

MAŁGORZATA SŁAWEK-CZOCHRA

KOBIETY W KULTURZE MEDIALNEJ  
ZARYS NA PODSTAWIE  
SERIALI FABULARNO-DOKUMENTALNYCH

Żyjemy dziś otoczeni przez media, których rozwój dokonuje się niezwykle szybko. Współcześnie zyskały one na znaczeniu i obok rodziny, środowiska społecznego, instytucji edukacyjnych i Kościoła dostarczają nam modeli tożsamościowych, wzorów zachowań i konsumpcji, stylów życia. Telewizja, Internet czy media społecznościowe są narzędziami umożliwiającymi nie tylko natychmiastową wymianę informacji, ale i rozpowszechnianie oraz wytwarzanie treści kultury. Słusznie zauważa Marian Golka, że „kultura medialna jest obecnie źródłem większości mitów, tj.: mit wolności, miłości, sukcesu, szczęścia”<sup>1</sup>.

Interesujące wydaje się zatem pytanie: jaki model kobiecości wyłania się z polskich przekazów medialnych i jakie typy kobiet są w nich prezentowane? Podejmowane już były próby rekonstrukcji takiego modelu w oparciu o sztukę i literaturę, prasę (np. tygodniki opiniotwórcze), filmy, a nawet seriale fabularne. Paradokumenty to kolejny obszar badawczy wart uwagi ze względu na wysoką oglądalność.

Niniejszy artykuł, oparty w większości na źródłach z zakresu socjologii kultury oraz socjologii rodziny, nie rości sobie prawa do całościowej analizy. Stanowi jedynie próbę wstępnego zarysu modeli kobiecości i typów kobiet-bohaterów na podstawie 20 losowo wybranych odcinków seriali „Dlaczego ja?” Telewizji Polsat i „Ukryta prawda” Telewizji TVN.

---

Dr MAŁGORZATA SŁAWEK-CZOCHRA – asystent Katedry Komunikacji Wizualnej w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej na Wydziale Nauk Społecznych KUL; adres do korespondencji: Droga Męczenników Majdanka 70/2, 20-325 Lublin; e-mail: [malgorzataczochna@kul.lublin.pl](mailto:malgorzataczochna@kul.lublin.pl)

<sup>1</sup> Marian GOLKA. *Czy można ukryć się przed kulturą medialną?* „Opuscula Sociologica” 2014 nr 1 s. 7-8.

## KOBIEȚA I KOBIECOŚĆ – RYS HISTORYCZNY

Sposób określenia „kobiecyh” i „męskich” cech, postaw, ról społecznych i zachowań może się różnić w poszczególnych społeczeństwach i ulega pewnym modyfikacjom na przestrzeni czasu w obrębie kultury każdego z nich. Warto zatem zakreślić charakterystykę ról kobiecych w społeczeństwie polskim.

Na ziemiach polskich istniał niezaprzeczalny kult kobiety w roli żony i matki, od najdawniejszych zatem czasów jej domeną był dom i sprawy prywatne, podczas gdy jej mąż pełnił istotne funkcje w życiu publicznym. Poza domowym zaciszem „pojawiła się ona nie jako samodzielna jednostka, lecz u boku swojego męża, jako element ich wspólnego życia”<sup>2</sup>. Od czasów chrztu Polski pozycję kobiety-żony wzmacniała i nadal wzmacnia religia chrześcijańska. Kościół katolicki ustanowił związek małżeński kobiety i mężczyzny sakramentem i apelował o jego dobrowolność, nierozzerwalność i trwałość<sup>3</sup>. Stanowczo sprzeciwiał się też karaniu kobiet za nieposłuszeństwo. Najważniejszą kobiecą rolą była więc rola dobrej i wiernej żony, towarzyszkii życia.

W okresie preindustrialnym kobieta towarzyszyła mężowi nie tylko w domu, ale i w pracy. Pomagała w uprawianiu roślin i zbóż na polu i w hodowli zwierząt. Wytwarzała też różnego rodzaju przetwory, biorąc w ten sposób czynny udział w żywieniu rodziny. Kobieta tkala i szyła, zapewniając domownikom ubiory i elementy domowego wystroju. Występując w powiązanej z rolą żony roli gospodyni, musiała być zaradna, pracowita i mieć rozliczne umiejętności, które przekazywane były w rodzinie z matki na córkę<sup>4</sup>. W wyborze kandydatki na żonę mężczyzna zwracał uwagę nie tylko na urodę, ale i warunki fizyczne. Jego wybranka musiała dać mu liczne potomstwo i podolać ciężkiej pracy w gospodarstwie domowym.

W okresie oświecenia w kręgach magnaterii małżeństwo było układem polityczno-gospodarczym, a nie związkiem bliskich sobie i oddanych osób. Cechowały je ceremonialna grzeczność, tolerancja i wzajemna swoboda.

<sup>2</sup> Anna KWAK. *Kobieta w domu i na rynku pracy. Czy równość praw i obowiązków?* „Roczniki Socjologii Rodziny” 2007 nr 18 s. 73-75.

<sup>3</sup> Dorota PALUK. *Modele ról kobiety w podręcznikach do wychowania seksualnego*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2005 s. 14; Justyna SZULICH-KAŁUŻA. *Role rodzinne kobiet wizualizowane na fotografiach „Przekroju” i „Polityki”*. W: *Naprawdę jaka jesteś nie wie nikt – obraz kobiety w języku i literaturze*. Red. Joanna Smól. Poznań: Matuscula 2011 s. 409.

<sup>4</sup> Leon DYCZEWSKI. *Rodzina polska i kierunki jej przemian*. Warszawa: Ośrodek Dokumentacji i Studiów Społecznych 1981 s. 149.

Elity dbały też o staranne wykształcenie swoich żeńskich potomkiń, w tych więc kręgach wcześniej nastąpiło pewne wyemancypowanie kobiet. W zamożnych rodzinach ziemiańskich podstawowym zajęciem kobiety, mającej do dyspozycji służbę, niańki oraz guwernantki, było utrzymywanie kontaktów towarzyskich<sup>5</sup>. Do jej zadań należało ponadto zapewnienie ciepłej atmosfery, poczucia bezpieczeństwa, utrzymanie w domu porządku i należytym każdemu z domowników pozycji w cechującej się dużym dystansem społecznym domowej hierarchii<sup>6</sup>. W tym samym czasie porządne mieszczańki, drobnomieszczańki i chłopki charakteryzowały się przede wszystkim skromnością, bogobojuścią i pracowitością. Pomimo odmiennych pozycji społecznych i znacznych różnic w sprawowaniu roli kobiety „jedno było wspólne dla wszystkich kobiet: całkowite podporządkowanie się woli mężczyzny, najpierw ojca, potem męża”<sup>7</sup>. Podporządkowanie kobiety sankcjonowały normy religijne, prawne i wspólnotowe. Bez opieki ze strony mężczyzny (najczęściej ojca lub męża) kobieta narażona była na różne przejawy dyskryminacji.

Tragiczna historia Polski, z jej rozbiorami i powstaniem, sprawiła, że w wielu rodzinach to właśnie kobieta była jedyną żywicielką, organizatorką życia domowego. Ich mężowie często ginęli na frontach, walcząc o wolność ojczyzny, byli więzieni lub zsyłani na roboty<sup>8</sup>. Ideał kobiety, który wykształcił się w tym okresie, to żona lub matka wojownika. „Matka-Polka”, o której mowa, to z jednej strony strażniczka norm i wartości patriotycznych przekazywanych dzieciom, a z drugiej podtrzymująca ducha walki żona. Leon Dyczewski zwraca uwagę na szczególnie związek łączący w Polsce kult Matki Bożej z wysoką pozycją kobiety-matki. Łączące je macierzyństwo kształtowało wobec kobiety postawę szacunku i pomocy. Pozycję kobiety-matki wzmocniła też katolicka nauka społeczna, która za „najważniejszą kobiecą funkcję – podobnie jak w czasach biblijnych – uznaje rodzenie dzieci”<sup>9</sup>. Pod koniec XVIII i na początku XIX wieku macierzyństwo zaczęło silnie łączyć z uczuciowością a „wartość i status matki zależy od jakości jej macierzyństwa a nie – jak do tej pory – od jej płodności i ilości posiadanych dzieci”<sup>10</sup>.

<sup>5</sup> Tamże.

<sup>6</sup> A. KWAK, *Kobieta w domu i na rynku pracy* s. 73-75; Lynn JAMIESON, *Od rodziny do intymności*. W: *Sojologia codzienności*. Red. Paweł Sztompka, Małgorzata Boguni-Borowska. Kraków: Wydawnictwo Znak 2008 s. 117-120.

<sup>7</sup> J. SZULICH-KALUŻA, *Role rodzinne kobiet wizualizowane na fotografiach* s. 409-410.

<sup>8</sup> L. DYCZEWSKI, *Rodzina twórcą i przekazicielem kultury*. Lublin: TN KUL 2003 s.144.

<sup>9</sup> Anna GACEK, *Nie tylko matka i żona, czyli o kobiecie w prasie katolickiej*. W: *Naprawdę jaka jesteś nie wie nikt* s. 47.

<sup>10</sup> Justyna SZULICH-KALUŻA, *Projekty tożsamościowe rodziny upowszechniane w polskich tygodnikach opiniotwórczych*. Lublin: Wydawnictwo KUL 2013 s. 188.

Kobieta-matka tego okresu miała silną więź emocjonalną ze swoim potomstwem i potrafiła odgadnąć jego potrzeby i uzdolnienia. Do niej należało wychowanie i wprowadzenie dzieci w całość życia oraz „kształtowanie w nich takich cech charakteru, jak: pracowitość, oszczędność, rzetelność, odpowiedzialność, życzliwość wobec ludzi, ofiarność i poświęcenie”<sup>11</sup>. Przekazywała też wiedzę o przodkach, tradycje rodzinne, lokalne i narodowe, wprowadzała w kwestie polityczne oraz kształtowała postawę patriotyczną<sup>12</sup>.

Jednocześnie zachwianie proporcji kobiet i mężczyzn w polskim społeczeństwie po burzliwych zrywach narodowych i likwidacja majątków sprawiły, że praca zarobkowa Polek stała się koniecznością. Wymusiło to na kobietach podjęcie inicjatywy i spowodowało wzrost samoświadomości. Najczęściej w roli pracownika występowały chłopki i ubogie mieszcanki. Lepiej wykształcone przedstawicielki warstwy ziemiańskiej podejmowały pracę nauczycielki, guwernantki, przełożonej pensji. Zatrudniane były też w redakcjach i wydawnictwach. Dostęp do wyższej edukacji umożliwił, nie licząc początkowo, kobietom wykonywanie wolnych zawodów<sup>13</sup>.

Ruch emancypacyjny, który zaczął rozwijać się w XIX i XX wieku, był jednak dużo słabszy w Polsce aniżeli w krajach Europy Zachodniej. Jak zauważa Dyczewski, wiele praw, o które od XVII wieku zabiegały zachodnie feministki, polskie kobiety już miały. Od czasów średniowiecza posiadały na przykład prawo do dziedziczenia, gdy w większości regionów państw niemieckich dziedziczył tylko najstarszy syn, a reszta domowników pozostawała na jego utrzymaniu. Pełne prawa wyborcze, zarówno czynne jak i bierne, Polki otrzymały zaraz po odzyskaniu przez Polskę niepodległości w 1918 r., czyli o wiele wcześniej niż w wielu krajach zachodnich. W Wielkiej Brytanii odpowiednie regulacje prawne ustanowiono w 1928 r., we Francji w 1944 r., we Włoszech w 1945 r., a w Szwajcarii dopiero w 1971 r.<sup>14</sup>

Dyczewski zauważa również, że pełna aktywizacja zawodowa kobiet to specyfika bloku państw socjalistycznych. Dokonała się ona w Polsce za sprawą wprowadzenia ustroju socjalistycznego tuż po II wojnie światowej. Sprawilo to, że udział kobiet w życiu społecznym stał się pełniejszy. Wzrósł też ich status społeczny<sup>15</sup>. Powojenna polityka demograficzna państwa była

<sup>11</sup> L. DYCZEWSKI. *Rodzina twórcą i przekazicielem kultury* s. 144.

<sup>12</sup> Tamże.

<sup>13</sup> Dionizja WAWRZYCHOWSKA-WERCIOCHOWA. *Od prządki do astronautki. Z dziejów kobiety polskiej, jej pracy i osiągnięć*. Warszawa: Wydawnictwo Związkowe CRZZ 1963 s. 41; J. SZULICH-KAŁUŻA. *Role rodzinne kobiet wizualizowane na fotografiach* s. 410-411.

<sup>14</sup> L. DYCZEWSKI. *Rodzina twórcą i przekazicielem kultury* s. 143.

<sup>15</sup> Tamże.

nastawiona na upowszechnianie rodzin wielodzietnych. Lansowano zatem model kobiety, która jest sprawdzającym się w wielu zawodach pracownikiem i jednocześnie szczęśliwą matką oraz dobrą gospodynią, radzącą sobie z obowiązkami względem rodziny<sup>16</sup>. W tym okresie „ostrze krytyki zostaje wymierzone w tradycyjny obraz żony, usługującej mężowi i uzależnionej od mężczyzny”<sup>17</sup>. Uniwersalne kobiece wartości, tj. czułość, delikatność, wrażliwość i empatia, są jednak doceniane także w socjalistycznej rzeczywistości. Od kobiety w dalszym ciągu oczekuje się, że będzie przedkładała dobro członków rodziny nad swoje pragnienia i zachcianki. Gdy w latach 60. XX wieku rynek pracy został nasycony, a liczba urodzeń okazała się niewystarczająca, władze państwowe uświadomiły sobie, że do najważniejszych zadań kobiety należy macierzyństwo i wychowanie dzieci. Wychwalano więc walory życia domowego i przekonywano, że najlepsze dla dziecka jest wychowanie przez niepracującą matkę<sup>18</sup>.

W tym samym czasie kiedy w Polsce przypisuje się kobietom przede wszystkim rolę matki (lata 60. i 70. XX wieku), na Zachodzie ma miejsce okres tzw. drugiej fali feminizmu. Jego działaczki zjednoczyły się, by wesprzeć mężczyzn w pełnieniu kierowniczych stanowisk. Czując się zdominowane, domagały się zniesienia „szklanego sufitu” i możliwości awansu jako naturalnej konsekwencji ciągłego podnoszenia kwalifikacji i umiejętności w procesie kształcenia ustawicznego. Zapragnęły też być traktowane na równi z mężczyznami. Wyedukowane kobiety postanowiły chronić swoją cielesność przed oczami męskiej części społeczeństwa, co w wielu krajach przełożyło się na wprowadzenie zakazu pornografii. Najwięcej kontrowersji wzbudziła jednak kwestia macierzyństwa, traktowanego dotąd jako esencja kobiecości. Istnienie medycznej możliwości dokonywania aborcji i sztucznej regulacji poczęć dały kobiecie poczucie wolności i możliwości wyboru, wzmogły też rozwój radykalnych ideologii feministycznych.

Polską kobietę przestrzega się tymczasem przed niewłaściwym rozumieniem emancypacji: „równouprawnienie, jak i partnerstwo to doskonały znakomity pretekst do przerzucenia całego ciężaru odpowiedzialności za dom i dzieci na barki mężczyzny”<sup>19</sup>.

<sup>16</sup> J. SZULICH-KALUZA. *Projekty tożsamościowe rodziny* s. 189.

<sup>17</sup> Mikołaj KOZAKIEWICZ. *Wychowanie seksualne i planowanie rodziny w Polsce. Przeszłość. Teraźniejszość. Przyszłość*. Warszawa: Movex 1997 s.156; J. SZULICH-KALUZA. *Role rodzinne kobiet wizualizowane na fotografiach* s. 411.

<sup>18</sup> J. SZULICH-KALUZA. *Projekty tożsamościowe rodziny* s. 191.

<sup>19</sup> M. KOZAKIEWICZ. *Wychowanie seksualne i planowanie rodziny w Polsce* s. 156.

W latach 80. XX wieku dokonuje się w Polsce kolejna zmiana kontekstu społeczno-kulturowego. Proces transformacji z systemu socjalistycznego na demokratyczny i z gospodarki centralnie sterowanej na wolnorynkową wiąże się bowiem z otwarciem społeczeństwa polskiego na społeczeństwa zachodnie. Przedstawiciele różnych orientacji ideologicznych, religijnych i politycznych zaczęli upowszechniać wartości, normy i wzory zachowań, które mogą wzmacniać lub osłabiać rodzinę i mają też wpływ na odgrywane w niej kobiece i męskie role<sup>20</sup>.

Po 1989 r. modele ról kobiecych w Polsce stanowią mozaikę wzorów i krzyżujących się wpływów tradycji i nowoczesności. Podobnie jak na Zachodzie, uwidaczniają się wyraźnie zmiany dotyczące podziału ról kobiecych i męskich w sferze życia indywidualnego i społecznego. Lynn Jamieson przytacza poglądy Arlie Hochschild, mówiącej o „uśpionej rewolucji”, która ma związek z faktem, że żony i matki przyjęły rolę pracownika, podczas gdy mężczyźni wcale nie przejęli fizycznej i emocjonalnej odpowiedzialności za obowiązki domowe i opiekę nad dziećmi. Zdaniem tej amerykańskiej badaczki budzi to uczucia rozczarowania małżeństwem, gniewu i frustracji u wielu współczesnych kobiet<sup>21</sup>. Pojawiają się więc jednostki odchodzące od tradycyjnie przypisanych im ról, próbujące realizacji siebie w procesie indywidualizacji, odkładające małżeństwo i macierzyństwo w nieskończoność lub z nich świadomie rezygnujące na rzecz satysfakcji i samorealizacji w typowo męskich rolach. Anna Kwak twierdzi, że te dylematy dotyczą kobiet, a nie mężczyzn, gdyż to one poszukują nowej tożsamości, a kariera zawodowa mężczyzn była i jest dość niezależna od sytuacji rodzin. Inni badacze zwracają uwagę, że pod wpływem kultury konsumpcyjnej pojawiają się też nowe wzory męskości. Mężczyźni żyjący w świecie „zapośredniczonym przez media” przekonany został, że sukces odnoszą wyłącznie młodzi, zadbani i atrakcyjni panowie. Dba więc o dobrą prezencję: podąża za modą, dobiera dodatki i kolory, odwiedza drogerie i zakłady kosmetyczne. Przywiązuje też wagę do nienaganych manier. Robert W. Connell dowodzi, że współczesny mężczyźni charakteryzuje się też większą wrażliwością, empatią i opiekuńczością w porównaniu ze swoim wzorcem z przeszłości. Podejmuje się też prac domowych i pomaga żonie w opiece nad dziećmi. Przy końcu lat 90. XX wieku pojawia się nowy model mężczyzny, którego uosobieniem jest tzw. mężczyźni metroseksualny<sup>22</sup>. Zdaniem Connella nie kwe-

<sup>20</sup> L. DYCZEWSKI. *Rodzina twórcą i przekazicielem kultury* s. 143.

<sup>21</sup> L. JAMIESON. *Od rodziny do intymności* s. 128.

<sup>22</sup> Na temat męskości zob. prace m.in. K. Arcimowicz, E. Badinter, P. Bourdieu, Z. Melosika, M. Roth-Walsh, B. Wojciszke.

stionuje się w nim tradycyjnych męskich wartości, a jedynie sposoby zachowań oparte na przemocy, uprzedzeniach i wyzysku<sup>23</sup>. Jasno sprecyzowany w rodzinie tradycyjnej podział na role i zachowania typowo kobiece i typowo męskie zaczyna zanikać. Przystają obowiązywać również normatywne nakazy dotyczące tego, co może, a czego nie może wykonywać kobieta lub mężczyzna, bez obawy, że narazi się na śmieszność, dezaprobatę czy krytykę. Postmodernistyczne idee oraz nowe wizje kobiecości i męskości prowadzą, zdaniem Giddensa, do poszukiwania tzw. „czystych związków” (czystej relacji), które trwają tak długo, jak długo dają zadowolenie każdej ze stron<sup>24</sup>. Co prawda budowanie intymności i zaufania w atmosferze wzajemnego zrozumienia daje poczucie bezpieczeństwa i może stanowić doskonałe podłoże dla dobrego i trwałego małżeństwa, ale w sytuacji konfrontacji partnerów z wyzwaniem współczesności samo zadowolenie ze związku to za mało. Spadek liczby zawieranych małżeństw, wzrost liczby konkubinatów i rozwodów ma niewątpliwie podłoże w tych gwałtownie zachodzących zmianach społecznych i kulturowych.

Model roli rozumiany jest w literaturze przedmiotu jako rozbudowany stereotyp określający, co kobiety i mężczyźni mogą i powinni robić oraz jacy mogą i powinni być<sup>25</sup>.

Wyróżnia się dwa zasadnicze modele kobiecości/męskości. Należą do nich model tradycyjny i egalitarny. Pierwszy z nich zakłada istnienie znaczących różnic pomiędzy kobietą a mężczyzną. Model egalitarny inaczej partnerski opiera się na założeniu, że różnice między płciami nie są na tyle znaczące, aby mogły wpływać na funkcjonowanie społeczne jednostek. Równość płci pozwala jednostkom na rozszerzenie obszaru swojego funkcjonowania poza ramy wyznaczone przez tradycyjny model kobiecości/męskości. Modele tradycyjny i egalitarny kobiecości/męskości wyznaczają dwie skrajne wizje tego, co oznacza bycie kobietą/mężczyzną<sup>26</sup>. We współczes-

<sup>23</sup> Por. Robert W. CONNELL. *Arms and the man: using the new research on masculinity to understand violence and promote peace in the contemporary world*. W: *Male roles, masculinities and violence. A culture of peace perspective*. Red. Ingeborg Breines, Raewyn Connell, Ingrid Eide. UNESCO: Unesco Publishing 2000 s. 29-32; Maria SROCYŃSKA. *Kobietą być w Polsce*. „Uniwersyteckie Czasopismo Socjologiczne” 2015 nr 15 s. 38. [http://is.ucs.uksw.edu.pl/sites/default/files/UCS\\_nr%2011\\_2015n.pdf](http://is.ucs.uksw.edu.pl/sites/default/files/UCS_nr%2011_2015n.pdf) (dostęp: 20.02.2016).

<sup>24</sup> Anthony GIDDENS. *The Transformation of Intimacy. Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies*. Cambridge: Polity Press 1992 za: L. JAMIESON. *Od rodziny do intymności* s. 136.

<sup>25</sup> Elizabeth HURLLOCK. *Rozwój dziecka*. T. 2. Warszawa: PWN 1985 s. 322.

<sup>26</sup> Barbara HARWAS-NAPIERAŁA. *Modele ról płciowych i ich psychologiczne konsekwencje dla małżeństwa i rodziny*. W: *Małżeństwo. Męskość-kobiecość, miłość, konflikt*. Red. Hanna Liberska, Mirosława Matuszewska. Poznań: Wydawnictwo Fundacji Humaniora 2001 s. 75-96; Emilia

nym społeczeństwie coraz trudniej jednak określić, w ramach którego z tych dwóch modeli funkcjonują jednostki, dlatego wielu autorów mówi o wyodrębnieniu się modelu mieszanego będącego swoistą kompilacją modelu tradycyjnego i egalitarnego<sup>27</sup>.

Nie sposób rozpatrywać kobiecych ról i modeli w oderwaniu od męskich, ponieważ określa się je we wzajemnym odniesieniu. Mimo to w niniejszym artykule podjęta zostanie próba zarysu współczesnych modeli kobiety.

Zarówno sposoby odgrywania ról społecznych, jak i dotyczące ich stereotypy kształtowane są w wytwarzanej przez społeczeństwo kulturze i przyśwajane w procesie socjalizacji. Biorąc pod uwagę fakt, że statystyczny Polak spędza codziennie 98 minut na oglądaniu telewizji, 123 minuty przed ekranem swojego komputera, 90 minut poświęca wyświetlaczowi swojego smartfona, a 60 minut używa tabletu można wnioskować, że część z tych procesów odbywa się przez kontakt z przekazem medialnym<sup>28</sup>. Dzieci często odtwarzają w zabawach treść obejrzanych kreskówek, nastolatki wymuszają na rodzicach zakup ubiorów i akcesoriów związanych z ulubionymi filmami, a ich rodzice upewniają się, że dziecko powinno być zawsze szczęśliwe.

#### SERIAL FABULARNO-DOKUMENTALNY JAKO PRZEJAW KULTURY MEDIALNEJ

Gdy myślimy o mediach, jako pierwsza przychodzi nam na myśl kultura masowa. Dzięki mediom bowiem możliwe jest dotarcie z przekazem do szerokich mas społecznych. Kulturę masową cechuje scentralizowanie nadawców, za których pośrednictwem te same treści jednocześnie docierają do rozproszonych i zróżnicowanych pod wieloma względami (płeć, wiek, wykształcenie) odbiorców<sup>29</sup>. Znajdziemy tu zarówno treści właściwe kulturze wyższej (choć zazwyczaj poza godzinami najwyższej oglądalności), jak i te przeznaczone dla mniej wymagających odbiorców. Golka podkreśla, że „kul-

---

PAPRZYCKA. *Kobiety żyjące w pojedynkę. Między wyborem a przymusem*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie Żak 2008 s. 81.

<sup>27</sup> Katarzyna WALENTYNOWICZ-MORYL. *Kobiety „niestuprocentowe”? Sposoby definiowania kobiecości przez kobiety doświadczające pierwotnych trudności prokreacyjnych*. „Dyskursy Młodych Androgogów” 2014 nr15 s. 246.

<sup>28</sup> Dane statystyczne: *Marketing in a multiscreen world*. Za: Millward Brown AdReaction 2014 [https://www.millwardbrown.com/adreaction/2014/report/Millward-Brown\\_AdReaction-2014\\_Global.pdf](https://www.millwardbrown.com/adreaction/2014/report/Millward-Brown_AdReaction-2014_Global.pdf) (dostęp: 20.12.2015).

<sup>29</sup> Antonina KŁOSKOWSKA. *Socjologia kultury*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2007 s. 262-263.



ture masową definiuje gownie charakter przekazu i obejmuje ona wszystko to, co jest publikowane, nadawane przez prasę wysokonakadow, radio, częściowo także przez kinematografi, przede wszystkim przez telewizj, lecz już nie przez Internet. Internet wymyka się socjologicznym definicjom medium masowego, gdyż wymaga i animuje większą aktywność odbiorców-nadawców, a także powszechność reakcji zwrotnej<sup>30</sup>.

Kultur popularną z kolei najlepiej charakteryzuje społeczna aprobat zawartych w niej treści. Obejmuje ona t część przekazów kultury masowej, która cieszy się zainteresowaniem dużej liczby odbiorców, jak i różnego rodzaju treści odbierane bezpośrednio na meczach, festynach czy koncertach. Są one zazwyczaj łatwe w odbiorze, cześćo bardzo skonwencjonalizowane i zawierają wyraźne elementy rozrywkowe<sup>31</sup>.

Kultur medialną należy rozumieć jako wszelkie treści, które są dostępne zarówno w mediach tradycyjnych, nowych mediach (m.in. Internet), jak i nowych nowych mediach, tj. MySpace, Facebook, Twitter, YouTube, Wikipedia i dziesiątki platform blogowych, w dynamiczny sposób przekształcających otaczającą nas rzeczywistość<sup>32</sup>. Treści raz wyemitowane w tradycyjnej telewizji i umieszczone w Internecie (np. na stronach telewizji internetowej) żyj potem własnym życiem w serwisach internetowych (np. YouTube) oraz w mediach społecznościowych, takich jak Facebook.

Badacze kultury medialnej najczęściej wskazują na jej stechnicyzowany przekaz, ogromną liczb uczestników, brak kulturowej autonomii, dominancj atrakcyjności w jej treściach i przekazach, zmiany w procesie twórczym, wytwarzanie systemu zjawisk projekcji i identyfikacji oraz nieokreślony związek z rzeczywistością<sup>33</sup>. Golka podkreśla jej planetaryzm, kosmopolityzm i uniwersalizm związane z dążeniem jej nadawców do zdobycia odbiorcy światowego<sup>34</sup>.

Termin „seriale paradokumentalne” jest używany zamiennie z takimi określeniami jak „fabularyzowane dokumenty” czy „seriale dokumentalno-fabularne”. Są to polskie odpowiedniki angielskiej nazwy „scripted documentaries”, czyli dosłownie „dokumentów ze scenariuszem”. W słowniku terminów medialnych nie znajdziemy jednak definicji tego gatunku. Znajduje się tam natomiast „dokudrama” – „utwór świadomie mieszający fakty

<sup>30</sup> M. GOLKA. *Czy można ukryć się przed kultur medialną?* s. 7-8.

<sup>31</sup> Tamże.

<sup>32</sup> Szerszy opis zob. Paul LEVINSON. *Nowe nowe media*. Przeł. Maria Zawadzka. Warszawa: Wydawnictwo WAM 2010.

<sup>33</sup> M. GOLKA. *Czy można ukryć się przed kultur medialną?* s. 8.

<sup>34</sup> Tamże.

i fikcję, a przy tym pretendujący do odtworzenia rzeczywistych wydarzeń. Kombinacja dokumentów i fikcji pozwala stworzyć wrażenie autentyczności, co byłoby niemożliwe do osiągnięcia w wypadku ścisłego trzymania się źródeł. Autentyczność jest tu nie tyle cechą przekazu, ile raczej znaczeniem, jakie nadaje mu odbiorca<sup>35</sup>. Wojciech Furman zauważa, że jej cechy można przypisać wielu dziennikarskim narracjom, wystarczy, że suche fakty zostały w nich wzbogacone o autorski opis, interpretację lub zostały ukazane z zamiarem zainteresowania lub rozbawienia czytelnika<sup>36</sup>. Tak właśnie jest w przypadku paradokumentów, których formuła do tego stopnia oddaje złudzenie prawdziwego życia (nieporadni amatorzy-statysci zamiast aktorów, często udostępniający do zdjęć własne lokale), że wielu widzów jest przekonanych o ich autentyczności. Według Jacka Gulanowskiego charakteryzuje je ponadto niski koszt produkcji i tematyka dotycząca wydarzeń i problemów „z życia wziętych”<sup>37</sup>. Przynoszą też ogromne wpływy z reklam. W 2014 r. emisja reklam podczas nadawania seriali paradokumentalnych przyniosła Telewizji TVN 225 mln zł. W okresie od stycznia do czerwca 2015 r. za promocję w trakcie trwania samego tylko „script documentary” pt. „Szpital” zapłacono stacji 103,9 mln zł<sup>38</sup>. W analogicznym okresie 2015 r. Telewizja Polsat zarobiła 92 mln zł na reklamach podczas serialu „Dlaczego ja?”<sup>39</sup>.

Pierwszą z tego rodzaju produkcji telewizyjnych był realizowany na niemieckiej licencji serial kryminalny TVN-u „W-11. Wydział śledczy”, nadawany od 6 września 2004 do 11 czerwca 2014 r. Prawdziwe zapotrzebowanie na gatunek ukazała jednak dopiero emisja przez Telewizję Polsat serialu „Dlaczego ja?”. Choć polskie stacje nadają tego typu programy od ponad 11 lat, ich wysoka oglądalność utrzymuje się mimo pojawiania się coraz nowszych propozycji<sup>40</sup>. Jacek Gulanowski mówi wręcz o pewnej modzie na

<sup>35</sup> *Słownik Terminologii Medialnej*. Red. Walery Pisarek. Kraków: Universitas 2006 s. 35.

<sup>36</sup> Tamże.

<sup>37</sup> Jacek GULANOWSKI. *Rodzinne opowieści z morałem: polskie telewizyjne seriale paradokumentalne*. „Wychowanie w Rodzinie” 2013 nr 8 s. 138.

<sup>38</sup> „Szpital” w TVN, „Prognoza pogody” w TVP1 i „Dzień dobry TVN” zarobiły najwięcej z reklam. <http://www.wirtualnemedial.pl/artukul/szpital-w-tvn-prognoza-pogody-w-tvp1-i-dzien-dobry-tvn-zarobily-najwiecej-z-reklam> (dostęp: 20.01.2016).

<sup>39</sup> Tamże.

<sup>40</sup> Do tej pory powstały m.in.: „W-11”, „Dlaczego Ja?”, „Malanowski i partnerzy”, „Trudne sprawy”, „Ukryta prawda”, „Szkoła”, „Nieprawdopodobne, a jednak”, „Pamiętniki z wakacji”, „Policjanci i policjantki”, „Szpital”, „Zdrady”, „Dzień, który zmienił moje życie”, „Sekrety sąsiadów”, „Pielęgniarki”, „Słoi”. Wiosenna ramówka 2016 roku przyniesie m.in. „Małolaty”, „Redakcja” i „9. miesiąc”.

seriale paradokumentalne<sup>41</sup>. Z danych Nielsen Audience Measurement przygotowanych dla portalu Wirtualnemedial.pl wynika, że wiosną 2014 r. do najpopularniejszych paradokumentów należały: „Szpital”, którego średnia oglądalność wyniosła 2,61 mln widzów (21,71 proc. udziału w rynku telewizyjnym wśród wszystkich widzów), „W11 – Wydział Śledczy” (2,13 mln widzów – 13,02 proc. udziału), „Malanowski i partnerzy” (średnia widownia 1,71 mln osób – 20,40 proc. udziału), „Dlaczego ja” (1,43 mln widzów – 14,19 proc. udziału), „Ukryta prawda” (1,30 mln widzów – 13,00 proc. udziału). Wśród widzów z grupy komercyjnej pozycja lidera także należy do „Szpitala”, który gromadzi tutaj 841 tys. widzów, a jego udział wynosi 19,99 proc., drugie miejsce tutaj również zajmuje „W-11” (754 tys. widzów – 11,53 proc. udziału), ale trzecia pozycja należy do „Dlaczego ja?” (540 tys. widzów – 15,70 proc. udziału)<sup>42</sup>.

Uwzględniając tematykę seriali i mając na uwadze dane mówiące o oglądalności, do analizy wybrano seriale fabularno-dokumentalne o charakterze obyczajowym „Dlaczego ja?” Telewizji Polsat i „Ukryta prawda” konkurencyjnej stacji TVN, emitowane codziennie od poniedziałku do piątku o godz. 17.00. Te dwa tytuły przyciągają przed telewizory łącznie około 2,73 mln widzów. Dane pochodzące z badania Nielsen Audience Measurement obejmują jedynie premierowe odcinki seriali emitowanych w telewizji i nie uwzględniają widowni tzw. powtórek, emitowanych codziennie od poniedziałku do piątku przed południem. Dodać należy, że wszystkie odcinki wybranych seriali są dostępne także na platformach internetowych i w aplikacjach player.pl oraz ipla.tv, a co za tym idzie – można je oglądać o różnych porach na komputerze, tablecie czy nawet smartfonie. Ich skandalizujący charakter sprawia, że mają zarówno zwolenników, tzw. wierną publiczność, jak i przeciwników, oglądających je, by później z nich żartować. O ich oglądalności świadczą mogą też komentarze i dyskusje pod oficjalnymi telewizyjnymi stronami seriali<sup>43</sup>, jak i ich opisami w bazach filmowych, takich jak Filmweb. Oba mają też po kilka profili na portalu społecznościowym Facebook<sup>44</sup>. Tylko jeden z profili serialu „Dlaczego ja?” miał

<sup>41</sup> J. GULANOWSKI. *Rodzinne opowieści z morałem* s. 138.

<sup>42</sup> <http://www.wirtualnemedial.pl/artukul/szpital-i-w11-z-tvn-na-czele-seriali-paradokumentalnych> (dostęp 20.01.2016).

<sup>43</sup> <http://ukrytaprawda.tvn.pl/>; [http://www.polsat.pl/Nasze\\_Programy,2846/Dlaczego\\_Ja,41400](http://www.polsat.pl/Nasze_Programy,2846/Dlaczego_Ja,41400) (dostęp 20.01.2016)

<sup>44</sup> Przykładowe adresy profili seriali paradokumentalnych „Dlaczego ja?” i „Ukryta prawda”: [https://www.facebook.com/search/top/?q=DLACZEGO%20JA%3F&init=mag\\_glass&tas=0.8912933222724961&search\\_first\\_focus=1456668359774](https://www.facebook.com/search/top/?q=DLACZEGO%20JA%3F&init=mag_glass&tas=0.8912933222724961&search_first_focus=1456668359774); <https://www.facebook.com/UkrytaPrawdaTVNserial>

w tygodniu między 22 a 28 lutego 2016 r. 103 249 polubień, a profil serialu „Ukryta prawda” – 57 500 polubień.

Pierwszy odcinek serialu „Dlaczego ja?” został wyemitowany na antenie Telewizji Polsat 15 marca 2010 r. Producentem serialu, który powstaje na licencji niemieckiego formatu „Verdachtsfälle”, jest firma Tako Media Sp. z o.o. Dotychczas wyemitowano 638 odcinków.

Serial „Ukryta prawda”, produkowany przez Constantin Entertainment, po raz pierwszy ukazał się na antenie Telewizji TVN 13 lutego 2012 r. Dotychczas wyemitowano 583 odcinki oparte na licencji niemieckiego formatu „Family Stories”, emitowanego tam przez stację RTL.

Obydwie produkcje korzystają z umiejętności całego zespołu reżyserów: „Dlaczego ja?” – 11 osób, „Ukryta prawda” – 10 osób<sup>45</sup>. Obie mają też zbliżony czas trwania odcinków – około 45 min. Są więc stechnicyzowanymi, obliczonymi na wzbudzenie emocji, opartymi na obcych licencjach, cieszącymi się dużym zainteresowaniem widowni przejawami kultury medialnej.

#### MODELE KOBIECOŚCI I TYPY KOBIET W SERIALACH PARADOKUMENTALNYCH

W celu wydobycia modeli i typów kobiet z przekazu medialnego zastosowano analizę treści w oparciu o uproszczony klucz kategoryzacyjny zawierający następujące elementy: wiek, płeć, zawód, stan cywilny, cechy charakteru i wyglądu, postawy wobec męża/partnera, dzieci i współpracowników, czynności domowe i poza domem, wyznaczniki statusu. Do badania wylosowano po dziesięć odcinków z obu seriali<sup>46</sup>.

W analizowanym materiale zdecydowanie przeważa tradycyjny model kobiety, która realizuje swoją kobiecość przez związek z mężczyzną i macierzyństwo. Obecny jest on w 13 objętych analizą odcinkach. Jest to jednak najczęściej model tradycyjny asymetryczny (neotradycyjny), w którym kobieta bierze czynny udział w utrzymywaniu rodziny, a po pracy zajmuje się jeszcze domem i dziećmi.

Prawie wszystkie bohaterki pracują lub pracowały w zawodach typowo kobiecych. Mamy więc tu do czynienia z emerytowaną nauczycielką, sekre-

<sup>45</sup> Dane ze stron bazy filmowej Filmweb.

<sup>46</sup> Dla serialu „Dlaczego ja?” wylosowano odcinki: 638, 577, 555, 471, 405, 284, 303, 610, 578, 487, a dla serialu „Ukryta prawda” wylosowano odcinki: 576, 08, 09, 467, 70, 102, 54, 89, 332, 212.

tarką, fryzjerką, stewardesą, pracownicą sklepu spożywczego, księgarni i butik, a nawet modelką (która okazuje się być przedstawicielką najstarszego zawodu świata). Wszystkie te zawody polegają na usługiwaniu innym, wymagają też otwartości i umiejętności nawiązywania kontaktów. W większości nie są to jednak zawody dobrze płatne, więc kobieta podlega ekonomicznej dominacji mężczyzny. Tylko nieliczne kobiety po urodzeniu dziecka pozostają w domu i rezygnują z pracy zawodowej, podtrzymując czysty model tradycyjny. W obu przypadkach sytuacja ekonomiczna rodziny (elegancki nowoczesny dom, samochód, antyki) była bardzo dobra, a kobieta była uległa i podporządkowana decyzjom męża. Skoncentrowane na mężczyźnie kobiety-żony zajmują się domem (sprzątają, piorą i gotują) oraz opiekują się dziećmi. Nie jest to jednak liczne potomstwo kojarzone z mitem „Matki-Polki”, gotowej poświęcać się dla dobra rodziny, przekazującej wartości patriotyczne i wychowującej przyszłych obrońców ojczyzny<sup>47</sup>. W analizowanych odcinkach połowa bohaterek miała tylko jedno dziecko, wliczając dwie ciężarne bohaterki, dwie zaś mają dwoje dzieci, z czego jedna przeżywa traumę związaną z zaginięciem jednej z córek, natomiast osiem kobiet w ogóle nie ma dzieci. Troje dzieci ma tylko jedno małżeństwo, występujące w 576 odcinku serialu „Ukryta prawda”, które je porzuca, zostawiając babce ze strony matki – wyjeżdżają do pracy we włoskiej winnicy i choć z początku kontaktują się z dziećmi i przysyłają pieniądze na ich utrzymanie, to ostatecznie decydują się zacząć życie „bez obciążeń” (typ złej matki). Zazwyczaj są to jednak dobre matki – cierpliwe, rozumiejące, poszukujące porozumienia ze swoimi dorastającymi jedynakami, a z drugiej strony wyznające tradycyjne wartości i stawiające im wymagania. Nacisk położony tu jest nie na liczbę dzieci, a na jakość macierzyństwa. W trudnych sytuacjach wspiera je szkoła i psycholog. W 405 odcinku serialu „Dlaczego ja?” poznajemy matkę, której 10-letni, bardzo zamknięty w sobie syn doświadcza nękania ze strony rówieśników. Za radą psycholog szkolnej w domu pojawia się szczeniak i od tej pory dziecko stopniowo zaczyna rozmawiać z rówieśnikami. Kobieta dziwi się, że sama nie pomyślała o tak prostym rozwiązaniu. Zaznacza się tu proces profesjonalizacji macierzyństwa, w którym matka nie polega na własnym doświadczeniu, a na instytucjach naukowych<sup>48</sup>. Kobiety-matki bardzo kochają swoje dzieci i są w stanie dla nich

<sup>47</sup> Magda MONCZKA-CIECHOMSKA. *Mit kobiety w kulturze polskiej*. W: *Głos mają kobiety. Teksty feministyczne*. Red. Sławomira Walczewska. Kraków: Convivium 1992 s. 95; J. SZULICH-KAŁUŻA. *Projekty tożsamościowe rodziny* s. 188.

<sup>48</sup> J. SZULICH-KAŁUŻA. *Projekty tożsamościowe rodziny* s. 192.

poświęcić dobrą pracę, reputację i relacje rodzinne. Nigdy nie przestają też szukać zaginionych dzieci, a żal i poczucie straty rzutuje na inne obszary kobiecości.

Zazwyczaj kobiety te utrzymują dobre relacje wewnątrzrodzinne i sąsiedzkie. Opiekują się swoimi rodzicami, odwiedzają teściowe i witają ciastem nowych sąsiadów. Większość kobiet ma przyjaciółkę, osobę najbliższą, której mogą się zwierzyć i być przez nią zrozumiane. Kobieta-przyjaciółka ma zawsze czas, jest lojalna i współczująca. Przyjaciółki troszczą się o siebie, są gotowe do poświęceń, nawet jeśli oznacza to osłabienie relacji z partnerem, które jednak zwykle udaje się odbudować. Przykładem takiej przyjaciółki może być Jowita Wiślak, którą poznajemy w odcinku 577 serialu „Dlaczego ja?”. Młoda kobieta bardzo martwi się o Lilianę, której matkę opuścił mąż. Chora na depresję matka Liliany przestaje chodzić do pracy. Jowita sprowadza znajomego lekarza i codziennie poświęca czas Lilianie, pomimo że mężczyzna z którym jest związana, ma do niej o to pretensje i grozi rozstaniem. Z kolei 41-letnia Ewelina z odcinka 610 przyjmuje na cały rok do swojej rodziny 16-letnią córkę swojej mieszkającej w Stanach Zjednoczonych przyjaciółki. Dba o nią, zapewnia wyżywienie i traktuje jak własne dziecko.

Kobiety są dużo bardziej emocjonalne niż mężczyźni, nastawieni na osiągnięcie celu ekonomicznych. W odcinku 384 serialu „Dlaczego ja?” nagle umiera ojciec 41-letniej Martyny Nowaczyk. Zrozpaczona kobieta nie może zrozumieć, dlaczego jej brat i jej mąż, który prowadził z teściem salon jubilerski, zamiast pograżyć się w żałobie, szukają testamentu.

Kobiety tradycyjne są zdradzane, bezradne i chorują na depresję. Jeśli zdradzają, to tylko w odwecie. Zachodzą w nieplanowaną ciążę, są naiwne i nie traktują swojej seksualności jako wartości. Stają się ofiarami molestowania seksualnego w miejscu pracy. W 8 odcinku serialu „Ukryta prawda” 28-letnia sekretarka – matka i żona – ulega swojemu szefowi w obawie przed utratą pracy. Dopiero opuszczona przez męża staje się silna i wygrywa sprawę przed sądem. W omawianych serialach obecne są też trzy bohaterki mieszczące się w modelu neotradycyjnym, żyjące w konkubinacie, ale planujące ślub.

Zupełnie inną wizję kobiecości prezentują modele o charakterze egalitarnym, które są obecne w 7 z objętych analizą odcinkach seriali. Ich bohaterki zajmują stanowiska typowe dla mężczyzn: policjantka, urzędniczka państwowa lub prowadzą działalność gospodarczą (własny sklep, studio nagrań, itp.).

Kobiety sukcesu są pewne siebie i zdecydowane. Swój sukces zawdzięczają własnej pasji, wiedzy i determinacji. W interesach radzą sobie nie gorzej niż mężczyźni. Cechuje je odpowiedzialność i dużo większe zaangażowanie w pracę niż w obowiązki domowe. To z niej czerpią satysfakcję. Ich relacje z mężczyznami są oparte na wspólnych zainteresowaniach. W odcinku 332 serialu „Ukryta prawda” poznajemy 35-letnią Agatę, która wraz z przyjaciółką prowadzi studio nagrań. Negocjuje i podpisuje kontrakty z mężczyznami i jest w pełni profesjonalna, pomimo strachu wywołanego przez bardzo osobiste prezenty, które dostaje od nieznanego adoratora. Gdy raz spóźnia się na umówione spotkanie, współpracowniczka, zamiast okazać „kobiecie zrozumienie”, udziela jej ustnego upomnienia. Takie kobiety zarówno w pracy, jak i w domu są partnerkami, a obowiązki dzielą proporcjonalnie z mężczyznami. Jeśli mają dzieci, to poświęcają im zdecydowanie za mało uwagi. Skoncentrowane na sobie i karierze, nie dostrzegają problemów dzieci, ale gdy je zauważą, potrafią reagować zdecydowanie – nawet jeśli oznacza to zerwanie kontaktu z partnerem. W odcinku 54 serialu „Ukryta prawda” przedstawione zostaje małżeństwo Jabłońskich i ich 14-letnia córka Kamila. Lepiej od męża zarabiająca właścicielka sklepu spożywczego pozostawia opiekę nad nastolatką mającemu więcej wolnego czasu mężowi. To ojciec zawozi i odbiera Kamilę ze szkoły baletowej, a po lekcjach ćwiczy z nią codziennie w domu układy baletowe. Dopiero omdlenie w szkole, pobyt w szpitalu i próba samobójcza córki sprawiają, że matka zaczyna się niepokoić. Gdy okazuje się, że jej mąż od czterech lat molestuje córkę, bez wahania zawiadamia policję.

Niezależne kobiety sukcesu zdecydowanie częściej żyją w konkubinacie. Gdy wybierają bycie singielką, szybko okazuje się, że w sytuacji zagrożenia nie ma kto ich bronić, bo choć ich status społeczny jest równy mężczyznom, to pozostają jednak słabsze od nich fizycznie.

Kobiety samodzielne i niezależne potrafią zadbać o swój byt i same nadają kształt swojemu życiu. Potrafią przeforsować swoje decyzje nawet wobec sprzeciwu współpracowników i rodziny. Dowodzą swoich racji, rzeczowo przedstawiając argumenty, a otoczenie liczy się z ich zdaniem. W serialach pojawiają się sceny, w których kobiety po pracy wyrzucają śmieci, dzwonią po hydraulika, podczas gdy ich mężczyźni przygotowują posiłki. Często to one mają wyższe dochody niż ich partnerzy. Ich styl życia różni się też od stylu życia tradycyjnych kobiet. W wolnym czasie wychodzą do restauracji i do kina. Znacznie częściej uprawiają też sport. To one zdradzają i rozbijają małżeństwa innych kobiet.

Kobieta-kochanka nie chce domowej rutyny i obowiązków związanych ze wspólnym życiem. Uważa, że „małżeństwo to przeżytek, który niszczy wszystko, co jest fajne między ludźmi”<sup>49</sup>. Chce być zdobywana i adorowana. Sądzi, że żonaci mężczyźni są najlepszymi kochankami, bo wie że taki mężczyzna rzadko opuszcza żonę. Taka kobieta myśli wyłącznie o swojej przyjemności i potrzebach, a nie o dzieciach, które w takim układzie cierpią. Jeśli ma własne potomstwo, to jest dla niego raczej matką-przyjaciółką niż wychowawczynią, ponieważ sama nie może stanowić wzorca moralnego.

Niezależnie od modelu kobiety bohaterki serialu są raczej atrakcyjne fizycznie: wysokie, szczupłe, ale przede wszystkim zadbane i dobrze ubrane. Nie są przesadnie chude – to nie typ modelki, a raczej normalna i zdrowo odżywiająca się kobieta. Prawie wszystkie główne bohaterki to blondynki o błękitnych oczach. Pulchną brunetką bywa natomiast sąsiadka lub przyjaciółka. Niewątpliwie jednak kobiety chcą się podobać i robić dobre wrażenie.

Głównymi bohaterkami w analizowanym materiale są kobiety od 18 do 60 roku życia, choć średni wiek bohaterek to 35 lat dla serialu „Dlaczego ja?” i 31 lat dla paradokumentu „Ukryta prawda”. Są to w większości kobiety dojrzałe, które najważniejsze życiowe decyzje mają już za sobą. Poza jednym przypadkiem kobiety-babci nie istnieje natomiast typ i wzorzec kobiety starszej. Wydaje się to dziwne w dobie starzejących się społeczeństw, gdy coraz częściej produkuje się skierowane do seniorów reklamy<sup>50</sup>. Tym bardziej dziwne, że widownię tych seriali stanowią głównie kobiety (ok 70 proc.) po 35 roku życia z wykształceniem podstawowym i średnim, mieszkające na wsi oraz w małe czy średnim mieście<sup>51</sup>.

W serialach paradokumentalnych wyprodukowanych w kraju, w którym ponad 90 proc. społeczeństwa deklaruje się jako katolicy, religia jest wielką nieobecnością. Nie ma scen codziennej modlitwy, czytania Pisma Świętego czy choćby Biblii dla najmłodszych, co pozwoliłoby wnioskować, że kobieta-matka przekazuje wiarę i wartości z niej płynące. Życie w konkubinacie

<sup>49</sup> Okil KHAMIDOW. *Dlaczego ja?* odc. 577. TVN. 29. 09.2014. 00:31:32.

<sup>50</sup> Joanna GINTER. *Językowo-kulturowy obraz starszej kobiety w reklamie telewizyjnej*. W: *Naprawdę jaka jesteś nie wie nikt – obraz kobiety w języku i literaturze*. Red. Joanna Smól. Poznań: Matuscula 2011 s.73.

<sup>51</sup> Serial „Dlaczego ja?” oglądają głównie kobiety i widzowie po 35 roku życia, osoby z wykształceniem podstawowym (60 proc.) i średnim (25 proc.). Widownia serialu „Ukryta prawda” to głównie kobiety (stanowią 67 proc.), osoby po 40 roku życia, mieszkańcy małych i średnich miast, widzowie z wykształceniem podstawowym (55 proc. widzowni) i średnim (32 proc.) <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/paradokumentalne-dlaczego-ja-poprawia-wyniki-polsatu>; <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/ukryta-prawda-tvn-lepsza-od-dlaczego-ja-polsatu>



i pozamałżeńskie ciąży traktowane są jak coś normalnego, ewentualnie jako problem do rozwiązania, a nie przekroczenie zasad i norm zawartych w przykazaniach. Jedyna scena świadcząca o przynależności do Kościoła związana jest ze ślubem ciężarnej bohaterki. W tej sytuacji biała suknia to raczej tradycja niż symbol czystości.

#### UOGÓLNIENIA I WNIOSKI

W świetle powyższej analizy konieczne jest dokonanie zamykających ustaleń o charakterze ogólnym. Mimo postępujących od lat przemian w zakresie odpowiedzi na pytanie, kim jest współczesna kobieta, i wyraźnych głosów mówiących o potrzebie redefinicji jej społecznych ról oraz obrazu, analizowane seriale raczej utrwalają tradycyjne sposoby realizowania się kobiet. Pojawiają się też nowe treści wynikające ze zmieniających się warunków ekonomiczno-społecznych, które z jednej strony umożliwiają kobietom samorealizację, czerpanie satysfakcji z pracy zarobkowej, pozwalają na samodzielność i samowystarczalność, z drugiej zaś często ograniczają ich kobiecość.

Mieszcząca się w tradycyjnym modelu bohaterka serialu, realizująca się zasadniczo w roli żony, matki i gospodyni domowej, to już rzadkość. Wystawiona jest na szereg niebezpieczeństw, m.in. zdradę i porzucenie, i jako taka jest bezradna również społecznie. Nie ma prawa do zasiłku ani emerytury, ma kłopoty ze znalezieniem pracy. Zasądzone na jej korzyść alimenty od męża ustawiają ją w ciągłej zależności od mężczyzny. W analizowanych serialach model ten zanika.

Kobieta tradycyjna asymetrycznie (neotradycyjna) to kobieta o poszerzonym zestawie ról. Realizuje się zarówno jako żona, matka, gospodyni domowa, jak i pracownica. Często wystawiona jest na konflikty ról płynące z nadmiaru związanych z nimi obowiązków, dlatego próbuje wynegocjować dla siebie więcej praw. Dąży do przekazania części obowiązków mężowi, instytucjom wychowawczym i specjalistom. Choć na ekranie przygotowuje jeszcze posiłki, to oczekuje, że serialowy mąż odbierze np. dziecko z przedszkola, gdy ona musi zostać w pracy po godzinach. Chce być kochana i doceniana – jeśli nie, rości sobie prawo do zdrady.

Kobieta mieszcząca się w modelu egalitarnym to kobieta niezależna, partnerka o równych prawach w miejscu pracy, jak i w domowym zaciszu. Małżeństwo i posiadanie dzieci nie jest dla niej jedynym sposobem realizacji się

jako kobiety. Decyzję o ślubie i dziecku często odkłada w nieskończoność, ponieważ widzi w nich głównie źródło ograniczeń. Jest samodzielna finansowo, może swobodnie wybierać ścieżki rozwoju i kariery. Model ten, choć niewątpliwie ma kobietom wiele do zaoferowania, wciąż jeszcze nie jest w Polsce tak popularny jak na Zachodzie.

Podkreślić tu należy, że w krajach zachodnich, zwłaszcza anglosaskich, aktywizacja zawodowa od początku łączyła się z walką kobiet o przyznanie im należnego miejsca i roli w życiu społecznym. W Europie Środkowo-Wschodniej aktywizacja zawodowa kobiet nie łączyła się bezpośrednio z dążeniem do świadomej samorealizacji poprzez pracę i nastąpiła jako wynik szerszych procesów, co przekłada się na dominowanie tradycyjnego wzoru kobiety z tradycyjnym podziałem ról w rodzinie.

Ostatecznie dominacja współczesnego modelu tradycyjnego (neotradycyjnego) w analizowanych przejawach kultury medialnej nad niewątpliwie atrakcyjnym modelem egalitarnym zmierza do zachowania społecznego *status quo*.

#### BIBLIOGRAFIA

- CONNELL Robert W.: *Arms and the man: using the new research on masculinity to understand violence and promote peace in the contemporary world*. W: *Male roles, masculinities and violence. A culture of peace perspective*. Red. Ingeborg Breines, Raewyn Connell, Ingrid Eide. UNESCO: Unesco Publishing 2000 s. 21-33.
- DYCZEWSKI Leon: *Rodzina polska i kierunki jej przemian*. Warszawa: Ośrodek Dokumentacji i Studiów Społecznych 1981.
- DYCZEWSKI Leon: *Rodzina twórcą i przekazicielem kultury*. Lublin: TN KUL 2003.
- GACEK Anna: *Nie tylko matka i żona, czyli o kobiecie w prasie katolickiej*. W: *Naprawdę jaka jesteś nie wie nikt – obraz kobiety w języku i literaturze*. Red. Joanna Smól. Poznań: Matuscula 2011 s. 41-60.
- GIDDENS Anthony: *The Transformation of Intimacy. Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies*. Cambridge: Polity Press 1992.
- GINTER Joanna: *Językowo-kulturowy obraz starszej kobiety w reklamie telewizyjnej*. W: *Naprawdę jaka jesteś nie wie nikt – obraz kobiety w języku i literaturze*. Red. Joanna Smól. Poznań: Matuscula 2011 s. 61-85.
- GOLKA Marian: *Czy można ukryć się przed kulturą medialną?* „Opuscula Sociologica” 2014 nr 1 s. 5-15.
- GULANOWSKI Jacek: *Rodzinne opowieści z morałem: polskie telewizyjne seriale paradokmentalne*. „Wychowanie w rodzinie” 2013 nr 8 s. 137-153.
- HARWAS-NAPIERAŁA Barbara: *Modele ról płciowych i ich psychologiczne konsekwencje dla małżeństwa i rodziny*. W: *Małżeństwo. Męskość-kobiecość, miłość, konflikt*. Red. Hanna Liberska, Mirosława Matuszewska. Poznań: Wydawnictwo Fundacji Humaniora 2001 s. 75-96.

- HURLOCK Elizabeth: *Rozwój dziecka*. Przeł. Maria Tyszkowa. T. 2. Warszawa: PWN 1985.
- JAMIESON Lynn: *Od rodziny do intymności*. W: *Socjologia codzienności*. Red. Piotr Sztompka, Małgorzata Boguni-Borowska. Kraków: Wydawnictwo Znak 2008 s. 115-139.
- KŁOSKOWSKA Antonina: *Socjologia kultury*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2007.
- KOZAKIEWICZ Mikołaj: *Wychowanie seksualne i planowanie rodziny w Polsce. Przeszłość. Terazniejszość. Przyszłość*. Warszawa: Movex 1997.
- KWAK Anna: *Kobieta w domu i na rynku pracy. Czy równość praw i obowiązków?* „Roczniki Socjologii Rodziny” 2007 nr 18 s. 73-87.
- LEVINSON Paul: *Nowe nowe media*. Przeł. Maria Zawadzka. Warszawa: Wydawnictwo WAM 2010.
- Marketing in a multiscreen world. Millward Brown AdReaction 2014*. [https://www.millwardbrown.com/adreaction/2014/report/Millward-Brown\\_AdReaction-2014\\_Global.pdf](https://www.millwardbrown.com/adreaction/2014/report/Millward-Brown_AdReaction-2014_Global.pdf) (dostęp: 20.02.2016).
- MONCZKA-CIECHOMSKA Magda: *Mit kobiety w kulturze polskiej*. W: *Głos mają kobiety. Teksty feministyczne*. Red. Sławomira Walczewska. Kraków: Convivium 1992 s. 95-101.
- PALUK Dorota: *Modele ról kobiety w podręcznikach do wychowania seksualnego*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2005.
- PAPRZYCKA Emilia: *Kobiety żyjące w pojedynkę. Między wyborem a przymusem*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie Żak 2008.
- Słownik Terminologii Medialnej*. Red. Walery Pisarek. Kraków: Universitas 2006.
- SROCYŃSKA Maria: *Kobietą być w Polsce*. „Uniwersyteckie Czasopismo Socjologiczne” 2015 nr 15 s. 38. [http://is.ucs.uksw.edu.pl/sites/default/files/UCS\\_nr%2011\\_2015n.pdf](http://is.ucs.uksw.edu.pl/sites/default/files/UCS_nr%2011_2015n.pdf) (dostęp: 20.02.2016).
- SZULICH-KAŁUŻA Justyna: *Projekty tożsamościowe rodziny upowszechniane w polskich tygodniakach opiniotwórczych*. Lublin: Wydawnictwo KUL 2013.
- SZULICH-KAŁUŻA Justyna: *Role rodzinne kobiet wizualizowane na fotografiach „Przekroju” i „Polityki”*. W: *Naprawdę jaka jesteś nie wie nikt – obraz kobiety w języku i literaturze*. Red. Joanna Smól. Poznań: Matuscula 2011 s. 407-425.
- WALENTYNOWICZ-MORYL Katarzyna: *Kobiety „niestuprocentowe”? Sposoby definiowania kobiecości przez kobiety doświadczające pierwotnych trudności prokreacyjnych*. „Dyskursy Młodych Androgogów” 2014 nr 15 s. 245-261.
- WAWRZYCHOWSKA-WERCIOCHOWA Dionizja: *Od prądki do astronautki. Z dziejów kobiety polskiej, jej pracy i osiągnięć*. Warszawa: Wydawnictwo Związkowe CRZZ 1963.

## KOBIECY W KULTURZE MEDIALNEJ

## ZARYS NA PODSTAWIE SERIALI FABULARNO-DOKUMENTALNYCH

## Streszczenie

Żyjemy dziś otoczeni przez media, zanurzeni w kulturze medialnej. Jest ona źródłem współczesnych mitów: wolności, miłości, sukcesu, szczęścia. Czerpiemy z niej wzory konsumpcji, pragnień, zachowań i stylów życia. W przekazach obecne są m.in. modele kobiecości: tradycyjny, neotradycyjny i egalitarny, czyli ponowoczesny. Ostatecznie dominacja współczesnego modelu tradycyjnego (zwanego tradycyjnym asymetrycznym lub neotradycyjnym) w analizowanych przejawach kultury medialnej nad niewątpliwie atrakcyjnym modelem egalitarnym dąży do zachowania społecznego status quo.

**Słowa kluczowe:** kobiecość; płć kulturowa; typy kobiet; modele kobiecości; kultura medialna; seriale paradokumentalne.

WOMEN IN MEDIA CULTURE:  
AN OUTLINE BASED ON THE SCRIPTED DOCUMENTARIES

S u m m a r y

Nowadays we live surrounded by the media, immersed in media culture. It is the source of contemporary myths of freedom, love, success, happiness. It also provides the role models of consumption, desires, behaviour and lifestyles. Mass media present, among other, different models of femininity: traditional, neotraditional, egalitarian or postmodern. After all, the domination of modernized traditional model (also known as traditional asymmetric or neotraditional) in the analyzed examples of media culture over undoubtedly attractive egalitarian model tends to preserve the social *status quo*.

*Translated by Eliza Borkowska*

**Key words:** femininity; gender; types of women; models of femininity; media culture; para-documentary series.