

Katarzyna Brzoza-Kolorz*

O KOBIECIACH W WYBRANYCH POLSKICH TYGODNIKACH OPINII

Streszczenie

Na podstawie analizy zawartości czterech polskich tygodników opinii („Polityka”, „Wprost”, „Newsweek Polska”, „Gazeta Polska”) w latach 2000–2019 pokazano, jakie wątki płciowe podejmują badane redakcje oraz jak i przy okazji jakich zagadnień dyskutowano na temat kobiet. Prezentowane dane mają charakter deskryptywny, ale można wychwycić tendencję do pisania o kobietach głównie w rubrykach dotyczących spraw społecznych, ze szczególnym uwzględnieniem wątków obrazujących sytuację kobiet na rynku pracy oraz zagadnień dotyczących kobiecej cielesności/seksualności.

Słowa kluczowe: płeć, kobieta, tygodniki opinii, analiza zawartości

Wstęp

W okresie badawczym obejmującym miesiąc przed i miesiąc po polskich wyborach prezydenckich i parlamentarnych w latach 2000–2019 na łamach wybranych tygodników opinii („Polityka”, „Newsweek Polska”, „Wprost” i „Gazeta Polska”) opublikowano 17 404 materiały, z czego 592 publikacje podejmowały tematy związane z płcią. W prezentowanych analizach wzięto pod uwagę materiały, w których nie pojawił się kontekst polityczny, czyli nie odwoływano się wprost do bieżącej polskiej polityki. Poruszana w materiałach tzw. problematyka kobieca to publikacje, w których dziennikarze/dziennikarki pisali na tematy dotyczące płci żeńskiej. Wykorzystując analizę zawartości, zbadano częstotliwość i sposób poruszania tematyki dotyczącej kobiet w wybranym okresie. Na potrzeby badania przygotowano klucz kategoryzacyjny oraz wykorzystano program IBM SPSS. Do badania wybrano tygodniki opinii ukazujące się w całym okresie badawczym, popularne na polskich rynku prasowym,

* Uniwersytet Śląski w Katowicach, e-mail: katarzyna.brzoza@us.edu.pl, ORCID 0000-0002-5262-5745.

o zróżnicowanej linii ideologicznej od centrolewicowego liberalnego „Newsweek Polska”, przez liberalno-lewicową „Politykę” i centroprawicowy z liberalnym podejściem do kwestii gospodarczych „Wprost”, aż po pravicowo-konserwatywną „Gazetę Polską”.

Analiza zawartości o charakterze ilościowym i jakościowym służyła weryfikacji 3 hipotez badawczych: H 1: Zagadnienia związane z płcią żeńską najczęściej dotyczą sytuacji kobiet w sferze prywatnej. H 2: W badanych publikacjach kobieta przede wszystkim realizuje role społeczne, tradycyjnie przypisywane przedstawicielkom płci żeńskiej. H 3: Istnieje zależność między linią redakcyjną a podejściem redakcji do tematów związanych z kobietami. Poszukiwano odpowiedzi na następujące pytania badawcze: 1) W jakich tematach badane redakcje najczęściej sytuują kwestie związane z płcią żeńską? 2) Jaki wątek płciowy najchętniej podejmowały badane redakcje? 3) W jakich rolach społecznych najczęściej przedstawiano kobiety w analizowanych materiałach? 4) Jak na temat kwestii kobiecych pisały wybrane redakcje?

Sfera prywatna, jak wskazują badacze, jest łączona z kobiecością, byciem niewidoczną i realizującą role o społecznie niższej wartości (żona, matka) względem zadań realizowanych przez mężczyzn. Mimo zachodzących zmian życie rodzinne mocniej pochłania i obciąża kobiety niż mężczyźni¹. Wkraczając w sferę publiczną, kobiety zaczynają funkcjonować w trzeciej sferze prywatno-publicznej, co wynika z potrzeby realizowania szeregu zadań przypisywanych kobiecie w życiu rodzinnym oraz z objęcia nowych zadań, będących konsekwencją podjęcia pracy zawodowej. Przeprowadzone analizy miały między innymi wykazać, czy redakcje sytuują kobiety w sferze prywatnej czy też publicznej, oraz pokazać, jakie role przypisywano kobietom w badanych materiałach.

Zaprezentowane w artykule rozważania wpisują się w nurt *women's media studies*. Obraz medialny kobiety to popularny temat naukowych dociekań. Oczywiście badacze zwracają uwagę na rolę społeczną kobiety ukazywaną w mediach masowych, czy też na problem stereotypów płciowych w doniesieniach medialnych, jednak uwzględnienie przekroju ideowego wybranych do badania tytułów stanowi nowe podejście w badaniu obrazu medialnego kobiet.

¹ U. Kluczyńska, *Kobiety na „drugiej linii” władzy? Wizerunki kobiet (bez)pośrednio angażujących się w politykę?* [w:] *Kobiety w polityce*, red. J. Marszałek-Kawa, Toruń 2010, s. 58; E. Głazewska, *Asymetria w kulturowej ewaluacji płci – podstawowe dychotomie: natura/kultura, sfera prywatna/sfera publiczna, reprodukcja/produkcja* [w:] *Zrozumieć płęć. Studia interdyscyplinarne II*, red. A. Kuczyńska, E.K. Dzikowska, Wrocław 2004, s. 228.

Wątki kobiece w badanych tygodnikach opinii. Wyniki analizy ilościowej

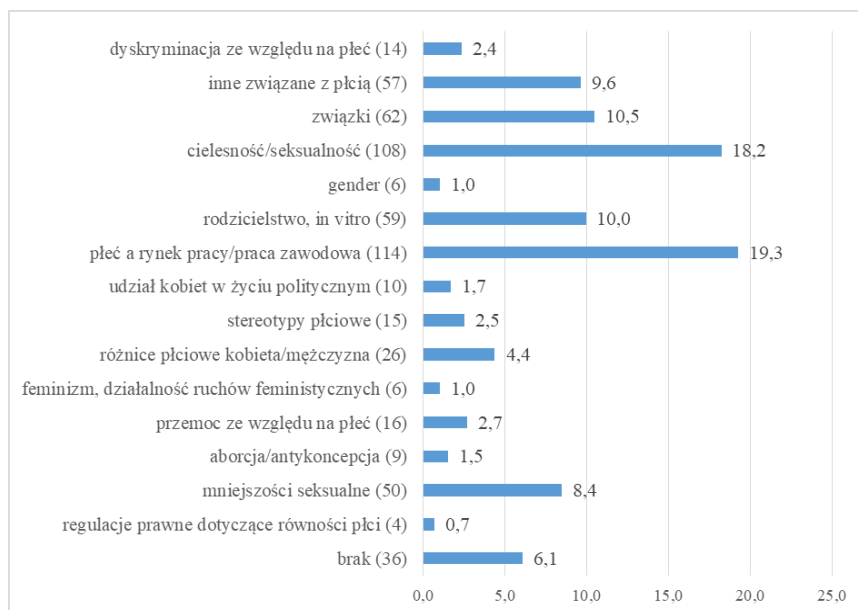
Tematy dotyczące płci żeńskiej najczęściej publikowano we „Wprost” (34,8% – 206), następnie w „Newsweek Polska” (28,9% – 171), „Polityce” (27,5% – 163) i, najrzadziej, w „Gazecie Polskiej” (8,8% – 52). W kluczu kategoryzacyjnym uwzględniono 12 tematów. Redakcje sytuowały zagadnienia dotyczące płci w różnych działach tematycznych², ale najczęściej badana kwestia gościła w rubryce spraw społecznych (42,9% – 222), np. rodzicielstwo, mniejszości seksualne, życie intymne człowieka, tematy dotyczące zdrowia, przemocy ze względu na płeć, historie wyjątkowych ludzi – co potwierdza wcześniejsze ustalenia innych badaczy³. Kultura/rozrywka to drugi temat, w którym kontekst płci był obecny najczęściej (30,2% – 179). Prezentowano sylwetki znanych aktorek/reżyserek, produkcje filmowe/książki pokazujące wyjątkowe postaci kobiece czy zapowiedzi lub recenzje ważnych wydarzeń kulturalnych poruszających kontekst płciowy. W tematyce zaliczanej do kategorii nauka również poruszano zagadnienia związane z płcią (11% – 65), a na łamach tygodników pokazywano najnowsze wyniki badań dotyczące różnic płciowych między kobietami i mężczyznami, odkrycia naukowe z zakresu życia seksualnego człowieka, oraz poruszano temat miejsca i roli kobiet w świecie nauki. Kontekst religijny w publikacjach dotyczących płci (4,6% – 27) odnosił się do takich zagadnień, jak: celibat, podejście Kościoła katolickiego do mniejszości seksualnych, osoby homoseksualne wśród księży, stanowisko Kościoła w kwestii rozwodów i seksualności człowieka. Kategoria tematyczna „historia” pojawiała się w nawiązaniu do płci tylko w 4,4% (26) analizowanych jednostek. Autorzy tekstów prezentowali wyjątkowe postaci historyczne kobiet (np. Katarzyna II), pisano o kobietach w PRL, o kobietach wykorzystywanych w czasie wojny, o życiu intymnym Hitlera czy miłościach Piłsudskiego, ale także o kobietach Wikingów czy perfumach Kleopatry. Zaled-

² Tematy społeczne najczęściej podejmowały redakcje „Wprost” i „Polityki, a najrzadziej „Gazety Polskiej”. Kultura i rozrywka to tematyka dominująca w „Newsweek Polska”. Gospodarka absorbowwała redakcję tygodnika „Wprost”. Tygodnik kierowany przez Tomasza Lisa najchętniej podejmował tematy naukowe, a religia to domena „Wprost” i „Gazety Polskiej”. Tematyka sportowa i medialna gościła zwykle na łamach „Wprost”, a historyczna w tygodniku „Polityka”. Zagadnienia odnoszące się do polityki można dostrzec na łamach „Newsweek Polska” i „Gazety Polskiej”.

³ J. Wójcik, *Monitoring prasy opiniotwórczej [w:] Gendermeria – równościowy monitoring. Raport z wyników monitoringu*, Warszawa 2008, s. 154–156.

wie 2% (12) badanych materiałów odnosiło się do sportu i tutaj zwykle były to publikacje prezentujące znane kobiety uprawiające różne dyscypliny sportowe. Tylko 1,2% (7) materiałów dotyczyło wątku medialnego; poruszano w nim takie tematy, jak: seksualność w reklamach, pornografia w telewizji, znane dziennikarki. Kategoria inne (1,4% – 8) to publikacje, które cechował kontekst płciowy, ale nie wpisywały się w pozostałe kategorie tematyczne, np. perfumy dla kobiet. Oczywiście zagadnienia dotyczące polityki pojawiały się także w grupie publikacji poruszających kwestie płci bez wyraźnego kontekstu politycznego i stanowiły około 1,7% materiałów odwołujących się do płci, a redakcje piisały m.in. o udziale Jolanty Kwaśniewskiej w reklamie lekarstw czy zdradzanych żonach polityków.

W kluczu kategoryzacyjnym uwzględniono szczegółowe wątki płciowe sklasyfikowane w osiemnastu kategoriach. Wystąpił tu problem przenikania się kilku wątków tematycznych związanych z płcią w ramach jednego kodowanego materiału, dlatego kodowano zgodnie z wątkiem dominującym w każdej analizowanej publikacji.



Wykres 1. Wątki płciowe w badanych publikacjach

Źródło: badania własne (N = 592). W nawiasach podano liczby bezwzględne, natomiast na wykresie prezentowane dane pokazano w procentach.

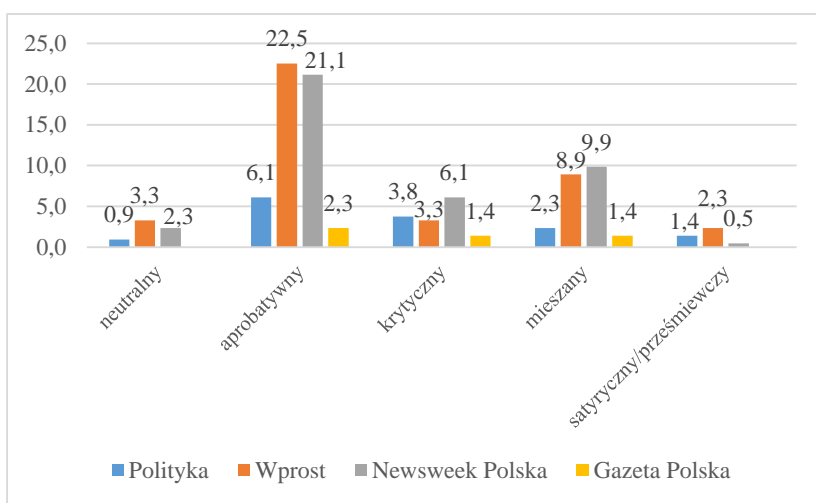
Tabela 1. Wątki płciowe w badanych tygodnikach

Wątek płciowy	Tytuł tygodnika			
	„Polityka”	„Wprost”	„Newsweek Polska”	„Gazeta Polska”
brak	1,5 (9)	1,4 (8)	3 (18)	2 (1)
regulacje prawne dotyczące równości płci	0,2 (1)	0,2 (1)	0,2 (1)	0,2 (1)
mniejszości seksualne	2,5 (15)	1,4 (8)	2,2 (13)	2,4 (14)
aborcja/antykoncepcja	0,2 (1)	-----	0,3 (2)	1 (6)
przemoc ze względu na płeć	0,8 (5)	1 (6)	0,7 (4)	0,2 (1)
feminizm/ działalność ruchów feministycznych	0,3 (2)	0,3 (2)	0,2 (1)	0,2 (1)
różnice płciowe kobieta/ mężczyzna	0,8 (5)	1,7 (10)	1,4 (8)	0,5 (3)
stereotypy płciowe	0,5 (3)	1 (6)	0,7 (4)	0,3 (2)
udział kobiet w życiu politycznym	0,5 (3)	0,3 (2)	0,3 (2)	0,5 (3)
płeć a rynek pracy/praca zawodowa	3,5 (21)	8,4 (50)	7,3 (43)	-----
rodzicielstwo/ <i>in vitro</i>	5,1 (30)	1,7 (10)	2,7 (16)	0,5 (3)
<i>gender</i>	0,5 (3)	-----	0,2 (1)	0,3 (2)
cielesność/ seksualność	4,9 (29)	7,8 (46)	4,4 (26)	1,2 (7)
związki	3,2 (19)	4,7 (28)	2,4 (14)	0,2 (1)
inne związane z płcią	2,4 (14)	3,5 (21)	2,5 (15)	1,2 (7)
dyskryminacja ze względu na płeć	0,5 (3)	1,4 (8)	0,5 (3)	-----

Źródło: badania własne. Dane podano w procentach, a w nawiasach wskazano liczby bezwzględne (N = 592).

Najpopularniejszym wątkiem dotyczącym płci była praca zawodowa kobiet (19,3% – 114), następnie cielesność/seksualność (18,2% – 108) i związki (10,4% – 62). Regulacje prawne dotyczące równości płci to wątek najmniej popularny w badanych publikacjach (0,7% 4) i zainteresowanie wszystkich czterech redakcji było na tym samym poziomie (0,2% – 1). Spojrzenie na tematykę dotyczącą płci z uwzględnieniem podziału na poszczególne tytuły pokazuje różnice w podejmowanych tematach, co może mieć związek z linią redakcyjną tygodników. Widać to szczególnie na przykładzie drażliwych kwestii, takich jak mniejszości seksualne, podejmowanych przez redakcje o przeciwstawnych liniach politycznych, których spojrzenie jest wyraźnie odmienne („Gazeta Polska”, „Polityka”). W konserwatywnym tygodniku dominuje wydźwięk negatywny, zaś w lewicowym neutralny i mieszany. Ponadto redakcje „Newsweek Polska”, „Polityki” i „Wprost” prowadzą intensywne rozważania na temat sytuacji kobiet na rynku pracy, podczas gdy dziennikarze „Gazety Polskiej” zdają się nie dostrzegać wątków dotyczących

obecności kobiet na rynku pracy czy problemu dyskryminacji ze względu na płeć. Nieco zaskakuje fakt, że to lewicowa „Polityka” koncentruje się na tematach rodzicielstwa (5,1% – 30), a nie prawicowa „Gazeta Polska”. Redakcja „Wprost” najchętniej podejmuje temat obecności kobiet na rynku pracy (8,4% – 50) oraz, podobnie jak w przypadku „Polityki”, dotyka kwestii kobiecej cielesności/seksualności (7,8% – 46). Dokładnie tak samo wygląda sytuacja w przypadku tygodnika „Newsweek Polska”, gdzie publikacje dotyczące kobiet najczęściej osadzano w wątku praca zawodowa (7,3% – 43) oraz cielesność/seksualność (4,4% – 26). Widać zatem, że „Newsweek Polska” i „Wprost” koncentrują się na funkcjonowaniu kobiet w sferze publicznej (rynek pracy), natomiast „Polityka”, uwydatniając temat rodzicielstwa, postrzega kobietę przez pryzmat jej funkcjonowania w sferze prywatnej. Na łamach wszystkich badanych tytułów chętnie podejmowano temat kobiecej cielesności/seksualności, czyli sfery nie tylko prywatnej, ale intymnej i bardzo osobistej oraz naznaczonej stereotypami płciowymi.



Wykres 2. Wydzźwięk w materiałach dotyczących kwestii kobiecych

Źródło: badanie własne (N = 213, wzięto pod uwagę materiały, w których można określić stosunek redakcji do badanego zagadnienia)⁴.

⁴ Wydzźwięki w liczbach bezwzględnych: „Polityka” – neutralny 2, aprobatywny 13, krytyczny 8, mieszany 5, satyryczny 3; „Wprost” – neutralny 7, aprobatywny 48, krytyczny 7, mieszany 19, satyryczny 5; „Newsweek Polska” – neutralny 5, aprobatywny 45, krytyczny 13, mieszany 21, satyryczny 1; „Gazeta Polska” – neutralny 0, aprobatywny 5, krytyczny 3, mieszany 3, satyryczny 0.

Najpopularniejszym wydźwiękiem była aprobatą (52,1% – 111) widoczna w ponad połowie badanych materiałów i dotycząca głównie pracy zawodowej kobiet („Wprost”). Około ¼ materiałów to publikacje wyrażające równocześnie opinie pozytywne i negatywne, czyli prezentujące wydźwięk mieszany (22,5% – 48), który wybrzmiewał z publikacji dotyczących związków („Wprost”). Wyrażna krytyka towarzyszyła 14,6% (31) analizowanych publikacji i były to głównie materiały odnoszące się do kobiecej seksualności („Newsweek Polska”). Natomiast 6,6% (14) to publikacje wyrażające neutralne stanowisko redakcji („Newsweek Polska”), a materiały satyryczne to 4,2% (9) („Wprost”) i w taki sposób również najczęściej pisano na temat seksualności kobiet. Warto zwrócić uwagę na fakt, że redakcja „Gazety Polskiej” nie korzysta z wydźwięku neutralnego i satyrycznego.

Trzeba jeszcze zaznaczyć, że o rodzicielstwie pisano głównie w sposób pozytywny lub mieszany, na temat kobiet na rynku pracy redakcje wyrażały swoją aprobatę, o związkach i mniejszościach seksualnych pisano z wydźwiękiem mieszanym, zaś w temacie kobiecej seksualności używano wydźwięków krytycznych i mieszanych.

Płeć żeńska w wybranych tygodnikach opinii. Wyniki analizy jakościowej

Przedstawienie najpopularniejszych wątków, dotyczących płci żeńskiej w badanych tygodnikach opinii, pozwoli pokazać, jak pisały poszczególne redakcje na temat niektórych kwestii dotyczących kobiet. Jest to oparte na przykładach pokazujących odzwierciedlenie stanowisk wybranych redakcji względem kobiet na rynku pracy, kobiecej seksualności, rodzicielstwa, związków i mniejszości seksualnych. Płeć a rynek pracy/praca zawodowa stanowi najpopularniejszy wątek zaobserwowany w badanych materiałach (19,3% – 114) oraz pojemna kategoria obejmująca tematy związane z sytuacją na rynku pracy z uwzględnieniem kontekstu płci, a także kwestie dotyczące pracy zawodowej kobiet. Kobiety zajmują coraz ważniejsze miejsce na rynku pracy i to „XXI wiek będzie stuleciem kobiet, ponieważ świetnie pracują, zarządzają, coraz więcej zarabiają oraz są uważane za przedsiębiorcze”⁵. Na czym polega kobiecy fenomen? Redakcja „Wprost” w materiale Magdaleny Gryn *Innowator w spódnicy* wskazuje, że kobiety wnoszą do biznesu kobiecość, gdyż cechuje je empatia, starają się rywalizację zastępować współpracą, nie konkurują z innymi kobietami. Badania pokazują, że kobiety są tak samo

⁵ A. Koziński, *Kobietonomika*, „Wprost”, 21.10.2007, nr 42, s. 52–55.

przedsiębiorcze jak mężczyźni i w tym samym stopniu mogą się przyczynić do sukcesu firmy. Podkreślono również zmiany w postawach mężczyzn dostrzegających fakt, że to kobiety pomagają swoim mężom/partnerom w osiągnięciu zawodowego sukcesu. Natomiast mężczyźni starają się wspierać swoje żony, partnerki w realizacji obowiązków domowych⁶. Odmiennie stanowisko zaprezentowano w materiale Anny Szulc i Eweliny Lis *Książę skapcaniał*, ponieważ ekspertki twierdzą, że mężczyźni lubią deprecjonować osiągnięcia swoich żon/partnerek. Panowie wygłaszający pogląd, że kobiety, koncentrując się na sobie, zaniedbują obowiązki domowe, wpędzają swoje żony/partnerki w poczucie winy⁷. Cezary Adamczyk w tekście *Prezeski zarabiają mniej* zwraca uwagę na nierówności zarobkowe między kobietami i mężczyznami. Jedną z tytułowych prezesek stawia tezę, że dla kobiet najważniejsza jest realizacja zawodowych ambicji, podejmowanie ciekawych wyzwań, zarządzanie złożoną strukturą. Jednocześnie kobiety mniej stanowczo negocjują swoje wynagrodzenie. Ponadto działa mechanizm samospełniającego się proroctwa. Kobiety mówią o swojej trudnej sytuacji, a w odpowiedzi rzeczywiście dostają mniej stanowisk w zarządach, a jeżeli chcą się w nich znaleźć, to muszą mieć większe kompetencje, ciekawsze doświadczenie, lepsze wykształcenie od mężczyzn. Niestety, obecnie niejednokrotnie jest tak, że mężczyźni nie muszą udowadniać swoich kompetencji, jak to ma miejsce w przypadku kobiet. Równość płciowa we władzach spółek jest poniżej unijnej średniej i badania pokazują, że ostatnie cztery lata to wzrost zaledwie o 3%, a tymczasem w UE przekroczył 8%. Najwięcej kobiet jest w branży finansowej i tam też zarabiają najlepiej, co potwierdza fakt, że spośród 10 najlepiej zarabiających kobiet aż 7 to osoby zarządzające bankami. Dobrą sytuację płacową mają również kobiety zasiadające w zarządach spółek Skarbu Państwa, gdzie przeciętne wynagrodzenie przekracza 1 mln zł. Handel, usługi i budownictwo są sektorami z najliczniejszą reprezentacją kobiet we władzach wykonawczych firmy. Eksperti stwierdzają, że tzw. męskie branże chętnie zatrudniają kobiety, ponieważ bywają skuteczniejsze niż mężczyźni np. podczas negocjacji⁸.

Ponadto specjaliści zwracają uwagę na odmiennie typy zarządzania, gdyż mężczyźni opierają się na hierarchii i posłuchu, podczas gdy kobiety stawiają na sieć wzajemnych zależności i zaufania. Martyna Wojciechowska przekonuje, że „przestaliśmy być kulturą typowo męską, a Polska jest dzisiaj coraz bardziej kobietą. Kobieta staje się też polski biznes.

⁶ M. Gryn, *Innowator w spółnicy*, „Wprost”, 30.09.2019, nr 40, s. 74–75.

⁷ A. Szulc, E. Lis, *Książę skapcaniał*, „Newsweek Polska”, 8.06.2015, nr 24, s. 14–17.

⁸ C. Adamczyk, *Prezeski zarabiają mniej*, „Wprost”, 19.10.2015, nr 43, s. 46–49.

Wszystko wskazuje na to, że wyjdzie nam to tylko na dobre”. W konsekwencji „co trzecia firma działająca w naszym kraju została założona przez kobietę. To daje nam siódme miejsce w skali globu”⁹. Redakcja „Wprost” opublikowała ranking 100 najbogatszych Polek, w którym przedstawiono sylwetki polskich kobiet sukcesu, np. Dominiki Kulczyk, która prowadziła wraz z bratem firmę ojca. Jan Kulczyk chciał „wykorzystać synergii ich charakterów, doświadczenia i wiedzy. Sebastian jest analityczny, rozważny i opanowany. Siłą Dominiki jest z kolei kreatywność, dynamizm i umiejętność budowania relacji. Mają się wspierać i uzupełniać, tworzyć zgrany tandem”¹⁰.

Pracę zawodową kobiet łączono z macierzyństwem i pokazano tutaj dwa zupełnie odmienne spojrzenia. Negatywne podejście do kwestii rodzicielstwa pracujących kobiet zaprezentowano w tekście *Matki szmatki*. Kobiety pracują bardzo wydajnie, ale nawet tzw. pracoholiczki w momencie zajścia w ciążę stają się dla pracodawcy obciążeniem, dlatego trafiają na boczny tor, a w skrajnych sytuacjach na bruk. „To bardzo smutne, że kobiety w Polsce, zachodząc w ciążę, mają często poczucie, że popełniły jakiś afront wobec pracodawcy. A firma to potwierdza, odbiera im premie, pomija przy awansach”¹¹. Drugi obraz pochodzący z artykułu *Dziecko to dobry interes* to pozytywne spojrzenie na pracującą zawodowo matkę, ponieważ „mama XXI wieku ma dziecko przy piersi i laptopa pod ręką”¹². Wielkie koncerny zachęcają do rodzenia dzieci i powstają rankingi przedsiębiorstw przyjaznych matkom, co jest szczególnie ważne, biorąc pod uwagę dane demograficzne oraz fakt, że strach przed utratą pracy powoduje niechęć kobiet do zachodzenia w ciążę.

W badanym okresie można wskazać liczne prezentacje życiorysów/sylwetek kobiet, które odniosły sukces w sferze zawodowej. Są to reprezentantki różnych środowisk: aktorki (np. Angelina Jolie¹³), piosenkarki (np. Edyta Bartosiewicz¹⁴), kobiety świata nauki (np. Danuta Kiełczewska¹⁵), bizneswoman (np. Rose Marie Bravo¹⁶), kosmonautka (np. Christina Koch i Jessica Meir¹⁷). Pojawia się także policjantka wal-

⁹ M. Dzierżanowski, *Syndrom Martyny*, „Wprost” 30.09.2019, nr 40, s. 8.

¹⁰ *100 najbogatszych Polek*, „Wprost” 28.09.2015, nr 40, s. 47–86.

¹¹ A. Szulc, W. Bruździak, *Matki szmatki*, „Newsweek Polska”, 25.05.2015, nr 22, s. 50–52.

¹² I. Domonik, *Dziecko to dobry interes*, „Newsweek Polska”, 30.10.2005, nr 43, s. 82–86.

¹³ J. Wróblewski, *Dobra aktorka?*, „Polityka”, 28.04.2015, nr 18, s. 100–102.

¹⁴ D. Maj, I. Nyc, *Przepadł po niej ślad*, „Wprost”, 5.07.2010, nr 28, s. 78–90.

¹⁵ Z. Wojtasiński, *Kłątwa Marii Skłodowskiej*, „Wprost”, 14.10.2007, nr 41, s. 62–67.

¹⁶ M. Zaczyński, *Sukces w kratkę*, „Wprost”, 25.09.2005, nr 38, s. 64–66.

¹⁷ *Kolejny mały, wielki krok w kosmosie*, „Newsweek Polska”, 21.10.2019, nr 43, s. 7.

cząca z gangami, która nieźle kopie, klnie i jest niezastąpiona w udzielaniu pierwszej pomocy¹⁸. Podobny portret stworzono dla Marthy Stewart, czyli *self-made woman*, która przeszła metamorfozę z kury domowej w maklera giełdowego i żelazną damę biznesu¹⁹. Prawniczka Ewa Don-Siemion to „twarda baba”, która „jest czujna i asertywna, a w razie ataku reaguje bardzo szybko”²⁰. Matematyka jest sferą, w której kobiety nie są traktowane na równi z mężczyznami, o czym świadczy przebieg kariery Sofii Kowalewskiej, bo w tym obszarze kobietom najczęściej przydziela się funkcje pomocnicze i dydaktyczne. Pokutuje stereotypowe przekonanie, że mężczyźni to geniusze posiadający umiejętność abstrakcyjnego myślenia. „Problemem jest to, że kobiety funkcjonują w stworzonych dla mężczyzn i kierowanych przez nich strukturach, więc by móc robić karierę, muszą się im, chcąc nie chcąc, podporządkować, co nadal częściej idzie w parze z paternalistycznym traktowaniem i koniecznością parzenia herbaty, a rzadziej z obejmowaniem stanowisk kierowniczych”²¹.

Zatem wątek pracy zawodowej kobiet poruszany na łamach wybranych tygodników opinii pokazuje, że redakcje starają się przedstawić aktualną sytuację kobiet na rynku pracy. Podają wiele przykładów kobiet sukcesu, pokazują nierówności i konsekwencje nierównego traktowania kobiet pracujących zawodowo, takie jak różnice w płacach czy trudności w awansach. Zderzają ze sobą obraz kobiety funkcjonującej w sferze prywatnej z postacią osadzoną w sferze publicznej, wskazując na problemy wynikające z prób godzenia roli matki/żony z aktywnością zawodową. Wyraźnie eksponowano zmiany zachodzące w obszarze aktywności kobiet na rynku pracy.

Cielesność/seksualność należą do popularniejszych wątków w katalogu tematów podejmowanych przez badane redakcje (18,2% – 108). Pojawiają się wątki historyczne na temat Rosjanek, które w czasie II wojny światowej pełniły na froncie rolę prostytutek²², w okresie rządów Stalina „deportacja prostytutek stanowiła przejaw walki klasowej”, ponieważ „kobiety lekkich obyczajów były równie niewygodne ideologicznie jak kułacy i ziemianie, a prostytutka miała występować tylko w krajach burżuazyjnych”²³. Aktorka podejrzana o bycie podwójną agentką, czyli Moura Budberg, nazywana następczynią Mata Hari, „owi-

¹⁸ E. Ornacka, *Młot na gangi*, „Wprost”, 8.10.2000, nr 41, s. 35–36.

¹⁹ M. Fita-Czuchowska, *Kobiety nie płaczą*, „Wprost”, 23.10.2005, nr 42, s. 82–84.

²⁰ W. Surmacz, *Diabeł w skórze anioła*, „Newsweek Polska”, 18.11.2007, nr 46, s. 66–67.

²¹ A. Krzemińska, *Liczenie na Sofię*, „Polityka”, 11.09.2019, nr 37, s. 60–62.

²² W. Kot, *Boso na Berlin*, „Wprost”, 16.09.2007, nr 37, s. 74–77.

²³ M. Zaremba, *Stalin i nierządnicę*, „Polityka”, 20.08.2005, nr 33, s. 65–67.

jała sobie wokół palca agentów i artystów”²⁴. Hitler miał problemy z własną seksualnością, dlatego kobieta idealna według wodza III Rzeszy to „miłe, przymilne, naiwne stworzenie – czułe, słodkie i głupiutkie”²⁵. Niemcy hitlerowskie kontrolowały zachowania seksualne, nie było miejsca na samodzielną aktywność seksualną kobiet; one miały rodzić, a mężczyźni płodzić. Kobiety cierpiały z powodu sterylizacji, zmuszano je do wczesnego małżeństwa i urodzenia wymarzonej czwórki dzieci, zaś mężczyźni dostawali urlopy prokreacyjne i reglamentowane wizyty w burdelu. „Niemiecka kobieta miała także w swojej nagości pokazywać swoją biologiczną rolę. Akty były częścią polityki rodzinnej. Niemkę ma pociągać piękno wysportowanego męskiego ciała, a nie erotyczne omamy”²⁶. Czytelnik poznaje również postać probierszczycy, czyli testerki kochanków carycy Katarzyny²⁷.

Prostytucja i pornografia to dwa kolejne wątki wliczone w kategorię cielesność/seksualność. Redakcje piszą na temat zachowań seksualnych młodzieży. Polskie dzieci latem zarabiają, świadcząc usługi seksualne, polują na sponsorów zapewniających młodym ludziom modne ubrania i gadżety, a niektórym taki styl życia do tego stopnia odpowiada, że szukają klientów także po wakacjach²⁸. W badanych materiałach pojawił się wątek seksualnych dewiantów (np. ekshibicjonistów), poruszony przez Zbigniewa Lwa-Starowicza, który stwierdził, że „wiosna i lato to okresy wzmożonych zachowań ekshibicjonistycznych, podglądactwa, ocieractwa i gwałtów. Z badań [...] wynika, że 20–30% kobiet doświadczyło takich zachowań ze strony mężczyzn”²⁹. Dziennikarze pokazują meandry działalności agencji towarzyskich, i to z uwzględnieniem spojrzenia osób zaangażowanych w seksbiznes³⁰. Bartosz Marczuk, pisząc o „generacji porno”, ostrzega rodziców, bo „coraz brutalniejsza, dostarczana coraz bardziej wyrafinowanymi sposobami pornografia niszczy nie tylko dzieciństwo – zostawia skazy na całe życie”³¹. Dostępność materiałów pornograficznych powoduje m.in. zmiany w sferze seksualnej, czego przykładem może być moda na golenie włosów łonowych przez kobiety³², czy też tzw. *dogging*, czyli potrzeba bycia obserwowanym podczas seksu

²⁴ J. Mielnik, *Mata Hari Stalina*, „Wprost”, 18.05.2015, nr 21, s. 84.

²⁵ *Jądro Hitlera*, „Wprost”, 9.09.2001, nr 36, s. 106.

²⁶ A. Krzemiński, *Seks pod okiem państwa*, „Polityka”, 10.09.2005, nr 36, s. 66–68.

²⁷ J. Larecki, *Katarzyna Łózkowa*, „Polityka”, 6.10.2007, nr 40, s. 83–85.

²⁸ J. Blikowska, I. Ryciak, *Coraz młodszy towar*, „Newsweek Polska”, 9.09.2001, nr 1, s. 82–85.

²⁹ Z. Lew-Starowicz, *Wiosna dewiantów*, „Wprost”, 17.05.2010, nr 21, s. 71.

³⁰ J. Knap, R. Kamiński, *Seksbiznes*, „Wprost”, 17.09.2000, nr 38, s. 32–34.

³¹ B. Marczuk, *Generacja porno*, „Wprost”, 9.11.2015, nr 46, s. 68–70.

³² P. Szaniawski, *Ofiary porno*, „Newsweek Polska”, 22.05.2015, nr 26.

przez przypadkowych przechodniów³³. Poważne zmiany dotyczą zachowań seksualnych kobiet, dla których konstruowane są stymulatory rozkoszy³⁴, dla nich też funkcjonują męskie prostytutki, świadczące usługi samotnym kobietom sukcesu oraz mężatkom, których mężowie nie potrafią sprostać ich oczekiwaniom. Są to „tzw. eskortci czyli mężczyźni z klasą”³⁵.

Co ciekawe, zmiany w obszarze męskiej seksualności poszły w przeciwnym kierunku, bo mężczyzna nie ma ochoty na seks i „choćby żona założyła najpiękniejszą bieliznę, stanęła na głowie, zaczęła bujać się na żyrandolu, jego to nie ruszy”³⁶. W materiale prasowym wskazano, że jest to konsekwencja częstego oglądania materiałów pornograficznych przez mężczyzn i niskiej wiedzy na temat potrzeb seksualnych kobiet. Ponadto mężczyźni zderzają się z nowym typem kobiety, która zaczęła mówić o swoich fantazjach, wskazuje otwarcie, co sprawia jej przyjemność w sferze życia seksualnego. Violetta Skrzypulec-Plinta z Katedry Zdrowia Kobiety Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach, cytowana na łamach „Newsweek Polska”, stwierdziła, że kobiety „chcą orgazmów i gadżetów, oni spokoju”, bo „polscy mężczyźni [...] nie chcą pozwolić kobietom, aby cieszyły się seksem”³⁷. Redakcje sięgały również po przykłady z innych państw. Ukazano sytuację w Japonii, gdzie „seks zawsze funkcjonował jako wartość sama w sobie, naturalna potrzeba człowieka, jak jedzenie i picie” i właśnie tam powstają „hotele miłości”, z których korzystają tysiące małżeńskich i pozamałżeńskich par³⁸.

Seksualizacja ludzkiego ciała w obrazach medialnych to kolejny temat pojawiający się w analizowanych materiałach. „Kobiety na reklamach głównie rozchylają nogi i usta”³⁹, a „ciało w reklamie, obojętnie, kobiece czy męskie, przekształciło się w anatomiczny atlas pokus”⁴⁰. „Ciało staje się podstawowym środkiem wyrazu we współczesnym kinie”⁴¹, gdzie seks odgrywa istotną rolę w całej fabule⁴², pojawiają się

³³ B. Pietkiewicz, *Co ich kręci, co ich podnieca*, „Polityka”, 10.07.2010, nr 28, s. 85–87.

³⁴ T. Walat, *Rekreacja bez prokreacji*, „Polityka”, 12.06.2010, nr 24, s. 80–81.

³⁵ I. Nyc, K. Kawalec, *Nocni kowboje*, „Wprost”, 30.09.2007, nr 39, s. 112–115.

³⁶ M. Święchowicz, P. Szewczyk, *Kiedy jego boli głowa*, „Newsweek Polska”, 25.05.2015, nr 22, s. 38–42; D. Karpiuk, *Kochanie, boli mnie głowa*, „Newsweek Polska”, 21.10.2019, nr 43, s. 42–45.

³⁷ A. Szulc, W. Bruździak, *Co dziewczyny myślą o seksie*, „Newsweek Polska”, 16.11.2015, nr 47, s. 40–43.

³⁸ E. Potocka, *Ścieżki rozkoszy*, „Wprost”, 28.10.2001, nr 43, s. 80–81.

³⁹ R. Tekieli, *Stopy Matki Teresy*, „Gazeta Polska”, 27.10.2007, nr 43, s. 29.

⁴⁰ K. Lubecka, *Chrupnij mnie*, „Polityka”, 11.11.2000, nr 46, s. 92–93.

⁴¹ L. Kurpiewski, *Gra ciałem*, „Newsweek Polska”, 28.08.2005, nr 34, s. 99.

seksowne, rozebrane ludzkie ciała⁴³, a produkcje takie jak *Pięćdziesiąt twarzy Greya*, dzięki wykorzystaniu elementów sado-maso cieszą się olbrzymią popularnością⁴⁴. Ekspozycja ludzkiego ciała w medialnych przekazach, to jak wskazują redakcje, próba zerwania z tabu, ale także „wielka rewolucja, której celem jest sprowadzenie wszystkiego do punktu wyjścia, do jednej prawdy, a tym, co nam zostało, jest ciało, reszta to zmyślenie”⁴⁵. We „Wprost” pisano o Hugh Hefnerze, który wprowadził fotografie roznegliżowanych dziewczyn oraz głosił pogląd, że seks nie jest niemoralny czy grzeszny, a seks pozamałżeński można uprawiać bez skrupułów i wyrzutów sumienia⁴⁶. Redakcje pokazywały postaci znanych aktorek, jak Marlena Dietrich czy Leni Riefenstahl, również odwołując się do cielesności/seksualności: „najpiękniejsze nogi Berlina należały do Marleny Dietrich, która stała się symbolem prowokującej kobiecości i wyzwolonego biseksualnego powabu”⁴⁷. Wątek cielesności/seksualności jest mocno rozbudowany, ponieważ obejmuje doniesienia historyczne, analizy przemian w zachowaniach seksualnych człowieka oraz próbę pokazania, jak jest traktowane kobiece ciało w przekazach medialnych.

Publikacje dotyczące płci w kontekście związków damsko-męskich to kolejny popularny wątek goszczący na łamach badanych tygodników (10,5%). Można tutaj wskazać kilka kontekstów. Wśród badanych materiałów odnajdujemy treści odnoszące się do zmian zachodzących w zakresie nawiązywania relacji damsko-męskich, ponieważ kobiety wykazują większą aktywność w dziedzinie uwodzenia, a mężczyźni akceptują utratę inicjatywy⁴⁸. Osoby szukające drugiej połowy korzystają z sieci internetowej⁴⁹ i, co niepokojące, podczas randki zajmują się telefonem, a nie partnerem czy partnerką⁵⁰, ponieważ pary nie potrafią ze sobą rozmawiać⁵¹. Małgorzata Domagalik podejmuje temat nawiązywania zna-

⁴² R. Ostrowski, *W szponach kruków i jaskółek*, „Polityka”, 22.05.2010, nr 21, s. 80–82.

⁴³ E. Królikowska-Avis, „*Bollywood is cool*”, „Gazeta Polska”, 7.11.2007, nr 45, s. 22.

⁴⁴ P. Milewski, *Sado-maso głównego nurtu*, „Newsweek Polska”, 8.06.2015, nr 24, s. 98.

⁴⁵ L. Kurpiewski, *Gra ciałem*, „Newsweek Polska”, 28.08.2005, nr 34, s. 99.

⁴⁶ P. Milewski, *Cesarz*, „Wprost”, 26.07.2010, nr 31, s. 64–66; M. Cieślak, *Pyrrusowy „Playboy”*, „Wprost”, 19.10.2015, nr 43, s. 70–72.

⁴⁷ A. Krzeziński, *Jasny anioł, mroczny anioł*, „Polityka”, 8.09.2001, nr 36, s. 68–69.

⁴⁸ M. Marczak, *Po(d)ryw równości*, „Newsweek Polska”, 25.07.2010, nr 30, s. 4.

⁴⁹ M. Grelowska, *Globalny flirt*, „Wprost”, 21.10.2001, nr 42, s. 58–59.

⁵⁰ P. Socha-Jakubowska, *W związku z telefonem*, „Wprost”, 21.10.2019, nr 43, s. 46–50.

⁵¹ R. Kim, *Niekochani nie potrafią kochać*, „Newsweek Polska”, 7.10.2019, nr 41, s. 42–46.

jomości w barach, ale także stara się pokazać przemiany relacji damsko-męskich w tym zakresie, ponieważ w męskich miejscach pojawiają się kobiety, które „początkowo były atrakcyjnym kwiatuśkiem [...] z długimi nogami i przepastnymi dekoltami, a teraz to rozpoznawalne nazwiska *femme fatale*”⁵². To samotne kobiety, które na wzór mężczyzn są pełnoprawnymi klientkami barów, gdzie są szczęśliwe, wolne i mogą być sobą. Jednak mimo zachodzących zmian „kobiety szukają najlepszego ojca dla swoich dzieci, a mężczyźni idealnej partnerki, by przedłużyć ród”⁵³. Podejmując temat związków, autorzy badanych publikacji zwracają uwagę na fakt, że przeobrażenia w tym obszarze wynikają w głównej mierze ze zmiany pozycji i roli kobiety we współczesnym świecie. Dążenia emancypacyjne kobiet spowodowały, że kobiety zaangażowały się w życie zawodowe, odkładając w czasie plany małżeńskie i macierzyńskie⁵⁴. Zmienił się współczesny mężczyzna, dlatego „młode kobiety skarżą się, że ich partnerzy chcą mieć kogoś, kto pracuje, dba o dom, a w nocy zamienia się w aktorkę porno”⁵⁵. Przeobrażenia w relacjach damsko-męskich wywołują konsekwencje w postaci trudności z przystosowaniem się do zmienionych reguł gry⁵⁶, bo mężczyźni nie radzą sobie z rozwojem intelektualnym kobiet, które są dla nich zagrożeniem⁵⁷. Natomiast kobiety padają ofiarami oszustów matrymonialnych, zwłaszcza panie odnoszące sukcesy zawodowe, wracające po pracy do pustych, zimnych mieszkań⁵⁸.

Redakcje podejmują także temat rozwodów z uwzględnieniem różnych perspektyw, np. na łamach „Wprost” opublikowano informacje dotyczące wyników badań poziomu kortyzolu u małżonków, które stanowią podstawę do prognozowania ewentualnych rozstań⁵⁹. Dla równowagi można wskazać publikacje pokazujące przykłady „świętych” małżeństw, jak beatyfikowani przez papieża Maria i Luigi Beltrame Quattrocchi, których fenomen polegał na tym, że wszystko robili razem, wspierali się, wspólnie płakali ze szczęścia i z rozpaczy⁶⁰. Temat zwią-

⁵² M. Domagalik, *Solista w barze*, „Wprost”, 16.09.2001, nr 37, s. 84.

⁵³ D. Romanowska, *W poszukiwaniu idealu*, „Newsweek Polska”, 9.09.2001, nr 1, s. 64; *Żony kontra kochanki*, „Wprost”, 30.09.2007, nr 39, s. 70.

⁵⁴ B. Pietkiewicz, *Stary bez pary*, „Polityka”, 25.08.2001, nr 34, s. 3–9.

⁵⁵ M. Cieślak, *Gorzka wygrana feministek*, „Wprost”, 18.05.2015, nr 21, s. 45.

⁵⁶ E. Turlej, *Oddajcie nam nasze kobiety!*, „Newsweek Polska”, 30.09.2019, nr 40, s. 26–29.

⁵⁷ A. Szulc, E. Lis, *Sarna i zgreb*, „Newsweek Polska”, 19.10.2015, nr 43, s. 50–53.

⁵⁸ A. Jankowska, *Sezon na tulipany*, „Wprost”, 13.04.2015, nr 16, s. 45–46.

⁵⁹ P. Górecki, *Hormon rozwodu*, „Wprost”, 21.10.2001, nr 42, s. 108–109.

⁶⁰ S. Hołownia, *Błogosławione małżeństwo*, „Newsweek Polska”, 21.10.2001, nr 7, s. 46.

ków osadzano również w tematyce historycznej, a czytelnik mógł poznać szczegóły życia osobistego marszałka Józefa Piłsudskiego, nazywanego „naczelnym amantem Rzeczypospolitej”⁶¹, który „kochał kobiety równie mocno jak ojczyznę, jednak nigdy nie był stały w uczuciach. One kochały go bezgranicznie i do końca”⁶². Prezentując publikacje dotyczące związków damsko-męskich, redakcje koncentrują się na zagadnieniu zmian zachodzących w relacjach kobiet i mężczyzn.

Rodzicielstwo to wątek, który pojawił się w 10% (59) analizowanych materiałów. W raporcie Joanny Podgórskiej czytamy, że „poród, który była manifestacją kobiecości, źródłem siły, wydarzeniem o niezwykłym znaczeniu dla emocji i psychiki, został w XIX wieku w zasadzie kobiecie odebrany. Stała się ona biernym obiektem lekarskich działań. Macicą w zasadzie. I tak to trwa”⁶³. Odnoszono się do akcji *Rodzić po Ludzku*, która miała zmienić sytuację rodzących kobiet, a tymczasem są one nadal obdzierane z intymności i zdane na łaskę personelu medycznego. Rezygnacja z porodów domowych uczyniła ze szpitali położniczych fabryki dzieci, obsługujące w krótkim czasie jak najwięcej kobiet. Do tego negatywnego obrazu redakcja „Wprost” dokłada tekst *Matka Polka Walcząca*, ukazujący problemy, z jakimi boryka się współczesna matka, czyli brak miejsca w przedszkolu, nieelastyczne godziny pracy szkoły, ograniczone prawa w firmie, brak możliwości wpływania na sytuację w szkole⁶⁴. Zaobserwowano również pozytywne zmiany w modelu współczesnej rodziny, w której ojciec jest osobą coraz mocniej zaangażowaną w opiekę i wychowanie dziecka⁶⁵, bo „urlopy macierzyńskie pomogły wejść kobietom na rynek pracy, ale hamują ich kariery i zarobki. Jednak idzie nowe – zrównoważone rodzicielstwo, w którym tata pojawia się w roli głównej”⁶⁶.

Co jakiś czas opinia publiczna wraca do tematu karmienia piersią. Z jednej strony pokazuje się korzyści wynikające z karmienia piersią i właśnie taki wątek widać w badanych publikacjach, ale podejmowano także temat podejścia Polaków do karmienia piersią w miejscach publicznych. „Karmione naturalnie niemowlę jest mniej narażone na infekcje. Jednak jeśli otoczenie daje kobietom do zrozumienia, że to zacho-

⁶¹ A. Krajewski, *Naczelnny amant Rzeczypospolitej*, „Newsweek Polska”, 24.10.2011, nr 43, s. 52–54.

⁶² L. Nadolski, *Kochliwy jak Piłsudski*, „Newsweek Polska”, 16.09.2019, nr 38, s. 51.

⁶³ J. Podgórska, *Betonowe położnictwo*, „Polityka”, 29.10.2005, nr 43, s. 4.

⁶⁴ K. Skrzydłowska-Kalukin, *Matka Polka Walcząca*, „Wprost”, 25.05.2015, nr 22, s. 26–28.

⁶⁵ A. Krzyżaniak-Gumowska, *Ojciec chciałby karmić piersią*, „Wprost”, 9.10.2011, nr 40, s. 42–44.

⁶⁶ P. Wilk, *Dwa lata i basta*, „Polityka”, 27.05.2015, nr 22, s. 49–51.

wanie zawstydzające czy niestosowne, wiele z nich po prostu rezygnuje⁶⁷. Statystyki pokazują, że tylko 4% polskich niemowląt przez pierwsze pół roku jest karmionych piersią⁶⁸. „Każda matka powinna karmić dziecko piersią – przekonują działacze ruchów prolaktacyjnych – bo tak postępowały kobiety od zawsze. Tymczasem z badań naukowych wynika, że pokarm z butelki stosowały już kobiety prehistoryczne”⁶⁹.

Kolejny temat związany z rodzicielstwem to problem niepłodności, z którym boryka się coraz więcej par, ale w Polsce „ma (on) twarz kobiety”. Tymczasem badania pokazują, że wśród par dotkniętych niepłodnością tzw. czynnik męski może być przyczyną kłopotów w więcej niż połowie przypadków. Różnica polega na tym, że kobiety mające problem z zajściem w ciążę otrzymują wsparcie innych kobiet, dużo częściej niż bezpłodny mężczyzna, który jest narażony na kpiny otoczenia⁷⁰.

Pojawił się również wątek rodziców dzieci oglądających pornografię, którzy bardzo często nie zdają sobie sprawy, że ich pociecha ma kontakt z treściami przeznaczonymi dla osób dorosłych. Bartosz Marczuk stwierdził, że trzeba rozmawiać z dzieckiem na temat seksu, cielesności i pornografii, bo we współczesnym świecie przepelnionym przemocą i podejściem konsumpcyjnym rodzic nie jest w stanie ustrzec dziecka przed takimi treściami, ale może je uświadomić i przygotować do zderzenia z rzeczywistością⁷¹. Redakcje poruszyły temat alkoholizmu wśród matek, który określono jako „pękające tabu”. Media coraz częściej pokazują przypadki kobiet w ciąży pijących alkohol czy też sprawujących opiekę nad dzieckiem po spożyciu alkoholu. Joanna Podgórska podkreśla, że „stereotyp alkoholiczki meliniary, brudnej, pijącej denaturat i śpiącej w rowie jest zdezaktualizowany, ponieważ dzisiaj pieniądze i pozycja społeczna to doskonałe narzędzia wykorzystywane przez pijące kobiety do samozakłamywania”⁷². Aleksandra Gumowska podejmuje temat tzw. instamatek, czyli kobiet, które o swoim macierzyństwie stale informują w mediach społecznościowych i realizują „projekt dziecko”, nie pozostawiając niczego przypadkowi. W materiale pojawiło się stwierdzenie, że młode mamy intensywnie wymieniają się wiadomościami, szukają zajęć rozwojowych dla niemowlaków, a wychowanie dziecka to ich rodzaj autopromocji⁷³.

⁶⁷ *Piersi na ulicach*, „Newsweek Polska”, 7.06.2015, nr 23, s. 6.

⁶⁸ K. Kowalska, *Mieszanka zamiast mleka*, „Wprost”, 9.11.2015, nr 46, s. 50–51.

⁶⁹ A. Krzemińska, *Takie mamy mamy*, „Polityka”, 6.11.2019, nr 45, s. 71.

⁷⁰ M. Świąchowicz, *Męski wstyd*, „Newsweek Polska”, 13.04.2015, nr 16, s. 44–47.

⁷¹ B. Marczuk, *Generacja porno*, „Wprost”, 9.11.2015, nr 46, s. 68–70.

⁷² J. Podgórska, *Matki promilki*, „Polityka”, 13.05.2015, nr 20, s. 28–30.

⁷³ A. Gumowska, *Projekt dziecko*, „Newsweek Polska”, 9.11.2015, nr 46, s. 33–37.

Problem tzw. toksycznych rodziców pojawił się w artykule Wojciecha Staniszewskiego, ponieważ „mamy epidemię złego wychowania, tresujemy kolejnych nieszczęśliwych ludzi, a ludzie robią dzieci bez przemyślenia i odpowiedzialności”. Bardzo często matki krzyczą, biją, obniżają poczucie własnej wartości swoich dzieci, a to pozostawia ranę na całe życie⁷⁴. Dziennikarze badanych tygodników podejmowali także zagadnienie weganizmu w ciąży⁷⁵ czy ukazywali pozytywne historie kobiet, które mimo walki z chorobą nowotworową rodzą zdrowe dzieci⁷⁶.

Różnice stanowisk badanych redakcji doskonale pokazuje zestawienie tekstu Tomasza P. Terlikowskiego, publikującego na łamach „Gazety Polskiej” na temat sterylizacji, i materiału opublikowanego przez „Newsweek Polska”, poruszającego temat ruchów *pro-life*. Dziennikarz prawicowego tytułu krytykuje sterylizację kobiety dokonaną przez personel medyczny z uwagi na istniejące przesłanki medyczne, co w jego opinii jest złamaniem jednego z fundamentalnych praw człowieka do decydowania o własnej rodzinie⁷⁷. Natomiast na łamach „Newsweek Polska” podjęto krytyczne rozważania na temat ruchów *pro-life*, które „wychodzą na ulice z krzykliwymi sloganami i przejmują metody walki od feministek”⁷⁸. Prawicowy tygodnik sygnalizuje, że zwolennicy aborcji mówią o wolności wyboru i prawie kobiet do decydowania o własnym ciele, ale przedstawiając postać Margaret Sanger – założycielki ruchu aborcyjnego w USA, widać raczej walkę o czystość rasy, a nie o prawa kobiet⁷⁹. Dyskurs dotyczący aborcji polaryzuje stanowiska badanych tygodników.

Na podstawie przeprowadzonych analiz można stwierdzić, że redakcje, podejmując temat rodzicielstwa, skoncentrowały się na kwestiach negatywnych, takich jak ukazywanie problemów, z jakimi borykają się rodzice (niepłodność, dostęp dzieci do pornografii) oraz na pokazywaniu rys na tradycyjnym, wyidealizowanym obrazie Matki Polki, w postaci alkoholizmu czy skłonności do przemocy. Zagadnienie relacji damsko-męskich w kontekście rodzicielstwa podejmowano tylko przy temacie niepłodności oraz rosnącej partycypacji ojców w opiece nad dziećmi.

Analizy ilościowe wykazały, że temat mniejszości seksualnych pojawił się w 8,4% (50) badanych materiałów. Autorzy publikacji, pisząc

⁷⁴ W. Staszewski, *Kiedy matka truje*, „Newsweek Polska”, 15.06.2015, nr 25, s. 42–45.

⁷⁵ M. Zaraska, *W stanie bezmięsnym*, „Polityka”, 22.05.2010, nr 21, s. 89–90.

⁷⁶ J. Ćwiek, K. Kowalska, *Boskie matki*, „Wprost”, 23.11.2015, nr 48, s. 48.

⁷⁷ T.P. Terlikowski, *Eugenika w Polsce*, „Gazeta Polska”, 21.09.2011, nr 38, s. 33.

⁷⁸ W. Rogacin, *Europa na śmierć i życie*, „Newsweek Polska”, 28.08.2005, nr 34, s. 28–31.

⁷⁹ M. Kożuszek, *Aborcjonistka z piekła rodem*, „Gazeta Polska”, 13.11.2019, nr 46, s. 58–60.

o mniejszościach, najczęściej używali terminu gej, a tym samym odno-
szono się głównie do osób homoseksualnych płci męskiej. Wśród mate-
riałów poddanych analizie mamy naukowe rozważania na temat mniej-
szości seksualnych, czego przykładem może być materiał Doroty
Romanowskiej poszukujący odpowiedzi na pytanie, dlaczego gen homo-
seksualizmu przetrwał, skoro „homoseksualizm nie ma sensu z ewolu-
cyjnego punktu widzenia”⁸⁰. Tomasz P. Terlikowski podkreśla, że dwie
osoby tej samej płci nie mogą się uzupełniać w żadnym wymiarze. Ideo-
logia homoseksualna jest niebezpieczna, jej wyznawcy to ludzie zagu-
bieni, chcący odnaleźć normalność w swojej nienormalnej sytuacji,
a celem chrześcijan powinno być nawracanie osób homoseksualnych⁸¹.
Na osoby homoseksualne wielu patrzy przez pryzmat legalizacji mał-
żeństw homoseksualnych oraz prawa do posiadania potomstwa. Pomimo
sprzeciwu kleru Argentyna zalegalizowała małżeństwa osób tej samej
płci, dając im prawo dziedziczenia, przejmowania emerytury/renty
i adopcji dzieci – donosi „Wprost”⁸². Piotr Semka uważa, że wiele adop-
cji dzieci przez pary homoseksualne to wyraz poparcia dla ruchów ho-
moseksualnych, a nie przemyślana decyzja o wieloletnich konsekwen-
cjach⁸³. Na łamach „Newsweek Polska” czytelnik poznaje kobiety, które
nie mogą się przyznać do swojej orientacji seksualnej, żeby nie stracić
źródła dochodów, a tym samym móc spłacać kredyt i wychowywać
dzieci⁸⁴. Widać tutaj rozdźwięk między redakcjami. „Gazeta Polska”
wyraża obawy, jakie należy żywić względem mniejszości seksualnych,
które nie powinny mieć prawa do adopcji dzieci, zaś sam homoseksua-
lizm jest traktowany jak coś nienormalnego, wymagającego zmiany.
Natomiast na łamach pozostałych badanych tytułów czytelnik poznaje
przeciwnie stanowisko, będące wyrazem podejścia neutralnego czy nawet
aprobaty dla środowisk LGBT.

Wątek mniejszości seksualnych osadzano także w dziale kultural-
nym. „Ostatnie lata, a obecny rok w szczególności, to triumfalny prze-
marsz transpłciowości przez popkulturę i szerzej, przez społeczną świa-
domość”⁸⁵, czytamy na łamach „Newsweek Polska”. Zupełnie inne
stanowisko prezentuje redakcja „Gazety Polskiej”, która wskazuje, że

⁸⁰ D. Romanowska, *Jak mężczyzna zostaje gejem*, „Newsweek Polska”, 19.10.2015, nr 43, s. 86–89.

⁸¹ T.P. Terlikowski, *Otwórzcie drzwi Chrystusowi*, „Gazeta Polska”, 14.07.2010, nr 29, s. 29.

⁸² *Argentyńscy kontrahenci*, „Wprost”, 19.07.2010, nr 30, s. 8.

⁸³ P. Semka, *Homoalimenty*, „Gazeta Polska”, 31.08.2005, nr 35, s. 25.

⁸⁴ W. Bruździak, A. Szulc, *Mama, ciocia i ja*, „Newsweek Polska”, 4.05.2015, nr 19, s. 46–48.

⁸⁵ M. Zaczyński, *Trzecia pleć*, „Newsweek Polska”, 17.10.2001, nr 42, s. 97.

„Conchita Wurst, co w wolnym tłumaczeniu oznacza «cipkę parówkę» lub «muszelkę kielbaskę», w swojej twórczości i działalności pozasce-
niczej zajmuje się głównie promocją środowisk LGBT»⁸⁶. Poza wska-
zanymi tematami pisano o mniejszościach jak o rosnącej grupie konsu-
mentów, których obecność na rynku jest coraz bardziej widoczna⁸⁷, ale
także o tym, jak wygląda starość osób homoseksualnych⁸⁸, a nawet o hi-
storycznej akcji *Rwanie hiacyntów*, skierowanej przeciwko mniejszo-
ściom seksualnym⁸⁹, i na temat procesu zmiany płci⁹⁰.

Podjmując tematy rodzicielstwa, związków, aktywności zawodo-
wej kobiet i ich seksualność, redakcje koncentrowały się na pokazaniu
zmian zachodzących w wymienionych obszarach. Natomiast publikacje
dotyczące mniejszości seksualnych najwyraźniej pokazują kontrasty
światopoglądowe badanych redakcji.

Zakończenie

Pierwsza hipoteza poddana weryfikacji w toku prowadzonych analiz
została obalona. Temat płci żeńskiej najczęściej sytuowano w rubryce
tematów społecznych, ale wiodącym wątkiem okazała się praca zawo-
dowa kobiet, czyli element dający kobiecie miejsce w sferze publicznej.
Należy jeszcze raz podkreślić, że zagadnienie pracy zawodowej kobiet
nie pojawiło się w publikacjach „Gazety Polskiej”. Natomiast pozostałe
redakcje pokazywały aktualną sytuację kobiet na rynku pracy oraz ewen-
tualne zmiany w zakresie ich aktywności zawodowej.

Wszystkie redakcje chętnie podejmowały wątek kobiecej cielesno-
ści/seksualności i tutaj widać stereotypowe spojrzenie na kobiety przez
soczewkę powłoki zewnętrznej, ale poświęca się również dużo uwagi
obserwowalnym zmianom w zakresie zachowań seksualnych kobiet oraz
ewolucji relacji damsko-męskich. Redakcje piszą pozytywnie i w sposób
mieszany o rodzicielstwie, ale nie traktują kobiety wyłącznie w katego-
riach Matki Polki, lecz odnoszą się również do problemów współczesnej
kobiety, balansującej na linii praca zawodowa – rodzina. Ponadto trzeba
odnotować zmiany zachowań mężczyzn, których zaangażowanie w ro-
dzicielstwo pokazano w badanych materiałach, a to nie pozostaje bez
wpływu na aktywność zawodową kobiet. Przełamanie stereotypów wi-

⁸⁶ F. Rdesiński, „*Sabat Czarownicy*” i baba z brodą, „Gazeta Polska”, 27.05.2015, nr 21, s. 32.

⁸⁷ T. Molga, *Różowe miliardy czekają*, „Wprost”, 5.07.2010, nr 28, s. 74–76.

⁸⁸ A. Listoś, *Homo same*, „Polityka”, 28.04.2015, nr 18, s. 40.

⁸⁹ M. Milcke, *Rwanie hiacyntów*, „Polityka”, 25.11.2015, nr 48, s. 60–63.

⁹⁰ P. Milewski, *Jestem Cait*, „Newsweek Polska”, 08.06.2015, nr 24, s. 63–65.

dać także w publikacjach dotyczących związków, gdzie redakcje silnie akcentują emancypację kobiet w sferze zachowań seksualnych oraz upadek stereotypowej męskości. Zatem hipoteza druga również nie została potwierdzona, ponieważ w badanych publikacjach kobieta jest ukazywana jako osoba aktywna zawodowo, próbująca godzić rolę matki z rolą kobiety pracującej zawodowo, która zyskuje coraz większą wolność w sferze zachowań seksualnych. W badanych materiałach współczesna kobieta próbuje godzić rolę wynikającą z przynależności do sfery publicznej oraz rolę przypisaną do jej aktywności w sferze publicznej.

Reprezentowany przez redakcje światopogląd mógł skłonić do wysunięcia założenia, że prawicowy tytuł skupia uwagę na wątkach dotyczących tradycyjnej roli kobiety, zaś tytuły liberalno-lewicowe pójdą w stronę pracy zawodowej czy tematyki mniejszości seksualnych, aborcji lub dyskryminacji ze względu na płeć. Jednak przeprowadzone analizy wykazały, że „Gazeta Polska” najczęściej pisała na temat mniejszości seksualnych, które postrzega w kategoriach zagrożenia, prezentując w ten sposób swoje negatywne stanowisko i konserwatywny światopogląd. „Wprost” i „Newsweek Polska” skierowały uwagę na pracę zawodową kobiet, o której piszą pozytywnie, zaś „Polityka” wykazywała szczególne zainteresowanie tematem rodzicielstwa, gdzie widać wydzwięk aprobatywny, krytyczny i mieszany. Podejmując wątki rodzicielstwa, pracy zawodowej kobiet oraz kobiecej cielesności czy związków damsko-męskich redakcje koncentrują się na zmianach zachodzących w wymienionych obszarach kobiecej obecności. Na tej podstawie można wnioskować, że redakcje prawicowej „Gazety Polskiej” (mniejszości seksualne, cielesność) i lewicowej „Polityki” (rodzicielstwo) najczęściej podejmowały wątki płciowe dotyczące sfery prywatnej kobiet, natomiast „Wprost” i „Newsweek Polska” koncentrują się na pracy zawodowej, czyli sferze publicznej. Zależność między linią redakcyjną a podejściem redakcji do tematów związanych z kobietami widać w zakresie selekcji wątków płciowych i osadzaniu wiodących kwestii kobiecych w sferze prywatnej bądź publicznej oraz w opiniach dotyczących omawianej problematyki, wyrażających stanowisko badanych redakcji. Tym samym trzecia hipoteza została zweryfikowana pozytywnie.

Bibliografia

- 100 najbogatszych Polek, „Wprost”, 28.09.2015, nr 40.
Adamczyk C., *Prezeski zarabiają mniej*, „Wprost”, 19.10.2015, nr 43.
Argentyńscy kontrahenci, „Wprost”, 19.07.2010, nr 30.
Blikowska J., Ryciak I., *Coraz młodszy towar*, „Newsweek Polska”, 9.09.2001, nr 1.

- Bruździak W., Szulc A., *Mama, ciocia i ja*, „Newsweek Polska”, 4.05.2015, nr 19.
- Cieślak M., *Gorzka wygrana feministek*, „Wprost”, 18.05.2015, nr 21.
- Cieślak M., *Pyrrusowy „Playboy”*, „Wprost”, 19.10.2015, nr 43.
- Ćwiek J., Kowalska K., *Boskie matki*, „Wprost”, 23.11.2015, nr 48.
- Domagalik M., *Solista w barze*, „Wprost”, 16.09.2001, nr 37.
- Domonik I., *Dziecko to dobry interes*, „Newsweek Polska”, 30.10.2005, nr 43.
- Dzierżanowski M., *Jestem księdzem, jestem gejem*, „Wprost”, 5.10.2015, nr 41.
- Dzierżanowski M., *Syndrom Martyny*, „Wprost”, 30.09.2019, nr 40.
- Fita-Czuchowska M., *Kobiety nie płaczą*, „Wprost”, 23.10.2005, nr 42.
- Głazewska E., *Asymetria w kulturowej ewaluacji płci – podstawowe dychotomie: natura/kultura, sfera prywatna/sfera publiczna, reprodukcja/produkcja* [w:] *Zrozumieć płęć. Studia interdyscyplinarne II*, red. A. Kuczyńska, E.K. Dzikowska, Wrocław 2004.
- Górecki P., *Hormon rozvodu*, „Wprost”, 21.10.2001, nr 42.
- Grełowska M., *Globalny flirt*, „Wprost”, 21.10.2001, nr 42.
- Gryn M., *Innowator w spódnicy*, „Wprost”, 30.09.2019, nr 40.
- Gumowska A., *Projekt dziecko*, „Newsweek Polska”, 9.11.2015, nr 46.
- Hołownia S., *Blogosławione małżeństwo*, „Newsweek Polska”, 21.10.2001, nr 7.
- Jankowska A., *Sezon na tulipany*, „Wprost”, 13.04.2015, nr 16.
- Jądro Hitlera*, „Wprost”, 9.09.2001, nr 36, s. 106.
- Karpiuk D., *Kochanie, boli mnie głowa*, „Newsweek Polska”, 21.10.2019, nr 43.
- Kim R., *Niekochani nie potrafią kochać*, „Newsweek Polska”, 7.10.2019, nr 41.
- Kluczyńska U., *Kobiety na „drugiej linii” władzy? Wizerunki kobiet (bez)pośrednio angażujących się w politykę?* [w:] *Kobiety w polityce*, red. J. Marszałek-Kawa, Toruń 2010.
- Knap J., Kamiński R., *Seksbiznes*, „Wprost”, 17.09.2000, nr 38.
- Kolejny mały, wielki krok w kosmosie*, „Newsweek Polska”, 21.10.2019, nr 43.
- Kot W., *Boso na Berlin*, „Wprost”, 16.09.2007, nr 37.
- Kowalska K., *Mieszanka zamiast mleka*, „Wprost”, 9.11.2015, nr 46.
- Koziński A., *Kobietonomika*, „Wprost”, 21.10.2007, nr 42.
- Kożuszek M., *Aborcjonistka z piekła rodem*, „Gazeta Polska”, 13.11.2019, nr 46.
- Krajewski A., *Naczelny amant Rzeczypospolitej*, „Newsweek Polska”, 24.10.2011, nr 43.
- Królikowska-Avis E., *„Bollywood is cool”*, „Gazeta Polska”, 7.11.2007, nr 45.
- Krzemińska A., *Liczenie na Sofię*, „Polityka”, 11.09.2019, nr 37.
- Krzemińska A., *Takie mamy mamy*, „Polityka”, 6.11.2019, nr 45.
- Krzemiński A., *Jasny anioł, mroczny anioł*, „Polityka”, 8.09.2001, nr 36.
- Krzemiński A., *Seks pod okiem państwa*, „Polityka”, 10.09.2005, nr 36.
- Krzyżaniak-Gumowska A., *Ojciec chciałby karmić pierśią*, „Wprost”, 9.10.2011, nr 40.
- Kurpiewski L., *Gra ciałem*, „Newsweek Polska”, 28.08.2005, nr 34.
- Kwiatkowski K., *To nie jest kraj dla gejų*, „Newsweek Polska”, 11.07.2010, nr 28.
- Larecki J., *Katarzyna Łózkowa*, „Polityka”, 6.10.2007, nr 40.
- Lew-Starowicz Z., *Wiosna dewiantów*, „Wprost”, 17.05.2010, nr 21.
- Listoś A., *Homo same*, „Polityka”, 28.04.2015, nr 18.
- Lubecka K., *Chrupnij mnie*, „Polityka”, 11.11.2000, nr 46.
- Maj D., Nyc I., *Przepadł po niej ślad*, „Wprost”, 5.07.2010, nr 28.
- Marczak M., *Po(d)ryw równości*, „Newsweek Polska”, 25.07.2010, nr 30.
- Marczuk B., *Generacja porno*, „Wprost”, 9.11.2015, nr 46.
- Mielnik J., *Mata Hari Stalina*, „Wprost”, 18.05.2015, nr 21.

- Milcke M., *Rwanie hiacyntów*, „Polityka”, 25.11.2015, nr 48.
- Milewski P., *Cesarz*, „Wprost”, 26.07.2010, nr 31.
- Milewski P., *Jestem Cait*, „Newsweek Polska”, 08.06.2015, nr 24.
- Milewski P., *Sado-maso głównego nurtu*, „Newsweek Polska”, 8.06.2015, nr 24.
- Molga T., *Różowe miliardy czekają*, „Wprost”, 5.07.2010, nr 28.
- Nadolski L., *Kochliwy jak Piłsudski*, „Newsweek Polska”, 16.09.2019, nr 38.
- Nyc I., Kawalec K., *Nocni kowboje*, „Wprost”, 30.09.2007, nr 39.
- Ornacka E., *Młot na gangi*, „Wprost”, 8.10.2000, nr 41.
- Ostrowski R., *W szponach kruków i jaskótek*, „Polityka”, 22.05.2010, nr 21.
- Piersi na ulicach*, „Newsweek Polska”, 7.06.2015, nr 23.
- Pietkiewicz B., *Co ich kręci, co ich podnieca*, „Polityka”, 10.07.2010, nr 28.
- Pietkiewicz B., *Stary bez pary*, „Polityka”, 25.08.2001, nr 34.
- Podgórska J., *Betonowe położnictwo*, „Polityka”, 29.10.2005, nr 43.
- Podgórska J., *Matki promilki*, „Polityka”, 13.05.2015, nr 20.
- Potocka E., *Ścieżki rozkoszy*, „Wprost”, 28.10.2001, nr 43.
- Rdeśniński F., *„Sabat Czarownicy” i baba z brodą*, „Gazeta Polska”, 27.05.2015, nr 21.
- Rogacin W., *Europa na śmierć i życie*, „Newsweek Polska”, 28.08.2005, nr 34.
- Romanowska D., *Jak mężczyzna zostaje gejem*, „Newsweek Polska”, 19.10.2015, nr 43.
- Romanowska D., *W poszukiwaniu ideału*, „Newsweek Polska”, 9.09.2001, nr 1.
- Semka P., *Homoalimenty*, „Gazeta Polska”, 31.08.2005, nr 35.
- Skrzydłowska-Kalukin K., *Matka Polka Walcząca*, „Wprost”, 25.05.2015, nr 22.
- Socha-Jakubowska P., *W związku z telefonem*, „Wprost”, 21.10.2019, nr 43.
- Staszewski W., *Kiedy matka truje*, „Newsweek Polska”, 15.06.2015, nr 25.
- Surmacz W., *Diabeł w skórze anioła*, „Newsweek Polska”, 18.11.2007, nr 46.
- Szaniawski P., *Ofiary porno*, „Newsweek Polska”, 22.05.2015, nr 26.
- Szulc A., Bruździak W., *Co dziewczyny myślą o seksie*, „Newsweek Polska”, 16.11.2015, nr 47.
- Szulc A., Bruździak W., *Matki szmatki*, „Newsweek Polska”, 25.05.2015, nr 22.
- Szulc A., Lis E., *Księżę skapciana!*, „Newsweek Polska”, 8.06.2015, nr 24.
- Szulc A., Lis E., *Sarna i zgreb*, „Newsweek Polska”, 19.10.2015, nr 43.
- Świąchowicz M., *Męski wstyd*, „Newsweek Polska”, 13.04.2015, nr 16.
- Świąchowicz M., Szewczyk P., *Kiedy jego boli głowa*, „Newsweek Polska”, 25.05.2015, nr 22.
- Tekieli R., *Stopy Matki Teresy*, „Gazeta Polska”, 27.10.2007, nr 43.
- Terlikowski T.P., *Eugenika w Polsce*, „Gazeta Polska”, 21.09.2011, nr 38.
- Terlikowski T.P., *Otwórzcie drzwi Chrystusowi*, „Gazeta Polska”, 14.07.2010, nr 29.
- Turlej E., *Oddajcie nam nasze kobiety!*, „Newsweek Polska”, 30.09.2019, nr 40.
- Walat T., *Rekreacja bez prokreacji*, „Polityka”, 12.06.2010, nr 24.
- Wilk P., *Dwa lata i basta*, „Polityka”, 27.05.2015, nr 22.
- Wojtasiński Z., *Kłątwa Marii Skłodowskiej*, „Wprost”, 14.10.2007, nr 41.
- Wójcik J., *Monitoring prasy opiniotwórczej [w:] Gendermeria – równościowy monitoring. Raport z wyników monitoringu*, Warszawa 2008.
- Wróblewski J., *Dobra aktorka?*, „Polityka”, 28.04.2015, nr 18.
- Zaczyński M., *Sukces w kratkę*, „Wprost”, 25.09.2005, nr 38.
- Zaczyński M., *Trzecia pleć*, „Newsweek Polska”, 17.10.2001, nr 42.
- Zaraska M., *W stanie bezmięsnym*, „Polityka”, 22.05.2010, nr 21.
- Zaremba M., *Stalin i nierządnice*, „Polityka”, 20.08.2005, nr 33.
- Żony kontra kochanki*, „Wprost”, 30.09.2007, nr 39.

About women in selected polish opinion weeklies

Abstract

The content analysis of four Polish opinion weeklies ("Polityka", "Wprost", "Newsweek Polska", "Gazeta Polska") in the period 2000–2019, shows which gender themes are taken up by the studied editorial teams and how and on which occasions women are discussed. The presented data are descriptive in nature, but one can notice a tendency to write about women mainly in columns concerning social issues, with a particular emphasis on themes depicting the situation of women in the labour market and issues concerning women's carnality/sexuality.

Keywords: gender, women, opinion weekley, content analysis