temat życia współczesnej Polki. Poprzez zawarte w niej stylizowane na prawdziwe historie, zajmuje się całością zagadnień bliskim kobietom. Posługując się trzydziestoma trzema losowo wybranymi egzemplarzami magazynów zwierzeniowych, niniejsza praca porusza sprawy najbardziej związane z kobiecą codziennością: pracę zawodową, obowiązki domowe, stosunek do

* W artykule wykorzystano badania przeprowadzone na potrzeby pracy licencjackiej: K. Niedziałkowska, *Kobieta we współczesnej polskiej prasie zwierzeń*, Uniwersytet Gdański, promotor: R. Stopikowski, Gdańsk 2014.

spraw rodziny (związki i macierzyństwo) oraz najpoważniejsze życiowe problemy.

Prasę zwierzeń jako sektor prasy kobiecej stawia się na równi z plotkarską prasą bulwarową¹, chociaż zasadniczo się od niej różni. To, czym odznacza się na tle brukowców jest szata graficzna – bardzo uboga z kolorową okładką, ale szarym papierem w środku, a przede wszystkim tematyka: jej zasadniczą część stanowią historie stylizowane na prawdziwe, o kłopotach i cierpieniach zwykłych ludzi². Grupą docelową dla prasy zwierzeń są kobiety o najniższych dochodach, wykształceniu zawodowym lub średnim³. Dla odbiorców, nie posiadających dużych kompetencji czytelniczych najważniejszą cechą tego gatunku jest stwarzające nastrój intymności i bliskości między autorem a odbiorcą, zwierzenie. Dzięki temu czytelnicy mogą czuć się emocjonalnie zaangażowani, przeżywać opisywane zdarzenia wraz z ich bohaterami⁴. Język jest bardzo prosty, niekiedy kolokwialny, słownictwo ubogie. Poza tym, gatunek jest silnie skonwencjonalizowany. Tematy historii bardzo często powtarzają się i są oparte na różnych, powielających się schematach, znanych z życia i z innych mediów⁵.

Prasa zwierzeń kiedyś i dziś

Początek istnienia tego gatunku datuje się na rok 1919, kiedy to w Stanach Zjednoczonych pojawił się pierwszy numer magazynu „True Story”. Wydawcą był koncern MacFadden Press, a pomysłodawcą najprawdopodobniej jego właściciel, Bernarr MacFadden. Periodyk wypełniały długie (przeciętnie 15 stron), stylizowane na autobiograficzne zwierzenia zwyczajnych ludzi, głównie kobiet. Pismo odniosło spektakularny sukces, co sprawiło, że zarówno MacFadden Press oraz inne wydawnictwa zdecydowały się na powielenie schematu w kolejnych tytułach. W drugiej połowie XX wieku łączny nakład amerykańskiej prasy zwierzeń wynosił

¹ M. Lizurej, *Prasa kłamie czy wychowuje? Fenomen prasy kobiecej*, [w:] *Edukacyjne konteksty kultury popularnej*, red. W. Jakubowski, E. Zierkiewicz, Kraków 2002, s. 77.

² K. Stańczak-Wiślicz, *„Wstrząsające wyznania, powikłane losy, miłość i cierpienie”, czyli współczesna polska prasa zwierzeń*, [w:] *Świat (z) kolorowych czasopism. Prasa dla kobiet i dziewczyn w perspektywie interdyscyplinarnej*, red. E. Zierkiewicz, Wrocław 2010, s. 87.

³ M. Lizurej, *Prasa kłamie czy...*, dz. cyt., s. 78.

⁴ K. Stańczak-Wiślicz, *Opowieści o trudach życia. Narracje zwierzeniowe w popularnej prasie kobiecej XX wieku*, Warszawa 2010, s. 42-43.

⁵ *Taż, Wstrząsające wyznania...*, s. 87.

18 milionów egzemplarzy⁶. Ze Stanów Zjednoczonych prasa zwierzeń niemal od razu przeniosła się do Wielkiej Brytanii. Sukces jednak odniósł dopiero powołany przez koncern Argus Specialist Publications miesięcznik „True Story” – wierna kopia amerykańskiego odpowiednika⁷. Narracje zwierzeniowe wkrótce przeniosły się m.in. do Francji, Hiszpanii i Niemiec. W Polsce ten typ prasy kobiecej pojawił się dopiero po transformacji rynku medialnego w 1989 roku. Pierwsze magazyny z historiami prawdziwymi były efemerydami. Dopiero dwutygodnik „Z Życia Wzięte” wydawany przez koncern Phoenix Press Media zdołał utrzymać się na rynku, a nawet odnieść sukces. „W 1996 roku lokował się na trzydziestym miejscu w hierarchii najpoczytniejszych czasopism, w 1997 – był na miejscu czternastym”⁸. W czerwcu 1996 roku do „Z Życia Wzięte” dołączył kolejny dwutygodnik o takim samym profilu – „Sukcesy i Porażki”. W 1997 roku pojawił się miesięcznik „Kalejdoskop Losów”, a rok później kolejny – „Na Ścieżkach Życia”. Wszystkie te tytuły do tej pory istnieją i są wydawane przez koncern Phoenix Press⁹. Również Axel Springer wprowadzał na rynek prasę zwierzeń. W 1996 roku rozpoczął wydawanie dwóch miesięczników o tej samej formule – „Cienie i Blaski” oraz „Sekrety Serca”¹⁰. Od 2009 roku pisma wydaje Edipresse Polska¹¹.

Obecnie wydawaniem w Polsce prasy zwierzeniowej zajmują się trzy wydawnictwa: wspomniane wcześniej Phoenix Press oraz Edipresse, a także Bauer Media. Oprócz wyżej wspomnianych tytułów, dużą poczytnością cieszą się również takie czasopisma jak „Chwila Dla Ciebie”, „Emocje i Wzruszenia”, a także „Z Biegiem Dni”. Pod względem częstotliwości wydawania są to najczęściej miesięczniki. Łącznie na polskim rynku prasy znajduje się obecnie około trzydziestu magazynów omawianego gatunku, których nakład, uwzględniając liczby podawane przez wydawnictwa oraz dane Związku Kontroli Dystrybucji Prasy, wynosi ponad 3 miliony

⁶ Taż, *Trzeba umieć przemówić do serca i mózgu – Prasa zwierzeń jako narzędzie kampanii społecznych i działań propagandowych w pierwszej połowie XX wieku*, [w:] *Kobieta i media. Studia z dziejów emancypacji kobiet*, red. P. Perkowski, T. Stegner, Gdańsk 2009, s. 177-179.

⁷ Taż, *Opowieści o...*, s. 81-82.

⁸ Tamże, s. 83.

⁹ Strona internetowa wydawnictwa Phoenix Press: <http://www.phoenix.pl/Tytuly/Real-Life>, (dostęp: 29.09.2014).

¹⁰ K. Stańczak-Wiślicz, *Opowieści o...*, s. 184.

¹¹ Strona internetowa grupy Edipresse Polska: http://edipresse.pl/index.php?/pl/produkty_i_dzialalnosc/prasa, (dostęp: 29.09.2014).

egzemplarzy¹². Świadczy to o zaskakującej popularności prasy zwierzeń w Polsce.

Kobieta w prasie zwierzeń na przestrzeni lat

W początkach swego istnienia prasa zwierzeń stała na straży tradycyjnego modelu życia, opartego o religijne podstawy i podziały społeczne. Bohaterki tamtych historii szczęścia mogły zaznać tylko w małżeństwie, realizując się jako żony i matki. Wszelkie odstępstwa: pragnienie realizacji się w pracy, sprzeciwianie się woli męża lub w ogóle niechęć do instytucji małżeństwa, kończyły się dla bohaterek narracji źle. Za przewinienia dostawały karę od losu – najczęściej chorobę lub życie w nędzy i samotności¹³.

Dzisiejsze magazyny zwierzeniowe odeszły od formuły strażnika moralności, a ich naczelną funkcją jest rozrywka. Pojawiają się w nich różne kobiety. Niektóre przypominają swoje prekursorki sprzed prawie stu lat: bierne, dla których celem życiowym jest małżeństwo i macierzyństwo. Wiele jest także silnych, zaradnych kobiet sukcesu. Zresztą oba te stereotypy mieszają się: kobiety robiące karierę zawodową godzą ją z wychowywaniem dzieci, wierzą w szczęście małżeńskie, a te niepracujące nie muszą być kobietami słabymi.

Stosunek do pracy zawodowej i obowiązków domowych

Większość kobiet z czasopism zwierzeniowych pracuje, jednak nie to znajduje się w ich życiu na pierwszym planie, nie wiadomo też o niej wiele. Bardzo często akcja toczy się w bliżej nieokreślonym „biurze” lub „korporacji” i służy jedynie jako tło do ukazania sytuacji bohaterki oraz stosunków panujących w miejscu pracy. Jedna z bohaterek tak opisuje swoje miejsce zatrudnienia: „Podczas przerw gawędziłam z koleżankami, mogłam też w spokoju zjeść drugie śniadanie w pokoju socjalnym. To właśnie tam schodzili się na kawę pracownicy z różnych działów”¹⁴. Można również

¹² Dane ze stron internetowych Phoenix Press Media, Edipresse Polska (podane wyżej) oraz biura reklamy Bauer Media Group: <http://reklama.bauer.pl/index.php>; komunikaty Związku Kontroli Dystrybucji Prasy, np. Komunikat Zarządu Związku Kontroli Dystrybucji Prasy o wysokości nakładów i dystrybucji tytułów kontrolowanych przez ZKDP w 2012 roku, gdzie nakład pisma „Cienie i Blaski” wynosił ponad 117 tys. egzemplarzy, pisma „Z Życia Wzięte” – ponad 380 tys., a „Chwili dla Ciebie” – ponad 438 tys.: <http://www.zkdp.pl/images/komunikat2012.pdf> (dostęp: 30.09.2014).

¹³ K. Stańczak-Wiślicz, *Opowieści o...*, s. 74-75, 83-85, 302 i inne.

¹⁴ Prezes je mi z ręki, „Z Życia Wzięte”, 13.09-26.09.2013, s. 30.

znaleźć wiele przykładów związków zawiązanych w pracy np. romans sekretarki i szefa działu z opowiadania „Ostatnie ostrzeżenie”¹⁵.

W wielu wypadkach praca opisywana jest jako zło konieczne, ostateczność, której kobieta podejmuje się, bo nie ma innego wyjścia – musi utrzymać swoją rodzinę. Pośród wielu obowiązków znajduje jeszcze czas, by pracować – choćby dorywczo. Proza życia, jaką jest praca, wychowanie dzieci i inne trudy codzienności w podobnych historiach przypomina prawdziwą walkę niezłomnej kobiety o lepsze jutro. Jedna z narratorek w ten sposób opisuje swój los: „[...] trójka drobiazgu była do wykarmienia i ubrania. Więc sama musiałam o to wszystko zabiegać, goniąc już nieraz ostatkiem sił. Bo po swojej robocie, wieczorami chodziłam jeszcze sprzątać w sklepie, dobre i te parę złotych było, żeby nadrobić to, co mój chłop przepił. [...] Czasem to mi sił już brakowało do tej harówki”¹⁶.

W prasie zwierzeń łączenie pracy z wychowywaniem dzieci i obowiązkami domowymi jest całkowicie normalnym elementem życia. Gdy kobiety pracują, ich dziećmi zajmują się inni członkowie rodziny, nianie, lub specjalne instytucje. Życiowi partnerzy narratorek zazwyczaj godzą się na ich pracę, co nie jest równoznaczne ze sprawiedliwym podziałem obowiązków. Najczęściej na kobiety spada większość zajęć w domu. W wielu wypadkach mężów wcale nie cieszą sukcesy zawodowe współmałżonek. Ekstremalnym przypadkiem jest historia, w której mężczyzna przestaje się do żony odzywać i pomagać jej w domu, bo ta zgodziła się przyjąć awans. W końcu jednak dochodzi do wniosku, że nie ma powodu by być zły na żonę i godzi się z nową sytuacją¹⁷.

Kobiety również robią kariery zawodowe. Osiągają sukcesy w pracy, pracują na stanowiskach kierowniczych lub mają własne biznesy. Zawsze jest to okupione wytężoną pracą, najczęściej już na studiach, wyrzeczeniami i skromnym życiem. Bohaterka historii „Dwa światy, dwa obciachy”, mimo że miała problemy z nauką, poprzez swój upór wyjechała do miasta na studia, gdzie zrobiła karierę w korporacji¹⁸. Bliżej nieokreślona „korporacja” jest zresztą częstym miejscem zatrudnienia skupionych na sukcesach

¹⁵ *Ostatnie ostrzeżenie*, „Do Czytania Latem” (wydanie specjalne „Sekrety Serca”), sierpień-wrzesień 2013, s. 6-7.

¹⁶ *Złoty medalik*, „Uczucia i Tęsknoty”, maj 2013, s. 4.

¹⁷ *Awansowałam! Nie cieszysz się?*, „Kalejdoskop Losów”, kwiecień 2013, s. 16-17.

¹⁸ *Dwa światy, dwa obciachy*, „Cienie i Blaski”, czerwiec 2014, s. 8-10.

zawodowych kobiet, które, kiedy już je osiągną, stają się wymagającymi i surowymi szefowymi, nie lubianymi przez współpracowników¹⁹.

Tzw. kobiety sukcesu mające udane życie zawodowe ukazywane są często jako nieszczęśliwe i nie do końca spełnione. Halina z opowieści „Zachowując pozory”, choć pochodziła z biednej, niewykształconej wiejskiej rodziny, została ordynatorem szpitala i wykładowcą akademii medycznej. Jej związek małżeński nie należał jednak do udanych: „Już kilka lat po ślubie czułam się w moim związku samotna. Żyliśmy jakby obok siebie, więc skupiłam się na życiu zawodowym”²⁰. Podobnie prezeska firmy z innej historii, boryka się ze swoją przeszłością, w której doświadczyła przemocy ze strony męża²¹.

Największymi, bo nieusuwalnymi przeszkodami w drodze do kobiecej kariery są dzieci. Utalentowana biochemiczka z marcowego numeru pisma „Uczucia i Tęsknoty” opiekę nad dzieckiem przerzuciła na swego męża: „[...] była zaabsorbowana pracą, pokonywała kolejne szczeble kariery naukowej z właściwą sobie determinacją. Musiała być dyspozycyjna i kreatywna. W jej życiu nie było miejsca na pieluchy.” Sytuacja nie zmieniła się również po urodzeniu przez nią drugiego dziecka²². Wystarczającej pomocy ze strony partnera nie otrzymywała narratorka innej opowieści, która zdecydowała się na bardzo drastyczny krok – bez słowa wyjaśnienia wyszła z domu, zostawiając małżonka i dwoje dzieci. Dzięki temu zdolna biotechnolog znalazła świetną pracę i w pełni poświęciła się nauce. Czyny z przeszłości jednak tak bardzo jej ciążyły, że nie potrafiła cieszyć się ze swoich osiągnięć i żyła z piętnem tajemnicy²³.

Kobiety prowadzące swoją działalność najczęściej próbują swoich sił w branżach przypisanych ich płci: mają własne salony kosmetyczne i fryzjerskie, są właścicielkami kwaciarni lub prowadzą prywatne przedszkola. Przedstawia się je nie jako odnoszące sukces, lecz raczej borykające się z problemami związanymi z prowadzeniem działalności. Dzięki zaradności i przedsiębiorczości dostosowują się jednak do potrzeb rynku. Tak jak właścicielka kiepsko prosperującego salonu piękności, która postanowiła go zamknąć i stworzyć mobilny gabinet kosmetyczny

¹⁹ np. *Surowa szefowa? Już nie!*, „Emocje i Wzruszenia”, październik 2013, s. 3.

²⁰ *Zachowując pozory*, „Do Czytania Latem” (wydanie specjalne „Sekrety Serca”), sierpień-wrzesień 2014, s. 18-21.

²¹ *Moja piękna niedostępna Julia*, „Z Życia Wzięte”, 9.05-22.05.2014, s. 10-11.

²² *Zdradzałem, bo musiałem*, „Uczucia i Tęsknoty”, marzec 2013, s. 32-34.

²³ *Moje dzieci mnie nie znają*, „Uczucia i Tęsknoty”, maj 2013, s. 32-34.

specjalizujący się w zabiegach pielęgnacyjnych dla kobiet w ciąży i z problemami zdrowotnymi²⁴.

Paradoksalnie prasa zwierzeń nie poświęca dużo miejsca sytuacji kobiety w domu. Zazwyczaj sygnalizuje się ją jedynie kilkoma zdaniami. Jednak stosunek bohaterek tej prasy do tzw. obowiązków domowych, czyli prozaicznych czynności takich jak gotowanie czy sprzątanie, ma wpływ na ich tryb życia i samoocenę. Obowiązki domowe w opowiadaniach prawie zawsze podzielone są niesprawiedliwie, z korzyścią dla mężczyzny. Przez kobiety jest to przyjmowane jako coś naturalnego i oczywistego. Trudno znaleźć nawet cytaty mówiące wprost o tej sytuacji, jedynie widać ją w opisach życia codziennego, takich jak ten: „Paweł zostawiał pieniądze na utrzymanie domu. Co i gdzie kupowałam, to już go nie interesowało. Były rachunki popłacone były, dzieciaki zadbane, a lodówka pełna”²⁵. Inny przykład pochodzący ze smutnej historii życia pewnej kobiety w ten sposób ukazuje sytuację: „Zamiast iść do pracy, mama siedziała w domu – albo z brzuchem, albo z płaczącym niemowlakiem... W wieku trzydziestu lat miała czwórkę dzieci, które chowały się w dwupokojowym mieszkaniu [...]”²⁶.

Wyżej przytoczone słowa wskazują na trudne położenie kobiet zajmujących się domem. Skupienie się tylko na obowiązkach i brak czasu wolnego jest nierzadko powodem stagnacji i niechęci do działania. Otwarcie mówi o tym jedna z bohaterek: „Odkąd wyszłam za męża i zostałam mamą, mój każdy dzień wyglądał tak samo: praca, dzieci, gotowanie, sprzątanie. [...] Fryzjer? Kosmetyczka? Zapomniałam, że w ogóle istnieją!”²⁷. Jest to bardzo istotne, gdyż w prasie zwierzeń w większości historii dbanie o swoją urodę traktuje się jako jeden z wyznaczników kobiecości.

Za zamkniętymi drzwiami domu, w którym cały swój czas spędzają kobiety, dzieją się niekiedy tragedie, głównie z powodu despotycznego mężczyzny. Przytłoczone obowiązkami kobiety nie potrafią przeciwstawić się tyranowi. Cierpi na tym nie tylko ona, ale także jej dzieci. Przykładem jest tutaj opowieść „Zawiodłam własne dzieci”, której bohaterka żyje w niszczącej relacji z mężem: „Mariusz [...] od razu wyznaczył mi miejsce w domu. Kuchnia, pieluchy, praca. [...] Nie wolno mi było pójść bez jego wiedzy do fryzjera, spotkać się z przyjaciółkami, wyjść z dzieckiem na dłuższy spacer po

²⁴ *Nie taka zwykła kosmetyczka*, „Z Życia Wzięte”, 9.05-22.05.2014, s. 18-19.

²⁵ *Dam sobie radę!*, „Prawdziwe Życie”, luty 2013, s. 28-29.

²⁶ *Innego ojca chciałam zapamiętać*, „Emocje i Wzruszenia”, październik 2013, s. 22-23.

²⁷ *Mądry mąż*, „Zawsze Miłość”, maj 2013, s. 39.

mieście”²⁸. W tej oraz podobnych historiach widać, że długie przebywanie w domu i rzadki kontakt z ludźmi połączony z trudną sytuacją życiową powodują zamknięcie się w sobie i niezaradność.

Nie zawsze bohaterki opowiadań są niezadowolone z tego, że na nich spoczywają domowe obowiązki. Taką osobą jest Iwona z historii „Jutro będzie lepiej”: „On więc pracował, ja gotowałam, sprzątałam, opiekowałam się synem, a potem także córeczką. Czułam się naprawdę szczęśliwa. Rola matki i żony bardzo mi odpowiadała”²⁹.

Na podstawie powyższych przykładów widać, że czasopisma zwierzeniowe traktują łączenie pracy zawodowej z obowiązkami domowymi jako coś niepodlegającego dyskusji. Ich zatrudnienie wynika najczęściej z trudnej sytuacji materialnej rodziny. Najczęściej kobietom chodzi o to, by zarabiać, a nie realizować swoje ambicje. Nawet jeśli mają własne biznesy, borykają się z dużymi kłopotami. Błyskotliwe kariery zawodowe zdarzają się dużo rzadziej. W dodatku, przeciętna pracowniczka, równie mocno jak na swojej pracy, skupia się na życiu towarzyskim w miejscu zatrudnienia. Po przyjściu do domu kobieta, jeśli jest żoną, a przede wszystkim matką, musi zająć się obowiązkami domowymi. Na pomoc partnera nie zawsze może liczyć. Jeśli by podjąć się próby scharakteryzowania przeciętnej bohaterki prasy zwierzeń, jest to kobieta aktywna, starająca się pogodzić obowiązki pracownika, żony, matki a także wiele innych z własnymi potrzebami i zainteresowaniami.

Kobieta jako matka – różne modele macierzyństwa

Bycie matką to jedna z głównych życiowych ról kobiecych, dlatego temat macierzyństwa, w mniejszym lub większym stopniu, pojawia się w większości historii. Modeli macierzyństwa i postaw matek wobec potomstwa jest w prasie zwierzeń cała gama.

Jednym z wielu pojawiających się tematów jest problem kobiety, a raczej dziewczyny, zbyt młodej na rolę matki. Cięża wynika wtedy z przypadku, a w wychowaniu dziecka pomagają rodzice świeżo upieczonej mamy. Tak było w opowieści „Intrygi to twoja specjalność, mamó”, w której kobieta wspomina zajście w ciążę przez swoją osiemnastoletnią córkę: „Od śmierci męża sama wychowywałam córkę i choć miałam z nią sporo kłopotów, jak to

²⁸ *Zawiodłam swoje dzieci*, „Ścieżki Losu” (wydanie specjalne „Okruchy Życia”), marzec 2013, s. 44-45.

²⁹ *Jutro będzie lepiej*, „Tylko Historie” (wydanie specjalne „Prawdziwe Życie”), marzec 2013, s. 36-37.

z dorastającą dziewczyną, ciąży nie uwzględniłam w swoich rachunkach. [...] Nie chciałam, żeby o mojej małej córeczce mówili, że wpadła, że jest puszczalska i głupia. [...] Ona jednak nie chciała słyszeć o tamtym chłopaku. [...] Wanda nie skończyła szkoły średniej i nie miała pojęcia o życiu. Wszystkie obowiązki złożyła na moje barki". Kobieta cały czas ubolewa nad tym, że jej córka była nieodpowiedzialna i nie dałaby sobie bez niej rady, a ona musiała poświęcić się dla niej i dla wnuczki³⁰.

W wieku siedemnastu lat matką została bohaterka opowiadania „Jak to się stało”, która swój stan ukrywała przed mamą przez całe dziewięć miesięcy. Matka, nieustannie kontrolująca dziewczynę i niepotrafiąca znaleźć z nią prawdziwego porozumienia, o ciąży swojego dziecka dowiedziała się dopiero na oddziale porodowym³¹.

Bardzo częste są ciąży na studiach. Przyszłe studiujące matki różnie reagują na wizję rodzicielstwa. Czasem jest im trudno porzucić beztroskie życie. Tak młody ojciec skarży się na swoją żonę: „Załatwiłem w akademiku osobny pokój dla naszej trójki i starałem się jak mogłem, żeby stworzyć rodzinę. Pracowałem w spółdzielni studenckiej. [...] Dziecko rośło, ale żona nie myślała o pracy. [...] Spała do południa, wieczory spędzała z koleżankami”³². Zupełnie inne podejście do macierzyństwa miała bohaterka historii „Kłamałam dla jej dobra”, która została matką na pierwszym roku studiów i z oddaniem poświęciła się tej roli. Brak wsparcia ze strony ojca dziecka oraz rodziców nie pozwolił jej jednak dokończyć nauki³³.

Na różne sposoby przedstawiany jest motyw poświęcenia się dla dziecka. Bohaterki odstępują od realizacji zawodowych wyzwań, spełniania marzeń i szukania miłości, by odpowiednio zająć się dzieckiem. Jego dobro jest dla nich wartością nadrzędną. Kobieta mająca dorosłą córkę tak wspomina swoje życie: „Zdałam sobie sprawę, że całe życie poświęciłam córce, a teraz, kiedy dorosła nie mam dla siebie nic. [...] Owszem, przewijali się przez moje życie różni mężczyźni, ale jakoś żaden nie wydawał mi się odpowiedni – przede wszystkim na ojca dla mojej córki”³⁴. Rezygnacja z realizowania samej siebie, choć korzystne dla dzieci, nie pozostaje bez negatywnego wpływu na ich matki.

³⁰ *Intrygi to twoja specjalność, mamo*, „Sukcesy i Porażki”, 16.05-17.07.2014, s. 35-39.

³¹ *Jak to się stało?*, „Cienie i Blaski”, czerwiec 2014, s. 16-17.

³² *Zrezygnowałam ze szczęścia*, „Sekrety Serca”, wrzesień 2013, s. 10-11.

³³ *Kłamałam dla jej dobra*, „Cienie i Blaski”, wrzesień 2013, s. 12-15.

³⁴ *Znów mam dla kogo żyć*, „Uczucia i Tęsknoty”, luty 2013, s. 8-9.

Codzienny trud matek ujawnia się przy okazji historii o problemach w wychowaniu dzieci, takich jak trudy dorastania, czy różne przypadłości wieku dziecięcego. Marzena z opowiadania „Profesor światowej sławy” usiłuje zwalczyć wadę wymowy swojego czteroletniego synka. Opisuje jak cierpliwie ćwiczy z nim poprawne mówienie i szuka najlepszych logopedów³⁵. Bardzo popularnym motywem jest też młodzieńczy bunt, często połączony z narkotykami. Córka Barbary zaprasza do domu podejrzanych znajomych, a gdy rodzice się temu sprzeciwiają, coraz częściej zaczyna znikać na wiele godzin. W końcu kobieta znajduje u córki narkotyki³⁶.

Na niektóre rodzicielskie problemy nie sposób znaleźć rozwiązania. Czasami dzieci podejmują decyzje, których rodzice nie potrafią zrozumieć i zaakceptować. Cierpią wtedy obie strony. W dokładnie takiej sytuacji znalazła się matka Alicji. Już będąc nastolatką dziewczyna zdecydowała, że zmieni płeć. Jej mama, konserwatywna katoliczka nie potrafiła tego zrozumieć. Uważała, że dziecko wyrządza jej krzywdę. Zrywa kontakty nie tylko z nią, ale nawet z Bogiem, w którego tak niegdyś wierzyła – zaprzestaje modlitw i chodzenia do kościoła³⁷.

Inna historia ukazuje porażkę wychowawczą samotnej matki. Kłopoty z jej dorosłym synem zaczęły się, gdy ten poszedł do szkoły. Źle się uczył i prowokował bójki z kolegami. Później zaczął wagarować i uciekać z domu. W końcu został za napad skazany na trzy lata więzienia. Gdy z niego wyszedł, cały czas staczał się na dno. Mimo to, bohaterka nigdy nie chciała poddać się i przestać interesować się synem: „Choć czasami jest mi naprawdę ciężko, bo mój syn bardzo potrafi mi dopiec, to znoszę to i mówię sobie, że nie mogę zrezygnować w pół drogi. [...] Wychowałam go najlepiej jak umiałam, dawałam tyle miłości, ile mogłam, ale, niestety, nie udało mi się zrobić z niego porządnego człowieka”³⁸.

Niezwykłe częsty jest motyw matek samotnych. Trud, który wkładają w wychowanie jest jeszcze większy niż w przypadku, gdy dziecko ma oboje rodziców. Borykają się z mnóstwem problemów, takich jak nieustanny brak czasu dla siebie, niepłacenie alimentów przez ojca dziecka, czy problemy z pracodawcą. Ich smutną rzeczywistość widać m.in. w opowiadaniu „Będziemy oszczędzać, mamusiu” dotyczącym problemów finansowych,

³⁵ *Profesor światowej sławy*, „W Zaufaniu” (wydanie specjalne „Prawdziwe Życie”), styczeń 2013, s. 42-43.

³⁶ *Nie pal tego świnstwa*, „Chwila dla Ciebie”, 12.09.2013, s. 50.

³⁷ *Obce dziecko*, „Cienie i Blaski”, maj 2013, s. 8-10.

³⁸ *Czasem matczyną miłość nie wystarczy*, „Emocje i Wzruszenia”, kwiecień 2013, s. 11-13.

z którymi najczęściej mają do czynienia samotne matki: „Gdyby nie wsparcie moich rodziców, ciężko by mi było przetrwać z małą. [...] W dodatku na pieniądze od ojca Ady nie mogłam liczyć, alimenty zawsze dostawałam z opóźnieniem, jeżeli w ogóle przychodziły”³⁹.

Kolejną sprawą, która doskwiera samotnym matkom jest po prostu brak mężczyzny, który kochałby je i pomógł w opiece nad dziećmi. Prasa zwierzeń utrwała pogląd, że o wiele trudniej jest im znaleźć miłość niż kobietom bez zobowiązań. Dlatego Alicja, mama ośmioletniej Oli, nie posiada się ze szczęścia, gdy znalazła partnera: „Nie dość, że spotkałam przystojnego, inteligentnego, dobrze zarabiającego i wolnego faceta po czterdziestce, to jeszcze okazało się, że [...] wiązał ze mną całkiem poważne plany...”⁴⁰.

Prawdziwym polem do popisu dla autorów tzw. historii prawdziwych jest motyw złej i toksycznej matki. Ma ona nieskończenie wiele twarzy, ale wszystkie łączy to, że negatywnie wpływają na swoje potomstwo: ich rozwój, psychikę, czy kontakty międzyludzkie. Przykładów złych matek można znaleźć w prasie zwierzeń mnóstwo – począwszy od przypadków najbardziej skrajnych. Jednym z nich jest historia alkoholiczki, o nałogu której nie wiedział jej mąż, rzadko przebywający w domu z powodu obowiązków zawodowych. Kiedy pewnego dnia niespodziewanie się w nim zjawia, zastaje taki widok: „Siedziała przy stole kompletnie pijana w towarzystwie dwóch podejrzanych typów. W pokoju było czarno od dymu papierosowego. Po podłodze walały się puste butelki po wódce. Zuzia leżała na kanapie i prawie dusiła się od płaczu”. W ostateczności mężczyzna rozwodzi się z kobietą, która potem nawet nie szuka kontaktu z dzieckiem⁴¹. Za to w historii „Nikogo nie kocham” pijącą mamę poznajemy z perspektywy jej nastoletniej córki. Dziewczyna od młodych lat musiała sama zajmować się sobą i matką, a przy tym zachowywać pozory normalności. Nikt nie sprawował nad nią kontroli, dlatego robiła co chciała: popełniła przy tym wiele błędów. Narzeka na samotność i niemożność zaufania komukolwiek⁴².

Zdarza się, że matki decydują się na opuszczenie swojego dziecka w imię własnych korzyści: lepszej pracy, ciekawszego i wygodnego życia lub nowej miłości. Tak postąpiła Ewelina, która po rozstaniu z ojcem swojej córki, postanowiła sama wyjechać do Włoch. Opiekę nad dzieckiem powierzyła

³⁹ *Będziemy oszczędzać, mamusiu*, „Z Życia Wzięte”, 13.09-26.09.2013, s. 10-11.

⁴⁰ *Babcia prawdę ci powie*, „Z Życia Wzięte”, 27.09-10.10.2013, s. 30-31.

⁴¹ *Moja żona pije*, „Sekrety Serca”, marzec 2013, s. 31.

⁴² *Nikogo nie kocham*, „Cienie i Blaski”, czerwiec 2013, s. 4-5.

swojej siostrze. Wróciła po pięciu latach, oczekując „zwrotu” dziecka. Jednak jej córka nie chciała wrócić do mamy⁴³.

Również matki despotyczne, zaborcze, nazbyt kontrolując swoje dzieci, nieświadomie wyrządzają im krzywdę. Doskonałym przykładem jest historia trzydziestoletniej Magdaleny, psychicznie uzależnionej od swojej rodzicielki. Matka całe życie obwinała ją za swoje niezrealizowane plany, poza tym na każdym kroku krytykowała ją i umacniała w poczuciu, że jest niewiele warta. Była cichym, wiecznie przestraszonym dzieckiem, z którego wyrosła niepewna siebie, samotna i nieszczęśliwa kobieta⁴⁴.

Do grona toksycznych matek należy zaliczyć matki nadopiekuńcze. W prasie zwierzeń są to zazwyczaj matki synów, którzy, otoczeni nadmierną opieką, nawet w dorosłym życiu nie potrafią się bez nich obejść. Stąd wynika ich bardzo duży problem w kontaktach damsko-męskich. Narratorka opowieści „Żona dla syna” od jego narodzin bardzo dbała o swego potomka i sama planowała jego przyszłość. Gdy mężczyzna przyprowadził do domu dziewczynę, która nie odpowiadała wymaganiom matki, ta nieustannie przekonywała go by ją zostawił. W końcu syn uległ i po jakimś czasie poznał inną kobietę, której matka nie miała nic do zarzucenia. Ożenił się z nią. Po kilku latach kobieta jednak widzi, że syn męczy się w swoim małżeństwie i żałuje, że namawiała go do sformalizowania związku. Ze smutkiem stwierdza, że zniszczyła mu życie⁴⁵. Inna nadgorliwa matka nie zdołała zniechęcić syna do małżeństwa z, jej zdaniem, nieodpowiednią kobietą, ale skutecznie zatruwała im życie po ślubie. W szczególności swojej synowej, ponieważ syn najwyraźniej nie miał nic przeciwko karygodnej sytuacji. Nie potrafił wytłumaczyć swojej matce, by nie ingerowała w ich życie⁴⁶.

Z przedstawionych powyżej modeli macierzyństwa wyciągniętych z prasy zwierzeń nie sposób stworzyć obrazu matki idealnej. Ile matek i ich dzieci, tyle sposobów na ich wychowanie i szczęśliwe życie. Omawiane czasopisma bardzo skupiają się jednak na ciemnych stronach rodzicielstwa: na tym ile wyrzeczeń niesie za sobą, jak bywa trudne i frustrujące. Mimo to, podejście autorów do macierzyństwa nie jest aż tak krytyczne. Bohaterki historii-matki mówią o wielkiej, bezwarunkowej miłości, którą darzą swoje potomstwo. Miłość ta często je uskrzydla i sprawia, że, mimo przeciwności, mają więcej siły i zapału by iść przez życie.

⁴³ *Jesteś okrutna*, tamże, s. 6-7.

⁴⁴ *Mam pętlę na szyi*, „Sekrety Serca”, marzec 2013, s. 32-34.

⁴⁵ *Żona dla syna*, „Uczucia i Tęsknoty”, maj 2013, s. 48-49.

⁴⁶ *Między młotem a kowadłem*, „Okruchy Życia”, maj 2013, s. 40-41.

Kobieta w relacjach miłości

Czasopisma zwierzeniowe to kolejne medium, które utwierdza swoich odbiorców w przekonaniu, że miłość powinna być jednym z najważniejszych celów życiowych. Prawie zawsze dostarcza wielu problemów i komplikacji, zakłóca spokój bohaterek, które jednak wybierają ten brak spokoju, zamiast życia beztroskiego, lecz samotnego.

Przedstawianie miłości damsko-męskiej w prasie zwierzeń najogólniej można podzielić na szukanie miłości i zakochywanie się, trwanie w związku, oraz postępowanie wbrew miłości. Na wszystkich tych polach kobiety nieustannie przeżywają wzloty i upadki, ale stale dążą do osiągnięcia trwałego i dobrego związku, gdyż jest on podstawowym gwarantem szczęśliwego życia. Bywają kobiety mające na ten temat inne zdanie, zazwyczaj jednak, gdy poznają „odpowiedniego” partnera, również pragną stworzyć związek.

Właśnie moment poznania się, „zakochiwania” i budowania związku bardzo często pojawia się na łamach prasy zwierzeń. Typowa jest tu historia „Na szczęście pech chodzi parami”, w której kobieta i mężczyzna przypadkowo zaczynają rozmowę w kawiarni i od razu przypadają sobie do gustu. Mężczyzna, nie mając numeru telefonu do nowopoznanej dentystki, szuka jej we wszystkich okolicznych gabinetach stomatologicznych. Gdy ją znajduje, umawiają się na kolację. Był to początek dłuższego, udanego pożycia: „I tak sobie idziemy razem przez życie już drugi rok. [...] jestem wdzięczna losowi, że postawił na mojej drodze tak wspaniałego mężczyznę jak Piotr”⁴⁷.

Opowieści o początkach miłości jest bardzo wiele i prawie wszystkie wyglądają podobnie. Prawdziwe pole do popisu autorzy historii mają, kiedy piszą o kobietach już z kimś związanych. Mniejszość stanowią historie z wątkiem dobrych, stabilnych, opartych na miłości i zaufaniu relacji, w których partnerzy żyją zgodnie i wspierają się nawzajem. Dobrym przykładem jest historia Jolanty załamanej, gdy dowiedziała się, że choruje na stwardnienie rozsiane. Jej partner jeździł z nią na wizyty lekarskie, dodawał siły w walce z chorobą, a nawet otworzył z nią mały gabinet kosmetyczny, gdy kobieta straciła pracę⁴⁸. Życiowe dramaty umocniły również związek Danuty i Henryka, małżeństwa z długim stażem. Ich pierwsza córka dużo

⁴⁷ *Na szczęście pech chodzi parami*, „Emocje i Wzruszenia”, październik 2013, s. 4-5.

⁴⁸ *W twoich ramionach moja siła*, „Najpiękniejsze Romanse” (wydanie specjalne „Z Życia Wzięte”), 14.03.-29.05.2013, s. 28-30.

chorowała, a dwóch kolejnych ciąż kobieta nie donosiła. Przez wszystkie niepowodzenia małżeństwo przeszło razem i nadal żyje szczęśliwie⁴⁹.

Relacje, w których żyją kobiety z prasy zwierzeń nader często dalekie są od ideału. Ciekawym przykładem problemów w związku jest opowieść „Pobierzmy się jeszcze raz”. Ewelina i Waldek byli parą od czasów szkoły średniej. Szybko się pobrali, ale po półtora roku stwierdzili, że ich ślub nie miał sensu i się rozwiedli. Ich wybuchowe temperamenty i inne cele życiowe sprawiły, że trudno było im żyć razem w zgodzie. Sytuacja powtórzyła się jeszcze trzy razy. Kiedy już dużo dojrzałsi i bogatsi w doświadczenia wzięli ślub po raz czwarty, byli pewni, że kolejny rozpad małżeństwa im nie grozi⁵⁰.

Najczęstszym jednak powodem niepowodzeń w związku jest nieodpowiedni mężczyzna, krzywdzący partnerkę. Szczególnie dramatycznym zawodem miłosnym jest historia Ewy, która na zagranicznej wymianie szkolnej poznała starszego od siebie Mike’a z Hiszpanii. Podczas wspólnej wycieczki do Turcji, młody Hiszpan podrzucił jej paczkę z kokainą. Dziewczyna wylądowała w tureckim więzieniu, podczas gdy Mike zniknął bez śladu⁵¹. Jeszcze gorszy los spotkał inną młodą dziewczynę, Reginę. Jej chłopak, któremu ufała całkowicie pracował na budowie w Niemczech. Zaproponował, że pomoże jej znaleźć pracę za granicą. Mimo przestróg matki i nieznajomości kraju dziewczyna bez wahania zdecydowała się na wyjazd. Okazało się, że ukochany sprzedał ją do agencji towarzyskiej, gdzie doświadczyła drastycznych przeżyć⁵².

Z powyższych przykładów jasno wynika, że kobiety dają się oszukać mężczyznom, gdyż są w nich ślepo zakochane i zauroczone wizją sielankowego życia u ich boku. Przez miłość tracą rozsądek, nie potrafią chłodno oszacować potencjalnego zagrożenia. Często jednak trudno je za to winić, bo oszustwa ich partnerów bywają bardzo wyrafinowane i trudne do wykrycia.

Dużym problemem dla związku jest trudna do pogodzenia w codziennym życiu różnica charakterów. Jan i Edyta to małżeństwo z ponad dwudziestoletnim stażem i dużą różnicą charakterów. Choć są zamożni, Jan nie pozwala im korzystać z uroków życia i jest chorobliwie oszczędny. Kobięte boli to, że nie może zafundować nastoletniemu synowi wymarzonych

⁴⁹ *Rozwodnik, ale zaufałam mu i nie żałuję*, „Chwila dla Ciebie”, 26 września 2013, s. 4-5.

⁵⁰ *Pobierzmy się jeszcze raz*, „Najpiękniejsze Romanse” (wydanie specjalne „Z Życia Wzięte”), 14.03.-29.05.2013, s. 16-19.

⁵¹ *Wszyscy mu zaufaliśmy*, „Uczucia i Tęsknoty”, marzec 2013, s. 9-11.

⁵² *Cud zapomnienia*, „Co Przyniesie Los”, maj 2013, s. 12-14.

wakacji i bez skrupowania chodzić do kosmetyczki. Sama pracuje, ale o każdy wydatek pyta męża, by uniknąć kłótni⁵³. Inny, pozornie bardziej błahy problem miała ze swoim mężem Marta. Mężczyzna reagował alergicznie na wszystkie zmiany w swoim otoczeniu: wymianę mebli, kupno sprzętów AGD, a nawet próbę uporządkowania własnych dokumentów. Kobieta wstydziła się ich mieszkania, które wyglądało „jak u patologicznych zbieraczy”. Wszelkie próby jego odświeżenia kończą się awanturą. Narratorka kocha swojego partnera, ale nie potrafi znieść tej sytuacji⁵⁴.

Kobiety niepewne siebie, skore do ustępstw i niewymagające często trafiają na mężczyzn despotycznych i skłonnych do agresji. Stają się ofiarami przemocy – częściej psychicznej niż fizycznej, a więc trudniejszej do udowodnienia. Jowita zaraz po ślubie przekonała się, że wyszła za mąż za sadystę. Mąż zabrał jej pracę i odciął od wszystkich znajomych. Nie to było jednak najgorsze. Wieczorami serwował jej prawdziwe tortury: „Specjalnie tak ustawiał fotel, żeby światło padało na moją twarz, siedział przede mną, brał moje obie ręce w swoje i pytał. Nie mogłam się zbyt długo ociągać z odpowiedzią albo się zastanawiać, bo od razu wpadał w złość. [...] Ścisnął moje ręce coraz mocniej. Gniótł je tak, żeby bolało. Miałam ciągle siniaki na przegubach i przedramionach”⁵⁵. Kobieta tkwiła w chorej relacji, bo wstyd było jej się przyznać do tego, że popełniła błąd wychodząc za mąż.

Dość popularnym typem partnera jest mężczyzna chorobliwie zazdrosny, podejrzewający swoją kobietę o romans z każdym, na kogo ona spojrzy. Poza tą wadą, może mieć szereg innych zalet, ale jego podejrzliwość niszczy ich relację. Zofia, ofiara takiego mężczyzny przyznaje, że początkowo oznaki zazdrości wybranka łechtały jej próżność. Później stawały się coraz bardziej uciążliwe. Mąż regularnie przeszukiwał jej rzeczy. Poza tym, przez jego ciągłe telefony miała problemy w pracy, musiała też pytać o zgodę na spotkanie z przyjaciółkami. Pewnego wieczora, gdy Zofia wróciła do domu, zastała małżonka pijanego, z wycelowanym w nią pistoletem. Chciał zemścić się za wszystkie rzekome zdrady⁵⁶.

Niejednokrotnie według relacji kobiety rzeczywiście zdradzały swoich mężów. Można wyszczególnić dwa rodzaje niewiernych żon z łamów czasopism zwierzeniowych. Pierwsza zdradza, bo w swoim związku czuje się

⁵³ *Czas smakowania kołaczy*, „Okruchy Życia”, luty 2013, s. 20-22.

⁵⁴ *Ten przeklęty remont*, „W Zaufaniu” (wydanie specjalne „Prawdziwe Życie”), styczeń 2013, s. 18-19.

⁵⁵ *Babcia Mela od spraw beznadziejnych*, „Co Przyniesie Los”, luty 2013, s. 12-13.

⁵⁶ *Chory z zazdrości*, „Uczucia i Tęsknoty”, luty 2013, s. 4-5.

niespełniona i niekochana, a sam czyn wzbudza u niej poczucie winy. Tak było z Elżbietą, mającą już dzieci i wnuki oraz pozornie poukładane życie. Podobnie jak jej kochanek, Adam. Choć dobrze jej z nim, nie chce wywracać do góry nogami swojego życia. Ma tym większe wyrzuty sumienia, że na ich romansie cierpi rodzina Adama, poza tym nie chce być „tą drugą”: „Czułam dyskomfort, bo w tym łóżku sypiała jego żona, a na nocnym stoliku stały fotografie jego wnuków [...]”. Ostatecznie zdrowy rozsądek zwyciężył nad uczuciami i kobieta zakończyła znajomość⁵⁷. Inny model zdradzającej kobiety to wyrachowana i interesowna, dla której niewierność to tylko jedna z form krzywdzenia mężczyzn. Ten typ kobiety przedstawia Magda. Szybko owinęła sobie wokół palca Romana. Niezbyt zamożny mężczyzna stracił przy niej zdrowy rozsądek i nieustannie kupował kobiecie prezenty, zapraszał na wystawne kolacje i do modnych klubów. Tymczasem Magda podrywała jego przyjaciela, a gdy ten się jej nie ugiął, znalazła sobie innego mężczyznę, o czym nie raczyła poinformować Romana⁵⁸.

Zazwyczaj, gdy kobieta dowiaduje się o niewierności męża, jest to powód zakończenia związku. Mąż Elżbiety pod jej nieobecność wyprowadził się z domu do kochanki. Przez kilka dni kobieta szukała go z pomocą rodziny i znajomych, doniosła także na policję o jego zaginięciu. Przypominając sobie zdarzenia z przeszłości, doszła do wniosku, że od długiego czasu była zdradzana. Po kilku miesiącach jej mąż wrócił prosząc o wybaczenie. Nie otrzymał go⁵⁹.

Wiele opowiadań to historie związków osób, które pozornie do siebie nie pasują. Najczęstsze dwa bieguny to bogaty-biedny oraz dużo starszy-dużo młodszy. Samotna, ale dobrze sytuowana matka, Iga miała bardzo złe zdanie o ojcu najlepszej koleżanki swojej córki. Z jej opowieści wywnioskowała, że to na pewno kryminalista, który źle zajmuje się swoimi dziećmi. Kiedy jednak go poznała okazało się, że kompletnie się pomyliła. Ku uciesze ich córek, zaczęły być razem⁶⁰.

Często kobiety wybierają dużo starszych mężczyzn. Robią to z różnych pobudek. Ewa poślubiła trzydzieści lat starszego, byłego kapitana marynarki handlowej dla korzyści materialnych. Choć wymagał on stałej opieki, kobieta

⁵⁷ *Koniec romansu*, „Co Przyniesie Los”, kwiecień 2013, s. 6-7.

⁵⁸ *Ja nie jestem tania, najdroższy*, „Emocje i Wzruszenia”, kwiecień 2013, s. 45-47.

⁵⁹ *Jak mogłeś mnie zostawić*, „Chwila na Wiosnę” (wydanie specjalne „Chwila dla Ciebie”), 14.03-22.05.2013, s. 36-37.

⁶⁰ *Posłuchajmy dzieci, zostaniemy rodziną*, „Najpiękniejsze Romanse” (wydanie specjalne „Z Życia Wzięte”), 14.03-29.05.2013, s. 38-41.

wiele zyskała na tym małżeństwie: duży dom, drogocenną biżuterię i ubrania z ekskluzywnych sklepów⁶¹. Natomiast bohaterka innego opowiadania wybrała życie z mężczyzną starszym nawet od jej ojca z wielkiej miłości. Ze względu na nieprzychylność rodziców ukrywała znajomość z nim przez dziesięć lat, będąc równocześnie z mężczyzną w swoim wieku⁶².

Bardzo trudno znaleźć w prasie zwierzeń miłość homoseksualną, a jeśli już się zdarzy, najczęściej są to relacje pomiędzy kobietami, nieszczęśliwymi lub bardzo zaskoczonymi swoimi skłonnościami. Homoseksualizm stał się przyczyną samotności Moniki, która w wieku sześćdziesięciu pięciu lat wspomina, jak pięćdziesiąt lat temu zakochała się w Klarze. Ich uczucie przypadło na lata sześćdziesiąte, kiedy pary lesbijskie nie były tolerowane, musiały się więc ukrywać. Po jakimś czasie Klara zaszła w ciążę, i wzięła ślub z ojcem dziecka. Dziewczyna cały czas jednak dawała Monice nadzieję na wspólne życie. Nie zdecydowała się jednak na to nawet wówczas, gdy jej mąż zmarł. W ten sposób Monika, cały czas czekając na ukochaną, nigdy nie ułożyła sobie życia⁶³.

Bohaterka z prasy zwierzeń jest skłonna do wielu wyrzeczeń i do walki w imię własnych uczuć. Zrobi wiele, by być z ukochanym mężczyzną. Działa to również w drugą stronę: nierzadko zagłusza swój głos serca, bo tak podpowiada jej zdrowy rozsądek. Wszystko zależy od jej indywidualnych cech charakteru oraz od danej sytuacji. Miłość jest nie tylko źródłem szczęścia, ale i cierpienia: wielkich dramatów, bądź zwyczajnych, codziennych trosk.

Kobieta szuka w miłości przede wszystkim szczęścia – różnie definiowanego. Dla jednej jest to po prostu dzielenie życia z kochaną osobą, dla innej stabilizacja, prestiż, czy bezpieczeństwo finansowe. W omawianych pismach, podobnie jak w życiu, każdego w pewnym momencie czeka miłość.

Wobec życiowych problemów

Spokojne życie bohaterek magazynów zwierzeniowych nieustannie zakłócają różne problemy. Oprócz przytoczonych we wcześniejszych podrozdziałach, szczególnie trudne są dla nich choroby – własne, bądź najbliższych, bezpłodność, wiążąca się z brakiem upragnionego dziecka, a także burzące rodzinny spokój konflikty. Nie wszystkie kobiety znajdują w sobie siłę, by stawić czoło przeciwnościom losu. Tak było z chorą na raka

⁶¹ *Zgubiła ją zachłanność*, tamże, s. 26-29.

⁶² *Zięć prawie taki jak ja*, „Prawdziwe Życie”, styczeń 2013, s. 28-29.

⁶³ *Czekając na miłość*, „Uczucia i Tęsknoty”, kwiecień 2013, s. 32-33.

piersi Justyną. Z powodu choroby zamknęła się w sobie. Jej leczenie nie daje widocznych rezultatów, kobieta czuje się coraz gorzej i nie wierzy w to, że wyzdrowieje. W przetrwaniu choroby pomaga jej mąż, który również zajmuje się ich dziećmi. Ona nie docenia mężczyzny, przestała również interesować się dziećmi, bo jest skupiona tylko na swoim cierpieniu. Historia kończy się jednak dobrze. Kobieta, widząc smutek swojego syna i córki, obiecuje mężowi, że rozpocznie walkę z nowotworem, będzie też chodzić do psychologa⁶⁴. Kiedy jednak choroba dopada osobę najbliższą, kobieta czuje się zobowiązana do trwania przy niej. Ewa i Andrzej, małżeństwo z trzydziestoletnim stażem, mieli spokojne i poukładane życie. Andrzej zachorował jednak na nowotwór złośliwy piersi. Aby wyzdrowieć, musiał poddać się operacji jej usunięcia, którą przeszedł pomyślnie. Czekala go także chemioterapia. Ewa przeżywała chorobę męża, bardzo bała się, że ten umrze. Nieustannie się nim zajmowała: „Prawie zamieszkałam w szpitalu. Bez żalu poszłam na wcześniejszą emeryturę. [...] Gdy patrzyłam na cierpienie męża, sama odczuwałam fizyczny ból! Nocami płakałam, modliłam się. Wiedziałam, że muszę być silna dla męża, ale coraz trudniej mi to przychodziło”. W końcu po wielomiesięcznym cierpieniu organizm Andrzeja pozbył się komórek rakowych⁶⁵.

Najczęstszym przypadkiem i największym dramatem dla bohaterki prasy zwierzeń jest chore potomstwo. „Typowym” zaburzeniem dla dziecka z omawianych czasopism jest autyzm. Dziecko, które na niego cierpi wymaga terapii i stałej opieki. Magdalena, matka chłopca z autyzmem, została sama, gdy syn skończył dwa lata. Jej mąż nie wytrzymał ciężaru obowiązków wynikających z opieki nad autystyką. Kobieta jeździ z synem do lekarzy, na rehabilitację, cieszy się z jego najmniejszych postępów, ale często ma dość swojego wypełnionego troską o syna życia⁶⁶.

Niekiedy dzieci cierpią przez lekarskie błędy. Córka Aldony urodziła się z obustronnym rozszczepem wargi i podniebienia. Aby zlikwidować wadę, lekarze przeprowadzili zabieg. Niestety warga dziewczynki pękła. Rodzice małej Klaudii postanowili zmienić szpital – jak się okazało, nie byli pierwszymi rodzicami, którzy się do niego przenieśli z powodu błędów poprzedniej placówki. Inni lekarze ostatecznie zlikwidowali jej wadę, ale przez szereg zabiegów dziewczynka miała problemy z mówieniem. Jej

⁶⁴ *Cierpienie mojej żony*, „Okrucho Życia”, maj 2014, s. 16-17.

⁶⁵ *Boję się przyszłości*, „Ścieżki Losu” (wyd. specjalne „Okrucho Życia”), marzec 2013, s. 20-22.

⁶⁶ *Tatusz z reklam*, „Okrucho Życia”, kwiecień 2013, s. 6-7.

rodzice postanowili walczyć o sprawiedliwość i założyli sprawę w sądzie przeciwko medykom, którzy popełnili błędy w czasie operacji ich dziecka⁶⁷.

Kolejnym problemem jest bezpłodność. Pragnienie urodzenia i wychowania dziecka jest tak silne, że przysłania wszystko inne. Kobiety z tym problemem czują się potwornie rozgoryczone, gorsze od innych, które z łatwością zachodzą w ciążę. Oczywiście fizyczna odpowiedzialność za brak dziecka może stać po stronie mężczyzny, co jednak w żaden sposób nie umniejsza bólu. Joanna i Grzegorz od wielu lat starali się o potomstwo – bezskutecznie. Nie było ich stać na zabieg in vitro. Przez to psuło się ich małżeństwo. W końcu jednak doczekali się syna. Został poczęty w trakcie zdrady kobiety z obcym mężczyzną. Mimo to, dziecko na dobre połączyło Joannę i Grzegorza. Chęć posiadania potomstwa była silniejsza od zazdrości i upokorzenia po zdradzie⁶⁸.

Niemожność posiadania potomstwa niesie za sobą także dylematy moralne związane z tym, jak daleko można posunąć się w próbach zajścia w ciążę. Agata od dwunastu lat wraz z mężem starała się o dziecko: „Przeszłam chyba wszystko, co proponuje medycyna kobietom niemogącym zajść w ciążę; leczyłam się zachowawczo, hormonalnie, miałam inseminacje, jeździłam do bioenergoterapeutów, medytowałam, nosiłam na gołym ciele specjalne amulety, byłam na cudownej diecie, piłam zioła”. Wraz z mężem nie mogli pogodzić się z tą sytuacją, ale widzieli odmienne rozwiązania: Agata była gotowa na zabieg in vitro, mężczyzna był temu przeciwny z powodów religijnych. Nie udało im się znaleźć dobrego rozwiązania⁶⁹.

Życie bohaterek prasy zwierzeń utrudniają także kłopoty i konflikty rodzinne. W rodzinie Izabeli przyczyną był jej starszy brat, który wyjechał do Niemiec. Powodem tego wyjazdu był rozwód z żoną, z którą miał córkę. Siostra jest pewna, że kobieta odeszła od jej brata z powodu jego nałogu alkoholowego. Gdy wspomina o tym w rodzinnym domu, ich matka jest oburzona i usprawiedliwia syna. Izabela dostała zaproszenie od byłej szwagierki na uroczystość komunii świętej jej córki, której jest chrzestną. Oczywiście jest dla niej, że się tam pojawi. Jej matka, obwiniająca dawną synową za rozpad małżeństwa pierworodnego, sprawę stawia „na ostrzu noża”: „Iza, mam nadzieję, że nauczyłam cię, co to znaczy lojalność wobec

⁶⁷ „Fachowcy” źle leczyli naszą córkę, „Chwila na Wiosnę” (wydanie specjalne „Chwila dla Ciebie”), 14.03.2013-22.05.2013, s. 10-13.

⁶⁸ Tak bardzo chciałam mieć dziecko, „Z Życia Wzięte”, 13.09-26.09.2013, s. 6-7.

⁶⁹ Klasówka z miłości, tamże, s. 12-13.

rodziny. Ta kobieta bez pardonu zniszczyła twojego brata, złamała mu życie!”⁷⁰.

Problem innej bohaterki, Kariny wiązał się z domem, który teściowe pozostawili jej mężowi i jego bratu. Oni dostali parter, brat – piętro. W swojej części przeprowadzili gruntowny remont, podczas gdy szwagier narratorki nie zrobił nic, mimo że było go na to stać. Gdy postanowił wziąć ślub, jego matka rozpoczęła próby namawiania Kariny i jej męża, by zamienili się piętrami z bratem. Głównym powodem miały być problemy zdrowotne narzeczonej brata, przez które z trudem chodziła po schodach. Kobieta z mężem nie chcieli słyszeć o zamianie swojego wyremontowanego mieszkania na część wymagająca całkowitego odnowienia⁷¹.

Powyższe przykłady ukazują jak kobiety z omawianych czasopism radzą sobie z problemami swoimi i swoich najbliższych. Niektóre czują się przytłoczone troskami i poddają się losowi, ale większość próbuje walczyć z przeciwnościami. Jeśli zaś taka walka jest niemożliwa, jak np. w przypadku bezpłodności, dostosowują się do życia ze swoim problemem, choć często cierpią z tego powodu. Można wywnioskować, że bohaterki z prasy zwierzeń to kobiety silne, wbrew wszystkiemu dążące do szczęścia osobistego i rodzinnego.

Podsumowanie – tanie czytadło czy dobre źródło wiedzy

Historie z prasy zwierzeń dotyczą prozy codziennego życia, tego, co każdego dnia może spotkać przeciętną kobietę: problemów w pracy, w domu, kłopotów z dziećmi, sporów rodzinnych, chorób, niespełnionych miłości, czy zawiedzionych nadziei. Opowiadają też o nagłych, niespodziewanych zdarzeniach, takich jak wypadki, bądź o trudnych sprawach z przeszłości. Omówione wyżej tematy nie obejmują całości zagadnień, jakie znajdują się w analizowanych czasopismach. Można zaryzykować stwierdzenie, że ich zakres jest nieograniczony – wszystko zależy od inwencji twórczej autorów.

Ilość najróżniejszych tematów i wątków zawartych w historiach sprawia, że trudno mówić o świadomym promowaniu przez redakcję jakiegokolwiek stereotypu lub stylu życia. Można powiedzieć, że pojawia się w nich wiele różnych schematów: troskliwej żony i matki, „kury domowej”, kobiety sukcesu, kobiety traktującej mężczyzn przedmiotowo czy też ponoszącej ofiarę w imię szczęścia najbliższych. Pojawiają się różne spojrzenia na kobietę

⁷⁰ *Lojalność*, „Cienie i Blaski”, maj 2013, s. 34-35.

⁷¹ *Dom do podziątku*, „Sekrety Serca”, wrzesień 2013, s. 32-33.

młoda, starą, zamężną bądź samotną, matkę lub bezdzietną, robiącą zawodową karierę czy pracującą tylko po to by utrzymać rodzinę. Żaden schemat nie jest dominujący.

Kobietę z prasy zwierzeń można nazwać bohaterką dnia codziennego, na drodze której los stawia wiele kłopotów. Ona jednak cały je pokonuje. Nie musi być też wolna od zobowiązań, by móc się rozwijać. W większości przypadków obowiązki wobec partnera i potomstwa sprawiają, że kobiety ograniczają, ale nie rezygnują całkowicie ze swoich zainteresowań i osobistych ambicji. Ogólnie rzecz biorąc, można powiedzieć, że największy wpływ na życie bohaterek omawianych pism mają nie ich rodzice, mąż, dziecko czy pracodawca, lecz one same.

W historiach pokazujących prawidłowe postawy wobec różnych spraw życiowych można doszukiwać się funkcji edukacyjnych. Takich przykładów może być wiele: matka mądrze, z szacunkiem i miłością wychowująca swoje dzieci, kobieta, która po wielu upokorzeniach odchodzi od nieszanującego jej męża, czy też potrafiąca stworzyć z mężczyzną dobry, szczęśliwy związek. Można też czerpać z antyprzykładów, które przestrzegają przed konkretnymi działaniami lub wyborem danej ścieżki życiowej. Odbiorcy prasy zwierzeń mogą wyciągać z wielu opowiadań naukę i przekładać ją na sytuacje ze swojego życia. Należy to jednak robić bardzo ostrożnie, bo niektóre przedstawiają rzeczywistość w uproszczony sposób, bazują na negatywnych schematach i utartych stereotypach. Zakładać jednak można, że czytelnicy analizowanych czasopism są ludźmi dorosłymi i inteligentnymi, potrafiącymi rozróżnić fikcję od prawdziwego życia.

Podsumowując, można stwierdzić, że narracje znajdujące się w polskiej prasie zwierzeń odpowiadają życiu we współczesnej Polsce, gdzie nie ma jednego dominującego i powszechnie uważanego za najlepszy stylu życia. Kobiety nie mają wielu ograniczeń i mogą swobodnie wybrać swoją ścieżkę życiową. Z tego właśnie wynika ogromna ilość poruszanych wątków, z których można wyodrębnić bardzo wiele typów kobiet i ich zachowań. Ze względu na stosunkowo duże bogactwo treści, nawet przy ubogiej i schematycznej szacie graficznej, umieszczanie prasy zwierzeń na równi z tanimi, brukowymi magazynami plotkarskimi, wypełnionymi przede wszystkim zdjęciami, nie tekstem, jest dla tej pierwszej krzywdzące. Pierwszym tego powodem jest stosunek ilości słowa do obrazu, zdecydowanie przemawiający na korzyść prasy zwierzeń. Ważniejsze jest jednak omówione wyżej bogactwo często interesującej poznawczo treści. Historie, choć wiadomo, że są zmyślane, mówią o czymś, co mogłoby się

wydarzyć: o autentycznych problemach, smutkach i radościach, szczęściach i dramatach. Nie przenoszą czytelnika w bajkowy świat gwiazd i celebrytów. Prasa ta stanowi pewien wycinek z życia. Często uproszczony i jednostronny, ale w wielu sytuacjach prawdziwy. To stanowi o jej wartości i stabilnej pozycji na polskim rynku medialnym.

Bibliografia

- Awansowałam! Nie cieszysz się?*, „Kalejdoskop Losów”, kwiecień 2013, s. 16-17.
- Babcia Mela od spraw beznadziejnych*, „Co Przyniesie Los”, luty 2013, s. 12-13.
- Babcia prawdę ci powie*, „Z Życia Wzięte”, 27.09-10.10.2013, s. 30-31.
- Będziemy oszczędzać, mamusiu*, „Z Życia Wzięte”, 13.09-26.09.2013, s. 10-11.
- Boję się przyszłości*, „Ścieżki Losu” (wyd. specjalne „Okruchy Życia”), marzec 2013, s. 20-22.
- Chory z zazdrości*, „Uczucia i Tęsknoty”, luty 2013, s. 4-5.
- Cierpienie mojej żony*, „Okruchy Życia”, maj 2014, s. 16-17.
- Cud zapomnienia*, „Co Przyniesie Los”, maj 2013, s. 12-14.
- Czas smakowania kołaczy*, „Okruchy Życia”, luty 2013, s. 20-22.
- Czasem matczyzna miłość nie wystarcza*, „Emocje i Wzruszenia”, kwiecień 2013, s. 11-13.
- Czekając na miłość*, „Uczucia i Tęsknoty”, kwiecień 2013, s. 32-33.
- Dam sobie radę!*, „Prawdziwe Życie”, luty 2013, s. 28-29.
- Dom do podziąka*, „Sekrety Serca”, wrzesień 2013, s. 32-33.
- Dwa światy, dwa obciachy*, „Cienie i Blaski”, czerwiec 2014, s. 8-10.
- „Fachowcy” źle leczyli naszą córkę*, „Chwila na Wiosnę” (wydanie specjalne „Chwila dla Ciebie”), 14.03.2013-22.05.2013, s. 10-13.
- Innego ojca chciałam zapamiętać*, „Emocje i Wzruszenia”, październik 2013, s. 22-23.
- Intrygi to twoja specjalność, mamo*, „Sukcesy i Porażki”, 16.05-17.07.2014, s. 35-39.
- Ja nie jestem tania, najdroższy*, „Emocje i Wzruszenia”, kwiecień 2013, s. 45-47.
- Jak mogłeś mnie zostawić*, „Chwila na Wiosnę” (wydanie specjalne „Chwila dla Ciebie”), 14.03-22.05.2013, s. 36-37.
- Jak to się stało?*, „Cienie i Blaski”, czerwiec 2014, s. 16-17.
- Jesteś okrutna*, „Cienie i Blaski”, czerwiec 2013, s. 6-7.
- Jutro będzie lepiej*, „Tylko Historie” (wydanie specjalne „Prawdziwe Życie”), marzec 2013, s. 36-37.
- Klasówka z miłości*, „Z Życia Wzięte”, 13.09-26.09.2013, s. 12-13.
- Kłamałam dla jej dobra*, „Cienie i Blaski”, wrzesień 2013, s. 12-15.
- Koniec romansu*, „Co Przyniesie Los”, kwiecień 2013, s. 6-7.
- Lizurej M., *Prasa kłamie czy wychowuje? Fenomen prasy kobiecej*, [w:] *Edukacyjne konteksty kultury popularnej*, red. W. Jakubowski, E Zierkiewicz, Kraków 2002.
- Lojalność*, „Cienie i Blaski”, maj 2013, s. 34-35.
- Mam pętlę na szyi*, „Sekrety Serca”, marzec 2013, s. 32-34.
- Mądry mąż*, „Zawsze Miłość”, maj 2013, s. 39.

- Między młotem a kowadłem*, „Okruchy Życia”, maj 2013, s. 40-41.
- Moja piękna niedostępna Julia*, w: „Z Życia Wzięte”, 9.05-22.05.2014, s. 10-11.
- Moja żona pije*, „Sekrety Serca”, marzec 2013, s. 31.
- Moje dzieci mnie nie znają*, „Uczucia i Tęsknoty”, maj 2013, s. 32-34.
- Na szczęście pech chodzi parami*, „Emocje i Wzruszenia”, październik 2013, s. 4-5.
- Nie pal tego świniństwa*, „Chwila dla Ciebie”, 12.09.2013, s. 50.
- Nie taka zwykła kosmetyczka*, „Z Życia Wzięte”, 9.05-22.05.2014, s. 18-19.
- Nikogo nie kocham*, „Cienie i Blaski”, czerwiec 2013, s. 4-5.
- Obce dziecko*, „Cienie i Blaski”, maj 2013, s. 8-10.
- Ostatnie ostrzeżenie*, „Do Czytania Latem” (wydanie specjalne „Sekrety Serca”), sierpień-wrzesień 2013, s. 6-7.
- Pobierzmy się jeszcze raz*, „Najpiękniejsze Romanse” (wydanie specjalne „Z Życia Wzięte”), 14.03.-29.05.2013, s. 16-19.
- Posłuchajmy dzieci, zostaniemy rodziną*, „Najpiękniejsze Romanse” (wydanie specjalne „Z Życia Wzięte”), 14.03.-29.05.2013, s. 38-41.
- Prezes je mi z ręki*, „Z Życia Wzięte”, 13.09-26.09.2013, s. 30.
- Profesor światowej sławy*, „W Zaufaniu” (wydanie specjalne „Prawdziwe Życie”), styczeń 2013, s. 42-43.
- Rozwodnik, ale zaufałam mu i nie żałuję*, „Chwila dla Ciebie”, 26 września 2013, s. 4-5.
- Stańczak-Wiślicz K., *Opowieści o trudach życia. Narracje zwierzeniowe w popularnej prasie kobiecej XX wieku*, Warszawa 2010.
- Stańczak-Wiślicz K., *Trzeba umieć przemówić do serca i mózgu – Prasa zwierzeń jako narzędzie kampanii społecznych i działań propagandowych w pierwszej połowie XX wieku*, [w:] *Kobieta i media. Studia z dziejów emancypacji kobiet*, red. P. Perkowski, T. Stegner, Gdańsk 2009.
- Stańczak-Wiślicz K., *Wstrząsające wyznania, powiktane losy, miłość i cierpienie, czyli współczesna polska prasa zwierzeń*, [w:] *Świat (z) kolorowych czasopism. Prasa dla kobiet i dziewczyn w perspektywie interdyscyplinarnej*, red. E. Zierkiewicz, Wrocław 2010.
- Surowa szefowa? Już nie!*, „Emocje i Wzruszenia”, październik 2013, s. 3.
- Tak bardzo chciałam mieć dziecko*, „Z Życia Wzięte”, 13.09-26.09.2013, s. 6-7.
- Tatusz z reklamy*, „Okruchy Życia”, kwiecień 2013, s. 6-7.
- Ten przeklęty remont*, „W Zaufaniu” (wydanie specjalne „Prawdziwe Życie”), styczeń 2013, s. 18-19.
- W twoich ramionach moja siła*, „Najpiękniejsze Romanse” (wydanie specjalne „Z Życia Wzięte”), 14.03.-29.05.2013, s. 28-30.
- Wszyscy mu zaufaliśmy*, „Uczucia i Tęsknoty”, marzec 2013, s. 9-11.
- Zachowując pozory*, „Do Czytania Latem” (wydanie specjalne „Sekrety Serca”), sierpień-wrzesień 2014, s. 18-21.
- Zawiodłam swoje dzieci*, „Ścieżki Losu” (wydanie specjalne „Okruchy Życia”), marzec 2013, s. 44-45.

Zdradzałem, bo musiałem, „Uczucia i Tęsknoty”, marzec 2013, s. 32-34.

Zgubiła ją zachłanność, „Najpiękniejsze Romanse” (wydanie specjalne „Z Życia Wzięte”), 14.03-29.05.2013, s. 26-29.

Zięć prawie taki jak ja, „Prawdziwe Życie”, styczeń 2013, s. 28-29.

Złoty medalik, „Uczucia i Tęsknoty”, maj 2013, s. 4.

Znów mam dla kogo żyć, „Uczucia i Tęsknoty”, luty 2013, s. 8-9.

Zrezygnowałem ze szczęścia, „Sekrety Serca”, wrzesień 2013, s. 10-11.

Żona dla syna, „Uczucia i Tęsknoty”, maj 2013, s. 48-49.

Netografia

<http://reklama.bauer.pl/> (dostęp: 30.09.2014).

<http://www.edipresse.pl> (dostęp: 30.09.2014).

<http://www.phoenix.pl> (dostęp: 30.09.2014).

Marta CIURKOWSKA

Obraz kobiety polskiej na przykładzie miesięcznika „Cosmopolitan”*

An image of a Polish woman as in *Cosmopolitan* monthly

Streszczenie:

Artykuł opracowany na podstawie analizy treści miesięcznika „Cosmopolitan”, uznawanego za pismo ekskluzywne, adresowane do kobiet aktywnych, pochodzących z dużych miast, o wyższym statusie majątkowym. Przeprowadzone badania ukazują obraz kobiety pełen sprzeczności i niekonsekwencji, nawet w obrębie jednego numeru. Z jednej bowiem strony czytelniczka ma przejąć inicjatywę w stosunkach damsko męskich, a z drugiej ma być oddana mężczyźnie. Również zastosowanie proponowanych porad odnoszących się do mody czy urody jest co najmniej dyskusyjne, jeśli w ogóle możliwe do spełnienia. Relacje damsko-męskie są całkowicie spłaszczone i ograniczone jedynie do krótkich, przelotnych znajomości, ukierunkowanych na przyjemność, głównie kobiet. Tu również przekaz nie jest spójny.

Słowa kluczowe: prasa kobieca, *Cosmopolitan*, obraz kobiety

Abstract

The paper was written based on the analysis of contents of *Cosmopolitan* monthly, which is considered an exclusive magazine aimed at active women from large cities, of a higher financial status. The studies conducted reveal a picture of a woman full of contradictions and inconsistencies, even within a single issue. On the one hand, the female-reader is supposed to take the initiative in male-female relations. On the other hand, she is to be devoted to the man. Also, the suggested advice relating to fashion or beauty is at least debatable, if at all achievable. Male-female relationships are completely flattened and limited only to short, fleeting friendships, pleasure-oriented mostly for women. The message in this respect is also inconsistent.

Key words: women's magazines, *Cosmopolitan*, woman image

Dzięki sile oddziaływania mediów, zbiór cech przypisywanych i oczekiwanych od współczesnych kobiet, nabiera wymiaru obowiązującego kanonu. Nadawca, korzystając z ogromnej władzy, nie tylko kształtuje system

* W artykule wykorzystano badania przeprowadzone na potrzeby pracy licencjackiej: M. Głowacka, [Ciurkowska], *Wizerunek współczesnej Polki na przykładzie miesięcznika „Cosmopolitan”*, Ateneum-Szkoła Wyższa, promotor: R. Stopikowski, Gdańsk 2008.

wartości odbiorcy komunikatu, ale także narzuca typ zachowań i model życia społecznego.

„Cosmopolitan” proponuje czytelniczce absolutną nowość – model kobiety nowoczesnej, który zawiera dwa skrajne stereotypy powołania kobiety, gdzie z jednej strony podkreśla się jej odpowiedzialność za wychowanie dzieci oraz stworzenie prawdziwego domu, a z drugiej propaguje wzór kobiety wyzwolonej, realizującej swoje ambicje w sferze zawodowej i publicznej, bez ograniczeń wynikających z roli macierzyńsko – domowej. Taka kobieta sukcesu bez problemu godzi robienie kariery z prowadzeniem całego domu. Znajduje również czas na spotkania z przyjaciółkami, częste wizyty w najmodniejszej siłowni oraz regularnie odwiedza kosmetyczkę i fryzjera, aby zachować młodzieńczy wygląd. Wieczorem z ochotą wskakuje z partnerem do łóżka i zamienia się w prawdziwego demona seksu.

Artykuł opiera się na analizie treści 27 numerów pisma z okresu 2004-2007¹. Jego celem jest skonfrontowanie wizerunku kreowanego przez „Cosmopolitan” z rzeczywistością oraz wykazanie, że lansowany model kobiety „skazanej na sukces” niekoniecznie sprzyja nie tylko jej osobistemu rozwojowi, ale też dobrym relacjom rodzinnym, partnerskim i przyjacielskim.

Charakterystyka „Cosmopolitan”

„Cosmopolitan” to marka międzynarodowa – obecnie posiada 56 edycji, wydawanych w ponad 30 językach i sprzedawanych w przeszło 100 krajach. Magazyn wydawany przez Marquard Media² – ukazuje się na rynku polskim od maja 1997 roku (w USA od 1965 roku), w nakładzie 160 000 egzemplarzy³.

Redakcja „Cosmopolitan” mieści się na ulicy Wilczej 50/52 w Warszawie i liczy 42 osoby (37 kobiet i 5 mężczyzn). Od maja 1997 roku funkcję redaktora naczelnego pełniła Grażyna Olbrych. W grudniu 2002 roku zastąpiła ją Hanna Wolska. Redakcja podzielona jest na 9 działów: Psychologia i seks,

¹ Skompletowanie numerów czasopisma okazało się dość trudne, ponieważ były dostępne tylko na aukcjach internetowych, a właścicielki niezbyt chętnie chciały pozbywać się swoich kolekcji „Cosmopolitan”.

² Wydawnictwo założone przez Jürga Marquarda w 1965 roku, dzisiaj obecne m.in. na rynku niemieckim, austriackim, szwajcarskim, węgierskim i polskim (od 1992 roku). Wydawca takich tytułów jak: „Playboy”, „CKM”, „Cosmopolitan”, „Shape”, „Shape Mama”, „Voyage”, „Joy”, „Olivia”, „Pani Domu”. Por. Z. Sokół, *Prasa kobieca w Polsce w latach 1945-1995*, Rzeszów 1998.

³ Dane Związku Kontroli Dystrybucji Prasy z lipca 2014 r. Sprzedaż wynosi 87 099 egz. Por. M. Lizurej, *Prasa kłamie czy wychowuje? Fenomen prasy kobiecej*, [w:] *Edukacyjne konteksty kultury popularnej*, W. Jakubowski, E. Zierkiewicz (red.).

Kultura, Moda, Kariera, Uroda i zdrowie, Listy, Korekta, Fotoedycja, Studio graficzne.

Magazyn ma dokładnie określony profil, oparty na wartościach marki „Cosmopolitan”:

- **FUN** – przyjemność i radość życia
Czytelniczka umie korzystać z życia i czerpie z niego to, co najwspanialsze.
- **FEARLESS** – otwartość
Czytelniczka to osoba otwarta na świat i ludzi, nie obawia się przyszłości, lubi doświadczać nowych rzeczy i podejmować wyzwania dnia codziennego.
- **FEMALE** – kobiecość.

Według wydawcy czytelniczki „Cosmopolitan” to kobiety „pewne siebie i własnej wartości, zdeterminowane w dążeniu do celu, dbające o własny rozwój i karierę zawodową, aktywne i nowoczesne”⁴. „Cosmo jest jednak pismem feministycznym, bo jesteśmy przekonane, że kobiety są równie mądre i zdolne jak mężczyźni i mogą osiągnąć to samo co oni (...) Przyznajemy, że praca jest ważna, ale faceci również. A Cosmodziewczyna kocha mężczyzn! Oczywiście kocha też gorący seks, a jej życie erotyczne płonie namiętnością”⁵ – powiedziała w jednym z numerów Helen Gurley Brown, założycielka „Cosmopolitan”. To krótkie stwierdzenie najlepiej ilustruje, kim jest odbiorca czasopisma i czego głównie będzie mógł się z niego dowiedzieć.

Zawartość

„Cosmopolitan” liczy średnio 142 strony (w 2002 roku – 158), wydanych na dobrej jakości papierze. Samego tekstu jest jednak niewiele – dużą część zawartości stanowią reklamy. Dla przykładu – w numerze zawierającym 144 strony znalazło się: 27 reklam na całą stronę (18,75% zawartości) oraz 15 reklam zajmujących ok. ½ strony (10,42% zawartości)⁶. Sumując oba wyniki, okazuje się, że prawie 30% czasopisma stanowią wyłącznie reklamy. Gdyby policzyć dodatkowo wszystkie kryptoreklamy, od których aż roi się

⁴ <http://www.marquard.pl/magazyny/cosmopolitan/> (dostęp: 9.10.2014). Por. T. Mielczarek, *Monopol. Pluralizm. Koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989-2006*, Warszawa 2007, s. 183-184, J. Grzybaczak, *Czasopisma i ich wydawcy*, [w:] *Polski system medialny*, red. K. Pokorna-Ignatowicz, Kraków 2013, s. 130-131..

⁵ „Cosmopolitan”, maj 2006, s.14.

⁶ „Cosmopolitan”, lipiec 2007.

w piśmie, prawdopodobnie tekstu w czystej postaci zostałoby mniej niż połowa. Podobnie wyglądają pozostałe numery czasopisma.

„Tylko u nas dowiesz się, jakich kobiet naprawdę szukają mężczyźni. Tylko my podpowiemy Ci, co masz zrobić, by przeżyć prawdziwy erotyczny odlot, i jak odnaleźć superwrażliwe miejsca na ciele ukochanego. Tylko w „Cosmo” znajdziesz odpowiedzi na pytania, które Cię dręczą, a których z różnych powodów nigdy nikomu nie zadałaś.”⁷ Tymi słowami wita czytelniczkę czasopisma redaktor naczelna „Cosmopolitan” – Hanna Wolska. Pod tekstem podpisała się jako „Hanka”, czcionką imitującą odręczne pismo, czym podkreśla serdeczne relacje, jakie łączą ją z czytelniczką, zwaną często „Cosmosiostrą”. „Cosmosiostry” tworzą własny zakon, którego ośrodkiem jest pismo „Cosmopolitan”, stanowiące rodzaj religijnego oświecenia. W rubryce „Co o nas myślisz” czytelniczki opowiadają o wspaniałej metamorfozie, jaką przeszły dzięki lekturze czasopisma. „Wychowałyście na swoich mądrych słowach kobietę, która już niczego się nie boi, przestała przejmować się kompleksami i będzie sięgać po wszystko to, o czym zamarzy!”⁸ – pisze „Cosmosiostra” Sylwia. W nagrodę – zamiast życia wiecznego – dostanie prezent w postaci perfum marki GOSH dla siebie i dla partnera.

„Cosmopolitan” jest niczym encyklopedia – czytelniczki znajdują w niej odpowiedzi na prawie wszystkie nurtujące je pytania, m.in.:

- „Znamy naukowe uzasadnienie większości dziwnych zachowań twojego faceta” – grudzień 2005, s. 14;
- „Oto garść perełek, których znajomość uczyni cię specjalistką od penisów” – grudzień 2005, s. 32;
- „Od dziś choć pobieżnie będziesz wiedziała, co w twoim aucie jest nie tak” – październik 2004, s. 140;
- „Cosmo odkryło prawdziwe powody, dla których ciągle jesteś sama” – maj 2007, s. 176;
- „Oto siedem rzeczy niezbędnych do osiągnięcia błogostanu” – sierpień 2005, s. 77;
- „Cosmo postanowiło nauczyć cię, jak cieszyć się zakupami i nie mieć później poczucia winy (ani debetu na koncie!)” – październik 2005, s. 96.

⁷ „Cosmopolitan”, październik 2007, s. 8.

⁸ „Cosmopolitan”, maj 2007, s. 8.

Będąc „Cosmodziewczyną” nie trzeba robić niczego. Wystarczy oddać swój los w ręce czasopisma, a ono będzie pracować nad kreowaniem naszego wizerunku. „Cosmopolitan” pokaże jak się malować i czesać, żeby wyglądem przypominać największe gwiazdy Hollywood. Prześledzi za czytelniczkę najświeższe trendy i jak na tacy poda adresy sklepów, gdzie można nabyć najmodniejszą w tym sezonie sukienkę. W końcu, gdy perfekcyjnie umalowane, z nienagannie wymodelowanymi włosami, spotkamy na swojej drodze jakiegoś przystojniaka, będziemy mogły oczarować go wiedzą, którą czasopismo dostarcza nam w każdym numerze. Z pewnością potencjalny kandydat na męża nie wie, że „Cynk i wapń zawarte w nasieniu wybielają zęby” lub „Zawartość białka w spermie z jednego wytrysku jest równa ilości białka zawartej w plasterku szynki”⁹. Gdyby jednak zabrakło nam odwagi do tak swobodnej konwersacji, „Cosmopolitan” radzi, aby zapytać, czy wybranek „zna najbardziej popularne hasło do komputera” albo orientuje się „jaki limit długości włosów jest prawnie zapisany w Tanzanii”¹⁰.

Okładka

Tym, co wyróżnia „Cosmopolitan” wśród innych tytułów, jest wyjątkowa okładka czasopisma. Jej kluczowym elementem jest zdjęcie pięknej, seksownie ubranej kobiety, w perfekcyjnym makijażu i ze starannie ułożonymi włosami. Patrzy na odbiorcę, spojrzeniem osoby świadomej swojej atrakcyjności i pewnej siebie. Mimo statycznego środka przekazu, jakim jest prasa, ułożenie ciała i rozwiane włosy sprawiają wrażenie, jakby modelka wychodziła z tła i szła naprzeciw odbiorcy. Warto przytoczyć tutaj trafną opinię jednej z czytelniczek. Jak zauważa Elżbieta Anna Sekuła, nastąpiło złamanie konwencji – kobieta wygląda jakby zeszła z okładki czasopisma dla mężczyzn. „To zdjęcie jest elementem hybrydyzacji gatunkowej, ale nie można mówić o prostym połączeniu dwóch konwencji, raczej o ich wzajemnym przełamywaniu się – w efekcie powstaje zupełnie nowa jakość”¹¹.

Analizując okładkę czasopisma należy zwrócić szczególną uwagę na przekaz nadawca – odbiorca. „Cosmopolitan” jest nielicznym czasopismem, które odnosi się do nadawcy i odbiorcy w formie osobowej oraz rodzaju żeńskim i żeńskoosobowym. Treścią przekazu jest oczywiście mężczyzna i to

⁹ „Cosmopolitan”, grudzień 2005, s. 33.

¹⁰ „Cosmopolitan”, wrzesień 2007, s. 10.

¹¹ E. A. Sekuła, *Okładka Cosmopolitan*, „Kultura Popularna”, nr 4, 2004, s. 1. <https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/1685/Ok%C5%82adka%20Cosmopolitan.pdf?sequence=1> (dostęp: 9.10.2014).

o nim nadawca (kobieta) będzie rozmawiał z odbiorcą (kobietą) – „Daj mi pieszczotę, o jakiej marzy” (okładka, luty 2007). Nadawca przekazu identyfikuje się z odbiorcą, używający określenia „my” (kobiety) – „Nowe style seksu które każda z nas powinna znać” (okładka, luty 2007).

Inną charakterystyczną dla czasopisma cechą jest umieszczenie na okładce stosunkowo dużej ilości informacji. Nie oznacza to jednak, że są one bardzo zróżnicowane. W pozornym bałaganie różnych wielkości, kolorów i krojów czcionek można zauważyć pewną prawidłowość. Największym punktem czcionki wyróżnia się tematy dotyczące seksu i mężczyzn – „Czego on pragnie w łóżku”, „Wspólny orgazm? To możliwe!” (okładka, lipiec 2007) albo „Faceci&Sex”, „Jak dać mu rozkosz” (okładka, grudzień 2006). Dla porównania – „Ćwiczenia wysmuklające nogi” (okładka, grudzień 2006) – są dużo mnie zauważalne, gdyż zapisano czcionką kilkakrotnie mniejszą, na samym dole strony.

Dość niespotykane – jak na ten rodzaj pisma – jest umieszczenie na dole okładki adresu strony internetowej „Cosmopolitan”. O ile taki zapis jest często stosowany w czasopismach specjalistycznych, skierowanych głównie do mężczyzn (komputery, samochody), to w przypadku prasy kobiecej jest to zabieg niezwykle rzadko stosowany.

Stałym elementem graficznym okładki jest kółeczko w prawym górnym rogu, zawierające interesującą wzmiankę – „Nagi facet! Dostaniesz gęsiej skórki...” (okładka, marzec 2004) – zapowiedź tzw. rozkładówki ze zdjęciem nagiego mężczyzny. Rzadziej element ten przybiera inny kształt, np. serduszek z numerze walentynkowym, jednak nadal informacja ta dotyczy mężczyzny – „Jak przeżyć walentynki? Z facetem lub solo” (okładka, luty 2007).

„Cosmofacet” – czyli co można powiedzieć o mężczyźnie

„Dzięki Cosmo każdego dnia odkrywam, że facet to najdoskonalsza maszynka do produkcji... rozkoszy” – pisze „Cosmosiostra” Beata¹². Określenie „facet” na stałe zagościło w słowniku „Cosmopolitan”, wypierając staromodnego „mężczyznę”. Czasem jest też zwany „fajnym ciachem”, „niezłym mięskiem”¹³, „smakowitym kąskiem”¹⁴ czy „niezłą sztuką”¹⁵. Kim

¹² „Cosmopolitan”, styczeń 2005, s. 12.

¹³ „Cosmopolitan”, październik 2007, s. 24.

¹⁴ „Cosmopolitan”, marzec 2006, s. 63.

¹⁵ „Cosmopolitan”, październik 2005, s. 78.

więc tak naprawdę jest „Cosmofacet” i po czym poznać, czy on to ten jedyny i wymarzony?

„Cosmopolitan” postanowiło pomóc swojej czytelniczce poznać i zrozumieć tajniki męskiego umysłu. Aby maksymalnie uprościć to skomplikowane zagadnienie, „Niezbędną wiedzę o facetach” przedstawiono przy pomocy „zdjęć gorących facetów, pikantnych pozycji cosmosutry i wyników seksankiety”¹⁶. Gdyby to okazało się niewystarczające, w dodatku „Cosmofacet” (grudzień 2005) otrzymamy „niezbędną każdej gorącokrwistej kobiecie wiedzę o tym, co kryje się w męskiej głowie, sercu i... spodniach”¹⁷. Czasopismo nie ma wysokich wymagań, co do charakteru idealnego mężczyzny. Musi tylko być „(...) odpowiedzialny, lojalny, konsekwentny, zdecydowany, odważny, silny psychicznie, bez kompleksów. Męski facet to taki, który potrafi narzucić swoją wolę, gdy jest to konieczne, ale nie jest tyranem. Inteligentny, z poczuciem humoru i dystansem do swojej osoby, realista, który jednocześnie potrafi zaskoczyć romantyzmem i nie boi się okazywania swoich najsłynniejszych uczuć”¹⁸. Gdyby czytelniczki wciąż miały problem z rozszyfrowaniem osobowości swojego faceta, „Cosmopolitan” po raz kolejny przychodzi im z pomocą:

- „Nauczmy cię, jak z min i uśmiechów faceta natychmiast odczytać jego najsłynniejsze pragnienia” (październik 2005, s. 69),
- „Mężczyzna przepadający za ziemniakami i kotletami zazwyczaj jest spokojny i godny zaufania. (...) A facet lubiący egzotyczne potrawy jest spontaniczny i potrzebuje ciągłych zmian” (dodatek „Cosmofacet”, grudzień 2005, s. 12),
- „Obcisłe slipy mówią, że facet jest dumny ze swego sprzętu i sposobu, w jaki go używa. (...) Mężczyźni noszący bokserki są mniej pretensjonalni w łóżku i zwracają większą uwagę na potrzeby kobiet. A jeśli on nie nosi bielizny? To wolny duch, dumny i zadowolony ze swego ciała.” (dodatek „Cosmofacet”, grudzień 2005, s. 12).

Jeśli czytelniczka „Cosmopolitan” wie, co lubi jeść jej wybrane i jakie robi miny, gdy zakłada majtki, warto zastanowić się czy „to on jest twoim wymarzonym mężczyzną”¹⁹, w czym może jej pomóc specjalnie przygotowany test. Wystarczy odpowiedzieć „TAK” lub „NIE” na sześć

¹⁶ „Cosmopolitan”, październik 2005, s. 10.

¹⁷ „Cosmopolitan”, grudzień 2005, s. 10.

¹⁸ „Cosmopolitan”, styczeń 2005, s. 7.

¹⁹ „Cosmopolitan”, październik 2006, s. 77.

prostych pytań, aby dowiedzieć się „czy na pewno jest przeznaczoną ci drugą połówką”²⁰. Jeśli „narzeczony” (czasopismo często nazywa tak aktualnego partnera – nawet, jeśli nie podarował wybrance zaręczynowego pierścionka) okaże się brakującą połówką jabłka – należy od czasu do czasu pamiętać o elemencie zaskoczenia: „Zrób swojemu facetowi niespodziankę. (...) Najseksowniejszą parę majtek, jaką masz, połóż obok pilota do telewizora, a pudełko kondomów obok ekspresu do kawy”²¹.

Mężczyźni, z punktu widzenia „Cosmopolitan” – wbrew stereotypom – należą do słabszej płci. Objawia się to m.in. słabszym zdrowiem: „Facet naprawdę może umrzeć, gdy złamiesz mu serce! Naukowcy twierdzą, że szok rozstania może »zalać« jego serce hormonami stresu, powodując groźne dla życia skurcze”²². Można powiedzieć, że niemal całe ich życie determinuje biologia:

- „(...) faceci po prostu nie są zaprogramowani, by dzielić się swymi emocjami. Możesz winić za to biologię czy proces wychowawczy (...)” („Cosmopolitan”, maj 2005, s. 64),
- Idziecie ulicą, mija was klon Salmy Hayek, a oczy twojego chłopaka natychmiast wędrują za nim. Kto winien? Biologia! Mężczyźni są zaprogramowani na odbieranie bodźców wizualnych” („Cosmopolitan”, maj 2005, s. 74),
- „Cosmo zbadało źródła dziwnych męskich zachowań i odkryło, że wiele z nich jest zdeterminowanych... biologią” (dodatek „Cosmofacet”, grudzień 2005, s. 14),
- „(...) w istocie to biologia popycha Pana Dwie Lewe Ręce do rozebrania na części muszli klozetowej. (...) Naprawienie czegokolwiek podnosi poziom testosteronu, więc faceci podświadomie dążą do takich stymulujących działań” („Cosmopolitan”, październik 2006, s. 42),
- „Psychologowie twierdzą, że to testosteron jest odpowiedzialny za męską agresję i te nagłe wybuchy szału” („Cosmopolitan”, luty 2006, s. 58),
- „Faceci czasem nie mają wpływu na swoje zachowanie! Odkryliśmy, że ich erotyczne myśli (i działania) mogą być zdeterminowane przez... hormony” („Cosmopolitan”, sierpień 2007, s. 20).

²⁰ „Cosmopolitan”, październik 2006, s. 77.

²¹ „Cosmopolitan”, październik 2006, s. 69.

²² „Cosmopolitan”, maj 2006, s. 162.

Mężczyźni, według „Cosmopolitan” są również nieśmiali: „Ach, ci nasi panowie... Okazało się, że nie mają odwagi zadać wprost swojej kobiecie kilku erotycznych pytań. Na szczęście mają Cosmo!”²³. Z drugiej jednak strony: „Skoro o facetach, to wiesz... że oni boją się Cosmo?! Świetnie zdają sobie sprawę, że nikt tak jak my nie potrafi rozszyfrować ich mózgow, zajrzeć w spodnie i ujawnić sekretów, które zawsze chcieli przed tobą ukryć”²⁴. Kim więc tak naprawdę jest prawdziwy „Cosmofacet”? Piotr Jackowski, współpracownik redakcji „Cosmopolitan”, podsumowuje – „Mężczyzna to nieskomplikowane stworzenie. Najsubtelniejsza aluzja o seksie wystarczy, by owinąć go sobie wokół palca”²⁵.

Mężczyzna – dodatek czy niezbędny komponent?

Dla prawdziwej „Cosmodziewczyny” – silnej, samodzielnej, świadomej siebie i swoich potrzeb – mężczyzna jest tylko dodatkiem. Pełni te same funkcje, co modna torebka – jest ładny i miło się z nim pokazać w towarzystwie, wzbudzając zazdrość koleżanek. Mężczyznę traktuje się przedmiotowo – „Randkowanie z wieloma facetami może być sposobem na to, by uniknąć cierpienia z powodu porzucenia – kiedy jeden narzeczony cię rzuci, zawsze zostają ci następni. Tak długo, jak dobrze się bawisz, wszystko jest OK”²⁶. Uczucia mężczyzny nie są tu ważne, powinien po prostu być cicho i nie przeszkadzać „Cosmodziewczynie” w zabawie. Czytelniczka czasopisma nie ma wobec niego żadnych skrupułów, więc „kiedy na ulicy mija cię idealna kopia Brada Pitta, nie spuszcza wzroku, tylko śmiało obejrzyj sobie ten smakowity kąsek. To, że jesteś zakochana w swoim chłopaku, nie znaczy wcale, że musisz totalnie oślepnąć na wdzięki innych mężczyzn”²⁷. Za to on ma całkowity zakaz wodzenia wzrokiem za innymi kobietami, bo świadczy to o tym, że jego myśli i uczucia krążą daleko od swojej partnerki (listopad 2004).

Lekceważący stosunek do płci przeciwnej to nie jedyne nauki, jakie płyną z lektury „Cosmopolitan”. Czytelniczki uczą się także, jak w prosty sposób ustrzec się przed niechcianą ciążą: „Nie chcesz mieć dzieci? Kup kochankowi obcisłe gatki z poliestru. Faceci, którzy noszą taką bieliznę, stają się czasowo bezpłodni – brak wentylacji powoduje przegrzanie jąder i uszkodzenie

²³ „Cosmopolitan”, październik 2004, s. 102.

²⁴ „Cosmopolitan”, sierpień 2007, s. 4.

²⁵ „Cosmopolitan”, kwiecień 2007, s. 34.

²⁶ „Cosmopolitan”, wrzesień 2007, s. 22.

²⁷ „Cosmopolitan”, marzec 2006, s. 63.

plemników”²⁸. Czy rzeczywiście „Cosmomeżczyzna” jest jedynie niewolnikiem bogini, obdarzonej władzą absolutną? „Okazuje się coraz częściej zaczynają wątpić [przyp. mężczyźni – M.G.], czy poza seksem są nam jeszcze do czegoś potrzebni. A może warto (...) rozwiązać wszelkie wątpliwości i przypomnieć, że ich rola w naszym życiu jest niezaprzeczalna...”²⁹.

W głębi duszy każda kobieta marzy o tym, żeby mężczyzna kochał i akceptował ją bezgranicznie, śmiał się z tych samych żartów, jadł z nią śniadania i romantyczne kolacje, a tylko czasem naprawił komputer albo przytargał zakupy³⁰. Dzięki „Cosmo” z bezlitosnej modliszki potrafi błyskawicznie przeistoczyć się w czułą i troskliwą, partnerkę, gotową zrobić wszystko, byle tylko zadowolić swojego mężczyznę. Na początek prezentuje mu specjalne kosmetyki, które sprawiają, że będzie „piękny, zdrowy i szczęśliwy od rana do wieczora”³¹. W ciągu dnia będzie mu prawieć komplementy i nie zapomni o tym najważniejszym – „Jeśli chcesz, żeby poczuł się jak gwiazda, możesz mu nawet napomknąć, że jest najlepszym kochankiem, jakiego w życiu miałaś”³². Gdyby to nie wystarczyło, aby zmiękczyć jego serce, czasopismo serwuje rady, dzięki którym „sprawisz, że największy macho zmieni się w czulego i słodkiego misia”³³ – będzie cię częściej przytulał, wspierał gdy masz trudny okres, częściej z tobą rozmawiał i okazywał czułość po seksie. Najważniejsze, żeby okazywać to wszystko gestami, a nie słowem. „Jeśli ciągle do niego mówisz, tylko go wkurzasz i sprawiasz, że nie ma ochoty się odzywać”³⁴. W tej chwili nasuwa mi się na myśl zasadnicze pytanie: kto jest bardziej zależny – niewolnik od pana czy pan od niewolnika? Czasopismo nie określa jednoznacznie, kto w związku powinien być stroną dominującą, a kto uległą. Czytelniczka, która co miesiąc otrzymuje ogromne ilości porad na ten temat, może w końcu poczuć się zdezorientowana. W sierpniu każe jej się być potulną jak baranek partnerką, a już we wrześniu wyrachowaną *femme fatale*, nie liczącą się z uczuciami mężczyzny. Aż strach pomyśleć, czego nauczy ją „Cosmopolitan” w kolejnym numerze październikowym.

²⁸ „Cosmopolitan”, czerwiec 2007, s. 71.

²⁹ „Cosmopolitan”, marzec 2004, s. 12.

³⁰ „Cosmopolitan”, marzec 2004, s. 12.

³¹ „Cosmopolitan”, grudzień 2006, s. 76.

³² „Cosmopolitan”, sierpień 2007, s. 58.

³³ „Cosmopolitan”, kwiecień 2006, s. 70.

³⁴ „Cosmopolitan”, lipiec 2006, s. 59.

„Cosmokamasutra”, czyli zdrowie, energia i dobre samopoczucie

„Jeśli czytasz Cosmo, twoje życie seksualne z pewnością jest już pełne namiętności”³⁵. Trudno oprzeć się temu wrażeniu, gdyż tematami przewodnim każdego numeru są opisywani wcześniej mężczyźni i seks, czasem subtelniej nazywani „miłością”. Na okładce aż roi się od napisanych ogromnych czcionką, kolorowych tytułów w stylu:

- „Nowe seks-pozycje” (okładka, grudzień 2005),
- „Gorące seks-pozycje” (okładka, styczeń 2006),
- „Nowe style seksu” (okładka, luty 2007),
- „Czego on pragnie w łóżku” (okładka, lipiec 2007).

Często stanowią one połowę lub więcej wszystkich tytułów z okładki. „Cosmodziewczyna” musi przecież wiedzieć jak zaspokoić seksualnie swojego (choć niekoniecznie) mężczyznę. Co prawda nie dowie się jak zrobić schabowe czy zawiązać mu krawat, za to jej wiedza z zakresu seksu jest co miesiąc uaktualniana i poszerzana o nowe zagadnienia. Myli się ten, kto twierdzi, że takie artykuły piszą samotne redaktorki, od lat niemające kontaktów z mężczyznami. Autorki często wplatają do tekstów nie tylko swoje własne refleksje i doświadczenia, ale też posiłkują się opiniami „ekspertów” z całego świata.

Wnioski? „Cosmodziewczyna” musi po prostu kochać... się kochać! Co więcej – jeśli nie będzie tego robić grożą jej poważne konsekwencje. Jakże? Wystarczy przeczytać artykuł pt. „Dlaczego warto się kochać (i to jak najczęściej)” w jednym z numerów czasopisma³⁶:

- seks służy TWOJEMU ZDROWIU: „(...) amerykańscy naukowcy odkryli, że kobiety mające regularny kontakt ze spermą, rzadziej cierpią na depresję, niż te pozbawione owej dawki silnie działających seksualnych hormonów i naturalnych opatów”,
- seks zwiększa POCZUCIE WARTOŚCI: „(...) jak wynika z testów, które przeprowadził amerykański neuropsycholog David Weeks, ludzie, którzy uprawiają seks cztery razy w tygodniu, wyglądają na ok. 10 lat młodszych niż są naprawdę. Co więcej (...), o połowę rzadziej zapadają na śmiertelne choroby (...)”,
- seks dodaje ENERGII DO DZIAŁANIA: „Jak wynika z badań szkockich naukowców, osoby, które kochały się przed wygłoszeniem

³⁵ „Cosmopolitan”, luty 2007, s. 49.

³⁶ „Cosmopolitan”, wrzesień 2007, s. 67-68.

prezentacji w pracy, potrafiły się lepiej skoncentrować niż ci, którzy nie uprawiali seksu tego dnia”.

Czy amerykańscy i szkoccy naukowcy mogą się mylić? Czy ktokolwiek chciałby się na własne życzenie wpędzić w depresję albo narobić sobie problemów w miejscu pracy? Oczywiście, że nie i „Cosmopolitan” udzielając takie porad doskonale zdaje sobie z tego sprawę.

Jak to się robi?

„Cosmosiostra” już wie, że nic tak nie poprawia stanu cery, wyników w pracy i ogólnego samopoczucia jak regularnie uprawiany seks. Teraz nadszedł czas, by nauczyła się dbać nie tylko o częstotliwość, ale i jakość odbywanych stosunków. Czasopismo przychodzi jej z pomocą, opracowując przyspieszony kurs, dzięki któremu stanie się „seksualną taterniczką, brawurowo zdobywającą orgazmiczne szczyty dostępne tylko dla wybranych”³⁷. Jeśli zastosuje się do wszystkich wskazówek i porad, już niedługo jej „clitoris rozśpiewa się ze szczęścia”³⁸.

„Jeśli więc chcesz obdarzyć ukochanego naprawdę rajsłą rozkoszą, musisz bardzo starannie dobrać odpowiednie tempo i siłę pieścizot. Pomożemy ci w tym: oto opisy sześciu najgorętszych rejonów na mapie męskiego ciała i dokładne instrukcje, co i jak masz z nimi zrobić, by twoje kochanie przez następne dni całowało cię z wdzięczności po rękach. I nie tylko po nich...”³⁹. Mężczyzna w „Cosmopolitan” traktowany jest jak przedmiot, do którego redaktorki dorzucają instrukcję obsługi – ściśnij go tam, poliz go po tym, a po wszystkich pocałuj właśnie tutaj. Czytelniczka ma tylko krok po kroku odwzorować, podany prosto na tacy, przepis. Warto zauważyć, że redaktorki w swych artykułach używają niezwykle barwnego słownictwa, pobudzającego wyobraźnię odbiorców:

- „Możesz też zrobić z dłoni łódeczkę i »polerować« nią jego jądra, jakby były parą diamentów, a twoja ręka delikatną irczą jubilera...” (sierpień 2006, s. 65),
- „Gdy on jest w tobie wbij paznokcie w jego pupę (tylko nie za mocno!) zaciskając mięśnie Kegla (...) lub daj mu lekkiego klapsa w pupę. A nawet serię coraz mocniejszych uderzeń...” (sierpień 2007, s. 57).

³⁷ „Cosmopolitan”, październik 2004, s. 66.

³⁸ „Cosmopolitan”, luty 2006, s. 88.

³⁹ „Cosmopolitan”, sierpień 2006, s. 64.

Gdy „Cosmodziewczyna” zapozna się z wszystkimi możliwymi technikami dotyku, dowie się od swoich bardziej doświadczonych „Cosmosiostr”, że sypialnia nie jest jedynym miejscem, w którym można się kochać. Kuchnia? Czemu nie! „Kochajcie się w kuchni na stojąco przed otwartą zamrażarką. Mieszkanka wrażeń – zimno na plecach i dotyk gorącego ciała faceta – szybko doprowadzi cię do szaleństwa”⁴⁰. Łazienka? Żaden problem! „Uwiedź ukochanego wtedy, kiedy najmniej się tego spodziewa – np. na imieninach twojej cioci wyciągnij go do łazienki na mały numerek”⁴¹. W zasadzie nie ma żadnych ograniczeń, jeśli chodzi o miejsce. Najważniejsze, by pamiętać o tym, że „Jeśli jednak wasze życie erotyczne ma kwitnąć, nie bójcie się seksić [pisownia oryginalna – przyp. M. G.] w najmniej spodziewanych momentach, a nie tylko wtedy, kiedy oboje jesteście wyluzowani i macie wolną chwilę”⁴².

Ćwiczenia czynią mistrza

„Zafunduj fitness swojej... waginie, to pobudzi ją do życia”⁴³. Nadszedł czas, aby „Cosmodziewczyna” zostawiła teorię i przeszła do praktyki. Wszak perfekcję w sypialni można osiągnąć jedynie poprzez miesiące długich ćwiczeń. „Cosmopolitan”, w bardzo łatwy i przystępny sposób, pomaga czytelnicze osiągnąć iście olimpijską formę. Skrupulatnie, niczym najlepszy trener, udziela precyzyjnych wskazówek, jak doprowadzić kochanka do wrzenia. Rano, tuż przed wyjściem do pracy „najpierw, patrząc mu w oczy, poliz swoje palce i przejeżdż nimi po jego wargach. Potem złap wybranka za głowę, przysuń jego twarz do swojej i pocałuj – mocno, głęboko i dziko. Puść go, odsuń się troszkę i patrząc mu zalotnie w oczy, złap go za pasek spodni i nagłym ruchem przyciągnij jego miednicę do swojej. Kiedy poczujesz jak coś porusza się w jego rozporoku, obdarz ukochanego jeszcze jednym, gorącym i wilgotnym pocałunkiem, przylegając do niego całym ciałem. Potem nagle uwolnij swego Romea, klepnij go przyjacielsko po pupie, rzuć: »Pa, kochanie« i odejdz, udając, że nie widzisz, jak on, ledwo łapiąc oddech, obmacuje wzrokiem twoje kołyszące się pośladki”⁴⁴. Gdy ukochany wyjdzie do pracy, „Cosmodziewczyna” w ciszy i spokoju może zacząć przygotowywać się do upojnego wieczoru. Nie mam tu na myśli zajmujących kilka godzin

⁴⁰ „Cosmopolitan”, styczeń 2007, s. 68.

⁴¹ „Cosmopolitan”, sierpień 2007, s. 56.

⁴² „Cosmopolitan”, kwiecień 2007, s. 32.

⁴³ „Cosmopolitan”, lipiec 2006, s. 62.

⁴⁴ „Cosmopolitan”, styczeń 2006, s. 61.

upiększających zabiegów czy przymierzania tuzina sukienek. Jest coś znacznie ważniejszego – ćwiczenia, dzięki którym czytelniczka zostanie „mistrzynią seksu oralnego”⁴⁵. O dziwo, do treningu tej trudnej sztuki potrzebuje jedynie własnego języka i dobrze wyposażonej lodówki. W skład zestawu ćwiczeń wchodzi:

1. Wyśpiewanie gamy do-re-mi-fa-so-la, wymawiając »la« najwyraźniej, jak potrafi.
2. Powtarzanie jak najszybciej słowa: lada, lekko, lignina.
3. Wylizywanie dżemu z pączka.
4. Ćwiczenie pieszczona językiem obranego ze skórki banana.

Na szczęście dla kobiety, mężczyzna podczas tych ćwiczeń jest poza domem, ponieważ gdyby był tego świadkiem, z pewnością popłakałaby się ze śmiechu.

Gdy język czytelniczki będzie już całkiem giętki i zrobi wszystko, co pomyśli głowa, czas przejść do rozciągania całego ciała, bowiem seksualne pozycje, które proponuje czasopismo, wymagają nie lada sprawności i wyobraźni. Jedną z nich jest „Czynnik X”: „Połóż się na plecach, wyprostuj prawą nogę, a lewą zegnij. On niech położy się na prawym boku, twarzą do ciebie, układając tułów pod kątem 90 stopni w stosunku do twojego. Jego prawa noga ma być pod twoją prawą, twoja zgięta lewa noga tworzy łuk nad jego lewą, która jest wyciągnięta nad twoją prawą. (...) I sprawdźcie, co się stanie, gdy on uniesie się na prawym łokciu a ty przesuniesz lewą nogę przez tunel pod jego pachą”⁴⁶. Jeśli partner nie straci cierpliwości i dzielnie wytrzyma te przeplatanki, autorka zapewnia, że w tej pozycji będzie mógł kochać się ze swoją kobietą naprawdę długo i namiętnie.

Powszechnie wiadomo, że kobiety potrzebują motywacji do ćwiczeń, bo w innym wypadku szybko tracą zapał i rezygnują z nadmiernego wysiłku. „Cosmopolitan” ma dla nich niespodziankę. „Podczas przeciętnej miłosnej sesji spalasz ok. 200 kalorii. Ale kto chce uprawiać przeciętny seks?! Podpowiemy ci, jak zmienić zwykłe zmagania w seksualne mistrzostwa świata – i spalić 400 kalorii. (...) Wskocz więc z ukochanym do łóżka i wykorzystaj miłosne cosmosztuczki, dzięki którym przeżyjesz niezmierną rozkosz i schudniesz w najprzyjemniejszy sposób”⁴⁷. Jak to mówią, praktyka czyni mistrza – nawet, jeżeli chodzi o seks.

⁴⁵ „Cosmopolitan”, grudzień 2006, s. 111.

⁴⁶ „Cosmopolitan”, styczeń 2005, s. 68.

⁴⁷ „Cosmopolitan”, luty 2007, s. 46.

Męski punkt widzenia

„Cosmopolitan” przygotowując materiały dotyczące życia seksualnego, często posiłkuje się opiniami mężczyzn:

- „By doprowadzić faceta do spazmów rozkoszy, potrzebujesz konkretnych wskazówek. Oto one – prosto od prawdziwych mężczyzn” (styczeń 2005, s. 59),
- „Spróbuj urzeczywistnić jego seksualne marzenia, wypróbuj sztuczki z naszej listy 62 najpiękniejszych erotycznych trików – wszystkie pochodzą od prawdziwych facetów (...)” (sierpień 2006, s. 56),
- „Specjalnie dla ciebie poprosiliśmy kilkudziesięciu mężczyzn, by opowiedzieli nam o tym, co uwielbiają w łóżku. I tak zebrałyśmy 60 najbardziej podniecających sztuczek, rekomendowanych przez prawdziwych znawców” (kwiecień 2006, s. 60).

Wciąż brakuje nam odpowiedzi na podstawowe pytanie – kim są „prawdziwi mężczyźni”? Brak konsekwencji czasopisma w opisie „Cosmomężczyzny” nie pozwala wysnuć jednoznacznych wniosków na ten temat. Znaleźli się jednak panowie, którzy bez względu na to, czy zostaną uznani za prawdziwych mężczyzn, czy też nie – postanowili zabrać głos w kwestii porad udzielanych przez „Cosmopolitan”. W jednym z numerów „CKM” pojawił się artykuł pt. „Chrońcie pracę!”, autorstwa głównego reportera – Michała Joško⁴⁸. W porozumieniu z redakcyjnymi kolegami i ekspertami z kliniki ENEL-MED postanowił ostrzec wszystkich mężczyzn przed torturami, jakich mogą doświadczyć za sprawą partnerek regularnie czytających „Cosmopolitan”. Na szczególną uwagę zasługuje fakt, iż „CKM” i „Cosmopolitan” mają nie tylko tego samego wydawcę, ale też identyczny adres redakcji, więc pracownicy obydwu tytułów z pewnością dobrze się znają.

„Twoja kobieta czytuje magazyn Cosmopolitan? Ratuj swojego penisa! Chcesz mu dać rozkosz, jakiej nigdy nie przeżył? – pytają redaktorki kultowego Cosmopolitana i uczą swe czytelniczki, jak nowoczesnie pieścić męski członek. Nauka ta jest jednak z piekła rodem! Cosmosestry najwyraźniej nigdy nie miały żywego penisa ani w dłoni, ani tym bardziej w ustach. A może sądzą, że nasze »wacki« są z tytanu? Otóż nie są! Przed torturami, jakie fundują nam urocze skądinąd redaktorki, ostrzega was nie

⁴⁸ „CKM – Czasopismo Każdego Mężczyzny”. Pierwszy polski miesięcznik dla mężczyzn, wydawany przez Marquard Media Polska od 1998 r.

tylko redakcja „CKM”, ale też zaprzyjaźnione grono utytułowanych ekspertów!”⁴⁹. To, co według „Cosmopolitan” sprawi, że „on odleci z rozkoszy”⁵⁰, w oczach „CKM” grozi poważnymi konsekwencjami zdrowotnymi.

Tabela 1. Porównanie opinii „Cosmopolitan” z „CKM”

„Cosmopolitan”	„CKM”
Fontanna rozkoszy	Fontanna bólu <ul style="list-style-type: none"> • poparzenie penisa
Tam i z powrotem	Ruchome zło <ul style="list-style-type: none"> • otarcie naskórka i nabłonka żołądźci, zakażenie bakteriami i grzybami, naderwanie lub zerwanie wędzidełka napletka, uraz ciał jamistych
Wyciskanie cytryny	Jęki i wrzaski <ul style="list-style-type: none"> • uszkodzenie żołądźci – najwrażliwszej części penisa
Zakręcona jazda	Szatańska jazda <ul style="list-style-type: none"> • uszkodzenie ciał jamistych z wylewem, krwiakiem i powikłaniami zakrzepowymi, mogące doprowadzić do stałego braku wzwodu, zgorzeli tkanek i amputacji członka
Ostry zakręt	Śmiertelny zakręt <ul style="list-style-type: none"> • bolesne otarcia, zerwanie wędzidełka napletka
Pieszczoty główki	Urywanie główki <ul style="list-style-type: none"> • podrażnienia i otarcia żołądźci

Źródło: opracowanie własne.

⁴⁹ „CKM”, marzec 2007, s. 64-65.

⁵⁰ „Cosmopolitan”, grudzień 2006, s. 106.

Okazuje się, że cała wiedza, którą redaktorki „Cosmopolitan” przekazują swojej czytelniczce, nie tylko nie pomoże, ale wręcz może zaszkodzić jej mężczyźnie. Zamiast zabrać go do krainy rozkoszy, prawdopodobnie będzie musiała zawieźć go na ostry dyżur, modląc się w duchu, aby przez jej głupotę nie został kaleką. Jednak redakcja „Cosmopolitan” zupełnie nie przejęła się artykułem z „CKM” i już w następnym numerze proponowała kochankowi pieszczoty penisa podobne do „wyciągania korka z butelki”⁵¹ (czyt. „urywania główki”).

Moda, czyli ubrania na każdą okazję

„Cosmodziewczyna” zawsze ubiera się dla mężczyzny i nie ma tutaj znaczenia czy wybiera się na randkę – „Gorset, pończochy i szpilki – nic dodać, nic ująć. Tak uwodzi Cosmodziewczyna!”⁵², czy prosto do sypialni – „Uwodzicielskie, skąpe koszulki nie są stworzone wyłącznie do spania, ich główne zadanie to podniesienie temperatury w waszej sypialni”⁵³. Redaktorki działu mody w „Cosmopolitan” bardzo dbają o garderoby swoich czytelniczek i z wyprzedzeniem planują odzież oraz dodatki na nadchodzący sezon. Jedyne, czego „Cosmopolitan” oczekuje od czytelniczki to naprawdę zasobny portfel, bowiem rzeczy w „cosmostylu” nie należą do najtańszych.

Sezon wiosenny:

- „Kwiaty łącz z kwiatami w podobnej tonacji lub, jeśli wolisz, z jednolitym ciuchem w zdecydowanym kolorze”⁵⁴ – propozycja: koszula 300 zł, spodnie 319 zł, pasek 135 zł, buty 1690 zł = **2444 zł**.

Sezon letni:

- „Kobięca, romantyczna sukienka po prostu musi się znaleźć wśród twoich wakacyjnych ciuchów!”⁵⁵ – propozycja: sukienka 409 zł, złoty łańcuszek 337 zł, złota zawieszka z motylem 1259 zł, sandały na obcasie 369 zł = **2374 zł**.

Sezon jesienny:

- „10 gorących hitów na październik”⁵⁶ – wartość 8 z nich = **6520,90 zł** (2 pozostałe to wzór sukienki i kurtki z wybiegu mody).

⁵¹ „Cosmopolitan”, kwiecień 2007, s. 65.

⁵² „Cosmopolitan”, październik 2006, s. 124.

⁵³ „Cosmopolitan”, maj 2007, s. 88.

⁵⁴ „Cosmopolitan”, maj 2006, s. 124.

⁵⁵ „Cosmopolitan”, sierpień 2006, s. 93.

⁵⁶ „Cosmopolitan”, październik 2007, s. 38

Sezon zimowy:

- „Otulona miękkimi dzianinami nawet przez najmroźniejszą zimę przejdziesz w pogodnym nastroju”⁵⁷ – propozycja: sweter 219 zł, bluzka 645 zł, spódniczka mini 99 zł, kaptur obszyty futrem 1045 zł = **2008 zł**.

Oczywiście to nie wszystko, co czasopismo proponuje „Cosmodziewczynie”. Redakcyjne ekspertki mody przygotowują dla czytelniczek kompletne zestawy ubrań na każdą okazję:

- Zestaw ubrań na **klubową imprezę**, a w nim m.in.: top River Island 279 zł, wiszące kolczyki Ambra Stile 795 zł, dzinsowa mini 329 zł, buty Ryłko 195 zł, torebka Axara 169 zł; koszt zestawu = **1767 zł** (styczeń 2005, s. 39),
- Zestaw na **wyjście do klubu** (niekoniecznie na imprezę): bluzka 750 zł, szorty 235 zł, buty 119 zł, kolczyki 450 zł, pierścionek 3800 zł = **5354 zł**,
- Propozycja stroju na **uroczystą kolację** – dzinsowy top 99 zł, bransoletka 49,80 zł, spódnica 1539 zł, sandałki 259 zł = **1946,80 zł** (sierpień 2005, s. 38),
- „**Karnawał** w pełni, więc nie wahaj się wskoczyć w błyszczące ciuchy i kusić migoczącymi dodatkami” – propozycje: opalizująca spódnica 697 zł, łańcuch Apart 675 zł, balowe pantofelki 1399 zł = **2771 zł** (luty 2007, s. 28).

Analizując powyższe sumy można dojść do wniosku, iż przeciętna Polka czytająca „Cosmopolitan”, zarabia co miesiąc zdecydowanie więcej niż wynosi średnia krajowa. Trudno przecież uwierzyć, aby osoba o dochodach ok. 2000 brutto mogła pozwolić sobie na zakup jednej z proponowanych bluzek, wartej 750 zł. Nadawca przeważnie wybiera dla odbiorcy rzeczy z tzw. „górnego półki”, obowiązkowo opatrzone firmową metką. Zdarza się jednak, że w ramach płatnej reklamy prezentuje na swoich łamach modę dla mas. „W ciągu dnia intensywnie pracują, wieczorem idą do klubu, kina, teatru. Żyją pełnią życia, wśród ludzi. Nie giną jednak w tłumie. Wyróżnia ich wyjątkowy styl – ubrania, w których wszędzie czują się sobą, dobre o każdej porze i na każdą okazję – Top Secret”⁵⁸. Top Secret jest marką odzieżową, dla osób w wieku 24-35 lat, zarówno kobiet jak i mężczyzn, zamieszkałych w średnich i dużych miastach. Posiada 86 sklepów w całej

⁵⁷ „Cosmopolitan”, grudzień 2006, s. 122.

⁵⁸ „Cosmopolitan”, maj 2005, s. 96.

Polsce, które co miesiąc odwiedza średnio 1,3 mln. potencjalnych klientów⁵⁹. Trudno w tej sytuacji mówić o luksusie, a przecież takimi kryteriami powinien się kierować „trzeci w Polsce luksusowy magazyn dla kobiet”⁶⁰.

Nie tylko ubranie może być trendy

„Czy wiesz, że mężczyzna taki jak ty, to teraz ostatni krzyk mody?”⁶¹ – pyta Macieja Stuhra jedna z redakterek „Cosmopolitan”. Według czasopisma, nie tylko ubranie może być zgodne z aktualnymi trendami. Na nic zda się płaszcz z najnowszej kolekcji i szpilki od znanego projektanta, jeśli obecny partner czytelniczki jest passé. O ile jednak mężczyznę ciężko zmienić z dnia na dzień, to regularne wizyty u fryzjera są bardzo wskazane. „Chcesz wyglądać nowocześnie, niebanalnie, sexy? Zmień włosy równej długości (są takie nudne!) na wycieniowanie lub z grzywką”⁶². Bez znaczenia jest, czy ta grzywka pasuje do twarzy czy nie – jest modna, więc należy ją nosić. Ratunkiem dla tych czytelniczek, które niezbyt dobrze czują się w takim uczesaniu jest „Najnowszy hollywoodzki trend: obcięcie [włosów – przyp. M.G.] według zasad Feng Shui”⁶³. Może się okazać, że według tej starożytnej praktyki noszenie grzywki przez niektóre z nich jest absolutnie zakazane. Co za ulga!

Życie w zgodzie z najnowszymi trendami to śledzenie nowinek również w... sypialni. „Postanowiłyśmy odkryć, co jest teraz najmodniejsze w łóżku. (...) Nie jakieś tam przelotne kaprysy, które wyjdą z mody szybciej niż żelowe bransoletki, ale cudowne łóżkowe techniki, które każda gorącokrwista kobieta powinna mieć w swym repertuarze”⁶⁴. Uczciwie trzeba przyznać, że czasopismo udziela porad, których obiecuje, chociaż niemiłosiernie się powtarza. Trudno jednak wymagać wymyślania stale nowych pozycji seksualnych czy metod inicjowania współżycia. W ramach urozmaicenia czytelniczkom proponuje się erotyczne akcesoria – oczywiście zgodne z aktualnymi trendami. „Czasy, kiedy w sex-shopach królowały plastikowe wibratory w kolorze majtkowego różu, odeszły już w zapomnienie. Teraz na topie są designerskie gadżety, tak eleganckie, że możesz postawić je w salonie

⁵⁹ <http://www.topsecret.pl/ts/franczyza.htm> (dostęp: 9.10.2014).

⁶⁰ „Cosmopolitan”, maj 2005, s. 8.

⁶¹ „Cosmopolitan”, październik 2004, s. 37.

⁶² „Cosmopolitan”, październik 2004, s. 120.

⁶³ „Cosmopolitan”, grudzień 2005, s. 32

⁶⁴ „Cosmopolitan”, grudzień 2005, s. 44.

i wmawiać gościom, że to ozdoba z galerii wnętrz”⁶⁵. Co prawda nie znam nikogo, kto chwaliłby się publicznie swoim wibratorem, ale dobrze wiedzieć, że w razie znalezienia gadżetu przez niepowołane osoby, można z twarzą wybrnąć z sytuacji.

Oczywiście na temat modnych mężczyzn, niebanalnych fryzur i seksu w zgodzie z najnowszymi trendami można przeczytać w wielu czasopismach. „Cosmopolitan” potrafi zaskoczyć swoje czytelniczki i zaproponować coś, o czym nikt inny nie pisał. „Najnowszy krzyk mody »na powiększenie« to zastrzyk w... punkt G. Amerykanki ustawiają się w kolejce do ginekologów”⁶⁶. No cóż, moda niejedno ma imię, a „dzięki Cosmo nie musisz non stop śledzić trendów (...) by być na bieżąco”⁶⁷.

Uroda kosmetyki

Celem kobiety jest podtrzymanie i stałe rozbudzanie męskiego zainteresowania, a najlepsze sposoby by to osiągnąć, zna wyłącznie „Cosmopolitan”. Priorytetem jest olśniewający wygląd, który można łatwo uzyskać, stosując się do porad i wskazówek zawartych w czasopiśmie. Dodatkowo, liczne reklamy odsyłają odbiorcę komunikatu do szerokiej gamy przemysłu kosmetycznego. Często, poprzez różnego rodzaju próbki, zachęca się je do kupna konkretnego tuszu do rzęs, pomadki czy szamponu. Jednak najlepszą zachętą do używania produktów, które poleca „Cosmopolitan” jest sama okładka czasopisma. Młode kobiety – znane aktorki, piosenkarki, a często modelki – prezentują seksowny wizerunek, który osiągnęły dzięki użyciu kosmetyków wymienionych na drugiej stronie. To jednak nie wszystko, bowiem w samych artykułach aż roi się od konkretnych nazw produktów. Autorki zrećnie wplatają je w poruszaną tematykę tak, aby bez nich tekst nie mógł samodzielnie funkcjonować. W jednym z artykułów polecają „kosmetyki, które szybko pokonają chandrę”⁶⁸, a w nim reklamują między innymi: perfumy Pure Poison Diora 310 zł, ujędrniający krem Nowa Młodość do pielęgnacji ciała Mary Kohr 164 zł, krem Shiseido Super Lifting Formula 359 zł – łącznie 833 zł za trzy drobiazgi do kosmetyczki. Gdyby czytelniczka miała wątpliwości, co do słuszności zakupu, na kolejnej stronie czasopisma zobaczy piękną kobietę, która cały swój urok zawdzięcza właśnie

⁶⁵ „Cosmopolitan”, grudzień 2005, s. 46.

⁶⁶ „Cosmopolitan”, sierpień 2007, s. 72.

⁶⁷ „Cosmopolitan”, sierpień 2007, s. 30.

⁶⁸ „Cosmopolitan”, listopad 2004, s. 72.

temu konkretnemu produktowi. „Cosmodziewczyna” musi zrozumieć, że kupując proponowany produkt inwestuje w siebie, dzięki czemu zbliża się do wytyczonego przez „Cosmopolitan” celu – zdobycia i podporządkowanie sobie mężczyzny. Czy jest mężczyzna, który oprze się srebrzystemu spojrzeniu, lśniącym, czerwonym ustom i napiętej, brzoskwiniowej cerze?

- „Nic nie działa na facetów bardziej niż iskierki w twoich oczach. Dlatego przed kolejną randką obrysuj ich kontur złotym bądź srebrnym cieniem. Absolutnym hitem są cekinowe cienie Lumiere D’Artifices Chanel, 227 zł, którymi możesz także rozświetlić policzki” (maj 2007, s. 102),
- „W twoim kuferku na najcenniejsze skarby nie może zabraknąć pomadki Wanted Rouge (125 zł), która nada ustom intensywny, soczysty kolor” (styczeń 2006, s. 42),
- „Wygładzanie zmarszczek? Zrobisz to sama. Chirurg jest zbędny. Przydadzą ci się natomiast kosmetyki Botox Medical firmy Mincer – Mona Lisa” (styczeń 2005, s. 49).

Jeśli zdobycie męskiego serca jest niewystarczającą motywacją dla czytelniczki, „Cosmopolitan” odnosi się do jej poczucia smaku i znajomości najnowszych trendów: „Lekko zaróżowione policzki to zmysłowy wabik, którego z powodzeniem używają gwiazdy. Wypróbuj najnowszy róż Touch Blush Clinique”⁶⁹. Przecież nikt inny, tak dobrze jak gwiazdy, nie zna się na modzie. Często te osoby wymieniane są z imienia i nazwiska: „Kate Moss i Meg Ryan uwielbiają makijaż zrobiony przez wizażystę Shiseido, Toma Pecheux. Krzysztof Ibisz zaczyna dzień od nałożenia na twarz energetyzującego kremu Shiseido Men. Może i ty staniesz się fanką preparatów, nazywanych kosmetykami jutra?”⁷⁰. Oczywiście duża część kosmetyków, które „Cosmopolitan” poleca swojej czytelniczce, kosztuje nawet kilkaset złotych. Jednak przy zastosowaniu wyżej wymienionych zabiegów, czytelniczka często daje się „uwieść” i kupuje proponowany produkt, choć z reguły niewiele się on różni od tego kilkakrotnie tańszego. Co najwyżej ma ładniejsze opakowanie, które po zużyciu zawartości i tak wyląduje w śmietniku.

⁶⁹ „Cosmopolitan”, grudzień 2005, s. 12.

⁷⁰ „Cosmopolitan”, maj 2005, s. 60.

Piękne ciało – to proste!

„Wystarczy 17 minut, a stan twojej sylwetki znacznie się poprawi! I wcale nie musisz wylewać siódmych potów podczas intensywnych treningów”⁷¹. Brzmi jak bajka? Możliwe, ale dla „Cosmopolitan” nie ma rzeczy niemożliwych. Która z czytelniczek wolałaby spędzać długie godziny na siłowni, gdy czasopismo w zamian proponuje jej kilkunastu minutowy zabieg kosmetyczny w prestiżowym salonie urody? Nadawca komunikatu stale podsycza kompleksy i niepewność odbiorcy, jednocześnie zapewniając, że wie, jak błyskawicznie podnieść jego samoocenę: „Jeszcze tylko trzy małe kroczki dzielą cię od sukcesu [„Sexy ciało na lato” – przyp. M.C.]. A kolejny etap przygotowań do lata przejdiesz łatwo dzięki Cosmo (...)”⁷².

Nieodłącznym elementem, mającym zachęcić czytelniczki do osiągnięcia wyznaczonego przez „Cosmopolitan” celu – w tym wypadku osiągnięcia szczupłej sylwetki – jest moda. W jednym z numerów redaktorki przemierzyły świat wzdłuż i wszerz, aby wybrać dla czytelniczek najmodniejsze zabiegi pielęgnacyjne z różnych zakątków globu. Odkryły, że tym, „co najbardziej kręci Cosmodziewczyny jest oczywiście to, co egzotyczne i... erotyczne”⁷³. Co więcej – redaktorki znalazły sposób, żeby połączyć te przyjemności: „Wypróbuj rytmiczny, rozciągający mięśnie i stawy masaż Terrake Liana Contour (...)”⁷⁴ – rodem prosto z Brazylii.

Jeśli kuszenie czytelniczki błyskawicznymi zabiegami kosmetycznymi nie odniesie skutku, gdy w podjęciu walki o piękne ciało nie pomoże nawet moda – „Cosmopolitan” stosuje jeszcze jeden, sprawdzony sposób. „Christopher Watt, specjalista od pięknej skóry sław z Hollywood, zdradził nam przepis na peeling, jakiego Halle Berry używa przed ważnymi imprezami. Teraz i ty możesz go zrobić...”⁷⁵. Gwiazdy, które zazwyczaj cieszą się dużą popularnością, są dla znacznej części kobiet kimś w rodzaju guru, którego trzeba podziwiać i próbować naśladować. Jeśli znana na całym świecie aktorka stosuje peeling⁷⁶ i zaledwie kilka godzin po jego użyciu śmiało może się pokazać na czerwonym dywanie, obowiązkiem

⁷¹ „Cosmopolitan”, październik 2004, s. 130.

⁷² „Cosmopolitan”, maj 2007, s. 228.

⁷³ „Cosmopolitan”, sierpień 2007, s. 42.

⁷⁴ „Cosmopolitan”, sierpień 2007, s. 43.

⁷⁵ „Cosmopolitan”, październik 2004, s. 56.

⁷⁶ W kosmetyce złuszczenie i usuwanie wierzchnich warstw powierzchni ciała za pomocą preparatów rozluźniających połączenia między częściowo obumarłymi, uszkodzonymi komórkami warstwy naskórka (źród. Internetowa Encyklopedia PWN).

„Cosmodziewczyny” jest spreparowanie i używanie identycznego specyfiku przed każdym wyjściem z domu.

Można stwierdzić, że według „Cosmopolitan”, zewnętrzne piękno i cielesność są podstawowym kryterium oceny współczesnej Polki, że w dzisiejszych czasach nikt już nie zwraca uwagi na umysł i osobowość kobiety. Powszechnie funkcjonuje przekonanie o plastyczności kobiecego ciała – możliwości, a właściwie konieczności, wiecznego poprawiania własnego wyglądu i maskowania „niedociągnięć”. Początek XX wieku w Europie to okres wielkich zmian w przemyśle kosmetycznym. Kolorowe kosmetyki – szminki, tusze, pudry – przestały kojarzyć się z damami lekkich obyczajów, a zaczęły być uważane za jeden z wymogów kobiecości. „Cosmopolitan” nadal rozwija i promuje tzw. „kulturę piękna”, która nakazuje współczesnej Polce korzystać z możliwości, jakie otwierają przed nią nie tylko gabinety kosmetyczne, ale i chirurgiczne. Szczupła sylwetka staje się synonimem sukcesu kobiety, otyła – jej klęski.

Kobieta w „Cosmopolitan” – „Cosmodziewczyna”

„Mocne Strony Kobiety” to coroczny konkurs „Cosmopolitan”, mający na celu promowanie kobiet, których osobowość i życiowe osiągnięcia są najbardziej zgodne z wartościami propagowanymi na łamach czasopisma: kobiet aktywnych, dążących do realizacji własnych celów, spełnienia zawodowego i szczęścia w życiu osobistym, wspierających także działania innych. Jeśli do tego zestawu – i tak mocno niespójnego – dołożymy wcześniejsze obserwacje, otrzymamy wizerunek kobiety o rozdwojonej jaźni. Z jednej strony czasopismo każe jej być tradycjonalistką – subtelną, uległą kobietką, potrzebującą prawdziwego mężczyzny, któremu przede wszystkim pragnie dać szczęście. Z drugiej strony zmusza ją do bycia nowoczesną – pnącą się po szczeblach kariery, niezależną, konsekwentnie dążącą do wyznaczonego przez siebie celu. Często tym celem jest jedynie kolejny mężczyzna, wobec którego ma konkretne wymagania – nie tylko chce uszczęśliwić, ale i chce być uszczęśliwiana. Mamy tu do czynienia z wyraźną komplikacją wątków tradycyjnych i nowoczesnych. Jednak, aby rozwiązać niepotrzebne wątpliwości, redaktorki „Cosmopolitan” przygotowały „listę cech Cosmodziewczyny”⁷⁷, dzięki której każda czytelniczka dowie się, czy zasługuje na ten tytuł. Lista – stworzona przez redakcję pisma – na podstawie

⁷⁷ „Cosmopolitan”, marzec 2004, s. 22-25.

obserwacji sylwetek dziewczyn, które wygrały w konkursie „Mocne Strony Kobiety”.

1. Życie jest piękne, nawet (a zwłaszcza?) bez mężczyzny.
2. Albumy ze zdjęciami pełne są pikantnych fotografii, którymi będzie można pochwalić się dzieciom.
3. Posiadanie aktualnego CV, które przypomina, jaką jest się wspinałą dziewczyną.
4. Po weekendowym maratonie imprez, w poniedziałkowy poranek zjawia się w pracy pierwsza – czysta, pachnąca i pełna zapału do pracy.
5. Kieruje się emocjami, a nie zakazami – nie zamierza poprzestać na czymś, tylko dlatego, że tak wypada.
6. Dbą o wygląd, jednak nie zajmuje jej to dużo czasu – woli się bawić i robić inne przyjemne rzeczy.
7. Ma małą walizkę, którą potrafi spakować w mgnieniu oka.
8. Jest odważna i bez problemu robi pierwszy krok – nie ma oporów przed postawieniem mężczyźnie drinka w barze.
9. Jest gwiazdą każdej imprezy z jej udziałem.
10. Potrafi śmiać się z siebie.
11. Ma swój popisowy numer w łóżku.
12. Nosi przy sobie prezerwatywy, bo uważa, że to nie tylko praktyczne, ale i dużo bardziej optymistyczne [cokolwiek by to oznaczało – przyp. M.G.].
13. Uwielbia snobistyczne imprezy i wie, jak się na nie dostać – nawet bez zaproszenia.
14. Zna sposób na wybrnięcie z kiepskiego podrywu.
15. Jest kobietą „z przeszłością” i rozkoszuje się pikantnymi plotkami, jakie krążą na jej temat.

Oczywiście powyższe zestawienie, które ukazało się w jednym z numerów, jest jedynie czystą esencją tego, co „Cosmopolitan” pragnie przekazać swojej czytelnicy. Oprócz tego, niemal co miesiąc, możemy znaleźć nową definicję „Cosmodziewczyny”:

- „Co sprawia, że jesteś przyciągającą wszystkie spojrzenia, błyskotliwie inteligentną i pełną radości boginią seksu, **zwaną w skrócie Cosmodziewczyną?**” (marzec 2004, s. 22),
- „**Jako Cosmodziewczyna** wiesz jak sprawić, że łóżko zapłonie żywym ogniem namiętności, a twój ukochany jeszcze przez dwa dni nie będzie mógł się otrząsnąć z erotycznych dreszczy” (marzec 2004, s. 87),

- „W końcu **jestes Cosmodziewczyna**, żyjesz pełnią szczęścia, potrafisz cieszyć się tym, co masz i chcesz być najlepsza w tym, w czym możesz być najlepsza. I oczywiście nigdy się nie poddajesz” (listopad 2004, s. 12),
- „**Jestes** przecież **Cosmodziewczyna**, i to tylko Ty decydujesz o kolorach, w jakich widzisz świat. A także o tym, jak i z kim chcesz żyć” (październik 2006, s. 5).

Czy rzeczywiście współczesne Polki identyfikują się z kreowaną przez „Cosmopolitan” postacią? W badaniu „Polka 2007”, wykonanym na zlecenie „Gazety Wyborczej”, wzięła udział reprezentatywna grupa 500 kobiet i 339 mężczyzn. Jak wynika z badań przeprowadzonych przez PBS DGA, Polki zgadzają się na męską dominację i nie buntują przeciwko dyskryminacji. Są zdania, że to mężczyzna ma zawsze więcej do powiedzenia, nie tylko w pracy, w domu, ale i w łóżku. Podobne badanie, w którym wzięło udział 900 Polek w różnym wieku, o różnym wykształceniu i różnej sytuacji rodzinnej, przeprowadziła kosmetyczna marka „Dove”. Okazało się, iż dla większości współczesnych Polek najcenniejszymi wartościami jest satysfakcjonujące życie rodzinne oraz szczęście związane z posiadaniem i dobrym wychowaniem dzieci. Praca oraz kariera nie są dla większości Polek głównymi celami w życiu. Zdecydowanie chętniej poświęciłyby się życiu rodzinnemu. Jak widać, stworzona przez „Cosmopolitan” sylwetka pewnej siebie feministki, skupionej głównie na własnej karierze, nie ma odbicia w rzeczywistości.

Styl życia

Analizując kilkadziesiąt numerów czasopisma, które od lat niezmiennie pisze na te same tematy, należałoby zadać pytanie – czy „Cosmopolitan” potrafi jeszcze czymkolwiek zaskoczyć swojego odbiorcę? Redakcja miesięcznika jest o tym święcie przekonana: „I znów cię zaskoczmy! Tym razem nie napiszemy o najmodniejszych gadżetach, najbardziej szalonych ubraniach czy superodlotowych akcesoriach, które koniecznie musisz mieć w tym sezonie. Specjalnie dla ciebie wybrałyśmy 9 megahitowych sposobów na życie pełną parą”⁷⁸. Styl życia jest kolejną dziedziną, w której „Cosmopolitan” uważa się za eksperta, twierdząc, iż ma w zanadrzu całą masę wskazówek, dzięki którym szare i monotonne życie czytelniczki rozbłyśnie prawdziwą feerią barw. Oczywiście – wbrew wcześniejszym

⁷⁸ „Cosmopolitan”, maj 2007, s. 181.

zapowiedziom – „9 megahitowych sposobów” jest niczym innym jak tylko zebraniem innych, równie „hitowych” wskazówek ze starszych numerów czasopisma. To właśnie na ich podstawie postaram się pokazać, jaki styl życia prowadzi współczesna Polka, czytająca „Cosmopolitan”.

Mogłoby się wydawać, że prawdziwa „Cosmodziewczyna” wstaje skoro świt, nawet jeśli zaczyna pracę dopiero o dziewiątej. Wykonanie perfekcyjnego makijażu (oczywiście zgodnie z najnowszymi trendami) i ułożenie nienagannej fryzury (inspirowanej gwiazdami z wielkiego ekranu) – zajmuje jej co najmniej kilka godzin. Oczywiście do tego czasu należy doliczyć jeszcze wybór idealnie pasujących do siebie części garderoby i „trendowych” dodatków. Tymczasem analizując jeden z numerów „Cosmopolitan”, pochodzący z 2004 roku, czytam: „Zamiast bić kolejny rekord prędkości w szykowaniu się do pracy, usiądź i powoli wypij kawę lub sok ze świeżych owoców. Kilka minut relaksu to świetny wstęp do zabieganego dnia”⁷⁹. Niestety, ta dobra rada nijak ma się do tego, co redaktorki czasopisma proponowały wcześniej i co będą proponować swojej czytelniczce w najbliższej przyszłości. Pomińmy jednak ten „drobny” szczegół i wróćmy do rajskiego życia, jakie według „Cosmopolitan” wie dzie czytelniczka. Po miłym poranku, spędzonym na błogich rozmyślaniach, czas wyruszyć w drogę do pracy. „Jadąc samochodem, słuchaj ulubionej muzyki. Możesz nieco zboczyć z drogi i pozwiedzać nowe miejsca”⁸⁰. Oby nie trwało to jednak zbyt długo, bo w ostatecznym rozrachunku może się okazać, że nie warto nawet kłaść się spać, jeśli „Cosmodziewczyna” chce zdążyć z wszystkim na czas. Założmy jednak, że udało jej się punktualnie dojechać pod biuro i właśnie parkuje auto na firmowym parkingu. Jeśli mowa o biurze, to warto przy okazji zauważyć, że podczas lektury kilku roczników czasopisma, nie natknęłam się na ani jedną „Cosmodziewczyne” pracującą np. w sklepie czy na poczcie. Jeśli była mowa o miejscu pracy, zawsze wymieniano tylko i wyłącznie biurowiec. Można by pomyśleć, że czytelniczki czasopisma nie są stworzone do żadnej innej pracy za wyjątkiem biurowych stanowisk – tak przynajmniej uważa „Cosmopolitan”.

Wracając do tematu – może się oczywiście tak zdarzyć, że tuż obok pojazdu „Cosmodziewczyny” zaparkuje auto jeden ze współpracowników albo szef. W tej sytuacji należałoby nawiązać krótką, ale interesującą rozmowę, która obejmowałaby coś więcej niż tylko wymianę uprzejmości. Co

⁷⁹ „Cosmopolitan”, październik 2004, s. 87.

⁸⁰ Tamże.

w tej sytuacji mają począć „Cosmosiostry” nie obdarzone przez naturę umiejętnościami krasomówczymi? Wystarczy lektura „Cosmopolitan” (np. podczas nieśpiesznego poranka), aby życie stało się proste: „Od teraz koszmar typu: »Nie wiem, co powiedzieć« już nigdy cię nie dopadnie. Z zakłopotanej dziewczynki przeistoczysz się w błyskotliwą gwiazdę. (...) Oto nasze cosmorozmówki, czyli sprawdzone sposoby na wyjście z każdej sytuacji, w której zwykle brakuje słów”⁸¹. Czy taka wiedza wystarczy, aby „Cosmodziewczyna” przetrwała w biurze przez minimum osiem kolejnych godzin? Wątpliwe, jeśli brać pod uwagę odkrycie, jakiego pewnego dnia, dokonały redaktorki „Cosmopolitan”. W jednym z numerów pojawił się artykuł pt. „Jak poradzić sobie z suką”, do którego ilustrację stanowiło dwuznaczne zdjęcie, przedstawiające kobietę, z ironią patrzącą na psa rasy doberman. Autorki tekstu zrobiły rozpoznanie i odkryły „(...) że zołzy dzielią się na dwa typy. Pierwszy to suka, która się nie maskuje (jak wściekła szefowa). Typ drugi to jędzka zakamuflowana – taka, która puszcza wredne plotki. Uzbroimy cię w trzy złote zasady, dzięki którym ustawisz je do pionu za każdym razem, gdy zajdą ci drogie”⁸². Pominę milczeniem kwestię doboru niewybrednego słownictwa w artykule, jednak nie mogę nie zauważyć braku niekonsekwencji, która notorycznie pojawia się w „Cosmopolitan”. Przypomnę, że jednym z kryteriów oceniania czytelniczek w akcji „Mocne Strony Kobiety” jest spełnienie zawodowe i szczęście w życiu osobistym. Nazywanie szefowej „suką” i „ustawianie do pionu” koleżanek z biura nijak ma się w tej sytuacji do zasad, jakimi rzekomo kieruje się czasopismo. W ramach ciekawostki dodam jeszcze, że kilka numerów wcześniej ukazał się tekst pt. „7 osób, którym powinnaś skopać tyłek”⁸³.

Co „Cosmodziewczyny” robią wieczorami, gdy zamierzają odprężyć się po dniu pełnym wrażeń? Idą „upolować jakąś sztukę”, czyli krótko mówiąc – znaleźć sobie nowego mężczyznę. Jednak podryw w cosmostylu zdecydowanie różni się od tradycyjnego poznania potencjalnego partnera. Na przykład Hanna Wolska, redaktor naczelna „Cosmopolitan”, woli się nie zakładać, bo w razie przegranej znowu będzie musiała „poderwać w knajpie najmniej atrakcyjnego faceta”⁸⁴. Niestety, nie zostały podane kryteria jakie musi spełnić mężczyzna, który otrzyma tytuł „najmniej atrakcyjnego faceta”,

⁸¹ „Cosmopolitan”, maj 2007, s. 165.

⁸² „Cosmopolitan”, grudzień 2005, s. 70-72.

⁸³ „Cosmopolitan”, maj 2005, s. 115.

⁸⁴ „Cosmopolitan”, listopad 2004, s. 12.

ale mogę tylko przypuszczać, że ilość kolorowych drinków, jaką wcześniej wypiją oceniające go dziewczyny, znacząco podniesie ich próg tolerancji.

Założmy, że „jury” wybrało już swojego kandydata, więc nadszedł czas na atak. Oto jak prawdziwa „Cosmodziewczyna” sygnalizuje wybrankowi swoje zainteresowanie: „Obdarz go trzyczęściowym spojrzeniem. Kobieta nie musi robić już nic więcej, żeby zasygnalizować zainteresowanie (...) Jeśli więc widzisz kogoś, kto ci się podoba, podchwyć jego spojrzenie, zerknij na jego rozporek, a potem znowu spójrz mu w oczy (oczywiście, jeśli będziesz wyglądać na zawiedzioną, popsujesz efekt...)”⁸⁵. Według auterek tekstu, po takim gorącym spojrzeniu, mężczyzna zapragnie już tylko jednego – kontynuowania znajomości w nieco mniej zaludnionym miejscu. Naturalnie – nowoczesna i wyzwolona Polka – powinna w tej sytuacji zaproponować wspólne wypicie drinka w jej mieszkaniu. Jak można przypuszczać, ten upojny wieczór skończy się dopiero następnego dnia rano i co najważniejsze – żadna ze stron nie powinna mieć poczucia winy po tym, co się wydarzyło. „Cosmopolitan” twierdzi bowiem, że w niezobowiązującym seksie, np. z nowopoznanym mężczyzną, nie ma nic złego. Co więcej, podpira się przy tym opiniami psychoterapeutki, która twierdzi, że „ten nowy rodzaj emocjonalnej samowystarczalności nie jest niczym złym” oraz „dodaje kobietom wiary we własne siły”⁸⁶.

Dotrzymując kroku „Cosmodziewczynie”, dobrnęliśmy wraz z nią do upragnionego weekendu. Zasadniczo nie różni się on niczym innym od pozostałych dni tygodnia, które czytelniczka spędza na zabawie w modnych klubach i zawieraniu nowych znajomości. Może się jednak zdarzyć, iż w piątkowy wieczór będzie w pośpiechu pakować walizkę, aby już nigdy nie przegapić żadnej ekscytującej przygody⁸⁷. Istnieją bowiem rzeczy, które należy robić bez zastanowienia, na przykład: „Przyjąć zaproszenie na weekend w Wenecji od swojego chłopaka – nawet jeśli znasz go dopiero od dwóch tygodni. Co tam, bliżej poznacie się w gondoli!”⁸⁸. Niewiele ponad rok później w czasopiśmie ukazał się bardzo podobny tekst: „Twój aktualny facet zaprasza cię na weekend do Paryża. To nic, że znacie się dopiero od miesiąca”⁸⁹. Jaki z tego wniosek? Nieważne gdzie, nieważne z kim – ważne jest jedynie to, aby „Cosmodziewczyna” dobrze się bawiła.

⁸⁵ „Cosmopolitan”, styczeń 2006, s. 98.

⁸⁶ „Cosmopolitan”, maj 2005, s. 86.

⁸⁷ Por. „Cosmopolitan”, czerwiec 2006, s. 99.

⁸⁸ Tamże, s. 100.

⁸⁹ „Cosmopolitan”, wrzesień 2007, s. 87.

Co zrobić, gdy aktualny „narzeczony” nie jest na tyle pomysłowy, aby zorganizować weekendowy wypad zagranicę? No cóż – „Cosmodziewczyna” musi wziąć spraw w swoje ręce i znaleźć równie ciekawą alternatywę spędzenia wolnego czasu. Wspominałam wcześniej o notorycznym braku konsekwencji, jaki często pojawia się w „Cosmopolitan”. Do tej pory porównywałam teksty nie tylko z różnych miesięcy, ale i roczników czasopisma. Nie sądzę bowiem, aby znalazła się osoba, która od kilku lat regularnie czytałaby każdy numer miesięcznika, więc takich „odgrzewanych kotletów” większość odbiorców po prostu nie zauważy. Co jednak, gdy podobne rozbieżności można spotkać w obrębie jednego numeru? Poniższe teksty dokładnie ilustrują tę sytuację:

Tabela 2. Przykładowe sprzeczności w radach udzielanych na łamach „Cosmopolitan”

„Cosmopolitan”, marzec 2004, s. 74	
„Poczekaj, aż sam do ciebie zatelefonuje i zaprosi cię na kolejną randkę.”	„Zaplanuj weekend nad morzem albo zabierz go na koncert zespołu, o którym nigdy wcześniej nie słyszał.”
„Cosmopolitan”, styczeń 2005, s. 72 i 83	
„Jeśli naprawdę chcesz uszczęśliwić faceta, kup mu coś związanego z jego hobby. (...) Nawet jeśli będzie wymagało to od ciebie spędzenia paru kwadransów w sklepie wędkarskim albo modelarskim, zmusz się do tego.”	„Kup prezenty online lub podaruj wszystkim to samo.”
„Cosmopolitan”, maj 2006, s. 16 i 64	
„Zamiast randki w modnej restauracji, tym razem ugotujcie coś apetycznego w domu.”	„Zamiast kolacji w domu zafundujcie sobie randkę w przytulnej knajpce (...)”

Źródło: opracowanie własne.

Gdy nadawca wysyła sprzeczny komunikat, podjęte przez odbiorcę działania są z góry skazane na porażkę, a właściwie „cosmoporażkę”... Nie można równocześnie być w domu i w restauracji, dzwonić jako pierwsza do mężczyzny, jednocześnie czekając na jego zaproszenie oraz kupić wszystkim

to samo, ale przy tym coś wyjątkowego dla każdego z osobna. Samuel Johnson⁹⁰ powiedział kiedyś, że „dobrymi chęciami piekło jest wybrukowane”. Jak widać, same dobre porady redaktorek „Cosmopolitan” nie wystarczą – aby nie pozostały w sferze planów i postanowień trzeba umieć jeszcze je zrealizować.

Podsumowanie

„Cosmopolitan” jest czasopismem nowoczesnym, skierowanym do kobiet zamożnych i średnio zamożnych, wykształconych i stale się kształcących. „Cosmodziewczyny” są samotne (zazwyczaj jednak czasowo) albo pozostają w związkach (koniecznie partnerskich). Pochodzą raczej z dużych miast i pracują zawodowo.

O przedstawionym na łamach czasopisma wizerunku współczesnej Polki wiele można się dowiedzieć spoglądając na dowolną okładkę czasopisma. Wzrok przyciągają zdjęcia młodych, ponętnych kobiet, ubranych w wyzywające stroje. Koszulki i sukienki, które bardziej przypominają bielizniane halki, obowiązkowo podkreślają kształtne piersi i zgrabną linię ramion. Na nieskazitelnej twarzy maluje się wyjątkowa pewność siebie i poczucie własnej wartości. Kobieta z okładki nie jest ubrana do pracy albo na spotkanie ze znajomymi. Jest ubrana dla mężczyzny, który stanowi jej dopełnienie. Bez partnera jej niekompletna, a jej życie – zgodnie z ideologią „Cosmopolitan” – nie ma sensu. Mężczyzna jest słodkim przedmiotem pożądania, na którym skupione jest ciało, emocje i umysł kobiety. To przecież dla niego – nie dla siebie czy koleżanek – chce być idealną partnerką, wyrafinowaną kochanką i wspaniałą gospodynią domową. Pragnie przede wszystkim dać mu szczęście i spełniać jego najskrytsze marzenia. Ze swojej strony oferuje pełną niezależność finansową i intelektualną. Potrafi sama zająć się swoim życiem tak, aby czerpać z niego maksimum przyjemności. Jest otwarta, poszukująca i kreatywna – zarówno w kuchni, przygotowując egzotyczne potrawy, jak i w sypialni, wymyślając nowe seks-pozycje.

Kreowany przez „Cosmopolitan” wizerunek współczesnej Polki jest wynikiem kompromisów między tradycyjnym porządkiem, i w jego świetle przedstawianymi rolami społecznymi, a wyzwaniem nowoczesności. Pojęcie kobiecości zawiera się w zbiorze różnorodnych przekonań i oczekiwań, nierzadko ze sobą sprzecznych. Czasopismo wskazuje czytelniczce, jaką powinna być kobietą i czego oczekuje od niej otoczenie. W efekcie tego,

⁹⁰ Angielski pisarz i leksykograf, żył w latach 1709-1784.

kobieta chce być jednocześnie piękną i pomysłową kochanką, a przy tym odpowiedzialną i przykładną żoną. Pragnie spełniać się zawodowo uczestnicząc w szkoleniach i kursach, a przy tym mieć czas na prowadzenie domu. Zdaniem „Cosmopolitan”, współczesne Polki nie powinny być ani skrajnie konserwatywne, ani nazbyt liberalne. Idealna kobieta to tradycjonalistka z nowoczesnymi akcentami.

Według mnie najważniejsze jest jednak, aby czytelniczka „Cosmopolitan” przede wszystkim pozostała sobą. Racjonalnie i rozsądnie podejmowała życiowe decyzje oraz była przekonana o właściwie obranych wartościach. Powinna umiejętnie selekcjonować docierające do niej istotne informacje, a także opinie kształtujące i rozwijające ludzką osobowość, aby nie zamykać się w ciasnych ścianach stereotypów, krytyki i narzuconego przez innych stylu życia.

Magazyn „Cosmopolitan” traktuje swoje czytelniczki jako bezmyślne istoty, którym rozwiązanie wszystkich życiowych problemów trzeba podać „na tacy”. Świadczy o tym nie tylko oczywistość udzielanych porad, ale i sposób ich przedstawiania. „8 powodów, dlaczego rozstanie z przyjaciółką jest gorsze niż z facetem”, „5 rzeczy które wszystkie robimy i najwyższy czas przestać”, „6 sygnałów, że on chce odejść” – czytelniczka jest traktowana jak małe dziecko, które nie potrafi samo wyciągnąć wniosków i ciągle pyta „ale dlaczego?”, a rodzic tłumaczy mu to punkt po punkcie. Jeśli więc jesteś dziewczyną pełną kompleksów, mającą problem z formułowaniem myśli, wyrażaniem własnego zdania i niezbyt kreatywną w łóżku – nie martw się – zamów dożywną prenumeratę „Cosmopolitan”, a potem żyj długo i szczęśliwie...

Bibliografia

„Cosmopolitan” 2004-2007.

Grzybczak J., *Czasopisma i ich wydawcy*, [w:] *Polski system medialny*, red. K. Pokorna-Ignatowicz, Kraków 2013, s. 130-131.

Lizurej M., *Prasa kłamie czy wychowuje? Fenomen prasy kobiecej*, [w:] *Edukacyjne konteksty kultury popularnej*, red. W. Jakubowski, E. Zierkiewicz, Kraków 2002, s. 77.

Mielczarek T., *Monopol. Pluralizm. Koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989-2006*, Warszawa 2007.

Sekuła E. A., *Okładka „Cosmopolitan”, „Kultura Popularna”, nr 4/124, 2004, s. 11-15.*

Sokół Z., *Prasa kobieca w Polsce w latach 1945-1995*, Rzeszów 1998.

Netografia

<https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/1685/Ok%C5%82adka%20Cosmopolitan.pdf?sequence=1> (dostęp: 9.10.2014)

<http://www.topsecret.pl/ts/franczyza.htm> (dostęp: 9.10.2014)

Internetowa Encyklopedia PWN, 2008

Paula NERLICH

Problemy współczesnych kobiet w felietonach Małgorzaty Domagalik*

A modern woman's trouble in Małgorzata Domagalik's features

Streszczenie

Artykuł stanowi analizę felietonów Małgorzaty Domagalik zamieszczonych w tygodniku „Wprost”. Osią tematyczną są szeroko rozumiane sprawy współczesnych kobiet podejmowane z punktu widzenia feministki. Obok tych zagadnień pojawiają się również kwestie relacji damsko-męskich, gdzie autorka podkreśla wyraźną nierównowagę na korzyść mężczyzn.

Słowa kluczowe: czasopismo, „Wprost”, felieton, feminizm, równouprawnienie

Abstract

The paper present an analysis of Małgorzata Domagalik's features published in the “Wprost” weekly. The topics broadly oscillate around a modern woman's issues from a feminist's point of view. Besides such matters also male-female relations come up, where the author emphasises a distinct imbalance in favour of men.

Key words: magazine, “Wprost”, feature, feminism, emancipation

XX wiek był dla świata czasem ogromnych przemian. Rozwój nastąpił we wszystkich dziedzinach życia człowieka. Nie ominął on mediów, które przeżywają rozkwit i spełniają ważne funkcje w życiu publicznym. Pełnią ważną rolę opiniotwórczą, informują, ale również dostarczają rozrywki.

Niniejsza praca analizuje felietony zamieszczane na łamach tygodnika „Wprost” pisane przez Małgorzatę Domagalik. Gatunek ten z uwagi na atrakcyjną formę cieszy się niesłabnącą popularnością wśród czytelników. „Wypowiedź felietonowa ma być więc lekka jak liść albo luźna jak kartka, a w którym kierunku podąży, zależy od osoby mówiącej (...)”¹.

Dzisiaj felietony najczęściej posiadają swoje stałe miejsce w prasie. „Felieton spośród innych gatunków publicystycznych wyróżnia nie tylko cykliczność ukazywania się, ale także szczególna wyrazistość autorskiego

* W artykule wykorzystano badania przeprowadzone na potrzeby pracy licencjackiej: P. Nerlich, *Felietony Małgorzaty Domagalik na łamach tygodnika „Wprost”*, Ateneum – Szkoła Wyższa w Gdańsku, promotor: R. Stopikowski, Gdańsk 2009.

¹ K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie*, Warszawa 2006, s. 88.

stylu (...) oraz związany z tym subiektywizm ujęcia poruszanych tematów”². Jak zauważa E. Chudziński „wbrew swojej luźnej formie i swobodzie wypowiedzianych sądów, „ambitny felieton, kumulujący jeśli nie wszystkie, to przynajmniej większość cech i funkcji tego gatunku, jest trudną próbą zarówno dla autora, jak i dla czytelnika”³.

Jedną z przedstawicielek polskiej felietonistyki jest dziennikarka Małgorzata Domagalik. Jej felietony ukazywały się na łamach tygodnika „Wprost” w latach 1998-2005. Publikowane były w co drugim numerze, najczęściej na ostatnich stronach gazety i zajmowały z reguły około pół strony.

Biografia i twórczość Małgorzaty Domagalik

Małgorzata Domagalik urodziła się 12 lutego 1957 roku we Wrocławiu. Ukończyła II Liceum ogólnokształcące im. Stanisława Wyspiańskiego w Legnicy. W 1997 roku wspólnie z przyjaciółką Krystyną Koftą wydała pierwszą książkę „Harpie, piranie, anioły”, która szybko stała się bestsellerem. Rok później ukazała się powieść dla dzieci „Serce na sznurku”.

Domagalik jest także autorką oraz prowadzącą programy telewizyjne (m.in. „Męski striptiz”, „Tabu”, „Mieszane uczucia”, „Gorączka”, „Ona i On”). Niejednokrotnie to z nich właśnie czerpała historie opisywane w swych książkach. W 1995 roku została laureatką Nagrody Wiktora dla największej osobowości telewizyjnej. Od 17 października 2003 roku jest redaktorem naczelnym magazynu „Pani”⁴.

Domagalik jest jedną z najbardziej znanych polskich feministek. Swoje poglądy wyraża jasno i nie boi się mieć własnego zdania. Widać to w jej tekstach, sposobie prowadzenia programów i wypowiedziach. O sobie mówi „Wprost”: „jestem feministką i generalnie dobrze się czuję w roli, jaką sobie w życiu wybrałam”⁵. Jak się przyznała ma żal, że w Polsce „większość kobiet sukcesu się do feminizmu nie przyznaje, bo im nieładnie pachnie”⁶.

² J. Fras, *Dziennikarski warsztat językowy*, Wrocław 2005, s. 95.

³ E. Chudziński, *Felieton. Geneza i ewolucja gatunku*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer i E. Chudziński, Kraków 2004, s. 213.

⁴ Opracowano na podstawie: http://pl.wikipedia.org/wiki/Ma%C5%82gorzata_Domagalik (dostęp: 08.05.2009), <http://rozmowy.onet.pl/arttykul.html?ITEM=1076445&OS=44139> (dostęp: 05.05.2009).

⁵ *Wywiad Marty Kamenz z Małgorzatą Domagalik „Trzeba być dzielną dziewczynką...”* [w:] <http://www.oska.org.pl/biuletyn/b2/dzielna.html> (dostęp: 29.04.2009).

⁶ Tamże.

Feminizm

Feminizm to temat najczęściej poruszany przez Małgorzatę Domagalik. Pojawia się niemal w każdej jej publikacji⁷. Według znaczenia słownikowego jest to „nowy ruch społeczny, który pojawia się w skali masowej w połowie lat sześćdziesiątych w USA i nawiązuje do tradycji emancypacyjnych ruchów kobiecych. Opiera się na ideologii, zakładającej, że występująca we wszystkich płaszczyznach życia społecznego dominacja mężczyzn jest związana z istnieniem stosunków patriarchalnych. Ruch feministyczny dąży do ich likwidacji i głosi program równego uczestnictwa kobiet i mężczyzn w życiu prywatnym przez upowszechnienie partnerskiego podziału ról w rodzinie, a także w życiu publicznym. Zakłada też likwidację barier prawnych, ekonomicznych, kulturowych i związanych z nimi stereotypów myślenia, ograniczających udział kobiet i sprawowanie przez nie na równi z mężczyznami funkcji kierowniczych w przemyśle, nauce, kulturze, polityce i Kościele”⁸.

W felietonie „U.U.F” dziennikarka rozpatruje problem współczesnego ruchu emancypacyjnego. Zastanawia się skąd bierze się obawa wśród kobiet przed utożsamieniem z feminizmem. Stwierdza, że „najwięcej krzywdy dzisiejszemu feminizmowi nie czynią męscy szowiniści, ale tak zwane tolerancyjne kobiety”⁹. Tolerancyjne głównie wobec mężczyzn. Według autorki jednak „feminizm coraz rzadziej koncentruje się na mężczyznach i walce z nimi. W jakimś sensie zostawia ich samym sobie. Dziś powodzenie całej emancypacyjnej sprawy, zależy od tego, jak szybko i w jakim stopniu kobiety polubią być kobietami”¹⁰.

Współczesny feminizm – jak zauważa Domagalik – skupia się głównie na kobiecie. Zakłada, że „wolność i niezależność to cel, do którego powinna dążyć każda z nich”¹¹. Dlaczego więc w rzeczywistości jest inaczej? Dlaczego „kobiety nadal nie potrafią i nie mają wystarczającej odwagi, by zawalczyć, i to do pierwszej kropli krwi. O co? O własne życie”¹².

⁷ M. Domagalik, *Towar pierwszej potrzeby*, „Wprost”, 39/2002, s. 100, też, *Mąż mi to kupił*, „Wprost”, 2001, nr 49, s. 102, też, *Krótsza noga*, „Wprost”, 2000, nr 35, s. 98, też, *Druga płeć – niby nic, ale trochę nie po kolei*, „Wprost”, 2002, nr 49, s. 106, też, *Bez różnicy*, „Wprost”, 1998, nr 33, s. 94.

⁸ *Nowa Encyklopedia PWN*, Warszawa 2004, t. 2, s. 330.

⁹ M. Domagalik, *U.U.F.*, „Wprost”, 2001, nr 33, s. 98.

¹⁰ Tamże.

¹¹ Tamże, *Może już jutro?*, „Wprost”, 2004, nr 15, s. 4.

¹² Tamże.

Kobiety wyzwolone

Wśród wielu kobiet, o których pisze Domagalik, jednym z najczęściej pojawiających się nazwisk jest Alice Schwarzer. Autorka poświęca jej osobie felieton „Alicja z Niemiec”. Opisuje w nim pobyt tej niemieckiej feministki w Warszawie i jej próby namówienia polskich kobiet do walki o równouprawnienie.

Małgorzata Domagalik przypomina zasługi Alice, która doprowadziła między innymi do tego, że w Niemczech kobiety mają prawo do aborcji oraz mogą zaskarżyć o gwałt męża. Pisze, że chciałaby ona „by kobiety wreszcie przestały się bać wychodzić wieczorem z domu, przechodzić o zmroku przez park. Ale najważniejsze jest to, żeby przestały bać się mężczyzn”¹³.

W artykule „Druga płć – bez pornografii” dziennikarka przywołuje postać Andrei Dworkin, amerykańskiej przywódczyni ruchu antypornograficznego. Cytuje tezę z jej książki „Pornography. Men possessing women”, że „pornografia to teoria, zaś przemoc to praktyka”¹⁴. Również w tym przypadku autorka wskazuje na liczne zasługi feministki. Dzięki jej wielu wystąpieniom w USA wprowadzono do rozporządzenia municypalnego poprawkę traktującą pornografię jako rodzaj dyskryminacji płciowej.

Jako najbardziej znaną i najbliższą sercu wielu Polkom feministkę, Małgorzata Domagalik ustanawia Marię Skłodowską-Curie. Twierdzi, że polska uczona posiadała wszystkie cechy, które przypisywane są współczesnym emancypantkom. Najważniejszą z nich było to, że „konsekwentnie realizowała swoje naukowe pasje i każdego dnia udawadniała, że płć nie może być żadnym ograniczeniem w zdobywaniu nakreślonych celów”¹⁵. Daje do zrozumienia wszystkim Polkom, że mają przykład godny do naśladowania i podziwiania. Curie ma być wzorem w dążeniu do osiągnięcia zamierzonych celów i stawiania czoła światu, którym podobno rządzą mężczyźni.

Mężczyzna – potrzebny, czy nie?

Feministkom często zarzuca się, że feminizm to wymysł, który ma służyć głównie walce z płcią męską i jej dominacją i wręcz są wrogami mężczyzn. Domagalik w wywiadzie z fińską pisarką i feministką – Martą Tikkanen zwraca uwagę na te oskarżenia, podkreślając, że Tikkanen jest żoną, matką

¹³ Tamże.

¹⁴ Taż, *Druga płć – Bez pornografii*, „Wprost”, 2005, nr 17, s. 4.

¹⁵ Taż, *Druga płć – Harpia europejska*, „Wprost”, 2004, nr 2, s. 6.

i babcią. Ma córki i synów, wnuczki i wnuków i nie rozpatruje tej kwestii w kategorii, która płć lepsza, ale zachwyca się ich odmiennością. Co więcej Tikkanen, nie wyobraża sobie życia bez mężczyzny i wyznaje zasadę, że w związku trzeba akceptować słabość swoją i swego partnera. Dopiero wtedy związek dwojga ludzi ma sens¹⁶.

W feminizmie nie chodzi więc o walkę, ale „o to, żeby znaleźć własne miejsce w życiu. Co wcale nie wyklucza obecności rozsądnego mężczyzny u boku”¹⁷. Co więcej z badań Paula Zulehnera z wiedeńskiego Instytutu Ludwiga Boltzmana wynika, że „najbardziej wyczekiwany przez kobiety kandydatem na życiowego partnera jest mężczyzna sfeminizowany, czyli taki, który obowiązki zawodowe i domowe dzieli z kobietą równo, a jej wyzwalanie się uważa nie tylko za zrozumiałe, ale i za konieczne. Nieważne, kto gotuje, byle było co jeść. Do czego więc kobiecie potrzebny jest mężczyzna? Odpowiadam: do miłości. Chociaż i do walenia młotkiem w ścianę też”¹⁸ – konkluduje pisarka.

Antykoncepcja i aborcja

Dla Małgorzaty Domagalik nie ma tematów tabu. Nie unika pisania o rzeczach kontrowersyjnych i wzbudzających powszechną dyskusję. Antykoncepcję, a raczej jej brak, uważa za jeden z najistotniejszych problemów polskich kobiet. Głównym zarzutem wobec władz jest brak zgody na refundację środków zapobiegających ciąży. Autorka zwraca też uwagę, iż powoduje to niebezpieczną reakcję łańcuchową:

Brak antykoncepcji → niechciana ciąża → ciąża usunięta → dziecko oddane do adopcji.

W swych felietonach podejmuje próbę uświadamiania społeczeństwa jak ważna jest to kwestia. Pokazuje, że nikły dostęp do środków antykoncepcyjnych niejednokrotnie zmusza kobietę do podejmowania dramatycznych decyzji. Stwierdza również, że w większości przypadków to właśnie kobieta ponosi całą odpowiedzialność za niechcianą ciążę. „Nie idzie tu o panie, które zrezygnowały z macierzyństwa dla kariery, ale o te, które nie mogą sobie pozwolić na ciążę. Nie w imię egoistycznego modelu życia, lecz

¹⁶ Taż, *Siła kobiety*, „Wprost”, 1998, nr 44, s. 93.

¹⁷ Taż, *U.U.F.*, „Wprost”, 2001, nr 33, s. 98.

¹⁸ Taż, *Towar pierwszej potrzeby*, „Wprost”, 2002, nr 39, s. 100.

ze strachu przed biedą, mężem tyranem i pogorszeniem stanu zdrowia. Są wśród nich także te, które mają już dzieci i nie chcą mieć następnych”¹⁹.

Domagalik zwraca uwagę na to, że tańsza i łatwiej dostępna antykoncepcja może przyczynić się do poprawienia sytuacji wielu kobiet. Dzięki temu może zmniejszyć się liczba usuwanych ciąży, dzieci oddawanych do adopcji lub maltretowanych. Autorka nawołuje do tego, aby kobiety w końcu odważyły się zawalczyć o to, co ich koleżanki na zachodzie mają już od dawna – prawo do decydowania o własnym losie.

Jednak prawdziwym dramatem dla Domagalik jest to, że wśród przeciwników refundacji środków zapobiegających ciąży są także kobiety. Osoby, które powinny przecież solidaryzować się ze swymi siostrami, a nie pozostawiać je samym sobie.

Domagalik walczy również z przekonaniem, że chęć wprowadzenia legalizacji aborcji to wymysł zdeklarowanych feministek, które chcą decydować o wszystkim, nawet o ludzkim życiu. Stwierdza jednak, że „żadna zdrowa na umyśle i ciele kobieta nie usunie ciąży ot tak sobie”²⁰. Udowadnia, że społeczeństwo ucieka od tematu, nie podejmując nawet prób rozwiązania problemu. „Przecież nie dla jakiegoś kaprysu kobieta nie chce urodzić kolejnego dziecka maltretującemu i gwałcącemu ją co noc mężowi. Nie dla własnego widzimisie nie chce uczynić tego ta, która nie ma co włożyć do garnka, nie mówiąc o zakupie nie refundowanych środków antykoncepcyjnych itd.”²¹. Domagalik uważa, że aborcja jest dla kobiety czymś bardzo skomplikowanym i trudnym. Bywa, że ważącym na jej dalszym życiu, ale rozumie te, które z przyczyn od nich niezależnych decydują się na taki krok, choć nie zgadza się jednak z tymi, którzy twierdzą, że wczesny zabieg to zero problemów. Mówi „Wprost” „ To obłuda. Przecież każda przerwana ciąża spowodowana jest dramatem kobiety, a nie jej beztroską. Mój gniew rośnie, gdy czytam o literackiej bohaterce przytaczanej przez Szczukę, która miała zabieg podczas przerwy obiadowej”²².

Osób, które podzielają jej poglądy w tej sprawie jest wiele. Przeciwników pewnie jeszcze więcej. Pytanie tylko: ile z nich stanęło kiedyś przed tak dramatycznym wyborem? Każda podejmowana decyzja determinowana jest przecież okolicznościami, w jakich przyszło człowiekowi żyć. Małgorzata

¹⁹ Taż, *Co Pani na to?*, „Wprost”, 2002, nr 13, s. 101.

²⁰ Taż, *Policjanci i złodziejki*, „Wprost”, 2003, nr 29, s. 96.

²¹ Tamże.

²² Taż, *Dziwna książka w słusznej sprawie*, „Wprost”, 2004, nr 33, s. 102.

Domagalik nie ocenia tych wyborów, jedynie zwraca uwagę na powszechną znieczulicę, która zmusza do ich podejmowania.

Prostytucja

Małgorzata Domagalik jest kobietą. Pisze o kobietach. Opowiada ich historię, przedstawia poglądy. Bez względu na to co jej bohaterki uczyniły, nigdy nie ocenia. W kilku swych felietonach pisze o kobietach, które są prostytutkami. Dla niektórych z nich jest to sposób na zarobienie łatwych pieniędzy i lepsze życie. Dla drugich ta praca jest przymusem i największą życiową porażką.

Autorka nie szuka jednak przyczyn i nie osądza tych kobiet. Nie ma pośród nich lepszych i gorszych. Przygląda się za to reakcjom społecznym i zmianom jakie zaszły w ostatnich latach w poglądach na ten temat. Kilkadziesiąt lat temu, kobiety zajmujące się tym najstarszym na świecie zawodem, nie miały żadnych praw. Żyły w ukryciu, wstydyły się tego co robią. Dzisiaj te odważne mówią o sobie „kobieta pracująca”. Płacą podatki, mają prawo do emerytur. Zawód jak każdy inny. „W Europie Zachodniej nadal robi się wiele by prostytutkę „unormalnić”. Zgodnie z dewizą, że prostytutka to obywatel jak każdy z nas”²³. Nie dziwi, że są nimi kobiety, które na co dzień są zwyczajnymi studentkami, gospodyniami domowymi czy lekarkami. Dziennikarka pokazuje, że życie to nie bajka. A codzienność kobiet w tym zawodzie jest zupełnie inna. „Z amerykańskich badań wynika, że prawie 90 procent kobiet żyjących z nierządu w młodości przeszło przez koszmar molestowania. Niemieckie statystyki podają, że tylko dziesięć prostitutek na sto nie kończy w przytułku”²⁴.

Domagalik przytacza słowa rosyjskiej rewolucjonistki Aleksandry Kołłontaj, która mówi „handlowanie kobiecym ciałem nie jest niczym zaskakującym, jeżeli zdasz sobie sprawę, że cały burżuazyjny styl życia oparty jest na kupowaniu i sprzedawaniu”²⁵. Na zakończenie puentuje swoje rozważania stwierdzeniem amerykanki Shere Hite, iż „małżeństwo jest usankcjonowaną aktem prawnym formą świadczenia usług seksualnych. Prostytucja jest uczciwsza”²⁶.

²³ Taż, *Via Lactea*, „Wprost”, 2004, nr 51, s. 5.

²⁴ Taż, *Za górami, za lasami...*, „Wprost”, 2004, nr 21, s. 4.

²⁵ Taż, *Via Lactea*, dz. cyt.

²⁶ Tamże.

Czasem warto zastanowić się jak wiele człowiek jest w stanie poświęcić dla życia w luksusie. Czy wystawienie najważniejszych ludzkich wartości na sprzedaż daje spełnienie? A może jest to początek końca człowieczeństwa? Przecież to właśnie poczucie godności i honoru, posiadanie rozumu i wolnej woli odróżnia człowieka od zwierzęcia. Czemu z tego dobrowolnie rezygnować?

Homoseksualizm

„Homoseksualizm czyli zaangażowanie psychoemocjonalne i pociąg seksualny do tej samej płci”²⁷. Małgorzata Domagalik homoseksualizmowi w swych felietonach poświęca sporo miejsca. W jednym z nich pisze po drodze mi z tym, kto mówi „jestem gejem”, a boję się tego, kto zastanawia się w jakim stopniu należy pozwalać na lansowanie gejowskiego stylu życia²⁸.

Autorka w swych tekstach zastanawia się nad przyczynami homofonii. Pyta „czy homoseksualizm to przewinienie wobec Boga, nas, heteroseksualnych, natury czy też przede wszystkim wobec tradycji i przyzwoitości społecznej?”²⁹. Nie zgadza się z opiniami, że normalni ludzie nie powinni być zmuszani do oglądania głęboko niemoralnych zdjęć par homoseksualnych. Podkreśla wagę słów zawartych w otwartym liście napisanym przez Jacka Kuronia, Marię Janion i wiele innych osób publicznych, „obowiązkiem ludzi myślących jest przeciwstawienie się wszelkim formom nietolerancji i solidarności z tymi, których nietolerancja dotyka”³⁰.

Zastanawia się dalej czy lepszym rozwiązaniem dla człowieka jest przyznanie się do swej orientacji seksualnej, czy budowanie fikcyjnych związków, zawieranie małżeństw, płodzenie dzieci. Co jest uczciwsze? Bycie sobą, czy oszukiwanie tych, którzy stają się tylko ochroną przed zdemaskowaniem?

Wskazuje, że „jedynym remedium na homofonie jest wyjście z ukrycia „obcych” i rozpoczęcie przez nich życia u boku „swoich”. Być może wówczas łatwiej będzie nam, heteroseksualnym, odpowiedzieć na pytania czy homoseksualista może być nauczycielem, czy powinien adoptować dzieci”³¹. Przytacza też przykłady słynnych gejów, którzy prowadzą bujne życie

²⁷ Z. Lew-Starowicz, M. Lew-Starowicz, *Homoseksualizm*, Warszawa 2013, s. 16.

²⁸ M. Domagalik, *Schwul, czyli pedał*, „Wprost”, 2003, nr 19, s. 97.

²⁹ Taż, *Druga płeć – w tym sęk*, „Wprost”, 2004, nr 47, s. 5.

³⁰ Taż, *Schwul...*, dz. cyt.

³¹ Taż, *Druga płeć...*, dz. cyt.

publiczne i nie są szykanowani z powodu swojej orientacji. Ma nadzieję, że niedługo i w Polsce każdy swobodnie będzie mógł mówić o swej orientacji seksualnej, nie bojąc się o życie, zdrowie czy utrzymanie stanowiska pracy.

In vitro i macierzyństwo

Opracowana jeszcze w XX wieku metoda sztucznego zapłodnienia pozaustrojowego jest uznawana przez wielu za jedno z najważniejszych narzędzi pomocy ludziom nie mogącym posiadać własnego potomstwa.

Metoda ta budzi jednak wiele kontrowersji. Jan Paweł II w swej encyklice *Evangelium Vitae* (nr 4) pisze, że jest ona „nie do przyjęcia z punktu widzenia moralnego, ponieważ oddziela prokreację od prawdziwego kontekstu małżeńskiego”. Poza tym w technice *in vitro* dochodzi do poczęcia ponadliczbowych embrionów, które zostają zamrożone. Kościół naucza zaś, że „życie dziecka zaczyna się już w chwili poczęcia i jako takie powinno być otoczone ochroną i szacunkiem należnym osobie ludzkiej. Niszczenie takich embrionów jest z perspektywy Kościoła zabójstwem. Zamrażanie natomiast – narażaniem ich zdrowia i naruszaniem przysługujących im ludzkich praw. Co więcej, ponieważ tylko niewielka część zamrażanych embrionów ma realne szanse na wszczepienie i urodzenie, zamrażanie jest *de facto* odroczeniem wyroku śmierci”³².

Małgorzata Domagalik zwraca uwagę na inny problem, związany z zapłodnieniem pozaustrojowym. Swój felieton „Druga płeć – jajeczko kuzynki” zaczyna słowami „już wkrótce ludzie będą się decydowali na pierwsze dziecko dopiero na emeryturze. Stare mamusie zapłodnione *in vitro* rodzą śliczne, różowiotkie niemowlęta”³³. Wydawać by się mogło, że słowa te są tylko żartem, ale autorka udowadnia, że nie jest to wyobraźnia, ale fakt. Opisuje historię Indyjki, Satyabhany Mohapatry, która urodziła swego syna mając 65 lat. To jej pierwsze dziecko.

Dziennikarka zastanawia się co w takim wypadku jest ważniejsze, chęć posiadania dziecka czy jakość jego późniejszego życia? Zwraca też uwagę na to, że potomstwo „emerytalnych matek” pozbawione będzie normalnego dzieciństwa. Jak wielu z tych rodziców dożyje do czasu, gdy ich pociechy osiągną pełnoletniość lub się usamodzielnią? Co z odpowiedzialnością? Stara się znaleźć odpowiedź na to, gdzie znajdują się granice kobiecego egoizmu. Przytacza tu wypowiedź włoskiego ginekologa, Severino Antinori, który

³² <http://ekai.pl/wydarzenia/raport/x16323/kosciol-a-in-vitro/> (dostęp: 10.06.2009).

³³ M. Domagalik, *Druga płeć – jajeczko kuzynki*, „Wprost”, 2005, nr 5, s. 5.

stwierdził: „nie widzę w tym niczego, co zasługiwałoby na potępienie, a odpowiedź na pytanie, czy moralne jest sprowadzanie na świat dzieci, których rodzice nie dożyją ich pełnoletności, pozostawiam innym”³⁴.

Małżeństwo, tak czy nie?

Małgorzata Domagalik temat małżeństwa analizuje z różnych punktów widzenia, zarówno męskiego jak i kobiecego. Doskonale rozumie pobudki, jakimi kierują się ci, którzy je zawierają, ale znajduje też pozytywy w pozostawaniu singlem.

W swym felietonie „Do wszystkich mężów świata” pisze: „społeczne i obyczajowe okoliczności nie sprzyjają utrzymywaniu małżeństwa za wszelką cenę. Dla większości niemieckich kobiet małżeństwo nie jest już warunkiem niezbędnym do przetrwania”³⁵. W tekście tym zawiera też statystyki, które mówią: „(...) już po sześciu latach od daty ślubu 20 procent mężów nie poślubiłoby ponownie swoich żon. A z tych zaś aż 52 procent odmówiłoby ponownego zamążpójścia temu samemu mężczyźnie”³⁶.

Autorka zastanawia się co jest przyczyną rozpadu tak wielu małżeństw. Na przykładzie niemieckiego tygodnika „Stern” stwierdza, że Niemki, które wnoszą pozwy rozwodowe nie chcą „latami wysłuchiwać od swoich mężów, że nie potrafią prowadzić samochodu, nie orientują się w planach miasta i że gust mają wypaczony przez opery mydlane”³⁷.

Domagalik zwraca uwagę, że najważniejsze w związku jest to, w jaki sposób mężczyzna i kobieta się ze sobą komunikują. Udziela również rad mężczyznom, w jaki sposób porozumieć się z własną żoną, tak by czuła się doceniona i nie żałowała swego wyboru.

W publikacji „Erosowi dziękujemy” przytacza opinię Manfreda Hassebraucka, profesora psychologii Uniwersytetu w Duisburgu, który zauważa że „nawet najgorsze małżeństwo wychodzi mężczyźnie na korzyść. Mąż bowiem znajduje się pod nieustanną obserwacją domowego lekarza-żony, a ta jak wiadomo, nie znosi, gdy pacjent nadużywa alkoholu i pali na balkonie. (...) Śmiertelność wśród żonatych mężczyzn jest trzy razy niższa niż wśród nieżonatych”³⁸.

³⁴ Tamże.

³⁵ Taż, *Do wszystkich mężów świata*, „Wprost”, 1999, nr 39, s. 101.

³⁶ Tamże.

³⁷ Taż, *Druga pleć - Erosowi dziękujemy*, „Wprost”, 2003, nr 5, s. 5.

³⁸ Tamże.

„Druga płeć – Mężowi pod choinkę” to tekst o kobietach polujących na mężczyznę idealnego, który powinien: świetnie zarabiać, kochać dzieci, być przystojnym, chętnie pomagać w pracach domowych i być doskonałym kochankiem. Autorka udowadnia jednak, że kobiety nigdy do końca zadowolonych nie można. Zwraca jednocześnie uwagę na to, w jaki sposób kobiety traktują swoich mężów i czy ich narzekania i ciągle roszczenia nie są przesadzone. Cytuje słowa Laura Schlessinger, amerykańskiej specjalistki od problemów małżeńskich: „większość żon skarżących się, że nie dostają od swoich mężów tego, na czym im zależy, powinno przyjrzeć się samym sobie. Przede wszystkim własnej arogancji i brakowi szacunku dla współmałżonka”³⁹. Zastosowanie się do tych rad sprawi, że kobieta będzie żyła u boku swego męża długo i szczęśliwie.

Co ciekawe problemy mogą również dotyczyć „singli”, czyli osób którym małżeństwo do pewnego czasu nie jest potrzebne. Jednak w przypadku zmiany decyzji mogą pojawić się kłopoty ze znalezieniem odpowiedniego partnera. W Wielkiej Brytanii i USA w jego odszukaniu pomagają profesjonalne swatki, które za swe usługi kasują nawet 15 tysięcy dolarów. Jednak korzystając z ich pomocy można być pewnym, że kandydat na męża będzie „mężczyzną pierwszej kategorii”.

Podsumowując, można by stwierdzić, że znalezienie partnera idealnego jest równie prawdopodobne, co wygrana głównej puli w totolotka. Pytanie tylko, czy taki ideał na dłuższą metę nadawałby się do wspólnego życia. Czasami trzeba się przecież pokłócić, by w efektywny i miły sposób móc się pogodzić. Taki perfekcyjny związek mógłby się znużyć o wiele szybciej, niż małżeństwo ze swym zwykłymi trudnościami.

Seks i opinie na ten temat

Temat seksu przewija się w większości felietonów Małgorzaty Domagalik⁴⁰. Pisze ona o jego bardzo istotnej roli w życiu człowieka. Niejednokrotnie utożsamia go z najprostszym sposobem manipulacji i mówi o jego uzależniających właściwościach.

„Tak naprawdę wolny od zobowiązań seks istnieje jedynie w fantazjach. Po zamknięciu oczu...”⁴¹. W felietonie „Zamykając oczy” dziennikarka pisze

³⁹ Tamże, s. 4.

⁴⁰ Taż, *Nie gasić światła*, „Wprost”, 2005, nr 7, s. 104, taż, *Druga płeć – jabłko miłości*, „Wprost”, 2005, nr 11, s. 102, *Druga płeć – kochanka idealna*, „Wprost”, 2004, nr 25, s. 96, taż, *Druga płeć – za przeproszeniem*, „Wprost”, 2004, nr 43, s. 100.

⁴¹ Taż, *Zamykając oczy*, „Wprost”, 2000, nr 51, s. 94.

o marzeniach i fantazjach erotycznych mężczyzn. Przywołuje przeprowadzone przez Boba Berkovitza, autora książki „Jego sekretne życie”, badania, które dowodzą, że „(...) seksualne marzenia prawdziwego mężczyzny końca wieku różnią się od tych, które gościły w głowach ich ojców i dziadków. (...) Berkovitz docenia w tym kontekście zasługi ruchu wyzwolenia kobiet, walkę o prawo do swobody seksualnej i skoncentrowanie się na własnych przeżyciach”⁴². Współczesny mężczyzna w kwestii seksu jest prawdziwym romantykiem. Fantazuje często i śmiało, ponieważ tylko w świecie ułudy nie grozi mu odrzucenie. Panowie „złaknieni są bezwarunkowej akceptacji. Zawsze istnieje drobna możliwość, że mogą nie otrzymać jedenastu punktów w dziesięciostopniowej skali doskonałości”⁴³, co spędza im sen z powiek.

W innym felietonie M. Domagalik sytuacja odwraca się. Tutaj to kobieta przedstawiona jest jako osoba bardzo romantyczna i wrażliwa: „podczas gdy kochanka stawia na romantyzm, wzajemną komunikację, intymność bez erotycznego podtekstu, jej ukochanego nakręca pornografia. Kobięca naga pupa i seksowna bielizna”⁴⁴.

Małgorzata Domagalik przyczyn problemów w pożyciu seksualnym upatruje w nieodpowiednim zachowaniu mężczyzn, którzy zamiast poświęcić swym partnerkom trochę czasu, przypominają sobie o nich, dopiero gdy przyjdzie im ochota na seks. A przecież nic dziwnego, że kobieta nie chce iść do łóżka z kimś „kto w dzień widzi w niej tylko maszynkę do ułatwiania mężczyźnie życia”⁴⁵. W tym kontekście Domagalik zauważa potrzebę stworzenia kobiecej viagry, która miałaby mechanicznie wyleczyć kobiety z oziębłości. „Trzeba zrobić wszystko (...), aby zmusić ciało i psychikę kobiety, by chciało się jej chcieć w sypialni”⁴⁶.

Bardzo ciekawym artykułem poświęconym seksualności jest „Druga płeć”. Autorka nie pisze tam o sposobach na udane życie seksualne. Tym razem jest odwrotnie, mówi w nim o ludziach, którzy świadomie z niego zrezygnowali. „Aseksualna kobieta i aseksualny mężczyzna potrafią tak ustawić własną psychikę, że nie odczuwają pożądania na widok obnażonych piersi czy jędrnych pośladków. Nie chodzi tu o wstręt do uprawiania miłości,

⁴² Tamże.

⁴³ Tamże.

⁴⁴ Taż, *Zajączek mówi barankowi „nie”*, „Wprost”, 2003, nr 17, s. 5.

⁴⁵ Tamże.

⁴⁶ Tamże.

ale o brak jakiegokolwiek zainteresowania tą sferą życia”⁴⁷. Zadziwiająca jest dla niej to, że „(...) w naszej szerokości geograficznej nikogo już się nie kamieniuje za to, że kocha tak czy inaczej, a ciągle największą nieufność wzbudzają ci, którym z erosem w ogóle nie jest po drodze”⁴⁸.

Równouprawnienie

Jest to temat budzący powszechną dyskusję. Większość społeczeństwa ściśle wiąże go z feminizmem. Bardzo często słychać głosy, że to mężczyźni są powodem braku równości, bo boją się kobiecej konkurencji. W „Drugiej płci” Domagalik pisze, że „kobiety gdyby tylko chciały, mogłyby się stać swoimi najlepszymi adwokatami. W domu i w urzędzie. Mogłyby dostać od życia to, co sobie w nim wypracowały. W domu i w urzędzie. Szacunek, godne traktowanie i taką samą zapłatę za tę samą pracę. Musiałyby się jednak nauczyć stawiać żądania”⁴⁹. Zwraca także uwagę na postępowanie kobiet, które nigdy nie proszą o podwyżki, awans, czy pomoc. „Nie wymagają od swoich partnerów równego zaangażowania w sprawę domową. A od swoich pracodawców nie domagają się takich samych standardów pracy, jakie ci zapewniają mężczyznom. Są potulne i w głębi duszy zadowolone, że w ogóle mają pracę. Nie negocjują. Zamiast tego składają się na ołtarzu powinności. Tych małżeńskich i tych zawodowych”⁵⁰.

Na dowód tego autorka przypomina też eksperyment opisany przez Lindę Babcock i Sare Laschever: „wykładowca pytał studentów o to, jak zmieniłoby się ich życie, gdyby nagle musieli się zamienić płciami”. Z odpowiedzi wynikało, że gdyby mężczyźni zostali kobietami, mieliby same obowiązki. A dziewczęta mające zostać mężczyznami stworzyły listę samych przyjemności. Z tekstu wynika, że kobiety same są winne temu, że nie są traktowane jak mężczyźni. Panie najlepiej czują się wtedy, gdy są komuś potrzebne, bez względu na to czy im się za to płaci, czy tylko podziękuje.

Zupełnie inaczej do tematu równouprawnienia Domagalik podchodzi w felietonie „Druga płeć – Rosyjska ruletka”. Porusza ona tam problem molestowania seksualnego. Pisze o wyroku sądowym, gdzie zarówno sędzią jak i prokuratorem były kobiety, które w dotykaniu krocza i pośladków innych kobiet nie widziały niczego niestosownego. Stwierdziły zgodnie, że

⁴⁷ Taż, *Druga płeć*, „Wprost”, 2005, nr 13, s. 7.

⁴⁸ Tamże.

⁴⁹ Taż, *Druga płeć*, „Wprost”, 2003, nr 49, s. 90.

⁵⁰ Tamże.

w takim wypadku o molestowaniu nie może być mowy. W związku z takim orzeczeniem dziennikarka odwołuje się do męskiej wyobraźni i pyta: „czy byłoby wam wszystko jedno, gdyby pani doktor od gardła w czasie badania dotykała waszych ud, piersi i wymuszała pocałunki? Tak bez pytania, przyzwolenia. Czy uważalibyście za normalne, gdyby któraś z waszych przełożonych tak bez okazji klepała was na korytarzu po pupie?”⁵¹. Zwłaszcza wtedy gdyby nie wyglądała jak Angelina Jolie, a po prostu zwyczajnie. Dlaczego więc – pyta Domagalik – mężczyźnie wyglądającemu jak Frankenstein wolno wszystko, a kobiecie nie? Z artykułów wynika jasno, że dopiero, gdy kobieta sama zadba o istnienie równości płci, może stać się ono realne.

Współczesność wymaga od ludzi ciągłej walki o swoje. Dotyczy to chyba wszystkich dziedzin życia. Nikt nikomu nic za darmo nie daje. O wszystko trzeba zadbać samemu. Tak samo jest z sytuacją kobiet. Dopiero gdy same zaczną przeciwstawiać się stereotypom i nierównemu traktowaniu, mogą oczekiwać równouprawnienia. Podobnie jak Polsce potrzeba było wiele czasu na uwolnienie się od wpływu komunizmu, tak i kobietom potrzeba będzie dużo czasu na zrozumienie i docenienie zasad emancypacji.

Zakończenie

Małgorzata Domagalik nie pisze o sprawach łatwych i przyjemnych. Zajmuje się tematami, o których większość osób publicznych nie chce mówić głośno, w obawie o swoją pozycję. Są to tematy poruszające, wzbudzające sprzeciw, różnicujące społeczeństwo. Dotyczą głównie problemów kobiet, ale mówią też o grupach mniejszości narodowych, seksualnych, religijnych, mężczyznach, głupocie, fałszu czy strachu.

Teksty Domagalik są odzwierciedleniem jej osobowości. Często opisują historie z życia wzięte, oparte na własnych przeżyciach lub osób jej znanych. Nie ma tam fałszu i obłudy, ale jest odwaga. Dziennikarka nie dba o opinie na swój temat, a swymi publikacjami chce po prostu pomagać zagubionym.

Smutne jest to, że nie każdy dziennikarz w Polsce może lub chce tak śmiało i jasno wyrażać swoje zdanie jak Małgorzata Domagalik. W końcu zawód ten powinien opierać się na szczerości wobec siebie i odbiorcy. Sponsoring, wpływy polityczne i prywatne, zależności wypaczają obraz polskich mediów. Niestety obecnie dziennikarstwa nie uprawia się już dla idei, ale przeważnie dla pieniędzy.

⁵¹ Taż, *Rosyjska ruletka*, „Wprost”, 2004, nr 13, s. 4.

Bibliografia

- Appignanesi L., Forrest J., *Kobiety Freuda*, Warszawa 1999.
- Bobińska J., *Media lokalne*, Wrocław 2002.
- Chudziński E., *Felieton. Geneza i ewolucja gatunku*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer i E. Chudziński, Kraków 2004, s. 197-213.
- Domagalik M., *Bez różnicy*, „Wprost”, 1998, nr 33, s. 94.
- Domagalik M., *Siła kobiety*, „Wprost”, 1998, nr 44, s. 93.
- Domagalik M., *Do wszystkich mężów świata*, „Wprost”, 1999, nr 39, s. 101.
- Domagalik M., *Krótsza noga*, „Wprost”, 2000, nr 35, s. 98.
- Domagalik M., *Zamykając oczy*, „Wprost”, 2000, nr 51, s. 94.
- Domagalik M., *U.U.F.*, „Wprost”, 2001, nr 33, s. 98.
- Domagalik M., *Mąż mi to kupił*, „Wprost”, 2001, nr 49, s. 102.
- Domagalik M., *Co Pani na to?*, „Wprost”, 2002, nr 32, s. 101.
- Domagalik M., *Towar pierwszej potrzeby*, „Wprost”, 2002, nr 39, s. 100.
- Domagalik M., *Druga płęć - Niby nic, ale trochę nie po kolei*, „Wprost”, 2002, nr 49, s. 48.
- Domagalik M., *Druga płęć - Erosowi dziękujemy*, „Wprost”, 2003, nr 5, s. 5.
- Domagalik M., *Zajączek mówi barankowi nie*, „Wprost”, 2003, nr 17, s. 5.
- Domagalik M., *Schwul, czyli pedał*, „Wprost”, 2003, nr 19, s. 97.
- Domagalik M., *Policjanci i złodziejki*, „Wprost”, 2003, nr 29, s. 96.
- Domagalik M., *Druga płęć*, „Wprost”, 2003, nr 49, s. 5.
- Domagalik M., *Druga płęć - Harpia europejska*, „Wprost”, 2004, nr 2, s. 6.
- Domagalik M., *Rosyjska ruletka*, „Wprost”, 2004, nr 13, s. 4.
- Domagalik M., *Może już jutro*, „Wprost”, 2004, nr 15, s. 4.
- Domagalik M., *Za górami, za lasami...*, „Wprost”, 2004, nr 21, s. 4.
- Domagalik M., *Druga płęć - Kochanka idealna*, „Wprost”, 2004, nr 25, s. 96.
- Domagalik M., *Dziwna książka w słusznej sprawie*, „Wprost”, 2004, nr 33, s. 102.
- Domagalik M., *Druga płęć - Za przeproszeniem*, „Wprost”, 2004, nr 43, s. 100.
- Domagalik M., *Druga płęć - W tym sęk*, „Wprost”, 2004, nr 47, s. 5.
- Domagalik M., *Via Lactea*, „Wprost”, 2004, nr 51, s. 5.
- Domagalik M., *Druga płęć - Jajeczko kuzynki*, „Wprost”, 2005, nr 5, s. 5.
- Domagalik M., *Nie gasić światła*, „Wprost”, 2005, nr 7, s. 104.
- Domagalik M., *Druga płęć - Jabłko miłości*, „Wprost”, 2005, nr 1, s. 102.
- Domagalik M., *Druga płęć - Bez pornografii*, „Wprost”, 2005, nr 17, s. 4.
- Dziennik Ustaw z dnia 2 kwietnia 1982 roku.
- Fras J., *Dziennikarski warsztat językowy*, Wrocław 2005.
- Jan Paweł II, *Evangelium Vitae*, 1995.
- Konstytucja Rzeczypospolitej 1997.
- Lew-Starowicz Z., Lew-Starowicz M., *Homoseksualizm*, Warszawa 2013.
- Nowa Encyklopedia PWN*, t. 2, Warszawa 2004.
- Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., Furman W., *Gatunki dziennikarskie*, Warszawa 2006.

Netografia

http://pl.wikipedia.org/wiki/Ma%C5%82gorzata_Domagalik (dostęp: 08.05.2009)

<http://rozmowy.onet.pl/artykul.html?ITEM=1076445&OS=44139> (dostęp: 05.05.2009)

<http://www.oska.org.pl/biuletyn/b2/dzielna.html> (dostęp: 29.04.2009)

<http://ekai.pl/wydarzenia/raport/x16323/kosciol-a-in-vitro/> (dostęp: 10.06.2009)

Wpływ prasy kobiecej na poglądy i postawy studentek Ateneum – Szkoły Wyższej**

Impact of women's magazines on views and attitude of Ateneum students

Streszczenie

Artykuł podejmuje kwestię szeroko rozumianego wpływu prasy kobiecej na środowisko studenckie Ateneum – Szkoły Wyższej. W celu weryfikacji postawionych hipotez skonstruowano ankietę. Przeprowadzone badania ukazały jednak niski stopień zainteresowania prasą kobiecą wśród respondentek oraz niewielki stopień jej oddziaływania. Dane te pozwoliły na stwierdzenie, że rzeczywisty wpływ tego typu prasy na postawy i poglądy środowiska studentek jest bardzo ograniczony.

Słowa kluczowe: prasa kobieca, Ateneum – Szkoła Wyższa, studenci, postawy, poglądy

Abstract

The paper undertakes to discuss the impact of women's magazines on the environment Ateneum students in a broad sense. A questionnaire was constructed in order to verify the postulated hypotheses. The studies conducted, however, revealed the female respondents' low level of interest in women's press and its little impact. These data allowed us to claim that the actual impact of this type of press on female students' attitude and views is very limited.

Key words: women's magazines, Ateneum, students, attitude, views

Prasa kobieca. Definicja i typologia

Prasa kobieca stanowi nieodłączny element nowoczesnej kobiety. Można czerpać z niej informacje o współczesnej modzie, jak dbać o urodę, jak urządzić nowoczesne i funkcjonalne mieszkanie itp. W zależności od potrzeb

* Zgodnie z zaleceniem Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego dotyczącego ochrony przed ghostwriting i guest authorship (https://pbn.nauka.gov.pl/static/doc/wyjasnienie_dotyczace_ghostwriting.pdf /30.10.2014/), określamy proporcje uczestnictwa w stworzeniu artykułu na: M. Cichowska – 50% (opracowanie ogólnej koncepcji pracy, przeprowadzenie badań, analiza treści literatury przedmiotowej), R. Stopikowski – 50% (konsultacja koncepcji i treści artykułu, napisanie tekstu oraz nadanie ostatecznej formy tekstowi).

** W artykule wykorzystano badania przeprowadzone na potrzeby pracy licencjackiej: M. Cichowska, *Wpływ wybranej prasy kobiecej w Polsce na poglądy i postawy studentek Ateneum*, Ateneum – Szkoła Wyższa w Gdańsku, promotor: R. Stopikowski, Gdańsk 2010.

można przeczytać interesujące wywiady, porady, dzięki którym życie może wydawać się łatwiejsze.

Prasa kobieca jest specyficznym rodzajem prasy określanej mianem „zespołu wydawnictw periodycznych przeznaczonych dla kobiet, co zaznaczone zostało w tytule lub podtytule, programie, treści, sposobie ujęcia tematów, strukturze oraz formie językowej. Prasa taka redagowana jest pod kątem zainteresowań kobiet w zależności od ich wieku, pochodzenia społecznego, środowiska życia i pracy, roli i miejsca w rodzinie oraz w społeczeństwie. Pod względem treści są to najczęściej wydawnictwa zbliżone do formuły magazynu”¹. Stąd też współczesną prasę kobiecą można dzielić na wiele kategorii, jak np. rozrywkowe, poradnikowe, społeczno-kulturalne, rodzinne, poświęcone modzie, zdrowiu, urodzie i higienie, fachowo-zawodowe, feministyczne i wyznaniowe². Najczęściej jednak spotykaną typologią jest podział na trzy segmenty: magazyny luksusowe, pisma poradnicze i plotkarskie brukowce. Podział ten odpowiada obecnej segmentacji rynku³.

W prasie kobiecej, w zależności od jej rodzaju, daje się również zauważyć wyraźne lansowanie określonych postaw względem życia; od kobiet nastawionych na karierę zawodową, swoistych „businesswoman” aż po spokojne żony i matki dbające o swoje rodziny. Sprzyja temu specyficzny język, który tworzy więź między autorem a odbiorcą, przez co oddziaływanie jest jeszcze skuteczniejsze. Nierzadko do wydawnictw dołączane są dodatki w postaci różnego rodzaju filmów, próbek kosmetyków, czy inne gadżety. Dobór tematów jest bardzo szeroki i podyktowany potrzebami współczesnych kobiet.

Problem badawczy

Czasopisma kobiece stanowią zatem ciekawy materiał badawczy, który może być punktem wyjścia do przeanalizowania ich wpływu na poglądy i zachowania kobiet, a w szczególności studentek Wyższej Szkoły Ateneum.

¹ Z. Sokół, *Prasa kobieca w Polsce w latach 1945-1995*, Rzeszów, 1998, s. 8. Por. *Encyklopedia wiedzy o prasie*, red. J. Maślanka, Wrocław 1976, s. 172.

² K. Wodniak, *Współczesna prasa kobieca, a sprawy książki*, Warszawa 2004, s. 30; Z. Sokół, *Prasa kobieca w Polsce w latach 1945-1995*, Rzeszów 1998, s. 12-13; Mielczarek T., *Monopol, Pluralizm, Koncentracja*, 2007, s. 171-186; Zierkiewicz E., *Prasa kobieca versus pisma feministyczne. Między dobrowolnym „zniewoleniem, a wymuszoną emancypacją?”*, Wrocław 2002.

³ K. Wodniak, *Współczesna prasa kobieca, a sprawy książki*, Warszawa 2004, s. 30; D. Zaworska-Nikoniuk, *Wzory kobiecości i męskości w polskiej prasie kobiecej XXI w.*, Toruń 2008.

Istotnym problemem badawczym jest również kwestia na ile, to co jest prezentowane w tego typu prasie kształtuje osobowość odbiorcy⁴.

Badania zostały przeprowadzone wiosną 2010 r. na grupie losowej 40 studentek Ateneum – Szkoły Wyższej w Gdańsku. Średni wiek badanych to 23 lata⁵. Narzędziem badawczym była ankieta, która miała odpowiedzieć na pytania pomocnicze: jaki typ prasy kobiecej wywiera największy wpływ na poglądy studentek Ateneum? oraz w jakim stopniu studentki wykorzystują rady zamieszczone w prasie w życiu codziennym? Warunkiem udziału w ankiecie był status studentki w uczelni „Ateneum”. Badania miały zweryfikować, czy zawarte w prasie kobiecej informacje wpływają na poglądy i zachowania.

Metodologia badań

Problemy badawcze, hipotezę, zmienne oraz wskaźniki zostały zamieszczone w tabeli.

⁴ B. Łaciak, *Wzór osobowy współczesnej Polki*, [w:] *Co to znaczy być kobietą w Polsce*, Warszawa 1995, s. 243-244.

⁵ Najmłodsza respondentka miała 20 lat, a najstarsza 26.

Tabela 1. „Hipotezy, zmienne i wskaźniki”

Pytania szczegółowe	Hipoteza	Zmienne niezależne	Zmienne zależne	Wskaźniki
1. Jaki typ prasy kobiecej wywiera największy wpływ na poglądy studentek Ateneum?	(Zakładam, że) największy wpływ ma prasa o charakterze poradników	- duży nakład gazet o charakterze poradników, - powszechny dostęp do nich - w jednej gazecie znajdują się informacje dotyczące wielu dziedzin/tematów, - treści przeznaczone głównie dla kobiet - dodatki do gazet (głównie przeznaczone dla kobiet) zachęcające do kupna	- Studentki interesują się bardziej tematyką poradników niż np. czasopism politycznych czy dzienników, - kobiety wybierają poradniki, które zawierają informacje na wiele tematów, oszczędzając tym samym pieniądze, gdyż nie muszą kupować kilku gazet z różnych, interesujących je dziedzin	- kobiety często rozwiązują występujące w ich życiu sytuacje problemowe za pomocą informacji zawartych w poradnikach, uważając je za wiarygodne źródło informacji, - wymienianie się poradami przeczytanymi w prasie z innymi kobietami/koleżankami - regularne kupowanie prasy
2. W jakim stopniu studentki wykorzystują rady zamieszczone w prasie w życiu codziennym?	(Zakładam że) studentki Ateneum w dużym stopniu wykorzystują porady zawarte w prasie kobiecej w życiu codziennym	- brak innych rzetelnych źródeł odpowiedzi na pytania, które stawiają sobie młode kobiety w przedziale 20-25 lat Rady umieszczone w poradnikach i prasie kobiecej najczęściej udzielane są przez profesjonalistów z danej dziedziny (psychologów, seksuologów, znawcy mody)	Studentki Ateneum jako młode kobiety będące na początku swojej drogi życiowej wspierają się poradami zamieszczanymi w prasie kobiecej, gdyż uważają je za źródło rzetelnej wiedzy - Studentki są skłonne do wykorzystywania rad opisanych w prasie, gdyż opracowane są przez profesjonalistów i opierają się na doświadczeniach innych osób	- W prasie kobiecej zamieszczane są zarówno rady dotyczące związków, jak i zdrowia, mody, urody, pracy. Kobiety z natury dzielą się swoimi doświadczeniami, chętnie korzystają też z porad udzielanych przez koleżanki, znajome, czy też czytelniczki, bądź specjalistów umieszczających porady w kobiecych czasopismach

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: S. Nowak, *Metodologia badań społecznych*, Warszawa 2007, T. Pilch, T. Bauman, *Zasady badań pedagogicznych strategii ilościowej i jakościowej*, Warszawa 2001, R. Podgórski, *Metodologia badań socjologicznych*, Bydgoszcz-Olsztyn 2007.

Wyniki i analiza badań własnych

Czytelnictwo prasy kobiecej

Ankieta otwierała pytanie ogólne: Czy czytasz prasę kobiecą? Miało ono na celu przedstawienie ogólnego zainteresowania czytaniem prasy kobiecej, jak również częstotliwością tej czynności. Najwięcej respondentek wybrało odpowiedź, że czasami czyta prasę kobiecą – aż 40%, a kolejna część (35%) stwierdziła, że rzadko ją czyta. Sumując te dwa wskaźniki okazuje się, że aż 3/4 badanych ma raczej sporadyczny kontakt z tego typu prasą. Świadczy to o niewielkim zasięgu tych wydawnictw, a co za tym idzie ich ograniczonym wpływem. Może wynikać to z braku czasu na czytanie prasy kobiecej albo z czerpania informacji z innych źródeł, np. z internetu lub telewizji.

Tabela 2. „Czy czytasz prasę kobiecą?”

Odpowiedzi	%	Liczba
Tak	15%	6
Czasami	40%	16
Rzadko	35%	14
Nie	10%	4

Źródło: opracowanie własne.

Z badań wynika, że studentki Ateneum kupują czasopisma przeciętnie raz w miesiącu, za tym opowiedziało się aż 45% albo raz na kwartał – takiej odpowiedzi udzieliło 30% kobiet⁶. Reszta badanych zaznaczyła odpowiedź, że kupuje je raz w tygodniu bądź, co dwa tygodnie, a tylko 5% nie kupuje jej wcale.

Tabela 3. „Jak często kupujesz prasę kobiecą?”

Odpowiedzi	%	Liczba
Raz w tygodniu	7,5%	3
Raz na dwa tygodnie	12,5%	5
Raz w miesiącu	45%	18
Raz na kwartał	30%	12
Wcale	5%	2

Źródło: opracowanie własne.

⁶ Pytania w ankiecie: „Jak często kupujesz prasę kobiecą?” i „Ile pieniędzy przeznaczasz na prasę miesięcznie”.

Następne pytanie dotyczyło ilości przeznaczanych pieniędzy na prasę kobiecą. Wyniki ankiety pokazują, że 80% respondentek wydaje od 0 do 10 zł miesięcznie na czasopisma kobiece. Pomijając osoby nie kupujące, można sądzić, że pozwala to na zakup średnio jednego lub maksymalnie dwóch pism w ciągu miesiąca. Biorąc pod uwagę odpowiedzi z dwóch poprzednich pytań wydaje się, że studentki preferują głównie miesięczniki lub kupują nieregularnie i sporadycznie tygodniki. Zasadniczo świadczy to zatem o w miarę regularnej lekturze prasy kobiecej.

Tabela 4. „Ile pieniędzy przeznaczasz miesięcznie na prasę kobiecą?”

Odpowiedzi	%	Liczba
Od 0-5zł	47,5%	19
Od 5-10zł	32,5%	13
Od 10-15zł	10%	4
Od 15-20zł	5%	2
Więcej	5%	2

Źródło: opracowanie własne.

Ankieta pozwoliła również na wskazanie źródła z jakiego najczęściej korzystają studentki przy zdobywaniu informacji na temat porad czy różnego rodzaju nowinek. Aż 57,5% ankietowanych stwierdziło, że ich zasadniczym źródłem wiedzy jest internet, głównie strony z tematyką kobiecą. Jako kolejne źródło kobiecych porad respondentki zaznaczyły programy kobiece w telewizji. Tak odpowiedziało 17,5%, natomiast na prasę kobiecą wskazało jedynie 12,5% osób.

Wyniki te jednoznacznie wskazują na bardzo niewielkie zainteresowanie prasą drukowaną. Internet jawi się tutaj przede wszystkim jako źródło tańsze, łatwiej dostępne i znacznie bardziej wszechstronne. Tym bardziej, że wszystkie wydawnictwa tradycyjne prasy kobiecej posiadają swoje strony internetowe. Szczegółowe wyniki zostały przedstawione w tabeli 5.

Tabela 5. „Źródła porad kobiecych według studentek”

Odpowiedzi	%	Liczba
Prasa kobiega	12,5%	5
Programy kobiece w TV (np. TVN Style)	17,5%	7
Przeglądanie stron internetowych z tematyką kobiecą	57,5%	23
Inne	12,5%	5

Źródło: opracowanie własne.

Kolejne pytanie w ankiecie miało na celu sprecyzowanie czytanego segmentu prasy kobiecej. Większa część studentek – 37,5% wskazała na czasopisma luksusowe. Trzeba jednak zaznaczyć, że zasadnicza grupa docelowa tego typu wydawnictw to kobiety o ponadprzeciętnym statusie materialnym, sporych dochodach, już pracujące i zajmujące raczej wyższe stanowiska. Świat przedstawiony w tej prasie jest luksusowy i raczej trudny do osiągnięcia dla przeciętnej studentki. Wydaje się więc, że jest to raczej sprzedaż marzeń, niż odwoływanie się do realnej rzeczywistości.

Warto jednak zwrócić uwagę na niemałe zainteresowanie pismami poradniczymi i psychologicznymi (35%), co może świadczyć o bardziej praktycznym podejściu do tego typu prasy. Szczegółowe wyniki zostały przedstawione w tabeli 6.

Tabela 6. „Wybierane rodzaje prasy kobiecej przez studentki”

Odpowiedzi	%	Liczba
Poradnicze (np. „Przyjaciółka”, „Tina”)	15%	6
Luksusowe („Twój Styl”, „Elle”)	37,5%	15
Psychologiczne („Zwierciadło”, „Sens”)	20%	8
Plotkarskie („Życie na Gorąco”, „Gala”)	17,5%	7
Inne	10%	4

Źródło: opracowanie własne.

Następne pytanie zamieszczone w ankiecie dotyczyło najczęściej wybieranych rubryk w czasopismach. Badane czytelniczki opowiedziały się w większości (35%) za czytaniem porad, jak również wywiadów i felietonów. Najmniej ankietowanych opowiedziało się za czytaniem stron z rozrywką i listami czytelniczek. Wyniki te świadczą o istniejącej tendencji poszukiwania pewnych rozwiązań praktycznych, a więc zakup prasy to nie tylko dostarczenie sobie rozrywki, ale również określone efekty o charakterze bardziej praktycznym. Wyniki przedstawione są w tabeli 7.

Tabela 7. „Działy w czasopismach wybierane przez studentki”

Odpowiedzi	%	Liczba
Partnerstwo i seks	15%	6
Listy czytelniczek	2,5%	1
Porady	35%	14
Rozrywka	12,5%	5
Wywiady, felietony	35%	14

Źródło: opracowanie własne.

Kolejny blok zagadnień badawczych dotyczył informacji, czy prasa kobieca i teksty w niej zawarte wpływają na zmianę poglądów i zachowań czytelniczek. Pierwszym pytaniem z tej serii było ustalenie czy studentki sugerują się poradami na temat mody zamieszczonymi w czasopismach. 50% respondentek opowiedziało, że rzadko inspirują się modą przedstawioną w czasopismach, a 32% odpowiedziało, że nigdy nie przywiązują do tego wagi. Niewielka liczba studentek odpowiedziała, że często zwraca uwagę np. na modę przedstawioną w czasopismach i w ten sposób czerpią pomysły z przedstawionych w czasopiśmie zestawów. Wyniki te wyraźnie pokazują marginalne zainteresowanie modą lansowaną w prasie kobiecej i ukazują jej znikomy wpływ na postawy studentek Ateneum. Dokładne zestawienie odpowiedzi zostało przedstawione poniżej w tabeli 8.

Tabela 8. „Wpływ lansowanej w czasopismach mody na stylizowanie się kobiet”

Odpowiedzi	%	Liczba
Zawsze	0%	0
Często	17,5%	7
Rzadko	50%	20
Nigdy	32,5%	13

Źródło: opracowanie własne.

Następne pytanie miało na celu uzyskanie wiedzy czy studentki wysłały kiedykolwiek list do redakcji, aby uzyskać informację, w jaki sposób mogą rozwiązać swój problem korzystając z porad specjalistów. Zdecydowana większość – aż 92,5% nigdy nie wysłała listu. Można zatem stwierdzić, że nie uważały tego typu porad za wartościowe lub korzystały z innych źródeł np. internetu. Poniżej w tabeli 9 przedstawione są wyniki.

Tabela 9. „Czy kiedykolwiek wysłałaś list do redakcji w celu zaczerpnięcia porad specjalistów?”

Odpowiedzi	%	Liczba
Tak	7,5%	3
Nie	92,5%	37

Źródło: opracowanie własne.

Pomocnym pytaniem, identyfikującym stopień zaufania do przedstawionych w czasopiśmie porad jest „Czy w sytuacji problemowej sugerujesz się poradami

zamieszczonymi w czasopismach?”. Informacja ta pozwala określić czy studentki czytając i przeglądając strony z poradami będą się do nich stosować oraz na ile będą dla nich pomocne w rozwiązywaniu ich problemów. Dane te pozwolą również na ustalenie stopnia użyteczności porad. Z badań ankietowych wynika, że respondentki raczej nie praktykują rozwiązań proponowanych w prasie. Z tą odpowiedzią zgodziło się 62,5% studentek, a za odpowiedzią, że nie praktykują tego wcale aż 30%. Oznacza to, że respondentki nie traktują prasy kobiecej poważnie, czytają ją, aby dowiedzieć się czegoś nowego, ale proponowanych tam rozwiązań nie realizują w swoim życiu. Można więc sądzić, że jest to dla nich dodatkową informacją, która nie ma większego przełożenia na ich poglądy czy zmianę postaw. Wyniki zostały przedstawione w tabeli 10.

Tabela 10. „Czy porady umieszczone w czasopismach praktykujesz w życiu?”

Odpowiedzi	%	Liczba
Tak	2,5%	1
Raczej tak	5%	2
Raczej nie	62,5%	25
Nie	30%	12

Źródło: opracowanie własne.

Dalsze pytania dotyczyły ustalenia na ile teksty np. dotyczące recenzji filmowych zawarte w prasie wpływają na sposób zagospodarowania czasu wolnego przez studentki Ateneum. Z uzyskanych danych wynika, że przedstawione recenzje mają niewielki wpływ na wybór np. seansu filmowego czy imprez kulturalnych. Z tą odpowiedzią zidentyfikowało się 42,5% studentek, jednak 32,5% odpowiedziało, że czasami się nimi kieruje. Zatem, podobnie jak w przypadku porad, prasa kobieca nie jest w stanie przekonać 3/4 swoich czytelniczek do wyboru polecanych przez siebie imprez. Poniżej w tabeli 12 przedstawione są wyniki.

Tabela 11. „Wpływ recenzji (filmów, imprez itd.) zamieszczonych w prasie na sposób spędzania wolnego czasu”

Odpowiedzi	%	Liczba
Zawsze biorę je pod uwagę	5%	2
Czasami się nimi kieruje	32,5%	13
Mają niewielki wpływ	42,5%	17
Nie mają wpływu	20%	8

Źródło: opracowanie własne.

Kolejny problem badawczy to ustalenie stopnia wiarygodności prezentowanych w prasie kobiecej treści. Na pytanie o wiarygodność zawartych treści odpowiedzi rozłożyły się niemal po połowie: 52,5% odpowiedziało że „raczej tak”, a 47,5% że „raczej nie”. Dane te nie pozwalają na wyciągnięcie bardziej szczegółowych wniosków. Być może wynika to ze sposobu, w jaki prasa kobieca ukazuje świat, który często jest wyidealizowany, przekoloryzowany i przez to nienaturalny. Odpowiedzi przedstawione zostały w tabeli 12.

Tabela 12. „Czy informacje zawarte w prasie kobiecej są dla Ciebie informacjami wiarygodnymi”

Odpowiedzi	%	Liczba
Tak	0%	0
Raczej tak	52,5%	21
Raczej nie	47,5%	19
Nie	0%	0

Źródło: opracowanie własne.

Na pytanie dotyczące zakupu reklamowanych produktów 55%, respondentek odpowiedziało, że raczej byłyby skłonne kupić, a 35% raczej nie kupiłoby takiego produktu. Podobnie jak wyżej odpowiedzi rozłożyły się niemal po połowie. Oznacza to, że przynajmniej jakaś część odbiorców jest w stanie uznać, że to co jest reklamowane w czytanej przez nie prasie kobiecej może być dobrym produktem i warto go zakupić. Odpowiedzi zostały przedstawione w tabeli 13.

Tabela 13. „Zaufanie studentek w stosunku do reklamowanych produktów w prasie kobiecej”

Odpowiedzi	%	Liczba
Tak	7,5%	3
Raczej tak	55%	22
Raczej nie	35%	14
Nie	2,5%	1

Źródło: opracowanie własne.

Następne pytanie miało na celu zbadanie reakcji studentek na zamieszczone w prasie informacje i uzyskanie wiedzy czy czytelniczki

dzieliły się tym co przeczytały ze swoimi znajomymi czy rodziną. Najwięcej respondentek – aż 65% odpowiedziało, że często, a 10%, że zawsze informowało swoje otoczenie o przeczytanych nowościach. Tak wysoki wynik może zaskakiwać w zestawieniu wcześniejszymi danymi. Z jednej strony oznacza to, że przeczytane artykuły miały wpływ na czytelniczki, a chęć dzielenia się informacjami potwierdza wpływ na postawy czytelniczek. Jednak trzeba również uwzględnić fakt, że nie posiadamy wiedzy na temat rodzaju treści jakie znalazły uznanie wśród czytelniczek. Można więc zakładać, że z uwagi na dużą różnorodność prezentowanych w prasie tematów były to tylko wybrane informacje, specjalnie interesujące respondentki. Poniżej w tabeli 14 zostały przedstawione wyniki przeprowadzonej ankiety do opisanego pytania.

Tabela 14. „Informowanie znajomych/rodziny o tym, co przeczytały studentki w prasie kobiecej”

Odpowiedzi	%	Liczba
Zawsze	10%	4
Często	65%	26
Rzadko	17,5%	7
Nigdy	7,5%	3

Źródło: opracowanie własne.

Pomocnym pytaniem, w zidentyfikowaniu wpływu prasy kobiecej na poglądy czy zachowania studentek była odpowiedź, czy po przeczytaniu artykułu w prasie kobiecej dotyczącego porad czy zaleceń starają się skorzystać z opisanej pomocy „w praktyce”. Największa liczba studentek, aż 62,5% odpowiedziała, że „traktują te porady jako dodatkową informację, ale nie praktykuje ich w życiu”, a 25% stwierdziło że nie ma to żadnego wpływu na ich postępowanie. Odpowiedzi mogą sugerować, że opisane porady nie trafiają w zapotrzebowanie, nie są wystarczająco dobre lub konkretne, nie są przekonujące, bądź też po prostu nie są możliwe do zrealizowania (np. ze względów praktycznych, finansowych). Odpowiedzi zostały przedstawione w tabeli 15.

Kolejne pytanie miało na celu poznanie zachowań studentek w odniesieniu do korzystania z porad w prasie kobiecej w sytuacjach codziennych – w życiu rodzinnym czy w kwestii wychowywania dzieci. Wszystkie respondentki odpowiedziały, że rzadko lub nigdy nie korzystają

z tej pomocy w praktyce i w najlepszym razie traktują porady jako dodatkową informację. Wyniki pytania zostały przedstawione w tabeli 16.

Tabela 15. „Reakcja studentek po przeczytaniu artykułu w prasie kobiecej”

Odpowiedzi	%	Liczba
Zawsze kierują się знaniem przedstawionym w artykule	12,5%	5
Traktują to jako dodatkową informację, ale nie praktykują w życiu	62,5%	25
Nie ma to na nie żadnego wpływu	25%	10

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 16. „Realizowanie przeczytanych porad w prasie kobiecej w stosunku do rodziny/dzieci”

Odpowiedzi	%	Liczba
Zawsze	0%	0
Często	0%	0
Rzadko	75%	30
Nigdy	25%	10

Źródło: opracowanie własne.

Istotną informacją jest także sposób postrzegania wzorców propagowanych w prasie kobiecej. Z uwagi na rodzaj prasy istnieje spore zróżnicowanie propagowanych ideałów. W prasie poradniczej, która jest głównie skierowana do kobiet zajmujących się gospodarstwem domowym dominują artykuły z życia wzięte czy przepisy kulinarne. Teksty te bardziej zainteresują kobiety, które są matkami czy żonami, ponieważ przedstawione tam artykuły pomogą jej realizować się w codziennym życiu. Natomiast w prasie luksusowej będzie przedstawiona zazwyczaj kobieta wolna, zadbana i aktywna fizycznie, która stara się dążyć do zrealizowania swojej kariery zawodowej. Z badań ankietowych wynika, że najczęściej poszukiwanym wzorem w prasie to wolna, bez zobowiązań, aktywna i zarazem piękna kobieta. Taką odpowiedź wybrało aż 52,5% respondentek. Dopiero w drugiej kolejności wskazano żonę i matkę. Tym samym po raz kolejny pośrednio potwierdza się, że większość respondentek czyta prasę ekskluzywną. Wyniki szczegółowe zostały przedstawione w tabeli 17.

Tabela 17. „Wizerunek kobiety w prasie kobiecej według studentek”

Odpowiedzi	%	Liczba
Żona i matka	27,5%	11
Wolna, bez zobowiązań, aktywna i piękna kobieta	52,5%	21
Inne	20%	8

Źródło: opracowanie własne.

Przeprowadzone badania ankietowe umożliwiły również ocenę przedstawianych w czasopismach kobiecych horoskopów oraz odpowiedź na pytanie, czy mają one wpływ na czytelniczki. Respondentki odpowiedziały w większości, bo aż w 70%, że traktują tę informację jako ciekawostkę. Natomiast 22,5% respondentek twierdziło, że nigdy nie kierują się horoskopem, a zaledwie 7,5% studentek przyznawało, że kierują się opisanym horoskopem. Można więc stwierdzić, że horoskopy w prasie kobiecej są dodatkiem, traktowanym raczej rozrywkowo i nie mającym większego znaczenia. Wyniki zostały przedstawione w tabeli 18.

Tabela 18. „Wpływ horoskopów na czytelniczki prasy kobiecej”

Odpowiedzi	%	Liczba
Zawsze się nim kieruje	7,5%	3
Traktuję go jako ciekawostkę bez realizacji w życiu	70%	28
Nigdy się nim nie kieruje	22,5%	9

Źródło: opracowanie własne.

Ostatnie pytanie w ankiecie dotyczyło wpływu wiedzy zawartej w prasie kobiecej na decyzje podejmowane przez studentki. Aż 80% studentek odpowiedziało, że prasa kobieca nie stanowi dla nich kompetentnego źródła wiedzy i w konsekwencji nie wpływa na podejmowane decyzje. Natomiast 20% zaznaczyło, że to, co przeczytają ma wpływ na ich poglądy. Tak znacząca przewaga odpowiedzi negatywnych ukazuje, że prasa kobieca nie jest autorytetem i jej lektura nie ma znaczenia w różnych życiowych wyborach. Wyniki ilustruje tabela 19.

Tabela 19. „Czy Twoim zdaniem prasa kobieca może odgrywać funkcję autorytetu przy podejmowaniu różnych decyzji?”

Odpowiedzi	%	Liczba
Tak	20%	8
Nie	80%	32

Źródło: opracowanie własne.

Podsumowanie wyników. Czytelnictwo prasy

Pierwszym celem badawczym było zdobycie podstawowych informacji na temat czytelnictwa prasy kobiecej przez studentki Ateneum – Szkoły Wyższej. Na podstawie wniosków wyciągniętych z ankiety można stwierdzić, że studentki tej szkoły rzadko (15% stale, a 75% rzadko lub czasami) czytają prasę kobiecą, a jeśli już, to najczęściej kupują miesięczniki lub kwartalniki. Wydawane kwoty (do 10 zł na miesiąc – 80% ankietowanych) świadczą o tym, że studentki kupują ją w miarę regularnie, z częstotliwością raz lub dwa razy w miesiącu. Tylko 10% respondentek wydaje kwoty (powyżej 15 zł), które pozwoliłyby na regularne czytanie prasy i to przynajmniej kilku tytułów w miesiącu.

Studentki Ateneum wybierają najczęściej magazyny luksusowe i one mają też największy wpływ na zachowanie respondentek. Nie bez znaczenia jest tu swego rodzaju ekskluzywizm tego typu prasy. Magazyny, takie jak „Elle” czy Twój Styl” są zawsze na bieżąco w obecnych trendach mody, rejestrują najciekawsze wydarzenia dotyczące życia „gwiazd”, prezentują sposoby na zachowanie zdrowia i urody, opisują elementy kultury i rozrywki, a to wszystko w specyficznej oprawie i atrakcyjnej szacie graficznej. Poza tym znajduje się w nich dużo felietonów i wywiadów, które cieszyły się największym zainteresowaniem wśród studentek objętych badaniem. Trzeba jednak jeszcze raz podkreślić, że studentki nie należą do grupy docelowej tego typu pism. Tak duże zainteresowanie świadczy raczej o istniejącej potrzebie poznania zmieniających się szybko trendów i tworzenia poprzez zakup takiej prasy swoistej namiastki tego raczej trudnoosiągalnego luksusu. Drugie miejsce pod względem wyboru zajmują czasopisma psychologiczne, a kolejne to poradnicze i plotkarskie.

Ankieta pozwoliła jednocześnie na wskazanie głównych źródeł informacji na różne tematy życiowe dla respondentek. Prasa kobieca to zaledwie dla 12,5% studentek zasadnicze źródło wiedzy, zwłaszcza w sferze porad. I ten również działa wraz z wywiadami i felietonami (dla 70% respondentek)

stanowił ulubioną lekturę. Dane te jednoznacznie świadczą o tym, że prasa drukowana już dawno utraciła monopol w sferze publicystyki, a w szczególności na interesujący nas problem kształtowania postaw i poglądów. Bez wątpienia, jak również wskazują na to przeprowadzone badania, największy udział w degradacji klasycznej prasy mają tzw. „nowe media”, a w szczególności internet, będący najbardziej powszechnym źródłem wiedzy. Jednocześnie jednak należy zauważyć, że prasa drukowana nadal cieszy się zainteresowaniem, a respondentki wydają nawet kilkanaście i więcej złotych miesięcznie na jej zakup, co w dłuższej perspektywie z pewnością nie pozostaje bez znaczącego wpływu na ich postawy i poglądy.

Porady i ich wykorzystanie

Kolejnym problemem badawczym było zanalizowanie, w jakim stopniu studentki Ateneum korzystają z porad zamieszczonych w prasie kobiecej. Porady te zwykle mieszczą się w działach związanych z modą, urodą, rozwiązywaniem problemów rodzinnych, informacjami dotyczącymi wychowywania dzieci czy relacji z partnerem. W ankiecie zawartych było 10 pytań, które pomogły mi zidentyfikować ten problem.

Analizując wpływ mody prezentowanej w czasopismach kobiecych można stwierdzić, że dla studentek nie jest to źródło, z którego czerpią inspiracje. Zdecydowana większość (82,5%) stwierdziła, że rzadko lub w ogóle nie korzysta z porad dotyczących mody. Co ciekawe jednak w wypadku reklamowanych produktów, aż 55% respondentek potwierdziło chęć zakupu produktu, co może wskazywać na wyraźny wpływ tego, co jest reklamowane na późniejsze wybory.

Zaufanie do publikowanych treści

Ważnym elementem badań było ustalenie stopnia zaufania do przedstawionych w czasopismach artykułów i porad. Odpowiedzi były sprzeczne; połowa studentek uważała, że to co czytają jest dla nich jak najbardziej wiarygodne, a druga połowa opowiedziała się przeciwnie. Uzyskane odpowiedzi uniemożliwiają wysnucie bardziej ogólnych wniosków, pozwalają jednak stwierdzić, że istnieje, nawet spora grupa studentek ufających zamieszczanym treściom.

Znacznie gorzej jest z praktyczną realizacją zamieszczonych porad. Studentki raczej nie brały ich pod uwagę. Tylko nieznaczna liczba badanych (2,5%) realizuje wskazówki przedstawiane w czasopismach. Reszta respondentek miała podejście neutralne, a niejednokrotnie nie były

zainteresowane tego typu tematyką lub stanowiła dla nich dodatkową informację, ale bez praktycznych konsekwencji. Zjawisko to dotyczyło nie tylko recenzji wydarzeń kulturalnych czy horoskopów, ale także życia rodzinnego.

Podsumowanie

Celem pracy była analiza wpływu prasy kobiecej na poglądy i zachowania studentek *Ateneum*. Istotne było również ustalenie na ile wydawnictwa tego typu są źródłem wiedzy studentek, jaki typ prasy jest najczęściej czytany, a także, czy studentki korzystają z porad, które są zawarte w prasie.

Reasumując można stwierdzić, że porady w prasie kobiecej praktycznie nie wpływają na postawy studentek „*Ateneum*”, które na ogół nie stosują ich w życiu. Treści te są zazwyczaj tylko dodatkową informacją, którą ewentualnie dzielą się ze znajomymi czy rodziną. Jest to więc swego rodzaju ciekawostka lub element rozrywki, który nie ma szerszego znaczenia. Przedstawionych artykułów czy wiadomości w prasie respondentki nie traktują poważnie, a większość treści jest czytana w celu zaspokojenia ciekawości. Niewykluczone, że porady prasowe nie wydawały się wystarczająco przekonujące lub sprawiały wrażenie schematycznych i chaotycznych.

Można zatem stwierdzić, że lektura prasy kobiecej, zwłaszcza w tak ograniczonym zakresie, nie wpływa nie tylko na postawy i poglądy, ale przede wszystkim nie przekłada się na praktykę życiową. Hipoteza zakładająca, że studentki kierują się treściami w prasie, czerpią inspiracje z przedstawionej mody, korzystają z rad na temat zdrowia i urody, a porady stanowią dla nich przykład, w jaki sposób można rozwiązać własne problemy okazała się fałszywa. Zainteresowanie prasą kobiecą okazało się niewielkie, a studentki *Ateneum* – Szkoły Wyższej korzystają z innych źródeł.

Bibliografia

- Encyklopedia wiedzy o prasie*, red. J. Maślanka, Wrocław 1976.
- Łaciak B., *Wzór osobowy współczesnej Polki*, [w:] *Co to znaczy być kobietą w Polsce*, red. A. Titkow, H. Domański, Warszawa 1995.
- Mielczarek T., *Monopol, Pluralizm, Koncentracja*, 2007.
- Nowak S., *Metodologia badań społecznych*, Warszawa 2007.
- Pilch T., Bauman T., *Zasady badań pedagogicznych strategię ilościowe i jakościowe*, Warszawa 2001.
- Podgórski R. A., *Metodologia badań socjologicznych*, Bydgoszcz-Olsztyn 2007.
- Sokół Z., *Prasa kobieca w Polsce w latach 1945-1995*, Rzeszów 1998.

Wodniak K., *Współczesna prasa kobieca, a sprawy książki*, Warszawa 2004.

Zaworska-Nikoniuk D., *Wzory kobiecości i męskości w polskiej prasie kobiecej XXI w.*, Toruń 2008.

Zierkiewicz E., *Prasa kobieca versus pisma feministyczne. Między dobrowolnym „zniewoleniem, a wymuszoną emancypacją?”*, Wrocław 2002.

**KOBIETA I MĘŻCZYŻNA
WOBEC WSPÓŁCZESNYCH
PROPOZYCJI KULTUROWYCH**

Bogumiła BRANT

Wzory osobowe prezentowane na łamach magazynu „Twist”*

Role models presented in “Twist” magazine

Streszczenie

W artykule prezentuję i oceniam wzory osobowe propagowane na łamach magazynu młodzieżowego „Twist”. Jako punkt wyjścia obieram zmienioną definicję wzoru osobowego, tożsamego z wzorem kulturowym. Na początku przybliżam specyfikę magazynu. Następnie dzięki analizie wizerunku kobiety i mężczyzny, ukazuję zafałszowania, jakich dopuszcza się pismo prezentując zagadnienia miłości i seksu. Dalej wskazuje na instrumentalne traktowanie języka przez redakcję w celu wykształcania pożądanых postaw i edukowania w wybranych tematach. Udowadniam, że pisma młodzieżowe wywierają wpływ na późniejsze gusty i upodobania czytelnice. Na zakończenie podsumowuję wpływ miesięcznika „Twist” na poglądy dorastających dziewcząt. Propagowanie konsumpcyjnego stylu życia, konformistycznej postawy wobec świata oraz atomizowanie relacji międzyludzkich i partnerskich. W podsumowaniu zwracam uwagę na to, że wizja świata promowana przez „Twist” służy potrzebom kapitalizmu i demokracji liberalnej.

Słowa kluczowe: prasa młodzieżowa, wzory osobowe, młodzież, stereotypy

Abstract

In the paper I present and evaluate role models promoted in youth magazine "Twist". As a starting point I pick an amended definition of a role model, identified with a cultural model. At the beginning I sketch the nature of the magazine. Then, through analysing the image of a man and woman, I present the falsehood of the magazine in the way it presents love and sex. Further, the paper indicates the instrumental use of language by the editors in order to develop the desired attitudes and to educate about selected issues. I show that youth magazines influence subsequent tastes and likes of readers. Finally, I sum up the impact of the "Twist" monthly on the views of adolescent girls. Promoting the consumer lifestyle, conformist attitude towards the world and the atomisation of human relationships and partnerships. In the conclusion, I note that the vision of the world promoted by the "Twist" serves the needs of capitalism and liberal democracy.

Key words: youth magazines, role models, youth, stereotypes

* W artykule wykorzystano badania przeprowadzone na potrzeby pracy licencjackiej: B. Brant, *Wzorce osobowe propagowane na łamach magazynu młodzieżowego „Twist”*, Uniwersytet Gdański, promotor: R. Stopkowski, Gdańsk 2011.

Ze światem wartości i zasad dziecko po raz pierwszy spotyka się w domu, szkole i wspólnocie religijnej. Z czasem znaczenie, powaga i autorytet tych instytucji edukacji i wychowania słabnie na rzecz środowiska społecznego, a dokładniej grupy rówieśniczej. Wraz z rozwojem środków masowego przekazu, globalizacją i komercjalizacją mass mediów prasa młodzieżowa przejmuje rolę rzecznika idei, postaw i uczuć nastolatków. W ostatnich latach nasiliły się głosy, mówiące o tym, że prasa podlegająca zasadom rynku, uzależniona od nacisków świata polityki i biznesu, opinii publicznej oraz różnego rodzaju mód i trendów społecznych nie rozwija prawidłowo młodego człowieka.

Wzory osobowe to przykłady zachowań uznanych w danej zbiorowości ludzkiej, określające idealnego członka grupy i formułowane przez jej autorytety¹. Stanowią elementy etyki świeckiej, której punktem wyjścia jest imperatyw moralny Kanta². Współcześnie ich kształt uległ zmianie, upodabniając je do wzorów kulturowych – zmiennych w czasie i przestrzeni, przyjmowanych świadomie lub nieświadomie przez naśladownictwo lub podporządkowanie i przekazywanych w procesie wychowania³. Tak rozumiane wzory mają strukturę relacyjną i dynamiczną. Mogą być wybierane, negocjowane, a nawet odrzucone. Hierarchię i jednolitość zasad zastąpiła pozorna wielość postaw. Towarzyszące demokracji ujednolicenie myślenia i zanik silnych osobowości, tak energicznie marginalizowanych przez konformizm spowodował rozwój postaw egzystencjalno-indywidualistycznych, które z powodzeniem promują magazyny młodzieżowe⁴. Wydaje się, że ujemny wpływ, eleganckich czasopism takich, jak „Twist” jest tutaj bezsporny⁵.

Specyfika magazynu

Redaktorem naczelnym miesięcznika „Twist” jest Joanna Germak. Nakład jej pisma w 2008 roku wynosił 250 tys. egzemplarzy, w 2010 roku już tylko

¹ *Wzór osobowy* [w:] *Encyklopedia Powszechna PWN*, wyd. 6, Warszawa 1982.

² Kant miał konserwatywny pogląd na moralność i ujmował ją a priori jako to, co jest.

³ *Wzór kulturowy* [w:] *Encyklopedia Powszechna PWN*, dz. cyt.

⁴ Legutko R., *Triumf człowieka pospolitego*, Poznań 2012, s. 103; K. Dunin, *Karoca z dyni*, Warszawa 2000, s. 117-118. Połączyłam tu ze sobą koncepcje: demokracji liberalnej Legutki i postawy egzystencjalnej (skupienie na sferze prywatnej, partykularny sposób przeżywania wartości) Dunin, która doskonale służy obecnemu systemowi.

⁵ Do analizy wykorzystuję 12 numerów magazynu „Twist” z 2010 roku.

180 tys.⁶, by w 2013 roku zmniejszyć się do 110 tys.⁷. Mimo tego, daje mu to trzecie miejsce pod względem poczytności w rankingu młodzieżowych magazynów kulturalno-rozrywkowych, zaraz po „Popcornie” i „Bravo”. Są to również pozycje Wydawnictwa Bauer, które działa w Polsce od 1991 roku, a magazyn „Twist” drukuje od 2000 roku. To największy wydawca czasopism w kraju. Wydaje 36 tytułów, należących do 10 kategorii: pisma telewizyjne, poradniki kobiece, pisma rozrywkowe, luksusowe, parentingowe, krzyżówkowe, młodzieżowe, komputerowe, growe oraz motoryzacyjne⁸. Dociera do 16 mln. czytelników i posiada 6 z 10 najlepiej sprzedających się tytułów. Wydawnictwo organizuje prestiżowe plebiscyty: TeleKamery, TeleTygodnia, Auto Lider, Kobieta Roku, Doskonałość Roku, Srebrne Jabłko. Ponad 53% Polaków czyta co najmniej jeden tytuł Wydawnictwa Bauer⁹.

Pismo „Twist” kierowane jest do czytelników w wieku 14-18 lat. To okres burzliwszego rozwoju fizycznego i psychicznego. Zanegowania autorytetów, sprzeciwu wobec ustalonych zasad i osłabieniu związków rodzinnych. Według badań nad rozkładem treści kilku czasopism o profilu dziewczęcym wynika, że 25% zajmują w nich temat seksu i miłości, 25% reklama, 20% uroda i moda 20% plotki o aktorach, muzykach i celebrytach¹⁰. Pisma dla nastolatków nie tyle opisują, co kreują rzeczywistość, propagują pewien styl życia i myślenia. „Obrazy w nich zawarte oderwane są od problemów przeciętnych ludzi, jak praca, kształcenie, czy szeroko pojęte życie rodzinne”¹¹. Odwołując się bardziej do potrzeb emocjonalnych i fizycznych, niż intelektualnych i duchowych. Jest to barwna, obrazowa czy wręcz komiksowa prasa. Fotografia znajduje się w centrum artykułu. Dodatkowo do niej jest zabawny podpis lub notatka. Niewiele tu form typowo publicystycznych. Reportaże dotyczą zwierzeń gwiazd i wynurzeń nastolatków. Dominuje w nich sensacja, opisy przemocy, tematyka seksualna, plotki ze świata filmu, muzyki i show-biznesu. Rozrywkę zapewniają quizy, testy, horoskopy i krzyżówki. Dużo miejsca zajmują porady wszelkiego

⁶ B. Rutusznik, *Czasopisma młodzieżowe w sierpniu*, „Media2”, 10.11. 2008 [dostęp: 1.09.2011], [w:] <http://media2.pl/badania/43011-Czasopisma-mlodziejowe-w-sierpniu.html>.

⁷ http://www.wydawnictwo.bauer.pl/tytuly_rozw.html?id=23 (dostęp: 6.03.2014).

⁸ http://www.bauer.pl/c_article.php/cmkid,1/pt,3/title,O-firmie/ (dostęp: 29.08.2011). Obecnie spis kategorii ograniczono do: luksusowe, poradniki i rozrywkowe, młodzieżowe, telewizyjne, komputerowo-growe i motoryzacyjnym.

⁹ http://www.bauer.pl/c_article.php/cmkid,2/pt,4/title,Wydawnictwo/ (dostęp: 29.08.2011). Obecnie ta informacja nie widnieje już na stronie.

¹⁰ J. Jarowiecki, *Studia nad prasą polską XIX i XX wieku*, Kraków 1997, s. 224.

¹¹ Tamże, s. 223.

rodzaju specjalistów: stylistów, wizażystów, dietetyczek, psychologów i seksuologów.

Zagrożeniem dla dziewcząt są nie tylko przekazywane w nich treści, ale także sposób ich prezentowania. W roli autorytetów występują tu muzycy, aktorzy i cała grupa „znanych z tego, że są znani”. W ostatnich latach duży nacisk kładzie się na przedstawianie coraz młodszych gwiazd, które stylem życia nie odbiegają od dorosłych. Mają problemy z prawem, wczesnie rozpoczynają życie seksualne, należą do sekt, stosują przemoc słowną i fizyczną, przesadzają z dietami, operacjami plastycznymi, wizytami na siłowni i w solarium, cierpią na depresję, bulimie, anoreksję; nadużywają papierosów, alkoholu i narkotyków. Czasopisma młodzieżowe stosują system S-M-S, w którym dominują trzy wartości: Sensacja, Muzyka i Seks¹². Sensacja związana z burzliwym życiem idoli, muzyka popularna oraz seks, jako najwyższa wartość. Pochwalają tylko wąsko rozumiane: zabawę, nadużycie i eksces. „Świat nieprzedstawiony” to polityka, problemy społeczne i zawodowe, temat rodziny, pracy, kultury, śmierci¹³. Zastąpione bezmyślną afirmacją życia, wyrażającą się w zwrotach typu: *super, czadowy, odlotowy, impreza*.

Kreowanie wizerunku kobiety

Kobieta na łamach „Twista” jest kreowana według dwóch tradycyjnych modeli opartych na dualizmie kulturowych ról: dziewica-prostyutka, żonakochanka. Przedstawiono tu obraz *dziewczęcości*, która pociąga/uwodzi, szuka oparcia/zaspokojenia. Realizuje się w karierze i zabawie, jednak nie w małżeństwie i macierzyństwie (inaczej niż kobiecość)¹⁴. Wydawcy czasopisma zakładają, że niewiele nastolatków chce iść w ślady swoich matek. Proponują im pozornie wyemancypowane wersje kobiety, które pozostają męskimi fantazmatami.

Pismo prezentuje wizerunki dziewczyn: ukształtowanych na obraz lalki Barbie lub na podobieństwo bohaterki gier, Lary Croft. Kobieta-lalka w życiu wybiera landrynkowaty kicz, jest nieodpowiedzialna i powierzchowna. Pragnie być popularna, piękna i bogata. Uwielbia zakupy, szalone imprezy,

¹² J. Orlik, *Prasa młodzieżowa na rynku polskim*, „Wychowawca” 2002, nr 6, s. 31-32. Autor powtarza schemat za Zielińską.

¹³ M. Kopczyńska, *Z popu król – muzyka nastolatków*, [w:] *Nastolatki i kultura w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych*, red. A. Przeclawska, L. Rowicki, Warszawa 2000, s. 194.

¹⁴ U. Klusek, *Barbie, Lara Croft, czy...?*, „Wychowawca” 2005, nr 7, s. 23. Wykorzystuję analizę autorki, by wyciągnąć odmienne wnioski.

chce się odróżniać, ale nie wyróżniać. Nie umie tworzyć więzi, ponieważ nie zna miłości. Mieszka w stylowo urządzonej domu, z modnym partnerem i wśród zunifikowanych przyjaciół. Lubi być adorowana, dlatego udaje słodką i niemądrą. Nie potrafi istnieć bez mężczyzny. Inaczej Lara, która jest silna, twarda i niezależna. To damska wersja Bonda, która nie chce podporządkować się kobiecym rolom. Woli realizować się w męskich zadaniach. Nie liczy się z autorytetami, często bywa agresywna i podejrzliwa. Nie potrzebuje miłości, bo jej celem jest zdobywanie. Potrafi uwodzić, ale nie chce być wierna i nie darzy innych zaufaniem. Swoją atrakcyjność wykorzystuje w celu manipulowania. Nie okazuje uczuć, bo uważa, że przeszkadzają jej w skutecznym wykonaniu zadania¹⁵.

Obie wersje kobiety są wyrazem ekonomii męskiego spojrzenia, budują figurę *Innego*, który fascynuje i odpycha. Są doskonale sztuczne, egoistyczne i samotne. Zredukowane do potrzeb – bycia w centrum uwagi lub stania się mężczyzną. Jeszcze nie podporządkowane normom reprodukcji, dozwolono im pozornie na „większy wachlarz zachowań: od małej kobietki po chłopczycę”¹⁶. Pismo wybiera skrajne reprezentacje i zachęca nastolatki, by w ramach nich kreowały siebie jako obiekty seksualne. Symbolem kobiecości staje się ciało, które musi być szczupłe: „Na nogach Jessiki nie ma ani grama tłuszczu!”¹⁷. Katy lubi swoje krągłości, ale tłuszcz jest wykluczony. Woli mięśnie”¹⁸. Z wyeksponowanego kobiecego ciała czyni się fetysz. Jego znaczenie i wartość zostaje podporządkowana androcentrycznym wymogom mody.

Pismo uczy bezwzględności w obronie własnych racji, nawet za cenę konfliktu z rodziną. Autorytetami stają się gwiazdy. Dziewczętom nie tylko imponuje ich styl życia i wygląd, ale również się w nich podkochują: „Zobaczyłam go w telewizji i od razu się zakochałam”¹⁹; By pojechać na koncert zespołu, Olga oszukała rodziców i wyłudziła od nich pieniądze”²⁰. Fascynacja gwiazdami nie słabnie wraz z wiekiem. Złudzenie rzeczywistości zaczyna być brane za nią samą. „Tak – pod czujnym okiem (...) speców od marketingu – tworzy się nowy, młody człowiek. Lustrzane odbicie jego

¹⁵ Tamże.

¹⁶ *Nikt nie rodzi się kobietą*, wybór, przeł., wstęp. T. Hołówka, posł. A. Jasińska, Czytelnik, Warszawa 1982, s. 167.

¹⁷ *Sposoby gwiazd na zachowanie formy (i kształtów)*, „Twist” 2010, nr 4, s. 46.

¹⁸ Tamże, s. 47.

¹⁹ *Groupies... gotowe na wszystko, by zdobyć miłość swojego idola*, „Twist” 2010, nr 8, s. 61.

²⁰ Tamże, s. 63.

popkulturowych ikon”²¹. Młode kobiety przedstawione w „Twisście” są pozbawione prawdziwych pasji, zaspokajają się tylko namiastkami, „plastikowymi pasjami”, sporządzonymi dla „sztucznych kobiet”²².

Kreowanie wizerunku mężczyzny

Mężczyzna na łamach pisma jest definiowany według swojej pozycji społecznej i materialnej. Zgodnie ze stereotypem męskości, który mówi, że nie należy oceniać go po wyglądzie²³. W artykule: „Dość pomyłek! Znajdź faceta, który da ci szczęście!”²⁴ jest wymienionych sześć typów mężczyzn. *Artysta. Fan malarstwa, fotografii, zmienia nawet zwykłe rzeczy w sztukę.* Pod tym hasłem kryje się twórca sztuki użytkowej, która pozostaje bliska i zrozumiała dla nastolatki. *Czuły przystojniak. Jest atrakcyjny, ale o tym nie wie albo zwyczajnie ma to w nosie.* Chłopak, który może być ozdobą, a jednocześnie nie jest chłodny i narcystyczny. *Pan Zmysłowy. To Mister Sexy. Jest tak gorący, że można się poparzyć.* To rodzaj mężczyzny, który lubi podboje miłosne, znajomość z nim bywa ryzykowna. *Gość z pasją. Wielbiciel muzyki (...) czy wspinaczki... Ten typ to niespokojny duch.* Prezentuje jedyny rodzaj ekstrawagancji, który akceptuje czytelniczka pisma. *Słodziak. To wielki romantyk. Uwielbia przytulanie. Jak nikt rozumie kobiety i doskonale potrafi się z nimi dogadać.* Osoba, która jest oparciem dla nastolatki i nie przeszkadza jej infantylne traktowanie. *Światowiec. Ten facet wie wszystko o najnowszych gadżetach, zna wszystkie trendy w modzie i kluby, w których trzeba się pokazać.* To chłopak bywały w towarzystwie, lubiący być na czasie.

Mimo różnorodnych prezentacji, obraz mężczyzny we wszystkich wariantach jest sfunkcjonalizowany, poddany potrzebom i wymaganiom dziewcząt. Czytelniczki poczucie własnej wartości czerpią od innych i kształtują tożsamość w kategoriach międzyludzkich relacji²⁵. Ich aktywność ogranicza się do zdobycia partnera, który zaspokoi potrzeby chwili. Mężczyzna jest prezentowany jak każdy inny produkt. Przedmiot

²¹ M. Gawrońska, B. Janiszewski, J. Murawski, *Chcę być kochana jak Hannah Montana*, „Newsweek” 2009, nr 9, s. 54.

²² R. P. Tong, *Myśl feministyczna wprowadzenie*, przeł. J. Mikos, B. Umińska, Warszawa 2002, s. 84.

²³ E. Mandal, *Podmiotowe i interpersonalne konsekwencje stereotypów związanych z płcią*, Katowice 2000, s. 36.

²⁴ *Dość pomyłek! Znajdź faceta, który da ci szczęście!*, „Twist” 2010, nr 4, s. 38-41. Wszystkie poniższe cytaty zaczerpnięte są z tego artykułu.

²⁵ *Nikt nie rodzi się kobietą...*, dz. cyt., s. 137.

niewyszukany, służący zabiciu nudy, a w razie potrzeby łatwy w wymianie. Dla nastolatki istnienie w świecie jest związane z posiadaniem, druga osoba staje się pięknym i poręcznym gadżetem, który wypełnia życiową pustkę i stwarza nowe możliwości. Chłopak staje się konieczny w identyfikacji dziewczyny, obarczony jest jej zależnością, zobowiązany do dawania z siebie bezpieczeństwa, otwartości, prestiżu, czułości, erotyzmu i pasji. Zaś dziewczyna jest namawiana do emocjonalnego i psychicznego pasożytnictwa.

„Twist” przekonuje, że zaafierowanie wyglądem staje się również udziałem chłopców. Prawdziwy *macho* powinien być wysportowany, ale i zadbany. Tak jak ekranowy idol młodzieży, który wyznaje: „To, jak wyglądam, jest dla mnie bardzo ważne”²⁶. Męskość staje się atrybutem, na który trzeba sobie zasłużyć. Pismo kładzie nacisk na upiększanie się, ale sfeminizowany wygląd podważa ideę twardziela. Chłopiec odczuwa napięcie związane ze sprzecznymi standardami. Pismo przekonuje: „Nie tylko dziewczyny myślą o swoim looku! 3 rzeczy, które najczęściej spędzają im sen z powiek: 1. Brak mięśni 2. Niewielki wzrost 3. Rozmiar penisa”²⁷. Organ płciowy staje się elementem męskiej identyfikacji. Chłopcy zamknięci zostają w stereotypie potencji i sprawności seksualnej. Z drugiej strony magazyn utrzymuje, że są wrażliwi, wśród kolegów niepoważni i gadatliwi, przejmują się wyglądem i boją się krytyki²⁸. Lubią seks, chociaż bardziej boją się niechcianej ciąży²⁹. Mężczyzna kreowany jest na *dziewczynę w spodniach* lub nieodpowiedzialnego samca, a w najlepszym razie połączenie obu. Zamiast odmityzować, pismo jeszcze bardziej wyalienowało chłopców w wyobraźni czytelniczek.

Tematyka miłości

Udany związek opiera się na wzajemnym szacunku i zaufaniu. Młodzi ludzie często nie odróżniają chwilowego zakochania od trwałego uczucia. Prasa młodzieżowa nie ułatwia im tego rozróżnienia. Definicja miłości proponowana w „Twisście” jest tożsama z popędem seksualnym. Magazyn sugeruje, że każda fascynacja może prowadzić do współżycia. Nie wyjaśnia, że w życiu człowieka seksualność powinna podlegać większej rozwadze, by „w dziedzinie emocjonalnej odruchowość zwierzęcego spółkowania stała się

²⁶ Zac Efron: *To jak wyglądam jest dla mnie bardzo ważne*, „Twist” 2010, nr 12, s. 38-39.

²⁷ *Faceci wyznają swoje najskrytsze tajemnice*, „Twist” 2010, nr 10, s. 35.

²⁸ *Mity na temat chłopaków. Jacy oni są naprawdę?*, „Twist” 2010, nr 2, s. 38-41.

²⁹ *Ty i on: co naprawdę was różni*, „Twist” 2010, nr 4, s. 76-79.

świadomością pożądania, poszukiwaniem dzielonej rozkoszy(...)”³⁰. Pismo zubaża i banalizuje znaczenie miłości i pociągu do drugiej osoby. Sugeruje, że dzięki testom i quizom można zrozumieć skomplikowane relacje uczuciowe: „W jaki sposób kochasz; Jak długo będziecie parą”³¹. W opisie miłości kładzie zbyt duży nacisk na płciowość, cielesność i emocje.

Uczuciami przedstawianymi w „Twisście” rządzi zasada maksimum przyjemności i minimum nudy. Związki idoli przedstawiane są jako pasmo wspólnych zabaw i imprez, gdzie sławy wręczają sobie kosztowne prezenty, jeżdżą na wspaniałe wakacje i całują się w świetle reflektorów. Jednak świat show-biznesu to często nieodpowiedzialne rodzicielstwo, przemoc, uzależnienia, samotność i degradacja miłości, poświęconej karierze. Podobne sytuacje pismo przemilcza lub infantylizuje, jak w reportażu o piosenkarce, którą maltretował chłopak³². „Twist” stara się upodobnić miłości nastolatków, do związków celebrytów: „Czy kochasz jak gwiazda?”³³; Tak jak w „Zmierzchu” one muszą ukrywać swoją miłość³⁴. Pismo wychowuje powierzchowne dziewczęta, które nie uznają głębokich uczuć, przeżywają szybkie i przelotne miłości do obcych³⁵. Zachęca też do stosowania w uczuciach praktyk stereotypowo kobiecych. Rozwinięcia sztuczek, intryg i gier miłosnych. Służą one wzbudzeniu zainteresowania, usidleniu, rozpaleniu emocji, a potem pozbyciu się adoratora: „Podkręć temperaturę związku i spraw, aby facet był ciut zazdrosny”³⁶. Pismo uczy, że zwyczajne, miłe i uśmiechnięte dziewczyny mają nikłe powodzenie. Dziewczęta powinny przejmować inicjatywę, flirtować i być kokieteryjne lub udawać wampy – być skryte, niedostępne, bez skrupułów. Z tej perspektywy związek staje się źródłem zadowolenia i ucieczką od samotności, a relacje damsko-męskie polem nieustannej walki.

Tematyka seksu

Około 50% dziewcząt w wieku 18 lat inicjację seksualną miało już za sobą. Odbycie stosunku w wieku 16 lat deklaruje 20% dziewcząt, a ponad 10%

³⁰ P. Chauchard, dz. cyt., s. 42

³¹ 11 testów. Sprawdź, jak sobie radzisz z miłością, „Twist” 2010, nr 5, s. 55-66.

³² Rihanna. Muzyczna terapia, „Twist” 2010, nr 1, s. 30-32. Autor odkrywa, że nieszczęścia spotykają nawet sławne pary.

³³ Czy kochasz jak gwiazda?, „Twist” 2010, nr 11, s. 74-75.

³⁴ Tak jak w „Zmierzchu” one muszą ukrywać swoją miłość, „Twist” 2010, nr 6, s. 64-67.

³⁵ H. Świda-Ziomba, *Młodzi w nowym świecie*, Kraków 2005, s. 22.

³⁶ *Granice zazdrości*, „Twist” 2010, nr 1, s. 64.

deklaruje, że współżyło w wieku 15 lat lub mniej³⁷. W ostatnich latach w Polsce coraz szybciej obniża się wiek inicjacji seksualnej u dziewcząt. Nie udowodniono wpływu czasopism młodzieżowych na ten stan. Jednak decydującą rolę magazynów w edukacji seksualnej i uczuciowej potwierdzają same dziewczęta. Na pytanie czy pisma nakłaniają do współżycia, nastolatki odpowiadają: „Akurat współżyją te dziewczyny, które te gazety czytają. (...) dziewczyny, które mają jakieś cele, chcą coś osiągnąć, tych pism nie czytają”³⁸. Stosunek seksualny jest przedstawiany przez magazyn, jako dowód przywiązania do chłopca, wyraz mody, jeszcze jeden rodzaj zabawy lub sportu. Nie opisuje się znaczenia seksu w budowaniu więzi, bliskości i zrozumienia. Jako jedyne zagrożenia związane z nieświadomym współżyciem nastolatków przedstawiane są choroby weneryczne, ADIS i niechciana ciąża.

Dział korespondencyjny „Twista” odpowiada na mnóstwo intymnych pytań, typu: „Nasz pierwszy raz się nie udał”; „Lubię ostre filmy”. Jeżeli rodzice unikają rozmów z córką na tematy seksualne, nastolatka prawdopodobnie poszuka odpowiedzi u koleżanki lub w gazecie. Powstaje ryzyko, że dziewczęta uwierzą, iż pismo młodzieżowe przygotowuje do dorosłego życia. Magazyn jak ognia unika tematów podejmujących czarne scenariusze wczesnego rozbudzenia seksualnego. Nikt nie wyjaśnia, że wczesne stosunki seksualne mogą prowadzić do komplikacji podczas ciąży, przemocy, zagubienia, depresji, zaburzeń psychicznych, prób samobójczych, oglądania pornografii, podwójnej moralności czy ryzykownych związków. Osoby współżyjące w młodym wieku częściej popadają w nałogi: palenie, nadużywanie alkoholu i narkotyków³⁹.

Młody czytelnik, którego odczucia związane z seksualnością są szczególnie silne, chętniej sięgnie po pismo, które zaspokoi jego ciekawość. Im słabszy i mniej krytyczny jest umysł odbiorcy, tym łatwiej przyjmuje prezentowany przez czasopismo obraz *nowoczesnej miłości*. To modele ryzykownych relacji podejmowanych przez niektórych dorosłych. Rządzą nimi uczucia bez zobowiązań, powierzchowne związki emocjonalne, służące zaspokajaniu potrzeb erotycznych. Na łamach „Twista” zachęca się nastolatki, by wyrażały swoje pragnienia, mówiły otwarcie o pożądanu

³⁷ W. Wróbleśka, *Nastoletni Polacy wobec seksualności – aspekty demograficzne, społeczne i kulturowe*, „Wychowawca” 2007, nr 7, s. 45-46.

³⁸ M. Szwarz, *Szkolenia z orgazmu*, „Wysokie obcasy”, „Gazeta Wyborcza”, 17 grudnia 2005, s. 21.

³⁹ W. Wróbleśka, dz. cyt., s. 47.

i bezpruderyjnie chwaliły się wiedzą praktyczną na temat seksu. Takie podejście prowadzi też do przecenienia jego roli. Pismo sugeruje, że współżyją wszyscy: „Pierwszy raz: jak TO się robi?”⁴⁰; „Jak się kochać, by uniknąć ADIS”⁴¹; „Seks bez ryzyka... czyli bezpieczne opcje”⁴². Listy, wypowiedzi i reportaże opisują historie dziewczyn w wieku co najmniej 17 lat. Starszych nastolatek, które w okresie dojrzewania cieszą się szczególnym autorytetem u swoich młodszych koleżanek.

Konsumpcjonizm

Stereotyp to przekaz społeczny, o znaczeniu priorytetowym względem sądu jednostki. Wywołuje emocje, oceny, postawy niezwiązane z doświadczeniami, będące reakcją na słowo-klucz. To odniesienie do treści społecznej, jaka wiąże się z danym zwrotem w pewnym środowisku. Składają się nań klisze i schematy, które wywołują nieuzasadnione racjonalnie i poznawczo uprzedzenia⁴³. Obraz ciała często decyduje o społecznych ocenach kobiet. W związku z presją otoczenia, proces rozwoju kobiety zachodzi od zewnątrz do wewnątrz. Dlatego przywiązuje ona większą wagę do wyglądu⁴⁴. Masowe media utwierdzają ją w tym przekonaniu. Wygląd zaczyna stanowić o kobiecej tożsamości i samoakceptacji, a pogoń za atrakcyjnością wiąże się z poświęceniem czasu, energii i pieniędzy.

Według badań nad rozkładem treści kilku czasopism o profilu dziewczęcym wynika, że 25% każdego z nich zajmuje jawna reklama⁴⁵. Natomiast w „*Twisie*” około 50% stanowią artykuły o urodzie, wyglądzie, atrakcyjności, dbaniu o ciało. Każdy z nich jest formą reklamy. Stałe rubryki, takie jak „*News! Fryzury*”; „*News! Uroda*”; „*Shopping*”; „*Co wchodzi, co wypada*”; „*Trendy online*”; „*Styl od nowa*”; „*Mały budżet*”; „*Street fashion*” zawierają porady, do których dołączone są fotografie przykładowych ubrań i kosmetyków. Pismo zgodnie z prawami mody pochwała nowość i nieustanną zmianę stylizacji i kreacji. Tworzy sztuczne potrzeby, uczy zachłanności, buduje podziały oparte na pieniądzu i wartościuje innych wedle możliwości finansowych. Sprzyja postawom materialistycznym i afirmacji

⁴⁰ *Pierwszy raz: jak TO się robi?*, „*Twist*” 2010, nr 2, s. 78-81.

⁴¹ *Jak się kochać, by uniknąć AIDS*, „*Twist*” 2010, nr 6, s. 70-71.

⁴² *Seks bez ryzyka... czyli bezpieczne opcje*, „*Twist*” 2010, nr 5, s. 80-81.

⁴³ A. Schaff, *Stereotypy a działanie ludzkie*, Warszawa 1981, s. 118-121.

⁴⁴ E. Mandal, dz. cyt., s. 36-37.

⁴⁵ J. Jarowiecki, dz. cyt., s. 224.

kultury masowej. Kreuje czytelniczkę, która jest bezrefleksyjna, niesamodzielna i narcystyczna.

Konformizm

Jednym ze sposobów manipulacji jest powołanie się na powszechność opinii i sądów⁴⁶. By stworzyć idealnego konsumenta, trzeba przekonać go o tożsamości jego pragnień, z pragnieniami innych. Posługując się stereotypami, kliszami i schematami myślowymi reklamodawcy (z pomocą mediów) ujednolicają potrzeby klientów. Kładąc podwaliny pod budowę postaw konformistycznych. Dlatego czytelniczki „Twista”, których wygląd odbiega od ideału, czują się nierozumiane, napiętnowane. Pismo dostaje listy od załamanych nastolatek: „Czy da się ukryć cienie pod oczami?”; „Które produkty najlepiej zamaskują przyszcze?”⁴⁷. Wszystkie chcą być piękne i mieć przystojnych chłopców, takich jak aktorzy, piosenkarze oraz życie podobne do gwiazd: Lady Gaga. Każdy chce nią być⁴⁸. Pismo sugeruje, że każda nastolatka marzy o zabawie, seksie, modnym stroju i popularnym hobby. Wszystkie elementy życia są podporządkowane budowaniu swojego wizerunku. Niektóre cechy charakteru są niepożądane: „Uchodzę za dyżurnego wesołka, (...) mam opinię siostry miłosierdzia”⁴⁹. Magazyn kształtuje wspólne opinie i potrzeby dziewcząt. Dąży też do ujednolicenia ich zachowania i wyglądu, np. pokazując w punktach, jak powinny się malować: 1. Podkład, 2. Korektor, 3. Puder, 4. Róż, 5. Cienie do oczu, 6. Eye-liner, 7. Maskara, 8. Konturówka do ust, 9. Szminka⁵⁰. To już nie podkreślanie urody, ale instrukcja tworzenia lalki, seryjnego manekina.

„Twist” poruszając jedynie tematy: mody, wyglądu, chłopców, miłości, gwiazd, plotek i sensacji – tworzy wrażenie, że tym tylko żyje świat, a przynajmniej młode kobiety. Wskazuje kierunek ich zainteresowań i rozwoju. Ujednolica opinie, uczucia i potrzeby nastolatki. Buduje uczucie zadowolenia, akceptacji i przychylności wobec tego, co się nie wyróżnia. Wywołując uczucie lęku i odrazy do wszystkiego, co inne, dziwne, anormalne. Tworzy nowego barbarzyńcę, któremu obcy jest rozwój duchowy, ale zna wszystkie trendy w modzie i nowe plotki na temat gwiazd.

⁴⁶ B. Dobek-Ostrowska, J. Frasz, B. Ociepka, dz. cyt., s. 102.

⁴⁷ *Tajemnice makijażu*, „Twist” 2010, nr 10, s. 14.

⁴⁸ *Ludzie o mnie źle mówią. Jak to zmienić?*, „Twist” 2010, nr 8, s. 74-77.

⁴⁹ *Lady Gaga. Każdy chce nią być*, „Twist” 2010, nr 10, s. 22-23.

⁵⁰ *Tajemnice makijażu*, „Twist” 2010, nr 10, s. 15.

Atomizm

Rozwój środków masowego przekazu i komunikowania umożliwia kontakt z wirtualnymi przyjaciółmi. Internet, telewizja i prasa pomaga śledzić losy gwiazd. Sprawiając wrażenie, że doskonale się ich zna, żyje ich życiem. Szczególnie łatwo wpada w tę pułapkę dzisiejsza młodzież, która utożsamia szczęście z chwilowym zaspokojeniem potrzeb, a nie z bliskimi związkami z ludźmi.

Czasopismo „Twist” kreuje obraz świata, w którym wszyscy poszukują jedynie zadowolenia i rozkoszy. Nacisk położony na fizyczną i emocjonalną przyjemność w miłości, często wyklucza tworzenie prawdziwych więzi. Uczucie przestaje opierać się na czułości, wierności, zaufaniu, zrozumieniu i wzajemności. To dodatek do zaspokojenia seksualnego: „Miłość od A do Z: o seksie bez tabu”⁵¹. Relacje między partnerami są łatwe, przyjemne i krótkotrwałe. Utożsamiane z walką, zawładnięciem, osadzeniem drugiego w roli obiektu. Także związki z rodzicami są przedstawiane w powierzchowny i stronniczy sposób, któremu patronuje sprymitywizowana psychoanaliza⁵². Matka pełni rolę rywalki zazdrosnej o swobodę i wygląd córki: *Agata jest ofiarą matki, która ją prześladowa (...)* Jest surowa, naprzykrzająca się i niesprawiedliwa. Próbuje okiełznać seksualność nastolatki. W artykułach dotyczących relacji z rodzicami, nie pojawia się pozytywny obraz matki. Bardzo rzadko wspomina się o ojcu: *Ojciec podrywa moje kumpele (...)* Rodzice są toksyczni, wyniszczają psychicznie lub są naprzykrzającymi się *starymi*, którzy nie rozumieją potrzeb nastolatki. Młoda osoba posiada tylko środowisko rówieśnicze. Pismo kładzie nacisk na relacje koleżeńskie, jednocześnie ukazując je jako pole rywalizacji (o chłopaka, wygląd, oceny). Przyjaciółka nie jest adwersarzem na całe życie, ale pełni rolę chwilowej interlokutorki. To towarzysza zabaw, zakupów, pocieszycielka i osoba od prawienia komplementów. W świecie „Twista” nie ma podstaw do przyjaźni i miłości. Związki międzyludzkie są niestabilne, powierzchowne, podporządkowane obopólnym korzyściom, cechuje je daleko posunięty atomizm.

⁵¹ *Miłość od A do Z: o seksie bez tabu*, „Twist” 2010, nr 8, s. 66-69.

⁵² Freud S., *Wstęp do psychoanalizy*, przeł. S. Kempnerówna, W. Zaniewicki, red. G. Bychowski, wstęp K. Obuchowski, Warszawa 1982, s. 330-331. Mam na myśli uproszczoną wersję edypalizmu, zakładającą rywalizację córki z matką o względy ojca i obraz ojca, jako potencjalnego kazirodcy/gwałticiela.

Językowy obraz świata w *Twście*

Magazyn młodzieżowy posiada wpływ na edukację i wychowanie dziewcząt. Kształtowanie poglądów, uczuć i postaw odbywa się tutaj nie tylko poprzez treść, ale również poprzez warstwę językową pisma. Słownictwo, którym posługuje się magazyn to pomieszanie żargonu młodzieżowo-szkolnego („Ściąga z gwiazd”⁵³) z zapożyczeniami z języka angielskiego (*shopping, looknij, zoom, glam&stars, street fashion, love story*⁵⁴). Ten zabieg językowy ma potwierdzać nowoczesność czasopisma. Wyrażać jego zgodność z postawami młodzieży. Zastosowanie anglicyzmów służy afirmacji kultury zachodniej. Potwierdza lansowany przez „Twist” nowoczesny styl życia. Pismo w warstwie leksykalnej posługuje się środkami stylistycznymi, które w dobitny sposób wyrażają afektację: wulgaryzmami (*szlag mnie trafia*⁵⁵), kolokwializmy (*najadłam się wstydu*⁵⁶), neologizmami. By okazać poruszenie stosowane są: eufemizmy (*na językach*⁵⁷), zdrobnienia, hiperbole (*smutny koniec dziecięcej gwiazdy*⁵⁸), elipsy, pytajniki, wykrzyknienia, wielokropki, kontrasty (*Za dnia straszą, wieczorem lśnią*⁵⁹) i paradoksy. Pojawiają się też gry językowe, personifikacje (*Wieje nuda*⁶⁰) i metafory (*Gwiazdy gubią kilogramy*⁶¹). Wielość i nagromadzenie form opisujących emocje, powoduje powstanie nastroju kiczowatego przesytu.

Pismo mimo, że ubogie treściowo, wykorzystuje całe bogactwo środków leksykalnych i stylistycznych. Ukrywa swoje braki w rzetelnym informowaniu, odwołując się do wyobraźni językowej młodej osoby. Wpływa na emocje i postawy analogicznie do reklam, by łatwiej sterować potrzebami czytelniczek. Odwołuje się nie do intelektu, ale do irracjonalnych elementów ludzkiej psychiki. Docieranie za pomocą warstwy językowej do

⁵³ Maj 2010, „Twist” 2010, nr 5, s. 3.

⁵⁴ *Shopping (zakupy), zoom (zbliżenie), love story (historia miłości)* [w:] *Praktyczny słownik. Angielsko-polski...*, dz. cyt..

⁵⁵ *Chrzanić (eufemizm od pieprzyć – wyraża złość, zawód), szlag mnie trafia (eufemizm od cholera – wyraża gniew, bezsilność)* [w:] *Ośmiojęzyczny słownik wyrazów brzydkich i zwrotów dosadnych...*, Warszawa 2002.

⁵⁶ *10 sygnałów, że twój podryw działa!; Najadłam się wstydu... na zakupach*, „Twist” 2010, nr 5, s. 34, 78-79.

⁵⁷ *Na językach. Życie toczy się w necie. Ostre spory na Twitterze*, „Twist” 2010, nr 7, s. 10-11.

⁵⁸ *Sprzedane dzieciństwo*, „Twist” 2010, nr 5, s. 10.

⁵⁹ *Za dnia straszą, wieczorem lśnią; Oryginał i kopia*, „Twist” 2010, nr 11, s. 38-39.

⁶⁰ Maj 2010, „Twist” 2010, nr 5, s. 3.

⁶¹ *Spodnie: załatw to po męsku*, „Twist” 2010, nr 6, s. 42-43.

podstawowych potrzeb, marzeń, życzeń czy nawet ich kreowanie, decyduje o sile perswazyjnej pisma.

Kształtowanie upodobań czytelniczych

Masowe media są dystrybutorami propagandy. W zależności od samodzielności i refleksyjności nadawcy konstruuje jego świadomość⁶². Nie tylko spełniają funkcję nośnika reklam, ale także same są reklamą. Od tego zależy ich istnienie na bogatym rynku multimedialnym. Aby wytworzyć wiernego odbiorcę, należy jego przypadkowym wyborom nadać znamiona stałości i powtarzalności. Przywiązać go do danego medium. Wykorzystuje się w tym celu techniki perswazyjne. Powołanie się na powszechność sądu, wpływa na jego wiarygodność. Presupozycje – ukryte sensy wyrażen, założenia wspólne dla wszystkich uczestników aktu komunikacyjnego, tworzą uczucie zrozumienia i solidarności z medium⁶³.

Proces wytwarzania stałego odbiorcy trwa do chwili porzucenia danego medium. Jednak przyzwyczajenia i upodobania zbudowane wcześniej, zwykle nie giną, ale przenoszą się na inne płaszczyzny. Pismo nie jest w stanie wychować młodej kobiety bez szkody dla jej sposobu życia, wartości i poglądów. Zaniżając poziom i potrzeby intelektualne dziewcząt, kieruje ich zainteresowania na przyjemne i niezobowiązujące treści. Rodzice aprobując czytanie takiej prasy, doprowadzają do zahamowania rozwoju emocjonalnego, psychicznego i duchowego nastolatki⁶⁴. Upodobanie do prostych, krzykliwych i kolorowych historii może pozostać w młodej osobie na całe życie. Nastolatka, która impulsywnie i bezkrytycznie wybiera magazyny, w dorosłym życiu będzie zachowywać się podobnie. Częściej sięgnie po plotkarskie i bulwarowe gazety. Forma wyrazu, chwytły językowe, schematy stylistyczne; ikonograficzny, płytki i infantylny sposób prezentowania świata, odpowiadać będzie jej wcześniejszym przyzwyczajeniom. Kolorowa prasa zastąpi ulubione pismo młodzieżowe.

Czasopisma takie, jak „Twist” wyrabiają niedojrzały, banalny i ustandaryzowany gust czytelniczy. Skupiają zainteresowanie odbiorcy na tym, co hałaśliwe i błyszczące. Kolorowymi tytułami, zdjęciami, obrazkami angażują zmysł wzroku i emocje. „Twist” w działach poświęconych kulturze prawie nie prezentuje książek. Chyba, że są to światowe bestsellery lub

⁶² B. Dobek-Ostrowska, J. Frasz, B. Ociepka, dz. cyt., s. 58.

⁶³ Tamże, s. 102-106.

⁶⁴ B. Gajewska, *Mass media a młody odbiorca*, „Wychowawca” 2006, nr 9, s. 43.

zostały niedawno zekranizowane⁶⁵. Przedstawiane są tylko masowe, głośne i wątpliwej wartości utwory, sygnowane nazwiskiem gwiazdy. Tak wychowane dziewczęta, do czytania skłania jedynie potrzeba wzruszeń. Poszukują lektur umożliwiających identyfikację. Pragną zbliżyć się do uczuć, wrażliwości, emocji i napięć często niemożliwych w życiu. Na drugim biegunie tych poszukiwań, leży głęboka potrzeba sadyzmu/masochizmu. Manifestuje się ona poprzez zainteresowanie scenami przemocy, okrucieństwa, zniewalania i uśmiercania. Te fascynacje wykorzystuje wysokonakładowa prasa.

Kanon pociągających i płytkich treści wykreowany przez czasopismo młodości, wpływa na dalsze upodobania czytelnicze. Czytanie wymagającej literatury uczy myślenia, pobudza wyobraźnię, rozwija wystawianie i wyrabia cierpliwość⁶⁶. Prasa młodzieżowa zaspokaja egoistyczne potrzeby: potwierdzenie wyjątkowości, chęć samozadowolenia, fascynacje cudzym nieszczęściem. Służy rozrywce i zabiciu czasu. Zainteresowanie budzi wszystko, co niskie, trywialne, zdziczałe, pozostawione na śmietniku wysokiej kultury. Czytelniczka uzależnia się od potrzeby sensacji. Skłania to do sięgania po brukowce i literaturę z najniższej półki: romanse, kryminały, horrory. Młodzieńcze wybory zmieniają się w dorosłe upodobania czytelnicze.

Wyrabianie gustu czytelniczego

Rozwój mediów audiowizualnych spowodował degradację roli prasy i książki, ale również otworzył przed nimi nowe możliwości i sposoby istnienia. Upodobania czytelnicze nastolatki dawniej były kształtowane przez środowisko rówieśnicze, rodzinę i szkołę. Teraz główny wpływ na to, co i jak czyta nastolatka ma kultura masowa. Telewizja i Internet, ale także prasa wpływa na upodobania czytelnicze dziewcząt. Rola czasopism, takich jak „Twist” jest tutaj dwojaka. Z jednej strony zachęcają do sięgania po pozycje książkowe, które reklamują⁶⁷. Z drugiej zaś formą, językiem, stylem i sposobem prezentacji świata utrwalają niskie oczekiwania czytelnicze. Co więcej, generują leniwy i niewymagający rodzaj gustu, doceniający jedynie sensacyjne „story”, z wartką akcją, dialogami i dominującym motywem uczuciowym. Ten powierzchowny sposób oceny lektury, oparty jest na tym,

⁶⁵ *Wojna rozpęta się tej jesieni*, „Twist” 2010, nr 11, s. 85. Promuje Nefilim na podstawie, którego nakręcono Upadłe Anioły.

⁶⁶ P. T. Nowakowski, *Fast food dla mózgu, czyli telewizja i okolice*, Tychy 2002, s. 71-77.

⁶⁷ *Pragniesz czegoś więcej?*, „Twist” 2010, nr 11, s. 86.

co w niej zewnętrznie uchwytnie, czyli na fabule. Prowadzi on do spłylenia odbioru, przede wszystkim interpretacji i krytyki tekstu. Skłania do sięgania po banalne i często mierne książki. Podczas gdy dobry utwór posiada „zarówno wartość inherentną (walory estetyczne), kontrybutywną (tom składający się na większą całość) oraz instrumentalną (praktycznie użyteczna treść)”⁶⁸. Samo zainteresowanie czytaniem nie wystarczy, by w gąszczu lektur znaleźć pozycje wzbogacające wewnętrznie. Czytanie wartościowych pozycji jest lekcją abstrakcyjnego myślenia, uczy ekspresji i wyrażania uczuć⁶⁹.

„Twist” zachęca do konformistycznego wyboru lektury, która powinna zgadzać się z gustem większości. Projektuje niski gust odbiorców, skierowany na treści sensacyjne, tabloidowe, kontrowersyjne, płytkie moralnie, przesycone przemocą i epatujące erotyzmem. Skłania do fascynacji kiczem i wulgarnego voyeryzmu. Konsumpcyjne i instrumentalne traktowanie książki powoduje, że siłę jej oddziaływania zwiększa ekranizacja, wyemitowanie serialu lub wypuszczenie gadżetów reklamowych z wizerunkami bohaterów. Prowadzi to do pospolitowania, standaryzacji, uzależniania od masowego gustu i obiegowych opinii zamiłowań czytelniczych. Wśród takich odbiorców zainteresowanie wartościową książką lub opiniotwórczą gazetą będzie poddane ostracyzmowi lub marginalizowane.

Wzory osobowe a kapitalizm i liberalna demokracja

Wzory osobowe prezentowane w „Twisście” to egotyzm, zachłanność, jednostkowość, emocjonalny ekshibicjonizm, nieakceptowanie inności, oparcie kontaktów ludzkich na fascynacji urodą i seksualnością. Nie istnieje tu refleksja nad prawdziwym życiem i uczuciami, tylko monolityczny, zafałszowany obraz świata, w którym afirmuje się przeciętność, normalność i najprostsze rozwiązania. Lansuje się model życia, w którym najważniejsze jest posiadanie, kariera bez wysiłku i relatywizm moralny⁷⁰. Atomizuje i dezintegruje relacje z innymi, w drodze do osiągnięcia celu. Pismo jako wyraz kultury obrazkowej, sprzyja rozwojowi konsumpcjonizmu. Uproszczona wizja świata prowadzi do standaryzacji gustów, braku wartości, akceptowania masowości, wygodnictwa, konformizmu i samozadowolenia młodzieży. Niechlujny, niepoprawny, pełen zapożyczeń i wulgaryzmów

⁶⁸ H. Muszyński, dz. cyt., s. 60.

⁶⁹ B. Suchodolski, *Rola książki*, Warszawa 1975, s. 47.

⁷⁰ J. Orlik, dz. cyt., s. 33.

język w najlepszym razie wykształci półinteligentkę⁷¹. Kult ciała, przecenianie seksualności i potencji, ocena według statusu społecznego i materialnego, prowadzi do rozprzestrzenienia stereotypów męskości i kobiecości. Opisane wzory służą aksjologii kapitalizmu: „Dobrze przystosowany młody człowiek powinien wierzyć, że jeśli będzie działał na korzyść własnego rozwoju, to nagroda przyjdzie sama”⁷². Pokolenie dorastające w demokracji liberalnej zdaje się nie dostrzegać, że każdy z nas jest nie tylko indywidualnością, ale i wytworem unifikujących sił społecznych. Sądzą, że są wolni, nie muszą się buntować, warunki polityczne, ekonomiczne i społeczne nie mają dla nich znaczenia⁷³. Tym samym pozostają bez większego wpływu na swoje życie.

Bibliografia

„Twist” 2010, nr 1-12.

Chauchard P., *Życie seksualne*, przeł. K. Wróblewska, Warszawa 1973.

Dobek-Ostrowska B., Frasz J., Ociepka B., *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław 1997.

Elementy nauki o przedsiębiorstwie, red. S. Marka, Szczecin 1999.

Encyklopedia Powszechna PWN, wyd. 6 zm. i popr., Warszawa 1982.

Freud S., *Wstęp do psychoanalizy*, przeł. S. Kempnerówna, W. Zaniewicki, red. G. Bychowski, wstęp K. Obuchowski, Warszawa 1982.

Gajewska B., *Mass media a młody odbiorca*, „Wychowawca” 2006, nr 9.

Gawrońska M., Janiszewski B., Murawski J., *Chcę być kochana jak Hannah Montana*, „Newsweek” 2009, nr 3.

Jarowiecki J., *Studia nad prasą polską XIX i XX wieku*, Kraków 1997.

Kłusek U., *Barbie, Lara Croft, czy...?*, „Wychowawca” 2005, nr 7.

Kopczyńska M., *Z popu król – muzyka nastolatków*, [w:] *Nastolatki i kultura w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych*, red. A. Przeclawska, L. Rowicki, Warszawa 2000.

Legutko R., *Triumf człowieka polskiego*, Poznań 2012.

Mandal E., *Podmiotowe i interpersonalne konsekwencje stereotypów związanych z płcią*, Katowice 2000.

Muszyński H., *Ideał i cele wychowania*, Warszawa 1974.

Nikt nie rodzi się kobietą, wybór, przeł., wstęp. T. Hołówka, posł. A. Jasińska, Czytelnik, Warszawa 1982.

Nowakowski P. T., *Fast food dla mózgu, czyli telewizja i okolice*, Tychy 2002.

Orlik J., *Prasa młodzieżowa na rynku polskim*, „Wychowawca” 2002, nr 6.

⁷¹ R. A. Ziemkiewicz, *Polactwo*, Lublin 2004, s. 247-248. Definicję półinteligenta jako zakompleksionego, konformistycznego inteligenta w pierwszym pokoleniu przyjąłem od autora.

⁷² K. Dunin, *Karoca z dyni*, Warszawa 2000, s. 121.

⁷³ Tamże, s. 125.

- Ośmiojęzyczny słownik wyrazów brzydkich i zwrotów dosadnych. Polsko-angielsko-niemiecki-francuski-włoski-hiszpański-słowacki-rosyjski*, Warszawa 2002.
- Schaff A., *Stereotypy a działanie ludzkie*, Warszawa 1981.
- Suchodolski B., *Rola książki*, Warszawa 1975.
- Szwarc M., *Szkolenia z orgazmu*, „Wysokie obcasy”, „Gazeta Wyborcza”, 17 grudnia 2005.
- Świda-Ziemba H., *Młodzi w nowym świecie*, Kraków 2005.
- Tong R. P., *Myśl feministyczna wprowadzenie*, przeł. J. Mikos, B. Umińska, Warszawa 2002.
- Wróbleska W., *Nastoletni Polacy wobec seksualności – aspekty demograficzne, społeczne i kulturowe*, „Wychowawca” 2007, nr 7.
- Ziemkiewicz R. A., *Polactwo*, Lublin 2004.

Patrycja ZACZEK

Ateneum – Szkoła Wyższa w Gdańsku

Idealy współczesnej kobiety i mężczyzny – doniesienie z badań*

Ideal modern man and woman – research findings

Streszczenie

Artykuł poświęcony jest współczesnym ideałom społecznym. Tekst podkreśla rolę stereotypów, a także mediów w kształtowaniu się ideałów kobiecości i męskości. Opisuje ideał kobiety i mężczyzny skonstruowany na podstawie badań, przeprowadzonych w 2014 r. na 100-osobowej grupie badawczej. Ideał każdej z płci został opisany pod względem trzech aspektów: wyglądu, cech charakteru oraz wykonywanych zajęć.

Słowa kluczowe: ideały, stereotypy, kobieta, mężczyzna, wzory osobowe

Abstract

The paper is devoted to modern social ideals. It emphasises the role of stereotypes and also media in developing the ideals of womanhood and manhood. It sketches the ideal woman and the ideal man as constructed from research conducted in 2014 on a group of 100 subjects. The ideal of each sex was described in three categories: appearance, character and occupation.

Key words: ideals, stereotypes, woman, man, role models

„Facet Doskonały jest przystojny. Ale nie za bardzo (...).

Po drugie starannie ogolony. Z dwudniowym zarostem.

Kolejna sprawa: oczy. Oczy muszą być jasne, przejrzyste, uczciwe, najlepiej czarne.

(...)

Niezbyt wysoki, dwa metry.

Szczupły, wysportowany, z brzuchem.

Totalny luzak w garniturze. (...)

Podsumowując, Facet Idealny to piekielny macho, sto procent mężczyzny, chodzący
testosteron.

Świetnie gotuje, robi zakupy, zajmuje się dziećmi.

Ba! On nawet karmi je piersią”

Anonim

* W artykule wykorzystano badania przeprowadzone na potrzeby pracy magisterskiej: P. Zaczek, *Ideał współczesnej kobiety i mężczyzny*, Ateneum – Szkoła Wyższa w Gdańsku, promotor: M. Stopikowska, Gdańsk 2014.

Jaki jest mój ideał kobiety, czy też mężczyzny? Jest to pytanie na pozór proste, nad którym większość z nas się nie zastanawia. Po głębszej jednak refleksji zaczynamy zastanawiać się, czym w ogóle jest ideał? Czy osiągnięcie ideału jest możliwe? Zanim jednak odpowiemy na to pytanie, najpierw musimy dowiedzieć się, jaki on jest. Współczesne ideały osobowe różnią się od tych, postrzeganych kilkadziesiąt, a nawet kilkanaście lat temu, ponieważ ideały są zmienne, nie są czymś stałym¹. Poza tym definicje ideału postrzegane przez społeczeństwo różnią się od siebie. Niektórzy uważają, że idealną osobą jest taka, która nie posiada wad. Inni zaś twierdzą, że ideał posiada wady i zalety, ale też potrafi je doskonale wyważyć, bądź też świadomie wyeliminować cechy niepożądane².

W określeniu ideału posłużyłam się uściśleniem W. Okonia, który za ideał przyjmuje: „określony wzór osobowy, którego cechy uważa się za doskonałe, a więc za godne naśladowania”³. Czy biorąc pod uwagę przytoczoną wyżej definicję, jesteśmy w stanie zidentyfikować współczesny ideał kobiety i mężczyzny? Temat ten postaram się rozwinąć w niniejszym tekście, który oparłam przede wszystkim o wyniki badań ankietowych, które przeprowadziłam w 2014 r. Ze względu na fakt, że stereotypy panujące w społeczeństwie oraz media kreują gusta społeczne oraz propagują konkretne wzory osobowe, również tej kwestii poświęcę nieco miejsca.

Stereotypy idealnego mężczyzny i idealnej kobiety

W dawnych czasach mężczyzna pracował przede wszystkim zarobkowo, aby zapewnić byt swojej rodzinie. Mężczyzna był niejako łącznikiem pomiędzy swoją rodziną i światem zewnętrznym, pełnił wszystkie odpowiedzialne społecznie funkcje. Z tego tytułu mógł też poszczycić się wielkim autorytetem, szczególnie wśród członków swojej rodziny. On także utrzymywał dyscyplinę w domu. Od mężczyzn oczekiwano pewności siebie, nawet z odrobiną agresywności. Jego głównym zadaniem było udzielanie się w życiu społecznym i politycznym⁴.

Mąż miał obowiązek podjęcia pracy zarobkowej i utrzymania rodziny. Stąd też to właśnie jemu starano się zapewnić dobre wykształcenie, w tym ukończenie studiów wyższych. Od mężczyzn wymagano, aby był fachowcem

¹ S. Jedynek, *Mały Słownik Etyczny*, Bydgoszcz 1999, s. 111.

² *Czym jest ideał*, [w:] ... *przemyslenia niepoprawnego romantyka*, <http://samotnyromantyk.blog.onet.pl/2007/04/28/czym-jest-ideal>.

³ W. Okoń, *Słownik Pedagogiczny*, Warszawa 1984, s. 101.

⁴ C.M. Renzetti, D. J. Curran, *Kobiety mężczyźni i społeczeństwo*, Warszawa 2005, s. 8-9.

w swej dziedzinie, a także posiadał rozległą wiedzę z różnych dziedzin. Umiejętności i erudycja miała być pomocna w osiągnięciu sukcesu społecznego. Najważniejszą dla mężczyzny była jego rola zawodowa i społeczna, spełnianie się w pracy, natomiast rola ojca i męża spadała na dalszy plan. Tak przez długi czas postrzegano obowiązki dobrego mężczyzny, uważane dzisiaj za stereotypowe⁵.

Przeciętny mężczyzna – w tym ujęciu – byłby asertywny, sprawujący kontrolę nad innymi, posiadający cechy instrumentalne bądź sprawcze. Z szeroko zakrojonych badań nad trzydziestoma narodowościami wynikało, że zwykle mężczyzna postrzegany jest jako silniejszy, bardziej aktywny, mający silną potrzebę sukcesów oraz dominacji, agresji i autonomii⁶. Badania te także wykazały, że cechy męskie, związane z powyższym stereotypem, są postrzegane jako bardziej pożądane niż żeńskie.

Z kolei miejsce kobiety upatrywano dawniej przede wszystkim w domu. Jej zadaniem było wychowywanie dzieci i utrzymywanie porządku w domu. Powinna ona opiekować się i dbać o dobro męża i dzieci. Jedyną akceptowaną czynnością społeczną, jaką mogły zajmować się kobiety, było uczestnictwo w akcjach charytatywnych. Z cech osobowościowych – od kobiety wymagano subtelności i wrażliwości na pragnienia innych. Powinny one być troskliwe i czułe. Kobiety były zależne od swojego mężczyzny, w związku z czym musiały być im uległe i bierne. Jedyne, czym powinny się kierować w życiu, były uczucia. Wzorem dawnego ideału osobowościowego był stereotyp kobiety-„kury domowej”⁷.

Kobieta postrzegana jest stereotypowo w społeczeństwie jako osoba emocjonalna, kierująca się w życiu uczuciami⁸. Poza tym uważa się kobietę za zależną od relacji z innymi, a także pasywną. Według nowszych badań, powyższe stereotypy odnośnie postrzegania kobiet nieco osłabły, jednak na przestrzeni dwudziestu lat nie uległy one wielkiej zmianie. W gruncie rzeczy cechy przypisywane kobietom są bardziej korzystne od tych, którymi charakteryzują się mężczyźni. Kobiety są postrzegane jako ta emocjonalna, czuła i subtelna część społeczeństwa, mężczyźni zaś – jako agresywni

⁵ N. Goodman, *Wstęp do socjologii*, Poznań 2001, s. 169.

⁶ K. Deaux, M. Kite, *Stereotypy płci*, [w:] *Kobiety i mężczyźni: odmienne spojrzenia na różnice*, red. B. Wojciszke, Gdańsk 2004, s. 360-361.

⁷ N. Goodman, dz. cyt., s. 169.

⁸ U. Dębska, *Wartościowanie zdrowia i aktywność prozdrowotna w kontekście różnic płciowych*, [w:] *Wymiary kobiecości i męskości*, red. B. Bartosz, Warszawa 2011, s. 304-307.

i dominujący⁹.

Współcześnie bardzo duży wpływ na kreowanie się nowych ideałów i stereotypów odgrywają media. Poprzez reklamy, programy telewizyjne przedstawiają społeczeństwu nowe autorytety i wzory osobowe. Jest to najszybsze i najefektywniejsze źródło przekazu oraz zmian stereotypów. Szczególnie w kolorowych magazynach możemy zobaczyć zilustrowany wygląd idealnych kobiet i mężczyzn, podziwianych przez wszystkich, natomiast z artykułów dowiadujemy się o ich stylu życia czy też cechach charakteru. Tak skrupulatnie opisany ideał męskości lub/i kobiecości stanowi atrakcyjną ofertę dla czytelników, zachęcając ich do kreowania własnego wizerunku i ideału. W czasach współczesnych, przy bardzo dobrze rozwiniętych przekazach medialnych zmiany stereotypów i ideałów nie wymagają już wieloletnich zmian pokoleniowych, a jedynie efektywnej prezentacji medialnej¹⁰.

Same ideały, w tym wzory osobowe, podlegają zmianie i – mimo że rozpowszechnione w społeczeństwie – dotyczą przede wszystkim indywidualnych wyborów. Z docierającej do każdego człowieka oferty proponowanych ideałów i wzorów osobowych, promowanych w różnorodnych formach przekazu medialnego, jednostka wybiera te, które jej najbardziej odpowiadają. Każda osoba ma zatem własny model ideału, niekoniecznie zbieżny z tym, co kreują media, czy też funkcjonujące w społeczności stereotypy¹¹. Dowodem na indywidualność preferencji poszczególnych osób w przeprowadzonych badaniach są odpowiedzi, które zaznaczyły pojedyncze jednostki, stanowiące niewielki odsetek badanej populacji. Nie będą one miały wpływu na sformułowanie ogólnego ideału społecznego, ale prezentują różnorodność gustów i upodobań.

Dlatego też przeprowadziłam w maju 2014 r. wśród ludności zamieszkującej tereny Powiatu Puckiego badania dotyczące ideału mężczyzny i kobiety. Chciałam się dowiedzieć, jakie ideały posiadają respondenci i czy pokrywają się one ze stereotypowym widzeniem wyglądu, cech charakteru oraz zajęć „idealnej kobiety” oraz „idealnego mężczyzny”. Ciekawa byłam, na ile zbieżne mogą być wyniki moich dociekań z wynikami

⁹ S. E. Cross, H. R. Markus, *Płeć w myśleniu, przekonaniach i działaniu: podejście poznawcze*, [w:] *Kobiety i mężczyźni...*, dz. cyt., Gdańsk 2004, s. 52.

¹⁰ U. Kluczyńska, *Wizerunek męskości w mediach*, [w:] *Wymiary kobiecości i męskości*, dz. cyt., s. 149-151.

¹¹ J. Przybysz, *Kobieta w podkulturze – wizerunek na podstawie badań marketingowych*, [w:] *Obszary kultur kobiecych w badaniach płci/rodzaju*, red. E. Pakszys, M. Baer, Poznań 2003, s. 180-183.

wspomnianych wyżej międzynarodowych, szerokich badań na licznych, zróżnicowanych narodowo zbiorowościach.

W prezentowanych poniżej wynikach badań wzięło udział 100 osób, zróżnicowanych wiekowo, a także o różnym wykształceniu. 40% badanych stanowili mężczyźni, 60% zaś kobiety. Ankietowani zostali dobrani w taki sposób, aby jak najlepiej zobrazować poglądy współczesnego lokalnego środowiska, z którego się wywodzę. Metodą wykorzystaną w badaniach był sondaż diagnostyczny, techniką zaś – ankietą, która pozwala na poznanie opinii społecznej pod kątem badanych aspektów życia w społeczeństwie¹². Ankietowani otrzymali kwestionariusz posiadający gotowe odpowiedzi: cechy idealnej kobiety i mężczyzny. Zadaniem respondentów było zaznaczenie tylko tych cech, które ich zdaniem powinien posiadać ideał.

Wygląd idealnej kobiety

Pierwszą z analizowanych cech wyglądu kobiecego był jej wzrost. Z przeprowadzonych przeze mnie badań wynika, że respondenci nie przywiązywali zbyt dużej wagi do wzrostu kobiet, choć jednak większość mężczyzn woli niższe kobiety. Mężczyźni zwracają większą uwagę na wzrost u kobiet, zaś same kobiety niezbyt przywiązują do tego wagę. 15% mężczyzn woli niskie kobiety, 9% – wysokie, dla pozostałej części – zdecydowanie najliczniejszej – wzrost jest bez znaczenia. Kobiety zaś do wzrostu przywiązują jeszcze mniejszą wagę. Jedynie 12% z nich uważa, że idealna kobieta powinna być niska, a 9% twierdzi przeciwnie.

Następną analizowaną przeze mnie cechą był wygląd włosów. Kobiety przywiązują większą wagę do długości włosów. Uważają one w 86%, że kobieta powinna mieć długie włosy. Jedynie 3% kobiet sądzi inaczej. Pozostała część kobiet nie ma w tej kwestii zdania. Zdecydowanie mniejszą wagę kobiety przypisują kolorowi włosów idealnej kobiety. Załedwie 33% „płci pięknej” określiło konkretny kolor włosów kobiety, z czego zdecydowana większość wybrała brunetki (22%). Około $\frac{3}{4}$ mężczyzn wybrało długość i kolor włosów kobiety za jeden z ważnych determinantów jej atrakcyjności. Jednak mężczyźni w przeciwieństwie do kobiet uważają (47% respondentów), że idealna kobieta powinna mieć krótkie włosy, a jedynie 30% z nich wskazało włosy długie. Preferencja odnośnie koloru kobiecych włosów kształtuje się w podobny sposób u mężczyzn jak u kobiet, jednak jest ona wyraźniejsza: aż 45% mężczyzn wizualizuje sobie idealną kobietę jako

¹² Z. Skorny, *Prace magisterskie z psychologii i pedagogiki*, Warszawa 1984, s. 107.

brunetkę, kolejne 27% wybrało blondynkę, zaś jedynie 7% – szatynkę.

Mężczyźni zdecydowanie większe znaczenie przypisują włosom kobiety niż one same. Dla kobiet ważne jest to, by włosy były długie, mężczyźni zaś kwestię tę postrzegają w inny sposób. Dla nich liczy się kolor oraz stylizacja. Można dodać, że długie włosy mogą kojarzyć się z czasochłonnymi zabiegami pielęgnacyjnymi, co może się wydawać – z punktu widzenia mężczyzn – czystą stratą czasu.

Kolejną kwestią była budowa ciała kobiecego. Z badań wynika, że wszyscy ankietowani mężczyźni uważają, że idealna kobieta powinna być szczupła. Większość kobiet (85%) jest takiego samego zdania. Mężczyźni również ogromną wagę przywiązują do wielkości piersi kobiety (75% ankietowanych uważa, że powinny być duże), co dla samych Pań nie ma tak istotnego znaczenia (jedynie 25% z nich zwraca uwagę na ich wielkość). Na „długie nogi” zwraca uwagę 37% mężczyzn oraz 12% kobiet. Przeciwnym zjawiskiem jest „talia osy”, którą chciałoby mieć 23% kobiet, a badani mężczyźni zaledwie w 12% zwracają na nią uwagę. Wyniki te nie pokrywają się z wcześniejszymi badaniami, a przede wszystkim z Darwinowską teorią doboru płciowego, która „talii osy” przypisuje ogromne znaczenie w wyborze partnerki. Według tejże teorii WHR, czyli stosunek obwodu talii do obwodu bioder jest jednym z ważniejszych czynników atrakcyjności kobiecej. Poza tym świadczy on o zdrowiu oraz płodności partnerki¹³.

Jak się okazało z moich badań, taka kwestia jak kolor kobiecych oczu wywiera niewielki wpływ na funkcjonowanie ideałów w społeczeństwie. Jedynie 20% kobiet zwraca uwagę na kolor oczu, wybierając w 15% oczy niebieskie i w 5% brązowe. Mężczyźni podobnie odnoszą się do tej kwestii, 12% wybrało kolor niebieski, zaś 15% brązowy. Dla 80% badanych kobiet i 73% mężczyzn kolor oczu nie ma znaczenia, więc jest to kwestia, nie wywierająca dużego wpływu na wygląd ideału kobiety.

Kobiece zabiegi kosmetyczne są bardzo ważną kwestią zarówno dla kobiet, jak i mężczyzn. Wszyscy ankietowani uważają, że idealna kobieta powinna mieć delikatny, naturalny makijaż. Podobnie zdecydowana większość respondentów (98% kobiet i 86% mężczyzn) za ważny atut kobiety uznaje jej zadbane dłonie i paznokcie. Opalenizna ma znaczenie dla 33% badanych kobiet i 57% mężczyzn. Być może kobiety podchodzą do opalenizny pod kątem zdrowotnym, dlatego też zdecydowanie mniejsza

¹³P. Sorokowski, *O atrakcyjności fizycznej w kontekście Darwinowskiej teorii doboru płciowego*, [w:] *Wymiary kobiecości i męskości*, dz. cyt., s. 19-23.

liczba kobiet zaznaczyła tę odpowiedź. Opalenizna może kojarzyć się także z latem, wakacjami, relaksem – stąd być może tak pozytywne skojarzenia pomiędzy opalenizną a idealnym wyglądem.

Następną składową wyglądu idealnej kobiety jest niewątpliwie jej ubiór. Jak powinna być ubrana idealna kobieta? W jaki sposób wizualizuje ją społeczeństwo? Ankietowane kobiety są w kwestii ubioru praktycznie jednogłósne, mianowicie 92% ankietowanych uważa, iż kobieta powinna być ubrana elegancko. Żadna z badanych kobiet nie wybrała stroju sportowego, a tylko dla 8% ubiór nie ma znaczenia. Kobiety uważają, że w dresach czy też luźno ubrane nie są atrakcyjne. Głosy mężczyzn na ten temat są zaś podzielone. Dla większości z nich (57%) idealna kobieta powinna być elegancko ubrana, ale są też tacy, którzy wybrali dla niej strój sportowy (22%). Dla 21% ankietowanych mężczyzn ubiór kobiety nie ma znaczenia.

Reasumując, kobieta chcąc upodobnić swój wygląd do ideału powinna przede wszystkim mieć delikatny makijaż, zadbane dłonie i paznokcie oraz elegancko się ubierać. Poza tym ważne jest, aby była szczupła i miała duże piersi. Zdania na temat włosów, koloru oczu i wzrostu kobiety są podzielone i nie odgrywają tak dużej roli w wyglądzie idealnej kobiety.

Wygląd idealnego mężczyzny

W moich badaniach zapytałam respondentów o wygląd idealnego mężczyzny. Pierwszą cechą wyglądu męskiego był jego wzrost. Według wszystkich ankietowanych kobiet mężczyzna powinien być wysoki. Mężczyźni tylko w 56% zaznaczyli taką odpowiedź. Dla pozostałych 44% mężczyzn wzrost był bez znaczenia. Żaden z ankietowanych nie uważał, iż mężczyzna powinien być niski, co jest zrozumiałe. W naszym społeczeństwie przyjęło się, że mężczyzna powinien być wyższy od kobiety. Być może badani mężczyźni uznali swój własny wzrost jako zadawalający, stąd też uznali, że aspekt ten nie jest dla nich istotny.

Następną analizowaną cechą był wygląd włosów mężczyzny. Najważniejsze we włosach mężczyzny jest to, żeby były krótkie. Uważają tak wszyscy ankietowani. Zdecydowana większość uważa także, że idealny mężczyzna powinien mieć ciemne włosy (92% kobiet, 82% mężczyzn). Blond włosy wybrało jedynie 8% kobiet i 12% mężczyzn. Kwestia koloru i długości włosów jest bardzo ważna dla ideału mężczyzny, ponieważ na ten temat wypowiedzieli się wszyscy badani. Być może aspekt ten był tak istotny dla ankietowanych ze względu na częstą utratę włosów przez mężczyzn w starszym wieku.

Kolejnym elementem wyglądu jest budowa ciała męskiego oraz dbałość mężczyzny o swój wygląd zewnętrzny. Najważniejsza – zarówno dla kobiet jak i mężczyzn – jest pielęgnacja dłoni. Kobiety aż w 92% udzieliły takiej odpowiedzi, mężczyźni zaś w 59%. Kolejną z ważnych cech mężczyzny w opinii kobiet (63%) jest jego opalenizna. Mężczyźni także uważają, że idealny mężczyzna powinien być opalony – 52% z nich udzieliło takiej odpowiedzi. Co, jak już wyżej wspomniano, mogłoby kojarzyć się z relaksem i miłym spędzaniem czasu.

Równie ważne, szczególnie dla mężczyzn, jest umięśnienie. 56% mężczyzn uważa, że idealny mężczyzna powinien być wysportowany, a 31%, iż powinien być kulturystą. Kobiety zaś mniejszą wagę przywiązują do rozmiaru i stanu męskich mięśni, gdyż tylko 47% z nich opowiedziało się za tym, że ideał musi być dobrze zbudowany i wysportowany, a jedynie dla 7% kobiet kulturysta jest uważany za idealnego mężczyznę.

Jaki kolor oczu powinien mieć mężczyzna męski doskonały model? Niecała połowa ankietowanych określiła kolor oczu mężczyzny, z czego zdecydowana większość wybrała kolor brązowy. Odpowiedzi takiej dokonało 38% kobiet i 27% mężczyzn. Wyniki tychże badań są zbliżone dla obu płci. Niebieski kolor oczu wybrało 12% kobiet i 7% mężczyzn. Ci ankietowani, którzy się wypowiedzieli na ten temat, uważają, iż idealny mężczyzna powinien mieć brązowe oczy.

Następnym „parametrem” wyglądu mężczyzny jest jego zarost. 91% kobiet zwraca uwagę na zarost mężczyzny, natomiast dla mężczyzn wyniki te kształtują się w okolicy 76%. Kobiety w 53% wychodzą z założenia, że mężczyzna powinien być ogolony, bez zarostu, zaś 38% z nich preferuje delikatny zarost. Wyniki badań męskich opinii kształtują się odwrotnie: 47% uznaje, że mężczyzna powinien posiadać delikatny zarost, a 29% jest zdania, że lepiej, gdy jest on ogolony.

Kolejnym elementem wyglądu jest niewątpliwie ubiór. Dla większości badanej populacji ideał męski powinien być ubrany elegancko. Odpowiedź taką zaznaczyło 62% kobiet i 53% mężczyzn. Zdanie mężczyzn na temat ubioru jest jednak podzielone, gdyż także 47% z nich wizualizuje sobie idealnego mężczyznę w stroju sportowym. Żeńska część badanych zdecydowanie częściej uznaje strój elegancki za odpowiedni, gdyż jedynie 23% z nich zaznaczyło strój sportowy.

Podsumowując cechy wyglądu idealnego mężczyzny, należy stwierdzić, że jest on wysoki, o krótkich, ciemnych włosach i brązowych oczach. Oprócz tego musi on mieć zadbane dłonie i paznokcie, przy tym powinien być

wysportowany i opalony. Jego zarost powinien być albo delikatny albo też całkowicie ogolony. Ubierać powinien się raczej elegancko, chociaż zdania na ten temat są podzielone.

Idealne cechy charakteru kobiety

Poniżej przedstawię cechy kobiece, które wybrała przynajmniej połowa ankietowanych kobiet. Są to cechy ich zdaniem najważniejsze, gdyż zostały wybrane najwięcej razy. Prawie wszystkie ankietowane Panie uważają, że powinny być wierne (97%) oraz pracowite (93%), aby aspirować do miana idealnych. Niewiele mniej (85%) ceni sobie u kobiet szczerłość, a 78% poczucie humoru. Poza tym idealna kobieta powinna posiadać stereotypowe cechy kobiece, takie jak: opiekuńczość (70%), czułość (55%), wrażliwość (51%), troskliwość (50%).

Prawie połowa ankietowanych kobiet (45%) uważa, że ideał powinien być optymistycznie nastawiony do rzeczywistości. Ta sama liczba kobiet twierdzi, że idealna kobieta powinna być uczciwa. Niewiele mniej kobiet, bo 42%, postawiło na dokładność. Kolejnymi cechami idealnej kobiety jest zrównowazenie i otwartość, które uznaje za ważną zaletę 40% ankietowanych. Jedynie 33% respondentek chce widzieć swój ideał jako osobę spokojną. Wymienione cechy są tymi, które składają się na wizerunek idealnej kobiety w optyce żeńskiej.

Kolejne cechy będą tymi, które zostały wybierane sporadycznie i – jak się wydaje – nie odgrywają znaczącej roli w konstruowaniu społecznie uznanego ideału kobiecego, będąc raczej odzwierciedleniem indywidualnych upodobań ankietowanych. Są to takie cechy, jak: rzetelność, odwaga, systematyczność. Odpowiedzi takiej udzieliło mniej niż 30% badanych. Pojedyncze osoby za ważne uznały także takie cechy, jak: roztropna (12%), ciepła (8%), szalona (3%).

Następnie przeanalizuję cechy idealnej kobiety widzianej z perspektywy męskiej części badanej zbiorowości. Rozpocznę od przedstawiania tych cech, które mężczyźni zaznaczali najczęściej, a zakończę na tych, które wybierane były najrzadziej. Są również cechy, których nie zaznaczył żaden z ankietowanych mężczyzn, a mianowicie są nimi: roztropność, małomówność, zwariowanie, siła oraz pesymizm. Można wnioskować, że kobieta nie musi posiadać wyżej wymienionych cech, aby być idealną.

Dla wszystkich mężczyzn najważniejszą cechą kobiety jest opiekuńczość, gdyż wszyscy ankietowani wybrali tę odpowiedź. Niewiele mniej ankietowanych (95%) uważa, że powinna być ona pracowita i spokojna (87%).

Ponad $\frac{3}{4}$ respondentów zaznaczyło odpowiedź „wierna”, co może oznaczać, że dla $\frac{1}{4}$ pozostałych mężczyzn idealna kobieta niekoniecznie jest traktowana jako jedyna partnerka, z którą chcieliby ułożyć sobie życie. 72% ankietowanych udzieliło odpowiedzi: „czuła” i „odważna”, a 67% zaznaczyło cechę – „ciepła”. Poza tym 62% Panów chciałoby mieć u swego boku kobietę – optymistkę, a 52% zaznaczyło, że powinna być ona ufająca.

Cechami idealnej kobiety, które wybrała około połowa ankietowanych jest: uczciwość, dokładność, szczerowość, poczucie humoru, wrażliwość, rzetelność oraz otwartość. Mężczyźni bardzo surowo ocenili żeńskie cechy charakteru, uznając znaczną część z nich za znaczącą dla swojego ideału. Najmniej mężczyzn docenia w kobiecie takie cechy, jak: zrównoważenie, szaleństwo, troska, waleczność, delikatność, solidność i systematyczność. Wynika z tego, że tylko niewielki odsetek mężczyzn zwraca uwagę na wyżej wymienione cechy.

Dla mężczyzn najważniejszym przymiotem kobiecym jest opiekuńczość, dla kobiety – wierność. Na drugim miejscu zarówno kobiety, jak i mężczyźni stawiają pracowitość. Trzecia z najważniejszych dla kobiet zalet to szczerowość, zaś dla mężczyzn – spokojność. Wierność mężczyźni stawiają na czwartym miejscu, kobiety zaś na tym miejscu stawiają poczucie humoru. Poza tym ankietowani uznali następujące cechy za jedne z ważniejszych: czułość, odwagę, wrażliwość, optymizm i troskę. Mężczyźni i kobiety mają zbliżone poglądy na idealne cechy kobiece, jednak stawiają je z reguły na różnych pozycjach. Zdaniem kobiet, idealna kobieta powinna być wierna, pracowita, szczerą, z poczuciem humoru, dopiero później wskazują opiekuńczość i czułość. Mężczyźni zaś za najważniejszą cechę uznają opiekuńczość, pracowitość, spokój i wierność, potem dopiero czułość, odwagę, ciepło i optymizm. Jak widać, mężczyźni spostrzegają cechy idealnej kobiety w inny sposób niż kobiety, dane cechy stawiając na różnych miejscach.

Idealne cechy charakteru mężczyzny

Jakie cechy charakteru powinien posiadać idealny mężczyzna? Na te pytanie postaram się odpowiedzieć w kolejnym punkcie. Najpierw przedstawię cechy najczęściej wybierane przez kobiety, a następnie przez mężczyzn.

Wszystkie badane kobiety oczekują od idealnego mężczyzny opiekuńczości i troskliwości. Nie jest tak, jak mówią stereotypy, że mężczyzna

powinien być przede wszystkim silny i twardy¹⁴. Kolejnymi bardzo ważnymi cechami męskimi według ankietowanych kobiet są: inteligencja (95%), szczerłość (93%). Niewiele mniej niż ¾ badanych uważa za nieodzowne cechy idealnego mężczyzny: uczuciowość (72%), wierność (72%), czułość (68%), a także jego ufność (65%).

Ponad połowa kobiet za znaczące u mężczyzny uznaje jego poczucie humoru, romantyzm, mądrość oraz odwagę i odpowiedzialność. Dokładnie połowa respondentek zaznaczyła odpowiedź „porządny”, a niewiele mniej z nich „dojrzały” i „szanujący innych”.

Następnie zaprezentuję cechy, wybierane przez kobiety sporadycznie. Niewiele kobiet za idealne uważa męskość, pewnie w ujęciu stereotypowym. Mężczyzna dla większości z Pań nie musi być także czarujący, miły, szalony, kreatywny, solidny, dokładny, ani też nie musi być optymistą. Żadna z badanych kobiet nie zaznaczyła takich cech charakteru, jak: silny charakter, systematyczny, logiczny, naturalny, pesymista. Cechy te albo nie mają dla nich większego znaczenia albo są niepożądane.

Współczesne kobiety odchodzą od ideału męskiego, opartego o model „silnego mężczyzny”. Dziś zwracają uwagę przede wszystkim na jego opiekuńczość, troskę, a także inteligencję oraz pracowitość. Jak się wydaje, kobiety patrzą na mężczyznę w perspektywie przyszłości. Chciałyby, aby ich mężczyzna dobrze się nimi zajmował, troszczył się o nie i ich dzieci, ale również dzięki swojej pracy i inteligencji mógł zapewnić rodzinie poczucie bezpieczeństwa i dobra materialne.

Sami mężczyźni widzą już nieco inaczej swoją rolę w związku i inaczej rozkładają akcenty przy wskazywaniu na istotne cechy uważane przez siebie za najważniejsze i idealne. Za najważniejsze zalety wszyscy ankietowani uważają pracowitość oraz wierność. Następnie mężczyźni formułują podkreślają znaczenie takich cech jak: męskość (90%), poczucie humoru (87%), odpowiedzialność (80%), mądrość (80%), odwagę (77%), szczerłość (75%), ufność (72%) oraz poszanowanie innych (72%). Cechy te są charakterystyczne dla stereotypowego postrzegania mężczyzny, które mówi nam o tym, że powinien on pracować, być męski i władczy¹⁵.

Okolo połowa badanych Panów wychodzi z założenia, iż idealny mężczyzna powinien być także: inteligentny (55%), opiekuńczy (52%),

¹⁴D. L. Best, J. E. Williams, *Perspektywa międzykulturowa*, [w:] *Kobiety i mężczyźni...*, dz. cyt., s. 130-136.

¹⁵N. Goodman, dz. cyt., s. 169

dojrzały (52%), troskliwy(50%), dokładny (45%), kreatywny (42%) oraz solidny (42%). Cechy widziane jako idealne dla najmniejszej części populacji męskiej, to: silny charakter (25%), uczuciowość (17%), optymizm (15%), romantyzm (12%), czułość (12%), szaleństwo (10%), porządność (7%), czar (7%) oraz najmniej mężczyzn zaznaczyło odpowiedź miły, gdyż tylko 5%. Są także cechy, których żaden z ankietowanych nie zaznaczył. Mianowicie są nimi: systematyczność, logiczność oraz pesymizm.

Badania wykazują, że istnieją dwa różne ideały męskości. Pierwszy to ten, widziany kobiecymi oczyma: jest to męczyzna czuły, opiekuńczy, troskliwy, dbający o swoją wybrankę i rodzinę. Mężczyźni zaś wyobrażają sobie swój ideał jako silnego, męskiego, pracowitego i wiernego swojej partnerce męczyznę. Najważniejszą cechą wspólną dla obu płci jest pracowitość, gdyż zarówno mężczyźni, jak i kobiety uznali ją za jedną z najważniejszych męskich cech. Najważniejszym zadaniem mężczyzny jest zatem praca oraz zapewnianie swojej rodzinie bytu oraz poczucia bezpieczeństwa materialnego.

Zajęcia idealnej kobiety

W tymże punkcie zaprezentuję zajęcia, zainteresowania oraz pracę „idealnej kobiety”. Na początku przedstawię, jakie obowiązki domowe powinna ona sprawować zdaniem obu płci. Następnie przedstawię kwestię pracy zawodowej, zainteresowań oraz sposobów spędzania przez nią wolnego czasu.

Idealna kobieta, zdaniem wszystkich respondentów – żeńskich i męskich – powinna zajmować się praniem. 95% kobiet i 86% mężczyzn do obowiązków idealnej kobiety zalicza sprzątanie. Bardzo podobne wyniki są dla wychowywania dzieci, uważa tak 90% ankietowanych. Niecałe 90% badanych do obowiązków kobiety zalicza gotowanie. Dla większości respondentów, zarówno kobiet jak i mężczyzn, idealna kobieta powinna pracować, sprzątać, gotować oraz wychowywać dzieci. Wyniki te zgodne są ze stereotypowymi obowiązkami kobiety. Jej zadaniem jest wykonywanie wszystkich obowiązków domowych, łącznie z wychowaniem dzieci.

Kolejnym analizowanym aspektem była praca zawodowa kobiet. Największa część ankietowanych kobiet i mężczyzn uważa, że kobiety powinny zajmować się pracą biurową. Zdanie takie ma 90% ankietowanych mężczyzn i 76% kobiet. Warto dodać, że prace biurowe mają zazwyczaj charakter służebny wobec kierownictwa czy też całego zespołu pracowniczego. Być może to tłumaczyłoby taki wybór respondentów: postrzeganie roli kobiety jako służebnej i uzupełniającej pracę innych, pozycję

osoby stojącej w cieniu kierownictwa i jego za sukcesem – czyli podobnie jak w przypadku stereotypu kobiety-żony, stojącej w cieniu męża, wspierającego go w rozwoju jego kariery.

Zdecydowanie mniej osób uważa, że idealna kobieta powinna zajmować stanowisko kierownicze (48% kobiet i 22% mężczyzn). Mężczyźni wyraźnie nie chcieliby dzielić życia z kobietą, która zarządza innymi, kobiety zaś jedynie w 48% uważają, że stanowisko kierownicze jest dla nich odpowiednie. Badani mieli także do dyspozycji odpowiedzi: brak pracy zawodowej oraz praca fizyczna. Nikt jednak nie udzielił takich odpowiedzi, co świadczy o tym, że współczesne kobiety – w optyce obu płci – powinny zajmować się pracą zawodową, a stereotyp kobiety-„kury domowej”, zajmującej się tylko prowadzeniem domu, nie ma współcześnie już racji bytu.

Idealna kobieta, według największej części ankietowanych powinna lubić czytać książki. Zdanie to podziela 76% kobiet i 55% mężczyzn. Znaczna część mężczyzn (45%) oraz jedynie 26% kobiet jest zdania, że kobieta, aby być idealną powinna uprawiać sport. Za oglądaniem telewizji przez idealną kobietę opowiada się 18% kobiet i 42% mężczyzn. Kobiety ewidentnie idealizują intelektualistki, mężczyźni zaś chcieliby, aby ich ideał był wysportowany i inteligentny oraz relaksował się przed telewizorem.

Następnie zaprezentuję opinie respondentów odnośnie wykształcenia oraz uzdolnień idealnej kobiety. Wszyscy ankietowani mężczyźni uważają, że kobieta, by być idealną, musi być wykształcona. Kobiety podzielają to zdanie w 93%. Większość Panów (95%) oraz Panie w 65% są zdania, iż kobieta powinna posiadać wszechstronne uzdolnienia. Niewiele z ankietowanych – raczej pojedyncze osoby – zaznaczyły uzdolnienie artystyczne oraz muzyczne.

Zajęcia idealnej kobiety, według ankietowanych przedstawiają się w następujący sposób: powinna ona wykonywać wszelkie możliwe obowiązki domowe, łącznie z wychowywaniem dzieci, a także pracować zawodowo, najlepiej na etacie w biurze. Poza tym musi być ona wykształcona, odcytana oraz uprawiać sport.

Można jednak wnioskować, że mężczyźni mimo deklarowania swego uznania dla wykształconych i odcytanych kobiet wolą, aby partnerki nie wykazywały większych ambicji intelektualnych, na co może wskazywać zachęta do relaksu przed telewizorem, która nie wymaga nadzwyczajnej aktywności umysłowej, a jedynie raczej biernego śledzenia i przyswajania sobie prezentowanych treści. Podobnie rzecz się ma ze stosunkiem do kobiet sprawujących władzę w pracy – ten typ kobiety nie jest traktowany jako atrakcyjny i idealny „materiał na żonę”.

Można przypuszczać, że z perspektywy mężczyzny to dobrze, gdy może się „pokazać” wśród znajomych ze swoją oczytaną i inteligentną partnerką, która nie przyniesie mu „wstydu”. Jednak z drugiej strony – być może – mężczyzna ma obawę przed przebywaniem z mądrzejszą i inteligentniejszą niż on sam towarzyszką. Prawdopodobnie zbyt (w ocenie mężczyzn) ambitna, samodzielna, rzutka i przedsiębiorcza kobieta rodzi w nich niepokój o swoją pozycję „silniejszego” w związku.

Zajęcia idealnego mężczyzny

Co powinien robić współczesny mężczyzna? Czy stereotyp pracującego mężczyzny, nie włączającego się do obowiązków domowych uległ przemianie? Odpowiedzi na te pytania znajdują się w poniżej przedstawionych wynikach badań.

Zdaniem kobiet (100%) idealny mężczyzna powinien jednak zajmować się wychowywaniem dzieci, a sami mężczyźni ze stwierdzeniem tym zgadzają się w 90%. Do obowiązków ideału powinno należeć także: sprzątanie (72% kobiet oraz 47% mężczyzn) i gotowanie (według 68% kobiet i 35% mężczyzn). Nikt z ankietowanych nie uważa, że mężczyźni powinni wykonywać pranie. Myślę, że decyzja ta spowodowana jest myśleniem stereotypowym. W mediach kreuje się dzisiaj mężczyznę sprząającego, gotującego, jednak praniem w reklamach zajmują się wyłącznie kobiety. Moim zdaniem dużą rolę we wzroście wyników związanych z obowiązkami mężczyzn mają media i reklamy, które kreują trendy i zachęcają do pewnych zachowań.

Najwięcej z badanych osób (55% kobiet i 52% mężczyzn) wyobraża sobie idealnego mężczyznę pracującego na stanowisku kierowniczym, niewiele mniej gdyż 35% kobiet i 48% mężczyzn uważa, że mężczyzna powinien pracować fizycznie. Wszyscy mężczyźni i 90% ankietowanych kobiet uważa, że praca biurowa nie jest spełnieniem ideału męskiego. Głosy mężczyzn na temat pracy są podzielone pomiędzy pracą fizyczną a stanowiskiem kierowniczym. Żaden z mężczyzn nie uważa pracy biurowej za odpowiednią dla ideału męskiego. Kobiety zaś wołałyby, aby ich mężczyzna zajmował stanowisko kierownicze, co prawdopodobnie ma swoje źródło w postrzeganiu mężczyzny jako przywódcy, podejmującego w imieniu i na rzecz innych ważne decyzje oraz kierującego zespołem (co może mieć swoje przedłużenie w spełnianiu takiej roli w rodzinie). Być może jest to spowodowane także motywami natury materialnej, w tym różnicą zarobków na tych dwóch stanowiskach.

Kolejnym analizowanym czynnikiem dotyczącym zajęć męskich są jego

zainteresowania i zajęcia wykonywane w czasie wolnym. Mężczyźni uważają, że najbardziej męskim zainteresowaniem jest uprawianie sportu. Zdania takiego jest 77% ankietowanych mężczyzn. Kobiety zaś jedynie w 30% uważają, że idealny mężczyzna powinien uprawiać sport. Oglądanie telewizji za jedno z ważniejszych zainteresowań męskich uważa 20% kobiet i 52% mężczyzn. Bardzo niewiele ankietowanych wychodzi z założenia, iż idealny mężczyzna powinien być intelektualistą, czytającym książki. Odpowiedź taką zaznaczyło 15% respondentek i 22% respondentów. Mężczyźni w tej kwestii zdecydowanie aktywniej udzielali odpowiedzi niż płeć przeciwna. Jedynie 65% kobiet wypowiedziało się na temat preferowanych przez nie zainteresowań mężczyzn. Świadczy to o fakcie, iż jest to kwestia zbyt istotna dla kobiet.

Ostatnim analizowanym czynnikiem dotyczącym zajęć idealnego mężczyzny są jego uzdolnienia i wykształcenie. Idealny mężczyzna powinien być wykształcony (według opinii 92% mężczyzn i 62% kobiet) oraz wszechstronnie uzdolniony, zdaniem 88% kobiet i 47% mężczyzn. Ankietowane Panie zwracają przede wszystkim u mężczyzn uwagę na ich zdolności, mniej natomiast na jego wykształcenie. Panowie zaś uważają za ważniejsze wykształcenie. Uzdolnienia muzyczne czy artystyczne nie zostały zaznaczone przez żadnego z respondentów, z czego można wnioskować, że takie talenty nie są potrzebne mężczyźnie, aby postrzegać go jako idealnego.

Podsumowując zajęcia idealnego mężczyzny, powinien on dbać o dom, zajmować się dziećmi, a także trudnić się gotowaniem. Oprócz tego, w swojej pracy zawodowej idealny mężczyzna zajmuje stanowisko kierownicze bądź pracuje fizycznie (co nie musi nawzajem się wykluczać w przypadku kierowania ekipą robotników). Wolny czas powinien on spędzać, uprawiając sport lub oglądając telewizję. Bardzo ważne jest dla respondentów także, by idealny mężczyzna był wykształcony i wszechstronnie uzdolniony.

Zakończenie

Ideał współczesnej kobiety i mężczyzny, spostrzegany przez społeczeństwo są to osoby doskonałe, wzorowe. Ludzie poszukują ideałów, szczególnie podczas wyboru partnera, ale także dążą do osiągnięcia ideału własnej osoby. Wyniki badań opisane powyżej przedstawiają nam oczekiwania współczesnego społeczeństwa wobec kobiet i mężczyzn. Można także dostrzec pewną prawidłowość, że ludzie postrzegają ideały przez pryzmat swojego partnera i własnej osoby (z niektórymi osobami miałam możliwość omówić ich odczucia i opinie po wypełnieniu ankiety).

Wygląd idealnej kobiety nie jest spostrzegany w perspektywie kobiety-modelki, a raczej kobiety-partnerki. Wydawać by się mogło, że ideałem kobiety w aspekcie wyglądu są modelki-wysokie, szczupłe, o „talii osy” i dużych piersiach, jednak z moich badań wynika, że najważniejszymi cechami wyglądu idealnej kobiety są: delikatny makijaż, zadbane dłonie oraz elegancki ubiór. Współcześnie powraca się do ideału kobiety-damy, skromnej – a zarazem eleganckiej.

W przypadku wyglądu męskiego zakładałam, że idealny mężczyzna jest wysoki i wysportowany, co znalazło swoje odzwierciedlenie się w niniejszych badaniach. Znaczna część badanej populacji uważa również, że idealny mężczyzna powinien mieć krótkie, ciemne włosy, brązowe oczy, zadbane dłonie, a także powinien być opalony. Dzięki tak szczegółowym opisom wizualizacji ideału męskiego jesteśmy w stanie bez problemu wyobrazić sobie wygląd idealnego mężczyzny.

Stereotypowe cechy charakteru idealnej kobiety to: czułość, opiekuńczość, wrażliwość oraz pracowitość. Okazuje się, że nadal te cechy kobiecego charakteru postrzega się przez pryzmat stereotypów, gdyż wszyscy mężczyźni oraz zdecydowana większość ankietowanych pań uważa, że kobieta powinna być przede wszystkim opiekuńcza i wierna. Pozostałe stereotypowe cechy również znajdują odzwierciedlenie w badaniach, jako te jedne z najczęściej zaznaczanych.

Natomiast stereotypowe spojrzenie na cechy mężczyzny „mówi” nam, że powinien on charakteryzować się przede wszystkim odwagą i pracowitością. Współcześnie jednak jedynie pracowitość znajduje odzwierciedlenie w rzeczywistości opinii moich respondentów. Pozostałe idealne cechy męskie to: czułość, opiekuńczość, troskliwość, wierność. Jak się wydaje, model idealnego mężczyzny znacznie ewaluował przez ostatnie kilkanaście lat. Mężczyzna nie jest już spostrzegany stereotypowo, jako władczy, silny, dominujący żywiciel rodziny. W dzisiejszych czasach od mężczyzn wymaga się troski, opieki, dawania rodzinie poczucia bezpieczeństwa – nie tylko tego materialnego.

Projektując moje badania uznałam, że we współczesnym świecie zajęciami preferowanymi zarówno dla kobiet, jak i mężczyzn mogłyby być: praca zarobkowa, wykonywanie obowiązków domowych oraz wychowywanie dzieci. Założenie to potwierdziło się, zarówno kobiety, jak i mężczyźni wskazywali na zajmowanie się obu płci zajęciami domowymi, a równocześnie pracą zarobkową. Pod tym względem nastąpił duży przełom. Jeszcze kilkanaście lat temu nawet połowa z ankietowanych nie odpowiedziałaby, że

idealna kobieta powinna pracować zawodowo, a mężczyzna powinien gotować czy też sprzątać. W tej kwestii możemy zaobserwować duże zmiany, co jest kolejnym dowodem na to, że ideały ewoluują i się zmieniają.

Duży wpływ na społeczne konstruowanie ideałów, w tym zarówno ideałów kobiecych, jak i męskich, mają niewątpliwie media. To dzięki nim ich użytkownicy zapoznają się z nowymi trendami, propozycjami i zmianami wizerunku kobiety i mężczyzny. Dzięki medialnym przekazom siła społecznego oddziaływania poszczególnych wzorów osobowych umacnia się, a każdy widz czy czytelnik dowiaduje się, jak zachowują się i wyglądają oferowane im „autorytety” oraz chce się do nich upodabniać. Media stanowią zatem ważną część w procesie powstawania i przemiany poszczególnych ideałów – choć ta kwestia, jako taka, nie była przedmiotem moich badań.

Można dodać, że podczas procesu socjalizacji, każda z płci nabywa własne cechy osobowościowe, każda osoba, utożsamiająca się z własną płcią już od lat młodzieńczych podkreśla atuty, związane ze swoją cielesnością i osobowością. Dziewczęta uczą się wykonywać makijaż, zaś chłopcy ćwiczą swoją sprawność fizyczną, chcą być bardziej wysportowani i silni. Jak wskazują wyniki moich badań, każdy człowiek posiada wyobrażenie swojego ideału – w perspektywie którego ocenia siebie oraz otaczających go ludzi. Dzięki temu każdy posiada pewien „plan”, według którego może doskonalić swój wygląd, zachowanie, charakter oraz realizować wymarzone scenariusze swojego życia prywatnego i zawodowego w taki sposób, w jaki odczytuje aktualne wymogi społeczne wobec siebie oraz aby osiągać własne spełnienie.

Bibliografia

- Best D. L., Williams J. E., *Perspektywa międzykulturowa*, [w:] *Kobiety i mężczyźni: odmienne spojrzenie na różnice*, red. B. Wojciszke, Gdańsk 2004, s. 118-142.
- Cross S. E., Markus H. R., *Płeć w myśleniu, przekonaniach i działaniu: podejście poznawcze*, [w:] *Kobiety i mężczyźni: odmienne spojrzenia na różnice*, red. B. Wojciszke, Gdańsk 2004, s. 45-71.
- Deaux K., Kite M., *Stereotypy płci*, [w:] *Kobiety i mężczyźni: odmienne spojrzenia na różnice*, red. B. Wojciszke, Gdańsk 2004, s. 354-377.
- Dębska U., *Wartościowanie zdrowia i aktywność prozdrowotna w kontekście różnic płciowych*, [w:] *Wymiary kobiecości i męskości*, red. B. Bartosz, Warszawa 2011, s. 303-313.
- Goodman N., *Wstęp do socjologii*, Poznań 2001.
- Kluczyńska U., *Wizerunek męskości w mediach*, [w:] *Wymiary kobiecości i męskości*, red. B. Bartosz, Warszawa 2011, s. 149-161.
- Okoń W., *Słownik Pedagogiczny*, Warszawa 1984.

- Przybysz J., *Kobieta w popkulturze-wizerunek na podstawie badań marketingowych*, [w:] *Obszary kultur kobiecych w badaniach płci/rodzaju*, red. E. Pakszys, M. Baer, Poznań 2003, s. 172-183.
- Renzetti C.M., Curran D.J., *Kobiety mężczyźni i społeczeństwo*, Warszawa 2005.
- Sorokowski P., *O atrakcyjności fizycznej w kontekście Darwinowskiej teorii doboru płciowego*, [w:] *Wymiary kobiecości i męskości*, red. B. Bartosz, Warszawa 2011, s. 19-33.

Manga i anime jako nowa propozycja kulturowa*

'Manga' and 'anime' as a new cultural phenomenon

Streszczenie

Tekst przedstawia i systematyzuje wiedzę na temat japońskiego komiksu (*manga*) i filmu animowanego (*anime*). Wskazuje na ich szeroki odbiór i zainteresowanie społeczne nie tylko w samej Japonii, ale i w krajach Zachodu, w tym i Polski. Analizuje wybrane treści zawarte w *manga* i *anime* pod kątem ich pedagogicznej wartości. Ukazuje zagrożenia i szanse rozwojowe dla wychowania i rozwoju ich młodych odbiorców.

Słowa kluczowe: *manga*, *anime*, rozwój dziecka, media

Abstract

The paper presents and structures the knowledge of a Japanese comic (*manga*) and an animated films (*anime*). It points to their wide reception and public interest not only in Japan, but also in Western countries, including Poland. It analyses selected content of the *manga* and *anime* for their pedagogical value. It shows development risks and opportunities for the education and development of their young audience.

Key words: *manga*, *anime*, child's development, media

Ciągły rozwój technologii daje człowiekowi nowe możliwości rozwoju. Świat staje się „globalną wioską”, a elementy kultury różnych nacji stają się dostępne poza krajem, z którego pochodzą. Naturalną konsekwencją takiego stanu rzeczy jest łatwiejszy dostęp do wytworów kulturowych różnych krajów oraz ich przenikanie się nawzajem. Od pewnego czasu daje się obserwować na rynku zachodnim, w tym również w Polsce, rosnąca fascynacja japońską twórczością komiksową oraz filmową. Powszechnie określa się te gatunki *manga* – w przypadku japońskiego komiksu, oraz *anime* – gdy mowa o animacji filmowej.

Zjawiska *anime* i *manga* są zagadnieniami często niejasnymi i niedocenianymi, zarówno w pozytywnym, jak i negatywnym tego słowa znaczeniu. Japońskie serie wzbudzają wiele kontrowersji, mają tyleż fanów,

* W artykule wykorzystano badania przeprowadzone na potrzeby pracy magisterskiej: E. Woźniewska, *Japoński komiks i animacja – próba pedagogicznej analizy*, Uniwersytet Gdański, promotor: M. Stopikowska, Gdańsk 2009.

co zaciekle wrogów. Celem niniejszego artykułu jest zatem przedstawienie i usystematyzowanie wiedzy na temat japońskiego komiksu i animacji¹ oraz poddanie ich pedagogicznej ocenie. W tym celu analizą objęte zostały takie wytwory, jak japoński komiks (*manga*) oraz animacje filmowe (*anime*), a także literatura przedmiotu.

Charakterystyka japońskiego komiksu i filmu animowanego

Manga i *anime* podjąć może właściwie wszystkie tematy, a poszczególne tytuły i filmy tworzone są z myślą o konkretnej grupie odbiorców, takich jak biznesmeni, kucharze, dzieci, młodzież, itd. Siła japońskich *mang* i *anime*, która czyni z nich odrębną dziedzinę kultury, leży w fakcie, iż są one oparte na wielowiekowej tradycji japońskiej, w której sztuka i literatura są ze sobą ściśle powiązane. Zarówno *manga* jak i *anime* nie są przeznaczone tylko dla dzieci. W przeciwieństwie do zachodnich komiksów i filmów animowanych, znacznie częściej są one kierowane do osób dorosłych. W swej treści przedstawiają one egzotyczne dla zachodniego odbiorcy symbole, legendy czy przesłania płynące z ukształtowanego w japońskiej kulturze podejścia do otaczającej rzeczywistości. Omówię zatem najpierw specyfikę komiksu japońskiego, a następnie animacji japońskiej, wskażę pewne wspólne wątki oraz przedstawię zagrożenia i szanse dla rozwoju młodych ludzi korzystających z obu form wspomnianej twórczości.

a. Manga

Tradycja przedstawiania historii w postaci obrazów sięga w Japonii VII w. n.e. Odzwierciedlały one codzienne życie, a także pełniły one rolę karykatur, nośnika informacji, reklam, a nawet ulotek. Współczesna *manga* ukształtowała się jednak dopiero po drugiej wojnie światowej, choć czerpała z dawniejszych

¹ Komiks jest terminem określającym szczególną formę graficznego powiązania rysunku i tekstu literackiego, służącą rozwijaniu narracji lub obrazowaniu znaczeń, której odczytanie jest możliwe w ramach przedstawionego rysunku. Japońska odmiana tej formy przekazu określana jest terminem *manga*. Filmem animowanym nazywa się natomiast film zrealizowany metodą zdjęć poklatkowych rejestrujących fazy ruchu i akcji filmowej. Jego japońską odmianą jest *anime*. Zarówno *manga*, jak i *anime* charakteryzują się własnym unikalnym stylem, który jednoznacznie odróżnia je od innych produkcji tego typu. Więcej nt. komiksu i filmu animowanego: K. T. Toeplitz, *Sztuka komiksu. Próba definicji nowego gatunku artystycznego*, Warszawa 1985, passim; Komiks [w:] Wielka Encyklopedia PWN, red J. Wojnowski, t. 14, Warszawa 2001, s. 183; J. Szyłak, *Komiks*, Kraków 2000, s. 164-172; M. Giżycki, *Nie tylko Disney: rzecz o filmie animowanym*, Warszawa 2000, passim; *Film animowany*, [w:] Wielka Encyklopedia PWN, dz. cyt., t. 9, s. 82.

wielowiekowych tradycji². Ogromny wpływ na jej obecną formę wywarł Osamu Tezuka (1928-1989), zwany obecnie „bogiem mangi”. Łączny jego dorobek obejmuje ponad siedemset tytułów na ponad stu pięćdziesięciu tysiącach stron druku. Najślynniejsze tytuły tego artysty to „*Tetsuwan Atom*” („*Astro Boy*”), „*Shin Takarajima*” („Nowa Wyspa Skarbów”), „*Janguru Taitei*” („Król Lew”), „*Hi no tori*” („Ognisty ptak”), „*Ribon no kisi*” („Czopi i księżniczka”), „*Black Jack*”³.

Komiks japoński wydawany jest najczęściej w postaci magazynów mangowych, zawierających kolejne odcinki różnorodnych opowieści różnych autorów, adresowanych do różnych grup odbiorców – jedno pismo zawiera ofertę dla odmiennych grup czytelników. Magazyny mangowe wydawane są w cyklach tygodniowych, dwutygodniowych bądź miesięcznych, zależnie od tytułu. Dana seria w konkretnym wydaniu przeważnie liczy 20-40 stron, natomiast całkowita grubość jednego magazynu może wynieść nawet 850 stron. Poszczególne serie drukowane są na papierze w innych kolorach. Aby utrzymać niski poziom kosztów, *manga* drukowana jest w czarno-białej kolorystyce, jedynie okładki magazynów drukowane są w kolorze. Zdarza się również, że dany magazyn jest przedrukiem całej, wielotomowej opowieści, która się mieści w jednym lub kilku czasopismach wydawanych w większych odstępach czasowych. Gdy dana seria cieszy się dużym powodzeniem wśród odbiorców, może być wydawana nawet kilka-kilkanaście lat, organizowane są także dodruki starych tomów lub po zakończeniu danego tytułu, na prośbę fanów, autorzy kontynuują daną serię.

Najpopularniejsze tytuły są wydawane w osobnych publikacjach książkowych zwanych *tokoban*, w tym często ze względu na objętość – wielotomowych⁴. *Tokobany* przeznaczone są do kolekcjonowania, więc drukowane są na papierze wyższej jakości. Do magazynów mangowych lub płyt z *anime* często dołączane są materiały bonusowe (tzw. *omake*)⁵. Popularyzacji danego tytułu służy również realizacja filmu animowanego opartego na wydarzeniach z *mangi*, o czym będzie jeszcze mowa dalej. Rozpowszechnianiu danej pozycji służy także produkcja przedmiotów z nim związanych, takich jak długopisy, figurki, zabawki, książeczki do kolorowania, plakaty, notesy, kalendarze oraz inne artykuły papirnicze

² B. Koyama-Richard B., *Manga. 100 lat historii*, Warszawa 2008, s. 7-9.

³ T. Bazylewicz, *Manga. Rozwój komiksu japońskiego 1945-2010*, [praca mgr], Poznań 2011, [w:] <http://www.zeszytykomiksowe.org/skladnica/bazylewicz2011.pdf> (15.09.2014).

⁴ J. Szyłak, *Komiks*, Kraków 2000, s 158.

⁵ *Omake*, [w:] <http://tanuki.pl/slownik/tag/termin> (15.09.2014).

i gadzety. Zagorzali zwolennicy spotykają się na zjazdach fanów, tzw. *konwentach*.

Gdy tytuł odniesie sukces, często jest kontynuowany, może również być wydawany w tomikach przypominających objętościowo książkę (tzw. *bunko*) – do 200 stron. Na jeden tom przypada około dziesięć rozdziałów. Przeważnie (także w Polsce) tomiki te wydawane są na papierze niskiej jakości, w kolorystyce czarno-białej, natomiast okładka drukowana jest w kolorze na lepszym papierze tekturowym. Zdarza się, że po wielu wznowieniach seria ukazuje się w limitowanej edycji luksusowej, w twardej oprawie. Takie wydania przeznaczone są dla entuzjastów danej serii. Tradycyjnie *manga* rysowana jest od strony prawej do lewej i czyta się ją od ostatniej strony (z europejskiego punktu widzenia) do pierwszej, czyli odwrotnie niż w krajach zachodnich. Ma to związek z tradycyjnym pismem japońskim, które czyta się od prawej do lewej. Układ strony traktowany jest bardzo swobodnie, poszczególne obrazki nakładają się na siebie i przenikają, rzadko zdarza się, by były w prostokątnych ramkach. Ten brak porządku jest pozorny, gdyż układ strony jest przez autora pomyślany tak, by komiks stał się bardziej dynamiczny oraz by zwrócić uwagę czytelnika na zdarzenia ważne.

Japońskie komiksy cechuje także złożona fabuła oraz charakterystyka bohaterów. W ambitniejszych wydawnictwach fabuły często są złożone i wielowątkowe, pojawia się wielu bohaterów, którzy mimo pierwotnie drugoplanowej roli mogą przez pewien czas grać rolę pierwszoplanową. Bohaterowie zazwyczaj nie są jednoznacznie źli bądź dobrzy – są to postaci złożone. Wykreowane charaktery posiadają ludzkie cechy, każdy może się z nimi identyfikować. Postaci złe nie są złe, a dobre nie są dobre bez przyczyny – zawsze istnieje uzasadnienie opisanego w komiksie stanu emocjonalnego. Postaci dobre nie są nieskazitelne, mają swoje wady, popełniają błędy jak każdy człowiek, co także wpływa na łatwość identyfikacji odbiorcy z daną postacią. Osiągnięty przez bohatera sukces w dążeniu do celu jest najczęściej poprzedzony jej wysiłkiem i ciężką pracą.

W *mangach* często pojawiają się postacie smoków, aniołów, demonów, bogów, mitycznych stworzeń oraz innych postaci wymyślonych przez autorów. Często bohaterowie ubrani są w kolorową i oryginalną odzież, nie przypominającą rzeczywistych ubiorów. W niektórych *mangach* pojawiają się również tradycyjne stroje japońskie. Sposób rysowania zależy tu wyłącznie od wyobraźni i umiejętności tworzących artystów. *Mangi* rozpoznawalne są ze względu na swój charakterystyczny styl. „Ruchomy obraz”, dynamiczne rysunki, wywołujące wrażenie ruchu, duże oczy to tylko niektóre

z wyznaczników tego stylu. Gesty wykonywane przez bohaterów zaznaczone są wyraźną kreską, co uwydatnia wrażenie ruchu. Dodać trzeba specyficzne poczucie humoru artystów japońskich, szczegółową symbolikę i sposoby wyrażania emocji postaci, które sprawiają, iż czytelnikowi łatwiej jest zorientować się w sytuacji bohatera.

Od pewnego czasu *manga* rozpowszechnia się także poza Japonią, jednak rynek mangowy, w porównaniu z japońskim filmem animowanym, jest wciąż dość ubogi w krajach zachodnich. Wpływ na to może mieć między innymi to, iż oryginalnie *manga* czytana jest od prawej do lewej strony, jak ma to miejsce w tradycyjnym piśmie japońskim. Rynek zachodni wymaga przystosowania komiksu japońskiego do potrzeb odbiorców, więc konieczny jest tzw. *flopping*, czyli zabieg odwracania grafiki i porządkowania kolejności stron. Jest on czasochłonny i podnosi koszty wydawnicze, a przy tym niektórzy twórcy nie zgadzają się na taki zabieg. Przekłady *mang* (również *anime*) na inne języki zawierają notatki, które objaśniają słowa mogące być niezrozumiałymi dla odbiorcy zachodniego (najczęściej dotyczą rodzaju jedzenia, nazw rzeczy czy zwrotów japońskich).

Japoński komiks i film animowany również w Polsce cieszą się coraz większą popularnością. Po produkcje tego typu sięgają najczęściej dzieci i młodzież, zdarza się jednak, że również dorośli. Powoli zwiększa się dostępność *mang* i *anime* na rynku, największą ofertą na gruncie polskim dysponuje sieć sklepów na terenie całej Polski „Empik”, ale *mangi* są dostępne także w innych księgarniach, na aukcjach internetowych, można je też zamówić bezpośrednio od wydawcy. W niektórych pasażach handlowych otwierane są pawilony sprzedające nie tylko komiksy różnego rodzaju, ale również kubki, koszulki i wiele innych przedmiotów zawierających wizerunki bohaterów *mang*. Sklepy te określa się mianem „komikslandii”⁶.

Innym popularnym źródłem rozprowadzania *mang* jest *skanlacja*⁷. Termin ten jest używany głównie przez fanów, a oznacza proces skanowania oryginalnych *mang* i zastępowanie tekstu oryginalnego tekstem przetłumaczonym na dany język, w którym ma się dana *skanlacja* ukazać. *Skanlacje* zastępowane są często kolejnymi tłumaczeniami, na przykład tekst w języku angielskim zastępowany jest tekstem w języku polskim. W różnych krajach powstają grupy fanów zajmujące się *skanlacją*, istnieje wiele stron internetowych, na których *online* można przeczytać całe serie. Sposób ten nie

⁶ Np. www.komikslandia.pl.

⁷ <http://centrum-mangi.pl/scalations/skanlacja.pl/> (15.09.2014).

jest legalny, jednak nie zdarzyło się jeszcze by wydawnictwa procesowały się z grupą lub osobą, gdyż jest to traktowane jako swego rodzaju promocja danego tytułu. Na aukcjach internetowych, takich jak np. Allegro, można także zakupić *mangi* (oraz filmy animowane) pochodzące prosto z wydawnictwa oraz przeczytane *mangi* „z drugiej ręki”.

Na rynku dostępne są również magazyny przeznaczone dla fanów *mang* i *anime*, opisujące miejsca, gdzie można zakupić *mangi*. Zawierają one także recenzje i opisy *mang/anime*, opisują elementy kultury i sztuki japońskiej, przedstawiają zapowiedzi kolejnych tytułów oraz przewidywany termin ich pojawienia się w sklepach. Pierwszym tego rodzaju czasopismem był kwartalnik „*Kawaii*”. W czasopiśmie tym poza elementami opisanymi powyżej, znaleźć można było między innymi odpowiedzi na pytania czytelników, różnego rodzaju artykuły związane z tematyką *mangi* oraz *anime*, odpowiedzi na pytania czytelników, rysunki nadesłane do redakcji, konkursy. Po pewnym czasie „*Kawaii*” zaczęło wychodzić w miesięcznych odstępach czasowych, jeden numer kosztował w granicach 6,00 zł. Obecnie pismo nie jest już wydawane. Inne przykładowe tytuły czasopism tego typu to „*Otaku*”, „*Kyaa!*”, „*Anime +*” oraz „*Jak powstaje manga*”, będące lekcjami rysunku mangowego.

W Polsce istnieją trzy główne wydawnictwa zajmujące się sprzedażą *mang*, a są to Wydawnictwo Japonica Polonica Fantastica, Waneko oraz Egmont. *Mangi* rozprowadzane są w sieci sklepów Empik, księgarniach, sklepach dla fanów oraz przy pomocy internetu. W ten sam sposób rozprowadzane są także japońskie filmy animowane. Najpopularniejsze tytuły *mang* na polskim rynku to kultowe „*Ghost In the Shell*”, „*Dragon Ball*”, „*Sailor Moon*”, „*Naruto*”, „*Full Metall Alchemist*”, „*D.N. Angel*”, „*Tokio Mew Mew*” oraz wiele innych pozycji.

Zarówno w Polsce jak i za granicą w nieregularnych odstępach czasowych w różnych miastach organizowane są tzw. *konwenty*, czyli zjazdy fanów *mangi* i *anime* z całego kraju. Organizowane są przeważnie w czasie weekendów, by więcej osób mogło wziąć w nich udział. Tematyka zjazdów jest różnorodna, dotyczyć może twórczości danego autora bądź konkretnego gatunku jak *science fiction*. Może dotyczyć wydania nowej pozycji lub rocznicy jakiegoś wydarzenia. Podczas konwentu odbywają się różnorodne konkursy i pokazy *anime*, przygotowywane są pokazy parzenia herbaty, sztuk walki, japońskiego pisma, tzw. *cosplay'e*, czyli pokazy strojów ulubionych bohaterów przygotowanych przez fanów, będące często również konkursami. Zjazdy

takie są okazją do zabawy dla uczestników, z przy tym dają możliwość poznania nowych osób o takich samych zainteresowaniach.

Najwięcej informacji na temat *mangi* i *anime* można jednak znaleźć w sieci internetowej⁸. Postępująca informatyzacja pozwoliła również na oglądanie bezpośrednio w sieci kolejnych rozdziałów oraz odcinków *mangi* i *anime*. Jest to niebywałym udogodnieniem dla fanów obu gatunków. Jednak niebezpieczeństwo tkwi w tym, iż strony te nie są wystarczająco zabezpieczone przed dostępem młodego widza do treści dla niego nie przeznaczonych.

b. Anime

Anime i *manga* są ściśle ze sobą powiązane, gdyż najbardziej popularne historie opisane w *mandze* często stają się podstawą fabuły *anime*. Zdarza się także, że dana seria jest nakręcona na podstawie popularnych gier komputerowych. W samej Japonii *anime*, w przeciwieństwie do *mangi*, oglądane jest przez dzieci i młodzież, natomiast w krajach zachodnich ma miejsce sytuacja odwrotna – *anime* oglądane są od dzieci po osoby w średnim wieku i starsze. W Japonii terminem *anime* określa się wszystkie produkcje animowane bez względu na kraj ich pochodzenia. W Polsce używa się najczęściej słowa „*anime*” na określenie animowanego filmu japońskiego.

Rynek filmu animowanego rozwinął się w Japonii niezwykle szeroko. Jednym z powodów są koszty produkcji. Wyprodukowanie *anime* jest tańsze niż nakręcenie filmu aktorskiego. Przy całym bogactwie japońskiej kultury, z której czerpią twórcy *mang* i *anime*, taniej i łatwiej jest zrealizować film animowany. Wiele *anime* wciąż powstaje jednak przy pomocy tradycyjnych technik animacji, jednak techniki komputerowe wykorzystywane są coraz szerzej.

Japoński film animowany niezwykle łatwo jest odróżnić od innych produkcji ze względu na jego styl rysowania. Postaci występujące w *anime* przede wszystkim mają duże oczy. Ten sam sposób rysowania twarzy jest widoczny w *mangach*, a zapoczątkował go Osamu Tezuka⁹. Twierdził on, iż tak narysowane twarze są wyidealizowane, a w oczach można pokazać więcej emocji. Na włosy bohaterów położone jest również charakterystyczne cieniowanie. Bardzo często zdarza się również, że włosy postaci mają kolory

⁸ Np. www.onemanga.me; anime.com.pl; www.kreskowki.fani.pl; www.tanuki.pl; <http://azunime.net>; <https://yatta.pl/> (15.09.2014).

⁹ *Mangowe legendy*, [w:] <http://www.konnichiwa.pl/japan6,39.html> (15.09.2014)

nietypowe i niespotykane w życiu realnym, takie jak np. niebieski, różowy, czy zielony¹⁰.

Niezwykle ważnym elementem charakterystycznym dla *anime* jest muzyka. Często zdarza się, iż ścieżki dźwiękowe do serii tworzone są przez popularnych muzyków i kompozytorów, a wykonują je gwiazdy muzyki¹¹. W celu podniesienia popularności i zwiększenia sprzedaży, do niektórych *anime*, najczęściej opowiadających perypetie osób związanych ze światem muzyki, wydawane są specjalne płyty nazywane drama CD, na których znajdują się piosenki z danego *anime* oraz historie opowiedane przez aktorów podkładających postaciom głos (*seiyū*), które nie muszą być związane z głównym wątkiem fabuły danego serialu. Innym rodzajem płyt są płyty nazywane *image album*. Zawierają one jedynie muzykę z danej serii lub dodatkowo nagrane głosy *seiyū*. Słuchając takiej płyty odbiorca ma wrażenie, jakby aktor rozmawiał z publicznością lub opowiadał o sobie.

Japońskie filmy animowane są dostępne również w świecie zachodnim, a zapotrzebowanie na nie wciąż rośnie. Dlatego też poza Japonią *anime* nagrywane są w *dubbingowych* wersjach dialogowych, które zastępują oryginalne ścieżki. Często też sceny niezrozumiałe dla widzów spoza Kraju Kwitnącej Wiśni oraz potencjalnie nieodpowiednie i obraźliwe w danym kraju są przerabiane bądź wręcz wycinane. Szczególnie dawniej proces ten był intensywny, obecnie natomiast ze względu na upowszechnienie i „oswojenie” się widza z kulturą japońską rośnie zapotrzebowanie na *anime* w oryginalnej wersji. Cenzurze jednak wciąż najczęściej podlegają mocne sceny erotyczne (w produkcjach dla widzów dorosłych) bądź brutalniejsze sceny przemocy, gdyż w kulturze japońskiej rany i obrażenia są pokazywane w realistyczny sposób jako naturalne następstwo przemocy, jednak przez widza zachodniego mogą sprawiać wrażenie agresywnych (dotyczy to głównie serii przeznaczonych dla dzieci).

Niezwykłą popularność na świecie *anime* zaczęło zdobywać w latach 80. i 90. XX wieku. W latach 80. szczególnie popularne stało się zwłaszcza w Australii, Belgii, Francji i Włoszech, a także poza kontynentem europejskim, w Stanach Zjednoczonych i Kanadzie. W latach 90. *anime* dotarło również na rynek krajów Europy Wschodniej, Azji Wschodniej oraz Ameryki Południowej. W Japonii *anime* zostało uznane za jeden z najważniejszych

¹⁰ Por. charakterystyczny dla japońskiego komiksu i filmu animowanego sposób przedstawiania twarzy (Shijou Saikyou no Deshi Kenichi autorstwa Shun Matsuen): <http://anime.tanuki.pl/strony/anime/953/zrzutki> (15.09.2014).

¹¹ *Co to jest anime?*, [w:] <http://manga.elx.pl/articles.php?id=202> (15.09.2014).

nurtów kultury, a ich promocja i eksport rozwinęły się w osobną branżę gospodarki, przynoszącą Japonii ogromne dochody. Obecnie szczególne sukcesy odnosi japońskie studio Ghibli zajmujące się produkcją filmów animowanych. Za najbardziej znany film studia uznaje się *Spirited Away: W krainie bogów* („*Sen to Chihiro no kamikakushi*”), za który to film w 2003 roku otrzymał Oscara. Film ten przez wielu jest uważany za *anime* wszechczasów.

W Polsce emitowane są głównie *anime* dla dzieci lub młodszej młodzieży, czasami poddane już cenzurze przez amerykańskich bądź brytyjskich edytorów. Niektóre serie są zamerykanizowane, najczęściej proces ten dotknął imion. Stacje telewizyjne, regularnie emitujące *anime* to Polsat, TV 4, Cartoon Network i Jetix (seriale dziecięce) oraz kodowane kanały Typer i Canal + (seriale przeznaczone dla starszych widzów). Dystrybucja kinowa na terenie Polski jest ograniczona, w ciągu ostatnich lat w kinach emitowano kilka *anime*. Były to pełnometrażowe filmy oparte na seriach *Pokémonach* i *Dragon Ball*, a także Hayao Miyazakiego – *Księżniczka mononoke*, *Spirited Away: W krainie bogów* i *Ruchomy zamek Hauru*. *Księżniczka Mononoke* wydana została w wersji z dubbingiem amerykańskim oraz polskim lektorem, pozostałe dwa filmy wydano z polskim dubbingiem.

Jednym z najbardziej popularnych źródeł *anime* w Japonii i poza nią (w tym w Polsce) są obecnie płyty DVD. W Polsce *anime* na płytach są wydawane nieregularnie. Do najbardziej znanych należały Anime Virtual (wykupiona przez firmę Vision w 2010 r.) i Anime Gate (nieistniejący oddział firmy Vision). Anime Virtual prowadził sprzedaż głównie przez internet, jednak cieszył się umiarkowanym zainteresowaniem odbiorców ze względu na wysokie ceny. Drugi dystrybutor, Anime Gate oprócz *anime* wydawała także azjatyckie filmy aktorskie oraz animacje z innych krajów Azji, np. koreańskie *Elysium*. Trzecim dystrybutorem japońskich animacji na polskim rynku jest jak dotąd firma IDG, wydawca magazynu Kino Domowe. W lutym 2006 roku z „Kinem Domowym” ukazał się przykładowo *Akira*, a od marca 2007 regularnie wydawano jest serial *Ghost in the Shell: Stand Alone Complex*.

c. Cechy wspólne japońskiego komiksu i animacji

Każdy tytuł, zarówno *mangi*, jak i *anime*, klasyfikowany jest według grup wiekowych, tak jak klasyczny komiks bądź film. W Japonii podział ten jest surowo przestrzegany. W krajach zachodnich pokutuje przekonanie, że rysunkowa pozycja z pewnością przeznaczona jest dla dzieci, stąd oznaczenia wiekowe nie są należycie przestrzegane. Zwiększa to prawdopodobieństwo, iż do rąk młodego użytkownika trafią treści nie przeznaczonego dla niego.

Przekonanie to powoduje również, że osoby dorosłe odczuwają wstyd przed oglądaniem i czytaniem produktów rysunkowych, mimo iż obok tytułów przeciętnych bądź o niskiej wartości istnieją również produkty, które w swej formie i treści są nieporównywalnie ambitniejsze i promują pozytywne wartości.

Podstawowym podziałem *mang* oraz *anime* jest kryterium wiekowe. W podziale tym wyróżniamy następujące rodzaje:

1) *kodomo muke* – *manga* i animacje przeznaczone dla najmłodszych odbiorców; w przypadku *mangi* bohaterowie często dorastają razem z czytelnikiem;

2) *shōjo* – serie skierowane do młodych i nastoletnich dziewcząt;

3) *shōnen* – komiksy przeznaczone dla młodych i nastoletnich chłopców;

4) *young* – historie opowiadające o życiu licealistów i studentów, traktujące o życiu szkolnym oraz czasie wolnym; często się zdarza, iż pozycje te opisują perypetie bohaterów znanych odbiorcom z wersji *shōnen*;

5) *josei* (lub *redikomi*) – *manga* i *anime* dla kobiet;

6) *seinen* – historie dla mężczyzn (w Japonii raczej nie używa się określenia *hentai* – „zbroczeniec”), na które mówi się po prostu komiks dla dorosłych/mężczyzn;

7) *adult* – skierowana do odbiorców dorosłych, historie mogą zawierać takie elementy jak przemoc i erotyka.

Istnieje wiele gatunków i rodzajów *anime*¹². Niektóre pokrywają się z gatunkami kina aktorskiego. Jednakże większość *anime* łączy w sobie elementy kilku różnych gatunków, takich jak elementy akcji, komedii, dramatu, przygody, romansu, fantasy, okultyzmu, erotyki, horroru, *science fiction* itp. Dlatego też utrudnione jest jednoznaczne ich kategoryzowanie. Trzeba też pamiętać, że komiks i film japoński, w przeciwieństwie do europejskiego, nie ma tematów tabu. Na rynku istnieje wiele typów *mang* oraz *anime*, przeznaczonych dla coraz bardziej zróżnicowanych grup odbiorców, między innymi:

1) **edukacyjne** – przeznaczone są dla dzieci i młodzieży, mają swych zwolenników również wśród starszych odbiorców; stanowią one pomoc naukową, przedstawiają lekcje dotyczące literatury, historii, historii sztuki, przedmiotów ścisłych, nawet biografie słynnych ludzi; na końcu każdego

¹² A.D. Petersen, *Anime i manga w Japonii i Ameryce*, [w:] http://www.manga.gildia.pl/publicystyka/anime_i_manga_w_japonii (15.09.2014).

tomu znajdują się syntetyczne wyjaśnienia i kolorowe zdjęcia; gatunek ten jest najmniej znany na Zachodzie;

2) **sportowe** – opowiadają o rywalizacji sportowej; najczęściej spotykane w komiksach sporty to piłka nożna, baseball, tenis, sztuki walki, taniec;

3) **o tematyce fantastycznej** – poruszają tematykę fantasy, często w komiksach w tym nurcie stawiane są pytania egzystencjalne, zmuszające odbiorcę do głębszego zastanowienia;

4) **o tematyce komediowej** – głównym ich zadaniem jest dostarczenie rozrywki; cieszą się niezwykłą popularnością w Japonii;

5) **o tematyce kryminalnej**, w tym powieści detektywistyczne – również cieszą się bardzo dużą popularnością;

6) **poradniki** – dotyczą praktycznie każdej sfery życia, uczą sportu, gotowania, etykiety, można spotkać nawet tytuły poświęcone tematyce medycznej;

7) **miłosne** – często ściśle związane są z erotyką; wywodzą się z tradycji obrazkowej epoki *Edo*¹³; wyróżnić tu można kilka podgatunków tego rodzaju twórczości:

– *ecchi* – *mangi* oraz *anime* zawierające podteksty erotyczne, lecz nie zawierające scen pokazujących stosunki płciowe; przykładowe tytuły: „*Chobits*”, „*Green Green*”

– *hentai* – po japońsku słowo to oznacza tyle, co „zбочeniec”; są to *mangi* i *anime* erotyczne oraz pornograficzne; w samej Japonii termin ten nie jest stosowany i ma negatywny wydźwięk; przykładem może tu być *anime*: *Chōjin densetsu Urotsukidōji*; typ ten dzieli się dalej na podtypy:

- *yaoi* – erotyczne, opowiadające o miłości gejowskiej; pokazane są sceny miłosne;
- *yuri* – erotyczne bądź romantyczne, opowiadające o miłości lesbijskiej, zawierają sceny miłosne;
- *shōtacon* lub *shōtakon* (od *shōtaro complex*) – erotyczne z udziałem młodych chłopców;
- *lolicon* lub *rorikon* (od *lolitacomplex*) – erotyczne *anime* z młodymi dziewczętami;
- *shōjo-ai* (jap. dziewczęca miłość) – historie o romansach między żeńskimi postaciami, np. *Rewolucjonistka Utena*; termin ten w Japonii

¹³ B. Koyama-Richard B., *Manga*, dz. cyt., s. 16.

nie jest w użyciu, natomiast na Zachodzie utworzony został by odróżnić lesbijski romans od historii erotycznych;

- *shōnen-ai* (jap. chłopięca miłość, w skrócie zwane też *BL*, od *boys love*) – historie o romansach pomiędzy męskimi postaciami¹⁴.

Wymieniony wyżej gatunek *mangi* i *anime Yaoi* to twórczość, w której głównym elementem fabuły są homoseksualne związki męskie. Jest on tworzony przede wszystkim przez kobiety. Głównymi odbiorcami gatunku wbrew przypuszczeniom nie są homoseksualiści. Skierowany jest on do heteroseksualnych kobiet, u których cieszy się nawet większą popularnością niż nurt *yuri*¹⁵.

Gatunkiem *mangi* i *anime*, który zdobywa niezwykłą popularność jest twórczość spod znaku lilii, tzw. **yuri**¹⁶. Jest to gatunek japońskiego komiksu i animacji filmowej traktujący o związkach miłosnych pomiędzy kobietami lub dziewczętami. Wyróżnić tu można podgatunek *shoujo-ai* opowiadający o platonicznej miłości pomiędzy partnerkami, natomiast *yuri* traktuje o głębokich relacjach opartych na przyjaźni i miłości pomiędzy dorosłymi bohaterkami. Obecnie wyróżnić można tzw. „nową szkołę *yuri*”, cechującą się stricte lesbijskim charakterem oraz rozbudowanymi portretami psychologicznymi bohaterek¹⁷.

Ponieważ oferta tematyczna *mang* oraz *anime* jest niezwykle zróżnicowana, trudno jest jednoznacznie sklasyfikować te zjawiska artystyczne. Poniżej znajduje się kolejna próba podziału gatunkowego:

– **anime progresywne** – inaczej „film artystyczny”, produkcja łamiąca kanony; termin o niejednoznacznych granicach, trudny do jednoznacznego określenia, m.in. *Furi kuri*, *Mind Game*, *Meikyū monogatari* czy *Wirtualna Lain*;

– **bishōjo** (jap. piękna dziewczyna) – główną rolę odgrywają piękne dziewczyny, np. *Sailor Moon*;

– **bishōnen** (jap. piękny chłopak) – główna rola przypada przystojnym chłopcom, np. „Tajemnica przeszłości”;

¹⁴ Przykładowe tytuły twórczości shounen-ai to *Zetsuai*, *Kusatta Kyōshi no Hôteishiki*, *Tōkyō Babylon*, *X*, *Rurōni Kenshin*, oraz *yaoi*: *Kizuna*, *Ai no Kusabi*, *Color*, *Zetsuai/Bronze Since 1989*, *Fake*, *Boku no Sexual Harassment* (anime uważane za najbardziej obsceniczną produkcję w świecie *yaoi*).

¹⁵ *Yaoi*, [w:] <http://manga.elx.pl/articles.php?id=14&page=1> (15.09.2014); *Yaoi*, [w:] <http://homiki.pl/?s=yaoi> (15.09.2014).

¹⁶ *Yuri*, [w:] <http://manga.elx.pl/articles.php?id=132&page=> (15.09.2014).

¹⁷ Najpopularniejsze tytuły nurtu *yuri* to *Shoujo Kakumei Utena* (*Rewolucjonistka Utena*), *Pieta*, *Indigo Blue*, *Shiroi Heya no Futari*, *Himitsu no Hanazono*. W Polsce wydano między innymi „*Kapłanki przeklętych dni*” czy „*Rewolucjonistkę Utenę*”.

– *josei* (jap. młoda kobieta) – *manga/anime* przeznaczone dla młodych kobiet; rzadko spotykany gatunek;

– *mecha* – *manga/anime*, w którym główną rolę odgrywają wielkie roboty lub humanoidy (każdy byt, którego kształt ciała przypomina ludzkie), np. „Generał Daimos”, „Full Metall Panic!”;

– *moe* – rodzaj *mangi* lub *anime*, w której postaci rysowane są jako zuchwałe lub słodkie, np. „Lucky Star”;

– *seinen* – *manga/anime* przeznaczone dla starszej młodzieży, np. „V”;

– *sentai* (jap. walcząca drużyna) – główne postaci to drużyna superbohaterów, np. „Sailor Moon”;

– *shōjo* (jap. młoda panienka lub mała dziewczynka) – przeznaczone dla dziewcząt;

– *shōnen* (jap. chłopiec) – przeznaczone dla chłopców; najślawniejsze tytuły to między innymi „Dragon Ball”, „Naruto”, „Bleach”;

– *mahō shōjo* (*magical girls*) – opowieści o nastoletnich bohaterkach, posiadających nadprzyrodzone moce, np. „Sailor Moon”;

– *mahō shōnen* (*magical boys*) – odpowiednik *magical girls*, jednak w roli głównej występują chłopcy¹⁸.

Niektóre *mangi* i *anime* powstają dla jeszcze węższych grup odbiorców niż opisane powyżej¹⁹.

Japońskie społeczeństwo dzięki umiejętności odczytywania ideogramów, z których składa się tradycyjne pismo japońskie, „doskonale odczytuje każdy kod, którego zwięzła forma wizualna jest nośnikiem idei”²⁰. Dotyczy to nie tylko odbioru rysunku komiksowego czy animacji filmowej jako całości. Dotyczy to również szczegółu. Japońscy artyści wypracowali szczegółową symbolikę oraz standard przedstawiania emocji. Konkretny symbol oznacza konkretną emocję, co ułatwia szybkie przyswojenie obrazu i odbiór przekazu, dodają również element komiczny. Najczęściej spotykane symbole w *mangach* i *anime* to:

– wielka **kropla potu** (przypominająca łzę) z tyłu głowy – oznacza zakłopotanie;

– **deszcz** – to smutek postaci;

¹⁸ *Anime*, [w:] <http://pl.wikipedia.org/wiki/Anime> (15.09.2014).

¹⁹ Np. wyścigi samochodowe i tuning pojazdów („Initial D” i „éX-Driver”), boks („Ashita no Jō”) itp.

²⁰ B. Romanowicz, *O komiksie japońskim*, [w:] *Manga: komiksowość i animacja w sztuce japońskiej*, B. Romanowicz, K. Malcharek, Kraków 2001 s. 15.

- wiatr niosący **płatki wiśni** od jednej postaci do drugiej (tzw. „wiatr miłości”) – rodzące się uczucie pomiędzy postaciami;
- **krople wody ciekące z oczu** robotów, przedmiotów, zwierząt z powodu deszczu („zastępcze łzy”) – oznaczają tak smutne zdarzenie, że nawet martwe przedmioty są poruszone do głębi;
- **ręka przy twarzy i oczy skierowane ku górze** – zamyślenie;
- **brwi skierowane ku dołowi w stronę nosa** – oznaka złości;
- **złośliwy uśmiech czy śmiech** – jest często pojawiającym się motywem;
- **burzliwa chmura, ciemny kolor o bliżej niezidentyfikowanym kształcie nad głową bohatera**, lub przysiad skulonej postaci – symbolizuje bardzo zły nastrój;
- **pionowe granatowe kreski na czole postaci** – oznaczają mieszankę zdziwienia, zażenowania oraz przerażenia.

Inną cechą charakterystyczną dla *mangi* i *anime* są tzw. *super deformed*. Jest to spotykany w niektórych produkcjach sposób uproszczonego, karykaturalnego przedstawienia postaci w krótkich przerywnikach, kiedy to pokazywane są przesadzone emocje, szczególnie złość lub zaskoczenie, jako humorystyczny dodatek do fabuły²¹.

Przedstawione powyżej przykłady to tylko niektóre z wielu symboli wypracowanych przez japońskich artystów. Rysunek postaci bohatera jest uproszczony, brak kolorów oraz symbolicznie zaznaczone cienie wyodrębniają sylwetkę z pozostałej części rysunku. Na twarzy postaci zaznaczone są tylko usta, oczy oraz brwi, które są niezbędne do wyrażenia emocji. Twarz przedstawiona jest w sposób karykaturalny, usta ułożone są w pozycję, którą w języku potocznym nazwać by można „opadającą szczęką”, co oznacza szok wywołany daną sytuacją. Na twarzy bohatera odczytać można wyraźnie uczucia zaskoczenia i strachu, ale uczucia te nie budują napięcia czy grozy, w tym wypadku raczej tworzą komizm sytuacji. Jednak żeby w pełni poznać i zrozumieć symbolikę zawartą w tego rodzaju twórczości trzeba przeczytać i obejrzeć wiele *mang* oraz *anime*.

Analiza wybranych treści *mangi* i *anime* – szanse i zagrożenia dla wychowania

Sięgając po japońskie serie odbiorca europejski powinien mieć świadomość tego, iż są to produkty innej, zdecydowanie różniącej się od jego,

²¹ Np. Super deformed – zaskoczenie i strach (Shijou Saikyou no Deshi Kenichi autorstwa Shun Matsueno): <http://anime.tanuki.pl/strony/anime/953/zrzutki> (15.09.2014).

tradycji i kultury, co może stwarzać szanse na poznanie odmiennych wzorów kultury, ale i być zagrożeniem dla rozumienia i interpretowania własnych.

a. Odniesienia kulturowe i percepcja świata

Większość *mang/anime* promuje zasady kultury osobistej i zasady zachowań społecznych, takie jak sposoby powitania, żegnania, zasady obowiązujące przy spożywaniu posiłków. Jest to przekaz nie planowany i nie zawierany w treściach specjalnie, chyba że są to tytuły konkretnie temu zagadnieniu poświęcone. Również w innych seriach najczęściej opisywany jest świat i zasady jego organizacji najlepiej znane autorowi. Oba przypadki są mimowolnym propagowaniem pożądaných społecznych zachowań w samej Japonii, poza nią natomiast stanowi rodzaj okna dającego wgląd w tamtejszą kulturę.

Niepokojącą natomiast tendencją obserwowaną w japońskiej kulturze jest **tendencja do uznawania siły i wpływów jako wyznaczników wartości człowieka**. Tendencja do uznawania siły i wpływów jako wyznaczników wartości człowieka ma bezpośrednie przełożenie na przemoc w szkołach, która polega na bezustannym gnębieniu słabszych uczniów. Jest to zjawisko tolerowane przez nauczycieli, gdyż jest elementem przystosowania dzieci i młodzieży do promowanego systemu społecznego. Działania te mają na celu przyzwyczajanie młodych Japończyków do poddawania się woli silniejszych grup, tak jak ma to miejsce w późniejszym życiu zawodowym i społecznym²². Nic więc dziwnego, iż motyw ten pojawia się w wielu seriach *mang/anime*, najczęściej tych, które traktują o życiu szkolnym. *Ouran High School Host Club* jest przykładem przedstawiającym zależność między pozycją studentów w hierarchii rówieśniczej a pozycją społeczną ich rodziców.

Przemoc fizyczna wobec słabszych ukazana jest w wielu seriach, czasem stanowi istotny wątek fabuły. Tak też jest w *Shijou Saikyou no Deshi Kenichi*, w którym głównego bohatera do nauki sztuk walki zmusza właśnie szyderstwo i upokorzenia ze strony silniejszych uczniów szkoły. W zdecydowanej większości *mang/anime* nauczyciele nie reagują, co jest zgodne – niestety – z japońską rzeczywistością. W japońskiej kulturze naturalnym jest, że silniejszy rządzi, a słabsi muszą się podporządkować²³. Takie przedstawienie problemu przemocy, w tym szkolnej, może wśród odbiorców europejskich prowadzić do błędnych wniosków, iż przemoc jest

²² A. Kerr, *Psy i demony. Ciemne strony Japonii*, Kraków 2001, s. 287.

²³ Tamże, s. 288.

czymś naturalnym, co w efekcie może się objawić zwiększeniem przypadków przemocy wśród dzieci i młodzieży.

Zjawisko przemocy wśród dzieci prowadzi do urazów psychicznych u ofiar, a przekaz odebrany podświadomie może wywołać przekonanie, iż z tego rodzaju problemami dzieci muszą radzić sobie same, gdyż nie mogą liczyć na pomoc ze strony dorosłych, bądź dorośli nie są „kompetentni”, by takiej pomocy im udzielić. W przypadku braku nadziei na skuteczną pomoc ze strony dorosłych może dojść do tragicznych w skutkach zdarzeń, niezwykle chętnie nagłaśnianych w mediach, typu próby samobójcze, molestowanie, akty przemocy z użyciem broni. Wątek próby samobójczej wskutek przemocy szkolnej oraz jej odbicia na rozwoju psychicznym dziecka przedstawia np. seria *Myself Yourself*. Serie, w których przemoc w stosunku do słabszych oraz walki są głównym wątkiem to między innymi *Bleach*, *Dragon Ball*, *Naruto*.

Cechą właściwą dla *mangilanime* jest także **krwawość i szczegółowość scen zawierających elementy przemocy**. Jest to charakterystyczne dla pozycji z gatunku akcji i przygodowych. Wyraźnie zarysowane są dwie tendencje: realistyczna i fantastyczna. Pierwszą cechuje bardzo dokładne przedstawienie ran i ich skutków, często bardzo zbliżonych do rzeczywistych. Walki są krwawe i często kończą się śmiercią bohaterów. Do klasycznych tytułów tego rodzaju należą: „Black Lagoon”, „Blue Gender”, „Samurai Champloo”. Drugie podejście to typowo „bajkowe” – fantastyczne przedstawienie scen walki. Sceny te są również krwawe i szczegółowo przedstawione, lecz konsekwencje ciosów i obrażeń są nierealistyczne. Po otrzymaniu śmiertelnych ran bohaterowie walczą dalej, widoczne jest jedynie ich zmęczenie. Taka konwencja pozornie umożliwia obniżenie progu wiekowego dla danego tytułu, jest to jednakże niewłaściwe podejście właśnie z uwagi na pominięcia konsekwencji związanych z odniesionymi ranami. Może to doprowadzić do tragicznych w skutkach zabaw naśladowczych wśród najmłodszych widzów, wynikających z przyjęcia przedstawionych treści za zgodne z rzeczywistością. Do najpopularniejszych tytułów utrzymanych w tej konwencji należą: „Naruto”, „Bleach”, „Dragon Ball”, „Elfen Lied”. W pozycjach ukazujących przemoc zazwyczaj nie bagatelizuje się śmierci, wręcz podkreślana jest jej waga. Jeżeli pozytywny czy negatywny bohater ginie, jest to ważny i dramatyczny moment.

Wątpliwy z punktu widzenia pedagogicznego jest **kult piękna zewnętrznego** propagowany w japońskich seriach. Przejawia się on w nadawaniu wyglądowi zewnętrznemu zbyt wysokiej rangi przy ocenie

postaci. Ewidentnie faworyzowani są bohaterowie piękni, wysocy, zadbani. Szczególnie widoczne jest to w przypadku postaci męskich, których wygląd w dużej mierze decyduje o pozycji społecznej – zaraz po bohaterach odznaczających się siłą fizyczną. Cechy charakteru, zasady, wiedza są traktowane jako trzeciorzędne. Postacie nieatrakcyjne są szykanowane i traktowane jako osoby gorszej kategorii. Taka hierarchizacja bohaterów nie jest bezwzględna regułą, jednakże występuje w większości produkcji.

Skrajnym przypadkiem kultu piękna są postacie męskie w stylu *bishounen*, prezentowane w anime takich jak „*Ouran High School Host Club*”, „*Yamato Nadeshiko Shichihenge*” czy „*Gravitation*”²⁴. Cechą charakterystyczną jest nadanie tym bohaterom rysów damskich – są piękni w stylu kobiecym, zawsze idealnie zadbani. Zajmują oni najwyższe miejsca w hierarchii przedstawionego świata, będąc obiektami westchnień tłumów adoraterek. Styl *bishounen* jest często stosowany w tytułach o tematyce homoseksualnej – *yaoi*. Taka wizja piękna zaciera naturalne granice między płciami i jest zbliżona, jeżeli nie tożsama, z dzisiejszym trendem metroseksualizmu wśród mężczyzn.

Umnieszanie wagi cech wewnętrznych w ocenie człowieka jest niewątpliwie negatywnym przekazem, szczególnie dla najmłodszych odbiorców, dopiero kształtujących swój światopogląd. Istnieje też niebezpieczeństwo przeniesienia wartości prezentowanych w anime i mandze na grunt rzeczywistości, szczególnie ze względu na podłoże fabularne tych produkcji, jakim jest najczęściej szkoła. Wysoce kontrowersyjne są również elementy homoseksualne i metroseksualne, które mogą zaburzyć rozwój tożsamości płciowej oraz zniekształcić światopogląd młodych odbiorców.

Nietypowym aspektem japońskiej twórczości rysunkowej jest brak jednoznacznej oceny postaci w kategoriach dobra i zła. Postacie pozytywne mają z reguły pewne charakterystyczne wady, jak na przykład egoizm, narcyzm, tchórzostwo, lenistwo, dzięki czemu łatwiej jest odbiorcy identyfikować się z bohaterami. Postacie negatywne nie są zazwyczaj złe z natury – wskazywane są przyczyny ich zejścia na złą drogę. Wyraźnie zaznaczono to w anime „*Clannad*” oraz „*Kenichi*”. Ukazanie związków przyczynowo-skutkowych między historią postaci, a ich postępowaniem ma – poza walorem fabularnym – także wartość wychowawczą. Jednakże

²⁴ Np.: Zewnętrzne piękno w konwencji *bishounen* (Yamato Nadeshiko Shichihenge autorstwa Tomoko Hayakawy), <http://anime.tanuki.pl/strony/anime/906/zrzutki> (15.09.2014).

dystansowanie się od ocen moralnych oraz zacieranie wyraźnej różnicy między dobrem i złem zdecydowanie nie jest korzystna dla rozwoju dzieci.

Stosunkowo niebezpiecznym i krytykowanym na Zachodzie motywem w *anime* i *mandze* są **motywy okultystyczne**. Do zachowań okultystycznych zalicza się różnego rodzaju zaklęcia, znaki i magiczne przedmioty takie jak talizmany czy amulety. W ten sposób młody widz oswaja się niejako z praktykami okultystycznymi, przez co może spaść poziom jego ostrożności do różnych praktyk magicznych. Skutkować to może w przyszłości większą podatnością na uczestnictwo w różnego rodzaju sektach i wzmożoną podatnością na inne zagrożenia duchowe. Za okultystyczne motywy uważa się z reguły działania i symbole o wybitnie spirytualistycznym zabarwieniu, jak na przykład runy czy odmawianie inkantacji. Znaczna część pozycji *anime/manga* zawiera w sobie te elementy, jednakże w większości przypadków mają one łagodny wymiar i nie odbiegają od standardów europejskich. Wynikają ze specyficznych legend i wierzeń w kulturze azjatyckiej, w tym właśnie japońskiej, i służą najczęściej do wzbogacenia fabuły.

Zdarzają się jednakże pozycje, których głównym wątkiem napędzającym narrację są właśnie elementy okultystyczne o mocno kontrowersyjnym zabarwieniu. Doskonałym przykładem jest tu *Full Metal Alchemist*, w którym głównym wątkiem są rozważania nad naturą alchemii. Pomimo dość przystępnej i łagodnej formy graficznej tej serii, treści w niej zawarte zdecydowanie nie są przeznaczone dla młodszych odbiorców. Pojawiają się tam takie elementy kojarzone z praktykami magicznymi, jak ofiary krwi, ofiary z ludzi, kreślenie runów czy rzucanie klątw. Motywy te są bardzo szczegółowo ukazywane i mogą doprowadzić młodego widza do podjęcia prób naśladowczych.

Innym przykładem epatowania treściami okultystycznymi jest *manga/anime Hellsing*²⁵. Seria ta cechuje się bardzo dużą brutalnością i krwawością przedstawionych obrazów a także silnie antychrześcijańską fabułą. Każda decydująca walka opiera się na inkantacjach o stosunkowo drastycznej treści. Często są one nastawione antagonistycznie do religii chrześcijańskiej. Głównymi bohaterami serii są wampiry, które zamieszkują tereny Wielkiej Brytanii w czasach zbliżonych do nam współczesnych. Jednoznacznie negatywną postacią w tej serii jest ksiądz egzorcysta,

²⁵ Znamiona okultyzmu – gesty oraz symbole (Hellsing autorstwa Kouta Hirano), <http://anime.tanuki.pl/strony/anime/65/zrzutki> (15.09.2014).

przedstawiony jako demon, oraz jego przełożony. Chrześcijaństwo jest przedstawione karykaturalnie i odstręczająco.

Kolejny tytuł, *Asura Cryin*, choć w łagodniejszej postaci, również zawiera elementy okultystyczne. Pojawiają się w niej różnego rodzaju znaki, okręgi, runy. Mowa jest o „pogrzebowych lalkach”, czyli ofierze z człowieka dla ogromnego robota. Chrześcijanie są pokazani w przeinaczonej postaci, jako fanatycy, którzy za wszelką cenę chcą niszczyć nieakceptowaną inność, ponieważ taką wizję ma osoba im przewodząca. Demony przedstawione są jako dobre, które należy chronić przed morderczymi zapędami chrześcijan. Wszystko to przedstawione jest w miłej dla oka grafice, co zacierać może przekazywane treści. Opisane powyżej serie są traktowane w środowiskach młodzieżowych jako kultowe, co zwiększa prawdopodobieństwo sięgnięcia po nie osób młodych, o ograniczonej umiejętności rozgraniczenia rzeczywistości i fikcji oraz różnienia dobra i zła.

Często krytykowanym elementem japońskiej twórczości rysunkowej i animacji są **motywy erotyczne**. Faktem jest, iż w produkcjach mniej ambitnych często stanowią one główny motyw napędzający fabułę, jednakże zazwyczaj są one tylko podstawą żartów sytuacyjnych. Z reguły sceny o zabarwieniu erotycznym, takie jak ukazanie damskiej bielizny czy rysowanie postaci dziewczęcych z nienaturalnie wielkimi piersiami, nie mają za zadanie wzbudzania podniecenia u odbiorcy. Dobrym przykładem są tytuły takie jak „*Ah! My Goddess*”, „*Akikan*”, „*Love Hina*”, „*Asu no Yoichi*”, „*Air Gear*”, które wykorzystują elementy o zabarwieniu erotycznym w celach czysto komediowych, bądź do zaznaczenia budzącego się w młodych bohaterach zainteresowania płcią przeciwną²⁶. Istotnym faktem jest fakt, iż próby naruszania sfer intymnych, bądź „nadmiernego zainteresowania”, spotykają się z natychmiastową i ostrą reakcją obronną ze strony bohaterek i bohaterów dorosłych – wszelkie negatywne zachowania są jednoznacznie potępiane. Ukazane są w ten sposób społeczne granice, jakie są dozwolone w kontaktach między płciami.

Niestety znaczna część produkcji *anime/manga* to produkcje o bardzo negatywnym przekazie z pedagogicznego punktu widzenia. Mowa tu o tytułach, w których wątki erotyczne są motorem napędzającym fabułę²⁷. Za przykład mogą posłużyć: „*Agent Aika*”, „*Girls Bravo*”, „*Green Green*”, „*Onegai*

²⁶ Nienaturalnie duży biust jako konwencja kreski (Tona-Gura! autorstwa Hidetaka Kakeia), <http://anime.tanuki.pl/strony/anime/861/zrzutki> (15.09.2014).

²⁷ Np. Erotyzm podstawą akcji (Amenaide Yo! Katsu! autorstwa Bohemian K i Toshinori Sogabe), <http://anime.tanuki.pl/strony/anime/817/zrzutki> (15.09.2014).

Teacher". Są to tytuły, które przyciągają widza właśnie elementami erotycznymi, często ukazując bohaterki w pełnym negliżu i niedwuznacznych pozycjach, czasem przedstawiając nawet same akty seksualne. Fabuła tych produkcji jest tylko tłem do ukazywania kolejnych scen o zabarwieniu erotycznym, mających wzbudzić w widzu ciekawość i podniecenie seksualne. Wartym przytoczenia przykładem jest wspomniane *anime* „*Onegai Teacher*” (tłum. „Proszę nauczycielko”) w którym ukazano związek ucznia z nauczycielką. Tytuł ten nasycony jest scenami ewidentnie erotycznymi, włącznie z ukazaniem aktu, który jest wręcz kulminacją całej serii. Skrajnym przykładem nadużycia erotyki w *anime* i *mandze* jest wspomniany już wcześniej gatunek nazywany „*hentai*”. Jednoznacznie można go sklasyfikować jako czystą pornografię, gdyż treści w nim przedstawione niczym nie różnią się od tradycyjnych filmowych produkcji tego typu.

Elementy erotyczne oraz ukazanie przemocy w *anime* i *mandze* stanowią największe zagrożenie wychowawcze. Głównym problemem jest tu bardzo duża dostępność i brak wyraźnej klasyfikacji tytułów z podziałem na grupy wiekowe. Tytuły dystrybuowane poprzez sklepy i księgarnie na rynku europejskim mają często oznaczenia ograniczeń wiekowych, jednakże ich przestrzeganie jest minimalne. Wynika to zarówno z typowo handlowego podejścia sprzedawców, jak i nieświadomości rodziców, którzy kupują swoim dzieciom tytuły dla nich nieodpowiednie – utożsamiając kreskówki japońskie z typowymi zachodnimi produkcjami. „Cukierkowa” okładka z niewinną postacią kryje często treści przeznaczone tylko i wyłącznie dla odbiorców pełnoletnich. Bardzo dużym problemem jest dostępność do *anime* i komiksów japońskich poprzez sieć internet. Serwisy WWW, takie jak www.kreskowki.fani.pl, www.animetv.pl, www.anime-online.info.pl, www.youtube.com mają w swoich zasobach produkcje ewidentnie nie przeznaczone dla widzów niepełnoletnich. Zdarza się, iż tytuły kontrowersyjne są opatrzone tylko krótkim ostrzeżeniem, jednakże nie stanowi ono żadnego zabezpieczenia, jest jedynie prawnym wymogiem do którego serwisy są zobowiązane. Kluczową kwestią jest więc znalezienie sposobu na ograniczenie odbiorcom niepełnoletnim dostępu do niepożądanych tytułów oraz ich jednoznaczna kategoryzacja.

Stosunkowo mało uwagi w produkcjach japońskich *manga/anime* poświęca się tematyce **degradacji środowiska naturalnego**, która jest znaczącym problemem Japonii. Większość komiksów i filmów animowanych, których fabuła rozgrywa się w czasach teraźniejszych przedstawia Japonię jako kraj czysty, którego mieszkańcy żyją w zgodzie z naturą. Wbrew realiom duża

część produkcji *anime/manga* ukazuje bujne lasy i piękne wybrzeża, czyli miejsca, które w rzeczywistości są zalane tonami betonu. Jednak wnikliwy obserwator zauważy, iż w wielu seriach opowiadających o życiu miejskim w tle widoczne jest charakterystyczne dla Japonii zagospodarowanie terenu – małe przestrzenie, domy wybudowane *visavie*, wszechobecny beton.

Swoistym wyjątkiem jest tu *anime* „*Clannad*”, w którym jednym z wątków fabularnych jest problem niszczenia środowiska jednego z miast. Porusza się tu kwestię kosztu alternatywnego budowy nowego szpitala – zniszczenia parku, w którym główni bohaterowie spędzali czasy swojej młodości, dylematu, czy zniszczenie części środowiska i budowa nowego szpitala przyniesie więcej korzyści czy szkód dla mieszkańców miasta. *Anime* nie dostarcza jednoznacznej odpowiedzi, ale niewątpliwie pozytywny jest fakt podjęcia problemu degradacji środowiska.

b. Uczucia, emocje, rozwój osobisty

Wiele tytułów japońskich komiksów i animacji filmowych podkreśla rolę rodziny, ukazując tworzące się relacje wewnątrzrodzinne i ich znaczenie dla rozwoju emocjonalnego człowieka. Prawidłowo funkcjonująca rodzina, której obraz bardzo często pokazywany jest w *magach* oraz *anime*, może pomóc ukształtować młodemu człowiekowi zespół umiejętności zwanych inteligencją emocjonalną, na którą składają się między innymi takie komponenty, jak nawiązywanie i podtrzymywanie związków z innymi oraz rozpoznawanie emocji u innych (tzw. empatia)²⁸. Bohater nie posiadający własnej rodziny bądź wychowujący się w rodzinie pod jakimś względem dysfunkcyjnej jest przygnębiony, często patrząc z boku zazdrości innym ich własnej rodziny. W kulturze japońskiej przynależność do danego rodu czy klanu była dawniej mocno akcentowanym elementem życia codziennego. Współcześnie w japońskich rodzinach z powodu pracy zawodowej obserwowany jest niestety rozpad więzi. Jednak przesłanie płynące z wielu serii jest jasne – człowiek podświadomie dąży do bliskich kontaktów emocjonalnych z innymi ludźmi, członkowie rodziny są najważniejsi, są dla siebie nawzajem wsparciem, bez rodziny człowiek jest samotny, nieszczęśliwy i zagubiony, co widoczne jest na przykład w serii *Yamato Nadeshiko Shinchi Henge*.

Więzi rodzinne ukazane są często poprzez pryzmat wzajemnego przywiązania do siebie nawzajem rodzeństwa i innych członków rodziny.

²⁸ D. Goleman, *Inteligencja emocjonalna*, Poznań 1997, s. 80-81.

Niezwykle istotnym elementem łączącym rodzinę są wspólne posiłki. Tradycja wymaga określonego sposobu ich przygotowania i podania. Natomiast wspólne spożywanie posiłku jest często okazją do rozmów na tematy związane z życiem rodziny, ze szkołą dzieci, ich problemami i radościami. Inną oznaką wzajemnego przywiązania do siebie rodziny są domowe ołtarzyki, na których często znajdują się zdjęcie ważnej osoby, która zmarła. Element zagubienia z powodu braku rodziny jest motywem przewodnim w serii *Clannad*, co w wolnym tłumaczeniu oznacza właśnie rodzinę. Główny bohater, Tomoya, żyje w konflikcie z własnym ojcem, cierpiącym na chorobę alkoholową. Raczej nie bierze udziału w życiu szkolnym, odłącza się od grupy, jest postrzegany jako chłopak z marginesu. Pewnego dnia idąc do szkoły spotyka nieśmiałą i dziwną dziewczynę. Pokazana jest metamorfoza głównego bohatera, który dzięki Nagisie powoli zaczyna się angażować emocjonalnie, pojawiają się inni bohaterzy, tworzy się grupa przyjacielska, w której każdy ma swoje problemy, ale dzięki współpracy i wrażliwości przyjaciół udaje się je rozwiązać.

Serie japońskie często podkreślają **znaczenie przyjaźni w życiu człowieka**. Ukazują, jak bardzo samotny i zagubiony może czuć się człowiek, gdy nie posiada wsparcia przyjaciół. Grupa przyjacielska daje potwierdzenie własnej wartości, dodaje pewności siebie młodemu człowiekowi. Rozwój społeczny, który w dużej części dokonuje się w grupie rówieśniczej, jest podstawowym procesem, „dzięki któremu dochodzi do integracji jednostki z grupą społeczną, poprzez uczenie się kultury tej grupy i własnej w niej roli”²⁹; ma on istotne znaczenie w życiu człowieka. Z racji dużej plastyczności rozwoju psychicznego w okresie rozwoju, szczególnie podatne na wpływy zewnętrzne są dzieci i młodzież. Otoczenie społeczne człowieka, zmiany w nim występujące mogą prowadzić do zmian osobowościowych jednostki.

Przykładem może tu być tytuł *Myself Yourself* czy „*Shijou Saikyou no Deshi Kenichi*”, który opisuje samotność i zagubienie dorastającego człowieka, gdy jest on pozbawiony przyjaciół. Opowiada również o tęsknocie za osobami, które jako przyjaciele akceptują bohatera takim, jakim jest. Główny bohater serii wraca do miasta, w którym mieszkał jako dziecko i w którym był częścią grupy przyjacielskiej. W miarę rozwoju serii coraz bardziej widoczne jest, jak brak akceptacji ze strony grupy rówieśniczej może być destruktywny dla rozwoju młodego człowieka. W tym wypadku brak akceptacji ze strony

²⁹ S. Kowalik, *Rozwój społeczny*, [w:] *Psychologia rozwoju człowieka. Rozwój funkcji psychicznych*, red. B. Harwas-Napierała, J. Trempała, t. 3, Warszawa 2002, s. 72.

nowej grupy mógł doprowadzić do tragedii. Bohater świadomie wybrał powrót do dawnego miejsca zamieszkania i przyjaciół z dzieciństwa, gdyż zdawał sobie sprawę, jak ważną jest przyjaźń w życiu człowieka, dlatego też nie chciał utracić kontaktu z dawnymi przyjaciółmi.

Innym podejściem do tej tematyki jest przedstawienie niedogodności i trudów życia osoby samotnej. *Manga/anime* takie jak *Clannad* (co oznacza rodzinę), czy *Naruto* ukazują cierpienie samotnego bohatera wynikające z braku rodziny i przyjaciół, pozostającego w izolacji od rówieśników i otoczenia. Samotny bohater często jest nieszczęśliwy i zagubiony pomiędzy dobrem a złem, które to uczucia zostają zniwelowane poprzez nawiązanie przyjaźni. Płyne stąd pozytywna refleksja, dotycząca konieczności zacieśniania więzi społecznych, konieczności akceptacji wśród rówieśników czy innej znaczącej dla odbiorcy grupy społecznej, jak również wpływu głębokich związków i więzi emocjonalnych na życie człowieka. Seria *Oh! My Goddess* ukazuje potrzebę znalezienia miłości i potwierdzenia własnej wartości w oczach innych osób.

Ciekawe i bardzo dojrzałe podejście do tematyki przyjaźni porusza wspomniana wcześniej seria *Myself Yourself*. W grupie przyjacielskiej nie tylko spędzany jest wolny czas czy czas nauki. W grupie tej jej uczestnicy szanują siebie nawzajem, łączą ich wspólne cele, ale także stanowią dla siebie wsparcie w trudnych chwilach, są wyczuleni na problemy przyjaciół i reagują na nie. W serii tej poruszone zostały również tak poważne tematy jak problem agresji, przemocy i znęcania się wśród uczniów w szkołach, brak akceptacji i zrozumienia w grupie rówieśniczej, próby samobójcze wśród młodzieży i sposoby zapobiegania im. Jednak najważniejszym wątkiem była budowa więzi emocjonalnych z drugim człowiekiem oraz sposoby pielęgnacji uczucia przyjaźni.

Przez *manga/anime* poruszany jest temat „pierwszej miłości”. Najczęściej ma to miejsce w seriach szkolnych, przeznaczonych dla młodzieży. Sposoby nawiązywania znajomości i pokonanie swej nieśmiałości w stosunku do płci przeciwnej to najczęściej przewijające się motywy. Pozytywnym jest fakt, iż w związkach tych na pierwszy plan wysuwa się miłość platoniczna i zafascynowanie osobowością drugiej postaci, czerpanie przyjemności po prostu z bycia z drugą osobą, szacunek do niej, dopiero w dalszym planie oscyluje się fascynacja fizycznością oraz seksualnością. Jeżeli już dochodzi do aktu seksualnego pomiędzy bohaterami, ukazany jest on aluzyjnie i ma miejsce pod koniec serii, gdy bohaterowie są ze sobą długi okres czasu, ufają

sobie wzajemnie i jest to ich wspólna decyzja, gdyż oboje chcą przeprowadzić swój związek na kolejny etap.

Pozytywnym wzorcem wpływającym z takich serii jest ukazanie, jak powinny wyglądać zaloty, najważniejsze elementy w związku, zasady budowania więzi damsko-męskich. Obrazy te są również zgodne z normami społecznymi. Tytuły te przedstawiają naturalne fazy romansu, takie jak zafascynowaniem drugą osobą, chęć jak najdłuższego spędzania z nią czasu i kwestie z tego wynikające, nieporozumienia, kłótnie, problemy dnia codziennego, brak czasu oraz sposoby radzenia sobie z nimi. Różnice w postrzeganiu świata przez kobiety i mężczyzn mogą być źródłem gagów sytuacyjnych, poprzez zabawę odbiorca jednak przyswaja pewne wiadomości. Przykładem mogą tu posłużyć serie *Kareshi Kanojo no Jijou* czy *Bokura Ga Ita*. W obu powyższych pozycjach pokazany jest świat z punktu widzenia obojga bohaterów, co może uświadomić młodemu widzowi, że konkretna sytuacja z perspektywy drugiej osoby może być odbierana zupełnie inaczej, to co jest obojętne dla jednej strony związku, drugą może zranić do głębi.

Częstym motywem zarówno w szkolnych, sportowych, jak i bardziej ogólnych *mangach/anime* jest konieczność **współdziałania grupy**. By osiągnąć sukces, jest to wręcz niezbędny warunek, poza ciężką pracą poszczególnych jednostek na rzecz własnego rozwoju. Najczęstszym przykładem współdziałania jest walka o wspólny cel, w której poszczególni bohaterowie wykorzystują swoje unikalne zdolności, aby się nawzajem uzupełniać i wspólnie osiągnąć cel. Jest to podstawowa zasada panująca w społeczeństwie japońskim, która wypływa z zasad szintoizmu. Dobrym przykładem może tu być seria „*Air Gear*” czy *Kareshi Kanojo no Jijou*. Taki przekaz jest treścią niewątpliwie pozytywną, gdyż w dzisiejszych czasach obserwuje się tendencje do samotnej walki, współzawodnictwa i niechęci do współdziałania. Obserwowana tendencja do samotnego działania oraz niechęci do wykonywania działań w grupie jest niewątpliwie negatywna, gdyż wzmacnia postawy alienacji i braku zaufania do osób drugich, co może uniemożliwić budowę satysfakcjonujących związków emocjonalnych z innymi osobami. Uniemożliwia również wykorzystanie w pracy zawodowej i nie tylko tzw. efektu synergii.

Stosunkowo wysoka wartość niektórych *mang/anime* wypływa z podkreślenia roli **ambicji** oraz dążenia do doskonałości w życiu człowieka. Są one ukazywane zazwyczaj na tle rywalizacji sportowej i szkolnej. Istotnym elementem jest tu ukazanie motywacji kierujących bohaterami. Najczęściej

pokazana jest droga bohatera do spełnienia postawionego celu, jego determinacja i przeszkody, jakie musi on pokonać. Zdarza się również, że ambicja przewija się w tle jako motyw poboczny, przy okazji głównej opowieści pojawia się w tle jako element kultury japońskiej.

Zdarza się, iż ambicja bohatera przybiera ekstremalne, z punktu widzenia europejskiego odbiorcy, rozmiary, przez co staje się ona problemem. Ukazane jest, jak dana postać zmierza ku realizacji swoich celów, zapominając jednocześnie o podstawowych ludzkich wartościach takich jak sprawiedliwość, przyjaźń, miłość, rodzina. Widoczne jest to np. w serii *Kareshi Kanojo no Jijou*.

Bohaterowie zbyt ambitni nie unikają drogi „po trupach”, czego dobrym przykładem może być postać Leloucha z serii „*Code Geass*”. Dla osiągnięcia własnego celu jest on gotów poświęcić wszystko i wszystkich. Postać ta jest głównym bohaterem tej produkcji, jednak nie jest postacią jednoznacznie pozytywną bądź negatywną, raczej trudną do sklasyfikowania w kategoriach dobra i zła. Wzbudza to u odbiorcy pewien dysonans poznawczy. Pomimo osiągnięcia swojego celu przy jednoczesnym ocaleniu wielu istnień ludzkich zostaje on napiętnowany za sposób, w jaki go osiągnął. Takie przedstawienie uczucia, jakim jest ambicja, ma duże znaczenie wychowawcze. Ukazuje, iż nie można bezwarunkowo zatracać się w realizacji swojego celu jednocześnie szkodząc innym.

Inne podejście do tematu ambicji prezentują niektóre produkcje określane mianem sportowych. Część bohaterów poświęca się bez reszty swoim dyscyplinom sportowym, podporządkowując rywalizacji sportowej całe swoje życie. Sport nie jest przez nich traktowany jako rozrywka, lecz jako kolejne pole do rywalizacji. Często serie te tematykę sportową traktują jednostronnie, pokazując bezgraniczne poświęcenie jako jednoznacznie pozytywne. Zdarzają się również pozycje, które podkreślają kwestię wyrzeczeń i utraty radości płynącej z uprawiania sportu. Przykładem takiej produkcji jest *manga/anime „Suzuka”*. Przesłaniem tej serii jest, podobnie jak w „*Code Geass*”, zachowanie umiaru w wyrzeczeniach prowadzących do osiągnięcia celu.

Istnieją również serie, które ukazują sport nie tylko jako pole do rywalizacji, ale przede wszystkim jako życiową pasję. Tutaj ambicja wpływa z chęci bycia najlepszym w dziedzinie, którą się kocha. Tak właśnie jest w przypadku serii *Piłka w grze*. Seria ta opowiada o przygodach szkolnej drużyny sportowej z perspektywy jednego z jej członków, pasjonata piłki nożnej, który swą miłością do tej gry zaraża kolegów z drużyny. Pokazane są

jednocześnie rozterki młodych ludzi dotyczące wyboru pomiędzy swą pasją a oczekiwaniami i naciskami rodziców, pierwsze miłości oraz problem śmiertelnej choroby jednego z rówieśników. Wszystkich bohaterów łączy jednak wspólna pasja i radość płynąca z jego uprawiania.

Inną charakterystyczną dla japońskiej kultury cechą są **sztuki walki**, dlatego też temat ten eksploatuje wiele *mang/anime*. Część produkcji traktuje je tylko i wyłącznie jako element w samej walce, inne natomiast pokazują złożoność problematyki sztuk walki. Dobrym przykładem jest tytuł *Shijou Saikyou no Deshi Kenichi*. Poza bogactwem i dużym realizmem przedstawionych sztuk walki obserwować można znaczny rozwój emocjonalny postaci. W serii tej istotne jest również ukazanie filozofii wschodnich sztuk walki, takich jak dążenie do samodoskonalenia, spokoju ducha ideału pomocy słabszemu. Podkreślana jest rola przyjaciół, którzy niejednokrotnie mogą zastąpić rodzinę. Jest to niewątpliwie pozytywny wzorzec, kontrastujący z dążeniem do zdobycia siły by osiąść władzę i chwałę, spotykanych w innych produkcjach. Jest to również promocja sztuk walki jako japońskiego dziedzictwa kulturowego.

Konieczność **samosdoskonalenia** i dążenia do perfekcji jest bardzo powszechnym tematem poruszonym w *mangach/anime*. Najmocniej akcentuje się ten motyw zarówno we wspomnianych pozycjach o tematyce sportowej, jak i komediach, seriach przygodowych czy gatunku zwanym „okruchy życia”. Jest to stały element produkcji japońskich wynikający w dużej mierze z koncepcji zmienności cech bohaterów. Zmianie ulegają umiejętności, cechy charakteru, czasem nawet nastawienie do świata i społeczeństwa. Znamiennym jest fakt, iż mogą one się zmieniać zarówno w kierunku pozytywnym, jak i negatywnym. Jest to niewątpliwie cecha nadająca *anime/mang* realizmu.

Podkreślanie potrzeby rozwijania swojego potencjału jest zdecydowanie pozytywnym przekazem o charakterze wychowawczym. Często objawia się to w postaci haseł zagrzewających do zwiększonego wysiłku – „Walcz z całym siłą!”, „Nie poddawaj się!”. Podkreśla się często konieczność ogromnych wyrzeczeń, niezbędnych do osiągnięcia celu. Stanowi to kontrast wobec amerykańskiego, wyidealizowanego podejścia „*You can do it!*”, czyli „Dasz radę, wszystko będzie dobrze!”. Bohaterowie *anime/manga*, tak jak w rzeczywistości, ponoszą porażki, zmuszeni są do pokonywania własnych lęków, słabości, często mierzą się z przeciwnościami losu i nieprzychylnością społeczeństwa. Postaci, które nie przykładają się bądź rezygnują z walki, postrzegane są jako bezwartościowi nieudacznicy i tchórze. Motyw rozwoju

bohatera najbardziej widoczny jest w dłuższych seriach, takich jak „Kenichi”, „Naruto”, „Bleach”, „Love Hina”, „Suzuka”, „Piłka w grze”.

Przedstawienie motywu samodoskonalenia w *mangach* i *anime* nie jest jednakże pozbawione treści negatywnych. Niektóre tytuły ukazują skrajne podejście w dążeniu do osiągnięcia celów. Bohaterowie wykazują często tendencję do postrzegania świata tylko i wyłącznie przez pryzmat własnych celów, zapominając o konsekwencjach swoich czynów dla bliskich i ogółu społeczeństwa. Można zaobserwować pewnego rodzaju zaślepienie i tendencje fanatyczne, co z pewnością nie jest przekazem pożądanym z pedagogicznego punktu widzenia, gdyż prezentuje wzorzec tylko pozornie godny naśladowania. Istnieje więc niebezpieczeństwo przyjęcia takich bohaterów za autorytety przez dorastającego odbiorcę. Szczególnie niebezpieczne jest to podczas fazy identyfikacji procesu poszukiwania własnej tożsamości, w trakcie której człowiek bazuje przede wszystkim na zewnętrznych wzorcach³⁰.

Podsumowanie

Okres dzieciństwa oraz dorastania jest niezwykle ważny dla kształtowania się systemu wartości człowieka. Jest to czas niezwykle podatności na zewnętrzne oddziaływania oraz wpływ wzorów osobowych, które docierają do dzieci i młodzieży nie tylko w zamierzonym procesie wychowawczym, ale również ze źródeł niezależnych od niego. Treści te mogą okazać się szczególnie destabilizujące dla procesu kształtowania się ludzkiej psychiki, ale mogą także przekazywać odbiorcy pozytywne wzorce i wartości. W dobie „globalnej wioski” oraz coraz większego dostępu do wytworów innych kultur, a co za tym idzie przenikania się tradycji, powstają nowe zagrożenia, jak i potencjalne korzyści z tym zjawiskiem związane. Szkodliwość obcych wpływów może być tym większa, im większą swobodę i brak kontroli nad dostępem do nich posiadają młodzi odbiorcy. Przykładem mogą tu służyć cieszące się wciąż rosnącą popularnością wśród dzieci i młodzieży japońskie komiksy (*manga*) oraz animacje filmowe (*anime*).

W krajach zachodnich, w tym także w Polsce, wytyczne dotyczące wieku potencjalnego odbiorcy *mangi* czy *anime* są w przeważającej części ignorowane. Pokutuje pogląd, iż komiks czy film animowany jest traktowany jako rozrywka dla dzieci. Pomijany jest fakt, iż w Japonii serie te kierowane są

³⁰ I. Obuchowska, *Krystalizowanie się tożsamości*, [w:] *Psychologia rozwoju człowieka*, red. B. Harwas-Napierała, J. Trempała, t. 2, Warszawa 2003, s. 184.

zarówno do młodych odbiorców, jak i dorosłych. Notoryczne ignorowanie ograniczeń wiekowych przez wydawców (brak umieszczenia na okładce odpowiednich oznaczeń) oraz sprzedawców (serie dla dorosłych znajdują się na jednej półce z dziecięcymi) może prowadzić do sytuacji, kiedy to trafią do rąk młodego odbiorcy tytuły zawierające treści zdecydowanie nie przeznaczone dla niego. W takich sytuacjach swe źródło mają opinie, iż *manga* i *anime* rozpowszechniają m.in. pornografię oraz przemoc. Jakimś rozwiązaniem problemu mogłoby być drastyczne przestrzeganie ograniczeń wiekowych przez sprzedawców, co do pewnego stopnia wprowadziłoby element kontroli nad dystrybucją produktów dla dorosłych, choć samo promowanie pornografii trudno potraktować jako kwestię obojętną moralnie i społecznie.

Kolejnym problemem jest brak kontroli nad zawartością stron internetowych oferujących możliwość oglądania *online mang* oraz *anime*. Zabezpieczone są one jedynie oznaczeniem 18+ oraz pytaniem, czy użytkownik ukończył osiemnasty rok życia, co jest poprawne pod względem prawnym, jednak w rzeczywistości nie stanowi odpowiedniego zabezpieczenia przed dostępem dzieci i młodzieży. Zdarza się również, że serie te nawet nie są oznaczone znakiem 18+, a użytkownik dowiaduje się, że dana produkcja jest przeznaczona dla starszych odbiorców dopiero po pojawieniu się wspomnianego pytania.

Drugi powód tak negatywnej oceny japońskich produkcji jest fakt małej znajomości oferowanych pozycji. *Anime* ambitne, poruszające tematykę poważną i traktujące o takich wartościach, jak rodzina, miłość, troska o innych, promujących zdecydowanie pozytywne wzorce osobowe, znaleźć można jedynie na stronach z *fansubami*, które najczęściej odwiedzają tylko zagorzali fani gatunku. Słaba znajomość tematu osób podejmujących próby oceny tego zjawiska skutkuje opiniami negatywnymi lub jednoznacznie potępiającymi, co jest niestuszny podejściem, gdyż to od osób dorosłych zależy wybór z szerokiej oferty *mangi* i *anime* treści oferowanych dzieciom.

Anime oraz *manga* sprzyjają również poznaniu kultury japońskiej. Często przy zabawie, jaką oferują one odbiorcy, w niezauważalny sposób przyswajana jest wiedza na temat innej kultury. Tłumaczone serie japońskie pozwalają uzmysłowić sobie młodemu odbiorcy, iż należy do jednej rodziny ludzkiej. Mimo iż osoby mieszkające w Japonii mają inne zwyczaje, czy język to myślą i odczuwają podobne emocje. Wydawnictwa tego typu pozwalają również otworzyć się na odmiennosc, gdyż możliwość zdobycia informacji o tym, jak w innych krajach żyją rówieśnicy, jaki mają tryb dnia, jak działa

przyroda, czy jakie są normy społeczne może pobudzić do refleksji, a także uczyć akceptacji odmienności.

Czy zatem japońskie *manga/anime* mają jedynie negatywny wpływ na rozwój dzieci i młodzieży i należy ich bezwzględnie zakazać? Na pewno nie. W rękach odbiorców, dla których są przeznaczone, mogą stać się sposobem spędzania wolnego czasu, a także nauką poprzez zabawę. Japońskie serie mogą promować zarówno pozytywne, jak i negatywne wzory osobowe oraz wartości i antywartości. Należy również pamiętać, by na ich zawartość spoglądać przez pryzmat innej kultury i panujących w niej zasad. Odpowiednio dobrane tytuły mogą stać się pożytecznym narzędziem pedagogicznego poznania i kształtowania postaw. Natomiast w celu zapobiegania negatywnym skutkom wynikającym z treści pejoratywnych płynących z niektórych *anime/manga* konieczny jest aktywny udział rodziców w kontroli treści oglądanych przez dzieci. Stosunkowo dobrym rozwiązaniem jest wykorzystanie programów komputerowych szczegółowo monitorujących historię przeglądanych witryn www.

Bibliografia

- Anime i manga w Japonii i Ameryce*, [w:] http://www.manga.gildia.pl/publicystyka/anime_i_manga_w_japonii
- Bazylewicz T., *Manga. Rozwój komiksu japońskiego 1945-2010*, [praca mgr], Poznań 2011, [w:] <http://www.zeszytykomiksowe.org/skladnica/bazylewicz2011.pdf> (dostęp: 15.09.2014).
- Co to jest anime?*, w: <http://manga.elx.pl/articles.php?id=202>
- Giżycki M., *Nie tylko Disney: rzecz o filmie animowanym*, Warszawa 2000.
- Kerr A., *Psy i demony. Ciemne strony Japonii*, Kraków 2001.
- Koyama-Richard B., *Manga. 100 lat historii*, Warszawa 2008.
- Manga – japoński komiks*, [w:] http://www.arenahorror.pl/arena_horror/publicystyka/publicystyka_manga.html
- Mangowe legendy*, [w:] <http://www.konnichiwa.pl/japan6,39.html>
- Petersen A.D., *Anime i manga w Japonii i Ameryce*, [w:] http://www.manga.gildia.pl/publicystyka/anime_i_manga_w_japonii.
- Romanowicz B., *O komiksie japońskim*, [w:] *Manga: komiksowość i animacja w sztuce japońskiej*, B. Romanowicz, K. Malcharek, Kraków 2001.
- Słowniczek terminów japońskich*, [w:] <http://tanuki.pl/slownik/tag/termin>
- Szyłak J., *Komiks*, Kraków 2000.
- Toeplitz K.T., *Sztuka komiksu. Próba definicji nowego gatunku artystycznego*, Warszawa 1985.
- Yaoi*, [w:] <http://homiki.pl/?s=yaoi>
- Yaoi*, [w:] <http://manga.elx.pl/articles.php?id=14&page=1>

Yuri znaczy lilia, [w:] <http://manga.elx.pl/articles.php?id=132&page=>

Natalia MUCHA, Robert STOPIKOWSKI*

„Filipinka” jako zjawisko kulturotwórcze**

Filipinka as a culture shaping phenomenon

Streszczenie

Tekst podejmuje problem ponadczasowej i kulturotwórczej roli, jaką odegrał jeden z najbardziej znaczących tytułów prasy kobiecej w okresie PRL jaką była „Filipinka”. Pismo to przez dziesięciolecia kreowało i kształtowało pokolenia młodych dziewcząt i kobiet na długo pozostając w ich pamięci. Nawet po likwidacji pisma nadal żyje ono we wspomnieniach swoich dawnych czytelniczek, głównie w internecie.

Słowa kluczowe: prasa kobieca, „Filipinka”, kultura, kobieta

Abstract:

The paper discusses the problem of a timeless and cultural role played by one of the most important women's magazines in the communist period in Poland; namely, *Filipinka*. This magazine for decades shaped and developed generations of young girls and women and stayed in their memory for a long time. Even after the magazine closed down it is still alive in the memories of its former readers, mainly on the Internet

Key words: women's magazines, *Filipinka*, culture, woman

Na rynku prasowym znajduje się wiele pozycji z zakresu kolorowych czasopism dla nastolatków. Nie zawsze jednak tak jednak było. Jednym z pierwszych czasopism dla młodzieży, była „Filipinka” – czasopismo dla młodych, ambitnych dziewcząt¹. Pierwszy numer czasopisma ukazał się

* Zgodnie z zaleceniem Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego dotyczącego ochrony przed ghostwriting i guest authorship (https://pbn.nauka.gov.pl/static/doc/wyjasnienie_dotyczace_ghostwriting.pdf /30.10.2014/), określamy proporcje uczestnictwa w stworzeniu artykułu na: N. Mucha – 80% (opracowanie ogólnej koncepcji pracy, przeprowadzenie wywiadów, analiza treści literatury przedmiotowej, napisanie głównej części tekstu), R. Stopikowski – 20% (konsultacja koncepcji i treści artykułu, aktualizacja przypisów i literatury przedmiotowej, napisanie części tekstu oraz nadanie ostatecznej formy tekstowi).

** W artykule wykorzystano badania przeprowadzone na potrzeby pracy licencjackiej: N. Mucha, „Filipinka” jako zjawisko kulturotwórcze, Ateneum – Szkoła Wyższa w Gdańsku, promotor: R. Stopikowski, Gdańsk 2009.

¹ „Filipinka” z dawnych lat, [w:] <http://patrz.pl/mp3/id/223198> (dostęp: 15.05.2009).

15 maja 1957 r.² i od początku istnienia towarzyszył mu swoisty przekaz kulturowy i wychowawczy.

„Filipinka” to lekkie i swobodne czasopismo, skierowane do młodych kobiet, nastolatek, studentek. Pomimo, że czasopismo to odeszło do historycznego lamusa, zostawiło po sobie nie tylko ciekawą historię, ale i swoistego rodzaju kulturę, reprezentowaną przez grono wiernych czytelniczek.

„Filipinka” to zarówno jedno z pierwszych czasopism dla młodych dziewcząt i – miejmy nadzieję, że nie ostatnie, które reprezentowało głębsze wartości, takie jak szacunek do samej siebie, realizację marzeń, dobre wykształcenie oraz miłość opartą na partnerstwie.

Niniejszy tekst ma za zadanie ukazanie zawartości czasopisma oraz jego wpływu na dorastającą kobietę, która dzięki „Filipince” buduje swoje poczucie wartości i pogląd na świat. Analiza zawartości tego magazynu, ma na celu przybliżyć zarówno przekaz nadawcy jak i sposób percepcji tych treści przez nastolatka. Pomimo, że „Filipinka” zniknęła z rynku w 2006 r., to zostawiła po sobie trwałe ślad³.

W pracy szczególną uwagę zwrócono na czytelnika i odbiór czasopisma. Z tego względu, że „Filipinka” nawiązała szczególną więź ze swoimi czytelniczkami, i to właśnie one tworzyły swoje ulubione czasopismo. Warto jeszcze zacytować jeden z fragmentów wypowiedzi na temat „Filipinki” zamieszczony w Internecie: „Upadek „Filipinki” to upadek ambitnego, a co za tym idzie, niestety nisko sprzedającego się czasopisma”⁴.

Niewątpliwie zawartość czasopisma takiego jak „Filipinka” staje się swego rodzaju przekazem kulturowym, który w znaczący sposób wpływa na odbiorcę. Warto przy tej okazji postawić szereg bardziej szczegółowych pytań: w jaki sposób czasopisma przyciągają młodego odbiorcę?, jaką wartość posiada propagowana treść?, czy czasopismo może wychowywać swojego odbiorcę?, w jaki sposób to czyni i wreszcie co wpływa na fakt, że odbiorca przyjmuje ideologię czasopisma?

Źródłem do analizy są 34 egzemplarze czasopisma „Filipinka” z lat 1999-2004. „Filipinka” jest czasopismem trudno osiągalnym, nie ma jej

² Ibidem.

³ Mielczarek T., *Monopol. Pluralizm. Koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989-2006*, Warszawa 2007, s. 173-174.

⁴ „Filipinka” z dawnych lat, [w:] <http://www.pino.pl/article-view/id,1707,p,4> (dostęp: 15.05.2009).

w bibliotekach i innych archiwach. Dostępna jest jedynie na aukcjach internetowych, ale w bardzo ograniczonym zakresie.

Początki pisma

Wydawcą tygodnika „Filipinka” było Warszawskie Wydawnictwo Prasowe, była to część Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej, Prasa-Książka-Ruch. Początkowo czasopismo wydawane było w nakładzie 100 000 egzemplarzy. Ta liczba jednak szybko wzrosła do 550 000. W 1990 r. powstała Dziennikarska Spółdzielnia Pracy „Filipinka” jednak w nowej rzeczywistości poszukiwano inwestora, którym był Wydawca „Twojego Stylu”, a następnie Dom Wydawniczy BBiP. Trudności finansowe doprowadziły w 1998 roku, do sprzedania pisma spółce Twój Styl. W 2002 r. magazyn został sprzedany Wydawnictwu Bauer.

„Filipinka” została stworzona z potrzeb czytelniczek „Kobiety i Życie”. Również nazwa „Filipinka” została wyłoniona w konkursie czytelniczek⁵. Czasopismo skierowane było do dziewcząt od piętnastego roku życia, które chciały rozwijać się intelektualnie, skończyć dobrą szkołę, poszerzać horyzonty i osiągnąć życiowy sukces.

„Filipinka” ewoluowała przez wszystkie lata swojego istnienia. Zaczynając od lat 50-tych, w czasopiśmie było mnóstwo porad dotyczących życia. Marzeniem młodej czytelniczki było bowiem posiadanie maszyny do szycia, a „Filipinka” od zawsze reagowała na plan i marzenia młodych dziewcząt. Czasopismo nawiązywało również do polityki i otaczającej rzeczywistości.

Lata 60-te to okres, kiedy „Filipinka” skupiała się na rozwoju swoich młodych fanek. Była to pierwsza gazeta, która opisała zjawisko Au-pair, czyli wyjazdy zagraniczne, polegające na opiece nad dziećmi w zamian za nocleg i wyżywienie⁶. Swoje miejsce znalazły również artykuły dotyczące równouprawnienia, jak i listy od czytelniczek i ich rodziców (zarówno matek jak i ojców). W latach 70-tych niewiele się zmieniło.

Lata 80-te to głównie okres zmian. „Filipinka” stała się pismem młodzieżowo kulturalnym i intelektualnym na najwyższym poziomie. Był to czas, kiedy gazeta przeżywała swój największy rozkwit. Wprawdzie widoczny był kryzys w państwie, jednak mimo tego nie brakowało

⁵ *Filipinka* (czasopismo), [w:] [http://pl.wikipedia.org/wiki/Filipinka_\(czasopismo\)](http://pl.wikipedia.org/wiki/Filipinka_(czasopismo)) (dostęp: 15.05.2009).

⁶ *Aupair*, [w:] <http://www.aupairanya.com/pl/> (dostęp: 1.06.2009).

potrzebnych i oryginalnych porad, typu: jak dobrze się ubrać mimo braku na sklepowych półkach. Jak samej stworzyć niepowtarzalne kreacje.

W latach 90-tych „Filipinka” staje się bardziej kolorowa i z czasem bardziej komercyjna. Wciąż na stronach gazety jest miejsce na kulturę i rozwój osobisty. Pojawiają się stałe rubryki jak Felieton, czy kultowa Czarna Strona⁷. „Filipinka” jest czasopismem nastawionym na potrzeby młodego odbiorcy. Mimo tego, że nie brakowało treści seksualnych, to są to tematy które miały pomagać, a nie szkodzić.

Można więc powiedzieć, że „Filipinka” zmieniała się wraz z czytelnikiem i jego oczekiwaniami. Zawartość czasopisma była dostosowana do potrzeb odbiorcy. Bowiem sama nastolatka na przełomie lat nie zmieniała się, zmianie ulegała otaczająca ją rzeczywistość. Czasopismo było elastyczne na tego typu zmiany, gdyż w dużej części gazeta była tworzona właśnie przez czytelniczki, które przysyłały listy, opowiadały o swoich problemach, prosiły o pomoc. Pismo niewątpliwie wyróżniała się na tle pozostałej prasy młodzieżowej, tej dawnej, ale również i współczesnej. W jednym z internetowych artykułów na temat „Filipinki”, można przeczytać: „dawna *Filipinka* radziła, pokazywała, ale też robiła coś, czego współczesna prasa nie robi – zachęcała do myślenia”⁸.

„Filipinka” – czasopismo dla każdego

„Filipinkę” czytały trzy pokolenia. Babcie, matki i córki. I każda z nich w swoim czasie znalazła przyjaciółkę w tym czasopiśmie. „Filipinka” trafiała do szerokiego grona czytelników nie tylko ze względu na swoją historię, ale głównie na tematykę. Czasopismo stało się przekrojem młodych kobiet, z jednej strony tak bardzo do siebie podobnych, a z drugiej tak odmiennych. To, co je dzieliło i łączyło jednocześnie...? Po pierwsze pasja. W każdym numerze były prezentowane, tak zwane „Dziewczyny Filipinki”. Były to zawsze młode czytelniczki z ciekawymi zainteresowaniami, robiły coś interesującego w życiu i potrafiły się temu całkowicie poświęcić.

Prezentowanie czytelniczek i ich zainteresowań na łamach czasopisma, to swojego rodzaju chwyt marketingowy. W ten sposób „Filipinka” starała działać w myśl idei: „o was, dla was”. Nie każda z czytelniczek była przecież niesamowicie utalentowana. Nie wszystkie potrafiły tańczyć i śpiewać. Każda za to miała coś, co wyróżniało ją z tłumu. Nie musiały być to od razu ładne nogi, lecz np. rzecz tak banalna jak pokonanie swojej nieśmiałości, lub

⁷ Tamże.

⁸ *F jak Filipinka*, [w:] <http://www.pinezka.pl/alfabet/2110-f-jak-filipinka> (dostęp: 17.05.2009).

zbieranie porcelanowych figurek z czasopism hobbystycznych⁹. Tak naprawdę, każda czytelniczka mogła zostać „Dziewczyną Filipinki”. Wystarczyło by podzieliła się swoimi pasjami. Poczynając od tych najprostszych, jak właśnie kolekcjonerstwo, a kończąc na prawdziwych pasjach sportowych¹⁰. Przedstawianie czytelniczek, bardzo często łączyło się z promocją zdrowego stylu życia.

Biorąc pod uwagę fakt, że „Filipinka” wywodzi się z PRL-u, to za wszelką cenę chce pokazać kobietę, nie tylko jako piękną i idealną matkę, ale przede wszystkim jako dziewczynę z ambicjami, marzeniami oraz planami na przyszłość. Teksty o „Dziewczynach Filipinki” nie były więc tylko promowaniem i pokazywaniem młodych talentów czy pasji. Były głównie zachętą dla reszty dziewcząt, by odkryć w sobie „to coś”¹¹.

W różnorodności swoich czytelniczek „Filipinka” skupiała się zarówno na sferze emocjonalno-rozwojowej, jak i tej nastawionej typowo na zabawę. W jednym z wakacyjnych numerów¹², zamieszczony został artykuł „Festiwalowe dziewczyny”. Wbrew pozorom czasopismo nie namawia młodych dziewczyn do imprez do białego rana, lecz do rozwijania zainteresowań poprzez zabawę. Polecane były takie imprezy jak Festiwal Szekspirowski, Filmowy, czy też Spotkania Zamkowe Poezji Śpiewanej. Dziewczęta kochające muzykę, mogły przeczytać o Festiwalu w Sopocie, ale również o tym jak przygotować się na Woodstock i ominąć ewentualne niebezpieczeństwa związane z takim wyjazdem¹³.

Można dojść do wniosku, że również chłopcy zaglądali do „Filipinki”, podkradali ją siostrze lub swojej dziewczynie. Świadczą o tym zarówno listy przysyłane do redakcji, z męskimi problemami¹⁴, jak i artykuły o „Super Chłopakach”¹⁵. Czasopismo to często było postrzegane jako prasa feministyczna. Faktycznie „Filipinka” skupiała się na rozwoju i niezależności młodej kobiety, ale jak widać nie zapominała też o męskiej części odbiorców. Dzięki takiemu podejściu można było czytać zarówno o wyjątkowych „Dziewczynach Filipinki”, jak i chłopięcych pasjach i marzeniach.

⁹ *Rok pełen zmian*, „Filipinka”, 2001, nr 6, s. 12-17.

¹⁰ *Moc jest z nami*, „Filipinka”, 2000, nr 2, s. 26-27.

¹¹ *Panna Kasia od tańca nowoczesnego*, „Filipinka”, 1999, nr 8, s. 28-29.

¹² *Festiwalowe dziewczyny*, „Filipinka”, 2001, nr 7, s. 12-17.

¹³ Tamże, s. 15.

¹⁴ *Intymne*, „Filipinka”, 2000, nr 5, s. 66.

¹⁵ *Zdobywcy szklanych gór*, „Filipinka”, 2002, nr 9, s. 38-39.

Sporadycznie w czasopiśmie pojawiały się również artykuły, w których bohaterami byli chłopcy. Najprawdopodobniej z tego względu, że w przeciwieństwie do tekstów o „Dziewczynach Filipinki”, „Chłopaki” był to rodzaj reportażu lub relacji. Tematyka najczęściej dotyczyła sportu. Często były to sporty ekstremalne, jak np. „Zdobycy szklanych gór”¹⁶.

Wydawać by się mogło, że takie typowo męskie teksty, w prasie kobiecej nie powinny mieć miejsca. Jednak w tym wypadku sytuacja została dobrze przemyślana przez redakcję. Zważywszy na to, że tego typu artykuły pojawiły się stosunkowo późno, mógł być to odzew redakcyjnego, męskiego czytelnika, który przecież podbierał swojej siostrze czasopismo, o czym świadczą listy do redakcji. Tym sposobem chłopcy przeglądając „Filipinkę”, znajdowali temat o męskim sporcie, a dziewczyny nie czuły się gorsze za sprawą dodatkowych notatek z informacjami gdzie one mogą rozwijając podobne pasje. W ten sposób kształtowany był charakter młodej czytelniczki, stawała się ona bardziej pewna siebie i nie bała się realizować swoich marzeń, nawet gdy wydawały się one nieco męskie. Czasopismo zdecydowanie obalało stereotypy damsko-męskie, gdzie kobieta zajmowała się domem, a mężczyzna był jedynym żywicielem rodziny¹⁷. Oczywiście, jest to, że ten stereotyp zmieniał się wraz z upływem czasu i na dzień dzisiejszy nie jest on tak wyrazisty jak kiedyś. Filipinka jednak nie bała się pokazywać młodym dziewczynom, że do sukcesu zawodowego mają takie samo prawo jak mężczyźni.

Jako, że „Filipinka” wywodzi się od magazynu kobiecego „Kobieta i Życie”, sięgały po nią również matki nastolatek. Po części z ciekawości, co takiego czytają ich córki, a w późniejszym czasie z tęsknoty za „Filipinką” z ich lat młodości. „Filipinka” miała swoje wierne fanki począwszy od lat 50-tych, aż do lat 90-tych. Z tego też powodu redakcja zorganizowała konkurs dla czytelniczek z poprzednich dziesięcioleci, które zaglądały do czasopisma swoich córek, a nawet wnuczek¹⁸. Konkurs nosił nazwę „Fanka Filipinki” i był przeznaczony tylko i wyłącznie dla tych starszych czytelniczek:

Mamy, pojawiają się w „Filipince”, również jako bohaterki artykułów. Nie same oczywiście, lecz u boku swoich córek. Razem opowiadają o tym, co ich łączy, o wspólnych problemach i codzienności. Niekiedy omawiane tematy są

¹⁶ Tamże.

¹⁷ M. Chomczyńska-Rubach, *Role płciowe kultura i edukacja*, Łódź 2006, s. 14-15, D. Pankowska, *Wychowanie a role płciowe*, Gdańsk 2005, s. 19-20.

¹⁸ *To ja Filipinka*, „Filipinka”, 2001, nr 1, s. 6-11.

ciężkie i trudne dla nastolatki, np. „moja mama miała raka”¹⁹. Dzięki temu, że matki bardzo często w latach swojej młodości również zaglądały do „Filipinki”, zapraszane przez redakcję, pokazywały jak ważna jest relacja matki z córką.

Rozwój intelektualny

Rubryka „zawodowcy” to jedna z n najbardziej znanych rubryk dotyczących edukacji. Prezentowane zawody, opisane są w ciekawy sposób. O danej specjalności, zawsze opowiada osoba, która bezpośrednio związana jest z daną branżą. Istotny jest fakt, że o zawodzie opowiadają osoby młode. Zazwyczaj dwudziestokilkuletnie.

Wydawać by się mogło, że w czasopiśmie młodzieżowym największą popularnością cieszą się strony poświęcona kosmetyce, modzie czy też pielęgnacji ciała. Do samego końca istnienia „Filipinki” utrzymywały się strony tworzone bezpośrednio przez czytelniczki. Natalia Usenko, poetka i pisarka, prowadziła w „Filipince” kącik poetycki. Dział ten nie miał swojej stałej nazwy. Były to po prostu dział „Wasze Wiersze”²⁰. Dwie strony zasypane, twórczością czytelniczek. Wstęp napisany w poetycki sposób przez Natalię Usenko, mówił o poezji, sztuce i życiu. Poetka również komentowała wybrane utwory w zakładce „poczta poetycka”²¹. Były to nie tylko komentarze i uwagi dotyczące wierszy, ale i zwykłe odpowiedzi na nie.

Oczywiście nie wszystkie wiersze były drukowane, ukazanie się ich na łamach czasopisma było już ogromnym zaszczytem. Największą jednak nagrodą był komentarz Natalii Usenko. Wiersze nie były nagradzane w sposób materialny, radość miało sprawiać samo pisanie, osobisty rozwój twórczości oraz możliwość podziwiania jej na stronach „Filipinki”. Strona poświęcona poezji tworzonej przez czytelniczki, mogła z pozoru wydawać się mało istotna. Jednak poprzez to miejsce, gdzie czytelniczki mogły wyrażać siebie, redakcja pokazywała im, że są utalentowane i wyjątkowe, a ich twórczość może podziwiać cała Polska. W ten sposób „Filipinka” zawsze pomagała swojej czytelniczce, wspierając ją i jednocześnie zachęcając do dalszej pracy nad sobą.

Podobnie jak strona poetycka, dużym zainteresowaniem cieszyła się część literacka. Rubryka ta również posiadała swoją nazwę: „Opowiadanie na

¹⁹ *Moja mama miała raka*, „Filipinka”, 2002, nr 10, s. 66-67.

²⁰ *Trup po krakowsku*, „Filipinka”, 2001, nr 4, s. 48-49.

²¹ *Wiadomość z zaświatów*, „Filipinka”, 2000, nr 5, s. 58-59.

dobranoc". Pewnie dlatego, że opowiadania pisane przez czytelniczki „Filipinki” były umieszczane na końcu każdego wydania. W przeciwieństwie do rubryki poetyckiej, ze względu na obszerność opowiadań, w danym numerze zamieszczane tylko jedno. Czytelniczki przysyłały zarówno opowiadania fikcyjne, fragmenty napisanych przez siebie książek, jak i również najlepsze fragmenty ze swoich pamiętników. Dzielily się z resztą nastolatków tym, co dla nich ważne, swoimi problemami oraz spostrzeżeniami. Tematyka zamieszczanych tekstów była różna. Miłość, rodzina, szkoła. Redakcja nie narzucała młodym pisarkom ani treści ani formy²².

Rozwój fizyczny

W „Filipince” doszukać się można realizacji słynnego powiedzenia „w zdrowym ciele, zdrowy duch”, z tego względu że rozwój intelektualny jest tak samo istotny jak ten fizyczny. Czasopisma młodzieżowe często kojarzone są z namawianiem nastolatków do morderczego wysiłku i wyniszczającej diety, wszystko po to by osiągnąć wymarzoną figurę, wychudzonej modelki. „Filipinka” propaguje zdrowy styl życia i rozwój fizyczny.

Każdy nastolatek pragnie akceptacji otoczenia i swoich rówieśników. U dziewcząt odbywa się to poprzez chęć osiągnięcia zgrabnej sylwetki i atrakcyjnego wyglądu²³. Jedno łączy się z drugim. Niestety łatwo zatracić granice pomiędzy zdrowym dbaniem o ciało, a katowaniem go morderczymi ćwiczeniami. „Filipinka” tej granicy nie zaciera, wręcz przeciwnie aprobejuje zdrowy styl życia²⁴.

O rozwój fizyczny „Filipinka” dba nie tylko poprzez omawianie dyscyplin sportowych oraz diet, ale również poprzez aspekt medyczny. W tej kwestii bardzo ważny jest dział „zdrówko”²⁵, zajmuje się problemami zdrowotnymi, również tymi wstydlivymi, o których młode dziewczęta bardzo często nie mają odwagi porozmawiać z rodzicami.

Rozwój osobisty

Biorąc pod uwagę fakt, że „Filipinka” to czasopismo bardzo osobiste, kierowane do rzeszy młodych ludzi i jednocześnie do każdego z osobna, to

²² *Hapłat i diplaty*, „Filipinka”, 2000, nr 4, s. 78-79.

²³ *Coś na ząb*, „Filipinka”, 1999, nr 10, s. 64.

²⁴ *Dlaczego tyje*, „Filipinka”, 2000, nr 3, s. 62-63.

²⁵ *Małolat się leczy*, „Filipinka”, 1999, nr 4, s. 65.

znacząca większość miejsca została przeznaczona na rozwój osobisty. Na rozwijanie pasji i zainteresowań, poznawanie nowych rzeczy oraz rozszerzanie horyzontów.

W jednym wydaniu czasopisma niekiedy było kilka a nawet kilkanaście stron poświęconych na rozwój osobisty, pojmowany w szerokim znaczeniu. Bardzo często poszczególne działy „Filipinki” były dostosowywane do tego, co redakcja chciała pokazać. Tak więc na potrzeby jednego numeru tworzono nowe działy. Tak właśnie powstał dział „W obiektywie F”²⁶. Jak sama nazwa wskazuje, tematem są zdjęcia. Fotografie wykonała dwudziestoletnia czytelniczka, która na fotografiach umieściła wrażenie z podróży po Chinach. „Chiński chaos” taki tytuł nosi nazwa fotoreportażu, stworzonego przez jedną z Filipinek i opublikowanego przez redakcję. Tekst jest autorski. Pod tytułem autorka w kilkunastu zdaniach opisuje emocje, jakie wywołał na niej Peking. W artykule zostały opublikowane trzy duże fotografie, które można uznać za główne oraz osiem mniejszych. Wszystkie zdjęcia są czarno-białe. Tym reportażem redakcja pokazała, że popiera i namawia nie tylko do realizacji własnych pragnień i marzeń, ale również do wszelkiego rozwoju swoich pasji i zainteresowań. Tego typu i podobne hobby, pokazywane były na łamach gazety, zachęcały innych do samorealizacji i przede wszystkim dawały wiarę, w to, że to co stworzy nastolatek, bez względu na jego wiek, jest ważne i wyjątkowe oraz oczywiście warte pokazania i nagłośnienia.

„Filipinka” pokazuje również, że pasje indywidualne można rozwijać w grupie. Czasami tak nawet jest łatwiej. Doskonałym potwierdzeniem tego, jest artykuł o gazetkach szkolnych²⁷. Został nawet zaproponowany konkurs na gazetkę miesiąca. Najlepsze gazetki były drukowane w kolejnych numerach „Filipinki”, a ich autorzy opowiadali o pracy w „redakcji” i swojej szkole. Jak na prawdziwą redakcję przystało, młodzi dziennikarze mają profesjonalne podejście do sprawy. Na zrealizowanie numeru (zaczynając od poniedziałku), mają tylko trzy dni. W tym czasie odbywają się zebrania redakcji, monolog naczelnego i tak zwana burza mózgów. Nagrodą od „Filipinki” dla najzdolniejszych początkujących, szkolnych dziennikarzy, jest nie tylko publikacja artykułu o danej gazetce, zespole redakcyjnym i szkole. Największą wygraną jest przygotowanie artykułów do „Filipinki” oraz wymienianie się doświadczeniami z profesjonalnymi dziennikarzami.

²⁶ *Chiński chaos*, „Filipinka”, 1999, nr 4, s. 74-75.

²⁷ Tamże.

Wszystkie młode talenty zgłaszające się do redakcji czasopisma, są inspiracją dla redakcji do stworzenia kolejnego numeru, kolejnego tekstu, który być może zmobilizuje kogoś do działania lub ośmieli by swoimi zainteresowaniami podzielić się z szerszym gronem odbiorców.

Przeglądając numery „Filipinki”, można odnieść wrażenie, że jedno z przewodnich haseł czasopisma brzmi: „marzenia się spełniają, my podpowiadamy tylko jak!” I rzeczywiście tak jest. „Filipinka” to nie tylko rozrywka, ale również przewodnik po świecie. Dzięki krótkiemu a zarazem bardzo przejrzystemu przewodnikowi młody turysta uniknie wielu pułapek, które powiązane są ze zwiedzaniem obcego kraju. Zdjęcia i opisy miejsc faktycznie zachęcają do ich zwiedzenia i poznania historii danego kraju. „Filipinka” udowadnia, że taka lekcja jest lepsza od najlepszej lekcji historii w szkole.

„Filipinka”, jako jedna z pierwszych gazet, spełniała marzenie każdej dziewczynki. Marzenie o byciu księżniczką, w tym przypadku dotyczyło to modelingu²⁸. Wiele czytelniczek przez cały okres istnienia czasopisma, przysyłały swoje zdjęcia z nadzieją, że zostaną zauważone. Były i takie, którym się to udało. O tych czytelniczkach, które dzięki redakcji „Filipinki” zaistniały w świecie mody, co jakiś czas były drukowane artykuły²⁹.

To już kolejny raz jak „Filipinka” nawiązując do marzeń i pragnień nastolatek, pokazuje, że wszystko jest możliwe gdy się chce i ambitnie dąży do celu. Nie chodzi już nawet o sam modeling, bo to tylko przykład. „Filipinka” tak jakby przemawia do swoich czytelniczek: chcesz być modelką? Możesz nią zostać, chcesz być architektem, nauczycielką aktorką? Wszystko jest możliwe. Ten sposób prowadzenia czasopisma towarzyszy „Filipince” od samego początku. Tylko metoda przekazywania owej idei, zmieniał się wraz z potrzebami czytelniczek. Jednak mianownik zawsze był wspólny. Przez wszystkie te lata, „Filipinka” udowadniała, że kobiety nie są gorsze od mężczyzn, że mogą również osiągać sukces zawodowy i realizować się w swoich pasjach, a nie tylko w kuchni.

Należy również wspomnieć, że „Filipinka” nie pomijała zagadnień z zakresu sztuki (również tej masowej). W każdym numerze, można było znaleźć dział „segregator”, z podziałem na film i książkę. Jeżeli chodzi o filmy to prezentowane były zazwyczaj cztery. Omawiane były zarówno te bardzo dobre, jak i te kiepskie. Dłuższe recenzje były dwie i dotyczyły raczej filmów

²⁸ *Dziewczyna z okładki*, „Filipinka”, 1999, nr 2, s. 3.

²⁹ *Modelki Filipinki*, „Filipinka”, 2002, nr 6, s. 8.

dostępnych w wersji wideo. Opis filmów wyświetlanych w kinie, podzielony był na kilka prostych kategorii: tytuł, reżyser, kto zagra, o co chodzi. Większym produkcjom lub trylogiom poświęcane było nawet kilka stron³⁰. Oprócz recenzji filmu oraz opisów bohaterów, można było znaleźć również krótką biografię reżysera. Jego osiągnięcia, plany i pomysły na kolejne ekranizacje. We wspomnianym już dziale „segregator”, również książka zajmowała istotne miejsce. Opisywana była zarówno proza jak i poezja. Najlepsza książka otrzymywała tytuł czytadła miesiąca.

Najmniejszą część segregatora zajmowała jednak muzyka. Reklamowane utwory muzyczne były starannie dobierane. Na łamach czasopisma nie pojawiała się muzyka popularna prezentowana w radiu³¹. Można było przeczytać wywiady z artystami, tak zwanego mniejszego formatu. Posiadali oni w sobie to coś, dzięki czemu wyróżniali się na tle innych muzyków. Pomimo, że większość działów „Filipinki” była stała, to tak na prawdę nie była to żadna sztywna reguła. Zazwyczaj segregator był podzielony na działy tematyczne (książka, film, muzyka), ale zdarzały się również wyjątki. I tak np. w segregatorze zamiast książki, filmu i muzyki pojawiła się zakładka: zjawiska. Jak nazwa wskazuje, był to opis i prezentacja czegoś nowego. Zjawisko – czyli w tym wypadku coś, co jeszcze nie jest do końca znane, ale intrygujące³². W 2003 r. „Segregator”, przekształcił się dział o nazwie „Scena”, z trzema podkategoriami: film, muzyka, sztuka³³. Pojawiały się też wywiady z artystami, zatytułowane jako „Prześwietlenie”³⁴.

Rozwój osobisty powinien być zadaniem dla każdego, bez względu na umiejętności i talenty. Dlatego też, dla tych, którzy nie odnajdują się w poezji, kinie czy teatrze, były przygotowane strony kulinarne. Przepisy były uzależnione oczywiście od pory roku, świat, i różnych podobnych okoliczności. W ciepłe letnie dni, zazwyczaj czytelniczki były zachęcane do spróbowania lekkich sałatek i drinków orzeźwiających, ale oczywiście bezalkoholowych³⁵.

W dzisiejszych pismach dla nastolatek, działy kulinarne nie występują. Nie można się tu jednak doszukiwać przeświadczenia, że „Filipinka” chciała z młodych czytelniczek zrobić kury domowe. Wręcz przeciwnie. Namawiała

³⁰ *Dawno dawno temu w odległej galaktyce...*, „Filipinka”, 1999, nr 9, s. 50-53.

³¹ *Niegrzeczni chłopcy z dobrych domów*, „Filipinka”, 2002, nr 8, s. 51.

³² *Poezja schwytana w sieci*, „Filipinka”, 2002, nr 9, s. 48-49.

³³ *Scena*, „Filipinka”, 2003, nr 1, s. 58-60.

³⁴ *Prześwietlenie*, „Filipinka”, 2003, nr 4, s. 64.

³⁵ *Smak tropiku*, „Filipinka”, 2003, nr 9, s. 62-63.

do gotowania z przyjaciółmi, na majowe pikniki³⁶. Uczyła nastolatki nie tylko samodzielności, ale również pokazywała wartość kobiety, budowała pewność siebie. Z jednej strony „Filipinka” udowadniała, że młoda kobieta tak samo jak mężczyzna ma prawo do własnych marzeń. Może być kim chce: lekarzem, modelką, a nawet policjantem, przy tym może również świetnie gotować i sama uszyć sobie sukienkę. Można więc powiedzieć, że „Filipinka” nie podawała czytelniczką gotowego wzorca zachowań na tacy, lecz zostawiała wybór. Nie mówiła „musisz być piękna, seksowna i wszystkim pokazywać swoje wdzięki”, lecz „jesteś wartościowa i stać Cię na wiele. Sama o tym decydujesz.”

Zjawisko kulturotwórcze

Po zapoznaniu się z ideą „Filipinki”, należy się zastanowić dlaczego można uznać ją za czasopismo, które miało wpływ na ówczesną kulturę. Upraszczając, można powiedzieć, że kultura to wszystko, co człowiek tworzy. Niewątpliwie „Filipinkę” zaliczyć można do kultury, ponieważ prezentuje ona konkretne poglądy, które skłaniają do myślenia i zostawiają odbiorcy wybór. Nastolatka sięgająca po owe czasopismo, dowiaduje się czegoś o sobie, o swoich prawach oraz zostaje zachęcona do rozwijania się umysłowo i fizycznie. Do pokazania światu swojej wartości i zdolności.

„Filipinki” to młoda, dorastająca kobieta, świadoma siebie, swoich wad i zalet. Nie jest jednak feministką, można zaryzykować stwierdzenie, że tamtejsze nastolatki sięgające po „Filipinkę”, to dzisiejsze kobiety sukcesu. Dobrze wykształcone, zarabiające na własne utrzymanie oraz na swoją rodzinę.

Wzory wpajane przez „Filipinkę” miały swoje odzwierciedlenie w trzech pokoleniach, więc z pewnością można mówić tutaj o zjawisku kulturotwórczym. Czytelniczki czasopisma, nazywane „Filipinkami”, wcielały w życie rady, które wyczytały w swojej ulubionej gazecie. Czytając artykuły i felietony, kształtowały swój charakter i sposób myślenia.

Co pozostało po Filipince?

Mogłoby się wydawać, że wraz z ostatnim numerem „Filipinki”, ślad po niej zaginął, że jej miejsce zajęły czasopisma promujące kulturę pop oraz reprezentujące przerost formy nad treścią. I po części tak też właśnie się stało. Co więc zostało? Przede wszystkim wspomnienia czytelniczek, które do

³⁶ *Wielka majówka*, „Filipinka”, 1999, nr 5, s. 70.

dzisiaj z wypiekami na twarzy opowiadają o „Filipince”³⁷. Jedna z forumowiczek, pisze, że bez tego czasopisma dzisiaj byłaby kimś innym. Mimo, że namacalnych pozostałości „Filipinki” jest niewiele, to jej ślad widać głównie wśród czytelniczek, które do dzisiaj trzymają się razem.

„Filipinka” to nie tylko tygodnik dla dorastających kobiet, ale również zespół muzyczny, którego nazwa wzięła się właśnie od tego czasopisma. Zespół powstał w 1959 roku przy Technikum Handlowym w Szczecinie. Założycielem był nauczyciel muzyki Jan Janikowski. W skład grupy wchodziły same kobiety, które najprawdopodobniej były również czytelniczkami „Filipinki”, stąd też pomysł na nazwanie tak zespołu. Oficjalną nazwę dziewczyny przyjęły właśnie w redakcji czasopisma w Warszawie³⁸, a jego najlepsze lata przypadają na okres lat 60. i 70., podobnie zresztą jak i samego tygodnika.

Po „Filipince” został również ślad w Internecie, w postaci blogów. Pierwszy z nich o nazwie „Towary Mieszane”, prowadzony jest od 2006 r., czyli od momentu, w którym Filipinka przestała się ukazywać w kioskach³⁹. Jak sama nazwa wskazuje, blog jest o wszystkim, głównie o życiu. Przekazuje poglądy autorki, obawy i spostrzeżenia. Pisany oryginalnym językiem, sprawia, że można się do niego uzależnić. Drugi blog, nosi nazwę „Nienawidzę gotować”⁴⁰. Jest nieco młodszy, bo powstał w roku 2005. W dowcipny sposób, można zapoznać się z ciekawymi przepisami kulinarnymi. Te dwa blogi, to prawdziwe perełki dla wielbicielek „Filipinki”.

Wspomnienia o „Filipince” rozwijają się głównie na forach⁴¹ internetowych, które zrzeszają nie tylko były czytelniczki czasopisma, ale również jego redakcję. Forumowiczki wymieniają się wspomnieniami dotyczącymi „Filipinki” oraz osobistymi doświadczeniami i przeżyciami⁴². Fora internetowe to świetny sposób by przywołać wspomnienia i poznać pozostałe fanki „Filipinki”.

Wszystkie opinie o czasopiśmie pojawiające się na forach internetowych, są pozytywne. Można więc stwierdzić, że były filipinki dumne są z tego, kim są, że dzięki „Filipince” ukształtował się ich światopogląd i jednocześnie

³⁷ Goldeline, [w:] <http://www.goldenline.pl/forum/filipinka/160737> (dostęp: 19.05.2009).

³⁸ Filipinki, [w:] <http://www.lastfm.pl/music/Filipinki> (dostęp: 19.05.2009).

³⁹ Towary mieszane, [w:] <http://towarymieszane.blog.pl/> (dostęp: 22.05.2009).

⁴⁰ Nienawidzę gotować, [w:] <http://www.nienawidze-gotowac.blog.pl/> (dostęp: 22.05.2009).

⁴¹ Goldeline, [w:] <http://www.goldenline.pl/forum/filipinka/160730> (dostęp: 2.06.2009).

⁴² Tamże.

żałują, że pismo to zostało wycofane i dzisiejsze pokolenia nie mają szansy obcowania z tak wartościową prasą⁴³.

Czarny humor Filipinki (Filipa)

„Filipinka” to także Filip o piwnych oczach i jego „Czarna strona”, która przeszła już niemal do historii. Wszystko to było owiane wielką tajemnicą. Czarna strona, rzeczywiście była drukowana w kolorze czarnym, co dodawało jej enigmatycznego i tajemniczego wyglądu. Czytelniczki nigdy nie dowiedziały się kim był ów Filip o piwnych oczach, a on sam na łamach czasopisma nie chciał nigdy zdradzić tajemnicy. Przez to stał się bardziej intrygujący dla swoich wiernych fanek.

W każdym numerze na Czarnej Stronie znajdował się kącik poświęcony listownym rozmowom Filipa z czytelniczkami zatytułowany „Co tam Panie w epistołach...?”. Wszystkie „Filipinki” mogły zadać swojemu Filipowi kilka pytań, a nawet wyznać mu swoje uczucia, bo jak się okazuje, młode dziewczyny często podkochiwały się w tajemniczym nieznajomym⁴⁴.

Filip z piwnymi oczami spędzał sen z powiek niejednej nastolatce, która chciała odkryć jego tożsamość. Taki również był zamiar strony Filipa, która miała nie tylko bawić, ale przede wszystkim intrygować postacią tajemniczego Filipa. Można zaryzykować stwierdzenie, że Filip z piwnymi oczami, był swojego rodzaju reklamą Filipinki. I co najważniejsze nie była to krzykliwa forma perswazji, która miała do pisma przyciągnąć masę kobiet, lecz delikatne zafascynowanie ich czymś nowym, na wzór idola. Idolem oczywiście był Filip, zabawny, nieco ironiczny, budzący zainteresowanie i przystojny. Atrakcyjny fizycznie, ponieważ spełniał wszelkie wymagania. Dla każdej nastolatki był takim Filipem, jakim ona chciała go widzieć. Tak więc dla jednej był wysokim wysportowanym młodzieńcem, a dla innej zaś szalonym hipisem⁴⁵, lub wojownikiem sumo⁴⁶.

Czarna strona Filipa to nie tylko listy wielbicielek i rysunki z jego podobizną, ale również kawały i humor z tak zwanej szkolnej ławki, przysyłany przez dziewczęta. Niektóre powiedzenia z dialogów szkolnych czy też uwag z dzienniczka, stały się wręcz kultowe⁴⁷. Tajemniczy Filip organizował konkursy na komiks, gdzie głównym bohaterem miał być on

⁴³ *Była sobie Filipinka*, [w:] <http://forum.pyrzyce.biz/viewtopic.php?t=6299> (dostęp: 19.05.2009).

⁴⁴ *Filip*, „Filipinka”, 1999, nr 8, s. 75; *Filip*, „Filipinka”, 2000, nr 4, s. 75.

⁴⁵ *Filip*, „Filipinka”, 2002, nr 12, s. 78.

⁴⁶ *Filip*, „Filipinka”, 2001, nr 10, s. 77.

⁴⁷ *Filip*, „Filipinka”, 2001, nr 6, s. 82.

sam. W ten sposób aura tajemniczości, która mu towarzyszyła, stawała się jeszcze większa.

Przy Czarnej Stronie, warto zwrócić uwagę na słownictwo, a raczej slang w jakim była ona redagowana. Przysyłane listy, żarty i dialogi, umieszczane były z charakterystycznym dla siebie słownictwem, którym posługują się wyłącznie młodzi ludzie. Brachol, psor, sorka, maxima, graficiarz, xsiądz, to tylko niektóre ze słów używanych w środowisku młodzieżowym oraz w „Filipince”⁴⁸. Publikowanie tekstów czytelniczek bez ingerencji w ich treść, świadczy o tym, że to „Filipinka” była dla czytelniczek, a nie one dla czasopisma.

Czarna strona, pomimo że była formą rozrywkową odegrała ogromną rolę w tworzeniu kultury „Filipinki” i stale przyciągała czytelniczki. Prezentowane na tej stronie teksty były nie tylko dowcipne, ale błyskotliwe.

Po upadku „Filipinki”, okazało się, że popularnym piwnookim Filipem była kobieta⁴⁹. Laura Bakalarska, dziennikarka, która pierwsze kroki w pisaniu stawiała właśnie w „Filipince”, do dzisiaj udziela się na forach poświęconych czasopismu.

Przygotowanie do życia w społeczeństwie

Na rynku prasowym wciąż pojawiają się nowe tytuły, a inne odchodzą w zapomnienie, dlatego prasa jest tak bardzo ulotna. Pomimo zapisywania słów na papierze, szybko zostają one zapomniane. Gdyby jednak tak było po „Filipince” nie zostałoby nawet wspomnienie. Biorąc pod uwagę fakt, że do dzisiaj istnieją grupy dyskusyjne rozprawiające o dawnej „Filipince”, należy uznać, że zostawiła ona istotny ślad we wspomnieniach czytelniczek. Warto więc zadać sobie pytanie, dlaczego tak się stało? Skąd tak wielki wpływ na młode kobiety? Na to pytanie doskonale odpowiedziała Zofia Sokół: „Filipinka” była przeznaczona dla tego typu wieku, gdzie „młoda dziewczyna z niewydarzonej poczwarki żeńskiej przemienia się w eleganckiego motyla płci żeńskiej (...)”⁵⁰.

Należałoby zatem stwierdzić, że „Filipinka” była nie tylko świadkiem metamorfozy jaka zachodziła w młodej kobiecie, ale była też jej prowokatorką. Nic więc dziwnego, że pismo było uwielbiane przez rzeszę

⁴⁸ Filip, „Filipinka”, 1999, nr 5, s. 74-75.

⁴⁹ Filipinka i nie tylko, [w:] <http://www.pinezka.pl/byl-sobie-czlowiek-arch/1975-filipinka-i-nie-tylko> (dostęp: 19.05.2009).

⁵⁰ Z. Sokół, *Prasa kobieca w latach 1945-1995*, Rzeszów 1998, s. 124.

nastolatek, bo przygotowywało je do dorosłego życia. Wychowywało i uczyło. Owe wychowanie odgrywało istotną rolę w stereotypach damsko-męskich, gdzie czasopismo udowadniało, że mężczyzna nie musi być jednym żywicielem rodziny, ale również partnerem, który czasami nawet spełnia kobiecą rolę, czyli może również zajmować się domem i dziećmi. „Filipinka” przekonywała, że w takim modelu rodziny nie ma nic złego, że kobieta również powinna dbać o swoje wykształcenie i karierę.

Pismo podkreślała rolę kobiety sukcesu z takim samym naciskiem, jak i pani domu oraz opiekunki domowego ogniska. W ten sposób kształtował się proces wychowania, polegający na przekształcaniu młodej dziewczyny, w kobietę potrafiącą poradzi sobie w każdej sytuacji życiowej. Kobieta, która nie jest zależna od swojego partnera, ale jest na równi z nim. I nie ma w tym nic feministycznego, ale ma to wpływ na podejście młodej osoby do życia w społeczeństwie i rodzinie. Dlatego też, „Filipinka” wykształciła w czytelniczkach przekonanie, że równy podział obowiązków między kobietą i mężczyzną jest czymś dobrym, a nawet pożądanym.

Cały przekaz kulturotwórczy, który „Filipinka” wpajała swoim czytelniczkom nie był manipulacją, lecz wolnym wyborem odbiorcy. Nie każda młoda filipinka musiała dać się wychować w taki sposób. Każda jednak mogła przemyśleć prezentowane treści i zastanowić się nad tym czy ona sama też tak czuje. Rolę wychowawczą odgrywały nie tylko działy z edukacją, ale głównie te pomagające w dojrzewaniu. Niewątpliwie do tego typu stron (z kategorii dojrzewam), należały felietony Kasi Nosowskiej. Za każdym razem z jakimś chwytliwym tytułem, np. „Nie marnuj miłości”⁵¹. Poruszane były tematy ważne dla dorastającego nastolatka, między innymi miłość. Spojrzenie Kaśki Nosowskiej na omawiane tematy było zawsze dojrzałe i obiektywne, a za jej słowami ukrywało się głębokie doświadczenie życiowe, które chciała przekazać czytelniczkom.

W kolejnych latach, w redakcji „Filipinki”, pojawiali się nowi felietoniści. Należała do nich Fiolka Najdenowicz, która pisała o sprawach damsko-męskich oraz Kuba Wojewódzki, który poruszał głównie tematy kontrowersyjne⁵². Teksty Kuby Wojewódzkiego, były umieszczane na końcu czasopisma. Jeszcze zanim drukowane były wraz z felietonami Fiolki, dział Kuby nosił nazwę: „Okiem drania”, co niewątpliwie przyciągało uwagę⁵³.

⁵¹ *Nie marnujmy miłości*, „Filipinka”, 2001, nr 12, s. 46.

⁵² *Felieton*, „Filipinka”, 2004, nr 5, s. 84-85.

⁵³ *Okiem drania*, „Filipinka”, 2003, nr 3, s. 86.

Felietony pisane lekkim, młodzieżowym stylem, dotyczyły ważnych spraw i skłaniały do przemyśleń. Również pozostałe teksty i reportaże skłaniały do dyskusji, gdyż zazwyczaj prezentowały jakiś kontrowersyjny temat⁵⁴. Swoje przemyślenia czytelniczki mogły wyrażać w listach do redakcji. W dziale „Masz głos”⁵⁵ publikowane były najciekawsze listy wraz z komentarzem redakcyjnym. Autorki nagradzane były „Zegarkiem Filipinki”. Nie oznacza to oczywiście, że reszta listów była pomijana przez redakcję „Filipinki”. Z niektórych listów, które poruszały istotne problemy nastolatków, tworzone były osobne artykuły⁵⁶. Wspólne rozwiązywanie problemów na łamach czasopisma było swojego rodzaju terapią psychologiczną. Ułatwiała to współpraca w psychologami i seksuologami, którzy dawali cenne rady i wskazówki, podkreślając, że wartość człowieka nie zależy od jego figury, grubości portfela, atrakcyjnego partnera czy też modnych ciuchów.

Podsumowanie

Dlaczego „Filipinkę” należy uznać za zjawisko kulturotwórcze? Z całą pewnością dlatego, że „Filipinka” zawiera uniwersalny przekaz, który ma swoje odzwierciedlenie w teraźniejszości. Czasopismo pomimo tego, że przestało się już ukazywać, wywarło wpływ, na czytelniczki, które dzisiaj są już dorosłymi kobietami. Nie można oczywiście powiedzieć, że „Filipinka” całkowicie ukształtowała swojego odbiorcę, ale na pewno ułatwiła wejście w dorosłe życie z wytyczonymi planami oraz sprecyzowanym poglądem na świat.

W przekazie czasopisma istotne było to, że nadawca komunikatu zawsze był w pewien sposób znany (sławni felietoniści, specjaliści, inne czytelniczki), a umieszczenie ich zdjęć pod artykułami, wprowadzało przyjacielski nastrój. Za pośrednictwem młodzieżowego, lekkiego języka, pismo łatwo docierało nie tylko do młodych, ale także do wymagających osób. Dzięki temu o „Filipince” wciąż mówią i pamiętają były czytelniczki.

Czytelniczki „Filipinki”, należały i wciąż należą do takiej zorganizowanej grupy, która wyznaje podobne wartości, ma zbliżone ambicje i cele oraz priorytety życiowe. Dzięki temu, że słuch o „Filipince” nie zaginęła, a czytelniczki wciąż wspominają i powracają do swojego starego, ulubionego czasopisma, wartości „Filipinki” są wciąż ważne i aktualne. Były czytelniczki

⁵⁴ *Aborcja czy wstyd*, „Filipinka”, 2003, nr 9, s. 30-31.

⁵⁵ *Masz głos*, „Filipinka”, 2001, nr 3, s. 6.

⁵⁶ Tamże, s. 8-9.

piszą na forum, że żałują, że w dzisiejszych czasach nie ma już takiego czasopisma na rynku prasowym, więc podrzucają starą „Filipinkę” swoim córkom⁵⁷. W tym wypadku wartości i idee, czyli dziedzictwo kulturowe „Filipinki” są przekazywane następnemu pokoleniu, nie tylko poprzez samo czytanie Filipinki, ale również wychowanie⁵⁸.

„Filipinka” uczyła, wychowywała i ułatwiała przetrwać ciężkie chwile w życiu nastolatki. Wychowywała według własnego, określonego wzoru, pokazując co jest dobre w życiu i czym powinna kierować się młoda kobieta, chcąc osiągnąć sukces zarówno społeczny, rodzinny jak i zawodowy. Młodość to intrygujące zjawisko, któremu redakcja „Filipinki” słusznie poświęciła dużo czasu, pamiętając o tym, że nie wszyscy potrafią sobie poradzić i zrozumieć młodość. Zarówno ci, którzy ją przeżywają, jak również ci, którzy już przez nią przeszli⁵⁹.

Bibliografia

„Filipinka” 1999-2004.

Chomczyńska-Rubacha, M., *Role płciowe kultura i edukacja*, Łódź 2006, s. 14-15.

Dudzikowa M., Czerepaniak-Walczak M., *Wychowanie. Pojęcia – procesy – konteksty*, Gdańsk 2007.

Mielczarek T., *Monopol. Pluralizm. Koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989-2006*, Warszawa 2007.

Nikitorowicz J., *Kreowanie tożsamości dziecka*, Gdańsk 2005.

Pankowska, D., *Wychowanie a role płciowe*, Gdańsk 2005.

Sokół Z., *Prasa kobieca w Polsce w latach 1945-1995*, Rzeszów 1998

Netografia

„Filipinka” z dawnych lat, [w:] <http://patrz.pl/mp3/id/223198> (dostęp: 15.05.2009)

„Filipinka” z dawnych lat, [w:] <http://www.pino.pl/article-view/id,1707,p,4> (dostęp: 17.05.2009)

Filipinka (czasopismo), [w:] [http://pl.wikipedia.org/wiki/Filipinka_\(czasopismo\)](http://pl.wikipedia.org/wiki/Filipinka_(czasopismo)) (dostęp: 17.05.2009)

F jak Filipinka, [online], [w:] <http://www.pinezka.pl/alfabet/2110-f-jak-filipinka> (dostęp: 17.05.2009)

Goldeline, [w:] <http://www.goldenline.pl/forum/filipinka/160737> (dostęp: 19.05.2009)

Goldeline, [w:] <http://www.goldenline.pl/forum/filipinka/160730> (dostęp: 19.05.2009)

⁵⁷ Goldeline, <http://www.goldenline.pl/forum/filipinka/160730> (dostęp: 19.05.2009).

⁵⁸J. Nikitorowicz, *Kreowanie tożsamości dziecka*, Gdańsk 2005, s. 79.

⁵⁹ M. Dudzikowa, M. Czerepaniak-Walczak, *Wychowanie. Pojęcia- procesy-konteksty*, Gdańsk 2007 s. 173.

Była sobie Filipinka, [w:] <http://forum.pyrzyce.biz/viewtopic.php?t=6299> (dostęp: 19.05.2009)

Filipinki, [w:] <http://www.lastfm.pl/music/Filipinki> (dostęp: 17.05.2009)

Filipinka i nie tylko, [w:] <http://www.pinezka.pl/byl-sobie-czlowiek-arch/1975-filipinka-i-nie-tylko> (dostęp: 17.05.2009)

Towary mieszane, [w:] <http://towarymieszane.blog.pl/> (dostęp: 17.05.2009)

Nienawidzę gotować, [w:] <http://www.nienawidze-gotowac.blog.pl/> (dostęp: 17.05.2009).

eLady, [w:] <http://www.blog.e-lady.pl/2009/03/14/dobra-wiesc-dla-wielbicielek-starej-filipinki/> (dostęp: 22.05.2009)

Aupair, [w:] <http://www.aupairanya.com.pl/> (dostęp: 1.06.2009)

**RECENZJE
I SPRAWOZDANIA**

Sprawozdanie z działalności Koła Naukowego Studentów Nauk o Rodzinie „Silva Rerum” Ateneum-Szkoły Wyższej w Gdańsku za rok 2014

W roku 2014 Koło Naukowe działało pod następującym kierownictwem: Opiekun Koła – prof. nadzw. dr hab. Małgorzata Stopikowska (Kierownik Katedry Nauk o Rodzinie), Przewodniczący Koła – kol. Mariusz Ruszkowski, Wiceprzewodnicząca – kol. Katarzyna Dmowska. Cały rok działalności Koła upłynął pod znakiem działań edukacyjnych i profilaktycznych związanych z FAS (*Fetal Alcohol Syndrome*), czyli alkoholowy zespół płodowy, oraz FASD (*Fetal Alcohol Spectrum Disorder*), czyli poalkoholowe uszkodzenia płodu.

Głównym nurtem działalności Koła była organizacja i przeprowadzenie – przy wsparciu Gdańskiego Centrum Profilaktyki Uzależnień – Konferencji Naukowo-Szkoleniowej **„Wieczne dziecko”, poświęconej problemom dzieci z alkoholowym zespołem płodowym (FAS) i poalkoholowymi uszkodzeniami płodu (FASD) i ich rodzin**”. Pomysłodawcą wydarzenia jest członek koła – kol. Marek Kaczeński, który został Sekretarzem tejże konferencji. W związku z powyższym członkowie Koła na wniosek kol. M. Ruszkowskiego oraz kol. M. Kaczeńskiego zdecydowali się przystąpić do Kampanii Społecznej FAS STOP, której przewodniczy jej inicjatorka – lek. med. Grażyna Rymaszewska (specjalista w zakresie psychiatrii), z którą nawiązaliśmy bliską współpracę.

Wśród działań edukacyjnych i profilaktycznych odnośnie FAS/FASD podjętych przez nasze Koło Naukowe należy wymienić:

1. Dnia 07 stycznia 2014 r. odbyło się spotkanie w Zespole Placówek Specjalistycznych w Gdyni przy ul. Wejherowskiej 65 (Punkt Konsultacyjno-Diagnostyczny dla Rodzin i Dzieci z FAS) z lek. med. G. Rymaszewską oraz z pełniącą obowiązki kierownika Punktu – Hanną Kaczmarek. Koło reprezentowali: Przewodniczący M. Ruszkowski oraz kol. M. Kaczeński. Tematem spotkania były kwestie przygotowawcze, związane z zamiarem zorganizowania konferencji dotyczącej FAS, która miałyby się odbyć w miesiącu lutym lub marcu w naszej Uczelni („Wieczne Dziecko”).

2. Dnia 15 stycznia 2014 r. odbył się wykład dr n. med. Jolanty Wierzby w siedzibie Swissmed, przy ul. Wileńskiej 44 w Gdańsku, na który zostali zaproszeni członkowie Koła: M. Ruszkowski oraz M. Kaczeński. Tematem spotkania Pani Doktor z uczniami liceów ogólnokształcących w Gdańsku było przedstawienie problematyki FAS oraz zaburzeń genetycznych.
3. Dnia 12 marca 2014 r. odbyła się w Ateneum Konferencja Naukowo-Szkoleniowa „**Wieczne dziecko**” poświęcona problematyce FAS/FASD, której głównym organizatorem było Koło Naukowe. Uczestniczyło w niej ok. 300 osób; jednak wielu osobom odmówiono z powodu braku wolnych miejsc na auli. Po konferencji odbyło się spotkanie działaczy biorących udział w Kampanii Społecznej FAS STOP.
4. Realizacja projektu *Uchrońmy dzieci przed FAS – profilaktyka uniwersalna i selektywna FAS/FASD*, prowadzonego przez Fundację Dla Dziecka i Rodziny „WSCHODZĄCE SŁOŃCE”, dofinansowanego przez Województwo Pomorskie; w projekt czynnie zaangażowali się przede wszystkim: Opiekun Koła – prof. M. Stopikowska, M. Ruszkowski – Przewodniczący Koła (ale i zarazem Prezes Fundacji „WSCHODZĄCE SŁOŃCE”) oraz M. Kaczeński – członek Koła.
5. W ramach powyższego projektu, odbyło się szkolenie specjalistyczne z tematyki FAS/FASD prowadzone przez dr n. med. Małgorzatę Klecką, zakończone odpowiednim certyfikatem. Szkolenie odbywało się w siedzibie Ateneum, przy ul. 3 Maja 25A, w dniach: 12-13.06.2014 oraz 26-27.06.2014. Warsztaty były przeznaczone dla tzw. edukatorów problematyki FAS/FASD, w tym m.in. psychologów, pedagogów, pielęgniarek, położnych. Uczestnikami byli m.in.: prof. M. Stopikowska, M. Ruszkowski, M. Kaczeński. Na obecną chwilę było to jedyne takie szkolenie w Województwie Pomorskim.
6. W ramach tego samego projektu członkowie Koła zostali przeszkoleni do prowadzenia zajęć z młodzieżą szkolną z tematyki FAS/FASD, uzyskując odpowiednie zaświadczenia. Powyższe szkolenie pod nazwą *Akademia Wiedzy o FAS* odbyło się w dwóch turach: 26-27 wrzesień oraz 10-11 października.
7. Następnie członkowie koła: Mariusz Ruszkowski, Aneta Borejszo, Anna Blokus-Szkodzińska, Joanna Lis i M. Kaczeński podjęli się przeprowadzenia dla młodzieży szkolnej w dniach 06.10-15.12.2014 zajęć *Biorę odpowiedzialność – czyli profilaktyka zapobieganiu FAS/FASD*. Warsztaty zostały uzgodnione z lokalnymi władzami

i zaplanowano je w gminach: Kościerzyna, w miejscowościach: Wielki Podleś, Wielki Klincz, Skorzewo, Łubiana oraz w miastach: Kościerzyna, Starogard Gdański, Lębork, Pruszcz Gdański, Trąbki Wielkie. Do połowy listopada odbyło się 36 spotkań z młodzieżą, w zajęciach uczestniczyło 1.150 uczniów.

8. Miesiące lipiec-wrzesień członkowie Koła wykorzystali na przygotowania do współorganizowanych przez Koło Obchodów Światowego Dnia FAS – pierwszego takiego wydarzenia w naszym województwie. Obchody odbyły się 6 września 2014 w miejscowości Chmielno. Na tę uroczystość składała się Konferencja Naukowo-Szkoleniowa *Dzieci, które pozostają dziećmi* – zorganizowana w ramach wspomnianego już wyżej projektu *Uchrońmy dzieci przed FAS-profilaktyka uniwersalna i selektywna FAS/FASD* prowadzonego przez Fundację „WSCHODZĄCE SŁOŃCE” oraz festyn rodzinny, który przygotowała A. Blokus-Szkodzińska, członek Koła, a zarazem Dyrektor Twórczego Centrum Rozwoju Dziecka WESOŁY MIŚ wraz z członkami Koła: A. Borejszo i Joanną Nowak, którym pomagali wolontariusze z miejscowej szkoły.
9. W ramach Wojewódzkiej Kampanii FAS STOP odbyły się następujące spotkania, w których uczestniczyli przedstawiciele Koła:
 - 6 luty: Okręgowa Izba Lekarska; z ramienia Koła uczestniczyli: prof. M. Stopikowska, M. Ruszkowski, M. Kaczeński; prof. Stopikowska zaproponowała przeniesienie obrad do budynku Ateneum jako gościnnego miejsca, otwartego na inicjatywy społeczne;
 - 20 luty: Ateneum-Szkoła Wyższa; uczestniczyli: prof. M. Stopikowska, M. Ruszkowski;
 - 05 marca: Ateneum-Szkoła Wyższa; uczestniczyli: M. Ruszkowski – prowadzący spotkanie, M. Kaczeński;
 - 26 marzec: Ateneum-Szkoła Wyższa; uczestniczyli: M. Ruszkowski – prowadzący spotkanie;
 - 25 kwietnia: Ateneum-Szkoła Wyższa; uczestniczyli: K. Dmowska – Wiceprzewodnicząca Koła; A. Borejszo – członek koła.

Powyższe spotkania – wraz z konferencją *Wieczne Dziecko* doprowadziły do powstania Fundacji FASCYNACJE, dążącej m.in. do utworzenia Pomorskiego Centrum Profilaktyki, Diagnozy i Terapii FAS/FASD. Członkiem Rady Programowej Fundacji została prof. M. Stopikowska, która animowała i prowadziła narady działaczy, których skutkiem było powstanie

wspomnianej organizacji. W Ateneum odbyły się m.in. debaty działaczy z przedstawicielami urzędów samorządowych w sprawie wspierania działań edukacyjnych i profilaktycznych. W niektórych spotkaniach uczestniczył także Rektor Ateneum – prof. zw. dr hab. Waldemar Tłokiński, Pełnomocnik Rektora ds. Studenckich – prof. ndzw. dr hab. Henryk Olszewski oraz Dziekan Wydziału Studiów Edukacyjnych – prof. ndzw. dr Józef Żerko.

Spośród innych działań Koła należy wymienić spotkanie członków Koła oraz zaproszonych gości z dr Grażyną Rymaszewską, która poprowadziła wykład dotyczący roli ojca w wychowaniu dziecka: *Wpływ relacji z ojcem ma kształtowanie się osobowości dziecka*. Odbyło się ono w dniu 12 lutego 2014 r. i przybyło na nie wielu mężczyzn – studentów Ateneum i gości spoza naszej Uczelni. Sukces tego spotkania zachęca nas, aby w następnym roku zorganizować specjalną konferencję poświęconą ojcostwu.

W maju Koło ponownie zgłosiło swój udział w konkursie Czerwonej Róży – na najlepsze koło naukowe na Pomorzu. W dniu 26 maja odbyła się prezentacja działalności kół w Akademii Sztuk Pięknych w Gdańsku. A. Blokus-Szkodzińska przedstawiła przygotowaną wraz opiekun Koła – prof. M. Stopikowską prezentację dotyczącą naszej działalności. Nasze Koło zostało nominowane do nagrody, a tym samym zakwalifikowane do ścisłej czołówki najlepszych Kół Studenckich na Pomorzu. Warto dodać, że w tej edycji konkursu jesteśmy jedynym nominowanym Kołem Naukowym reprezentującym uczelnie prywatne – obok Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej w Sopocie. Dnia 1 czerwca 2014 r. w Gdańsku, w Dworze Artusa odbyło się ogłoszenie wyników konkursu Czerwonej Róży w kategorii: Najlepszy student, Najlepsze Koło Naukowe. Konkurs wygrał student z Uniwersytetu Gdańskiego oraz Koło Naukowe Pojazdów Elektrycznych EVPL z Akademii Morskiej w Gdyni.

Dnia 16 czerwca 2014 roku odbyła się w Ateneum – Szkole Wyższej w Gdańsku konferencja naukowo-szkoleniowa *Wychowanie do życia w rodzinie wobec współczesnych wyzwań*. Głównym organizatorem była Katedra Nauk o Rodzinie oraz Koło Naukowe Studentów Nauk o Rodzinie „Silva Rerum”, przy współudziale Centrum Edukacji Nauczycieli w Gdańsku. Swojego wsparcia organizacyjnego i medialnego udzieliło wydawnictwo RUBIKON.

W bieżącym roku Koło wraz z Katedrą Nauk o Rodzinie zorganizowało następne prelekcje i dyskusje z cyklu *Spotkania z kulturą arabską*:

1. 14 stycznia 2014 r. – spotkanie poświęcone dyskusji nad projektem badawczym realizowanym przez członków Koła, temat projektu „Małżeństwa i rodziny polsko-arabskie – specyfika i wyzwania”.
2. 2 kwietnia 2014 r. – temat spotkania „Różnice kulturowe między krajami arabskimi a Europą ze szczególnym uwzględnieniem tematyki małżeńsko-rodzinnej”, prelegent – Mohammed Al-Majhad.
3. 12 kwietnia 2014 r. – temat spotkania „Kultura popularna w krajach arabskich” dr Michał Moch; obecnych około 200 osób.
4. 12 kwietnia 2014 r. – temat spotkania „Taniec orientalny – moja pasja”, prelegentka – inż. Agnieszka Urbaniak (nick sceniczny „Nailah”), obecnych ok. 200 osób.
5. 8 czerwca 2014 r. – temat spotkania „Educational system in Egypt”, prelegentem był gość z Egiptu – doktorant Uniwersytetu al-Mansura, Yasser El-Deabes, MA; obecnych ok. 50 osób.

Nawiązaliśmy także współpracę ze Studenckim Kołem Naukowym „Fizjologia Płodności” przy Katedrze i Zakładzie Fizjologii Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego, którego członkowie są także instruktorami Naturalnego Planowania Rodziny oraz członkami Fundacji NAPROCENTRUM. W najbliższym czasie planujemy wziąć udział w organizowanej przez zaprzyjaźnione Koło konferencji *Ochrona zdrowia prokreacyjnego – profilaktyka i leczenie niepłodności* – 21 listopada 2014 r.

19 oraz 25 listopad 2014 r. – tak jak w poprzednich latach – dla uczniów Gimnazjum w Trąbkach Wielkich im. Kazimierza Jagiellończyka członkowie Koła przeprowadzą warsztaty pt. *Wartość i znaczenie seksualności człowieka*. Zaprosimy młodzież do Ateneum, natomiast władze gminne zapewnią transport uczniom i ich nauczycielom.

Dnia 25 listopada na terenie Uczelni, Koło współorganizuje debatę oksfordzką dotyczącą polityki prorodzinnej w naszym województwie. Udział wezmą członkowie Koła wraz ze studentami Ateneum oraz przybyli goście reprezentujący różne organizacje i zawody. Program polityki prorodzinnej na lata 2014-2020 przedstawi przedstawiciel Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego. Debatę prowadzi były senator i obecny Kurator Okręgowy ds. Rodziny – Antoni Szymański, polityk, socjolog, samorządowiec, działacz społeczny.

Następną imprezą organizowaną przez nasze Koło będzie akcja *Biała Wstążka*, która odbędzie się po raz pierwszy w Gdańsku – w dniu 26 listopada 2014. Jest ona organizowana przez Centrum Interwencji Kryzysowej w Gdańsku, Gdańskie Centrum Profilaktyki Uzależnień oraz Miejski Ośrodek

Pomocy Rodzinie w Gdańsku. Koło Naukowe jest współorganizatorem oraz gospodarzem wydarzenia. Jest to element kampanii **16 Dni Przeciw Przemocy** skierowanej do chłopców i mężczyzn. Mimo że jest to spotkanie otwarte, zaprosiliśmy przede wszystkim uczniów szkół z województwa gdańskiego. Mamy wstępną deklarację ze szkół ponadgimnazjalnych w Starogardzie Gdańskim, Lęborku, Pruszczu Gdańskim, Wejherowie i Gdańsku.

Wydarzenie odbędzie się w Auditorium Maximum Ateneum – Szkoły Wyższej, mogącej pomieścić ok. 300 osób. Impreza zaplanowana jest na ok. 3 godz., na które będzie się składało kilka elementów. Najpierw dwa wykłady wygłoszą: psycholog – dr Marcin Szulc oraz Prezes Fundacji FASCYNACJE – Kamil Roszkowski. Następnie nastąpi uroczystość wpięcia uczestnikom białej wstążki przez dziewczęta. Całość zakończy przemarsz ulicami miasta pod Urząd Marszałkowski, gdzie deklarację odrzucenia przemocy symbolicznie na ręce przedstawiciela Władz Samorządowych złożą młodzież. Pomoc w organizacji happeningu zaoferowała m. in. Komenda Miejska Policji w Gdańsku, Gdańskie Centrum Profilaktyki Uzależnień oraz Fundacja FASCYNACJE oraz Fundacja Dla Dziecka i Rodziny „WSCHODZĄCE SŁOŃCE”.

Planujemy także udział delegacji Koła, w składzie: M. Ruszkowski – przewodniczący delegacji, A. Blokus-Szkodzińska oraz A. Borejszo w *I Międzynarodowym Sympozjum pt. BIOETYCZNE ASPEKTY OPIEKI OKOŁOPORODOWEJ*, które będzie miało miejsce 6 grudnia 2014 r. Zgłosiliśmy referat: *Diagnozowanie FAS u noworodków i niemowląt – problem medyczny czy etyczny?* Czekamy obecnie na odpowiedź organizatorów konferencji. Myślę, że po tylu różnych szkoleniach i doświadczeniach edukacyjnych i profilaktycznych mogliśmy wnieść znaczący wkład w obrady wspomnianego spotkania naukowego.

Na następnym roku planujemy przede wszystkim kontynuację działań z zakresu edukacji i profilaktyki FAS/FASD. Na pewno zaangażujemy się aktywnie w akcje przeciwko przemocy i – być może – zorganizujemy konferencję naukowo-szkoleniową poświęconą tej tematyce. We współpracy z Wydawnictwem RUBIKON chcemy zorganizować następną konferencję poświęconą WDŻWR.

Najprawdopodobniej we współpracy ze Studenckim Kołem Naukowym „Fizjologia Płodności” przy Katedrze i Zakładzie Fizjologii Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego, Archidiecezjalną Poradnią Rodzinną oraz Fundacją NAPROCENTRUM przygotujemy konferencję poświęconą macierzyństwu i ojcostwu. Chcielibyśmy zaaranżować także spotkanie poświęcone naturalnemu planowaniu rodziny oraz naprotechnologii dla

studentów Ateneum, tak aby spopularyzować te idee wśród naszej akademickiej społeczności.

Cieszy nas bardzo, że jako Kolo Naukowe Studentów Nauk o Rodzinie Ateneum – Szkoły Wyższej jesteśmy coraz bardziej rozpoznawalni w naszym lokalnym środowisku i cieszymy się zaufaniem wielu urzędów, władz samorządowych, instytucji i organizacji państwowych i pozarządowych. Traktowani jesteśmy jako wiarygodny partner wielu lokalnych inicjatyw oraz wybierani jesteśmy do realizacji różnych zadań wyznaczanych przez instytucje rządowe i pozarządowe. Najbardziej cieszy nas jednak fakt, że tyle udało się nam zrobić w minionym roku, że mogliśmy wnieść swój wkład w życie naszej pomorskiej społeczności. Kiedy skończymy już studia – bo przecież kiedyś nadejdzie ten czas – będziemy przygotowani do podjęcia różnorodnych zadań na rzecz naszej małej Ojczyzny.

**Sprawozdanie z konferencji naukowo-szkoleniowej
„Wieczne dziecko”, poświęconej problemom dzieci
z alkoholowym zespołem płodowym (FAS)
i poalkoholowymi uszkodzeniami płodu (FASD)
i ich rodzin”,
Ateneum-Szkoła Wyższa w Gdańsku, 12 marca 2014**

W dniu 12 marca 2014 roku odbyła się konferencja naukowa poświęcona problemom dzieci z alkoholowym zespołem płodowym (FAS – Fetal Alcohol Syndrome) i poalkoholowymi uszkodzeniami płodu (FASD – Fetal Alcohol Spectrum Disorder) i ich rodzin. Organizatorem konferencji było Koło Naukowe Studentów Nauk o Rodzinie oraz Katedra Nauk o Rodzinie (Ateneum-Szkoła Wyższa w Gdańsku). Obowiązków współorganizatora podjęło się Gdańskie Centrum Profilaktyki i Uzależnień. Wstęp na imprezę był bezpłatny.

Wydarzenie adresowane było do pracowników miejskich, powiatowych i gminnych Ośrodków i Centrów Pomocy Rodzinie oraz Ośrodków Pomocy Społecznej, pracowników instytucji samorządowych i organizacji pozarządowych, rodziców zastępczych i adopcyjnych, kuratorów, nauczycieli, lekarzy, położnych oraz studentów i absolwentów naszej Uczelni. Większość gości przybyła przede wszystkim z województwa pomorskiego, ale nie brakowało także takich, którzy przemierzyli wiele kilometrów, aby wziąć udział w naszym sympozjum. Samych zgłoszeń konferencyjnych mieliśmy ponad 350, co już samo w sobie wskazuje na wielkie zapotrzebowanie społeczne na edukację w podjętym przez nas temacie.

Powołany został Komitet Naukowy Konferencji w składzie: prof. ndzw. dr hab. Henryk Olszewski (Ateneum), prof. ndzw. dr hab. Małgorzata Stopikowska (Ateneum), dr Robert Stopikowski (Ateneum), dr Marcin Szulc (Uniwersytet Gdański). Przewodniczącą Komitetu Naukowego Konferencji została prof. Małgorzata Stopikowska, natomiast członkowie Koła ukonstytuowali Komitet Organizacyjny. Kol. Marek Kaczeński – pomysłodawca i inicjator wydarzenia – podjął się funkcji

Sekretarza Konferencji, lic. Aneta Borejszo odpowiadała za korespondencję konferencyjną, a wspierała ją lic. Irena Drawc-Ciftci, kol. Hanna Gejda przygotowała projekt graficzny materiałów konferencyjnych. Całość prac koordynował Przewodniczący Koła – lic. Mariusz Ruszkowski, a pozostali członkowie Koła czynnie zaangażowali się w prace konferencyjne.

Nasze spotkanie naukowe cieszyło się także zainteresowaniem mediów i wielu urzędów, które chętnie objęły patronaty nad imprezą. PATRONAT MEDIALNY objęli: Dziennik Bałtycki, Radio „Plus” i Portal „Nasze Miasto.pl”. PATRONAT HONOROWY przyznały natomiast następujące instytucje:

- Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych – Dyrektor Krzysztof Brzóska;
- Marszałka Województwa Pomorskiego – Marszałek Mieczysław Struk;
- Prezydent Miasta Gdańska – Prezydent Paweł Adamowicz;
- Gdańskie Centrum Profilaktyki Uzależnień – Dyrektor Adam Landowski;
- Miejski Ośrodek Pomocy Rodzinie w Gdańsku – p.o. Dyrektora Janina Liedtke-Jarema;
- Pomorskie Kuratorium Oświaty – Pomorski Kurator Oświaty Elżbieta Wasilenko.

Celem konferencji było przybliżenie osobom związanym zawodowo z pracą na rzecz dzieci i ich rodzin problemu alkoholowego zespołu płodowego (FAS) oraz poalkoholowych uszkodzeń płodu (FASD). Jest to często niezdiagnozowana przyczyna wielu zaburzeń, zwłaszcza u dzieci przysposobionych i adoptowanych. Zaproszeni przez nas referenci są uznanymi w Polsce specjalistami w zakresie FAS i FASD, mającymi nie tylko szeroką wiedzę teoretyczną o zagadnieniu, ale także bardzo rozległe doświadczenie praktyczne w dziedzinie diagnozowania i pracy z dziećmi obciążonymi FAS/FASD.

Konferencję rozpoczęło wystąpienie Jego Magnificencji Rektora Ateneum – prof. zw. dr hab. Waldemara Tłokińskiego, który powitał uczestników oraz zachęcił do namysłu nad możliwymi drogami profilaktyki FAS/FASD oraz przeciwdziałania picia alkoholu przez matki w ciąży. Następnie odbyła się sesja naukowa, której przewodniczyła prof. ndzw. dr hab. Małgorzata Stopikowska. W jej ramach wygłoszono szereg referatów.

Dr n. med. Jolanta Wierzba, ordynator Oddziału Patologii Wieku Niemowlęcego, z Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego wystąpiła

z tematem: *FAS – wczesna diagnoza i obraz kliniczny*. Pani Doktor przedstawiła zasady i kryteria diagnozowania FAS u noworodków i niemowląt oraz wskazała na dylematy i wątpliwości związane z postawieniem jednoznacznej diagnozy. Wskazała też na konieczność rozwoju metod diagnostycznych, zwłaszcza wobec noworodków. Postawienie jak najwcześniejszej diagnozy jest niezbędne, aby wdrożyć odpowiednie procedury terapeutyczne. Referentka wskazała także na stosowane w Polsce i na świecie kryteria rozpoznawania FAS/FASD.

Mgr Anna Piaskowska z Punktu Konsultacyjno-Diagnostycznego dla Rodzin i Dzieci z FAS w Gdyni zaprezentowała referat pt. *Funkcjonowanie psychospołeczne dzieci z FASD*". Pani psycholog wyjaśniła, w jaki sposób przejawiają się problemy dzieci z FAS/FASD w odniesieniu do ich możliwości rozwojowych oraz w sferze kontaktów społecznych. Podkreśliła, że tylko odpowiednio wczesna diagnoza i odpowiednio ukierunkowana praca z dzieckiem może zapobiec wystąpieniu lub rozwojowi zaburzeń wtórnych, zakłócających jeszcze dodatkowo i tak już utrudnione funkcjonowanie psychospołeczne osób z FAS/FASD.

Dr n. med. Krzysztof Liszcz, pracownik Oddziału Psychiatrycznego Szpitala w Aleksandrowie Kujawskim, a prywatnie ojciec zastępczy, m.in. dzieci z FAS/FASD, oraz znany społecznik, przedstawił temat: *Dziecko z FAS w domu i w szkole*. Pan Doktor w bardzo żywy i dynamiczny sposób wskazał drogi wspomagania pedagogiczno-psychologicznego dzieci i młodzieży z FAS/FASD. Wspominał o rozlicznych trudnościach, na które napotykają rodzice zastępczy oraz nauczyciele pracujący na co dzień z takimi dziećmi. Swój wykład zakończył optymistycznym nakreśleniem perspektyw rozwojowych każdego człowieka, także tego obciążonego FAS/FASD.

Po tak obfitej w treści sesji naukowej nastąpiła przerwa, podczas której podjęliśmy gości konferencyjnych przekąskami oraz poczęstunkiem na słodko, a także kawą i herbatą. Po przerwie wyemitowany został film edukacyjny *Wieczne dziecko. Co to jest FAS* (Parpamedia Warszawa 2009) – dzięki uprzejmości Państwowej Agencji Rozwiązywania Problemów Alkoholowych, właściciela praw autorskich. Trzeba nadmienić, że sam tytuł konferencji zaczerpnęliśmy właśnie z tego filmu, co zostało również odnotowane w programach konferencyjnych, gdyż tytuł „Wieczne dziecko” wchodzi również w zakres praw własności intelektualnej, przysługujących PARPA.

Po krótkiej przerwie poświęconej na przygotowanie do trzeciej części konferencji, rozpoczął się panel dyskusyjny, poprowadzony przez red. Hannę Kordalską-Rosiek z Telewizji Gdańsk. W panelu udział wzięli:

- dr n. med. Jolanta Wierzba, genetyk kliniczny, ordynator Oddziału Patologii Wieku Niemowlęcego, Gdański Uniwersytet Medyczny,
- mgr Anna Piaskowska, psycholog, Punkt Konsultacyjno-Diagnostyczny Dla Rodzin i Dzieci z FAS, ZPS im. K. Lisieckiego „Dziadka” w Gdyni,
- dr n. med. Krzysztof Liszcz, psychiatra, ojciec w rodzinie zastępczej z dziećmi z FAS, Oddział Psychiatryczny, Szpital powiatowy w Aleksandrowie Kujawskim,
- lek. med. Grażyna Rymaszewska, psychiatra, inicjatorka Kampanii Społecznej FAS STOP, współpracowniczka ZPS im. K. Lisieckiego „Dziadka” w Gdyni,
- mgr Urszula Kiblicka, przedstawicielka MOPR w Gdańsku,
- mgr Małgorzata Mont, przedstawicielka Gdańskiego Centrum Profilaktyki Uzależnień,
- dr Marcin Szulc, psycholog kliniczny, Uniwersytet Gdański, a jednocześnie wykładowca Ateneum-Szkoły Wyższej w Gdańsku,
- mgr Joanna Ćwikła, pedagog rodziny, absolwentka Ateneum, były pracownik socjalny, aktualnie pracownik Pomorskiego Ośrodka Adopcyjnego.

Uczestnicy dyskusji rozważyli przede wszystkim kwestie związane z szeroką profilaktyką FAS/FASD, z koniecznością bardziej skutecznego dotarcia do społeczeństwa z informacją o poważnych konsekwencjach picia alkoholu przez kobiety w trakcie ciąży, z istnieniem fałszywych przekonań, że np. małe ilości alkoholu nie szkodzą dziecku, czy też potrzebą stworzenia zintegrowanego systemu diagnozowania, rewalidacji i wsparcia dzieci z FAS/FASD i ich rodzin. Paneliści podkreślali, że wiedza nt. FAS/FASD jest szeroko rozpowszechniona w krajach Europy i Ameryki Północnej oraz, że istnieją tam dobrze funkcjonujące systemy wsparcia społecznego dla dzieci i ich rodzin borykających się z tym problemem. Wskazywali także, że w Polsce jest to nadal dziedziną praktycznie nieznaną, wyłączając wąskie grono specjalistów i społeczników. Polscy rodzice mają do dyspozycji bardzo ograniczoną ofertę pomocową dla dzieci obciążonych FAS/FASD, nie mówiąc już o całkowitym braku rozwiązań systemowych w tym obszarze.

Podsumowując całość obrad i wypracowanych przez referentów i panelistów wniosków, prof. M. Stopikowska zaproponowała wystosowanie

apelu do Władz Województwa w imieniu uczestników konferencji z prośbą o wsparcie działań profilaktycznych, edukacyjnych, diagnostycznych i terapeutycznych na rzecz dzieci z syndromem FAS/FASD i ich rodzin. Zgromadzeni jednogłośnie udzielili swojej zgody i poparli inicjatywę wysłania pisma.

Dlatego też – aby podjąć wątek konieczności zorganizowania zintegrowanego systemu pomocy i wsparcia dla dzieci z FAS/FASD i ich rodzin – bezpośrednio po konferencji odbyła się narada w tej sprawie. W naszym budynku uczelnianym, przy kawie, herbacie i przekąskach, spotkali się działacze społeczni, członkowie Koła Naukowego oraz specjaliści zajmujący się problematyką FAS/FASD. Spotkanie poprowadziła prof. M. Stopikowska, która koordynowała przebieg dyskusji oraz prace nad wystosowaniem apelu w imieniu uczestników konferencji „Wieczne Dziecko”. Pierwotny kształt pismu nadał dr n. med. Krzysztof Liszcz za zgodą i radą pozostałych uczestników, natomiast ostateczną formę – Jego Magnificencja Rektor Ateneum – prof. zw. dr hab. Waldemar Tłokiński. List z apelem, zawierającym m.in. postulat otwarcia Pomorskiego Centrum Profilaktyki, Diagnostyki i Terapii FAS/FASD, został przesłany na ręce Marszałka Województwa Pomorskiego.

Kiedy w grudniu 2013 r. po raz pierwszy kol. Marek Kaczeński wspomniał o temacie FAS/FASD na spotkaniu Koła Naukowego, nikt nie wiedział nawet dobrze, co to jest za syndrom i jakie ma konsekwencje w życiu dziecka i rodziny. A przecież – zachęceni sukcesem konferencji – przez następne miesiące wszyscy intensywnie szkoliliśmy się w obszarze FAS/FASD (obyły się m.in. szkolenia specjalistyczne dla członków Koła oraz przedstawicieli lokalnych instytucji edukacyjnych i profilaktycznych), a potem aktywnie zaangażowaliśmy się w rozliczne prace edukacyjne dotyczące prewencji FAS/FASD (np. kampania społeczna FAS STOP, warsztaty dla młodzieży, współorganizacja obchodów Światowego Dnia FAS we wrześniu 2014). Do końca roku 2014 zaplanowaliśmy szereg imprez profilaktycznych wśród młodzieży szkolnej i akademickiej, które będą realizować członkowie naszego Koła Naukowego.

Nikt też nie przypuszczał, że nasza konferencja wzbudzi tak wielkie zainteresowanie pomorskiej społeczności. Nikt z nas również nie mógł przewidzieć, że prezentowane w niniejszym sprawozdaniu spotkanie naukowo-szkoleniowe przyniesie dalekosiężne skutki w postaci poruszenia całego lokalnego środowiska, władz samorządowych oraz organizacji pozarządowych. Dzięki naszej konferencji tematyka FAS/FASD dotarła do

decydentów, którzy ogłosili m.in. konkursy na projekty edukacyjne i profilaktyczne dotyczące tego tematu, w które potem zaangażowali się członkowie naszego Koła Naukowego. Podobnie nikt się nie spodziewał, że naszą konferencyjną inicjatywę utworzenia Pomorskiego Centrum Profilaktyki, Diagnostyki i Terapii FAS/FASD podejmie Fundacja FASCYNACJE – utworzona w tym celu przez zainspirowanych tą ideą uczestników konferencji. W jej prace zaangażowała się czynnie Opiekun naszego Koła – prof. M. Stopikowska.

Katarzyna DMOWSKA

**Sprawozdanie z konferencji naukowo-szkoleniowej
„Wychowanie do życia w rodzinie wobec współczesnych
wyzwań”, Ateneum-Szkoła Wyższa w Gdańsku,
16 czerwca 2014**

Dnia 16 czerwca 2014 roku w Gdańsku w siedzibie Ateneum-Szkoły Wyższej odbyła się konferencja naukowo-szkoleniowa *Wychowanie do życia w rodzinie wobec współczesnych wyzwań*. Konferencja została zorganizowana przez Katedrę Nauk o Rodzinie oraz Koło Naukowe Studentów Nauk o Rodzinie „Silva Rerum” we współpracy z Centrum Edukacji Nauczycieli w Gdańsku. Patronat medialny nad spotkaniem objęli: portal internetowy „Wychowanie do życia w rodzinie” oraz Wydawnictwo RUBIKON. Wydarzenie adresowane było do nauczycieli wychowania do życia w rodzinie, wychowawców i rodziców oraz wszystkich zainteresowanych tematyką.

Uroczystego otwarcia konferencji dokonał Dziekan Wydziału Studiów Edukacyjnych prof. ndzw. dr Józef Żerko, który w swojej przemowie podkreślił doniosłość „Wychowania do życia w rodzinie” jako przedmiotu wspierającego wychowawczą rolę rodziny. Następnie odbyła się dalsza część spotkania, która została podzielona na dwa segmenty.

Pierwszą z nich stanowiła sesja naukowa, którą rozpoczął wykład: *Realizacja przedmiotu „Wychowanie do życia w rodzinie” w województwie pomorskim*, który przedstawiła prof. ndzw. dr hab. Małgorzata Stopikowska, Kierownik Katedry Nauk o Rodzinie, Ateneum – Szkoła Wyższa w Gdańsku. Pani Profesor zreferowała wyniki badań przeprowadzonych pod jej kierunkiem przez studentów Nauk o Rodzinie w ramach projektu badawczego prowadzonego w latach 2008-2014. Zbadano m.in. zakres i sposób realizacji *Ustawy o planowaniu rodziny, ochronie płodu ludzkiego i warunkach dopuszczalności przerywania ciąży* w zakresie organizacji lekcji „Wychowania do życia w rodzinie”, zebrano także opinie uczniów, rodziców i nauczycieli, w tym wychowawców klas i samych nauczycieli WDŻWR. Zebranego materiału badawczego wynika, że zarówno uczniowie, jak i rodzice życzą sobie obecności tego przedmiotu w szkole i są z jego

programu oraz form realizacji zadowoleni. Uczniowie oceniają, że zajęcia z WDŹWR są interesujące, przydatne oraz wiele wnoszą do ich życia. Pracownicy szkół – dyrektorzy i nauczyciele – generalnie odnoszą się pozytywnie do przedmiotu i jego obecnego kształtu. Grupą najbardziej negatywnie odnoszącą się do realizacji WDŹWR w szkole są natomiast wychowawcy, którzy niewiele wiedzą na ten temat i mało interesują się treściami przekazywanymi na lekcjach WDŹWR.

Mgr Alina Strzałkowska z Centrum Edukacji Nauczycieli w Gdańsku zaprezentowała temat: *Działania szkoły na rzecz zdrowia i bezpieczeństwa uczniów. Kierunki polityki oświatowej państwa*. Referentka – wieloletni wojewódzki konsultant „Wychowania do życia w rodzinie” – przedstawiła dotychczasowe kierunki działalności profilaktycznej szkoły, zwł. w zakresie wychowania seksualnego. Wskazała na przykłady realizowania agresywnej edukacji seksualnej w krajach europejskich i próbach wcielania tego typu pomysłów w polskich szkołach. Jak dowodziła referentka, obecny kształt przedmiotu „Wychowanie do życia w rodzinie” dobrze spełnia swoją rolę profilaktyczną i wychowawczą, natomiast próby zastąpienia go „seksedukacją” należy traktować jako zagrożenie dla realizacji zadań wychowawczych i profilaktycznych oraz niebezpieczeństwo dla dzieci i młodzieży.

Natomiast absolwentka Nauk o Rodzinie (Ateneum), obecnie pracująca w Ośrodku Rewalidacyjno-Edukacyjno-Wychowawczym w Pruszczu Gdańskim, mgr Katarzyna Dąbkowska wygłosiła referat *Wokół seksualności osób niepełnosprawnych intelektualnie – prezentacja programu autorskiego dla młodzieży niepełnosprawnej intelektualnie w stopniu umiarkowanym i znacznym*. Nasza starsza koleżanka przedstawiła główne założenia stworzonego przez siebie autorskiego projektu edukacyjnego, nad którym pracowała jeszcze podczas studiów, a obecnie realizuje go ze swoimi podopiecznymi. Prelegentka wskazała, że osoby niepełnosprawne intelektualnie tak jak osoby pełnosprawne potrzebują wychowania – także w sferze seksualności. Właściwy i dostosowany do możliwości i potrzeb niepełnosprawnych przekaz wiedzy może być ważnym elementem ich integracji społecznej (np. zyskanie umiejętności zachowania się w miejscach publicznych czy też przejawianie akceptowalnych form zachowań w relacjach międzyludzkich), a także ochrony przed nadużyciami seksualnymi.

Po przerwie odbyła się druga część konferencji, składająca się z równoległe odbywających się warsztatów. Uczestnicy mieli możliwość wyboru następujących zajęć:

- „Czekać – nie czekać?“, czyli o inicjacji seksualnej – mgr Teresa Król (Wydawnictwo RUBIKON);
- „Jak rozmawiać o miłości?“ – dr Urszula Walijewska (Ateneum-Szkoła Wyższa);
- „O edukacji seksualnej w książkach dla dzieci“ – dr Anna Wasilewska i lic. Aleksandra Lepa (Uniwersytet Gdański);
- „Profilaktyka zintegrowana w domu i szkole“ – mgr Alina Strzałkowska (CEN Gdańsk);
- „Wokół seksualności osób niepełnosprawnych intelektualnie“ – mgr Katarzyna Dąbkowska (OREW w Pruszczu Gdańskim);
- „Profilaktyka FAS/FASD na lekcjach wychowania do życia w rodzinie“ – mgr Joanna Węglarz (Poradnia Psychologiczno-Pedagogiczna „Pegaz”);
- „Media w rodzinie“ – dr Robert Stopikowski (Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna, Ateneum-Szkoła Wyższa);
- „Relacja z ojcem a rozwój psychospołeczny dziecka. Propozycja lekcji ‘Ojciec w życiu dziecka’“ – kol. Marek Kaczeński (Ateneum-Szkoła Wyższa).

W czasie przerwy goście konferencyjni mogli się zapoznać z ofertą pomocy dydaktycznych do przedmiotu „Wychowanie do życia w rodzinie”, przygotowaną przez Wydawnictwo RUBIKON. Dzięki szczodrości Wydawcy – mgr Pawła Króla – Uczelnia otrzymała komplet najnowszych książek oraz pomocy dydaktycznych. Przydadzą się one na pewno wszystkim studentom, a w szczególności jednej z naszych koleżanek, która pisze pracą dyplomową nt. pomocy dydaktycznych do przedmiotu „Wychowanie do życia w rodzinie”.

Spotkanie zakończyła i podsumowała prof. ndzw. dr hab. Małgorzata Stopikowska, która podkreśliła w swojej wypowiedzi konieczność kształtowania postaw prorodzinnych, prospołecznych i prozdrowotnych w społeczeństwie. Zaprosiła także na następne konferencje naukowo-szkoleniowe organizowane przez Katedrę oraz Koło Naukowe Studentów Nauk o Rodzinie.

Konferencja okazała się sporym sukcesem, tłumnie przybyli na nią nauczyciele, studenci oraz rodzice zainteresowani tematyką spotkania. Wszyscy obecni otrzymali certyfikaty uczestnictwa w konferencji oraz upominki od wydawnictwa „Rubikon”. Na spotkaniu pokonferencyjnym Koła Naukowego, zachęteni powodzeniem omawianego sympozjum,

zdecydowaliśmy się zorganizować w następnym roku akademickim jeszcze jedną lub dwie sesje tego typu.

Małgorzata STOPIKOWSKA

Ateneum-Szkoła Wyższa w Gdańsku

Sprawozdanie z wizyty (16-26 marca 2014)
w ramach programu ERASMUS w Katolicka Univerzita
v Ružomberku

(Katedra Nauk Społecznych, kierunek: Nauki o Rodzinie)

W dniach 16-26 marca 2014 r. miałam przywilej skorzystania z możliwości uczestnictwa w międzynarodowym programie wymiany naukowej *Lifelong Learning Programme – Erasmus Programme – Staff Mobility for Teaching*. Konkurs, który ostatecznie doprowadził do mojego wyjazdu, został zorganizowany przez moją macierzystą Uczelnię – Ateneum – Szkołę Wyższą w Gdańsku. Spośród wielu wniosków konkursowych, mój właśnie uzyskał aprobatę Władz Uczelni, dzięki czemu zostałam nominowana do uczestnictwa we wspomnianym programie.

Program Erasmus został ustanowiony decyzją Rady Europy nr 87/327/EEC z dnia 15 czerwca 1987 jako „Europejski program działań na rzecz mobilności studentów” (European Action Scheme for the Mobility of University Studies)¹. Polska bierze w nim udział od roku akademickiego 1998/99, realizując jego cele i zadania. Dotychczasowa formuła siedmiu programów Komisji Europejskiej w zakresie edukacji i szkoleń nazywanych zbiorową nazwą „Erasmus Programme”, została zastąpiona w 2014 r. przez obecnie obowiązujący program Erasmus+ (obejmujący lata 2014-2020)². Obecnie w programie biorą udział 33 kraje.

Głównym celem wspomnianych programów – a właściwie całego ich pakietu – było umiędzynarodowienie kształcenia oraz współpracy pomiędzy uczelniami, dlatego też objęły one swoim zasięgiem nie tylko studentów, ale i nauczycieli akademickich. Aktualny program został poszerzony o nowe opcje i m.in. objął swoim zasięgiem nową grupę beneficjentów – absolwentów. Przy tym dalej umożliwia i ułatwia wyjazdy studentów w celu odbycia części studiów lub praktyki w uczelni bądź innych zagranicznych

¹ Erasmus, w: <http://www.erasmus.org.pl/sites/erasmus.org.pl/files/Krotka%20historia%20programu%20Erasmus.pdf> (05.06.2014).

² Erasmus+, w: <http://erasmusplus.org.pl> (05.06.2014).

instytucjach, wspiera mobilność nauczycieli akademickich oraz stwarza warunki udziału w międzynarodowych przedsięwzięciach naukowo-badawczych. W programie mogą brać udział także inni pracownicy niebędący nauczycielami.

Miałam zatem możliwość uczestniczyć w ostatniej edycji „starego” Erasmusa, a na instytucję partnerską wybrałam Katolicki Uniwersytet w Ružomberku, Wydział Teologii w Koszycach, Katedrę Pracy Socjalnej, która prowadzi kierunek Nauki o Rodzinie. Byłam bardzo ciekawa, jak wyglądają za granicą programy nauczania na kierunku Nauk o Rodzinie i jak się je realizuje. Oczywiście chciałam się zapoznać także z samą uczelnią, jej życiem i pracą organizacyjną. W ramach programu można sfinansować jedynie 5 dni, doliczając do tego czas na dojazd. Wołałam jednak nieco wydłużyć mój pobyt, aby jak najwięcej skorzystać z wizyty oraz zapoznać się z ludźmi i specyfiką miejsca.

Warto jednak najpierw wyjaśnić nieco skomplikowaną strukturę organizacyjną goszczącej mnie szkoły wyższej. Jest to katolicka publiczna uczelnia z siedzibą w Ružomberku, założona w 2000 r., posiadająca cztery wydziały: Filozoficzny, Pedagogiczny i Nauk o Zdrowiu – w Ružomberku, oraz Teologiczny – mieszczący się w Koszycach. Słowacja jako kraj jest małym państwem o powierzchni ok. 50 tys. km², o dobrze rozbudowanej sieci autostrad, zatem przemieszczanie się z miasta do miasta nie jest dużym problemem. W ramach każdego wydziału wyodrębnione są katedry, które zazwyczaj odpowiadają za prowadzenie poszczególnych kierunków studiów. Poza tym istnieją afiliowane do wydziałów instytuty bądź inne placówki zamiejscowe. Przykładowo Nauki o Rodzinie podstawowo są prowadzone przez Instytut Rodziny w Bratysławie, afiliowany do Wydziału Teologii. W Koszycach nie istnieje natomiast wyodrębniona specjalna jednostka, a studia w zakresie Nauk o Rodzinie prowadzi Katedra Nauk Społecznych.

Zostałam bardzo gościnnie przyjęta w Koszycach przez Dziekana – prof. ThDr. Cyrila Hišema, PhD oraz kierownika Katedry – doc. ThDr. Jána Jenčo, PhD. Opiekunem mojej wizyty został Mgr. Bc. Richard Kucharčík, M.A. PhD, który oprowadził mnie po Uniwersytecie, wyczerpująco odpowiadał na moje liczne pytania oraz zadbał o organizacyjne szczegóły mojego pobytu. Siedziba Wydziału Teologii mieści się w poklasztorным budynku, pięknie odnowionym i przystosowanym do potrzeb edukacji akademickiej. Poza większymi i mniejszymi salami dydaktycznymi, zaaranżowano kilka audytoriów, a w rozbudowanym skrzydle (przeciwległym do frontonu)

mieści się Auditorium Maximum na ok. 200-300 miejsc. Na poddaszu dobudowano część mieszkalną dla przyjezdnych wykładowców oraz gości.

Przygotowując się do przeprowadzenia zajęć (każdy beneficjent LLP-Erasmosa był zobowiązany do przeprowadzenia na goszczącej go uczelni 5 godzin dydaktycznych) zaproponowałam dwa wykłady dla słowackich młodych familiologów:

- *Wychowanie do życia w rodzinie – doświadczenia polskie,*
- *Matżeństwa europejsko-arabskie: specyfika i zagrożenia.*

Poproszono mnie także o tzw. wykład gościnny dla wykładowców i studentów pt. *Nauki o Rodzinie w Polsce i na świecie*. Największe zainteresowanie – zarówno studentów, jak i wykładowców – wzbudziły tematy związane z możliwościami zatrudnienia absolwenta Nauk o Rodzinie na polskim rynku pracy. Kwestie te pobudziły także uczestników moich wykładów do żywej dyskusji i licznych wniosków odnośnie pożądaných zmian w słowackim systemie prawnym. Oba języki – polski i słowacki są dość podobne i przy pewnej wprawie nie ma większych problemów, aby Polak zrozumiał słowacki, a Słowak – polski. Mimo przygotowania prezentacji multimedialnych do moich wykładów w języku angielskim, ostatecznie omawiałam je po polsku, natomiast dyskusje odbywały się dwujęzycznie – po polsku i słowacku.

Program studiów na Naukach o Rodzinie jest praktycznie taki sam, jak ten realizowany w Polsce – być może dzięki bardzo częstym relacjom z polskimi naukowcami. Familiolodzy słowaccy utrzymują bliskie więzi z uniwersytetami polskimi, prowadzącymi ten kierunek, przede wszystkim takimi jak: Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II, Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie i Uniwersytet Opolski³. Jako ciekawostkę można dodać, że na Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej (27-28 kwietnia 2006) pt. *Nauki o Rodzinie – tradycje i perspektywy edukacyjne* organizowanej przez Katedrę Nauk o Rodzinie (Ateneum – Szkoła Wyższa w Gdańsku) zagościł także obecny dyrektor Instytutu Rodziny w Bratysławie – prof. ThDr. Stanislav Vojtko, PhD.

W Koszycach prowadzone są studia w zakresie Nauk o Rodzinie na trzech poziomach: licencjackim (po słowacku – bakalarskim), magisterskim i doktoranckim. Dwa pierwsze stopnie wyłącznie – w trybie dziennym, natomiast trzeci stopień jest realizowany w trybie dziennym i zaocznym.

³ Umowy instytucjonalne w ramach Erasmus +, w: <http://www.ku.sk/zahranicne-vztahy-ambility/partnerske-univerzity.html> (05.06.2014).

Studia dzienne są bezpłatne – finansowane przez budżet państwa. Poszczególne roczniki są jednak nieliczne – corocznie studia na Naukach o Rodzinie podejmuje ok. kilkanaście osób, a podstawowym problemem dla społeczności familiologicznej na Słowacji jest brak prawnego umocowania absolwenta na rynku pracy. Przykładowo nie istnieją tam w programach szkolnych lekcje Wychowania do życia w rodzinie, nie ma też aktów prawnych, w których absolwent Nauk o Rodzinie byłby wymieniony w jako potencjalny pracownik w danym zawodzie. Nasi absolwenci są w o wiele lepszej sytuacji, wspominając choćby tylko *Ustawę z dnia 9 czerwca 2011 r. o wspieraniu rodziny i systemie pieczy zastępczej* (Dz.U. 2011 nr 149 poz. 887) wraz z ostatnią jej zmianą (*Ustawa z dnia 25 lipca 2014 r. o zmianie ustawy o wspieraniu rodziny i systemie pieczy zastępczej oraz niektórych innych ustaw – Dz. U. z 2014 r. poz. 1188*).

Podczas mojego pobytu na goszczącej mnie uczelni odbywał się także „Tydzień Etyki” – cykl referatów gości zagranicznych z całej Europy. Mimo nazwy „tydzień” – w rzeczywistości wykłady obejmowały cały marzec i kwiecień 2014 r. Ostatniego dnia przed moim wyjazdem odbyło się także spotkanie z czeską autorką popularnych poradników dotyczących wychowania w rodzinie. Jak widać goszcząca mnie uczelnia prężnie działa i oferuje studentom dodatkowe opcje pogłębienia wiedzy oraz kontaktu z szerokim międzynarodowym gronem wykładowców.

Ze spraw całkiem nienaukowych i przyziemnych warto wspomnieć o trybie życia na Słowacji. Pierwsza rzecz, która mnie uderzyła podczas jazdy samochodem przez słowackie miasta i wsie, to brak ludzi na ulicach, zwłaszcza wieczorem. Jedną z przyczyn takiego wrażenia jest mała liczba ludności w tym kraju – jest ich jedynie ok. 5,5 mln, nie ma zatem po prostu, kto spacerować. Po drugie, Słowacy chodzą bardzo wcześnie spać – o godz. 20-21 w większości domów jest już ciemno. Skoro idą wcześnie spać, to też wcześnie wstają – tego jednak (na szczęście) nie musiałam zbyt często doświadczać. Po trzecie, wiele instytucji edukacyjno-kulturalnych jest bardzo wcześnie (z perspektywy polskiej) otwieranych i zamykanych – lepiej nie planować wycieczek na godz. po 15-16, bo większość placówek będzie już zamknięta. Niestety, z tego względu udało mi się zwiedzić tylko kilka muzeów – o wiele mniej niż bym sobie życzyła. Powiodła mi się za to wizyta w Koszyckim ZOO oraz Ogrodzie Botanicznym, które wiązały się z moimi prywatnymi zainteresowaniami i hobby.

Skutkiem wspomnianego wyżej rozkładu dnia jest także bardzo wczesna (wg polskich przyzwyczajzeń) pora obiadowa – godz. 12. Stołowałam się

podstawowo na uczelni, bo ze względu na wypełniony grafik nie mogłam zjeść „na mieście”, ale wieczorem korzystałam (a właściwie musiałam, bo byłam już bardzo głodna) z oferty licznych kafejek i restauracji – trzeba było się jednak pospieszyć, aby móc z nich skorzystać. Przy okazji oczywiście popróbowaliśmy specjałów kuchni słowackiej: w wersji domowej – przygotowanych przez stołówkę akademicką, oraz „reprezentacyjnej” – serwowanej przez restaurację. Muszę jednak przyznać, że kuchnia słowacka nie jest nadmiernie wyszukana, raczej typu wiejskiego. Dla mnie osobiście niezbyt smaczna i mało urozmaicona. Mogę dodać, że dr R. Kucharčík – który już kilkakrotnie korzystał z wyjazdów i wymiany naukowej w ramach programu Erasmus – z rozmarzeniem wspominał uroki polskiej kuchni oraz smak nieistniejącej w słowackim menu zupy ogórkowej.

Podsumowując owoce mojej wyprawy, należy podkreślić przede wszystkim najbardziej oczywisty kontekst tego typu wyjazdów: poszerzenie perspektyw myślowych i edukacyjnych nauczyciela akademickiego, który bierze udział w programie Erasmus. Kilka dni to jednak zdecydowanie za mało, aby mówić o umiędzynarodowieniu procesu dydaktycznego, ale jest to niewątpliwie możliwość zaczerpnięcia z cudzych, odmiennych wszakże, doświadczeń. Jest to także doskonała okazja, aby omówić możliwości wzajemnej współpracy i poczynić pewne plany w tym zakresie. Uczestnictwo w tego typu programach poszerza możliwości rozwoju naukowego poprzez zaproszenia do udziału w słowackich publikacjach, co przekłada się także na element parametryzacyjny – na podwyższenie punktacji dorobku danego nauczyciela akademickiego i jego macierzystej uczelni.

Chociaż w moim przypadku nie nastąpiła konieczność codziennego operowania językami obcymi, to jednak i w tej sferze mogę odnotować pewne korzyści – miałam okazję uczestniczyć w bilingwalnych dyskusjach i wykładach – jako lektor i jako słuchacz. Skorzystałam także z możliwości poeksperymentowania z używanymi dotąd przede mną metodami dydaktycznymi pod kątem ich efektywności w obcym mi językowo i kulturowo środowisku. Jak się okazało, więcej nas łączy, niż dzieli, a moje metody edukacyjne sprawdziły się także i tam. Spotkanie z obcą kulturą, choć mającą wspólne korzenie, niewątpliwie poszerza horyzonty i zwiększa świadomość różnorodności językowej, społecznej i kulturalnej istniejącej w Europie.

Ważnym „efektem ubocznym” wizyt erasmusowskich – jak mi się wydaje – jest pozyskanie odświeżonej motywacji do pracy akademickiej oraz poczucie satysfakcji z wykonywanej profesji. Udział w programie Erasmus

można potraktować – z jednej strony – jako swoistą nagrodę wieńczącą dotychczasowy całokształt pracy akademickiej, a z drugiej – jeden z koniecznych elementów doskonalenia i podnoszenia kwalifikacji zawodowych w tak szybko zmieniającym się świecie, stawiającym przed nauczycielem akademickim coraz to nowe wymagania i wyzwania. Zachęcam zarówno studentów, jak i koleżanki i kolegów do skorzystania z mobilności w ramach programu Erasmus+, gdyż jest to bezdyskusyjnie wartościowy i ważny element rozwoju osobistego i zawodowego. Podejmę także starania o następne wyjazdy, zwłaszcza teraz, kiedy sama się przekonałam, ile takie wyjazdy mogą wnieść do życia naszej społeczności akademickiej.

KONKURS NA NAJLEPSZĄ PRACĘ DYPLOMOWĄ ZWIĄZANĄ Z TEMATYKĄ MAŁŻEŃSTWA I RODZINY

Redakcja „Ateneum Przegląd Familiologiczny – Ateneum Family Science Review” ogłasza konkurs na najlepszą pracę dyplomową (licencjacką, magisterską lub wieńczącą studia podyplomowe) związaną z tematyką małżeństwa i rodziny. Celem konkursu jest zwrócenie uwagi na zagadnienia dotyczące szeroko rozumianej problematyki małżeńsko-rodzinnej oraz zachęcenie studentów do podejmowania prac badawczych poświęconych zagadnieniom małżeństwa i rodziny. Konkurs jest otwarty dla absolwentów wszystkich kierunków, uczelni polskich i zagranicznych.

ZASADY:

Prace można zgłaszać do 15 października każdego roku. Oceny prac będzie dokonywać Kapituła Konkursu powołana przez JM Rektora Ateneum – Szkoły Wyższej w Gdańsku – prof. zw. dr hab. Waldemara Tłokińskiego. Wyniki zostaną ogłoszone na stronie internetowej Wydawnictwa Ateneum. Od decyzji Kapituły nie przysługuje odwołanie. Szczegółowe kwestie określa Regulamin Konkursu.

NAGRODA:

Nagrodą jest możliwość opublikowania wyników najlepszych prac na łamach naszego czasopisma.

WARUNKI UCZESTNICTWA:

1. Praca dyplomowa jest poświęcona tematyce małżeństwa i/lub rodziny
2. Praca dyplomowa została napisana w języku polskim lub angielskim (lub też została przetłumaczona na jeden ze wskazanych języków)
3. Egzamin dyplomowy na podstawie przesłanej na konkurs pracy odbył się nie dalej niż dwa lata od określonych wyżej terminów zgłaszania prac
4. W ramach zgłoszenia konkursowego zostały złożone wymagane dokumenty

ZGŁOSZENIE KONKURSOWE I WYMAGANE DOKUMENTY:

1. Zgłoszenie konkursowe wg wzoru dostępnego na stronie Wydawnictwa
2. 1 egz. pracy w wersji papierowej i w wersji elektronicznej (Microsoft Word) na płycie CD (podpisane przez autora pracy)
3. List rekomendacyjny od promotora pracy lub innego pracownika naukowo-dydaktycznego danej Uczelni ze wskazaniem daty obrony danej pracy i oceny (wyniku egzaminu dyplomowego) wraz z rekomendacją, zaopatrzonej w podpis i pieczęć
4. Deklaracja autora (wg wzoru dostępnego na stronie Wydawnictwa), zawierająca zgodę na:
 - przeniesienie autorskich praw majątkowych wraz z udzieleniem pełnomocnictwa
 - publikację, przetwarzanie danych osobowych, włącznie ze zgodą na umieszczenie danych osobowych laureatów na stronie Wydawnictwa i w publikacjach Ateneum
 - oświadczenie autora, że praca lub jej części nie były dotychczas publikowane
 - zobowiązanie autora do przygotowania artykułu na bazie pracy dyplomowej – w przypadku jej wyróżnienia

ADRES DO KORESPONDENCJI:

Wydawnictwo Ateneum – Szkoły Wyższej w Gdańsku
ul. 3 Maja 25 A
80-802 GDAŃSK
z dopiskiem KONKURS
adres mailowy: konkurs-rodzina@ateneum.edu.pl

AKTUALNE INFORMACJE, DOKUMENTY I REGULAMIN:

<http://ateneum.edu.pl/o-uczelni/wydawnictwo-publicacje-naukowe/konkurs>