

KOBIECA STRONA POPKULTURY

pod redakcją
Katarzyny Jewtuch
Kamili Kowalczyk
Joanny Płoszaj



Stowarzyszenie Badaczy Popkultury
i Edukacji Popkulturowej „Trickster”

**KOBIECA
STRONA
POPKULTURY**

KOBIECA STRONA POPKULTURY

pod redakcją
Katarzyny Jewtuch
Kamili Kowalczyk
Joanny Płoszaj

Stowarzyszenie Badaczy Popkultury
i Edukacji Popkulturowej „Trickster”

Wrocław 2016

recenzja naukowa dr hab. Monika Talarczyk-Gubała
redakcja naukowa Katarzyna Jewtuch, Kamila Kowalczyk, Joanna Płoszaj
adiustacja Robert Dudziński
korekta Natalia Kościńska, Joanna Kaczerzewska
korekta tekstów angielskich Jakub Wieczorek
składanie i łamanie Michał Wolski
projekt okładki Magdalena Szewerniak
książkę złożono krojem Minion Pro Roberta Slimbacha 10/13,5 i 8/10,5
tytuł złożono krojem Century Gothic

ISBN 978-83-64863-09-7

Stowarzyszenie Badaczy Popkultury
i Edukacji Popkulturowej „Trickster”
ul. Krzywoustego 105/14
51-166 Wrocław



Stowarzyszenie badaczy popkultury
i edukacji popkulturowej

Trickster

Spis treści

Wstęp 7

Szymon Cieśliński
Katniss Everdeen, dziewczyna, która igra z ogniem.
Kreacja głównej bohaterki w cyklu „Igrzyska śmierci”
Suzanne Collins 13

Joanna Płoszaj
Powabne wybranki Mordimera Madderdina. Kreacje i role
postaci kobiecych w cyklu inkwizytorskim Jacka Piekary
na tle przegrodowego schematu fabularnego 33

Robert Dudziński
Wszystkie kobiety porucznika Borewicza. Kobiecość i męskość
w serialu *07 zgłoś się* w kontekście jego literackiego pierwowzoru 51

Dominika Staszenko
Ofiara czy mścicielka? Charakterystyka postaci *Final Girl*
w filmach grozy 67

Damian Gałuszka
Gry wideo wobec problemu seksizmu – próba netnograficznej
analizy na przykładzie wybranych dyskusji internetowych 81

Marcin Kluczykowski
Być jak Barbie – o ożywaniu przez spojrzenie 103

Monika Midura
Sylvia Plath jako fenomen popkultury 117

Weronika Łucyk
Gry wizerunkami kobiecości a spór o feminizm i kamp
– na przykładzie Madonny i Lady Gagi 135

Katarzyna Jewtuch
Moda i pornografia – związek z wzajemnością.
Wokół postaci gwiazdy porno Sashy Grey 153

Monika Suchodolska
Superkobiety z Ameryki Południowej w trawelogu Martyny
Wojciechowskiej *Kobieta na krańcu świata* (2009–2014) 165

Aleksandra Drabina
Mitologia kobiecej rozkoszy w dyskursie
mediów popularnych. Przegląd problematyki 179

Kamila Byrtek
Kanony kobiecego piękna fizycznego w reklamie
telewizyjnej i internetowej 199

Summaries 223

Wstęp

Kobiecość – sposób jej funkcjonowania, postrzegania i obrazowania w kulturze – dyskutowana jest nieprzerwanie od czasu pierwszych ruchów emancypacyjnych, manifestujących niezgodę samych kobiet na trwanie w rolach, które były im od wieków narzucane i przypisywane. Eliza Orzeszkowa, autorka *Kilku słów o kobietach* – książki uważanej za najpełniejszy wykład myśli emancypacyjnej w literaturze polskiej – jako powód kobiecego wyzwolenia podaje konieczność¹. Autorka rozumie przez to, że w związku ze społecznymi, gospodarczymi czy cywilizacyjnymi zmianami zachodzącymi w świecie kobieta musi odnaleźć dla siebie miejsce w otaczającej ją rzeczywistości – coraz bardziej odbiegającej od tej, która wyznaczała i kształtowała przypisaną dotychczas kobietom pozycję w społeczeństwie.

Liczne zmiany w sposobie funkcjonowania i postrzegania kobiecości w kulturze, dokonujące się również współcześnie, skłaniają do podejmowania kolejnych rozważań na ten temat, mimo że mówiąca o tych zagadnieniach literatura jest już dość obszerna i szeroko dyskutowana. Na szczególną uwagę zasługują tomy poświęcone tradycyjnym rolom przypisywanym kobiecie w społeczeństwie², biograficzne opracowania dotyczące wybitnych autorek i artystek oraz ich dokonań³, a także prace

1 Zob. E. Orzeszkowa, *Kilka słów o kobietach*, Warszawa 1893, s. 46.

2 Za przykład posłużyć może chociażby kompleksowe opracowanie *Postać matki w niemieckiej i polskiej literaturze XIX i XX wieku*, red. G. Szewczyk, Katowice 1995.

3 Wartą uwagi pozycją w całości poświęconą fenomenowi jednej kobiety jest biograficzna książka Moniki Talarczyk-Gubały *Wanda Jakubowska. Od nowa*. Autorka, docierając do prywatnego archiwum, rozmawiając z rodziną i współpracownikami reżyserki, proponuje nowe spojrzenie na filmy Jakubowskiej (M. Talarczyk-Gubała, *Wanda Jakubowska. Od nowa*, Warszawa 2015).

traktujące o sytuacji kobiet w danej rzeczywistości społecznej⁴. Wyjątkowo interesującym dla badaczy (i coraz częściej przez nich omawianym) tematem wydaje się również kobieca seksualność i jej reprezentacje⁵.

Zestawienie tych niezwykle różnorodnych prac pozwala wyróżnić w rozważaniach nad przedstawionym przez nas tematem dwie przewodnie perspektywy badawcze. Pierwsza z nich polega na sytuowaniu kobiet w kontekście pewnych zjawisk kulturowych, którymi zainteresowani są naukowcy⁶. Niezależnie od tego, czy jest to literatura, kino, teatr czy gry wideo, postaciom żeńskim rzadziej poświęca się osobne omówienia, a sama analiza częściej obejmuje określoną dziedzinę niż kobiecość jako taką, zwłaszcza jeśli opracowania dotyczą bohaterki fikcyjnych. Tutaj najbardziej interesująca dla badaczy wydaje się kobiecość pojmowana jako konstrukt, szukanie pewnych uniwersaliów i stereotypów, dążenie do uśrednienia i kompletności danego obrazu kobiety. Druga ze wspomnianych perspektyw badawczych zakłada koncentrację na funkcji, jaką pełni kobieta jako autorka, co pozwala opisać wybraną dziedzinę poprzez wkład, jaki wniosła do niej twórczyni⁷. Dzięki temu możliwe jest pełniejsze skupienie na sylwetce opisywanej postaci, aby poprzez jej interpretację dotrzeć do interesujących nas punktów w prezentowanym zjawisku. Ponadto można zauważyć, że przyjęcie tej metody pozwala badaczowi spojrzeć na omawiany problem z innego, kobiecego⁸, punktu widzenia, z kolei skupienie uwagi na jednostkowych historiach wzbogaca dyskurs kulturowy o jakościowe narracje. Obie wyszczególnione ścieżki łączy zaś to, że najchętniej podejmowanym przez badaczy tematem są kobiety rozpoznawalne i popularne lub te, których dorobek (czy to artystyczny, czy naukowy) pozostawił wyraźny ślad w kulturze. Mamy więc z jednej strony literaturę dotyczącą kobiety jako zjawiska, motywu, konstruktu, a z drugiej – rzetelne i pełne opracowania na temat wybitnych postaci historycznych.

4 Zob. m.in. J. Bator, *Wizerunek kobiety w reklamie telewizyjnej*, Warszawa 1998; A. Gromkowska, *Kobiecość w kulturze globalnej: rekonstrukcje i reprezentacje*, Poznań 2002.

5 Zob. m.in. K. Imieliński, *Kobieta i seks*, Warszawa 1989; Z. Izdebski, A. Ostrowska, *Seks po polsku: zachowania seksualne jako element stylu życia Polaków*, Warszawa 2003, I. Ślęzak, *Praca kobiet świadczących usługi seksualne w agencjach towarzyskich*, Łódź 2016.

6 Przykład publikacji naukowej dotyczącej problematyki płci w obszarze życia zawodowego, rodzinnego, w zakresie tematyki zdrowia czy ogólnego funkcjonowania kobiet i mężczyzn w społeczeństwie stanowi zbiór *Kobieta w kulturze – kultura w kobiecie. Studia interdyscyplinarne*, red. A. Chybicka, M. Kaźmierczak, Kraków 2006.

7 Zob. M. Talarczyk-Gubała, *Wszystko o Ewie: filmy Barbary Sass a kino kobiet w drugiej połowie XX wieku*, Szczecin 2013.

8 O potrzebie kobiecych sposobów narracji zob. L. Marzec, *Herstoria żywa, nie tylko jedna, nie zawsze prawdziwa*, „Czas Kultury” 2010, nr 5, s. 34–43.

Współczesny dyskurs humanistyczny coraz częściej podejmuje również próby opisanego kobiecości, skupiając się na problemach słabo opracowanych, znajdujących się poza dotychczasowymi zainteresowaniami badawczymi czy też uważanych za mniej ważne⁹. Jest to o tyle istotne, że na wspomnianych obrzeżach dyskursu na temat obecności kobiet w kulturze znajdują się również rozważania dotyczące kobiecości w kulturze popularnej. Popkultura jest przestrzenią interesującą badawczo, ponieważ emancypacja przenika się w niej z silną stereotypizacją¹⁰. Zacierają się również tradycyjny podział na postaci kobiece i męskie oraz znika odmienność sposobów ich konstruowania. Szczególną uwagę zwraca to, że w kulturze popularnej kobieta może odgrywać nie tylko dobrze znane role – jako aktorka, piosenkarka, uczestniczka reklam, bohaterka komiksu czy gry – ale również zupełnie nowe, jak choćby blogerka czy youtuberka. Spostrzeżenia te stały się impulsem do podjęcia rozważań, które prezentujemy Państwu w niniejszym tomie – rozważań na temat kobiecości (rozumianej nie tylko jako wyznacznik płci, lecz także pewne uwarunkowanie kulturowe) oraz obecności kobiet w przestrzeni kultury popularnej.

Chciałyśmy zająć się nie tylko innymi niż tradycyjnie wypełnianymi rolami odgrywanymi przez kobiety, które tak licznie występują we współczesnej kulturze, ale również sposobami stereotypizacji żeńskich postaci¹¹. Tom miał wypełnić lukę w polskojęzycznej literaturze i przedstawić kobiecość w przestrzeni popkultury z możliwie wielu perspektyw badawczych. Naszym celem nie było detaliczne prześledzenie i szczegółowe opisanie ról oraz postaci, jakie występują w kulturze popularnej, ale stworzenie punktu wyjścia do dalszych poszukiwań tego, co do oferowania mają popkulturze właśnie kobiety.

Tom otwierają dwa teksty przedstawiające analizę sposobów kreowania postaci kobiecych w cyklach literackich. W pierwszym z nich Szymon Cieśliński na przykładzie Katniss Everdeen – bohaterki trylogii

- 9 O peryferyjnych obszarach kobiecości traktuje publikacja „*Gorsza*” *kobieta: dyskursy, inności, samotności, szaleństwa*, red. D. Adamowicz, Y. Anisimovets, O. Taranek, Wrocław 2008; *Kobiecość w obliczu zmian – studia interdyscyplinarne*, red. A. Chybicka, B. Pastwa-Wojciechowska, Kraków 2009.
- 10 Jedną z pierwszych publikacji krytycznie rozpatrujących funkcjonowanie kobiet w różnych obszarach popkultury, takich jak prasa kobieca, dyskurs mody i reklam oraz programy i seriale telewizyjne, na gruncie polskiej refleksji naukowej jest antologia *Kobiety w kulturze popularnej*, red. E. Zierkiewicz, I. Kowalczyk, Poznań 2002.
- 11 Artykuły o kobietach w przestrzeni popkultury publikowali wcześniej członkowie Stowarzyszenia „Trickster”. Zob. m.in. P. Dudziński, *Filmowa pornografia dla kobiet i feministyczne postporno – próba rekonesansu*, [w:] *Seksualność w zwierciadle humanistyki*, red. A. Ponikowska et al., Poznań 2012; D. Ucherek, *Czarodziejki (i czarodziejki) w świecie Wiedźmina*, [w:] *Wiedźmin – polski fenomen popkultury*, red. R. Dudziński, J. Płoszaj, Wrocław 2016.

„Igrzyska śmierci” Suzanne Collins – opisuje sposoby poszukiwania tożsamości przez protagonistkę, która musi sprostać narzucanym jej rolom. W drugim natomiast Joanna Płoszaj przedstawia kobiece bohaterki w cyklu inkwizytorским Jacka Piekary, zastanawiając się nad stereotypizacją sposobów ich prezentowania.

Kolejne teksty poświęcone zostały kobietom w filmach oraz grach komputerowych. Robert Dudziński skupia się na kategoriach kobiecości i męskości w Polsce doby PRL-u, odwołując się do serialu *07 zgłoś się* (reż. K. Szmagier i in., 1976, Polska) oraz jego literackich pierwowzorów. Dominika Staszenko, na przykładzie filmów *Dom Pani Slater* (reż. M. Rosman, 1983, USA) oraz *Koszmar z ulicy Wiązów* (reż. W. Craven, 1984, USA), analizuje rolę i znaczenie *Final Girl* jako kategorii charakterystycznej dla slashera. Damian Gałuszka zaś bada problem seksizmu, pojawiającego się w dyskusjach nad grami wideo, które toczą się na forach internetowych. Na przykładzie trzech gier komputerowych bada reakcje graczy na niekonwencjonalne obrazowanie kobiet i kobiecości.

Następnie zaprezentowane zostały teksty traktujące o pewnych fenomenach społecznych i kulturowych, które związane są z kobiecością. Marcin Kluczykowski w interesujący sposób przedstawia historię lalki Barbie, rolę, w jakie się wcielała, i przemiany, jakim ulegała jej postać. Analizując filmy i reklamy, których bohaterką była popularna lalka, autor rekonstruuje kreowaną przez producentów tożsamość Barbie.

Teksty Moniki Midury, Weroniki Łucyk, Katarzyny Jewtuch oraz Moniki Suchodolskiej traktują o kulturowych fenomenach, jakimi stały się postaci rzeczywiste. Pierwsza z autorek, przybliżając osobę Sylvii Plath oraz okoliczności jej samobójczej śmierci, przygląda się popkulturowym prezentacjom historii poetki oraz swoistemu zjawisku, za jakie uznać można renesans poezji Plath na poetyckich portalach internetowych. Artykuł Łucyk został poświęcony ikonicznym już gwiazdom muzyki popularnej: Madonnie i Lady Gadge. Autorka akcentuje przede wszystkim kwestie związane z feminizmem i stawia pytanie o jego granice w (auto)krecjach wspomnianych ikon popkultury. Jewtuch zastanawia się nad związkami pornografii oraz przemysłu modowego na przykładzie byłej aktorki porno, Sashy Gray. Suchodolska zaś przygląda się sposobom kreowania i przedstawiania bohaterek programu podróżniczego *Kobieta na krańcu świata* Martynty Wojciechowskiej. Opisuje ich historie, poszukując w nich punktów wspólnych z superbohaterkami z tekstów popkultury.

Aleksandra Drabina skupia się na problemie obrazowania i przedstawiania kobiecej rozkoszy w mediach popularnych. Rozpoczynając od lat 60. XX w. a kończąc na współczesności, autorka rekonstruuje sposoby przedstawiania seksualności, orgazmu, rozkoszy oraz przesuwania granic kulturowego tabu z nimi związanego.

Tom zamyka artykuł Kamili Byrtek, w którym autorka przedstawia sposoby kreowania wizerunku kobiet w reklamach telewizyjnych i internetowych. Badaczka analizuje i grupuje występujące w nich kobiece kanony piękna oraz wyszczególnia typy konsumentek, do których adresowane są reklamy poszczególnych produktów.

W recenzji tomu, który oddajemy w Państwa ręce, dr hab. Monika Talarczyk-Gubała pisze:

Dzięki różnorodności zainteresowań autorek i autorów w jednej publikacji sąsiadują ze sobą takie postaci, jak Sylvia Plath, Sasha Grey, Lara Croft, Katniss, Madonna, Lady Gaga, Barbie, boliwijska zapaśniczka oraz... kobiety porucznika Borewicza. Badacze eksplorują niemal wszystkie obszary popkultury, od gier wideo, portali internetowych, filmów pornograficznych, stacji muzycznych po ilustrowane magazyny dla pań, powieści dla młodzieży, zabawki dla dzieci, reklamy telewizyjne. Łączy ich przekonanie o wadze przekazów kultury popularnej, ze względu na zasięg ich oddziaływania i wpływ na życie odbiorców, który może przybierać formę niewinnego hobby, ale też decyzji o radykalnej operacji plastycznej. Nie zawsze badane treści są tak schematyczne i uproszczone, jak podpowiada nam wiedza potoczna o popkulturze.

Najciekawsze okazują się teksty punktujące sprzeczności naszej kultury rozwiązywane przez pop we właściwy tylko jemu sposób. Oto dlaczego autorzy nie gardzą popem. Nie wątpią w edukacyjny i emancypacyjny potencjał popkultury, ba! nawet pornografii, ale i nie dają się zwieść jego podwójnej grze, obliczonej współcześnie i na rynek, i na świadomość odbiorców. Co więcej, należą do pokolenia, które krytykę ideologiczną i feministyczną przyswoiło już w ciągu studiów i składa się ona na ich gruntowne humanistyczne wykształcenie. Niezależnie od płci, są przekonani o jej kulturowej konstrukcji, czyli gender. Nieumówieni między sobą posługują się metaforą „męskiego spojrzenia” (*male gaze*), ukutą niegdyś przez Laurę Mulvey, która sprawdza się w analizach zarówno obrazów, jak i tekstów. Czy nie jest paradoksem naszej kultury, że właśnie ta metafora – męskiego spojrzenia – pojawia się w większości tekstów badających kobiecą stronę popkultury? Do przemyślenia.

Właśnie możliwość odnalezienia wspomnianych przez Talarczyk-Gubałę sprzeczności, które – być może niewidoczne w tekstach kultury popularnej na pierwszy rzut oka, ujawniające się dopiero w szczegółowej analizie – stanowią swoisty komentarz kulturowy, wskazuje na to, że badania nad omawianym tematem nadal warto podejmować.

Mamy nadzieję, że publikacja ta okaże się przyczynkiem do uzupełnienia rozważań na temat płci w popkulturze, poświęconych również jej męskiej stronie. Zestawienie takie pozwoliłoby w pełni przyjrzeć się nie tylko stereotypom dotyczącym płci, jakie pojawiają się w kulturze współczesnej, ale też przeanalizować przemiany, które zachodzą w definiowaniu podejmowanych przez kobiety i mężczyzn ról. Warto pamiętać również o tym, że pogranicza i punkty styeczne owych ról tworzą zupełnie nowe pole do prowadzenia niezwykle ważnych eksploracji naukowych.

Katarzyna Jewtuch

Szymon Cieśliński

Uniwersytet Łódzki

Katniss Everdeen, dziewczyna, która igra z ogniem. Kreacja głównej bohaterki w cyklu „Igrzyska śmierci” Suzanne Collins

Abstrakt

„Igrzyska śmierci” Suzanne Collins to, podobnie jak „Harry Potter” i „Zmierzch”, jeden z najpopularniejszych cykli dla młodzieży ostatnich dwudziestu lat. Ta gatunkowa mieszanka powieści przygodowej, *science fiction* i romansu zawdzięcza swoją popularność m.in. głównej bohaterce i zarazem narratorce cyklu – Katniss Everdeen.

Niniejszy artykuł ma na celu analizę kreacji Katniss jako młodej kobiety, która dojrzewa w toku wydarzeń przedstawionych w powieściowej trylogii. Autor zamierza prześledzić proces psychologicznego, społecznego i moralnego kształtowania się tożsamości głównej bohaterki, a także – poprzez hermeneutyczną analizę symboli i odwołanie do teorii feministycznych (Judith Butler, Claudia Liebrand) – scharakteryzować Katniss i jej kobiecość – zarówno w odniesieniu do kategorii płci funkcjonujących obecnie w naszej kulturze, jak i na tle innych bohaterów cyklu oraz polityki *gender* typowej dla świata przedstawionego „Igrzysk śmierci”. Wszystko to pozwoli uzyskać możliwie pełną charakterystykę „dziewczyny, która igra z ogniem”.

Słowa kluczowe

„Igrzyska śmierci”, Suzanne Collins, Katniss Everdeen, dystopia, kobiecość, płęć, tożsamość płciowa, teorie feministyczne

Szymon Cieśliński

Uniwersytet Łódzki

Katniss Everdeen, dziewczyna, która igra z ogniem. Kreacja głównej bohaterki w cyklu „Igrzyska śmierci” Suzanne Collins

„Igrzyska śmierci” Suzanne Collins to obok serii o Harrym Potterze J.K. Rowling i „Zmierzchu” Stephenie Meyer¹ jeden z najpopularniejszych cykli dla młodzieży ostatnich dwudziestu lat, o czym świadczą zarówno jego tłumaczenia na kolejne języki i liczne wznowienia książkowej trylogii², jak i wyniki na listach *box office* osiągane przez jego filmowe adaptacje³ oraz nominacje i nagrody dla osób za nie odpowiedzialnych. Na sukces serii składa się wiele czynników. Ta gatunkowa mieszanka powie-

- 1 Choć zasadne jest stwierdzenie, że zarówno „Zmierzch”, jak i „Igrzyska śmierci” wyróżniają wkraczające w dorosłość główne bohaterki, tj. Bella i Katniss, to należy przy tym podkreślić, że kreacje obu tych postaci są skrajnie różne. Bella od pierwszych stron powieści sprawia wrażenie osoby niepoważnej, słabej, biernej i zależnej od innych. Jej ukochany, wampir Edward, charakteryzuje się zaś sprawnością fizyczną, zdrowiem, urodą i władzą. Utwór odtwarza stereotypy płci charakterystyczne dla pierwszej połowy XX w. Zdaniem Grażyny Lasoń-Kochańskiej jest to jednak atrakcyjne dla młodych czytelniczek, które postrzegają bohaterkę, a z nią i siebie, przez pryzmat pożądania męskiego protagonisty i w oparciu o nie budują poczucie własnej wartości. Jak zauważa badaczka, „bycie w centrum męskiej uwagi zaspokaja [...] charakterystyczny dla dorastających dziewcząt narcyzm”. Obecna w utworze topika Pięknej i Bestii pozwala uzyskać Belli pewną podmiotowość dopiero po przemianie w Bestię. Przypadek Katniss, który badaczka kategoryzuje jako odrzucenie wzorca Śpiącej Królowej, zostanie scharakteryzowany w dalszej części niniejszego artykułu. G. Lasoń-Kochańska, *Gender w literaturze dla dzieci i młodzieży. Wzorce płciowe i kobiecy repertuar tematyczny*, Słupsk 2012, s. 188–192.
- 2 Tylko w Polsce za pośrednictwem wydawnictwa Media Rodzina ukazały się do 2015 r. dwa wydania trytomowe, trzy wydania zbierające całą trylogię w jednym tomie oraz książki w wersji audio dostępne zarówno w dystrybucji cyfrowej, jak i na nośniku CD.
- 3 Niniejszy artykuł poddaje szczegółowej analizie powieściową trylogię, świadomie zaś nie uwzględnia jej filmowych adaptacji, które miejscami różnią się od swojego pierwowzoru.

ści przygodowej, *science fiction* i romansu nie zyskałaby jednak tak dużej popularności, gdyby nie główna bohaterka i zarazem narratorka cyklu – Katniss Everdeen.

Katniss czy też, jak zwykł nazywać ją jej przyjaciel i towarzysz łowów Gale Hawthorne – Kotna, to wielowymiarowa postać, która na kartach wszystkich trzech tomów cyklu stara się ostatecznie zdefiniować swoją tożsamość. To bohaterka pełna sprzeczności, a także upersonifikowana metafora, której znaczenia zmieniają się w zależności od punktu widzenia instancji interpretującej.

Niniejszy artykuł ma na celu analizę kreacji Katniss jako młodej kobiety, która dojrzewa w toku wydarzeń przedstawionych w powieściowej trylogii. Autor zamierza prześledzić proces psychologicznego, społecznego i moralnego kształtowania się tożsamości głównej bohaterki, a także poprzez hermeneutyczną analizę symboli i odwołanie do teorii feministycznych scharakteryzować protagonistkę i jej kobiecość – zarówno w odniesieniu do kategorii płci funkcjonujących obecnie w naszej kulturze, jak i na tle innych bohaterów cyklu oraz polityki *gender* typowej dla świata przedstawionego „Igrzysk śmierci” – co pozwoli uzyskać możliwie pełny obraz „dziewczyny, która igra z ogniem”⁴.

Pomiędzy Katniss a światem, w którym egzystuje, zachodzą silne, dwustronne oddziaływania, toteż zasadne wydaje się przybliżenie charakterystyki tego uniwersum. Miejszem akcji trylogii „Igrzyska śmierci” jest Panem, „państwo, które powstało [w bliżej nieokreślonej przyszłości – przyp. S. C.] na gruzach miejsca zwanego niegdyś Ameryką Północną”⁵. Z wystąpienia burmistrza Undersee dowiadujemy się, że do powstania Panem doszło na skutek licznych katastrof, m.in. podniesienia poziomu oceanów i zatopienia części lądu oraz towarzyszącej temu wojny o zapasy żywności. Wówczas narodził się twór państwowy, składający się z pełniącego funkcję stolicy Kapitolu oraz otaczających go niczym pierścien trzynastu dystryktów. Panem było początkowo demokratyczną republiką z prezydenckim systemem rządów, szybko jednak zamieniło się w samowystarczalne⁶ państwo policyjne⁷ z rozbudowanym aparatem represji, w któ-

Panem et circenses – życie w dystopii

4 S. Collins, *Igrzyska śmierci*, przeł. M. Hesko-Kołodzińska, P. Budkiewicz, Poznań 2009, s. 66.

5 *Ibidem*, s. 22.

6 Każdy z dwunastu dystryktów specjalizuje się w produkcji dóbr danego typu. Przykładowo pierwszy odpowiada za wytwarzanie towarów luksusowych, czwarty za rybołówstwo, jedenasty za plody rolne, a dwunasty za górnictwo. Kapitol wyzsłkuje dystrykty, gromadząc dostępne w nich towary i zasoby.

7 Wprawdzie każdy dystrykt posiada swojego burmistrza, ten jednak pełni funkcje głównie reprezentacyjne. Faktyczną władzę sprawuje prezydent Snow za pośrednictwem

rym cała władza skupia się w rękach jednostki – prezydenta Coriolanusa Snowa, a rozwarstwienie społeczne jest tak duże, że klasa średnia praktycznie zanika. Istnieją tylko ubogie dystrykty i bogaty Kapitol⁸.

W czasie tzw. Mrocznych Dni⁹, 74 lata przed wydarzeniami przedstawionymi w pierwszym tomie cyklu, doszło do nieudanego powstania dystryktów przeciwko Kapitolowi: „Dwanaście uległo, trzynasty zmieciono z powierzchni ziemi”¹⁰. Podpisano wówczas tzw. Traktat o Zdradzie, który dał prawną podstawę do organizowania corocznych Głodowych Igrzysk. Ich zasady prezentują się następująco:

Za udział w powstaniu każdy z dwunastu dystryktów musi dostarczyć daninę w postaci dwojga uczestników, chłopca i dziewczyny. Dwadzieścia cztery ofiary, zwane trybutami, zostaną uwięzione na ogromnej arenie pod gołym niebem [...]. Przez kilka tygodni uczestnicy turnieju walczą na śmierć i życie. Zwycięża ostatni trybut zdolny utrzymać się na własnych nogach¹¹.

Trybuci wybierani są drogą losowania spośród wszystkich mieszkańców dystryktu w wieku od 12 do 18 lat w czasie tzw. Dożynek. Przebieg igrzysk – od momentu wyboru uczestników poprzez walkę na arenie aż po *tour-née* zwycięzcy – transmitowany jest w całym kraju ku uciesze zamożnych mieszkańców Kapitolu oraz ku przestrodze osób zamieszkujących dystrykty.

Akcja trylogii rozpoczyna się w dniu Dożynek mających wyłonić uczestników 74. Głodowych Igrzysk. Wydarzenia obserwujemy z punktu widzenia Katniss – szesnastolatki zamieszkującej Złożysko, dzielnicy najbiedniejszego dystryktu Panem – górniczej Dwunastki.

W tej postapokaliptycznej dystopii nie ma miejsca na szczęśliwe dzieciństwo, toteż Kotna pomimo młodego wieku każdego dnia musi walczyć o przetrwanie – własne i swojej rodziny. Gdy miała 11 lat, jej ojciec

Strażników Pokoju – militarnej organizacji, która tępi wszelakie przejawy nieposłuszeństwa wobec Kapitolu przy pomocy kar cielesnych oraz kary śmierci. Szczególnym wymiarem kary jest okaleczenie poprzez ucięcie języka i zmuszenie do pracy w charakterze niemego służącego w Kapitolu. Osoby poddane tej karze nazywa się awoksamami.

8 Najlepiej obrazuje to kwestia dostępu do żywności zilustrowana cytatem: „Myślę wyłącznie o wymizerowanych ciałach dzieci na naszym kuchennym stole, kiedy lecząca je mama zaleca to, czego ich rodzice nie mogą zdobyć — więcej jedzenia. Teraz jesteśmy bogate, więc ofiarowuję im trochę żywności do domu, ale dawniej często nie miałyśmy czym się podzielić, poza tym niejedno dziecko było już zbyt wycieńczone, żeby je uratować. A tutaj, w Kapitolu, ludzie wymiotują dla przyjemności ponownego napełniania brzuchów. Nie są chorzy ani na ciele, ani na umyśle, nie zjedli nic zepsutego. Na przyjęciu wszyscy tak się zachowują. Tak się robi, to część zabawy”. S. Collins, *W pierścieniu ognia*, przeł. M. Hesko-Kołodzińska, P. Budkiewicz, Poznań 2009, s. 79.

9 *Eadem, Igrzyska...*, s. 22.

10 *Ibidem*.

11 *Ibidem*.

zginął na skutek wybuchu w kopalni, a matka wpadła w depresję. Kotna przyjęła wówczas rolę żywiciela rodziny i głównego opiekuna swojej młodszej siostry, Prim. Wykorzystując wcześniejsze nauki ojca, współpracując z Galem oraz ignorując kapitoński zakaz polowań, nie tylko stała się wytrawnym myśliwym zdolnym zapewnić bliskim byt, ale także nawiązała kontakty z osobami, które mogły pomóc jej zatroszczyć się o bliskich. Nauczyła się targować, handlując na lokalnym czarnym rynku, Ćwieku, oraz zyskała szacunek miejscowej społeczności. Innymi słowy: nauczyła się funkcjonować w brutalnej rzeczywistości Panem.

Pomimo to Katniss nie mogła być przygotowana na to, co wydarzyło się w czasie Dożynek – na wylosowanie Prim na uczestnika igrzysk. Kierując się dobrem swojej siostry, Kotna zgłosiła się wówczas jako ochotniczka na jej miejsce i tym samym stała się trybutem – współczesnym gladiatorem, uczestnikiem medialnego *show*, w którym stawką jest życie.

Udział w 74. Igrzyskach nie tylko zmusił ją do brutalnej walki z przedstawicielami innych dystryktów, ale sprawił także, że stała się elementem trójkąta miłosnego, dziewczyną zobligowaną do wyboru między dwoma skrajnie odmiennymi mężczyznami – towarzyszącym jej na arenie Peetą Mellarkiem, który po śmierci ojca Katniss uratował ją od głodu, darując jej chleb i tym samym także nadzieję na przetrwanie¹², oraz Galem, który od wielu lat niemalże co dzień towarzyszył Kotnie w łowach, stając się tym samym jedną z najbliższych jej osób.

Ostatecznie Kotna, przy pomocy podstępny, wymusiła na organizatorach igrzysk zgodę na przeżycie dwóch trybutów – jej i Peety – co jako swoisty precedens odbiło się echem w całym Panem.

Wbrew własnej woli Katniss stała się symbolem sprzeciwu wobec władzy, uosobieniem siły, wolności, twarzą rebelii, medialnym fenomenem i wrogiem Kapitolu, co w konsekwencji zmusiło ją do ponownego odgrywania roli trybuta – w Igrzyskach Ćwierćwiecza – oraz żołnierza – w czasie ogólnokrajowej rebelii mającej na celu obalenie prezydenta Snowa. Co istotne, Katniss nie jest bezduszną maszyną, która potrafi bezrefleksyjnie odbierać życie, a cierpiącą na depresję i myślami samobójczymi jednostką, zmagającą się z ciągłymi rozterkami natury moralnej, niemogącą ustalić własnej tożsamości.

¹² Mogłoby się wydawać, że gest ten symbolizuje odwołanie do topiki Śpiącej Królowej, która potrzebuje Księcia, by wybudzić się z letargu. Katniss jednak nie czeka na pomoc, a sama aktywnie jej poszukuje. We wspomnianym epizodzie Peeta jedynie wspiera ją w jej własnej walce o przetrwanie. Lasoń-Kochańska stwierdza, że „Igrzyska śmierci” odrzucają baśniowy obraz-wzorzec Śpiącej Królowej i propagują nowy, niepatriarchalny model dojrzenia dziewczynki, w którym to nie „pasywność, wdzięk i uroda”, lecz m.in. śmiałość, swoboda i samostanowienie o sobie organizują wyobrażenie rodzącej się kobiecości. G. Lasoń-Kochańska, *Gender w literaturze...*, s. 217–218.

Po wygranej wojnie Panem na powrót stało się republiką, a Katniss – u boku Peety – osiedliła się ponownie w dwunastym dystrykcie. Choć po długoletnich namowach zgodziła się przyjąć rolę żony i matki dwójki dzieci oraz spróbować wieść pozornie normalne życie w nowej rzeczywistości, to nie mogła zapomnieć o przeszłości. Wciąż nękały ją koszmary, wspomnienia i niedający się opanować strach o utratę tego, co jej bliskie. Jedynie nieustanne przypominanie sobie wszystkich dobrych uczynków, których Kotna była świadkiem, pozwalało jej dalej żyć.

W pierścieniu metafor

Jednym z narzędzi władzy prezydenta Snowa i Kapitolu jest kontrola nad mediami. Potężna maszyna propagandowa, której elementami są m.in. szczegółowe transmisje z przebiegu kolejnych igrzysk oraz zmanipulowane filmy dotyczące rzekomo bezludnego trzynastego dystryktu, ma za zadanie przede wszystkim odbierać mieszkańcom dystryktów nadzieję na zmianę własnego losu, podkreślać ich bezsilność, tłumić wolę walki i ducha rewolucji.

Nie dziwi więc fakt, iż w Panem ogromną rolę odgrywają wydarzenia symboliczne oraz że nazewnictwo z nimi związane ma charakter metaforyczny. Ich znaczenie zależne jest od tego, po której stronie opowiada się instancja dokonująca ich interpretacji¹³. To one stają się pośrednio narzędziami zarówno zniewolenia, jak i walki o wyzwolenie. To one wreszcie współtworzą tożsamość głównej bohaterki cyklu, co oznacza, że podejście hermeneutyczne i próba ich wykładni ułatwi zrozumienie tej postaci.

W pierwszej kolejności należy przeanalizować trzy określenia dotyczące Katniss. Pierwszym z nich jest jej imię. Katniss to jedna z nazw strzałki wodnej, rośliny o jadalnych bulwach, która porastała stawy

13 Przykładowo upadek tzw. Pierwszej Rebelii Kapitol nazywa „Poskromieniem”. Z punktu widzenia stolicy Panem nieposłuszne i dzikie dystrykty zostały wówczas zmuszone do posłuszeństwa, dystrykty jednak interpretują to wydarzenie jako nad wyraz brutalne i krwawe stłumienie powstania zorganizowanego przez uciśnioną ludność. Za kolejny przykład niech posłuży termin „trybut”. Dzieci zmuszane do walki na śmierć i życie nazywa się właśnie trybutami. Słowo to oznaczało pierwotnie daninę, którą podbity kraj musiał płacić najeźdźcy. Z punktu widzenia tego drugiego była to oznaka szacunku oraz wkład w rozwój państwa. Z punktu widzenia państwa podporządkowanego był to jednak element opresji, brutalna manifestacja władzy. Podobnie rzecz ma się w przypadku „Dożynek”. Kapitol świętuje przy ich pomocy historyczne zwycięstwo nad rebeliantami, dla mieszkańców dystryktów natomiast przywodzą one na myśl nie święto, a raczej przybycie Ponurego Żniwiarza, który odbierze im ich dzieci. Kapitolinicy oglądają przebieg losowania trybutów niczym telewizyjny teleturniej, ludność dystryktów zaś dostrzega w nim wyraz własnej słabości oraz nieograniczonej władzy Kapitolu. Zob. J. Olthouse, „*Będę waszym kosogłosem*”. *Siła i paradoksy metafor w trylogii Igrzyska śmierci*, [w:] *Igrzyska śmierci i filozofia. Rzecz o podglądactwie*, red. G. A. Dunn, N. Michaud, przeł. O. Kwiecień-Maniewska, Gliwice 2013, s. 43–44.

w lesie otaczającym dwunasty dystrykt. Kotna wspomina, jak jej ojciec „żartował, że głód nie zajrzy [jej] w oczy, jeśli uda [jej] się odnaleźć siebie”¹⁴. Z powieści czytelnik dowiaduje się, że ta pospolita roślina wiele razy ratowała przed głodem zarówno Katniss, jak i jej bliskich.

Po przybyciu do Kapitolu Kotna zyskała miano „dziewczyny, która igra z ogniem”. Początkowo wydaje się, że to wyłącznie slogan marketingowy Ciny, stylisty z Kapitolu. To on zadecydował, że w czasie uroczystej parady trybutów Peeta i Katniss będą nosili stroje, które w decydującym momencie rozblęsną sztucznymi płomieniami¹⁵. Szybko okazuje się, że ten z pozoru nieistotny element medialnego *show* i wspomniane wyżej określenie na stałe przyłgną do bohaterki oraz istotnie wpłyną na jej dalsze losy. Po pierwsze, zagwarantują jej rozpoznawalność i tym samym zapewnią większe szanse na zdobycie sponsorów, którzy mogą wesprzeć ją w czasie walki na arenie przy pomocy różnorodnych podarunków. Po drugie, zyskają znaczenie symboliczne w oczach mieszkańców Panem.

Ogień od czasów starożytnych uważa się za „równie dobroczynny, jak niebezpieczny”¹⁶. To symbol o bardzo szerokim zakresie znaczeniowym, obejmujący zarówno życie, jak i śmierć, miłość i nienawiść, autorytet i męczeństwo¹⁷. Po igrzyskach, w czasie wizyty w domu Everdeenów, prezydent Snow zwraca się do Katniss proroczymi słowami: „Katniss Everdeen, dziewczyna, która igra z ogniem, wzniciła iskrę, a ta, nie ugaszona w porę, podpaliła całe Panem i rozpęta piekło”¹⁸. Daje tym samym jasno do zrozumienia, że Kotna stanowi realne zagrożenie dla jego władzy. Jest źródłem ognia, a ten stał się metaforą rewolucyjnych idei, które rozprzestrzeniają się po kraju niczym pożar. Z punktu widzenia dystryktów ogień roznieca pragnienie zmian, jest źródłem nadziei, bronią i ochroną.

Kapitol próbuje zwalczać ogień ogniem. Wywołując na arenie prawdziwy pożar, który okalecza Katniss, organizatorzy igrzysk starają się odwrócić znaczenie metafory, by widzowie w miejscu silnej jednostki zobaczyli osobę słabą. Dochodzi do swoistej walki ideologicznej o sposób interpretowania obrazu „dziewczyny, która igra z ogniem”¹⁹. Ostatecznie to Katniss wspierana przez rebeliantów wychodzi z niej zwycięsko.

Podobnie rzecz ma się w przypadku ostatniego określenia, które na stałe przyłgnęło do Katniss i zarazem posłużyło za tytuł trzeciej części trylogii. Mowa o kosogłósie.

14 S. Collins, *Igrzyska...*, s. 52.

15 Również kolejne stroje według projektów Ciny nawiązują stylistyką do ognia, płonących węgla itp.

16 W. Kopaliński, *Ogień* [hasło], [w:] *idem, Słownik symboli*, Warszawa 2015, s. 265.

17 *Ibidem*, s. 265–269.

18 S. Collins, *W pierścieniu...*, s. 26.

19 J. Olthouse, *op. cit.*, s. 42–43.

Jak zauważyła Kotna: „Kosogłoby to zabawne stworzenia, które swego czasu nieźle napsuły krwi Kapitolowi”²⁰. W czasie rebelii władze Panem zaczęły hodować tzw. zmiechy²¹, czyli genetycznie zmodyfikowane zwierzęta stosowane jako broń w walce z mieszkańcami dystryktów. Wówczas stworzono m.in. tak zwane głoskułki. Te ptasie mutanty posiadały umiejętność zapamiętywania i powtarzania ludzkich rozmów, toteż wykorzystywano je do rejestrowania prywatnych konwersacji na objętych buntem terenach. Gdy rebelianci to odkryli, wykorzystali głoskułki przeciwko władzy, świadomie podając w ich obecności nieprawdziwe informacje. Wówczas Kapitol zaprzestał prac nad zmutowanymi ptakami, a istniejące już okazy pozostawił na wolności, by samoistnie wyginęły. Tak się jednak nie stało. „Głoskułki urządziły sobie gody z samcami kosów i w ten sposób powstał nowy gatunek, który powtarzał zarówno ptasie gwizdy, jak i ludzkie melodie”²². Gatunek ten nazwano kosogłosem.

Od Rue, trybutki z Jedenastki, Katniss dowiaduje się, że kosogłoby w dystrykcie Rue wykorzystywane są do przekazywania informacji o końcu dnia pracy pomiędzy pracownikami sądów. Dziewczynka zaznacza także, że ptaki te potrafią być niebezpieczne i „lepiej nie podchodzić zbyt blisko gniazd”²³.

To zmutowane zwierzę zyskuje dodatkowe znaczenie symboliczne, gdy Katniss, mogąc zabrać na arenę tylko jeden przedmiot ze swojego dystryktu, decyduje się wybrać prezent od swojej przyjaciółki i córki burmistrza, Madge: złotą broszkę z kosogłosem, która należała kiedyś do Maysilee Donner, uczestniczki 50. Głodowych Igrzysk. Początkowo jest to symbol dwunastego dystryktu, z czasem zaczyna symbolizować ogólnokrajową rewolucję i staje się przydomkiem Katniss:

Wymyślili mi rolę i chcą, żebym ją przyjęła. Mam się stać symbolem rewolucji. Kosogłosem. Nie wystarczy to, co zrobiłam w przeszłości – w trakcie Głodowych Igrzysk postawiłam się Kapitolowi, stworzyłam zarzewie buntu, a teraz muszę zostać najprawdziwszą przywódczynią rebelii, jej twarzą, głosem i ucieleśnieniem. Gdy większość dystryktów znajdzie się w stanie otwartej wojny z Kapitołem, to ja mam podnieść pochodnię zwycięstwa. Nie będę jednak sama, jest cały zespół ludzi, którzy zrobią mi makijaż, ubiorą mnie i napiszą mi mowy, zaaranżują wystąpienia – wszystko to brzmi upiornie znajomo. Mnie pozostanie tylko odgrywanie wyznaczonej roli²⁴.

Należy w tym miejscu podkreślić, że rola Kosogłosa została Katniss narzucona wbrew jej woli. Dziewczyna nie stała się nim w sposób na-

20 S. Collins, *Igrzyska...*, s. 44.

21 *Ibidem*.

22 *Ibidem*.

23 *Ibidem*, s. 200.

24 S. Collins, *Kosogłos*, przeł. M. Hesko-Kołodzińska, P. Budkiewicz, Poznań 2010, s. 16.

turalny. Kosogłos jest konstruktem, kreacją autorstwa, konkurującej ze Snowem, prezydent Coin z trzynastego dystryktu oraz podległej jej grupy stylistów i specjalistów od wizerunku. Innymi słowy: jest to hybryda prawdziwej Katniss i medialnego przekazu skonstruowanego przez osoby planujące przejąć władzę w Panem.

Dziewczyna godzi się na przyjęcie tej funkcji, szybko jednak okazuje się, że nie jest w stanie odegrać narzuconej jej roli. Próby wyreżyserowania zachowania bohaterki, nawet te ograniczające się do wykrzyczenia jednozdaniowego sloganu, kończą się porażką. Haymitch, zwycięzca 50. Igrzysk oraz mentor Peety i Katniss, komentuje jedno z jej wystąpień słowami: „I tak oto, przyjaciele, umiera rewolucja”²⁵.

Jest to o tyle istotny problem, że zarówno Głodowe Igrzyska, jak i Rebelię bardzo trafnie opisują słowa Haymitcha wypowiedziane po udziale Katniss w *reality show*: „To wielkie widowisko. Jak cię widzą, tak cię piszą”²⁶. I na arenie, i poza nią istotną rolę odgrywa nie to, jaka jest Katniss, a to, jaka się wydaje²⁷. Jej autentyzm czy też nieumiejętność odgrywania roli w „nieautentycznym” świecie sprowadzają na nią liczne problemy²⁸. Podobnie jak troska o „własne gniazdo”. Bliscy Katniss – pani Everdeen, Prim, Gale i Peeta – niemalże cały czas są zależni zarówno od Snowa, jak i od Coin, którzy przy ich pomocy starają się manipulować dziewczyną.

Ostatecznie na pierwszy plan wysuwają się cechy wspólne dla Katniss oraz dla konstruktów, którym ma się stać: dziewczyna wykorzystuje swoją sprawność fizyczną oraz zdolności łowieckie do walki o dobro własne, swoich bliskich oraz wszystkich uciśnionych mieszkańców Panem. W ten sposób staje się Kosogłosem.

Wówczas historia zatacza koło. Kotna początkowo ma być bronią w walce z Kapitołem, w ostatecznym rozrachunku jednak – m.in. na skutek rozmowy ze Snowem oraz w ramach pewnego rodzaju zemsty za „atak na jej gniazdo” – obraca się przeciwko prezydent Coin²⁹.

²⁵ *Ibidem*, s. 74.

²⁶ S. Collins, *Igrzyska...*, s. 131.

²⁷ D. Coatney, *Dlaczego Katniss ponosi klęskę, ilekroć udaje? Autentyczność i pozory w trylogii Igrzyska śmierci*, [w:] *Igrzyska śmierci i filozofia...*, s. 149.

²⁸ Derek Coatney zauważa, że Haymitch jest perfekcyjnym aktorem, interpretuje to jednak nie jako zaletę, a „cenę, jaką człowiek [...] musi zapłacić za zachowanie zdrowych zmysłów”. Badacz eksplikuje grę Haymitcha jako uciekanie przed samym sobą, własną tożsamością. Z kolei Katniss w jego oczach musi odnaleźć samą siebie, aby przetrwać. *Ibidem*, s. 154–155.

²⁹ Zdaniem Snowa Coin planowała osłabić siły obu stron konfliktu, a następnie zająć jego miejsce. W czasie oblężenia Kapitolu wydała rozkaz zabicia grupy bezbronných kapitołńskich dzieci oraz pomagających im sanitariuszy z trzynastego dystryktu (w tym Primrose Everdeen) przy wykorzystaniu poduszki. Snow w rozmowie z Katniss zauważa: „Przecież gdybym dysponował sprawnym poduszkiowcem, wyko-

Płeć w Panem

Główna bohaterka omawianej trylogii to jednak nie tylko symbol, ale też bardzo nietypowa postać kobieca. Jej zachowanie, cechy charakteru i temperament nie odpowiadają współczesnym normom kobiecości, normom typowym dla obecnego w naszej kulturze systemu reprezentacji. Jest to o tyle istotne, że „Igrzyska śmierci” jako przykład literatury młodzieżowej pełnią ważną funkcję pedagogiczną: komunikują społeczne i kulturowe systemy wartości oraz wzorce płciowe, a komunikaty te mogą determinować światopoglądowy i osobowy rozwój nieukształtowanych czytelników³⁰. Zasadna wydaje się więc dekonstrukcja obrazów kobiet i mężczyzn obecnych w „Igrzyskach śmierci” poprzez zastosowanie zaproponowanej przez niemiecką badaczkę Claudię Liebrand „zdecentrowanej lektury”³¹.

Jednym z punktów wyjścia dla Liebrand jest feministyczna teoria Judith Butler, która na nowo interpretuje rozróżnienie między płcią (*sex*) i tożsamością płciową (*gender*)³². Liebrand rozwija tezę Butler mówiącą,

rzyszałbym go do ucieczki. [...] Oboje wiemy, że nie cofnę się przed zabijaniem dzieci, ale marnotrawstwo jest mi obce”. Słowa te w połączeniu z kilkoma innymi argumentami ostatecznie przekonały Katniss o winie nowej pani prezydent. W związku z tym w czasie egzekucji Snowa Katniss, która miała zastrzelić go przy pomocy łuku, wymierzyła śmiertelny strzał w serce Coin. S. Collins, *Kosogłos...*, s. 340.

30 G. Lasoń-Kochańska, *Kobiety opowiadają świat. Szkice o fantastyce*, Słupsk 2008, s. 14.

31 Zdaniem Liebrand widoczna w wielu tekstach literackich ścisła dychotomia płci, która stawia męczyznę w miejscu podmiotu, jednocześnie wykluczając i uprzedmiotawiając kobietę, tworzy porządek symboliczny wpływający na nasz fallogocentryczny system reprezentacji kulturowych. Badaczka wychodzi z założenia, że „lektura z kobiecego punktu widzenia” (*die weibliche Lektüre*), podkreślając istnienie binarności (oraz stawiając autorom/autorkom zarzut seksizmu), umacnia je. Badaczka proponuje w jej miejsce podejście zdystansowane, które określa terminem „zdecentrowanej lektury” (*die dezentrierte Lektüre*). Jej zdaniem poprzez świadomie dostrzeganie binarności dotyczących reprezentacji płci i przemiany ich w meta-reprezentacje czytelnik/badacz dokonuje ich wypaczenia i zapobiega tym samym ich ukonstytuowaniu. Zob. C. Liebrand, *Als Frau lesen?*, [w:] *Literaturwissenschaft. Einführung in ein Sprachspiel*, Hrsg. H. Bosse, U. Renner, Freiburg 1999, s. 387–393.

32 Butler zakłada, że zarówno płeć, jak i tożsamość płciowa posiadają cechy konstruktu, tzn. są stwarzane dyskursywnie. Sposób, w jaki rozumiemy płeć anatomiczną lub biologiczną, zależy od kontekstu kulturowego oraz układów sił wpływających na nauki biologiczne. Również tożsamość płciowa, zdaniem Butler, jest zależna od kultury. Płeć i tożsamość płciowa nie są ani naturalne, ani niezmiennie, ani absolutne. Dopiero poprzez akty performatywne oraz wielokrotnie ponawiane praktyki poddawane są one procesowi naturalizacji. „Kobietom” i „mężczyznom” przypisuje się konkretne atrybuty. Wydają się one wynikać z płci anatomicznej, jednak faktycznie opierają się na kulturze. W ten sposób powstaje konstrukt, który staje się rozpoznawalny i jest przedmiotem inscenizacji. Oznaczenie tożsamości płciowej odbywa się za pośrednictwem języka. To ono dopełnia pozór jedności, naturalności i uniwersalności wspomnianego konstruktu. Zob. J. Butler, *Das Unbehagen der Geschlechter*, Frankfurt am Main 1991, s. 15–63.

że kobiecość i męskość to konstrukty, które zależne są od wykładni kulturowej, nie zaś od faktów biologicznych³³, i zaleca odczytywanie oraz interpretowanie obrazów płci z perspektywy zdystansowanego czytelnika.

Amerykański terapeuta rodzinny John Gray jest autorem licznych poradników, z których najpopularniejszy nosi tytuł *Mężczyźni są z Marsa, kobiety z Wenus* i traktuje w dużej mierze o – co podkreśla już sam tytuł – „zasadniczych różnicach między kobietami a mężczyznami”³⁴. Zawarte w tej publikacji tezy oraz ilustrujące je sytuacje byłyby jednak zapewne niezrozumiałe dla mieszkańca Panem, gdyż w państwie tym istnieją znacząco mniejsze różnice między rolami oraz reprezentacjami kobiet i mężczyzn niż w naszym świecie³⁵.

Już na pierwszych stronach powieści zauważamy, że w górniczym dystrykcie zarówno kobiety, jak i mężczyźni pracują w kopalniach. W czasie Dożynek losowani są przedstawiciele obu płci. Każda damsko-męska para trybutów ubierana jest na czas medialnych występów w podobne stroje. Równouprawnienie obowiązuje również na arenie, gdzie dziewczęta i chłopcy walczą ze sobą według takich samych zasad³⁶.

Niewielką rolę płci dostrzegamy także w dystrykcie trzynastym czy w Kapitolu. W Trzynastce każda osoba, która ukończyła czternasty rok życia, ubiera się jak żołnierz i podejmuje się tych samych zadań. Kobiety i mężczyźni prezentują się i funkcjonują tak samo, posiadają identyczne prawa i obowiązki. Również w Kapitolu, gdzie króluje modowa ekstrawagancja, a najróżniejsze modyfikacje ciała – od zmiany koloru skóry poprzez implanty z kamieni szlachetnych po przeszczepy zwierzęcych atrybutów pokroju kocich wąsów lub pazurów – są na porządku dziennym, trudno odróżnić kobietę od mężczyzny. Nie istnieje tam chociażby znany nam „podział na różowy świat dziewczynek i niebieski świat chłopców”³⁷. Obie płci obowiązują te same normy piękna.

O ile, jak zauważa m.in. Natasha Walter, w naszej kulturze to kobiecość jednoznacznie kojarzy się z seksualnością³⁸, o tyle w Panem przed-

33 C. Liebrand, *op. cit.*, s. 397.

34 Zdaniem Graya przedstawiciele obu płci w sposób zupełnie odmienny m.in. komunikują się, okazują uczucia, reagują na stres czy obchodzą się z własną intymnością. Zob. J. Gray, *Mężczyźni są z Marsa, kobiety z Wenus. Jak dochodzić do porozumienia i uzyskiwać to, czego się pragnie*, przeł. K. Waller-Pach, Warszawa 1996.

35 Zob. J. Miller, „Ona nie ma pojęcia. W ogóle nie rozumie jak ludzie na nią reagują”. *Katniss i polityka gender*, [w:] *Igrzyska śmierci i filozofia...*, s. 123–135.

36 Zdaniem Jessiki Miller jest to o tyle relewantne, że w przypadku współczesnych dyscyplin sportu, takich jak tenis czy koszykówka, obowiązują osobne zasady dla lig kobiecych i męskich. Zob. *ibidem*, s. 128.

37 N. Walter, *Żywe lalki. Powrót seksizmu*, przeł. E. Smoleńska, Warszawa 2012, s. 10.

38 Badaczka stawia tezę, wedle której żyjemy w czasach silnej seksualizacji kultury oraz żywego zainteresowania biologicznym determinizmem w kontekście dyskusji

miotem powszechnego pożądania seksualnego jest młody mężczyzna, Finnick Odair, który jako czternastolatek zwyciężył w 65. Głodowych Igrzyskach. Po Kapitole krążą legendy o „tabunach kochanek”³⁹ Finnicka, czytelnik może więc początkowo zakładać, że młodzieniec jest uwodzającym kobiety playboyem. Jest to jednak założenie nad wyraz błędne. Po pierwsze, nie szczyci się on swoją popularnością i seksualnością, a po drugie, w *Kosogłocie* przyznaje wprost, że tak naprawdę został obiektem pożądania na skutek szantażu i padł ofiarą przemocy na tle seksualnym:

Prezydent Snow... sprzedawał mnie. Moje ciało. [...] Zresztą nie tylko moje. Jeśli zwycięzca jest postrzegany jako atrakcyjny, prezydent przekazuje go komuś w nagrodę albo pozwala ludziom kupować go za niewyobrażalne pieniądze. I nie wolno się sprzeciwić, bo wtedy zabija kochanych przez niego ludzi. Dlatego trzeba robić, co każe⁴⁰.

Również władza nie jest w Panem atrybutem typowo męskim. Schedę po prezydencie Snow objąć ma rządząca dotychczas Trzynastką Alma Coin, a ostatecznie do władzy dochodzi inna kobieta – komendant Paylor. Także organizatorzy igrzysk i Strażnicy Pokoju to osoby obydwu płci.

Mimo wszystko należy podkreślić, że Panem jest państwem opartym na podziale biologicznym, który wpływa także na podziały społeczne, o czym świadczy wspomniane wyżej losowanie trybutów w czasie Dożynek. Przymus oddelegowania przez każdy dystrykt jednego chłopca i jednej dziewczynki do udziału w igrzyskach potwierdza, że chłopcy i dziewczęta traktowani są jako członkowie dwóch różnych grup społecznych⁴¹.

Męskość, kobiecość i Katniss

W trylogii „Igrzyska śmierci” spotkamy zarówno postacie typowo kobiece lub typowo męskie, jak i bohaterów wykazujących cechy androginiczne.

Uosobieniem tradycyjnych cech kobiecych jest siostra Katniss, Primrose Everdeen. Dziewczynka „ma twarz świeżą jak poranek i śliczną jak prymulka, na której cześć dostała imię”⁴². Jest „kochana, drobniotka”⁴³, ma jasne włosy i niebieskie oczy. W przeciwieństwie do Katniss wdała się w matkę. Unika wypraw do lasu, za to chętnie pomaga mamie opiekować się chorymi. Potrafi gotować, układać kwiaty, dba o porządek, zajmuje się domem, przygarnia zabiedzonego kota. Choć wydaje się osobą

o kobiecości. Osiągnięty przez drugą fazę feminizmu wzrost równouprawnienia i wyzwolenia kobiet pociągnął jej zdaniem za sobą także zjawiska negatywne, tj. uprzedmiotowienie obrazu kobiety i upowszechnienie się typowego dla seks-biznesu wizerunku kobiecej seksualności. *Ibidem*, s. 10–129.

39 S. Collins, *Kosogłos...*, s. 168

40 *Ibidem*, s. 167–168.

41 Zob. J. Miller, *op. cit.*, s. 131.

42 S. Collins, *Igrzyska...*, s. 9.

43 *Ibidem*, s. 30.

empatyczną i delikatną, wykazuje się również wytrwałością podczas zajmowania się chorymi i umierającymi oraz odwagą cywilną, gdy w czasie wojny wyrusza jako sanitariuszka na front.

Na przeciwnym biegunie znajduje się Gale, „typowy męski bohater romantyczny”⁴⁴, jeden z dwóch adoratorów Katniss. To przystojny, wysoki młodzieniec o ciemnych włosach. W momencie gdy go poznajemy, jest – podobnie jak Katniss – wytrawnym myśliwym oraz żywicielem swojej rodziny. Z biegiem czasu zostaje górnikiem, a ostatecznie wyrusza na front jako żołnierz. Potrafi być opiekuńczy, daleko mu jednak do delikatności. Jest skłonny do wybuchów agresji i gniewu, a przemoc nie jest mu obca.

Zgoła odmiennie prezentuje się Peeta⁴⁵. Wprawdzie w krytycznej sytuacji, np. walcząc na arenie o przetrwanie swoje i Katniss, potrafi wykazać się pewnością siebie, walecznością, siłą i sprytem, jednak przez większość czasu unika przemocy i agresji. W przeciwieństwie do Gale’a wyrażanie własnych uczuć – nawet publicznie, przed tysiącami widzów – nie sprawia mu żadnych trudności. Nie wstydzi się łez, gdy musi opuścić rodzinę i ruszyć do Kapitolu. Jest ufny, otwarty, opiekuńczy. Ma duszę artysty⁴⁶. Po zwyciężeniu w igrzyskach przyjmuje zawód swojego ojca i zostaje piekarzem specjalizującym się w ozdabianiu wypieków, a w wolnym czasie trudni się malarstwem⁴⁷. To także doskonały mówca i platoniczny kochanek, który marzy o założeniu rodziny i posiadaniu dzieci. W pewnym sensie uosabia on połączenie pożądanых cech kobiecych i męskich⁴⁸.

Katniss, choć bez wątpienia jest kobietą, nie wydaje się szczególnie kobieca. W momencie gdy ją poznajemy, ma na sobie myśliwskie buty, myśliwską kurtkę, koszulę i spodnie. Ukrywa pod czapką „długi, ciemny warkocz”⁴⁹, a następnie wyposażona w łuk⁵⁰ i strzały udaje się do lasu na nielegalne, prawnie zakazane polowanie.

44 Zob. J. Miller, *op. cit.*, s. 130.

45 Na temat Peety zob. także N. Michaud, *Kim jest Peeta Mellark? Problem tożsamości w Panem*, [w:] *Igrzyska śmierci i filozofia...*, s. 159–165; A. E. Myers, *Dlaczego Katniss wybiera Peetę? Spojrzenie na miłość oczami stoika*, [w:] *Igrzyska śmierci i filozofia...*, s. 115–122.

46 O sztuce w „Igrzyskach śmierci” na przykładzie działalności Peety oraz mieszkańców Kapitolu zob. B. McDonald, „*Nic nie przebiję takiej rozrywki*”. *Sztuka mimetyczna i potworna w Igrzyskach śmierci*, [w:] *Igrzyska śmierci i filozofia...*, s. 15–27.

47 Swoją rolę artysty i zdolność mimetycznego odwzorowania otaczającego go świata Peeta wykorzystuje także na arenie. Z jednej strony obserwujemy, jak doskonale on sztukę kamuflażu, z drugiej – jak artystyczne usposobienie pomaga mu nawiązać więź z podobnymi mu morfalinistami, trybutami z szóstego dystryktu.

48 Miller nazywa go w tym kontekście „androgynicznym ideałem”. J. Miller, *op. cit.*, s. 119.

49 S. Collins, *Igrzyska...*, s. 10.

50 Symbol m.in. wojny, podboju, potęgi, prężności, napięcia, siły żywotnej, ale też płodności i zasady żeńskiej. Zob. W. Kopański, *Łuk* [hasło], [w:] *idem, Słownik...*, s. 212.

W przeciwieństwie do Prim, która wrodziła się w piękną matkę, Kotna odziedziczyła większość cech biologicznych, w tym oliwkową skórę i jasnoszare oczy, po ojcu. To on też przygotował dla niej łuk, nauczył ją polować i pokazał, jak przetrwać w ich dystrykcie. Nie stworzył z niej jednak zależnej od siebie „Córki Ojca”⁵¹ cierpiącej na „kompleks antygonalny”⁵², lecz nauczył ją niezależności i samodzielności⁵³. Po śmierci ojca Katniss przejmuje jego funkcję i staje się jedynym żywicielem oraz opiekunem matki i siostry⁵⁴. Cieszy się szacunkiem mieszkańców Dwunastki. Jest znana jako sprawny myśliwy i twardy negocjator.

Nie mogąc pogodzić się z trudami życia w dwunastym dystrykcie oraz istnieniem Głodowych Igrzysk, Katniss deklaruje: „Na pewno nigdy nie wyjdę za mąż, nie zaryzykuję sprowadzenia dziecka na ten świat”⁵⁵. Nie interesują ją relacje damsko-męskie inne niż czysto partnerskie. Długo nie dostrzega też uczuć, jakimi darzą ją Gale i Peeta, a w momencie uświadamiania ich sobie, podaje je w wåtpliwość. Jest niezwykle nieufna.

Często bywa opryskliwa i porywczą, dumna i uparta. Łatwo się deenerwuje, kontrolowanie własnych emocji stanowi dla niej duży problem. Za wszelką cenę stara się być niezależna i samowystarczalna. Odczuwa dyskomfort, gdy czuje się czyjąś dłużniczką⁵⁶. Często zachowuje się aspołecznie, izoluje się od otoczenia⁵⁷. Nie potrafi mówić o uczuciach. Potrafi być bardzo surowa w swoich ocenach. Nierzadko postępuje bezrefleksyjnie, najpierw działa lub mówi, potem myśli.

- 51 G. Lasoń-Kochańska, *Kobiety opowiadają świat...*, s. 22.
- 52 Określenie to odwołuje się do mitu o Antygonie, w którym, zdaniem Ellyn Kaschak, „na skutek psychologicznego przeniesienia czyny ojca zostały przypisane pragnieniom córki”. Po akcie samoośpienia Edypa właśnie Antygona stała się jego oczami i podporą, kontynuacją ojca oraz przedłużeniem jego dzieła, a w związku tym straciła szansę na ukształtowanie własnej odrębności. E. Kaschak, *Nowa psychologia kobiety. Podejście feministyczne*, przeł. J. Węgrodzka, Gdańsk 1996, s. 221–256.
- 53 Ojciec Katniss nie wychowywał jej na grzeczną, ustępliwą i podporządkowaną sobie „córeczkę tatusia”, lecz na jednostkę samowystarczalną i niezależną od nikogo. Wyprowadził ją z dystryktu do przestrzeni wolnej od kontroli władzy, a następnie przekazał jej wiedzę i narzędzia potrzebne do uzyskania podmiotowości w świecie przedstawionym.
- 54 Funkcja ta nie zostaje Katniss narzucona. Początkowo to matka ma przejść odpowiedzialność za wyżywienie rodziny. Dopiero gdy Kotna zauważa nieudolność rodzicielki w tej materii, świadomie decyduje się przejąć dawne obowiązki ojca.
- 55 S. Collins, *Igrzyska...*, s. 293.
- 56 Zob. J. Culver, „Znowu jestem jego dłużniczką”. *Katniss, prezenty i niewidzialne sznurki*, [w:] *Igrzyska śmierci i filozofia...*, s. 79–87.
- 57 Budowanie więzi i wyczulenie na innych to sposoby funkcjonowania określane tradycyjnie jako kobiece. Katniss zaś – niczym chłopiec w patriarchacie – wykazuje istotne zaangażowanie w sprawy publiczne. Zob. G. Lasoń-Kochańska, *Kobiety opowiadają świat...*, s. 21.

Łamie prawo, nie przestrzega zasad, nie słucha rozkazów i rad – niezależnie od tego, kto jest ich autorem. Choć nie popiera rozlewu krwi, jest w stanie zamordować w obronie własnej lub by chronić bliskich i osoby bezbronne.

Dużą trudność sprawia próba określenia motywów, jakimi kieruje się Katniss w swoich działaniach. Z jednej strony cechuje ją egocentryzm, z drugiej – troska o innych⁵⁸. Co ciekawe, Katniss sama zdaje sobie z tego sprawę. Gdy w finale 74. Głodowych Igrzysk na arenie pozostają wyłącznie ona i Peeta, bohaterka wpada na pomysł, by upozorować podwójne samobójstwo poprzez rzekome spożycie trujących jagód. Organizatorzy igrzysk potrzebują zwycięzcy, więc w tej sytuacji decydują się natychmiast przerwać okrutne *show* i pozwolić przeżyć obojgu trybutom. Gdy jakiś czas później Katniss wspomina te wydarzenia, nie jest w stanie stwierdzić, czy uczyniła to, by postawić się Kapitolowi, by uniknąć „potępienia”⁵⁹ ze strony mieszkańców Dwunastki w przypadku zamordowania Peety, czy może z miłości.

Analogiczne problemy interpretacyjne napotykamy w przypadku wielu innych zachowań Katniss. Gdy rozważa pomysł ucieczki z Dwunastki, nie wiemy, czy zrobiłaby to z miłości do Gale’a, z troski o rodzinę, czy ze strachu przed śmiercią. Kiedy ostatecznie decyduje się zaniechać ucieczki, argumentuje tę decyzję słowami: „Nigdzie się nie wybieram. Zostanę, żeby napsuć wszystkim krwi”⁶⁰.

Gdy stara się za wszelką cenę wziąć udział w obłożeniu Kapitolu, by osobiście wymierzyć sprawiedliwość Snowowi, kieruje się albo samolubną chęcią osobistej zemsty, albo troską o swoich bliskich i innych uciśnionych obywateli Panem. Podobnie w momencie, gdy posyła strzałę w kierunku prezydent Coin, można mówić albo o impulsywnej zemście za zamordowanie Prim, albo o próbie zapobieżenia powstaniu kolejnej brutalnej dyktatury.

Mimo wszystko w postaci Katniss da się obok licznych cech męskich odnaleźć też atrybuty kobiece. Jedną z nich jest wspomniana już troska o dobro innych, która objawia się m.in. w jej kontaktach z siostrą. Kotna

58 Lindsey Averill zauważa, że Katniss nie jest bezstronna i nie kieruje się „abstrakcyjnymi zasadami dobra i zła”, a przywiązaniem do określonych osób i troską o nie. Badaczka pisze w tym kontekście o „feministycznej etyce troski”, która dopuszcza stosowanie aktów przemocy w celu ochrony osób nam bliskich. Zob. L. I. Averill, *Czasem świata brakuje ludzi, którym zależy. Katniss i feministyczna etyka troski*, [w:] *Igrzyska śmierci i filozofia...*, s. 137–146. Z kolei Coatney dostrzega u podstaw postępowania Katniss „miłość samego siebie”, tj. naturalną i spontaniczną troskę o własne dobro. Określa bohaterkę mianem „człowieka natury” w rozumieniu Rousseau, osoby nieskażonej „miłością własną”, tj. troską o to, jak wypada na tle innych. Zob. D. Coatney, *op. cit.*, s. 149–158.

59 S. Collins, *W pierścieniu...*, s. 112.

60 *Ibidem*, s. 113.

chce zastąpić jej nie tylko ojca, ale i matkę. Dostrzega w Prim niewinną, bezbronną istotę, za którą czuje się odpowiedzialna. Kiedy w czasie Dożynek dziewczynka zostaje wylosowana, Katniss bez chwili namysłu zgłasza się za nią na ochotnika, co jest swoistym ewenementem. Gdy po wygranej w igrzyskach jest świadkiem biczowania Gale'a przez nowego komendanta Strażników Pokoju, staje w jego obronie, osłania go własnym ciałem i przyjmuje na siebie wymierzony w niego cios. Analogicznie postępuje w przypadku nieznanych jej, bezbronnych osób: w czasie nalotu Kapitolu na szpital w ósmym dystrykcie również nie waha się ani chwili, ryzykując zdrowie i życie, staje w obronie placówki.

Należy także pamiętać, że kobiecość zostaje jej narzucona jako element wielkiego spektaklu, jakim są Głodowe Igrzyska. Chcąc zdobyć przychylność widzów i sponsorów, a tym samym zwiększyć swoje szanse na przeżycie, Katniss jest zmuszona odgrywać najpierw rolę nieszczęśliwie zakochanej dziewczyny, a potem panny młodej. Niestety – podobnie jak w przypadku wcielania się w Kosogłosa – nie jest w stanie naturalnie grać wedle cudzego scenariusza⁶¹. A przecież w pewnym sensie całe jej życie to rodzaj inscenizacji. Zauważmy, że niemalże wszystkie role, w które wciela się Katniss, narzucone są jej odgórnie, a do tego często są to role skrajnie różne. Z osieroconej córki staje się głową rodziny. Z myśliwego, królującego w lasach wokół Dwunastki, staje się ofiarą watahy zawodowych trybutów na arenie 74. Igrzysk, by następnie znowu przeistoczyć się w łowcę. Ze zwyciężczynie medialnego *show*, z celebrytki przekształca się w twarz rebelii i wroga Kapitolu. Jej suknia ślubna, dzięki pomocy stylisty Cinny, przeistacza się w kostium kosogłosa. Jej zwycięstwo zamienia się w porażkę, gdy wbrew wcześniejszym zapewnieniom ponownie trafia na arenę. Z marionetki w rękach Coin staje się jej zabójczynią, a z zabójczyni – żoną Peety i matką dwójki dzieci⁶².

W poszukiwaniu tożsamości

Jill Olthouse twierdzi, że zamordowanie prezydent Coin pozwoliło Katniss odnaleźć tożsamość, stać się Kosogłosem – „wojowniczką i przekazicielką informacji na własnych warunkach”⁶³. Nie jestem w stanie zgodzić się z tą tezą. Zabójstwo Coin ponownie ukazuje wszystkie słabości Katniss. Nie czyni z niej bohaterki, a „dzikie zwierzę, które kopie,

61 Tak naprawdę spektakl z jej udziałem zyskuje przychylność widzów głównie za sprawą talentu drugiego aktora – Peety.

62 Chłopcy w powieści nie odgrywają roli „horyzontu dziewczęcych oczekiwań”, a Katniss „nie musi [...] przelewać miłości do Ojca na inną męską postać”. Jest podmiotem, który w wybranym przez siebie momencie świadomie decyduje się na związek z androginicznym Peetą, odrzucając przy tym męskiego Gale'a. G. Lasoń-Kochańska, *Gender...*, s. 218.

63 J. Olthouse, *op. cit.*, s. 50.

drapie, gryzie”⁶⁴, osobę u kresu wytrzymałości fizycznej i psychicznej, która kolejny raz traci zaufanie wszystkich darzących ją miłością i w następujący sposób definiuje własną tożsamość: „Nazywam się Katniss Everdeen. Dlaczego nie zginęłam? Powinnam nie żyć. Byłoby najlepiej dla wszystkich, gdybym odeszła...”⁶⁵.

Katniss zostaje odizolowana od społeczeństwa i poddana leczeniu⁶⁶. Przez kolejne tygodnie myśli przede wszystkim o samobójstwie. W końcu, gdy terapia zaczyna przynosić pierwsze efekty, wraca do swojego dawnego domu na terenie zniszczonego wojną dwunastego dystryktu. Wraca wyłącznie w towarzystwie Haymitcha, na miejscu zostaje sama⁶⁷. Jakiś czas później do Dwunastki przybywa Peeta i stara się zaopiekować ukochaną.

Katniss w końcu godzi się na wspólne życie z Peetą. Nie jest to jednak związek oparty na wzajemnej miłości. Dla bohaterki jest to racjonalna, utilitarna decyzja⁶⁸. Godzi się z tym, że tak naprawdę jest zależna od innych osób. Zaczyna akceptować ich uprzejmość⁶⁹. Dąży do stworzenia iluzji normalności. Rozlicza się z przeszłością, tworząc razem z Haymitchem i Peetą kronikę osób, które zginęły w czasie Drugiej Rebelii oraz Głodowych Igrzysk.

Z epilogu czytelnik dowiaduje się o tym, że po upływie kilkunastu lat Katniss została żoną Peety i matką dwojki dzieci. Nie jest jednak szczęśliwa. Wciąż wspomina zmarłych, a odbudowany i na nowo zaludniony dystrykt dwunasty nadal nazywa cmentarzyskiem. Wierzy, że już zawsze będą nękać ją koszmary.

W związku z powyższym można postawić tezę, że Katniss nawet kilkanaście lat po wojnie nie jest w stanie odnaleźć własnej tożsamości.

64 S. Collins, *Kosogłos...*, s. 356.

65 *Ibidem*.

66 Równolegle toczy się proces w sprawie zamordowania Coin. Stan psychiczny Katniss zostaje określony jako „beznadziejny przypadek wariatki cierpiącej na stres pourazowy”, a sama oskarżona zostaje uniewinniona. *Ibidem*, s. 360.

67 Jej matka pomaga budować szpital w czwartym dystrykcie, Gale zaś podejmuje pracę w Dwojce.

68 „To, czego potrzebuję, to nie ogień Gale’a, podsycany wściekłością i nienawiścią. Mam w sobie wystarczająco dużo żaru. [...] Oczekuję zapowiedzi, że życie będzie toczyć się dalej, bez względu na to, jak poważne odnieśliśmy straty. Chcę wiedzieć, że znowu może być dobrze, a tylko Peeta może mi to ofiarować”. *Ibidem*, s. 369. Myers stwierdza, że wybór ten nie był tylko praktyczny, ale też stoicki. Dostrzega lojalność Peety, jej brak u Gale’a oraz stoicyzm u Katniss. Tezę tę jednak daje się łatwo podważyć, gdyż Katniss nie osiąga prawdziwej cnoty, nie doświadcza szczęścia, nigdy nie godzi się z własnym losem. Nie panuje także nad swoimi pragnieniami, przywiązuje się do rzeczy materialnych oraz czerpie przyjemność z noszenia sukni Ciny czy dostępu do jedzenia w Kapitolu. Zob. A. E. Myers, *op. cit.*, s. 115–122.

69 J. Culver, *op. cit.*, s. 86.

Zamiast tego udaje miłość do Peety, bo wie, że tylko dzięki niemu jest w stanie zachować zdrowie psychiczne i stworzyć harmonijny związek. Również w kontaktach z dziećmi jedynie odgrywa rolę zwyczajnej matki, milcząc na temat swojej przeszłości.

Jej życie to nieustający spektakl. Główna bohaterka „Igrzysk śmierci” nie jest bezbronną dziewczyną, która dojrzewa w toku akcji do osoby przewodzącej rebelii, wygrywającej wojnę i zaprowadzającej pokój. Wydaje się, że ukształtowały ją już śmierć ojca⁷⁰ i wydarzenia jej towarzyszące, tj. przejście roli żywiciela rodziny i udana próba odnalezienia się w brutalnej rzeczywistości Panem.

Katniss była sobą jako myśliwy w lesie czy negocjator na Cwieu. Kolejne wydarzenia zmieniły ją w taki sposób, jakiego nigdy nie będzie w stanie zaakceptować. Warto w tym kontekście zwrócić uwagę na rozmowę z Peetą poprzedzającą 74. Głodowe Igrzyska:

– Właściwie nie wiem, jak to ująć. Chodzi o to, że... chcę umrzeć taki, jaki jestem naprawdę. Nie jestem pewien, czy rozumiesz, o co mi chodzi. – Kręcę głową. Jak można umrzeć, jako ktoś inny? – Nie chcę, aby mnie tam zmienili, przeobrazili w potwora, którym nigdy nie byłem⁷¹.

Okazuje się, że Peeta słusznie zdiagnozował możliwe skutki udziału w igrzyskach. Zarówno Katniss, jak i on sam nie są po nich już tym, kim byli wcześniej. Dziewczyna nie bez powodu stwierdza: „nie czuję już żadnego związku z tymi potworami, które zwą się ludźmi, choć sama do nich należę”⁷² oraz rozróżnia współczesną i „dawną Katniss”⁷³.

Analiza trylogii Collins uświadamia potencjał dydaktyczny drzeмиący we współczesnej fantastyce młodzieżowej, która poprzez swoją aktualność⁷⁴ może stanowić dopełnienie lub alternatywę dla tradycyj-

70 Lasoń-Kochańska upatruje w śmierci ojca przyczynku do „rozpadu osobowości” i „utruty kontroli nad rzeczywistością”. To traumatyczne wydarzenie jest typowe dla mitów oraz popularnej literatury *fantasy*. Skłania ono chłopców do przyjęcia „postawy wojownika”, tj. podejmowania wyzwań oraz przeżywania zwycięstw i porażek, dziewczęta zaś do „obrony przed społeczną presją”, wytrwałości w dążeniu „do uzyskania harmonii z wartościami wewnętrznymi” i „poddania się warunkom podróży”. Katniss przyjmuje początkowo *habitus* przypisywany konwencjonalnie bohaterom męskim, później zaś hybrydę postawy męskiej i żeńskiej. Zob. G. Lasoń-Kochańska, *Kobiety opowiadają świat...*, s. 49.

71 S. Collins, *Igrzyska...*, s. 136.

72 *Eadem*, *Kosogłos*, s. 359.

73 *Ibidem*, s. 366.

74 Kulturowy horyzont przestrzeni fantastycznej „zawsze w jakiś sposób nawiązuje do stanu obecnego, do statusu kobiety w znanej czytelniczce [i czytelnikowi] rzeczywistości pozaliterackiej”. G. Lasoń-Kochańska, *Kobiety opowiadają świat...*, s. 172.

nych baśni⁷⁵, które obecnie, tj. gdy „od dziewczynek wymaga się [...] asertywności, od chłopców zaś wrażliwości i relacyjności”⁷⁶, nie mogą być dłużej „przyjmowanym bez zastrzeżeń wzorcem tożsamościowym i socjalizacyjnym”⁷⁷. Postać wykreowana na kartach powieści uwidacznia, że zarówno płęć, jak i każdy inny element naszej tożsamości może być przedmiotem konstrukcji, dekonstrukcji i rekonstrukcji. Zdobywanie nowej tożsamości nie jest w powieści czymś stałym i stabilnym, lecz zawsze płynnym. Skłania to tym samym czytelników do refleksji genderowej i przemyśleń nad ich własną podmiotowością, nad rolami, które odgrywają w codziennym życiu oraz możliwymi sposobami ich interpretacji.

Powieściowy kontekst tej refleksji ma jednoznacznie pesymistyczny wydźwięk. Katniss na skutek ciągłego uprzedmiotawiania jej poprzez narzucanie skonstruowanych, wymyślonych czy rozpisanych przez inne osoby tożsamości utraciła własną podmiotowość. I właśnie dlatego powrót do normalności jest w jej przypadku niemożliwy.

Pewnym optymizmem napawać może natomiast wspomniana we wstępie popularność analizowanej trylogii. Jak zauważa Lason-Kochańska, „najnowsza literatura dla młodzieży zaczyna dostrzegać zjawiska współczesne [...], [ale] ciągle jeszcze w podejmowaniu tematów związanych z płcią nie nadąża za rzeczywistością”⁷⁸. Badaczka w roku 2012 podkreślała, że kategorie kobiecości i męskości w wielu współczesnych powieściach przedstawiane są wręcz „anachronicznie”⁷⁹, a literatura posługująca się topiką feministyczną „nie ma jeszcze trwałego miejsca w obiegu czytelnicznym, które zapewnia choćby obecność na listach szkolnych lektur”⁸⁰. Tym bardziej cieszy więc obecność nietypowej bohaterki kobiecej, jaką jest Katniss, w dyskursie publicznym oraz fakt, że *Igrzyska śmierci* w Stanach Zjednoczonych stały się lekturą szkolną⁸¹. Warto także zaznaczyć, że również w Polsce zauważono potencjał tkwiący w utworze Collins, o czym świadczyć może zorganizowany w roku 2013 przez Fundację Dzieci Czytają ogólnopolski konkurs „Uzupełnij kanon

75 „W opowieściach braci Grimm, Perraulta i Andersena tożsamość kobieca w znacznie większym stopniu niż męska uwikłana jest w relacyjność, a jej ukształtowanie wiąże się zawsze z zamążpójściem. Kulturowy wizerunek mężczyzny cechuje przede wszystkim niezależność, rywalizacja i dążenie do realizacji własnych celów. Tożsamość męską osiąga się niezależnie od płci przeciwnej, a potwierdzeniem osobistego wymiaru doświadczenia, symbolizowanego np. przez zdobycie skarbu, jest jego wymiar społeczny – zdobycie tronu”. G. Lason-Kochańska, *Gender...*, s. 249.

76 *Ibidem*.

77 *Ibidem*.

78 *Ibidem*, s. 255.

79 *Ibidem*.

80 *Ibidem*.

81 Lekturą do klasy szóstej, a więc dla uczniów w wieku 11–12 lat.

lektur”, w którym wspomniana powieść zajęła drugie miejsce pośród najpopularniejszych książek proponowanych przez uczestników akcji w ogóle oraz pierwsze miejsce w kategorii propozycji lektury szkolnej dla gimnazjum⁸².

Bibliografia

- Butler Judith, *Das Unbehagen der Geschlechter*, Frankfurt am Main 1991.
- Collins Suzanne, *Igrzyska śmierci*, przeł. M. Hesko-Kołodzińska, P. Budkiewicz, Poznań 2009.
- Collins Suzanne, *Kosogłos*, przeł. M. Hesko-Kołodzińska, P. Budkiewicz, Poznań 2010.
- Collins Suzanne, *W pierścieniu ognia*, przeł. M. Hesko-Kołodzińska, P. Budkiewicz, Poznań 2009.
- Gray John, *Mężczyźni są z Marsa, kobiety z Wenus. Jak dochodzić do porozumienia i uzyskiwać to, czego się pragnie*, przeł. K. Waller-Pach, Warszawa 1996.
- Igrzyska śmierci i filozofia. Rzecz o podglądactwie*, red. G. A. Dunn, N. Michaud, przeł. O. Kwiecień-Maniewska, Gliwice 2013.
- Kaschak Ellyn, *Nowa psychologia kobiety. Podejście feministyczne*, przeł. J. Węgrodzka, Gdańsk 1996.
- Kopaliński Władysław, *Słownik symboli*, Warszawa 2015.
- Lasoń-Kochańska Grażyna, *Gender w literaturze dla dzieci i młodzieży. Wzorce płciowe i kobiece repertuar topiczny*, Słupsk 2012.
- Lasoń-Kochańska Grażyna, *Kobiety opowiadają świat. Szkice o fantastyce*, Słupsk 2008.
- Liebrand Claudia, *Als Frau lesen?*, [w:] *Literaturwissenschaft. Einführung in ein Sprachspiel*, Hrsg. H. Bosse, U. Renner, Freiburg 1999.
- Walter Natasha, *Żywe lalki. Powrót seksizmu*, przeł. E. Smoleńska, Warszawa 2012.

⁸² Celem konkursu przeprowadzonego w ramach projektu „Czytanie nieobowiązkowe. Uzupełniamy kanon lektur szkolnych”, dofinansowanego przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, było opracowanie przez organizatora „listy dziesięciu polecanych, wybitnych współczesnych książek dla dzieci i młodzieży, które zdaniem uczestników projektu powinny uzupełnić szkolny kanon lektur”, <http://bit.ly/2bPeA1T> [dostęp: 14.02.2016].

Joanna Płoszaj
Uniwersytet Wrocławski

Powabne wybranki Mordimera Madderdina. Kreacje i role postaci kobiecych w cyklu inkwizytorskim Jacka Piekary na tle przygodowego schematu fabularnego

Abstrakt

Artykuł przedstawia analizę sposobu ukazywania postaci kobiecych w cyklu inkwizytorskim Jacka Piekary oraz próbę określenia roli, jaka przypada im w strukturze fabularnej utworów jednego z najpopularniejszych polskich autorów literatury fantasy. Refleksji badawczej poddane zostały przede wszystkim zespoły określeń, jakimi w opisach kobiet posługuje się główny bohater. Zwrócono również uwagę na konsekwencje, jakie pociąga za sobą sposób obrazowania płci pięknej w cyklu inkwizytorskim. Analizę przeprowadzono z uwzględnieniem szerszego kontekstu funkcjonowania bohaterek fantasy oraz przemian w obrazowaniu i znaczeniu postaci kobiecych występujących w tej odmianie literatury popularnej.

Słowa kluczowe

fantasy, postaci kobiece, Jacek Piekara, cykl inkwizytorski, literatura przygodowa, literatura polska, erotyzm

Powabne wybranki Mordimera Madderdina. Kreacje i role postaci kobiecych w cyklu inkwizytorskim Jacka Piekary na tle przygodowego schematu fabularnego

Obecność oraz sposób obrazowania kobiet w literaturze fantastyki wydają się problemami niezwykle interesującym przede wszystkim ze względu na to, że na gruncie polskiego literaturoznawstwa został on opracowany jedynie szczątkowo. Jako pracę w całości poświęconą tematyce obecności kobiet – zarówno autorek, jak i bohaterek – w fantastyce bez wątpienia należy wskazać książkę Grażyny Lasoń-Kochańskiej *Kobiety opowiadają świat. Szkice o fantastyce*¹; Grzegorz Trębicki w pracy *Fantastyka. Ewolucja gatunku*² omawia motywy inicjacyjne w prozie Andre Norton na przykładzie Gillian – protagonistki powieści *Rok Jednorożca (Year of the Unicorn)*; Tomasz Z. Majkowski z kolei poświęca część pracy *W cieniu Białego Drzewa. Powieść fantastyki w XX wieku* feministycznej perspektywie cyklu „Ziemiomorze” Ursuli K. Le Guin³. Należy jednak pamiętać, że poza pracą Lasoń-Kochańskiej kwestia postaci kobiecych w fantastyce poruszona zostaje niejako na marginesie stanowiących zasadniczą część rozważań genologicznych i historycznoliterackich. Odnaleźć można również przeglądowe teksty o charakterze publicystycznym lub krytycznym, będące zestawieniami najciekawszych – zdaniem autorów publikacji – bohaterek⁴, a także takie, które stanowią sprawozdania z polemik dotyczących płciowości w literaturze fantastycznej⁵. Warto jednak zauwa-

1 G. Lasoń-Kochańska, *Kobiety opowiadają świat. Szkice o fantastyce*, Słupsk 2008.

2 Zob. G. Trębicki, *Fantastyka. Ewolucja gatunku*, Kraków 2007, s. 65–69.

3 Zob. T. Z. Majkowski, *W cieniu Białego Drzewa. Powieść fantastyki w XX wieku*, Kraków 2013, s. 242–249.

4 Zob. m.in. 5 *młodzieżowych* *książek fantastyki, których bohaterki czegoś cię nauczą*, <http://bit.ly/2bc83E4> [dostęp: 10.11.2015]; J. Grygiel, *Najbardziej intrygujące kobiety w literaturze*, <http://bit.ly/2bclBih> [dostęp: 10.11.2015].

5 Zob. (anak), *Płciowość fantastyki*, „Nowa Fantastyka” 1999, nr 10, s. 65–69; Ł. M. Wiśniewski, *Wojna światów: mężczyzna i kobieta w fantastyce*, „Fenix” 1999, nr 7, s. 182–186.

żyć, że we wspomnianych tekstach najczęściej omawiane są utwory zagraniczne, jeszcze rzadziej natomiast można spotkać prace, w których temat ten poruszony byłby w odniesieniu do rodzimej fantastyki. Luka ta stała się pretekstem do omówienia kreacji postaci kobiecych w cyklu inkwizytorskim Jacka Piekary, nie tylko cieszącym się nieustającą popularnością wśród czytelników, ale również wzbudzającym pewne kontrowersje związane m.in. właśnie ze sposobem ukazywania i funkcjonowania bohaterki w świecie przedstawionym utworów⁶. Wcześniej jednak warto przedstawić pokrótce główne wzorce kreowania postaci kobiecych w anglosaskiej literaturze fantastyki oraz przemiany, jakie na tym tle zachodziły, aby wskazać schematy, do których chętnie odnosili się (i nadal odnoszą) także polscy autorzy.

Sposoby przedstawiania oraz role postaci kobiecych w literaturze fantastycznej – związane często z szeregiem stereotypów – komentowane były m.in. przez Susan Wood, wskazującą na szablonowość bohaterki *science fiction*, które w fabule utworów miały spełniać przede wszystkim rolę męskich fantazmatów⁷. Omawia je również Andrzej Sapkowski w swoim *Rękopisie znalezionym w smoczej jaskini*, powołując się na opracowaną przez Johna Clute'a i Petera Nichollsa listę stereotypów przedstawieniowych bohaterki *science fiction* i opatrując ją ironicznymi komentarzami wymierzonymi w schematyczność kreacji kobiecych w literaturze fantastycznej w szerszym znaczeniu⁸. Pracę Sapkowskiego bez wątpienia trudno byłoby nazwać opracowaniem naukowym, nie sposób jednak odmówić racji pewnym spostrzeżeniom autora – jak choćby temu, w którym wskazuje, że stereotypowe wyobrażenia kobiet obecne w *science fiction* odnaleźć można również w fantastyce, w prezentowanych typach kreacji łatwo bowiem zauważyć pewne analogie. Nie należy jednak zapominać, że sposoby ukazywania postaci kobiecych i ich wyobrażenia w fantastyce wiążą się również z dwiema prymarnymi odmianami tego gatunku literatury popularnej⁹, które wykrystalizowały się w latach 30.

**Ornamentacyjne
lub nieosiągalne
– pierwsze kobiety
w fantastyce**

6 Pojawiają się m.in. głosy oskarżające autora o mizoginię i utrwalanie dyskryminujących stereotypów. Zob. J. Tomczak, *Słów kilka w kwestii kobiecej. Myśli tzw. zebrane*, <http://bit.ly/2bHcyom> [dostęp: 13.11.2015].

7 Zob. S. Wood, *Księżniczki i emancypantki*, przeł. M. Dutkiewicz, „Fantastyka” 1983, nr 3, s. 20–22.

8 Zob. A. Sapkowski, *Rękopis znaleziony w smoczej jaskini. Kompendium wiedzy o literaturze fantastyki*, Warszawa 2005, s. 157–158.

9 Termin „gatunek” stosowany będzie tu nie w rozumieniu poetyki normatywnej, lecz w znaczeniu, jakie – w odniesieniu do literatury popularnej – zostało na gruncie literaturoznawstwa polskiego zaproponowane przez A. Gemrę, Tadeusza Żabskiego czy Jakuba Zbigniewa Lichańskiego, czyli jako „struktury wyróżniane na podstawie kryteriów tematycznych, uporządkowania estetycznego, rozwiązań

xx w. i na podstawie których ustabilizowały się podstawowe schematy fabularne będące punktem odniesienia dla późniejszych autorów. Pierwszą ze wspomnianych odmian jest fantasy przygodowa (określana również jako *sword and sorcery*) zapoczątkowana opowiadaniem Roberta E. Howarda o Conanie Barbarzyńcy, drugą natomiast – fantasy epicka (lub mitopoetycka), wyrosła na gruncie filologicznych fascynacji oksfordzkiego profesora Johna Ronalda Reuela Tolkiena.

Kobiety bardzo często pojawiają się w powstałej na gruncie amerykańskim fantasy przygodowej, zwykle jednak są to bohaterki silnie skonwencjonalizowane, co wiąże się przede wszystkim z typowym schematem fabularnym *sword and sorcery*, który ukonstytuował się już w twórczości Howarda. Sapkowski tę konwencjonalizację komentuje ironicznie, konstatając, iż model howardowski zakładał „rolę kobiety sprowadzoną do atrakcyjnej zdobyczy i zasłużonej nagrody wojownika”¹⁰. Za tym – nieco trywialnym zdawałoby się – stwierdzeniem kryje się jednak odniesienie do innej roli kobiet w fantasy przygodowej, czyli do ich istotnej funkcji, jaką pełnią w schemacie fabularnym utworów. Aby to zobrazować, można posłużyć się przykładem wykreowanego przez Howarda bohatera – Conan znany jest ze słabości do pięknych kobiet, nie potrafi pozostać wobec nich obojętny i z tego powodu często angażuje się w działania, których w innym wypadku mógłby się nie podjąć. Wprowadzenie postaci kobiecej jest często pretekstem do zainicjowania kolejnej przygody bohatera, a to – z punktu widzenia awanturniczej logiki – stanowi wartość nadrzędną¹¹. Jolanta Szewczyk zauważa wprawdzie, że:

Conan kieruje się w życiu rycerskim kodeksem honorowym. Nakazuje mu on m.in. dotrzymywać danego słowa i opiekować się kobietami. Płeć piękna zawsze może liczyć na jego pomoc, mimo iż bywa ona nieraz kosztowna¹².

Trudno jednak zgodzić się z tą myślą, Conan Barbarzyńca działa bowiem głównie dla własnej korzyści – również w relacjach z płcią piękn-

fabularnych, języka i stylu narracji” (A. Gemra, *Literatura popularna. Literatura gatunków?*, [w:] *Retoryka i badania literackie. Rekonesans*, red. J. Z. Lichański, Warszawa 1998, s. 72). Zob. także J. Z. Lichański, *Literatura fantasy jako problem genologiczny (na przykładzie twórczości C.S. Lewisa i J. R. R. Tolkiena)*, [w:] *Genologia i konteksty*, Zielona Góra 2000; T. Żabski, *Literatura popularna* [hasło], [w:] *Słownik literatury popularnej*, red. *idem*, Wrocław 2005, s. 212–217.

10 A. Sapkowski, *op. cit.*, s. 159.

11 Na temat dominant artystycznych w literaturze przygodowej zob.: M. Bachtin, *Formy czasu i przestrzeni w powieści*, [w:] *idem, Problemy estetyki i literatury*, przeł. W. Grajewski, Warszawa 1982; T. Żabski, *Przemiany powieści przygodowej XIX i XX wieku*, [w:] *Z problemów aksjologii literatury i kultury popularnej*, red. S. Uliasz, Rzeszów 1996.

12 J. Szewczyk, *Conan – bohater heroic fantasy. O twórczości Roberta E. Howarda*, „Literatura i Kultura Popularna” 1996, t. 5, s. 100.

ną – co warunkowane jest charakterystyką fabularnego schematu fantazy przygodowej¹³. Conan chroni kobiety jako istoty słabsze, nie można jednak powiedzieć, że czyni to ze szlachetnych pobudek. Wynika to raczej z jego namiętności i nadziei na uzyskanie konkretnych korzyści w ramach wdzięczności za udzieloną pomoc. Opowiadania Howarda wniosły zatem do fantazy bohaterki, których wartość mierzona była ich atrakcyjnością fizyczną, a funkcja, jaką spełniały w przygodowym schemacie fabularnym utworów, przyczyniła się do stworzenia rzeszy niezindywidualizowanych postaci odgrywających rolę estetyzującego ornamentu wpisanego fabularnie w tło działań protagonisty. Schemat ten utrwalony został przez kolejnych autorów *sword and sorcery*, a rola kobiet degradowana była od funkcji fabularnej do jedynie półnagiego lub nagiego obiektu erotycznego¹⁴.

Odmienny wizerunek kobiet powstał na gruncie fantazy epickiej – przynajmniej w takiej formie, jaką nadał jej Tolkien. Bohaterki pojawiają się tutaj nielicznie, odgrywają jednak istotną rolę, mają nawet możliwość wpływania na losy świata, a nie tylko kierunkowania fabuły ku kolejnej przygodzie protagonisty. We „Władcy Pierścieni”, którego należy uznać za dzieło dla fantazy epickiej najbardziej reprezentatywne, duże znaczenie mają trzy bohaterki: Galadriela, Eowina i Arwena. W przeciwieństwie do postaci żeńskich obecnych w *sword and sorcery* zapisały się one w dziejach literatury fantazy jako charakterystyczne, skonkretyzowane postaci, warto jednak zwrócić uwagę, na sposób, w jaki funkcjonują one w powieściowym świecie fantazy tolkienowskiej – mimo że pojawiają się jako bohaterki istotne w sensie globalnym, nie odgrywają ról pierwszoplanowych. Poza wojowniczą Eowiną (której aktywność kończy się jednak wraz z wykonaniem przypisanego jej w dziejach świata zadania) pozostają one na uboczu wydarzeń, będąc duchowym i moralnym wsparciem dla protagonistów.

¹³ Według M. Pustowaruka bohater fantazy przygodowej wypełnia „powinności wobec siebie, nie zaś wobec świata, działa z egocentrycznej potrzeby, a nie w wyniku rozpoznania wyższej konieczności. Właśnie brak wyższej konieczności, celu rozumianego jako imperatyw moralny i tożsamości z sensem świata, a w każdym razie całkowite z niego wyłączenie bohatera, stanowi cechę, która w sposób istotny definiuje specyfikę *sword and sorcery*”. (M. Pustowaruk, *Od Tolkiena do Pratchetta. Potencjał rozwojowy fantazy jako konwencji literackiej*, Wrocław 2009, s. 100).

¹⁴ Jednym ze skrajnych przypadków jest plasujący się na pograniczu fantazy i *science fiction* cykl o planecie Gor (publikowany od 1966 r.) autorstwa J. Normana. Budził on liczne kontrowersje, wynikające przede wszystkim z oparcia ładu społecznego na systemie niewolniczym, w którym niewolnica, stanowiąca najbardziej luksusowy towar, sprowadzona zostaje do roli obiektu, którego podstawowym zadaniem jest zaspokajanie popędu seksualnego dominujących mężczyzn. Cykl nie został dotąd przetłumaczony na język polski. Zob. A. Sapkowski, *op. cit.*, s. 159; Gor [hasło], [w:] <https://en.wikipedia.org/wiki/Gor> [dostęp: 11.11.2015].

Można zauważyć, że postaci kobiece reprezentują tu przede wszystkim wzorce zaczerpnięte z eposów oraz romansów rycerskich, które znajdowały się u źródeł tej odmiany fantasy: są damami, urzekającymi urodą i dostojnością, uosabiającymi to, co najlepsze i najpiękniejsze¹⁵. Są również potężnymi heroinami, ucieleśniającymi kulturowo zakorzenione ideały kobiecości, takie jak czystość, łagodność (ale i niezłomność w obliczu zagrożenia), oddanie sprawie. Choć w narracji niejednokrotnie zwracana jest uwaga na niezwykłą urodę bohaterek¹⁶, warto zauważyć, że sposób konstruowania opisów i użyte w tym celu epitety tworzą obraz bohaterek pięknych w sposób idealny i niedostępny – nie tyle cielesny, ile raczej duchowy, wyraźnie odcinający się od sfery erotycznej¹⁷. Wpływa to na wytworzenie odczuwalnego dystansu, dlatego też przedstawicielki płci pięknej w prozie Tolkiena trudno postrzegać jako „kobiety z krwi i kości”, są raczej odrealnionymi projekcjami ideału, obiektami kultu i uwielbienia, nie istnieją natomiast jako obiekty erotyczne. Nie znaczy to oczywiście, że bohaterki fantasy przygodowej uznać można za przedstawione w sposób wiarygodniejszy ze względu na poświęcenie większej uwagi ich cielesności. U początków fantasy, zarówno w utworach o artystycznych aspiracjach, jak i tych o charakterze czysto rozrywkowym, kobiety – ukazywane wyłącznie z męskiej perspektywy – nie są bohaterkami „z krwi i kości”. Prezentowane są albo jako pozbawione wyrazu elementy schematu kompozycyjnego, albo wyidealizowane heroiny, w każdym zaś przypadku są równie mało wiarygodne.

Zaprezentowana charakterystyka bohaterek fantasy uwzględnia funkcjonowanie postaci kobiecych w jedynie dwóch fabularnych schematach tej odmiany literatury popularnej, pomija również omówienie zmian, jakie na tym tle zaszły na przełomie lat 50. i 60. XX w., kiedy to do głosu dochodzić zaczęły również kobiety piszące fantastykę. Były wśród nich tak znane i cenione później autorki, jak Ursula K. Le Guin, Andre Norton czy Marion Zimmer Bradley, w których twórczości odbijała się myśl feministyczna, wpływająca na zrewolucjonizowanie wizerunku ko-

15 Takie wrażenie wywiera na Frodzie spotkanie z Arweną, a na Gimlim z Galadriłą. Zob. J.R.R. Tolkien, *Władca Pierścieni. Drużyna Pierścienia*, przeł. M. Skibniewska, Warszawa 2004, s. 315, 493–494.

16 Zob. *ibidem*, s. 302, 315, 465, 490; *idem*, *Władca Pierścieni. Dwie wieże*, przeł. M. Skibniewska, Warszawa 2004, s. 146.

17 Na podobny sposób przedstawiania kobiet reprezentujących moralny ład u Clive’a Staplesa Lewisa – autora, który dzięki swoim *Opowieściom z Narnii* również kojarzony jest przede wszystkim z fantasy mitopoetycką – zwraca uwagę Lasoń-Kochańska, komentując powieść *science fiction* Lewisa pt. *Perelandra*: „Kobieta jest więc tu piękna w sposób asekualny, a jej doskonałość wiąże się ze stanem jej duszy”. (*Eadem, Ona odbiera mi imiona. Bóg mężczyzny i kobiety w fantastyce*, [w:] *Bóg artystów XX wieku*, red. D. Kulesza, M. Lula, M. Sawicka, Białystok 2003, s. 147).

biet w literaturze fantastycznej. Szybko doszło także do zdewaluowania się wzorca Tolkienowskiego – uległ on wpływowi łatwiejszej w odbiorze fantasty przygodowej. Przyczyniło się to do powstania szeregu utworów bazujących na schemacie fabularnym fantasty epickiej, ale jednocześnie wprowadzających do niego proste rozwiązania powieści przygodowej, co pozwoliło na aktywny udział postaci żeńskich w opisywanych wydarzeniach. Zmiany umożliwiły stworzenie galerii wielowymiarowych bohaterów, często występujących w rolach przypisanych początkowo sylwetkom męskim – postaci zindywidualizowanych, choć siłą rzeczy wpisanych w znane i utrwalone schematy fabularne. Początkowe wzorce były jednak punktem odniesienia dla późniejszych autorów i oddziałują również na współczesną literaturę fantasty, czego przykładem na polskim gruncie jest twórczość Jacka Piekary.

Utworky wchodzące w skład cyklu inkwizytorskiego ze względu na ich fabularną konstrukcję można uznać za mariaż *sword and sorcery*¹⁸ z elementami literatury kryminalnej¹⁹ – często bowiem (choć nie w przypadku wszystkich tekstów) wątki awanturnicze są powiązane z prowadzonym przez głównego bohatera inkwizytorskim śledztwem. Na sposób wykorzystania konwencji przygodowej wpływa wybór narracji pierwszoosobowej, ponieważ – jak zauważa Mieke Bal – „tożsamość narratora, sposób i stopień jej ujawnienia w tekście, a także implikowane nią wy-

Sposoby kreowania postaci kobiecych w cyklu inkwizytorskim Jacka Piekary

- 18 Inklinacje Piekary do literatury awanturniczej, zwłaszcza takiej właśnie odmiany fantasty, są bardzo wyraźne. Wystarczy wspomnieć, że jedną z jego pierwszych książek jest jedyna w polskiej literaturze próba pastiszu utworów o Conanie – powieść *Pani Śmierć* (1992) opublikowana pod pseudonimem Jack de Craft (<http://bit.ly/2bboKGM>). Ta ostatnia chronologicznie część przygód mocarnego barbarzyńcy nie zyskała uznania czytelników ze względu na liczne niespójności z wcześniejszymi częściami cyklu, błędy merytoryczne oraz niedociągnięcia warsztatowe. Zob. *Conan made in Poland*, <http://bit.ly/2b1zvpK> [dostęp: 12.05.2013]. Należy jednak podkreślić, że w przypadku utworów o Mordimerze Madderlinie odwołanie do konwencji miecza i magii ma miejsce przede wszystkim na poziomie schematu fabularnego (intensywność i nagle zwroty akcji pozwalające na nieskrępowany rozwój wypadków oraz techniczne połączenie czasu i przestrzeni w świecie przedstawionym utworów) oraz konstrukcji głównego bohatera (stały i niezmienny, oddający się żywiołowi przygody). Mniejsze znaczenie będzie miał tu pewien charakterystyczny dla fantasty przygodowej zestaw atrybutów, które – ze względu na realia świata przedstawionego – będą różniły się nieco od tych, które odnaleźć można w typowych opowieściach *sword and sorcery*, w których protagonistą jest mocarny barbarzyńca w typie Conana.
- 19 O wykorzystaniu schematów powieści kryminalnej (detektywistycznej oraz czarnego kryminału) w cyklu inkwizytorskim pisze Lidia Gąsowska. Zob. *eadem, Rozpoznawalne i popularne. Rozpoznać schemat i odtworzyć historię – na podstawie wybranych (o)powieści fantasty*, [w:] *Fantastyczność i cudowność. Wokół źródeł fantasty*, red. T. Ratajczak, B. Trocha, Zielona Góra 2009, s. 270–271.

bory decydują o specyficie danego tekstu”²⁰. Piekara protagonistą i jednocześnie narratorem swoich utworów uczynił inkwizytora Mordimera Madderdina, bohatera o kontrowersyjnym spojrzeniu na otaczającą go rzeczywistość. Obranie konwencji przygodowej oraz narracja pierwszoosobowa będą zatem rzutowały na sposób przedstawiania poszczególnych elementów świata przedstawionego, w tym również na to, jak kreowane będą pojawiające się na kartach cyklu postaci kobiece.

Jak już zostało wcześniej wspomniane, utwory o inkwizytorze Madderdinie wywołały pewne kontrowersje wynikające m.in. z opinii, że teksty przepełnione są seksem i epatują szowinizmem, warto więc w związku z tym zwrócić uwagę na to, jak często kobiety w nich występują. Na cykl składa się 27 tekstów²¹ (opowiadania, minipowieści i powieści), przy czym postaci kobiece pojawiają się w 18 utworach – w 11 są ściśle zaangażowane w akcję (ich pojawienie się stanowi punkt wyjścia lub oś konstrukcyjną opisywanych wydarzeń)²², w siedmiu natomiast są uwikłane w akcję jedynie pośrednio lub stanowią element estetyzujący²³. Można zatem zauważyć, że – w sensie ilościowym – kobiety pojawiają się tu stosunkowo często, co jest charakterystyczne dla fantasy typu przygodowego, jednocześnie jednak rzadziej (proporcjonalnie do obszerności cyklu) niż choćby w tekstach o Conanie autorstwa Howarda (należy jednak pamiętać, że było ich jedynie 18). Ze względu na to, że utwory Piekary kojarzyć należy przede wszystkim z fabularnym schematem *sword and sorcery*, warto przeanalizować, jak zaprezentowane w cyklu inkwizytorskim wizerunki bohaterek prezentują się na tle charakterystycznych sposobów przedstawiania kobiet na gruncie tej właśnie odmiany fantasy.

20 M. Bał, *Narratologia. Wprowadzenie do teorii narracji*, przekład zbiorowy, Kraków 2012, s. 18.

21 Stan sprzed 13.11.2015, kiedy premierę miał kolejny tom cyklu pt. *Ja inkwizytor. Kościany galeon*, który nie będzie uwzględniony w niniejszej analizie.

22 Zob. J. Piekara, *Sługa Boży*, [w:] *idem, Sługa Boży*, il. D. Broniek, Lublin 2006; *idem, Szkarłat i śnieg*, [w:] *idem, Sługa...*; *idem, Piękna jest tylko prawda*, [w:] *idem, Łowcy dusz*, il. D. Broniek, Lublin 2006; *idem, Wodzowie ślepych*, [w:] *idem, Łowcy...*; *idem, Mroczny krąg*, [w:] *idem, Młot na czarownice*, il. D. Broniek, Lublin 2007; *idem, Żar serca*, [w:] *idem, Młot...*; *idem, Głupcy idą do nieba*, [w:] *idem, Miecz Aniołów*, il. D. Broniek, Lublin 2007; *idem, Piękna Katarzyna*, [w:] *idem, Płomień i krzyż*, il. D. Broniek, t. 1, Lublin 2008; *idem, Mleko i miód*, [w:] *idem, Ja inkwizytor. Dotyk złota*, il. D. Broniek, Lublin 2010; *idem, Ja inkwizytor. Bicz Boży*, il. D. Broniek, Lublin 2011; *idem, Ja inkwizytor. Głód i pragnienie*, [w:] *idem, Głód i pragnienie*, il. D. Broniek, Lublin 2014.

23 Zob. J. Piekara, *Siewcy grozy*, [w:] *idem, Sługa...*; *idem, Owce i wilki*, [w:] *idem, Sługa...*; *idem, W oczach Boga*, [w:] *idem, Sługa...*; *idem, Ogrody pamięci*, [w:] *idem, Młot...*; *idem, Młot na czarownice*, [w:] *idem, Młot...*; *idem, Sierotki*, [w:] *idem, Miecz...*; *idem, Wieże do nieba*, [w:] *idem, Ja inkwizytor. Wieże do nieba*, il. D. Broniek, Lublin 2010.

Wizerunki kobiet pojawiających się na kartach cyklu są zwykle silnie skonwencjonalizowane zarówno pod względem opisów wyglądu zewnętrznego, jak i ról, które przypisane są im w świecie przedstawionym utworów, co należy uznać za typowe dla fantazy przygodowej. O ile jednak początkowe wzorce kreowania postaci żeńskich – odwołując się choćby do opowiadań o Conanie – zakładały, że kobieta ma być atrakcyjna fizycznie tak, by mogła być interesująca dla bohatera, o tyle analiza tekstów Piekary pozwala zauważyć, jaki konkretnie typ urody szczególnie przykuwa uwagę protagonisty. Partnerki Conana powinny być przede wszystkim piękne, a więc zgrabne, o pełnych piersiach, inne zaś szczegóły opisu, takie jak kolor i długość włosów czy kolor skóry, mają znaczenie drugorzędne. Wybranki Modrimera z kolei, zwłaszcza te, którymi bohater wyraża żywe zainteresowanie natury erotycznej, wpisują się zwykle w jeden ściśle określony kanon urody. Wskazuje na to fragment opowiadania *Szkarłat i śnieg*, w którym inkwizytor poznaje oskarżoną o czary Lorettę:

Z całą pewnością była piękna. Jasne, gęste włosy i delikatna twarz z lekko wystającymi kośćmi policzkowymi, które tylko dodawały jej uroku. [...] Kształtne dłonie i stopy, smukłe łydki, duże, jędrne piersi...²⁴

Podobnie opisana jest bohaterka opowiadania *Śługa Boży*, Elia Koller („Trzeba przyznać: śliczna bestyjka! Miała długie jasne włosy, wysoko upięte na czubku głowy i drapieźną twarz o małym nosku i wielkich szmaragdowych oczach”)²⁵, Enya – prostytutka (i – jak się później okazuje – wykwalifikowana morderczyni) pojawiająca się w tekście *Owce i wilki* („była bardzo szczupła i niewysoka, piersi miała jednak całkiem spore”²⁶, „W poświacie księżycy widziałem jej nagie ciało. Jasne włosy były rozsypane na poduszce”²⁷), a także Ilona Loebe, bohaterka opowiadania *Głupcy idą do nieba*:

Wysoka, o długich, falujących, pszenicznie jasnych włosach i alabastrowej cerze. Ubrana była w błękitną suknię, która obnażała smukłą szyję i mocno opinała strome piersi²⁸.

Nie jest to zresztą jedyny przykład kobiety, w której opisie zwrócona zostaje uwaga zarówno na biust, jak i na włosy w pszenicznym odcieniu, metafora ta powraca bowiem w odniesieniu do Doroty z *Mleka i miodu*:

Była całkiem przyjemną osobką, jeśli ktoś lubi kobiety o biodrach szerokich niczym łożo, piersiach wypchanych niczym piernaty i włosach niczym łąny falującej na wietrze pszenicy²⁹.

24 J. Piekara, *Szkarłat...*, s. 159. Wszelkie podkreślenia moje.

25 *Idem*, *Śługa...*, s. 98.

26 *Idem*, *Owce...*, s. 283.

27 *Ibidem*, s. 307.

28 *Idem*, *Głupcy...*, s. 27–28.

29 *Idem*, *Mleko...*, s. 203. Przytaczając ten fragment, warto nadmienić, że postać Doroty jest tutaj reprezentacją bogini płodności i urodzaju, z czym można po-

Ostatnią już bohaterką opisaną za pomocą zbliżonych środków wyrazu, istotną z punktu widzenia fabularnych zdarzeń (powabnych blondynek, które zwracają uwagę protagonisty swoją urodą, jest więcej, jednak znajdują się one raczej na marginesie głównej osi konstrukcyjnej utworu), jest Inga Krammer z minipowieści *Głód i pragnienie*:

[...] miałem okazję zobaczyć córkę Krammera w całej krasie kolorów. A więc złote włosy, błękitne oczy i cerę tak białą, że nie powstydziliby się jej księżniczka krwi. Poza tym na portrecie widziałem tylko jej twarz, a teraz ujrzałem i resztę postaci. A było na co popatrzeć, zważywszy na fakt, że dziewczyna była smukła niczym łania, lecz przy owej ponętnej smukłości jednocześnie przyjemnie zaokrąglona w tych miejscach, w których zaokrąglenia zupełnie, ale to zupełnie nie przeszkadzają³⁰.

Przytoczone fragmenty bardzo jasno wskazują, jaki typ urody zwraca szczególną uwagę inkwizytora: jasnowłosa piękność o ponętnej, najlepiej smukłej figurze i wydatnym biuście. Można wręcz zaryzykować stwierdzenie, że opisy wyglądu wymienionych bohaterek są nawet nie tyle skonwencjonalizowane, ile powtórzone i opatrzone jedynie innymi imionami postaci oraz wpisane w nowy tok fabularnych zdarzeń. W charakterystyczny dla fantasy przygodowej sposób uwaga zostaje tu skoncentrowana przede wszystkim na podkreśleniu walorów fizycznych i seksualnej atrakcyjności bohaterek, opisanych za pomocą podobnych, konwencjonalnych metafor i epitetów, takich jak: „pszeniczno jasne włosy”, „smukła niczym łania”, „ponętna”, „zaokrąglona”, które znalazły stałe miejsce w repertuarze językowych środków wykorzystywanych do określania kobiecych wdzięków. Koncentracja na cielesności wydaje się tu jednak jeszcze silniejsza niż u początków *sword and sorcery*. Tam bohaterki pełniły przede wszystkim rolę estetyzującego ornamentu, który miał wzbudzić zainteresowanie protagonisty, dlatego też w trakcie pierwszego spotkania konieczne było zwrócenie uwagi na atrakcyjność seksualną potencjalnej partnerki, następnie zaś punkt ciężkości przenoszony był na rozwój przygody i wartkie tempo akcji. Mordimer z kolei w narracji często powraca do kontemplacji piękna ciała (nie zawsze czyniąc to w sposób wyszukany), podkreślając nieustannie jego szczególną estetyczną wartość, konstruowaną za pomocą elementów, które współcześnie uchodzą za najbardziej pożądane³¹.

wiązać fakt posiadania przez nią jeszcze pełniejszych piersi i szerszych bioder niż u pozostałych bohaterek, które opisywane są raczej jako smukłe. Na temat motywów boginicznych w fantasy zob. m.in. G. Lasoń-Kochańska, *Motywy boginiczne w fantasy. Źródła i ewolucja*, [w:] *Fantastyczność...*, s. 133–142.

30 J. Piekara, *Głód...*, s. 104.

31 Wojciech Klimczyk pisze: „Ważne jest więc, że ciało ma być interesujące, ma się wyróżniać wśród innych ciał. Chodzi o jego estetyczną atrakcyjność wyznaczaną przez wyjątkowe cechy – największy biust, najokrągłejsze pośladki, najbardziej wydęte usta,

Zdecydowanie rzadziej natomiast prezentowane są w cyklu kobiety o innej aparycji, a pierwszoosobowa perspektywa narratora pozwala wnosić, że dzieje się tak dlatego, że to właśnie ten rodzaj piękna jest inkwizytorowi najmiłszy. W utworach Piekary uwagę zwracają właściwie tylko cztery bohaterki, które nie wyglądają tak, jak postaci wymienione wcześniej: rudowłosa prostytutka Katrina, odkrywająca przed młodym inkwizytorem tajniki *ars amandi*³², ciemnowłosa czarownica Karla, ratująca życie inkwizytora po starciu z demonem³³, Anna, potężna czarownica zdemaskowana i skazana przez protagonistę na śmierć³⁴, oraz Piękna Katarzyna – czarownica w typie śródziemnomorskiej piękności i matka Mordimera³⁵. Warto też nadmienić, iż spośród wymienionych tu bohaterek jedynie pierwsza przedstawiona jest przez protagonistę jako kobieta wzbudzająca w nim seksualne pożądanie, natomiast Anna, niemieszcząca się w preferowanym przez inkwizytora typie urody, ukazana zostaje w narracji oschle i za pomocą środków, które podkreślają nie walory, lecz mankamenty jej cielesności:

[...] przeczucia mnie zawiodły. Annę Hoffentoller wyobrażałem sobie jako rumianą, roslą dziewczynę z pyzatyimi policzkami i wielkimi piersiami. Tymczasem stała przede mną wysmukłą, brązowooką i brązowowłosą panną o bladej cerze i nieco zbyt ostrym nosku. Uśmiechnęła się na mój widok, lecz w tym uśmiechu nie było ani radości, ani sympatii³⁶.

Przytoczony fragment ukazuje, że dla głównego bohatera cyklu Piekary kobieta istnieje przede wszystkim jako przedmiot zainteresowania seksualnego, jeżeli Madderdin wprost nie oceni jej jako atrakcyjnej, wygląd bohaterki zostaje ukazany tak, by zaznaczyć, że jej uroda nie jest interesująca. Bywa, że jej powierzchowność zostaje określona wprost jako odpychająca:

Odziana Maria Grolsch sprawiała odstręczające wrażenie, lecz naga przypominała już nie kobietę, a istne monstrum. Jej piersi, małe i obwisłe, wyglądały jak wyschnięte krowie wymiona, tyłek miała nieforemny i kościsty, a podbrzusze porośnięte

najpiękniejsze oczy itd.” (W. Klimczyk, *Erotyzm ponowoczesny*, Kraków 2008, s. 99). Przywołanie tej myśli w kontekście kreacji kobiecych w cyklu inkwizytorskim wydaje się o tyle interesujące, że pokazuje pewną zależność między zjawiskami kulturowymi a ich odbiciem w literaturze popularnej. Dążenie do wyróżnienia się, zaakcentowania estetycznej atrakcyjności ciała poprzez zwrócenie uwagi na jego wyjątkowość sprowadza się w gruncie rzeczy do unifikacji i akcentowania wciąż tych samych elementów, decydujących o atrakcyjności. Podobnie prezentują się przytoczone opisy z utworów Piekary – choć w każdym z nich bohaterka prezentowana jest jako wyjątkowo piękna, zestawienie poszczególnych fragmentów tej wyjątkowości przeczy.

32 Zob. *idem*, *Wieże...*, *passim*.

33 Zob. *idem*, *Sierotki*, s. 265–266.

34 Zob. *idem*, *Piękna jest...*, *passim*.

35 Zob. *idem*, *Piękna Katarzyna*, *passim*.

36 *Idem*, *Piękna jest...*, s. 296.

gęstymi, skudlonymi włosami. Do tego spomiędzy jej ud sterczały sino czerwone wargi sromowe, a ich wygląd przypominał mi język jakiegoś padlinożercy, który właśnie najadł się zgnilego mięcha. Czyż wygląd Grolschowej nie potwierdzał tezy mówiącej, że ludzie dotknięci defektami fizycznymi są również moralnymi karłami?³⁷

Można zatem zauważyć, że pierwszoosobowa narracja cyklu w reprezentacjach kobiet skupia się przede wszystkim na ich cielesności – niezależnie od tego, czy uznać ją można za atrakcyjną, czy też przeciwnie. Bez względu na to, jaką rolę dana bohaterka odgrywa w fabule utworu, zostanie oceniona przez pryzmat wyglądu zewnętrznego, który posłuży również do potencjalnej oceny jej kondycji moralnej. Kobieta nieprzedstawiająca wartości jako obiekt erotyczny ściśle odpowiadający gustom protagonisty nie znajduje zainteresowania w ogóle. Jeśli natomiast okoliczności zmuszają inkwizytora do kontaktu z kobietą o wątpliwej atrakcyjności fizycznej, daje on wyraz swojej odrazie i w narracji ukazuje bohaterkę jako zdegenerowane monstrum, które wzbudza odrazę samym swoim istnieniem. Rolą kobiety jest tu bowiem przede wszystkim funkcja przedmiotu estetycznego i jeśli się w nią nie wpisuje, narracja odmawia jej w ogóle racji bytu.

Paradoksalnie, Mordimer często zaznacza, że istotne znaczenie w ocenie atrakcyjności kobiety ma również jej inteligencja, obycie, umiejętność wysłowienia się czy pewna siła charakteru, trudno jednak nie dopatrzeć się w tych uwagach pewnej dozy ironii, zwłaszcza koncentrując się na wypowiedzeniach, jakimi protagonista zwykle takie zapewnienia uzupełnia:

[...] dzierlatka była odważna i wygadana, a takie kobiety zawsze budziły ciepłe uczucia w moim sercu, pod warunkiem, że z danej im przez Pana zdolności mówienia korzystały ze stosownym umiarem³⁸.

Inteligencja, bystrość, spostrzegawczość bohaterki jest istotna, ale tylko i wyłącznie wtedy, kiedy kobieta nie stara się zaakcentować swojej wyższości i w odpowiednim momencie okazuje właściwą jej – w myśl światopoglądu inkwizytora – uległość względem mężczyzny. Co więcej, za oznakę godnego pochwały sprytu protagonista uważa m.in. zdolność umiejętnego posługiwania się atrakcyjnym seksualnie ciałem w celu osiągnięcia pewnych profitów – oczywiście wtedy, kiedy bohater sam ma szansę na tym skorzystać³⁹. Co więcej, w ocenie Mordimera pozytywnie wartościowana jest postawa, w której kobieta wyjątkowo chętnie godzi się na to, by swoje wdzięki oddać do jego dyspozycji. Ukazuje to sposób, w jaki główny bohater wypowiada się choćby o Enyi, Indze Kramer czy Dorocie, przy czym warto zauważyć, że w przypadku tej ostatniej

37 *Idem, Dotyk...*, s. 124.

38 *Idem, Głód...*, s. 110.

39 *Zob. idem, Bicz...*, *passim*; *idem, Głód...*, s. 116.

nieustanny popęd seksualny staje się dla bohatera męczący. Sytuację tę odczytać można jako pewnego rodzaju ironiczny komentarz do jego niezadowolenia z tego, iż to kobieta może pochwalić się większym libido i zaczyna przejmować inicjatywę w kontaktach seksualnych.

W pojawiających się zatem uwagach na temat istotnej roli inteligencji partnerek należałoby raczej dostrzegać element autokreacji bohatera, którą nacechowana jest całość pierwszoosobowej narracji cyklu inkwizytorskiego. Kobieta może być intrygującym, wartym docenienia rozmówcą, o ile wcześniej okazała się wystarczająco interesująca jako obiekt erotyczny. Ponadto warto również nadmienić, że niejednokrotnie na podstawie zachowania czy wypowiedzi bohaterki trudno jest powiedzieć, co właściwie wyróżnia ją i czyni wyjątkową, z czego tym bardziej wnioskować można, iż pierwszoosobowa perspektywa jako intrygujące ukazuje tylko te panie, których powierzchowność jest wystarczająco atrakcyjna, by mogła wzbudzić seksualne pożądanie. Warto w tym miejscu nadmienić, że narracyjna autokreacja protagonisty ujawnia się nie tylko w sposobie, w jaki mówi o sobie samym, lecz także w metodach wypowiadania się i komentowania (głównie w formie monologu wewnętrznego) innych postaci. Typ narracji ujawnia przede wszystkim mizoginię, niedbałe (lecz natarczywe) podkreślanie poczucia wyższości względem kobiet (ale nie tylko, warto bowiem zauważyć, że Mordimer stale zaznacza swoją dominację na wszystkich płaszczyznach, frazy zapewniające o prostocie i skromności należy zaś uznać za kokieteryjny chwyt retoryczny), co uwidacznia się poprzez nieustanne budowanie ironicznego dystansu bohatera względem płci pięknej. Oddają to za barwione sarkastycznym humorem uwagi inkwizytora dotyczące roli kobiet w świecie przedstawionym:

Ho, ho, nie była jednak taka głupia, jak początkowo sądziłem. To dobrze. Kobiet potrafiących służyć za materac jest wiele na tym naszym nie najweselszym ze światów. Ale znalezienie dowcipnie czy roztropnie gadającego materaca nie jest już takie proste⁴⁰.

Narrator cyklu inkwizytorskiego bez wątpienia traktuje płęć piękną instrumentalnie, mierząc wartości każdej z pojawiających się na kartach utworów bohaterek tylko i wyłącznie za pomocą oceny ich atrakcyjności seksualnej. Takie przedstawienie jest typowe dla fantazy przygodowej, gdzie również zainteresowanie erotyczne postacią kobiecą wielokrotnie było czynnikiem decydującym o włączeniu jej do fabuły utworu. Tu jednak można zauważyć, że ta czysto ornamentacyjna rola płci pięknej zostaje wręcz groteskowo przerysowana. Pierwotny schemat fabularny *sword and sorcery*, narracja trzecioosobowa oraz nadrzędność pierwiastka awan-

40 *Idem, Mleko...*, s. 209.

turnicznego nie pozwalały na dłuższą koncentrację uwagi na kobiecych wdziękach poza rozpoznaniem obiektu erotycznego i finalnym odbiorem należnej bohaterowi „nagrody”. W cyklu *Piekary* natomiast przedmiot seksualnego zainteresowania czytelnik poznaje z perspektywy narratora pierwszoosobowego, który świat nie tylko prezentuje, ale również subiektywnie kształtuje i estetyzuje. Pierwszoosobowa narracja zdecydowanie częściej może skupiać się na ukazywaniu kobiecych wdzięków, ponieważ oddaje punkt widzenia głównego bohatera, z kolei narracja auktorialna w powieści awanturniczej podążać musi przede wszystkim za biegiem zdarzeń – od przygody do przygody. Mordimer jednak, mimo że niezwykle chętnie kreuje siebie na estetę, dla którego piękno jest jedną z nadrzędnych wartości w świecie, zestawia je często na zasadzie szokującego kontrastu z poniżeniem i upadkiem, zwłaszcza w kontekście kobiecej urody:

W poświęcie księżycy widziałem nagie ciało. Jasne włosy były rozsypane na poduszce, lewą dłoń oparła na piersi, a lekko rozchylone nogi ujawniały słodką tajemnicę skrytą pomiędzy udami. Wyglądała uroczo i niewinnie, aż wierzyć się nie chciało, że jest tylko hezką [pochodzącą z Hez-hezronu, największego miasta w świecie przedstawionym cyklu – przyp. J.P.] dziwką. A jej uda wyszlizgane już zostały przez dziesiątki, a zapewne i setki mężczyzn. Cóż, pewnie za kilka lat straci nawet pozorną słodkość i niewinność. Szkoda. Jak zawsze, kiedy ze świata znika odrobina piękna⁴¹.

W podobny sposób ubolewanie nad przemijalnością piękna w świecie wyraża narrator również w opowiadaniu *Sługa Boży*, posługując się takimi samymi słowami, jak końcowe zdania przytoczonego fragmentu, z tym że tam dotyczą one bohaterki, którą inkwizytor skazał na śmierć za uprawianie czarnej magii („Cóż... wypadało pogodzić się z myślą, że Elii nie będzie już wśród nas. Szkoda. Jak zawsze, kiedy ze świata znika kawałek piękna”⁴²). Można powiedzieć, że w obu przypadkach refleksja ta ujawnia przede wszystkim pewną hipokryzję protagonisty – zdradzając bowiem przedmiotowe podejście do kobiet, postrzegając je w kategoriach estetycznej oraz erotycznej atrakcyjności, w zjadliwy sposób komentuje prostytutkę, z której usług korzysta i której biegłością w *ars amandi* wcześniej się zachwycił. Zastanawiające jest zatem, że choć z jednej strony protagonista chwali sobie seksualną otwartość kobiet, bezpruderyjnie oddających mu swoje wdzięki, jednocześnie konsekwentnie unika podobnych sarkastycznych, pobłażliwych lub pogardliwych komentarzy w odniesieniu do jednej tylko bohaterki – wspomnianej już Ilony Loebe. Jednej z niewielu, z którymi nie połączyły go relacje seksualne, a do której niejednokrotnie wraca we wspomnieniach jako do projekcji pewnego nieosiągalnego dla niego ideału.

⁴¹ *Idem*, *Owce...*, s. 307.

⁴² *Idem*, *Sługa...*, s. 130.

Zaprezentowana analiza wizerunków kobiecych w cyklu inkwizytorskim ukazuje, że większość bohaterek (choć ze względów zrozumiałych nie na każdej z nich skupia się niniejszy tekst, ogniskujący uwagę na tych najbardziej reprezentatywnych) ukazana jest w sposób charakterystyczny dla fantazy przygodowej – przedstawiają pewne ściśle określone i skonwencjonalizowane typy postaci, które w pewnym uproszczeniu zaklasyfikować można albo jako złowrogie *femmes fatales*, albo jako ukazane przedmiotowo estetyczne ornamenty tekstu. Pewien wyjątek stanowić tu może jedynie postać Ilony Loebe, do której Mordimer powraca w rozważaniach jako do nieosiągalnego ideału. Zbyt daleko idącym uproszczeniem, nawet w tekście o charakterze publicystycznym, wydaje się jednak stwierdzenie Joanny Tomczak: „Autor dokonał swoistego podziału występujących u niego pań (i raczej długo się nad tym nie zastanawiał) na głupie i złe”⁴³. Należy bowiem pamiętać, że obraz kobiet, jaki wyłania się z lektury, tworzony jest na bazie projekcji pierwszoosobowej narracji, zwracającej uwagę bardzo wyraźną autokreacją protagonisty. Trudno na tej podstawie wnioskować o rzeczywistej kondycji kobiet w świecie przedstawionym utworów, ponieważ donosi o niej w dużej mierze nacechowany ideologicznie i światopoglądowo monolog wewnętrzny Mordimera. W tekście można jednak odnaleźć przesłanki wskazujące na to, że pewne bohaterki zdecydowanie wykraczają poza ramy konwencjonalnych kobiecych ról, które pragnie im przypisać protagonista. Pomijając przykład Enyi – wspomnianej już prostytutki a jednocześnie wykwalifikowanej morderczynie Inkwizytorium – gdyż stanowi ona przede wszystkim narzędzie w rękach przełożonych, warto zwrócić uwagę na dwie inne również wymienione wcześniej bohaterki – czarownice: Karłę i Annę Hoffentoller. Szczególnie interesujący jest w tym kontekście przypadek tej pierwszej, ponieważ pojawia się ona tylko epizodycznie i – ku zdziwieniu Mordimera – jest traktowana z wielkim szacunkiem przez najtajniejsze służby Świętego Oficjum [sic!]⁴⁴. Podobnie jest z Anną, która choć przez głównego bohatera jest wydana na śmierć, ostatecznie zostaje wtajemniczona w pracę Inkwizytorium⁴⁵. Te enigmatyczne wzmianki są pewnego rodzaju sygnałem, że kobiety – a na pewno część z nich – nie funkcjonują w świecie w sposób tak jednoznaczny i instrumentalny, jak przekonuje o tym pierwszoosobowa narracja.

Tendencja do konwencjonalizacji obrazu kobiet oraz sprowadzenia ich jedynie do roli obiektu seksualnego pożądania jest jednak tym, co wysuwa się na pierwszy plan. Eksploatowanie środków charakterystycznych dla fantazy przygodowej i umieszczenie ich w narracji pierwszo-

Nie tylko
głupie bądź złe
– podsumowanie

43 J. Tomczak, *op. cit.*

44 Zob. J. Piekara, *Sierotki...*, s. 275–279.

45 Zob. *idem*, *Piękna jest...*, 394–395.

osobowej sprawia, że odbiorca pozbawiony jest możliwości zrekonstruowania panoramicznego obrazu funkcjonowania kobiet w świecie przedstawionym utworów. Mimo pewnych sygnałów, że istnieją bohaterki, które mogą mieć istotny wpływ na losy świata, brak jakichkolwiek informacji na temat tego, jaka jest ich rzeczywista rola. Z prostej przyczyny – wiedzy takiej nie ma narrator. Siłą rzeczy zatem uwaga odbiorcy zostaje zogniskowana na tych aspektach kobiecości, które protagonista może poznać empirycznie, czyli na tym, co związane jest z cielesnością oraz estetyczną i erotyczną atrakcyjnością. Obraz ten jest w rzeczy samej powieleniem szeregu wyobrażeniowych i literackich stereotypów. Można jednak zauważyć, że umieszczenie ich w perspektywie narracji pierwszoosobowej w groteskowy wręcz sposób obnaża mankamenty zakorzenionego w przygodowej odmianie fantasy wizerunku kobiet jako pozbawionych samodzielności w świecie przedstawionym elementów urozmaiaczących podstawowy schemat fabularny utworów.

Bibliografia

- 5 *młodzieżowych książek fantasy, których bohaterki czegoś cię nauczą*, <http://www.kultura.banzaj.pl/5-mlodziezowych-ksiazek-fantasy-ktorych-bohaterki-czegos-cie-naucza-91970.html> [dostęp: 10.11.2015].
- (anak), *Płciowość fantastyki*, „Nowa Fantastyka” 1999, nr 10.
- Bachtin Michaił, *Formy czasu i przestrzeni w powieści*, [w:] *idem, Problemy estetyki i literatury*, przeł. W. Grajewski, Warszawa 1982.
- Bal Mieke, *Narratologia. Wprowadzenie do teorii narracji*, przekład zbiorowy, Kraków 2012.
- Gąsowska Lidia, *Rozpoznawalne i popularne. Rozpoznać schemat i odtworzyć historię – na podstawie wybranych (o)powieści fantasy*, [w:] *Fantastyczność i cudowność. Wokół źródeł fantasy*, red. T. Ratajczak, B. Trocha, Zielona Góra 2009.
- Gemra Anna, *Literatura popularna. Literatura gatunków?*, [w:] *Retoryka i badania literackie. Rekonesans*, red. J. Z. Lichański, Warszawa 1998.
- Grygiel Jakub, *Najbardziej intrygujące kobiety w literaturze*, <http://splay.pl/2014/03/04/tydzien-najbardziej-intrygujace-kobiety-literaturze/> [dostęp: 10.11.2015].
- Klimczyk Wojciech, *Erotyzm ponowoczesny*, Kraków 2008.
- Lasoń-Kochańska Grażyna, *Kobiety opowiadają świat. Szkice o fantastyce*, Słupsk 2008.
- Lasoń-Kochańska Grażyna, *Motywy boginiczne w fantasy. Źródła i ewolucja*, [w:] *Fantastyczność i cudowność. Wokół źródeł fantasy*, red. T. Ratajczak, B. Trocha, Zielona Góra 2009.
- Lasoń-Kochańska Grażyna, *Ona odbiera mi imiona. Bóg mężczyzny i kobiety w fantastyce*, [w:] *Bóg artystów xx wieku*, red. D. Kulesza, M. Lula, M. Sawicka, Białystok 2003.
- Lichański Jakub Z., *Literatura fantasy jako problem genologiczny (na przykładzie twórczości C.S. Lewisa i J.R.R. Tolkiena)*, [w:] *Genologia i konteksty*, red. Cz. P. Dudka, Zielona Góra 2000.

- Majkowski Tomasz Z., *W cieniu Białego Drzewa. Powieść fantasy w XX wieku*, Kraków 2013.
- Piekara Jacek, *Bicz Boży*, Lublin 2011.
- Piekara Jacek, *Głód i pragnienie*, [w:] *idem, Głód i pragnienie*, Lublin 2014.
- Piekara Jacek, *Głupcy idą do nieba*, [w:] *idem, Miecz Aniołów*, Lublin 2007.
- Piekara Jacek, *Mleko i miód*, [w:] *idem, Dotyk zła*, Lublin 2010.
- Piekara Jacek, *Młot na czarownice*, [w:] *idem, Młot na czarownice*, Lublin 2007.
- Piekara Jacek, *Mroczny krąg*, [w:] *idem, Młot na czarownice*, Lublin 2007.
- Piekara Jacek, *Ogrody pamięci*, [w:] *idem, Młot na czarownice*, Lublin 2007.
- Piekara Jacek, *Owce i wilki*, [w:] *idem, Sługa Boży*, Lublin 2006.
- Piekara Jacek, *Piękna jest tylko prawda*, [w:] *idem, Łowcy dusz*, Lublin 2006.
- Piekara Jacek, *Piękna Katarzyna*, [w:] *idem, Płomień i krzyż*, t. 1, Lublin 2008.
- Piekara Jacek, *Sierotki*, [w:] *idem, Miecz Aniołów*, Lublin 2007.
- Piekara Jacek, *Siewcy grozy*, [w:] *idem, Sługa Boży*, Lublin 2006.
- Piekara Jacek, *Szkarłat i śnieg*, [w:] *idem, Sługa Boży*, Lublin 2006.
- Piekara Jacek, *Sługa Boży*, [w:] *idem, Sługa Boży*, Lublin 2006.
- Piekara Jacek, *Wieża do nieba*, [w:] *idem, Wieża do nieba*, Lublin 2010.
- Piekara Jacek, *W oczach Boga*, [w:] *idem, Sługa Boży*, Lublin 2006.
- Piekara Jacek, *Wodzowie ślepych*, [w:] *idem, Łowcy dusz*, Lublin 2006.
- Piekara Jacek, *Żar serca*, [w:] *idem, Młot na czarownice*, Lublin 2007.
- Pustowaruk Marek, *Od Tolkiena do Pratchetta. Potencjał rozwojowy fantasy jako konwencji literackiej*, Wrocław 2009.
- Sapkowski Andrzej, *Rękopis znaleziony w smoczej jaskini. Kompendium wiedzy o literaturze fantasy*, Warszawa 2005.
- Szewczyk Jolanta, *Conan – bohater heroic fantasy. O twórczości Roberta E. Howarda*, „Literatura i Kultura Popularna” 1996, t. 5.
- Tolkien John Ronald Reuel, *Władca Pierścieni. Drużyna Pierścienia*, przeł. M. Skibniewska, Warszawa 2004.
- Tolkien John Ronald Reuel, *Władca Pierścieni. Dwie wieże*, przeł. M. Skibniewska, Warszawa 2004.
- Trębicki Grzegorz, *Fantasy. Ewolucja gatunku*, Kraków 2007.
- Wiśniewski Łukasz M., *Wojna światów: mężczyzna i kobieta w fantastyce*, „Fenix” 1999, nr 7.
- Wood Susan, *Księżniczki i emancypantki*, przeł. M. Dutkiewicz, „Fantastyka” 1983, nr 3.
- Żabski Tadeusz, *Literatura popularna* [hasło], [w:] *Słownik literatury popularnej*, red. *idem*, Wrocław 2005.
- Żabski Tadeusz, *Przemiany powieści przygodowej XIX i XX wieku*, [w:] *Z problemów aksjologii literatury i kultury popularnej*, red. S. Uliasz, Rzeszów 1996.

Robert Dudziński
Uniwersytet Wrocławski

Wszystkie kobiety porucznika Borewicza. Kobiecość i męskość w serialu *07 zgłoś się* w kontekście jego literackiego pierwowzoru

Abstrakt

Artykuł stanowi porównawczą analizę serialu *07 zgłoś się* oraz jego literackich pierwowzorów, skupioną przede wszystkim na kwestiach związanych z obrazowaniem i funkcjonalizowaniem płciowości. Wywód autora omawia trzy zasadnicze kwestie: 1) problem erotyki i seksualności; 2) relacji rodzinnych; 3) równouprawnienia i emancypacji kobiet. Zestawienie to ujawnia znaczące przesunięcie w sposobie obrazowania kobiecości i męskości, które dokonało się w toku procesu adaptacyjnego.

Słowa kluczowe

07 zgłoś się, kultura masowa, telewizja, seriale, Polska Rzeczpospolita Ludowa

Wszystkie kobiety porucznika Borewicza. Kobiecość i męskość w serialu *07 zgłoś się* w kontekście jego literackiego pierwowzoru

Głównym celem niniejszego tekstu jest zestawienie dwóch sposobów przedstawiania i funkcjonalizowania kwestii związanych z płcią przez kulturę masową PRL-u na przykładzie serialu kryminalnego *07 zgłoś się* oraz jego literackich pierwowzorów¹. Porównanie takie jest zasadne, ponieważ w toku procesu adaptacyjnego Krzysztof Szmagier, reżyser i scenarzysta większości odcinków *07 zgłoś się*, dokonał pewnych znaczących zmian i przesunięć w adaptowanym materiale, także jeśli chodzi o kwestię wyobrażeń na temat płci. Opisanie i wyjaśnienie charakteru tych zmian jest istotne z dwóch powodów. Po pierwsze, powie nam to wiele o samym serialu i strategii, jaką przy ekranizowaniu literatury kryminalnej Polski Ludowej przyjął Szmagier. Po drugie, pozwoli ujrzeć dwa wyraziste sposoby kodowania kobiecości i męskości, które współistniały w kulturze popularnej PRL-u, a zatem w publicznym dyskursie i w społecznej świadomości².

- ¹ Niemal każdy z odcinków był ekranizacją jednej powieści milicyjnej. Na temat tego, na jakich tekstach bazowały poszczególne odcinki *07 zgłoś się*, zob. R. Dudziński, *Między literaturą a filmem, między władzą a widzem. Miejsce ideologii w serialu 07 zgłoś się i jego literackich pierwowzorach*, [w:] *Wybory popkultury. Relacje kultury popularnej z polityką, ideologią i społeczeństwem*, red. K. Kowalczyk, J. Płoszaj, Wrocław 2014, s. 83–112, <http://bit.ly/2bZ9fQR> [dostęp: 24.10.2015].
- ² Kwestie związane z ekranowym wizerunkiem płci w *07 zgłoś się* poruszała niedawno w swoim tekście Sylwia Kołos. Przedstawioną w jej artykule analizę trudno jednak uznać za naukowo satysfakcjonującą bądź wyczerpującą – autorka skupia się przede wszystkim na (negatywnym) ocenianiu serialu, wyliczając jego kolejne niedociągnięcia, oraz stawia ryzykowne, nieznajdujące poparcia w badanym materiale tezy. Serial *07 zgłoś się* jest tam bowiem jednocześnie nazywany mitem, baśnią, polskim filmem bondowskim oraz serialem realistycznym, każda zaś z tych etykiet nie zostaje właściwie umotywowana. Nie pojawia się zaś rzeczywiście istotny dla produkcji Szmagiera kontekst amerykańskiego kina policyjnego. W związku z tym

Ze względu na ograniczenia dotyczące obszerności tekstu postanowiłem w swojej analizie skupić się na trzech obszarach, w których szczególnie wyraźnie ujawnia się sposób konstruowania wyobrażeń na temat płci w analizowanych tekstach. Będą to kolejno kwestie związane z erotyzmem i seksualnością, rodziną oraz równouprawnieniem. Porównanie powieściowych i serialowych konstrukcji pozwoli wysnuć ogólne wnioski na temat tego, jak *07 zgłoś się* definiowało kobiecość i męskość i dlaczego robiło to właśnie w ten sposób.

Nasylenie *07 zgłoś się* wątkami erotycznymi jest do dziś jedną z najbardziej rozpoznawalnych cech serialu, funkcjonującą w zbiorowej pamięci lepiej niż poszczególne kryminalne zagadki i wywołującą reakcje już w momencie emisji pierwszych serii w telewizji. Tymczasem erotyka w literackich pierwowzorach serialu jest niemal nieobecna. Większość wątków, w których możemy śledzić miłosne perypetie porucznika Borewicza, została dodana przez scenarzystów i nie występowała w powieściach (widać to zresztą doskonale w konstrukcji serialowej akcji – zazwyczaj wspomniane wątki są co najwyżej luźno związane z tokiem śledztwa).

Bohaterowie powieści milicyjnych zbudowani byli podług jednego z dwóch schematów: albo (konstrukcja ta zdecydowanie przeważa w pierwowzorach *07 zgłoś się*) mieliśmy do czynienia z oficerem, który był statecznym, typowym obywatelem i – bardzo często – szacowną głową rodziny lub rozwodnikiem porzuconym przez żonę, albo ze swego rodzaju milicjantem-światowcem czy nawet milicjantem-playboyem⁴. Był to jednak playboy bardzo specyficzny. W tekstach stanowiących kanwę dla serialu właściwie tylko bohater *Dlaczego pan zabił moją mamę?* Adama Hauerta reprezentuje ten typ w stanie czystym i na jego przykładzie bardzo dobrze widać wspomnianą specyfikę. Kapitan Zbigniew Bolski sam o sobie mówi: „Kobiety i pieniądze w ogóle mnie się nie trzymają”⁵, uży-

„Czy mogę liczyć na to, że dzisiaj obejdzie się bez striptizu?”³

temat wizerunku płci w *07 zgłoś się* nadal nie został należycie opisany. Zob. S. Kołos, ...i serial stworzył funkcjonariusza. *Wizerunki męskości i kobiecości w serialu 07 zgłoś się Krzysztofa Szmagiera*, [w:] *Polskie seriale telewizyjne*, red. P. Zwierchowski et al., Bydgoszcz 2014, s. 121–135.

3 Poszczególne śródtytuły są cytacjami z serialu, pochodzącymi kolejno z odcinków: 10., 2., 19. i 1.

4 Zob. J. Jastrzębski, „Ewa wzywa 07” – *07 nie odpowiada*, [w:] *idem, Czas relaksu. O literaturze masowej i jej okolicach*, Wrocław 1982, s. 186–190. Podobne rozróżnienie wprowadzają też: W. P. Kwiatek, *Zagadki bez niewiadomych. Kto i dlaczego zamordował polską powieść kryminalną*, Warszawa 2007, s. 53–62; S. Barańczak, *W kręgu powieści: nadludzie w niebieskich mundurach*, [w:] *idem, Czytelnik ubezwłasnowolniony. Perswazja w masowej kulturze literackiej PRL*, Paryż 1984, s. 96–130.

5 A. Hauert, *Dlaczego pan zabił moją mamę?*, Warszawa 1970, s. 5.

wa angielskich perfum, zachowuje się z wystudiowaną elegancją i wyraża się w wyszukany sposób⁶, w swoim życiu zaś przeżył m.in. taki epizod:

Korzystając ze swojego znakomitego wyglądu, rozkochał kiedyś młodą dziewczynę, przy pomocy której usiłowano wywieźć z Polski większą ilość biżuterii. Dziewczyna doszła do wniosku, że lepsze parę dni miłości w kraju niż nie wiadomo jakie losy za granicą. Biżuteria została w muzeum. Bolski zresztą od pierwszej chwili oświadczył dziewczynie, że jest oficerem MO. Nawet w sprawach zawodowych starał się unikać podstępów i wszelkiej gry, którą w swoich kryteriach oceny uważał za grę nie fair⁷.

Znamienne są tutaj dwie sprawy. Po pierwsze, zapewnieniom bohatera o powodzeniu wśród kobiet („kobiety się go nie trzymają”), musi towarzyszyć zapewnienie narratora, który w żadnym wypadku nie pozwoli, aby Bolski był dla odbiorcy ambiwalentny i aby padł na niego choć cień podejrzania o niewłaściwe zachowanie: on zawsze gra *fair*. Nawet jeśli zawiązuje krótkotrwały romans z przestępczynią, to czyni to za jej zgodą (i dla dobra śledztwa oczywiście). Po drugie, owa przebojowość głównego bohatera zazwyczaj pozostaje w powieściach elementem czysto deklaratywnym: dowiadujemy się, iż jest przystojny, a kobiety za nim szaleją, czasem, jak w powyższym przykładzie, poznamy jakieś wzmianki o jego dawnych podbojach, ale w toku akcji ta sfera zostaje zupełnie usunięta sprzed oczu czytelnika. W to, że są playboyami, musimy wierzyć na słowo. W kontekście serii *Ewa wzywa 07*, której powieści stanowiły kanwę dla sporej liczby odcinków *07 zgłoś się*, tak pisze o tym Jerzy Jastrzębski:

Nawiasem mówiąc, książka Gaworskiego [...] zawiera jedyne w swoim rodzaju sceny erotyczne, co jest warte podkreślenia, gdyż autorzy pozostałych zeszytów dość skwapliwie wszelkiej zmysłowości unikają. [...] W ogóle erotyzm jest zjawiskiem na kartach zeszytów z serii „Ewa wzywa 07” raczej nie spotykam – wśród kilkudziesięciu zabójstw nie ma ani jednego na tle miłosnym. Miłość [...] pojawia się marginalnie raczej [...], ale nie angażuje już funkcjonariuszy milicji⁸.

Jeżeli już jakiegokolwiek wątki miłosne dotyczące milicjantów pojawiają się w toku fabuły, to są one rozwijane w kluczu konserwatywnym. I tak np. w *Strzale na dansingu* Jerzego Edigeja główny bohater ma dziewczynę, z którą spotyka się na tytułowym dansingu na kawie i wuzetkach, nigdy zaś nie odwiedza jej w domu (ona jego również nie), a cała powieść kończy się zapowiedzią ślubu. Z kolei w *Major opóźnia akcję* Marcina Dora pojawia się wątek młodego (a więc niedoświadczonego) milicjanta, który wplątuje się w pozamałżeński romans z dużo starszą od niego kobietą. Związek ten potępia zarówno ojciec bohatera, jak i koledzy z pracy i finalnie okazuje się, że wszyscy oni mieli rację

6 *Ibidem*.

7 *Ibidem*, s. 6.

8 J. Jastrzębski, *op. cit.*, s. 188.

– kochanka milicjanta była bowiem agentką podstawioną przez szajkę przemytników, aby wydobywać od oficera tajne informacje. Spotyka go zatem kara za złamanie społecznego tabu.

W tej samej powieści inny milicjant nawiązuje romans z urzędniczką poczty, mieszkając u niej i okłamując ją co do swojej tożsamości. Ma to jednak uzasadnienie fabularne – mężczyzna pracuje *incognito* i nie może zdradzić się przed nikim (praca jest w powieści milicyjnej zawsze ważniejsza niż życie prywatne⁹), nawet przed ukochaną. Wątek ten również zostaje rozwiązany w duchu światopoglądu konserwatywnego – zapowiedzią ślubu dwojga bohaterów.

Zupełnie inaczej – jak wspominałem – sprawa ta wygląda w *07 zgłoś się*. Charakter wątków erotycznych zmienia się w toku adaptacji zarówno ilościowo, jak i jakościowo. Serial o poruczniku Borewiczu bardzo wyraźnie uwypuklił tę kwestię, czyniąc miłosne podboje głównego bohatera jednym ze stałych, charakterystycznych elementów fabuły, a erotykę – jedną z głównych atrakcji. Ten składnik akcji opisać można właściwie na dwóch poziomach.

Po pierwsze, w przeciwieństwie do powieściowych pierwowzorów w *07 zgłoś się* pojawiają się dość śmiało sceny erotyczne i z czasem ich częstotliwość narasta. Po raz pierwszy częściowo nagą bohaterkę pokazano w odcinku czwartym pt. *300 tysięcy w nowych banknotach* z 1978 r. i od tego momentu sceny eksponujące nagość w erotycznym kontekście pojawiały się właściwie w każdym z epizodów, były coraz częstsze i coraz śmielsze¹⁰.

Po drugie, postać porucznika Borewicza została stworzona na wzór filmowego amanta (przystojny, wysportowany, zawsze nienagannie i stylowo ubrany – w późniejszych odcinkach także w amerykańską kurtkę wojskową M65, bardzo podobną do modelu M43 noszonego przez Maćka Chelmickiego w *Popiele i diamencie* Andrzeja Wajdy z 1958 r.). Co więcej, ta stylizacja znajduje także potwierdzenie w jego czynach. Główny bohater już w pierwszym epizodzie (*Major opóźnia akcję* z 1976 r.) błyskawicznie uwodzi spotkaną w salonie fryzjerkę, a potem wątki miłosne nieustannie w kolejnych odcinkach powracają, stając się elementem charakterystycznym serialu. Warto zwrócić uwagę, że zazwyczaj romanse Borewicza bardzo wyraźnie przekraczają konserwatywny światopogląd, który wyznaczał granice życia uczuciowego w literackich pierwowzorach.

⁹ Zob. W.P. Kwiatek, *op. cit.*, s. 94–97.

¹⁰ Jednocześnie jednak istniały granice, których nie przekroczone: na ekranie nie pojawiła się nigdy scena stosunku seksualnego (zawsze obrazowano je przy pomocy elipsy), rzadko też pojawia się nagość męska. Szerzej na temat charakteru erotyki w *07 zgłoś się* zob. R. Dudziński, *Seks, zbrodnie i seriale telewizyjne. Erotyka w produkcjach sensacyjno-kryminalnych Telewizji Polskiej w latach 1976–1989*, „Literatura i Kultura Popularna” 2016, nr 21 [w druku].

Nie dość, że główny bohater jest rozwodnikiem, nie wiąże się z nikim na stałe i regularnie zmienia kochanki („Sławek mógłby trochę przebierać” – stwierdza w siódmym odcinku sierżant Ewa Olszańska), to jeszcze wiąże się z kobietami starszymi lub dużo młodszymi od niego albo z samotnymi matkami. Co więcej, nie jest to powodem do potępienia postaci, a wręcz przeciwnie – przekraczanie tabu stanowi tu sposób na nadanie jej atrakcyjnego dla widza rysu.

Rys ten jest bardzo charakterystyczny, jednocześnie Borewicz jest bowiem kreowany na kogoś, kto pod maską twardego i cynicznego milicjanta ukrywa wrażliwą duszę romantyka. Jego liczne romanse ukazywane są w kolejnych odcinkach jako próba odzyskania równowagi po rozwodzie, a warto zaznaczyć, że miał on miejsce z winy żony, która porzuciła głównego bohatera dla bogatego Araba, dodatkowo usuwając wówczas ciążę. Zresztą kolejne związki Borewicza również rozpadają się z winy jego partnerek, które często traktują milicjanta jako jednorazową przygodę. Najlepszy przykład stanowi Joanna Chylińska-Kłyś (odcinek *Złoty kielich z rubinami*), która spędziwszy noc z porucznikiem, dopiero rankiem oznajmia mu, że więcej się już nie zobaczą, gdyż wyjeżdża ona na zagraniczne stypendium. Okazuje się zatem, że Borewicz jest nie tylko atrakcyjny i rozchwytywany przez kobiety, lecz także przez nie krzywdzony.

Z tego zestawiania wynika zatem dość wyraźnie, że podczas procesu adaptacyjnego zaszły w opowiadanych historiach znaczne zmiany. O ile powieści wszelkie sprawy związane z miłością i erotyką rozstrzygały według klucza konserwatywnego, opatrując je jednoznacznie dodatnimi lub ujemnymi znakami, o tyle *o7 zgłoś się* uczynił z seksualności jedną z ekranowych atrakcji. Piękne kobiety, mniej bądź bardziej wyeksponowana erotyka czy amant po uczuciowych przejściach należą oczywiście do klasycznego kodu literatury sensacyjnej i kina sensacyjnego co najmniej od czasów czarnego kryminału i filmu *noir*, na których wyraźnie wzorował się *o7 zgłoś się* – stylizację tę widać także w kwestiach związanych z kreacją płci.

„To jest wcale nie banał, że małżeństwo jest podstawową instytucją społeczeństwa”⁵

Podobnie znaczące zmiany zaszły w procesie adaptacyjnym również na polu sposobów ukazywania w powieściach milicyjnych i *o7 zgłoś się* życia rodzinnego oraz wszelkich spraw z nim związanych. W literackich pierwowzorach serialu Szmagiera ponownie mamy do czynienia ze światem jednoznacznie podzielonym, w którym aksjologia jest bardzo prosta i czytelna. Z jednej strony mamy więc normalne, zdrowe i szczęśliwe rodziny, z drugiej zaś środowiska przestępcze, patologiczne i – w ten czy inny sposób – podejrzane, a między tymi dwoma światami nie ma właściwie żadnego połączenia. Powieści milicyjne próbowały bowiem

wytworzyć wrażenie, jakoby zbrodnia dotykała tylko tych, którzy i tak już mieli coś na sumieniu, nie zaś zdrowej tkanki społeczeństwa.

Wyobrażenie o szczęśliwej i zdrowej rodzinie ponownie ukształtowane jest przez tradycyjny światopogląd. Czytelnik poznaje więc wręcz sielskie, idylliczne obrazki z życia rodzin, w których to mąż ciężko pracuje, żona zaś zajmuje się domem i dziećmi, robiąc to z pełnym oddaniem i akceptacją. Tak np. opowiada o sobie pewna gospodyni domowa po tym, jak ugościła milicjantów świeżo upieczonym ciastem:

Urodziłam się w tym domu, w tej kuchni nawet. Matka też jak ja w tej chwili gotowała obiad i zanim skończyła, ja już krzyczałam ile sił. Od razu powiedzieli: urodziła się w kuchni, to już przez całe życie w kuchni zostanie. No i siedzę przez całe życie w kuchni, ale mi wesoło, nic a nic nie narzekam. I powiedzieli jeszcze, że z takiego krzykacza wyrośnie pleciuga. I racja. Mój mąż powiada, że gadam, co mi ślina na język przyniesie, ale w gruncie rzeczy on to lubi¹¹.

Chwilę wcześniej odnajdujemy zaś taki opis kuchni, będącej wręcz przeniesioną do kamienicy w centrum Warszawy wiejską izbą, charakteryzowaną w bardzo skonwencjonalizowany sposób:

Kuchnia Anny Kowalskiej była taka jak gospodyni – wesoła, jasna, czysta. Nad dużym piecem lśniły rondle, patelnie, zwisały pęki zasuszonych ziół, drewniane miski. Kuchenny kredens był w stylu łowickim, biały na nim koguty podobne do pawi, nastroszone, wojownicze. Na kredensie słomiany chochoł trzymał snopek pszenicy i modliła się Matka Boska, upleciona z kłosów zbóż. Stół, przy którym jadała rodzina Kowalskich, przykryty był haftowanym lnianym obrusem, w pękатыm gliniaku stały tulipany¹².

W podobnej konwencji ukazana została rodzina w *Białej karawanie* Juliusza Grodzińskiego, który z kolei przedstawia młode małżeństwo z dzieckiem, gdzie mąż jest leśniczym – i właściwie nie pojawia się w toku akcji powieści, walczy bowiem z pożarem Borów Tucholskich – żona zaś zajmuje się domem, bardzo dobrze się w tym odnajdując i spełniając:

Danka i Jaqueliene zarzuciły Bogdana pytaniami na temat pożaru. Opowiedział, co widział. Nie chciał je [sic!] denerwować przypominaniem i roztrząsaniem całej sprawy. Obie kobiety zajęły się gospodarstwem. Właśnie przyprawiały rosół i sos koperkowy. Wydawało mu się, że w kuchni, pomiędzy garnkami, owiane zapachami obiadu gotowego do wydania, czują się bezpiecznie niczym w twierdzy. Jeżeli wtargnąłby tu gangster, to musiałyby przed wejściem wytrzeć buty, bo podłoga dopiero co została przetarta mokrą szmatą¹³.

Podobne sceny znajdziemy właściwie w każdej powieści, w której ukazane zostaje życie codzienne przeciętnej (a przynajmniej na przeciętną

11 B. Zbyszewski, *Ścigany przez samego siebie*, Łódź 1972, s. 131.

12 *Ibidem*, s. 130.

13 J. Grodziński, *Biała karawana*, Olsztyn 1980, s. 115.

kreowanej) rodziny. Rozbudowany wątek tego typu zawarł np. Jerzy Edigey w *Baba-Jaga gubi trop*, tam też odnajdujemy bardzo charakterystyczny przykład domu pewnego badylarza. Opis stosunków rodzinnych, jakie w nim panują, przypomina raczej opis szlacheckiego dworku z przedwojennej powieści, gdzie po obiedzie odbywa się przyjęcie dla okolicznej młodzieży, stoły uginają się od popisów kulinarnych gospodyni, gospodarz chadza z gośćmi na papierosa do gabinetu, a młodzi sąsiedzi próbują – w granicach przyzwoitości – zdobyć względy dziewcząt. Model konserwatywny, wręcz anachroniczny w powojennym społeczeństwie, przedstawiany jest jako gwarancja szczęścia.

Co istotne, model ten jest również przedstawiany jako bezalternatywny. Nie widzimy na kartach powieści milicyjnych szczęśliwych rodzin, które byłyby zbudowane inaczej niż podług tradycyjnych wyznaczników, nie widzimy też ludzi, którzy byliby szczęśliwi, nie posiadając rodziny. Jeśli już pojawia się pozytywna postać kobieca, taka jak Klementyna Nawrocka ze *Ściganego przez samego siebie*, niebędąca mężatką, a nawet będąca w nieformalnym związku z żonatym mężczyzną, to bardzo prędko okazuje się, że jej substytutem rodziny była praca w charakterze pielęgniarki:

Ona zresztą zrezygnowała ze swojego życia osobistego. Nie wyszła za mąż. Kiedyś zapytała ją wprost: „Klementyno, jesteś taka piękna, mogłaś wybierać, przebierać... Dlaczego nie chciałaś założyć rodziny?”. Odpowiedziała mi: „Wiesz, Justyno, to wcale niełatwo być ładną kobietą. Kobieta nie chce być kochana dla swojej urody. Pragnie od mężczyzny czegoś więcej. A ja nigdy tego nie otrzymałam. Więc wybrałam wolność. Zresztą, mam rodzinę. Moją rodziną jest moja praca, szpital, chorzy. Wołę ich interesowność, bo wypływa z cierpienia, z niepewności o życie, wołę ich, być z nimi”¹⁴.

Kontrast dla takich przedstawień stanowią rodziny dotknięte różnego rodzaju patologiami, których sposób obrazowania w powieściach milicyjnych również jest znamieny. Jeśli już bowiem autorzy przyznawali, że nie wszystkie domy przystawały do powyższych idyllicznych wyobrażeń, to zawsze podawali jasny i klarowny powód tłumaczący wszelkie niewłaściwe zjawiska. Najciekawszy jest portret małżeństwa Nawrockich w *Ściganym przez samego siebie*, przynosi on bowiem dość rozbudowany wątek przemocy psychicznej wobec kobiety. Jest to chyba najdrastyczniejszy opis zjawiska patologicznego, zachodzącego w rodzinie, na jaki możemy się natknąć w omawianych powieściach.

Znamienne jest to, jak cała sytuacja zostaje finalnie wyjaśniona. Otóż dręczący psychicznie swoją żonę mąż okazuje się byłym nazistowskim zbrodniarzem. To charakterystyczne wytłumaczenie pokazuje nam mechanizm, który miał doprowadzić do jak największego zdystansowania zdrowej, normalnej tkanki społeczeństwa od zjawisk patologicznych

14 B. Zbyszewski, *op. cit.*, s. 215–216.

– okazuje się, że przemoc w rodzinie zdarza się wprawdzie, ale tylko w sytuacjach tak wyjątkowych, jak małżeństwo z byłym ss-manem.

Jest to oczywiście przykład najwyrazistszy, ale pozostałe rodziny patologiczne występujące na kartach powieści milicyjnych nie odbiegają od tego modelu: zawsze poznajemy jakieś wyjątkowe przyczyny, które sprawiły, że życie domowe nie jest sielanką, i które czynią z całej sytuacji sprawę absolutnie jednostkową. Mogło to być np. małżeństwo zawarte dla pieniędzy (sąsiedzi Klementyny Nawrockiej w *Ściganym przez samego siebie*) albo ożenek z przestępcą (np. małżeństwo Siemiaszków w *Kartce z notesu* Heleny Sekuły). Interesujące jest to, że choć w tych przypadkach dostrzega się i zaznacza cierpienia jednej bądź drugiej strony, to właściwie nigdzie jako rozwiązanie nie pojawia się rozwód (poza, co zapewne również znamienne, sytuacją, w której to mąż psychicznie cierpi przez żonę, jak we wspomnianym przykładzie ze *Ściganego przez samego siebie*).

Główna zmiana w wypadku *o7 zgłoś się* polega na tym, że znika w nim właściwie zupełnie ów sielankowy obraz rodziny jako kontrast dla rodzin dotkniętych dysfunkcjami. Konserwatywny model życia przestaje być najwyższą wartością, gdyż okazuje się, że jest właściwie nie do spełnienia, co Borewicz kilkakrotnie podkreśla w cynicznych uwagach („Mam coś dla pana: »To nieprawda, że małżeństwo jest loterią. W loterii ma się jednak pewne szanse«”). Już sam fakt, że główny bohater nie jest statecznym ojcem rodziny, ale rozwodnikiem wdającym się w liczne romanse, jest tutaj znaczący. Również pozostałe powieściowe idylle domowe na ekranie zostały pokazane zgoła odmiennie. Żona leśniczego z *Białej karawany* w odcinku 19. *Zamknąć za sobą drzwi* nie jest już pokazywana jako stateczna, pracowita i szczęśliwa gospodyni, ale kobieta, która sama sobie dobiera kochanków, zdradzając swojego męża i planując jego porzucenie.

Z kolei Klementyna Nawrocka, która w powieści nie znalazła wprawdzie nigdy odpowiedniego mężczyzny, ale w pełni poświęciła się chorym, traktując ich jak swoją rodzinę, w serialu ukazana zostaje zupełnie odmiennie. Przede wszystkim nie jest już pielęgniarką i dla nikogo się nie poświęca, a poza tym, jak sama mówi, ceni sobie wolność i nie zawsze bywa sama. Jest to zatem dość wyraźne odejście od afirmowania tradycyjnego modelu rodziny. Ponownie dochodzą tu do głosu wzorce zaczerpnięte z czarnego kryminału, gdzie każda sfera życia społecznego, także rodzinna, skrywała jakieś tajemnice i nigdy nie była tak prosta, jak mogłoby się wydawać na pierwszy rzut oka.

Ważne w tym kontekście jest również to, że o ile obrazki z życia rodzinnego były w powieściach częstym elementem budowania postaci głównego bohatera, o tyle w *o7 zgłoś się* spośród grona pierwszoplanowych postaci o rodzinie mówi tylko nieporadny, safandulowaty porucznik Zubek, który zbudowany jest jako komiczny kontrast dla Borewicza. Wizerunek ten two-

rzy już w pierwszym odcinku scena, gdy Zubek prosi o wcześniejsze zwolnienie z pracy, mimo toczącego się ważnego śledztwa, gdyż żona robi pranie.

W serialu odrzucony zostaje również oficjalny, partyjny sposób mówienia o rodzinie. Twardogłowego partyjnego urzędnika reprezentuje w serialu porucznik Jaszczuk, który swoimi pełnymi oficjalnej retoryki, a jednocześnie naiwnymi wypowiedziami kompromituje zarówno siebie, jak i publiczny dyskurs. Charakterystyczny dialog wywiązuje się między Jaszczukiem a Borewiczem w odcinku 21 pt. *Przerwany urlop*, gdy przypadkiem dowiadują się, że ich współpracownica, sierżant Anna Sikora, jest w ciąży. Ten drugi wyraźnie drwi z naiwnego podejścia służbisty Jaszczuka, który nawet nie zauważa, że jest obiektem kpin.

Jaszczuk: Ale przecież koleżanka Sikora jest...

Borewicz: Panną, chciał pan powiedzieć, ale, wie pan, tego się nie robi obrączką. [...]

Jaszczuk: Może należałoby powiadomić kierownictwo?

Borewicz: Tak, to świetny pomysł. Ja myślę, że można by to w ogóle na zebraniu przedyskutować.

Jaszczuk: No, kolektyw mógłby przecież okazać jej pomoc.

Ta scena jest istotna, gdyż pokazuje, że opisane wcześniej konserwatywne, tradycyjne podejście do rodzin, często popadające w naiwność i niedostrzegające rzeczywistych problemów, było kojarzone także z oficjalnym dyskursem władzy na temat płci.

Ponownie więc widzimy istotną zmianę w sposobie ukazywania kwestii powiązanych z płcią. Konserwatywną idyllę rodzinną, bardzo jasno i prosto opisaną, zastępuje obraz chaotycznego i rozchwianego, wykraczającego poza powszechne tabu życia prywatnego zarówno milicjantów, jak i reszty społeczeństwa. Powikłane losy osobiste bohaterów pokazują, że osiągnięcie szczęścia i stabilizacji w tym obszarze życia jest trudne, co – podobnie jak rozbudowane wątki erotyczne – służy przede wszystkim jako fabularna atrakcja. Relacje między kolejnymi postaciami celowo są projektowane w taki sposób, aby postawić widza w obliczu kolejnego typowego dramatu, konwencjonalnie tragicznej sytuacji bez wyjścia.

Należy tu jednak pamiętać o trzech kwestiach. Po pierwsze, to pójście pod prąd jest w dużej mierze podyktowane konwencją gatunkową czarnego kryminału (i jego kontynuatorów), a więc ma na celu przede wszystkim nie kontestację, ale stworzenie atrakcyjnej fabuły. Dlatego też nie można powiedzieć, że jest to obraz realistyczny i odwołujący się do rzeczywistej sytuacji ówczesnej polskiej rodziny, czerpie on bowiem z kodów i konwencji kulturowych, a nie z rzeczywistości.

Po drugie, *o7 zgłoś się* podważa utopię idealnego życia rodzinnego, ale jednocześnie nie wstawia w to miejsce żadnego obrazu pozytywnego. Serial ukazuje więc ten obszar życia społecznego w czarnych barwach, przyznając, iż konserwatywny model jest nieaktualny, ale nie pokazując

jednocześnie, że jakkolwiek inny model się sprawdza. Innymi słowy, życie osobiste bohaterów *o7 zgłoś się* zazwyczaj wygląda źle.

Po trzecie wreszcie, pamiętajmy, że pójdzie pod prąd konserwatywnym wartościom bywa jednak różnie oceniane w zależności od bohatera, co najlepiej chyba widać na przykładzie serialowej charakterystyki Borewicza i jego byłej żony. Ta asymetria doskonale pokazuje, która strona jest w tej relacji stroną uprzywilejowaną.

W sposób organiczny z powyższą kwestią powiązana jest również sprawa równości płci. Nie dziwi bowiem fakt, że wykorzystujące konserwatywne wyobrażenia o rodzinie powieści milicyjne kreują obraz *MO*, w którym właściwie nie ma kobiet. System sprawiedliwości jest tu światem niemal całkowicie męskim i nawet jeżeli w niektórych z powieści pojawiają się w nim jakieś postaci kobiece, to są one właściwie wspomniane tylko marginalnie i bez większych szkód dla fabuły można by je pominąć – w kilkunastu analizowanych powieściach wśród postaci centralnych dla śledztwa tylko raz pojawia się milicjantka. Z funkcjonalnego punktu widzenia są one więc zbędne, a w związku z tym – mało wyraziste i słabo scharakteryzowane.

Co więcej, nawet te z rzadka pojawiające się w aparacie milicyjnym kobiety zazwyczaj wykonują prace z pewnej wąskiej, określonej dziedziny, są to np. funkcjonariuszki obyczajówki (*Kartka z notesu*) czy sekretarki (*Grobowiec rodziny von Rausch* Jerzego Gierałtowskiego, *Ścigany przez samego siebie*, *Biała karawana*).

Zaledwie dwie powieści ukazują nam kobiety działające na służbie na równi z mężczyznami. Pierwszy z takich przypadków to sierżant Renata Kos z *Nie bój się nocy* Anny Kłodzińskiej. Pojawienie się tej bohaterki jest jednak uzasadnione fabularnie, gdyż powieść osnuta jest wokół wątku poszukiwania zabójcy mordującego wyłącznie kobiety. Zamysł taki wymusza wprowadzenie postaci milicjantki, choć nawet tutaj nie jest ona pierwszoplanową bohaterką.

Drugi przypadek pochodzi ze wspomianej już *Białej karawany*, gdzie pojawia się postać Jowity, jugosłowiańskiej agentki wywiadu, która pracuje od wewnątrz gang przemycający narkotyki. Jest to najwyżej postawiona w hierarchii służbowej bohaterka kobieca, jaką możemy napotkać w literackich pierwowzorach *o7 zgłoś się*, ale ponownie z punktu widzenia fabuły jest ona postacią epizodyczną, właściwie zbędną. Wspominają o niej kilkakrotnie inni bohaterowie, a gdy wreszcie Jowita ujawnia się (zarówno przed bohaterami, jak i czytelnikami), to szybko ginie, niewiele jednocześnie osiągając. W *Białej karawanie* najlepiej uwidacznia się opisywane już zjawisko marginalizowania roli postaci kobiecych w konstrukcji fabularnej utworu, gdyż akcję tej powieści poznajemy z perspektywy aż trzech bohaterów, jednak wszyscy to mężczyźni.

„Pieprzona
emancypacja”

W portrecie milicji, jaki odnajdujemy w *07 zgłoś się*, sytuacja ulega zmianie, a jednocześnie pewnej komplikacji. Pojawiają się przede wszystkim w serialowej ekipie stałe współpracowniczki Borewicza w randze sierżanta: Ewa Olszańska (odcinki 5.–13. i 15.–18.) oraz Anna Sikora (odcinki 19.–21.). Choć nie można ich zaliczyć do postaci pierwszoplanowych, to są one o tyle istotne, że ukazuje się je jako sprawne funkcjonariuszki i ważne członkinie całej ekipy. Każda z nich jest prawą ręką Borewicza, która podsuwa mu pomysły i dostarcza informacji – to tak naprawdę one są równorzędnymi partnerkami dla głównego bohatera, a nie niezbyt lotni i komicznie zarysowani Zubek i Jaszczuk. Widz dostrzega to wyraźnie chociażby w tym dialogu z odcinka 9. pt. *Rozkład jazdy*:

Borewicz: Dobrze by było popatrzeć do akt dawnych prokuratur powiatowych. Wiesz co? Nawet wiem, kto to robi.

Olszańska: Dlaczego znowu ja?

Borewicz: Bo Zubek ma jeszcze tylko pięć lat do emerytury, mógłby nie zdążyć.

Tak więc serial pokazuje nam wyraźnie, że w MO pracują kobiety i że wykonują one swoje obowiązki nad wyraz sprawnie, sprawniej nawet od wyżej w hierarchii postawionych mężczyzn. Nie jest to jednak w żadnym wypadku pełna emancypacja, gdyż zarówno Olszańska, jak i Sikora sprawują ściśle określone funkcje i – mając stopień sierżanta – stoją stosunkowo nisko w hierarchii zawodowej. Nigdy też nie widzimy, aby w jakikolwiek sposób występowały przeciw temu, że ich przełożonymi są oficerowie o niezbyt imponujących zdolnościach i możliwościach intelektualnych – z Zubka i Jaszczuka zawsze kpi i szydzi Borewicz, nigdy żadna ze wspomnianych bohaterek. Można więc dostrzec tutaj pewne podobieństwo do odmalowywania roli kobiet w aparacie MO w powieściach. W serialu też dość wyraźnie próbuje stworzyć się dla nich pewną naturalną rolę, w której sprawdzają się najlepiej, tyle że nie jest to już rola tylko i wyłącznie sekretarki czy funkcjonariuszki obyczajówki.

Tezę tę potwierdza jedna z niewielu – jeśli nie jedyna – wysoko postawiona w hierarchii kobieta, jaką napotyka na swej drodze Borewicz, a więc prokurator Zofia Ołdakowska (pojawia się w odcinkach 12., 13., 17. i 18., przy czym w tym ostatnim, na skutek błędu scenarzystów, pod imieniem Jolanta). Jest to kobieta zajmująca wysokie stanowisko, a jednocześnie – wyemancypowana i odrzucająca zdecydowanie zaloty Borewicza. W związku z tym staje się postacią negatywną, odpychającą, zostaje bowiem skonstruowana według schematu agresywnej, nienawidzącej wszystkich mężczyzn feministki. W odcinku 12. między nią a głównym bohaterem, który usiłował pocałować ją w rękę na przywitanie, wywiązuje się taki dialog:

Ołdakowska: Nie uznaję tego w pracy.

Borewicz: A po pracy?

Ołdakowska: Tam leży denatka, to powinno chyba pana bardziej interesować.

Borewicz: A nie wygląda pani na sufrażystkę, one były na ogół brzydkie albo przynajmniej niezgrabne.

W tym samym odcinku widzimy ją, gdy przesłuchuje świadka – żonatego kochanka zamordowanej kobiety – i wyraźnie nie panuje nad emocjami, przez co kontrastuje z chłodnym i profesjonalnym Borewiczem. Znamienne są też dalsze losy tej postaci, gdyż w odcinku 18. zostaje ona ukazana w sposób wzbudzający sympatię widza m.in. dlatego, że wtedy właśnie ulega czarowi porucznika Borewicza.

Warto też odnotować, że drugi przypadek, gdy w serialu wprost mówi się o emancypacji, również ma charakter dość ironiczny: w odcinku 19. pilotująca milicyjny śmigłowiec kobieta celowo leci tak, aby wzbudzić mdłości u głównego bohatera i sprawdzić, „Jak się będzie zachowywał w powietrzu nasz as wywiadu numer jeden”. Wzburzony oficer komentuje tę sytuację słowami „Pieprzona emancypacja”, niemniej kilka scen później widzimy już tę parę, jak oddaje się miłosnym igraszkom na polanie, tuż obok śmigłowca.

Samodzielne i niezależne kobiety – zarówno na kartach powieści milicyjnych, jak i w *o7 zgłoś się* – odgrywają również ważne role w półświatku przestępczym. W literackich pierwowzorach rzeczywiście często sprawują one władzę nad rozmaitymi przestępczymi przedsięwzięciami: szefują gangowi przemytników (*Major opóźnia akcję, Grobowiec rodziny von Rausch*), prowadzą dom schadzek i ukrywają fałszerzy pieniędzy (*Ślad rękawiczki* Heleny Sekuły), zostają nawet najemnymi zabójczyniami (*Bardzo dobry fachowiec* Zygmunta Zeydlera-Zborowskiego). Pamiętajmy zaś, że świat powieści milicyjnej cechował manichejski podział na dobro i zło, a więc wszystkie te bohaterki były tak skonstruowane, aby czytelnik z miejsca je potępił za ich działalność. Serial niewątpliwie zmienił tę kwestię o tyle, że ukazał również wyemancypowane kobiety, które wprawdzie nie wzbudzają sympatii, ale też nie są zbrodniarkami.

Jak wynika z powyższego porównania, kwestie płciowości uległy w procesie adaptacyjnym powieści milicyjnych dość istotnym zmianom. O ile literackie pierwowzory zawierały konstrukcje postaci kobiecych i męskich oparte wyraźnie na tradycyjnych, konserwatywnych wzorcach, o tyle już serial częściowo wzorce te odrzucił, otwierając się na pewne zmiany w podejściu do seksualności, rodziny i emancypacji. Skrócowa analiza potwierdza sąd Alicji Helman, że polska literatura sensacyjna w dużej mierze swoje wzorce, także w konstruowaniu bohaterów i świata

„Przystojnych chłopów jest na pęczki, mądrych znacznie mniej, a takich, co by widzieli w kobiecie współpartnera, prawie wcale”

przedstawionego, czerpie ze stereotypów ukształtowanych w popularnej powieści międzywojennej¹⁵.

Tymczasem *07 zgłoś się* sięga po kody amerykańskiego kina policyjnego, dużo swobodniej podchodzącego do kwestii płci. Umberto Eco w swoich szkicach poświęconych literaturze masowej trafnie zauważył, że najpopularniejsze spośród powieści popularnych nie propagują żadnej ideologii czy światopoglądu, ale po prostu dostosowują się w tej materii do poglądów typowego czytelnika:

Zarówno potępiając, jak i uniewinniając rasy niższe, Fleming nie wykracza poza łagodny szowinizm przeciętnego człowieka. Możemy więc przypuszczać, że nasz autor charakteryzuje tak czy inaczej swoje postaci nie na podstawie kryteriów ideologicznych, lecz pod wpływem zasad retoryki. Rozumiemy tu retorykę w pierwotnym sensie, jaki nadał jej Arystoteles: jako sztukę przekonywania, która musi odwoływać się do endoxa, to jest do tego, co większość ludzi myśli¹⁶.

Podobnie więc należy interpretować omawiane tu przesunięcie: *07 zgłoś się* tak konstruuje wyobrażenia na temat płci, ponieważ dostosowuje się do powszechnych opinii i obiegowego światopoglądu. To tłumaczy zaś ogromną popularność, jaką wówczas osiągnął. Jest to część szerszej strategii adaptacyjnej przyjętej przez Szmagiera, którą opisywano już w innym tekście w odniesieniu do kwestii politycznych¹⁷ – na tym polu również widać, że twórcy *07 zgłoś się* usiłowali hołdować taktyce symetrii, gdzie dwie strony, identyfikowane jako skrajne, są odrzucane, a serial stara się przede wszystkim głosić poglądy podzielane przez jak najszerszą publiczność. W przypadku płci owe dwie skrajne strony stanowiłyby zatem z jednej strony konserwatyzm i pruderia obyczajowa, z drugiej zaś feminizm i emancypacja.

Należy jeszcze rozpatrzyć, jak wizerunek płci w omawianym serialu i jego pierwowzorach literackich miał się do oficjalnego, partyjnego dyskursu na temat kobiecości i męskości. Dyskurs ten cechowała pewna dwoistość – o ile PZPR skłonna była aktywizować kobiety do pracy zawodowej, o tyle nie podejmowała aktywnych działań mających na celu przekształcenie konserwatywnego modelu rodziny:

W PRL-owskim dyskursie zarządzania kobiecością podkreślano nie tylko konieczność aktywizacji zawodowej kobiet, ale również „wyjątkową rolę kobiety” w rodzinie i w społeczeństwie. Podkreślano „specyficznym kobiece” cechy kobiet – ofiarności

15 Zob. A. Helman, *Między dydaktyką a tradycją (Polska powieść kryminalna)*, [w:] *Szkice o sztukach masowych w Polsce*, red. eadem, M. Hopfinger, M. Raczewska, Warszawa 1974, s. 50–52.

16 U. Eco, *Struktury narracyjne u Fleminga*, [w:] idem, *Superman w literaturze masowej. Powieść popularna: między retoryką a ideologią*, przeł. J. Ugniewska, Warszawa 1996, s. 214.

17 Zob. R. Dudziński, *op. cit.*

i poszukiwanie spełnienia w teź ofiarności. W prawodawstwie i w polityce społecznej kobieta jest kojarzona przede wszystkim z macierzyństwem i z obowiązkami domowymi. Pielęgnowano również konserwatywne i esencjonalistyczne [sic!] myślenie o kobiecości [...]»¹⁸.

Bardzo podobne założenia organizują wyobrażenia o kobietach w powieściach milicyjnych, w których odnajdziemy właściwie wszystkie punkty wskazane wyżej przez Martę Trawińską.

Tymczasem pojawienie się *o7 zgłoś się* było symptomem innego procesu – procesu westernizacji (a wręcz amerykańizacji) kultury masowej PRL-u w latach 70., który polegał przede wszystkim na czerpaniu ze wzorców i schematów zachodniej popkultury oraz przeszczepianiu ich na rodzimy grunt przy odpowiedniej tylko modyfikacji. Był to jeden z charakterystycznych elementów polityki kulturalnej Edwarda Gierka – zamiast krytykować produkty amerykańskiej kultury masowej, zaczęto się na nich wzorować, niejako przepisując wypracowane tam i sprawdzone schematy na rodzime realia. Strategię tę, wpisującą się w Gierkowski projekt modernizacyjny, opisywał na przykładzie coca-coli Karol Jachymek:

Nietrudno więc dojść do wniosku, że zaproponowaną przez Dariusza Fikusa retorykę, zbudowaną w dużej mierze na powtarzających się kilkukrotnie odwołaniach do powszechnie wiadomej kolorystyki marki (zbieżnej choćby z barwą „czerwonego sztandaru”), powinno się rozważać przede wszystkim w kategoriach pewnego rodzaju próby zawłaszczenia funkcjonującego nieoficjalnie wyobrażenia napoju, którego wizerunek „przetłumaczony” został na język pozornie „wolnościowej” narracji, obowiązującej w czasach „propagandy sukcesu” epoki Edwarda Gierka. Co szczególnie interesujące: podobna stylistyka wypowiedzi, usiłująca zdefiniować otwarcie wytwórni coca-coli przy użyciu jednoznacznie socjalistycznych haseł, stanowiła charakterystyczny wyróżnik niemal całej przestrzeni ówczesnej prasy, na łamach której raz po raz pojawiać się zaczęły hurraoptymistyczne doniesienia na temat niesłychanego współbrzmienia (już nie) kapitalistycznego napoju z istniejącym modelem komunistycznej państwowości¹⁹.

W tym kontekście nie dziwi zatem odejście *o7 zgłoś się* od partyjnego dyskursu na temat kobiecości w stronę wizji ugruntowanej przez amerykańską kulturę popularną. Odejście to paradoksalnie było zgodne z ówczesną linią partii, którą legitymizować miał polski skok cywilizacyjny i poprawa jakości życia. Do tego zaś niezbędne było dostarczenie produktów spełniających funkcje ludyczną (zwłaszcza w stawianej wówczas na szczycie medialnej hierarchii telewizji), a najlepszych wzorców

18 M. Trawińska, *Współczesne polskie feministki o możliwościach upodmiotowienia kobiet w okresie PRL-u*, [w:] *PRL bez uprzedzeń*, red. J. Majmurek, P. Szumlewicz, Warszawa 2010, s. 191.

19 K. Jachymek, *Wszystko czerwone. Coca-cola, PRL i kino polskie*, [w:] *W garnku kultury. Rozważania nad jedzeniem w przestrzeni społeczno-kulturowej*, red. A. Drzał-Sierocka, Gdańsk 2014, s. 102.

dla nich dostarczała popkultura amerykańska. Szmagier, przeszczepiając te wzorce na rodzimy grunt, zaczerpnął z nich również pewne wyobrażenia na temat kobiecości i męskości.

Bibliografia

- Barańczak Stanisław, *W kręgu powieści: nadludzie w niebieskich mundurach*, [w:] *idem, Czytelnik ubezwłasnowolniony. Perswazja w masowej kulturze literackiej PRL*, Paryż 1984.
- Dudziński Robert, *Między literaturą a filmem, między władzą a widzem. Miejsce ideologii w serialu 07 zgłoś się i jego literackich pierwowzorach*, [w:] *Wybory popkultury. Relacje kultury popularnej z polityką, ideologią i społeczeństwem*, red. K. Kowalczyk, J. Płoszaj, Wrocław 2014, <http://tricksterzy.pl/download/wybory-popkultury-relacje-kultury-popularnej-z-polityka-ideologia-i-społeczeństwem/> [dostęp: 24.10.2015].
- Dudziński Robert, *Seks, zbrodnie i seriale telewizyjne. Erotyka w produkcjach sensacyjno-kryminalnych Telewizji Polskiej w latach 1976–1989*, „Literatura i Kultura Popularna” 2016, nr 21.
- Eco Umberto, *Struktury narracyjne u Fleminga*, [w:] *idem, Superman w literaturze masowej. Powieść popularna: między retoryką a ideologią*, przeł. J. Ugniewska, Warszawa 1996.
- Helman Alicja, *Między dydaktyką a tradycją (Polska powieść kryminalna)*, [w:] *Szkice o sztukach masowych w Polsce*, red. eadem, M. Hopfinger, M. Raczevska, Warszawa 1974.
- Jachymek Karol, *Wszystko czerwone. Coca-cola, PRL i kino polskie*, [w:] *W garnku kultury. Rozważania nad jedzeniem w przestrzeni społeczno-kulturowej*, red. A. Drzał-Sierocka, Gdańsk 2014.
- Jastrzębski Jerzy, „Ewa wzywa 07” – 07 nie odpowiada, [w:] *idem, Czas relaksu. O literaturze masowej i jej okolicach*, Wrocław 1982.
- Jeziński Marek, *Świat porucznika Borewicza*, „Przegląd Artystyczno-Literacki” 2000, nr 1/2.
- Kwiątek Wojciech Piotr, *Zagadki bez niewiadomych. Kto i dlaczego zamordował polską powieść kryminalną*, Warszawa 2007.
- Pokorna-Ignatowicz Katarzyna, *Telewizja w systemie politycznym i medialnym PRL. Między polityką a widzem*, Kraków 2003.
- Stachówna Grażyna, *Jednoznaczny świat porucznika Borewicza*, „Dialog” 1990, nr 3.
- Tomaszkiewicz-Ostrowska Małgorzata, „07 zgłoś się” albo polityka niepoprawności, „Er(r)go” 2005, nr 2, s. 95–102.
- Trawińska Marta, *Współczesne polskie feministki o możliwościach upodmiotowienia kobiet w okresie PRL-u*, [w:] *PRL bez uprzedzeń*, red. J. Majmurek, P. Szumlewicz, Warszawa 2010.

Dominika Staszenko

Uniwersytet Łódzki

Ofiara czy mścicielka? Charakterystyka postaci *Final Girl* w filmach grozy

Abstrakt

W niniejszym artykule zajmuję się analizą postaci *Final Girl*, czyli głównej bohaterki występującej w podgatunku kina grozy określanym mianem slashera. Zastanawiam się nad cechami, jakimi protagonistka w tego typu historiach musi się wyróżniać, biorąc pod uwagę również paradygmat gatunkowy slashera, zgodnie z którym morderca zawsze powraca, a więc bohaterka w pewien sposób jest skazana na porażkę już od samego początku. Przytaczam także krótką historię rozwoju tego rodzaju produkcji, a także rozpatruję zmiany, jakie na przestrzeni lat nastąpiły w wizerunku *Final Girl*. W artykule wykorzystuję analizę porównawczą protagonistek z filmów *Dom Pani Slater* oraz *Koszmar z ulicy Wiązów* z 2010 r., badając ich zachowanie, relację z innymi postaciami oraz podejście do konieczności stoczenia walki z zamaskowanym zabójcą.

Słowa kluczowe

Final Girl, slasher, kino grozy, kultura popularna

Dominika Staszenko

Uniwersytet Łódzki

Ofiara czy mścicielka? Charakterystyka postaci *Final Girl* w filmach grozy

**Slasher jako
odmiana gatunkowa
horroru**

Powszechnie przyjmuje się, że tekst realizuje konwencję grozy, gdy w fabule pojawia się element nadprzyrodzony w postaci zagrażającego bohaterom potwora, takiego jak istota z zaświatów, wilkołak, wampir, najeźdźca z kosmosu czy też człowiek przemieniony wskutek jakiegoś dramatycznego wydarzenia w siejącą spustoszenie bestię¹. W tym miejscu warto zaznaczyć, że nie zawsze obecność potwora równoznaczna jest z przynależnością tekstu do omawianego gatunku. Jak wskazuje Noël Carroll, kluczową kwestią jest zachowanie bohaterów – jeśli uważają oni, że pojawienie się tajemniczej istoty stanowi ingerencję w rzeczywistość i wyraźnie obawiają się konsekwencji wynikających z tego niecodziennego zdarzenia – można przypuszczać, że utwór jest dziełem grozy². Takie uszczegółowienie wydaje się zasadne zwłaszcza dla odróżnienia horroru od baśni czy mitu, w których istnienie różnego rodzaju potworów nie budzi wątpliwości, ponieważ stanowią one część fikcyjnego świata³. Pomimo tego horror⁴ jako gatunek cechuje się różnorodnością motywów i tropów wykorzystywanych do wzbudzania w odbiorcy uczucia przerażenia związanego z zaburzeniem naturalnego, znanego protagonistom porządku świata⁵, przez co wyznaczenie ścisłych ram i definicji okre-

1 Zob. P. Sitarski, *Różnorodność form kina. Przemysł filmowy. Twórcy*, [w:] *Kino bez tajemnic*, red. B. Żmichowska, Warszawa 2009, s. 48.

2 Zob. N. Carroll, *Filozofia horroru, albo Paradoksy uczuć*, przeł. M. Przyłipiak, Gdańsk 2004, s. 38–41.

3 *Ibidem*.

4 Pojęcia „groza” i „horror” traktuję synonimicznie, posiłkując się opinią Anity Has-Tokarz, która uważa, iż literatura i film przenikają się wzajemnie, łączą i wchodzą ze sobą w związki, dlatego też „horror” może oznaczać tyle samo, co „film grozy”. Zob. A. Has-Tokarz, *Horror w literaturze współczesnej i filmie*, Lublin 2011, s. 14–16.

5 Zob. P. Sitarski, *op. cit.*, s. 48.

śląjących ten rodzaj tekstów jest niezwykle trudne, jeśli nie niemożliwe. Na przestrzeni lat rozwinęło się wiele nurtów i tendencji w kreowaniu historii grozy, a niektóre z nich okazały się na tyle znaczące, że zaczęto traktować je jako osobne odmiany gatunkowe. Jednym z takich podtypów pierwotnie realizowanym głównie w medium filmowym jest właśnie *slasher*.

Filmy określane tym mianem koncentrują się na przedstawieniu zmagania grupy młodych ludzi z psychopatycznym mordercą, który atakuje bohaterów i kolejno, w niezwykle brutalny sposób, pozbawia ich życia. Skuteczność zabójcy połączona z niemożnością jego ostatecznego unicestwienia pozwalają na wysnucie wniosków, że postać ta dysponuje pewnymi nadnaturalnymi zdolnościami, dzięki czemu można postawić wyraźną granicę pomiędzy slasherem a innymi opowieściami o seryjnych mordercach. Noël Carroll wskazuje bowiem, że potwór w horrorze często tylko pozornie jest istotną niemającą w sobie pierwiastka niezwykłości, ponieważ jego ponadprzeciętne zdolności i cechy, którymi się wyróżnia, sytuują go w grupie przeciwników nienależących do świata bohaterów⁶. Dlatego też morderca w slasherze nie jest zwykłym śmiertelnikiem, mimo że fizycznie przypomina człowieka. Jo Murphy w pracy *Re-presenting Fear: The Slasher Remake as Cumulative Hypertext* przytacza opinię Adama Rockoffa, który stwierdził, iż w uformowaniu rozbudowanej, lecz wystarczająco elastycznej definicji tego gatunku pomocne będzie wyodrębnienie sześciu kluczowych dla slasherów elementów, takich jak: postać mordercy, wydarzenie z przeszłości, używana broń, obecność żeńskiej bohaterki, odpowiednie otoczenie oraz mylny trop, czyli błędne rozpoznanie zagrożenia⁷. W dalszej części niniejszego artykułu każda z wymienionych cech zostanie odpowiednio omówiona w ramach analizy dzieł filmowych, niemniej już teraz warto zaakcentować wyznaczniki gatunkowe tego rodzaju produkcji⁸.

Większość badaczy uznaje, że historia slasherów rozpoczęła się wraz z premierą *Psychozy* (*Psycho*, reż. A. Hitchcock, USA) w 1960 r., w której pojawiła się postać sfrustrowanego seksualnie psychopatycznego mordercy⁹. Następnie wśród znaczących dzieł wymienia się także film *Podglądacz* (*Peeping Tom*, reż. M. Powell, Wielka Brytania, 1960), dlatego że po raz pierwszy zaprezentowano subiektywne spojrzenie napastnika, oraz *Święto*

6 Zob. N. Carroll, *op. cit.*, s. 68–70.

7 Zob. J. Murphy, *Re-presenting Fear: The Slasher Remake as Cumulative Hypertext*, Dunedin 2011, s. 23.

8 *Ibidem*.

9 Zob. B. Salter, *Scream if You Know What I Had a Nightmare about Last Halloween in Texas*, <http://www.stolaf.edu/depts/ciswp/bsalter/pdfs/SlasherFilms.pdf> [dostęp: 6.11.2015].

krwi (*Blood Feast*, reż. H. G. Lewis, USA, 1963) uznawane za pierwszy horror *gore*¹⁰. Prawdziwą rewolucję wywołał jednak John Carpenter, którego *Halloween* (USA, 1978) uznawane jest obecnie za modelowy przykład slashera i utwór ustanawiający paradygmat dla tego typu kina. Należy jednak pamiętać, że wtłoczenie procesów kształtowania się odmiany gatunkowej w linearne ramy może okazać się zwodnicze, ponieważ – jak stwierdza przywoływana już Murphy – rodzaj ten tworzył się pod wpływem wielu utworów i nie sposób dzisiaj wskazać jednej drogi jego rozwoju¹¹.

Charakterystyka *Final Girl*

Ze slasherem nieodłącznie związana jest nie tylko postać niepokonanego napastnika, ale także tzw. *Final Girl*, czyli główna bohaterka, która jako jedyna jest zdolna stanąć do walki z agresorem. Jak stwierdza Kyle Christensen, termin ten został przedstawiony przez Carol J. Clover w publikacji *Men, Women, and Chain Saws: Gender in the Modern Horror Film*¹² i szybko został zaakceptowany zarówno w środowisku akademickim, jak i wśród widzów horrorów, przyczyniając się do ugruntowania paradygmatu gatunkowego. *Final Girl* zazwyczaj zostaje przedstawiona na początku filmu i jako jedyna postać odznacza się dość rozbudowanym portretem psychologicznym, zgodnie z którym jest inteligenta, uważana, zrównoważona i dlatego pierwsza zauważa niepokojące symptomy zwiastujące nadciągające niebezpieczeństwo oraz rozumie konsekwencje tych obserwacji¹³.

Fakt, iż to kobieta toczy nierówną walkę z mordercą oraz przez większą część akcji znajduje się w centrum uwagi, sprawił, że slashery zaczęto rozpatrywać w kontekście wartości feministycznych. Jednocześnie jednak pojawiły się głosy, iż utożsamianie tej postaci z nowym rodzajem niezależnej bohaterki jest nieporozumieniem i przejawem myślenia życzeniowego, na co wskazują sceny podkreślające jej strach oraz negujące kobiecość. Wskazane kontrowersje oraz wyraźnie ambiwalentna natura konceptu *Final Girl* skłoniły mnie do przeprowadzenia analizy postaw i cech bohaterek slasharów ze wskazaniem zmian, jakim na przestrzeni lat uległ ich wizerunek. Przedmiotem zainteresowania czynię dwa filmy wpisujące się w przedstawiony podgatunek – *Dom Pani Slater* (*The House on Sorority Row*, reż. M. Rosman, USA 1983) oraz *Koszmar z ulicy*

10 *Ibidem*.

11 Badaczka wskazuje m.in. na wpływy „Italian giallo” oraz „American rape-revenge film”. Zob. J. Murphy, *op. cit.*, s. 29–30.

12 Zob. K. Christensen, *The Final Girl versus Wes Craven's A Nightmare on Elm Street: Proposing a Stronger Model of Feminism in Slasher Horror Cinema*, „Studies in Popular Culture” 2011, no. 1, s. 23–47.

13 Zob. C. J. Clover, *Her body, Himself: Gender in the Slasher Film*, „Representations” 1987, no. 20, s. 79.

Wiązów (*A Nightmare on Elm Street*, reż. S. Bayer, USA 2010) – porównując pojawiające się w nich protagonistki ze szczególnym uwzględnieniem aspektu podkreślania lub odrzucania ich kobiecości, związków z napastnikiem oraz relacji z innymi bohaterami.

Jednym z popularniejszych motywów wykorzystywanych w historiach realizujących się w różnych mediach jest wątek związany z heroizmem głównego bohatera, który musi wykazać się odwagą oraz sprawnością ducha i ciała, by wybawić swoją ukochaną z opresji. W tekstach tych kobieta pojawia się często jako postać o ograniczonym znaczeniu i niewielkiej sprawczości, gdyż jej zadaniem jest bierne oczekiwanie na ratunek¹⁴. Obecnie w slasherach trudno dopatrywać się tak jawnego tropu „damy w opałach”, ponieważ *Final Girl* jest zdana wyłącznie na siebie, a obecni wokół niej mężczyźni zostają zmarginalizowani poprzez sprowadzenie ich do roli nieporadnych kolegów, ojców czy stróżów prawa szybko ginących z rąk mordercy¹⁵. Z pozoru wydaje się to sytuacją idealną do przedstawienia silniej i niezależnej protagonistki, mierzącej się z zagrożeniem i mającej szansę na przetrwanie masakry. Jednak Clover zauważa, że chociaż na ekranie umierają zarówno mężczyźni, jak i kobiety, to ich śmierć niesie zupełnie różne znaczenie, ponieważ bohaterowie giną szybko (często chwila ataku mordercy nie jest pokazana), natomiast agonია bohaterek zostaje przedłużona i dokładnie wyeksponowana¹⁶.

W filmie *Dom Pani Slater* dysproporcja ta jest dobrze widoczna, ponieważ fabuła koncentruje się na grupie przyjaciółek mieszkających w akademiku, które w trakcie jednego wieczoru kolejno padają ofiarą brutalnych morderstw. Historia opowiada o absolwentkach pragnących uczcić zakończenie edukacji hucznym przyjęciem urządzonym w tytułowym domu pani Slater. Jednakże nieprzystępna opiekunka nie wyraża na to zgody, dlatego dziewczęta postanawiają ukarać ją wyjątkowo niefortunnym żartem, w wyniku którego starsza kobieta umiera. Od tej chwili bohaterki prześladowuje tajemniczy morderca zachowujący się tak, jakby pragnął wymierzyć im karę. Wprawdzie śmierć tych konkretnych postaci ma swoje uzasadnienie fabularne, jednakże sceny ukazujące ściągającego ich szaleńca przepełnione są okrzykami, błaganiami o litość oraz zbliżeniami na twarze przerażonych kobiet, podczas gdy mężczyźni spotyka znacznie szybsza i mniej widowiskowa śmierć. Ponadto Katherine „Katey” Rose jako *Final Girl* w pewnym momencie walczy nie tylko z czającym się w akademiku zabójcą, ale także z doktorem Beckiem,

14 O żeńskiej postaci w roli biernej ofiary szerzej pisze H. Gavin w artykule *The damsel in distress: not as sweet as she is painted?*, <http://bit.ly/2bcnswt> [dostęp: 29.12.2015].

15 *Ibidem*, s. 78.

16 *Ibidem*, s. 82.

który zaczyna stanowić dla bohaterki zagrożenie po tym, jak postanawia wykorzystać ją w charakterze przynęty, by zwać mordercę w określone miejsce. Naturalnie, zgodnie z paradygmatem klasycznego slashera, Beck również traci życie, niemniej nie zmienia to faktu, że przez pewien czas *Final Girl* znajduje się w podwójnym niebezpieczeństwie wynikającym z obecności dwóch wrogo nastawionych mężczyzn.

Clover zwraca uwagę również na to, iż w wielu slasherach kobiecość głównej bohaterki zostaje zanegowana poprzez wyraźne wyróżnienie jej z grona pozostałych kobiet, przejawiające się odmiennym stylem ubioru, innymi zainteresowaniami, a czasem nawet alienacją z grupy rówieśniczek¹⁷. Taki rozdzźwięk pojawia się w produkcji Michaela Rosmana, kiedy już pierwsze minuty filmu jednoznacznie sugerują, że Katey jest raczej spokojną i stroniącą od rozrywek osobą. Jej postawa zostaje skonstruowana z wizerunkiem innych mieszkanek akademika, decydujących się na organizację przyjęcia pod nieobecność właścicielki domu. Różnice widać także w dalszej części utworu, kiedy bohaterki obmyślają plan zemsty na pani Slater za to, że przyłapała je na picu alkoholu. Pomysłodawczynią żartu, który później przeradza się w tragiczny wypadek, jest Vicky – portretowana jako zupełne przeciwieństwo *Final Girl*. Już na etapie dyskusowania o tym, w jaki sposób ich opiekunka zostanie ukarana, Katey ma wątpliwości, czy takie zachowanie jest właściwie. W pewnym momencie przypomina nawet koleżankom, że teraz (po ukończeniu szkoły) powinny zachowywać się jak dojrzałe osoby. Jej opinia zostaje jednak zignorowana i bohaterki zgadzają się wcielić plan zemsty w życie.

Uległość, brak zdecydowania oraz bierność Katey są aż nadto widoczne, co odbiera jej sprawczość oraz pozwala postrzegać ją nie jako silną i nadrzędną protagonistkę, ale jako *Final Girl* skazaną na porażkę. Katey wprawdzie przetrwa falę morderstw, która rozpoczyna się po śmierci pani Slater, ale jej działania są chaotyczną próbą odkupienia winy i zagłuszenia wyrzutów sumienia związanych z tym, że nie przeciwstała się Vicky ani w momencie planowania zemsty, ani w chwili, gdy wszystko wymknęło się spod kontroli i staruszka została postrzelona. W tej scenie dobitnie pokazano panikę bohaterek oraz natychmiastowe przejście kontroli przez przebojową Vicky, która zdecydowała, że ciało pani Slater należy ukryć, a całe zdarzenie utrzymać w tajemnicy. Pełna napięcia scena pokazuje ostrą wymianę zdań pomiędzy chcącą wezwać pomoc Katey a zdeterminowaną Vicky, przekonującą koleżankę, że to zrukuje im przyszłość. *Final Girl* jednak po raz kolejny poddaje się i wycofuje. Takie zachowanie bezlitośnie obnaża jej słabość i nawet walka z mordercą w dalszej części historii nie zmienia nastawienia do bohaterki.

¹⁷ *Ibidem*, s. 80.

Inaczej portretowana jest protagonistka pojawiająca się w remake'u *Koszmaru z ulicy Wiązów*. Nancy Thompson jako *Final Girl* wydaje się przeciwieństwem Katherine Rose, mimo że obie reprezentują kluczową dla slashera figurę. Zasadniczą różnicą jest fakt, że Nancy od początku nie jest pozostawiona sama sobie, lecz walkę z Freddyem Kruegerem toczy wspólnie z kolegą z klasy. Zdaniem Shyli Fairfax podkreślenie roli Quentina świadczy o słabości bohaterki, która rzekomo bez pomocy chłopaka nie jest w stanie przetrwać, co dla widza stanowi komunikat o uzależnieniu od męskiej postaci¹⁸. Jednak interpretacja badaczki nie wydaje mi się zasadna, ponieważ relacja pomiędzy Nancy a Quentinem oparta jest na partnerstwie i wzajemnej pomocy, co w żaden sposób nie ujmuje protagonistce znaczenia.

To Nancy jest stroną aktywniejszą i dociekliwszą, o czym dobitnie świadczy scena kłótni pomiędzy dziewczyną a Quentinem, który chce przyjąć nieprawdziwe, choć wygodne wyjaśnienie dręczących ich koszmarów, przedstawione przez matkę Nancy. W tym momencie bohater usiłuje przekonać również samego siebie, że wystarczy o sprawie zapomnieć, by wszystko wróciło do normy. Wyraźny sprzeciw protagonistki wynikający z chęci poznania wszystkich tajemnic z przeszłości sytuuje ją w pozycji zdecydowanej oraz zdeterminowanej postaci. Nie podważa tego nawet finałowa scena i fakt, że Quentin ratuje jej życie, wybudzając ze snu tuż przed atakiem Kruegera, ponieważ chwilę później role się odwracają i to Nancy broni chłopaka przed ostatecznym ciosem mordercy. Bohaterowie chronią się wzajemnie i pomagają w walce z nadnaturalną siłą, w wyniku której wszystko, co przydarza się we śnie, ma swoje konsekwencje w rzeczywistości. Jednak tylko *Final Girl* może zmusić Freddy'ego do opuszczenia koszmarnego świata, a tym samym znaczącego osłabienia potwora, i rozbudowana rola Quentina tej kwestii nie zmienia.

W tym kontekście warto też przypomnieć przytaczaną przez Christensena obserwację Clover, że w slasherze pojawia się tzw. motyw „straszego miejsca”, czyli obszaru będącego areną krwawych wydarzeń¹⁹. „Straszne miejsce” to często pozornie bezpieczne i znajome otoczenie, jawiące się początkowo ofierze jako schronienie, ale ostatecznie stanowiące dla niej pułapkę. Ponadto umiejscowienie akcji w przestrzeni znanej zarówno bohaterom, jak i widzom należy do jednego z elementów paradygmatycznych gatunku wskazywanych przez Rockoffa²⁰. W filmie *Dom Pani Slater* takim miejscem jest akademik, a szczególnie pełniący

18 Zob. S. Fairfax, *Women in Slashers Then and Now: Survival, Trauma, and the Diminishing Power of the Close-Up*, Ottawa 2014, s. 70.

19 Zob. K. Christensen, *op. cit.*, s. 4.

20 Zob. J. Murphy, *op. cit.*, s. 27–28.

rolę kryjówki mordercy strych, na którym dochodzi do ostatecznego starcia pomiędzy Katey a zabójcą. Wówczas po raz kolejny ujawnia się słabość bohaterki, ponieważ tylko teoretycznie to ona tropi psychopatę, udając się na strych, by tam zacząć się i zabić go strzałem z pistoletu. W rzeczywistości jednak morderca już tam jest i oczekuje na swoją ofiarę.

Nieco inaczej sytuacja kształtuje się w *Koszmarze z ulicy Wiązów*, ponieważ w dziele Samuela Bayera *Final Girl* naprawdę tropi potwora i doprowadza do konfrontacji, dobrowolnie zasypiając, czyli przenosząc się do szeregu „strasznych miejsc” wykreowanych przez Kruegera. Oczywiście Freddy tylko na to czeka, niemniej to on zostaje zaskoczony działaniem Nancy w chwili, kiedy dziewczyna sprowadza go do rzeczywistego świata. Natomiast w przypadku bohaterów *Domu Pani Slater* morderca ani na chwilę nie traci kontroli nad wydarzeniami.

Niezwykle istotna jest także broń wykorzystywana przez bohaterów tego typu filmów. Dla Murphy narzędzie napastnika stanowi nawet wyznacznik gatunku, ponieważ powołując się na Rockoffa, badaczka przypomina, że w slasherze ofiara nigdy nie ginie w sposób niewymagający fizycznego kontaktu z katem²¹, dlatego zabójca korzysta zazwyczaj z noża lub innego ostrego przedmiotu. W tego typu broni Clover widzi też symbole falliczne, świadczące o męskiej dominacji, gdyż brutalny mord jest dla slasherowego szaleńca substytutem stosunku seksualnego²². Autorka artykułu *Her body, Himself: Gender in the Slasher Film* zauważa bowiem, że morderca przeważnie jest niezdolny do współżycia ze względów psychicznych lub fizycznych, a tym samym pozostaje w stanie ciągłej frustracji seksualnej wzmagającej jego agresję²³. Ponadto badaczka uważa, że sfera seksualności łączy potwora z protagonistką, ponieważ oboje nie doświadczają erotycznego spełnienia. Co więcej, *Final Girl* ostatecznie sięga po ten sam rodzaj broni, co morderca, więc zadawane mu ciosy Clover interpretuje jako dokonywanie metaforycznej kastracji²⁴.

W analizowanych filmach wątek związany ze sferą seksualności również jest obecny. W dziele Rosmana pojawia się erotyczna scena z udziałem Vicky, jednak szybko zostaje przerwana przez najście pani Slater, która przyłapuje kochanków i upokarza swoją podopieczną. Taka reakcja wywołuje ogromny gniew dziewczyny, stając się katalizatorem uruchamiającym lawinę tragicznych zdarzeń. Twórcy nie odnoszą się natomiast bezpośrednio do seksualności głównej bohaterki, ale sugerują, że Katey z trudem nawiązuje kontakty z mężczyznami, ponieważ jako

21 *Ibidem*, s. 24–25.

22 Zob. C.J. Clover, *op. cit.*, s. 80.

23 *Ibidem*, s. 80.

24 *Ibidem*, s. 81.

jedyna nie ma partnera na pożegnalne przyjęcie, więc zostaje umówiona na randkę w ciemno z jednym ze znajomych Vicky. Warto poświęcić uwagę również na analizę końcowej sceny, kiedy dochodzi do konfrontacji pomiędzy protagonistką a mordercą, dlatego że pojawia się w niej dość groteskowy moment po raz kolejny obnażający słabość *Final Girl*. Otóż w kluczowej chwili Katey nie potrafi zrobić użytku z posiadanego pistoletu. Mierzy do oprawcy, oddaje kilka strzałów, jednak chybia i w akcie desperacji odrzuca broń na bok. Następnie szuka jakiegokolwiek ostrego przedmiotu, którym mogłaby ugodzić napastnika. Zachowanie postaci jednocześnie wpisuje się w charakterystykę slashera, ale uzmysławia też, że Katey nie może odnieść zwycięstwa, ponieważ działa zbyt chaotycznie i histerycznie.

Erotyka pojawia się także w *Koszmarze z ulicy Wiązów*, ale zostaje wprowadzona w zupełnie inny sposób. W najnowszej odsłonie słynnej serii Freddy Krueger jest sportretowany jako pedofil, który zginął w wyniku samosądu dokonanego przez rozwścieczonych rodziców skrzywdzonych dzieci. Murphy uważa, że takie rozwiązanie zostało podyktowane chęcią podążenia za pierwotnym założeniem Wesa Cravena. Rzekomo od początku reżyser planował wykorzystać wątek molestowania dzieci, niemniej musiał zrezygnować z tego pomysłu, gdyż w tym czasie w Kalifornii wybuchł skandal związany z licznymi aktami pedofilii²⁵. Wówczas koncepcja filmu uległa zmianie i Krueger stał się „tylko” mordercą. Do planu wrócił Bayer, po latach realizując obraz, w którym temat seksualnej przemocy jest znaczącym kontekstem. Freddy bowiem prześladował nastolatków, by ukarać ich rodziców za to, że doprowadzili do jego tragicznej śmierci. Pragnie także po raz drugi skrzywdzić te same osoby. Ważna jest również kwestia wypartych wspomnień i nieprzepracowanej traumy, ponieważ żaden z nastolatków nie pamięta wstrząsających zdarzeń z przeszłości. Dopiero pojawienie się zabójcy w snach sprawia, że bohaterowie rozmawiają ze sobą, łącząc poszczególne fakty, a także próbują dotrzeć do jakichkolwiek informacji wyjaśniających naturę ich koszmarów.

Fairfax utrzymuje, że remake klasycznego slashera odbiera podmiotowość oraz znaczenie protagonistce, ponieważ Nancy staje się *Final Girl* nie ze względu na cechy charakteru, ale z powodu napiętnowania przez Kruegera, który zarówno w przeszłości, jak i teraz wybrał dziewczynę na swoją „ulubienicę”²⁶. Oznacza to, że Thompson jest najbardziej pokrzywdzona ze wszystkich ofiar, co według badaczki odziera ją z heroizmu. Fairfax porównuje tę postać z prawdziwymi ofiarami gwałtów,

25 J. Murphy, *op. cit.*, s. 104–105.

26 Zob. S. Fairfax, *op. cit.*, s. 69–70.

argumentując, iż takie wydarzenie jest dla kobiety tak krzywdzące, że przez całe dalsze życie odczuwa jego skutki²⁷. Dla badaczki to podstawa do wysnucia tezy, iż Nancy zawsze będzie tylko ofiarą, ponieważ trauma odbiera jej siłę do walki²⁸.

Jednak moim zdaniem zachowanie protagonistki świadczy o czymś wręcz przeciwnym, dlatego że w chwili, gdy dziewczyna zyskuje pewność co do tragedii, jaka spotkała ją w dzieciństwie, uruchamia w sobie pokłady gniewu i chęć do walki, a tym samym do odwetu na oprawcy. Autorka publikacji *Women in Slashers Then and Now: Survival, Trauma, and the Diminishing Power of the Close-Up* utrzymuje, że bohaterka traci kontrolę nad sobą, kiedy w opuszczonym budynku znajduje fotografie dokumentujące obrzydliwe działania pedofila²⁹. Całkowicie nie zgadzam się z tą opinią, ponieważ właśnie ta scena obrazuje siłę charakteru Nancy. Bohaterka nie poddała się, nie uciekła przed prawdą, tylko stawiała jej czoła, by nie pozwolić wykorzystać się po raz drugi. Oczywiście zakończenie filmu pokazuje, że nie udało jej się ostatecznie wyeliminować zagrożenia, ale takie rozwiązanie należy do konwencji slashera, zgodnie z którą morderca tylko pozornie zostaje pokonany.

Specyfika relacji pomiędzy *Final Girl* a zabójcą w ciekawy sposób została ukształtowana w oryginalnym *Koszmarze z ulicy Wiązów*, a następnie wykorzystana w remake'u filmu. Wes Craven jako pierwszy połączył w slasherze nieszczęście z humorem, pozwalając, by Freddy Krueger rozmawiał ze swoimi ofiarami, wygłaszając makabryczne żarty³⁰. Ten zabieg zastosował również Bayer w scenach spotkań potwora z bohaterkami. Dzięki temu doskonale widać, jak morderca upaja się dręczeniem nastolatków i wprawianiem ich w coraz większe przerażenie. Ponadto w słowach kierowanych do Nancy Kreuger wyraża również szereg podtekstów i aluzji o charakterze seksualnym, łącząc je dodatkowo z lubieżnym zachowaniem, co podkreśla jego intencje względem dziewczyny. Freddy nie chce jej zamordować od razu, ponieważ najpierw pragnie rozkoszować się jej strachem, a następnie skrzywdzić ją, tak jak przed laty. Protagonistka doskonale zdaje sobie z tego sprawę, jednak nawet w takiej sytuacji zdobywa się na gniew i agresję, co dobitnie wyraża, przeklinając i złorzeczając. Dla kontrastu należy przypomnieć Katey, której działania biorą się wyłącznie ze strachu oraz paniki. W jej postępowaniu nie ma śladu gniewu, widać za to rozpacz, poczucie winy i przerażenie spowodowane obecnością mordercy.

²⁷ *Ibidem*, s. 59.

²⁸ *Ibidem*, s. 76.

²⁹ *Ibidem*, s. 59.

³⁰ Zob. B. Salter, *op. cit.*

Cytując Rockoffa, Murphy przypomina, że wyznacznikiem gatunkowym slasherów są również wspomniane już w niniejszym artykule elementy, takie jak wydarzenie z przeszłości oraz mylny trop. Warto poświęcić więcej uwagi tym kwestiom ze względu na ich istotność w budowaniu relacji pomiędzy *Final Girl* a postacią seryjnego zabójcy w omawianych przeze mnie filmach. Wydarzenie z przeszłości dodaje opowiedanej historii głębszego sensu, wyjaśniając, kim jest morderca i z jakiego powodu dopuszcza się tak krwawych czynów. Dotyczy najczęściej jakiegoś dramatycznego zdarzenia, które slasherowy zabójca przeżył lub zaobserwował³¹.

W produkcji Rosmana na samym początku pojawia się retrospekcja, z której jednoznacznie wynika, że pani Slater przeżyła traumatyczny poród. Na tym etapie nie jest powiedziane, czy udało się uratować dziecko, co idealnie wpisuje się również w kompozycję mylnego tropu, czyli sugerowania zarówno widzom, jak i bohaterom fałszywej tożsamości napastnika³². Z tego względu *Final Girl* nie jest do końca przygotowana na zagrożenie, ponieważ ma błędne wyobrażenie o tym, kto i dlaczego ją prześladuje. Katey Rose jest przekonana, że opiekunka nie miała żadnych krewnych, więc kiedy okazuje się, że zwłoki starszej kobiety zniknęły, wierzy, iż pani Slater została jedynie ranna. Wówczas po raz kolejny deklaruje konieczność naprawienia wyrządzonej krzywdy, namawiając pozostałe bohaterki do poszukiwań właścicielki domu w celu udzielenia jej pomocy. Jednak znów kończy się wyłącznie na słowach, protagonistka bowiem ulega naciskom koleżanek i nie podejmuje żadnego działania. U Rosmana *Final Girl* jest do tego stopnia niesamodzielna, bezsilna oraz owładnięta poczuciem winy, że nie potrafi przeciwstawić się większości i postąpić zgodnie z własnym sumieniem. Nie myśli racjonalnie, nie jest w stanie wyciągać logicznych wniosków, dlatego zupełnie zaskakuje ją wiadomość, że mordercą jest syn pani Slater, który widział, w jak okrutny sposób dziewczęta „zażartowały” z jego matki, i postanowił je za to ukarać.

W *Koszmarze z ulicy Wiązów* z 2010 r. motyw mylnego tropu nie został zaakcentowany, ponieważ główni bohaterowie nie kwestionują prawdziwości istnienia potwora. Nawet jeśli początkowo nie zdają sobie sprawy z tego, kim jest Freddy Krueger, to i tak niemal natychmiast orientują się, że obrażenia zadawane we śnie, ranią ich w rzeczywistości. Dzięki temu Nancy od początku ma świadomość, z jakim zagrożeniem będzie walczyć, co czyni ją przeciwieństwem bezradnej Katey. Niepewność przeniesiona została nie tyle na osobę mordercy, ile na jego

³¹ Zob. J. Murphy, *op. cit.*, s. 23.

³² *Ibidem*, s. 28.

motywację, ponieważ retrospekcje z pierwszej połowy filmu sugerują, iż Krueger mógł zostać pochopnie oskarżony o pedofilię. Dopiero później okazuje się, że podejrzenia co do jego skłonności były słuszne. Bayer skupił się więc na eksponowaniu wydarzenia z przeszłości, którym w tym filmie jest samosąd oraz lincz na mężczyźnie wykorzystującym seksualnie dzieci. Podkreślił w ten sposób również dramat nastolatków, wyjaśniając, dlaczego akurat oni są celem mordercy.

Podsumowanie

Na przestrzeni lat *slasher* uległ pewnym przekształceniom i modyfikacjom, a co za tym idzie, zmieniła się także rola i charakterystyka *Final Girl*. Porównując główne bohaterki filmów *Dom Pani Slater* oraz *Koszmara z ulicy Wiązów*, chciałam zwrócić uwagę na fakt, że ten sam typ postaci może reprezentować nieco odmienne podejście do zagrożenia, a tym samym przypominać ofiarę skazaną na porażkę lub mścicielkę, pragnącą wziąć odwet na swoim prześladowcy, jednocześnie wciąż wpisując się w ten sam paradygmat. Katey Rose odpowiada raczej koncepcji klasycznej *Final Girl*, pojawiającej się w wielu filmach produkowanych w latach 70. i 80., natomiast Nancy Thompson została wykreowana na nieco odważniejszą protagonistkę przejawiającą większą sprawczość. Sygnalizowana w niniejszym tekście zmiana wizerunku jest efektem przeobrażeń, jakim uległ *slasher*, a wraz z nim postać *Final Girl*.

Jak zauważa Murphy, po okresie ogromnego zainteresowania tego typu kinem nastąpił czas stagnacji, trwający od połowy lat 80. aż do 1996 r., czyli do premiery filmu *Krzyk* (*Scream*, reż. W. Craven, USA), w którym Craven odświeżył formułę gatunku, wywołując kolejną falę popularności slasherów³³. Zaowocowało to również nieco zmienioną konwencją ukazywania głównej bohaterki, która nie musiała już być przedstawiana jako bardziej konserwatywna od swoich koleżanek, stroniąca od mężczyzn czy negująca swoją kobiecość³⁴. *Final Girl* stała się znacznie ciekawszą postacią, kiedy w filmach zaczęto pokazywać też jej ścisły związek z mordercą oraz wynikające z tego faktu emocje, takie jak złość czy gniew, i przestano ograniczać rolę kobiety do uciekania przed szaleńcem oraz wołania o pomoc³⁵.

Wraz z nowym wizerunkiem protagonistki zmieniły się również relacje pomiędzy nią a innymi postaciami. Dzięki temu przeobrażeniu możliwa jest sytuacja, w której udaje się przetrwać nie tylko Nancy, ale także Quentinowi, jako że bohaterka nie musi być już jedyną ocalałą. W latach 90. twórcy pozwolili sobie na wplatanie do historii licznych

³³ Zob. J. Murphy, *op. cit.*, s. 32.

³⁴ *Ibidem*, s. 107.

³⁵ *Ibidem*.

odniesień i nawiązań do innych produkcji, korzystając z tego, że publiczność była już doskonale zaznajomiona z zasadami rządzącymi slasherem. Natomiast w popularnych remake'ach klasycznych dzieł połączono odświeżoną formułę ze znanymi już historiami czy bohaterami, dzięki czemu opowieści o seryjnym mordercy atakującym grupę nastolatków nabrały nieco innego wydźwięku. Wprawdzie *Final Girl* nadal musi przegrać ostateczną walkę, ponieważ zabójca zawsze powraca, ale biorąc pod uwagę ewolucję slasherów, można spodziewać się zmian również w tym względzie.

- Carroll Noël., *Filozofia horroru, albo Paradoksy uczuć*, przeł. M. Przyłipiak, Gdańsk 2004.
- Christensen Kyle, *The Final Girl versus Wes Craven's A Nightmare on Elm Street: Proposing a Stronger Model of Feminism in Slasher Horror Cinema*, „Studies in Popular Culture” 2011, no. 1.
- Clover Carol J., *Her body, Himself: Gender in the Slasher Film*, „Representations” 1987, no. 20.
- Fairfax Shyla, *Women in Slashers Then and Now: Survival, Trauma, and the Diminishing Power of the Close-Up*, Ottawa 2014.
- Gavin Helen, *The damsel in distress: not as sweet as she is painted?* http://eprints.hud.ac.uk/17741/3/GavinEWF4_Once_upon_a_time.pdf.
- Has-Tokarz Anita, *Horror w literaturze współczesnej i filmie*, Lublin 2011.
- Murphy Jo, *Re-presenting Fear: The Slasher Remake as Cumulative Hypertext*, Dunedin 2011.
- Salter Brie, *Scream if You Know What I Had a Nightmare about Last Halloween in Texas*, <http://www.stolaf.edu/depts/ciswp/bsalter/pdfs/SlasherFilms.pdf>.
- Sitarski Piotr, *Różnorodność form kina. Przemysł filmowy. Twórcy*, [w:] *Kino bez tajemnic*, red. B. Żmichowska, Warszawa 2009.

Bibliografia

Damian Gałuszka

Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie

Gry wideo wobec problemu seksizmu – próba netnograficznej analizy na przykładzie wybranych dyskusji internetowych

Abstrakt

Gry elektroniczne to chyba jedyne ze współczesnych mediów, które mają przed sobą tak dobre perspektywy rozwoju. Zmienia się nie tylko liczba i struktura demograficzna graczy, ale też rośnie znaczenie ekonomiczne branży elektronicznej rozrywki. Same gry także dojrzewają, podejmując tematykę, która do tej pory była zarezerwowana dla filmu czy literatury. Niestety, wyżej wymienione przemiany w znikomym stopniu dotyczą istotnej kwestii, jaką jest niezmiennie, często wręcz seksistowskie, podejście do kobiecości w grach wideo (zagadnienie reprezentacji i roli żeńskich postaci). Okazuje się jednak, że problematyczny jest nie tylko sposób reprezentacji żeńskich postaci w grach, ale też reakcje społeczności graczy na próby eliminacji stereotypów płciowych w ramach omawianego medium (czego przykładem może być tzw. afera *Gamergate*). Mając świadomość wyżej opisanych zjawisk, postanowiłem poddać analizie wybrane dyskusje, jakie pojawiły się w Internecie, w odpowiedzi na: 1) wprowadzenie nowej bohaterki do gry *Borderlands 2* – Ellie; 2) ewolucję wizerunku Lary Croft; 3) próbę wprowadzenia żeńskich drużyn do popularnej serii gier *FIFA*. Przeprowadzone badania netnograficzne to analiza komentarzy użytkowników wybranych stron internetowych oraz wywołanej próby graczek (wypowiedzi kobiet należały do rzadkości na analizowanych witrynach), będących reakcją na wymienione próby równouprawnienia pozycji kobiet w świecie gier wideo.

Słowa klucze

gry wideo, seksualizacja, dyskryminacja płciowa

Damian Gałuszka

Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie

Gry wideo wobec problemu seksizmu – próba netnograficznej analizy na przykładzie wybranych dyskusji internetowych

Na współczesną mediasferę składa się kilka typów mediów. Poza tradycyjnymi – do których zalicza się prasę, radio i telewizję – coraz większą rolę odgrywają tzw. nowe media, w tym także gry elektroniczne. Tendencję tę potwierdzają badania rynku, takie jak raporty Entertainment Software Association, z których możemy się dowiedzieć, że wydatki amerykańskich graczy na to medium wzrosły z poziomu 7 mld dol. w 2003 r. do 15,4 mld dol. w 2014 r.¹ Powyższe dane obrazują ogólnoswiatową tendencję. Międzynarodowa firma analityczna Newzoo prognozuje, że globalne przychody w tym przemyśle wzrosną z 66,3 mld dol. w 2012 r. do 86 mld w 2016 r.² Dla wielu osób gry wideo są stałym elementem codziennego życia. W sposób pośredni potwierdzają to wyżej przytoczone analizy rynku, a bezpośrednich dowodów można się doszukiwać w takich badaniach jak *Badanie budżetu czasu ludności w 2013 r.*³ Raport ten ukazuje ważną funkcję pełnioną przez gry życia młodych Polaków (w wieku od 10 do 14 lat), którzy przeznaczają ok. 50% wolnego czasu (średnio 1 godz. 46 min. dziennie), a zatem więcej niż na czytanie czy zajęcia sportowe, na gry wideo⁴. Co więcej, wraz z ewolucją samego medium następowały zmiany w strukturze jego użytkowników. Dziś średni wiek gracza w USA to 35 lat, a 44% wszystkich użytkowników gier w tym kraju to kobiety⁵. Sytuacja w Europie wygląda bardzo podobnie⁶.

1 ESA, *Essential Facts About the Computer and Video Game Industry 2015*, s. 12, <http://bit.ly/2bfat4s> [dostęp: 11.11.2015].

2 Newzoo, *The Global Games Market 2013*, s. 7, <http://bit.ly/2bxlui9> [dostęp: 11.11.2015].

3 CBOS, *Badanie budżetu czasu ludności w 2013 r.*, Warszawa 2014, s. 8, <http://bit.ly/2bxm8wf> [dostęp: 11.11.2015].

4 CBOS, *op. cit.*, s. 8.

5 ESA, *op. cit.*, s. 3.

6 ISFE, *Videogames in Europe: Consumer Study*, <http://bit.ly/2bLjcgr> [dostęp: 11.11.2015].

Gry wideo stanowią ważny element życia wielu osób – bez względu na wiek i płeć. Warto więc przyjrzeć się bliżej temu fenomenowi kulturowemu. W niniejszym tekście postanowiłem skupić się na zjawisku seksualizacji żeńskich postaci w grach wideo. W szczególności interesuje mnie reakcja społeczności graczy i graczek na trzy wybrane inicjatywy, których celem było wzmocnienie roli kobiet w kulturze gier komputerowych.

Podstawowym dla tej analizy pojęciem jest seksualizacja. Dlatego w celu jego szerszego wyjaśnienia powołałam się na definicję zaproponowaną przez Amerykańskie Towarzystwo Psychologiczne, która pojawia się w raporcie na temat erotyzacji wizerunku dziewcząt. Autorzy tego opracowania podają, iż o seksualizacji możemy mówić, gdy: wartość osoby wynika tylko z jej atrakcyjności płciowej lub zachowania, do tego stopnia, że wyklucza to inne cechy; osoba jest dopasowywana do normy, według której atrakcyjność fizyczna (wąsko zdefiniowana) oznacza bycie seksownym; osoba jest uprzedmiotowiona pod względem seksualnym, czyli staje się dla innych raczej przedmiotem seksualnego wykorzystania niż osobą zdolną do podejmowania niezależnych działań i decyzji; a także, gdy seksualność jest narzucona osobie w niewłaściwy sposób⁷.

Niestety, wielu tzw. mainstreamowym⁸ grom wideo zarzuca się reprodukcję stereotypów płciowych⁹, seksualizację postaci żeńskich¹⁰ czy reprodukcję nierówności płci¹¹. Postacie żeńskie rzadko pełnią funkcję głównych bohaterów w grach elektronicznych¹², a jeżeli już się pojawiają, to często wpisują się w wyobrażenie kobiet, „które prezentowa-

Seksualizacja a kultura gier wideo

- 7 Raport Amerykańskiego Stowarzyszenia Psychologicznego na temat seksualizacji dziewcząt, red. L. E. Zurbruggen, przeł. E. Konofol, s. 12, <http://bit.ly/2bDcfR6> [dostęp: 11.11.2015].
- 8 Chodzi o gry „głównego nurtu”, często określane mianem AAA, które „odnosi się do gier powstających przy zaangażowaniu dużych nakładów finansowych, nastawionych na wysoką jakość finalnego produktu i korzystających z zaawansowanych technologii”. Zob. AAA [hasło], [w:] *Słownik gracza GryOnline.pl*, <http://bit.ly/2b-fbg58> [dostęp: 11.11.2015].
- 9 P. Sterczewski, *Najlepsza modelka od Jarugi po Buinę*, <http://bit.ly/2bfaceY> [dostęp: 11.11.2015].
- 10 M. Pietryka, *Sprawność dziwki, czyli o płci w grach wideo*, <http://bit.ly/2bcu3UH> [dostęp: 27.01.2015]; E. Lalik, *Dlaczego przestałam wielbić Larę Croft, czyli kobiety w grach*, <http://bit.ly/2bxlwnw> [dostęp: 11.11.2015].
- 11 C. Arteta, H. Khairi, J. Rabat, *Playing with Women: Objectification and Victimization in Video Games*, <http://bit.ly/2c3a8Yp> [dostęp: 11.11.2015].
- 12 Zob. J. Cassell, H. Jenkins, *Chess for Girls? Feminism and computer games*, [w:] *From Barbie to Mortal Kombat. Gender and Computer Games*, ed. by J. Cassell, H. Jenkins, Cambridge 2000, s. 7.

ne są najczęściej jako obiekty potencjalnego spojrzenia męskiego¹³. Taka perspektywa ma dostarczyć mężczyźnie przyjemność, a kobietę stawia w pozycji obiektu męskiego pożądania, na które składa się zbiór preferowanych estetyk (makijaż, fryzura, sylwetka, ubiór, zapach)¹⁴. Pomimo wyrównanych proporcji płci w grupie użytkowników gier wideo nie możemy mówić o równouprawnieniu płci w samych grach (szczególnie w tytułach typu AAA), co więcej, większość kobiecych postaci wpisuje się w przytoczoną wyżej definicję seksualizacji.

Jednak w branży elektronicznej rozgrywki co jakiś czas podejmuje się pewne wysiłki, których celem jest poprawa wyżej opisanego stanu rzeczy. W mojej pracy postanowiłem przyjrzeć się trzem takim próbom. Nie ograniczę się jedynie do ich charakterystyki, ponieważ dodatkowo przeanalizowałem reakcje wybranych graczy i graczek na upublicznienie informacji o planowanych przekształceniach roli kobiecych postaci w wybranych grach wideo.

Obszar i metodologia badania

Analizę społecznego odbioru wybranych inicjatyw, których celem jest przełamanie męskiej dominacji w świecie gier wideo, przeprowadziłem na podstawie następujących doniesień prasowych:

- *Oto Ellie – niezwykle sympatyczna bohaterka i zaprzeczenie tego, jak kobiety wyglądają w grach* [Borderlands 2]¹⁵ oraz *Poznajcie Ellie, czyli panią mechanicz z Borderlands 2*¹⁶ – łącznie 41 przeanalizowanych kometnatrzy użytkowników.
- *Tak ma wyglądać nowa Lara Croft?*¹⁷ oraz *Square-Enix oficjalnie zapowiada nową odsłonę serii Tomb Raider. Zobacz jak wygląda nowa Lara Croft*¹⁸ – łącznie 88 komentarzy.
- *Kobiece drużyny w FIFA 14? Ruszyła petycja, by tak się stało*¹⁹ oraz *W FIFA 14 sędzia dla kobiet nie zagwiżdże*²⁰ – łącznie 77 komentarzy.

Wyżej wymienione artykuły stały się przyczynkiem do dyskusji internautów, a pojawiające się w nich komentarze użytkowników wykorzy-

13 Z. Melosik, *Tożsamość, ciało i władza w kulturze instant*, Kraków 2010, s. 28.

14 Zob. *ibidem*.

15 P. Kamiński, *Oto Ellie – niezwykle sympatyczna bohaterka i zaprzeczenie tego, jak kobiety wyglądają w grach* [Borderlands 2], <http://bit.ly/2bKaj70> [dostęp: 11.11.2015].

16 Vergil, *Poznajcie Ellie, czyli panią mechanicz z Borderlands 2*, <http://bit.ly/2bKauyH> [dostęp: 11.11.2015].

17 eJay, *Tak ma wyglądać nowa Lara Croft?*, <http://bit.ly/2bBs9YC> [dostęp: 11.11.2015].

18 Kono, *Square-Enix oficjalnie zapowiada nową odsłonę serii Tomb Raider. Zobacz jak wygląda nowa Lara Croft*, <http://bit.ly/2bxmHGp> [dostęp: 11.11.2015].

19 A. Bednarek, *Kobiece drużyny w FIFA 14? Ruszyła petycja, by tak się stało*, <http://bit.ly/2bj2jAl> [dostęp: 11.11.2015].

20 M. Włodarczyk, *W FIFA 14 sędzia dla kobiet nie zagwiżdże*, <http://bit.ly/2bSYNP2> [dostęp: 11.11.2015].

stałem w dokonanej analizie materiałów zastanych. Następnie przeprowadziłem badanie metodą ankiety internetowej. Jego celem było zebranie danych, które reprezentują kobiece reakcje na wyżej wymienione doniesienia prasowe. W kwestionariuszu ankiety zapytałem, poprzez zastosowanie pytań otwartych, o następujące kwestie:

- o odczucia względem Ellie oraz chęć / brak chęci zagrania taką postacią (na podstawie zamieszczonej w ankiecie ilustracji tej bohaterki);
- o ocenę ewolucji wizerunku Lary Croft (na podstawie zamieszczonej w ankiecie ilustracji, przedstawiającej kolejne modele Lary Croft);
- o opinię na temat żeńskich drużyn w grach z serii FIFA.

W sumie przeanalizowałem 206 komentarzy (autorstwa 176 mężczyzn oraz dwóch kobiet), które zostały opublikowane na sześciu polskich stronach internetowych poświęconych grom elektronicznym, oraz 90 ankiet – wszystkie wypełnione przez kobiety. Przeprowadzenie ankiety było niezbędne, ponieważ okazało się, że grupa komentujących graczy jest zdominowana przez mężczyzn. Dobór uczestniczek miał charakter celowy (korzystające z gier elektronicznych kobiety w wieku od 18 do 35 lat), nielosowy i częściowo dokonany metodą kuli śnieżnej. Podstawą metodologiczną przeprowadzonej analizy są zalecenia zawarte w książce Kathy Charmaz pt. *Teoria ugruntowana. Praktyczny przewodnik po analizie jakościowej*²¹. Autorka proponuje, aby analizowane teksty umieszczać w ich kontekstach. Jest to szczególnie ważne w przypadku danych internetowych, gdzie często kontekstu brakuje. W mojej analizie tła sytuacyjnego dostarczały artykuły, pod którymi toczyły się dyskusje użytkowników. Charmaz słusznie przestrzega przed możliwością zmiany danych podstawowych w internecie (m.in. wieku, płci, rasy itp.), dlatego w sposób szczególny zwracałem na to uwagę. Niestety, staranność badacza nie zapewnia pewnej wiedzy o płci autora komentarza. W trakcie analizy materiałów zastanych i wywołanych wspierałem się – nieco zmodyfikowanymi – pytaniami badawczymi zaproponowanymi w książce Charmaz²².

Netnograficzny (wirtualny²³) charakter tego badania implikuje kontakt ze specyficznym rodzajem danych – wypowiedziami pisemnymi na stronach internetowych. Wykorzystywany w analizowanych tekstach język

Omówienie wyników badania

21 Zob. K. Charmaz, *Teoria ugruntowana. Praktyczny przewodnik po analizie jakościowej*, przeł. B. Komorowska, red. nauk. wyd. pol. K. Konecki, Warszawa 2009, s. 53–57.

22 *Ibidem*, s. 56–57.

23 Zob. D. Jemielniak, *Netnografia, czyli etnografia wirtualna – nowa forma badań etnograficznych*, „Prakseologia” 2013, nr 154, s. 98, <http://bit.ly/2bfc1Lv> [dostęp: 11.11.2015].

jest typowy dla komunikacji zapośredniczonej przez komputer (ang. *CMC* – *computer mediated communication*), która cechuje się: zapośredniczonym charakterem interakcji pomiędzy podmiotami, rozciągnięciem w czasie i przestrzeni, wielogłosowością, kaskadowością, wykorzystaniem zwięzłego i komunikatywnego języka, rezygnacją z poprawności stylistycznej czy gramatycznej, wykorzystaniem licznych skrótów oraz akronimów²⁴. Większość przeanalizowanych wypowiedzi ma charakter pojedynczych zdań lub ich równoważników. Teksty bardziej złożone są w zdecydowanej mniejszości. Takie ograniczenie różnorodności symbolicznej i złożoności strukturalnej wypowiedzi utrudnia możliwość dotarcia do kontekstów ich powstania. W dłuższych opiniach widać natomiast większe zaangażowanie rozmówców. Przykładem może być komentarz użytkowniczki o nicku *karabin_mamo* (wypowiedź odnosząca się do omawianego w kolejnym akapicie przypadku *Ellie*), która napisała:

to jest znowu przerysowanie w druga strone, ale niech bedzie. lepsze to niz elfice z wywalonymi dojami w grach MMORPG. rzygac sie chce. ale cale szczescie nie wszedzie tak jest. to jeden z czynnikow pozwalajacy odroznic dobra gre od totalnej szmiry²⁵.

Z tej wypowiedzi możemy wywnioskować, że użytkowniczka ma świadomość istnienia zseksualizowanych postaci kobiecych w innych grach (tutaj podano przykład gier MMORPG – ang. *Massively multiplayer online role-playing game*, czyli sieciowych gier fabularnych) oraz wyraziła – w sposób dość dosadny, a w zasadzie wulgarny – swój sprzeciw wobec takich praktyk. Dla kontrastu można przytoczyć wypowiedź gracza o nicku *l1nk*, który napisał: „ruchałbym ;)”. Jakie znaczenia kryją się za takim komentarzem? Co on mówi o postawie autora? Niestety, w badaniach netnograficznych badacz często ma do czynienia z tego rodzaju problemami. Jedną z możliwości ich rozwiązywania jest poszukiwanie odpowiedniego kontekstu wypowiedzi, co też starałem się za każdym razem robić, ale nie zawsze było to możliwe. Przykładowo nie wszystkie witryny umożliwiały dostęp do profilu komentującego.

Ellie – nietypowa bohaterka

Ellie to postać z dodatku do gry *Borderlands 2* (Gearbox, 2K Games, 2012) – produkcji z gatunku FPS (pierwszoosobowa strzelanina). Jak wyjaśniali twórcy postaci: „chcieliśmy mieć niezależną postać kobiecą, której wygląd zaprzeczałby temu, jak prezentuje się większość postaci żeńskich

24 Zob. M. Szpunar, *Rozważania na temat komunikacji internetowej*, [w:] *Teksty kultury. Oblicza komunikacji XXI wieku*, red. J. Mazur, M. Rzeszutko-Iwan, Lublin 2006, s. 220–222, <http://bit.ly/2beuw33> [dostęp: 11.11.2015].

25 We wszystkich cytatach pochodzących z analizowanych materiałów zachowano oryginalną pisownię.

w grach”²⁶. Tak więc fizyczność Ellie miała stanowić realną alternatywę dla reprodukowanej w grach wideo cielesności żeńskich postaci, które z reguły wpisują się w stereotypowy model kobiecego piękna, właściwy dla kultury Zachodu. Atutem tej bohaterki miał być humor, niesztampowe zachowanie, dobre dopasowanie do uniwersum gry, a nie atrakcyjna powierzchowność. Można przyjąć, że kontekstem tego przykładu jest próba wprowadzenia do gier nowego – i alternatywnego względem dominującego – modelu cielesności postaci kobiecych. Jaka była reakcja graczy na tę propozycję?

Z analizy komentarzy wynika, że pomysł ten nie przypadł do gustu uczestnikom dyskusji. W zaledwie trzech wypowiedziach ujawnił się pozytywny stosunek komentujących (komentarz użytkownicy karabin_mamo został już zacytowany). Użytkownik o pseudonimie fartuess (z jego profilu na stronie wynika, że to 23-letni mężczyzna, użytkownik witryny z czteroletnim stażem, opublikował 1291 komentarzy) napisał: „wygląda bardzo sympatycznie :). Pewnie do gry włoży więcej nowego niż większość »lachonów« :)”. Z kolei niomniom (mężczyzna, 32 lata, staż na stronie to cztery lata, napisał 721 komentarzy) opublikował wpis o następującej treści: „No i fajnie, faktycznie nie każda kobita w grach musi wyglądać cudnie i uroczo”. Obie wypowiedzi dobrze korespondują z zamierzeniem twórców, którzy położyli także nacisk na aspekt osobowościowy Ellie oraz jej nieszablonowy wygląd. Obaj autorzy – poprzez swoje wypowiedzi – wyrazili własną gotowość do zaakceptowania alternatywnego modelu cielesności bohaterki, a pośrednio także świadomość występowania problemów z reprezentacją kobiet w grach. Fartuess używa sformułowania „większość lachonów”, przez co wyraża swoją wiedzę o dominującym wzorcu postaci żeńskich w grach, podobnie niomniom.

Jednocześnie negatywnie nastawieni gracze skupili się na fizycznych cechach modelu Ellie. Pojawiały się takie określenia jak: „gruba baba”, „gruba kobieta”, „bestia”. Nie zabrakło porównań do: Matki Łęgu – to jeden z przeciwników w grze *Dragon Age: Początek* (BioWare, Electronic Arts, 2009), postać wyjątkowo brzydka i gruba; KinyCzewy (wideo-bloggerka, posiada swój kanał na portalu YouTube, na którym prezentuje m.in. gry wideo, osoba otyła); higienistki z „wlatcow moch” (pisownia oryginalna). Pojawiały się także wypowiedzi jawnie seksistowskie: „DAT ASS, dobra ta Ellie”, „ruchałbym ;)”, „Klepiesz w tyłek i na piątej fali wchodzisz :D”, „Nikt by nie ruchał?” – oczywiście są one utrzymane w konwencji żartu lub ironii, co potwierdzają zastosowane emotikony. Wyżej przytoczone przykłady wskazują na obecność głęboko zakorzenionych stereotypów płciowych w analizowanej grupie osób, a także na ich

26 P. Kamiński, *op. cit.*

wyjątkowo płytkie – bo ograniczone do cech fizycznych – interpretacje nowej postaci.

Ciekawym zagadnieniem są nawiązania do feminizmu w takich wypowiedziach jak: „feministki na stos” czy „Hah, wrzeszczące feministki domagały się »odseksualizowania« kobiet w grach, to teraz mają bohaterkę, która wygląda tak jak większość takich wrzeszczących feministek. Sprytny ruch, Gearbox [twórcy gry – przyp. D.G.] ;>”. Niektórzy użytkownicy interpretowali omawianą inicjatywę jako feministyczną, chociaż w komentowanym artykule nie pojawiły się bezpośrednie nawiązania do tej ideologii. Przytoczone opinie na temat feminizmu są skrajnie spłycone, ale oferują pewien potencjał interpretacyjny. Możemy bowiem ostrożnie założyć, że autorzy niektórych komentarzy mają świadomość pewnych procesów emancypacyjnych w ramach branży elektronicznej rozrywki, ale z jakichś powodów je odrzucają. Wartym odnotowania jest też przejaw świadomości grupowej komentujących. Można ją odnaleźć w krótkiej wymianie wpisów: „»[...] że gracz nigdy nie będzie jej żałował czy się z niej naśmiewał« [komentujący cytuje fragment artykułu – przyp. D. G.] Tiaaaa, wystarczy spojrzeć na komentarze wyżej” – napisał Homerowaty_Anonim, na co odpowiedział Dasio, pisząc: „Cóż, najwyraźniej nie mieli pojęcia o istnieniu tej strony... I jej »czytelników«”. Po czym Homerowaty_Anonim zauważył jeszcze: „Przecież ona będzie przez każdego wyśmiewana... Panowie z 2K [wydawca gry – przyp. D. G.] są chyba nie poważni”. Niestety, ta autodiagnoza graczy sugeruje, że widzą oni możliwość sporego sprzeciwu we własnym środowisku wobec tego rodzaju postaci. Taki wniosek znajduje potwierdzenie w komentarzu użytkowniczki babka_z_marsa, która – nieco żartobliwie – zauważyła: „A na fan-artach i tak będą ją rysować jako biuściastą supermodelkę :P”.

Natomiast jak postać Ellie oceniają uczestniczki ankiety? W zasadzie pomimo jej niepopularnego (jak na branżowe standardy) wizerunku spora część respondentek byłaby w stanie tę postać polubić, inaczej niż w przypadku komentujących mężczyzn, dla których aspekt wizualny jest zdecydowanie istotniejszy i dominuje w ocenie postaci. Graczki częściej zwracały uwagę na szczegóły modelu Ellie: tatuaż w formie serduszka czy naszyty na spodniach kwiatek. Co więcej, nie ograniczały się one tylko do oceny zewnętrznych walorów tej postaci. Próbowaly opisać także cechy charakteru Ellie, przykładowo respondentka, która przeznaczając 10 godzin tygodniowo na gry, napisała:

Uważam, że jest osobą silną, zarówno fizycznie, jak i psychicznie, chce, aby inni ludzie czuli przed nią respekt; przez to mało kto widzi w niej kobietę. W głębi duszy jednak jest sympatyczna i ma duże poczucie humoru, o czym świadczy tatuaż w kształcie serca oraz stokrotka na spodenkach.

Oczywiście kobiety także krytykowały przedstawioną postać, ale robiły to w zdecydowanie odmienny od mężczyzn sposób. Graczki unikały jednoznacznie negatywnych i wulgarnych określeń, a raczej wskazywały, że wizerunek Ellie jest przerysowany, a przez to aseksualny czy niekobiecy – co prowadziło je do konstatacji, że Ellie jest postacią wyjątkowo „męską” i wygląda, „jakby miała zaraz powalić na ziemię, zdeptać i dobić kluczem”. To odwoływanie się do kategorii męskości nie dotyczy tylko i wyłącznie cech fizycznych (np. stroju mechanicznego), ale też cech charakteru Ellie, które przypisywały jej uczestniczki badania (silna, twarda, szorstka, brutalna, pewna siebie, niezależna). Co ciekawe, wśród kobiet, podobnie jak i u komentujących graczy, pojawiły się krytyczne nawiązania do feminizmu. Przykładowo jedna z respondentek (przeznacza jedną godzinę tygodniowo na gry) napisała o Ellie: „nie epatuje seksem, ale nie podoba mi się mimo to – to taka karykatura wręcz, widzę ją raczej jako stereotypową feministkę w wyobrażeniach facetów”. Inna uczestniczka badania (przeznacza 10 godzin tygodniowo na gry) napisała wprost, że pani mechanik jest „straszna” i nie chciałaby nią zagrać, ponieważ jest zbyt „feministyczna”. Widać więc, że krytyczne – ale zarazem dość stereotypowe – podejście do feminizmu może cechować nie tylko graczy, ale także graczy.

Podsumowując ten etap analizy, można dojść do wniosku, że stereotypowe podejście do kwestii cielesności wirtualnych postaci stanowi ogromną przeszkodę w popularyzowaniu niekonwencjonalnych rozwiązań. Progresywne intencje twórców gry nie odnalazły akceptacji w omówionej grupie użytkowników. Nieoczywisty – w porównaniu do dominującego modelu kobiecej bohaterki – wizerunek Ellie stał się podstawą do upublicznienia komentarzy wulgarnych, seksistowskich czy uprzedmiotawiających w przypadku użytkowników płci męskiej, a w przypadku części kobiet wywołał sprzeciw wobec przerysowanej, czy też mocno odbiegającej od przeciętnej, fizyczności Ellie. Zamiast znormalizować wygląd bohaterki, autorzy skierowali się ku skrajności. Bo podobnie jak ekstremalny model – unaoczniający się poprzez „mityczną” sylwetkę, popularnie określaną jako 90–60–90 cm – Lary Croft zaszufladkował tę postać jako obiekt seksualnego pożądania, tak idea stworzenia kompletnie nieatrakcyjnej fizycznie postaci *per se* wystawiła ją na ostrą krytykę. Oczywiście powyższe słowa nie powinny być odbierane jako potępienie zjawiska otyłości, a raczej jako zarzut wobec twórców. Chcieli oni przenieść uwagę graczy z walorów fizycznych na inne aspekty bohaterki, ale zrobili to, bazując na modelu, w którego przypadku aspekt fizyczny ciągle przebija się na pierwszy plan. Dlatego też obserwatorzy, czyli sami gracze, także skupili się na wyglądzie Ellie i w dużej mierze zignorowali pozytywne przesłanie twórców.

Nowe wcielenie Lary Croft

Lara Croft jest powszechnie uważana za ikonę popkultury. Sukces serii gier *Tomb Raider* (pierwsze wydanie: Core Design, Eidos Interactive, 1996; ostatnie wydanie: Crystal Dynamics, Square Enix, 2015), a także dwóch hollywoodzkich produkcji filmowych, zapewnił tej bohaterce rozpoznawalność. Co prawda, przeciętny uczestnik kultury może lepiej kojarzyć tę postać z jej filmową odtwórczynią (Angelina Jolie), ale w środowisku graczy dominuje wizerunek budowany w kolejnych częściach serii (od 1996 r. pojawiło się 11 gier głównych oraz kilka pobocznych). Na przestrzeni lat, wraz z rozwojem możliwości technologicznych, zmieniał się wizerunek Lary Croft. Jednak dopiero w przedostatniej odsłonie, wydanej w 2013 r., twórcy postanowili zerwać z wizerunkiem ramboliny. Rambolina to żeński odpowiednik męzczyzny sukcesu, realizuje się ona w ostatnim bastionie męskości: militarystyce²⁷. Modelowa rambolina przechwytyje wiele cech, które dotychczas były zarezerwowane dla mężczyzn: jest kompetentna, aktywna, pewna siebie, ma nad sobą kontrolę, jest zorientowana na przemoc oraz świat zewnętrzny²⁸. Pomimo tych emancypacyjnych cech osobowości Lara Croft przez lata była przedstawiana jako obiekt męskiego pożądania, raczej wirtualny przedmiot erotycznej przyjemności niż niezależny podmiot w uniwersum *Tomb Raidera*²⁹. W przywoływanych tutaj artykułach dziennikarze po raz pierwszy informowali szerszą grupę graczy – przyzwyczajonych do wcześniejszych wizerunków Lary – o poważnym przeprojektowaniu tej postaci. W grze *Tomb Raider* z 2013 r. doszło do rebootu całego uniwersum. Gracz przeżywa fabułę, która opowiada o wczesnych etapach życia Lary Croft. Młoda, zaledwie 21-letnia, Lara dostaje nie tylko nową osobowość (nie jest to już silna i bezwzględna rambolina, a raczej przeciętna kobieta, która musi się odnaleźć w ekstremalnie trudnej sytuacji), ale i odmienione ciało – można powiedzieć, że urealnione. Bohaterka zyskuje nieco krągłości, proporcje jej sylwetki nabierają faktycznych wymiarów, a krótkie szorty zostają zamienione na długie spodnie. W tym przypadku możemy więc mówić o kontekście redefiniowania utrwalonego schematu kobiecej cielesności w grach wideo. W jaki sposób badani zareagowali na tę zmianę?

Przekształcenie wizerunku Lary Croft nie spotkało się z tak jednoznacznie negatywnym odbiorem, jak postać Ellie, przynajmniej w ramach analizowanej grupy. Komentarze odnoszące się w sposób pozytywny do metamorfozy panny Croft były w mniejszości, jednak głos tej części komentujących jest zauważalny. Niestety, w niektórych przypad-

²⁷ Zob. Z. Melosik, *op. cit.*, s. 210–211.

²⁸ Zob. *ibidem*.

²⁹ Zob. E. MacCallum-Stewart, „Take That, Bitches!” *Refiguring Lara Croft in Feminist Game Narratives*, „Game Studies” 2014, no 2.

kach brak krytyki powiązany był z seksistowskimi czy paternalistycznymi opiniami. Krzych Ayanami napisał: „Dobra robota mała, tak trzymaj :D”, „Ale lachon, must have : D” (Dawidv), „A mnie się podoba, ale na razie nie widziałem jeszcze cycków” (Cyber Rekin), a użytkownik Rock Alone: „Serio, bez zdjęcia od pasa w górę nie zamierzam zajmować stanowiska. Chociaż co tam... na pierwszy rzut oka, młody kociak wygląda drapieżnie :P”. Widać tu więc, że pomimo zmiany kontekstu, w jakim jest osadzona postać Lary Croft, nie zmienia się sposób jej postrzegania. Nie przestaje być ona obiektem seksualnym, który przyciąga zainteresowanie mężczyzn. Zmienia się co najwyżej treść przekazu, ale nie schemat jego interpretacji – czego zapewne życzyliby sobie autorzy remake’u *Tomb Raidera*.

Część komentujących odniosła się do nowego wizerunku Croft w sposób całkowicie negatywny. W tym wypadku także dominowały odniesienia do fizyczności tej postaci. Od najprostszych pytań „Gdzie są cycki?!” (Mister_X) przez komentarze, w których autorzy odnosili się do nieco szerszej ramy interpretacyjnej: „Czy restart (kolejny) serii wyjdzie na zdrowie, ocenimy, jak gra wyjdzie. Teraz pytanie fanowski: jaką miseczkę Lara będzie miała w tej odsłonie?” (Gunardan), a skończywszy na jawnie antykobiecych wypowiedziach w rodzaju: „Kobiety to brudasy ale żeby aż tak... Ten makijaż³⁰ to wielka przesada” (Pan Dzikus). Widzimy więc, że stosunek graczy do zmiany zaproponowanej przez twórców gry nie jest jedynym elementem, który rzutuje na odbiór nowego wizerunku. Ważna jest też postawa osoby komentującej, wyrażająca się w stosunku do żeńskich postaci w grach, która z kolei wynika – zgodnie z interakcjonizmem symbolicznym – z potencjału relacyjnego uczestnika dyskusji, na który składają się posiadane wyobrażenia, system znaczeń, schematy interpretacyjne oraz opisy ról³¹. Z pewnością część wypowiadających się graczy budowała swoje wyobrażenie i rozumienie postaci Lary Croft na podstawie doświadczeń z poprzednich odsłon serii. Jak trafnie ujął to użytkownik o pseudonimie nazary:

będą dobre cycki, będzie dobra gra :D Powiedzmy sobie szczerze ale Lare Croft kojarzymy głównie z wielkimi balonami :) Pamiętam jeszcze Tomb Raidera na psi i te wielie pikselowate balony :D.

Tak więc reprodukowany przez wiele lat, stereotypowy i zseksualizowany wizerunek Lary Croft mógł mieć wpływ na fanów tej serii, kreując zinternalizowane przez nich wyobrażenia i posiadane schematy inter-

30 Jest to nawiązanie do stylizacji Lary Croft. Na opublikowanych w artykule grafikach jej twarz jest zablokowana.

31 Zob. A. Pawłowska, *Badanie relacji społecznych w organizacji z wykorzystaniem metod projekcyjnych*, „Studia i Materiały” 2006, nr 1, s. 7–11, <http://bit.ly/2c3dHoT> [dostęp: 11.11.2015].

pretacyjne. To, co przynosiło popularność tej postaci we wcześniejszych latach, obróciło się przeciwko twórcom gry w momencie, gdy chcieli oni urealnić główną bohaterkę swoich gier. Oczywiście opisywana tu metamorfoza bohaterki nie jest bardzo radykalna. Widzą to także autorzy analizowanych wpisów. Coy2K napisał:

czym tu się podniecać? wygląda jak ucharakteryzowana modelka, których było sporo i każda kolejna młodsza od poprzedniej. Rewolucja to by była gdyby miała kabze jak u przeciętnego amerykanina i miseczki rozmiar A.

Zapewne dla twórców – a może przede wszystkim producentów i wydawcy – taka rewolucja wiązałaby się ze sporym ryzykiem biznesowym, co w kontekście wyżej omówionego odbioru postaci Ellie nie powinno nikogo dziwić. Nowy wizerunek Lary jest wciąż bardzo atrakcyjny, a jej uroda ponadprzeciętna, co doskonale koresponduje z rodzajem zastosowanej perspektywy w grach z serii *Tomb Raider*. Mowa tutaj o perspektywie TPP (ang. *third-person perspective*), która pozwala na ciągłą obserwację bohatera w środowisku gry. W przypadku wielu fanów może to być dodatkowym źródłem przyjemności, wynikającej z obserwacji atrakcyjnego ciała bohaterki³², co – moim zdaniem – możemy potraktować jako przejaw wirtualnego voyeuryzmu.

Poruszona wyżej kwestia może wyglądać inaczej w przypadku graczek, które postrzegają postać Lary Croft i jej przemianę w zdecydowanie szerszym niż fizyczny kontekście. Dla nich nowy wizerunek tej bohaterki świadczy o jej dojrzałości i wiarygodności. Nowa Lara straciła swoje wyidealizowane kształty i zyskała strój, który nie odsłania dużej części jej ciała. Graczki zwróciły uwagę przede wszystkim na rezygnację z „epatowania biustem” i odejście od stereotypowego przedstawienia atrakcyjnej kobiety jako „seksbomby”. Lara przeszła przemianę od „postaci wyglądającej bardzo »komputerowo«” przez kobietę idealną, by a na końcu nabrać cech kobiety realnej. Respondentki zauważają też zmiany o charakterze technologicznym, przykładowo zwiększenie szczegółowości postaci, lepszą jakość grafiki i tekstur. Natomiast dla pewnej części cały proces przemiany Lary Croft to przykład tylko i wyłącznie rozwoju technologicznego, a nie realna przemiana, ponieważ ciągle wpisuje się ona w schemat wyjątkowo atrakcyjnej kobiety – co najwyżej nieco „schoowano” jej fizyczne atrybuty. Taki pogląd koresponduje z przytoczonym wcześniej komentarzem użytkownika Coy2K. Część kobiet zwracała uwagę na to, że odnowiony wizerunek bohaterki zdecydowanie lepiej koresponduje z jej rolą i środowiskiem gry, o czym świadczy brud na ciele archeolog czy noszony przez nią strój (przykładowo niepraktyczne

32 Zob. H. W. Kennedy, *Lara Croft: Feminist Icon or Cyberbimbo?*, „Game Studies” 2002, no. 2.

szorty zostały zastąpione spodniami). Wśród uczestniczek badania pojawiły się też głosy, że męskie gusta przestają mieć decydujące znaczenie dla projektantów gier, a urealniony model Lary Croft jest przejawem szerszych zmian społecznych i może mieć związek z dojrzewaniem odbiorców gier – wniosek ten potwierdzają badania rynku elektronicznej rozrywki, które przytoczyłem na początku artykułu.

Część respondentek stwierdziła, że nowe wcielenie Lary nie jest tak dobre jak wcześniejsze. Badane kobiety odwoływały się do popularności poprzedniego wizerunku panny Croft, ale też deklarowały, że urealniony model jest mniej seksowny czy kobiecy – przez co traci swój urok. Pojawiły się też zarzuty, że postać straciła wyrazisty charakter. Takie głosy były w zdecydowanej mniejszości, jednak warto je odnotować, gdyż wskazują one na siłę, z jaką wpływają na nas popularne rozwiązania i długotrwale reprodukowane wzorce. Graczka, która przeznaczając 22 godziny tygodniowo na gry wideo, napisała: „Do przedostatniej przemiany było w porządku i Lara przypominała siebie natomiast ostatnia przemiana jest bez sensu gdyż bohaterka nie przypomina znanej Lary”. Inne respondentki nawiązywały do swoich wspomnień z dzieciństwa i podkreślały, że czują się związane z Larą-ramboliną, przez co nowy wizerunek tej postaci wydaje im się obcy. Widzimy więc tutaj, że dla części uczestniczek kultury gier komputerowych nawet zseksualizowany i tworzony w odpowiedzi na męskie oczekiwania wizerunek nie musi być problematyczny, jeżeli został on wystarczająco mocno zinternalizowany.

W tym miejscu chciałbym krótko poruszyć interesującą kwestię, jaką jest utożsamianie się z bohaterką. Dlatego wrócę na moment do postaci Ellie, ponieważ w przeprowadzonym badaniu dało się zauważyć wyraźne różnice w podejściu respondentek do tego zagadnienia. Graczki deklarowały, że trudno byłoby im utożsamiać się z Ellie. Głównie przez fakt przerysowania jej cech, przez co jawi się ona jako męska, karykaturalna, nieatrakcyjna fizycznie czy nieskuteczna (ze względu na dużą wagę). Z kolei w przypadku Lary Croft argumenty były przeciwstawne. Część badanych stwierdziła, że nowy wizerunek Lary został urealniony, stał się mniej seksistowski. Z tego względu przeciętnej kobiecie łatwiej identyfikować się z tą postacią, która wygląda „jak prawdziwa młoda dziewczyna, a nie jak nadmuchiwana lala”. Z wypowiedzi uczestniczek badania wynika, że osoby, które dystansują się od kontrolowanego bohatera, nie powinny mieć większego problemu z zagraniem Ellie. Inaczej ta kwestia wygląda w przypadku tych graczek, które próbują identyfikować się ze sterowanym awatarem. W takim wypadku przerysowana – i jednak do pewnego stopnia seksistowska – cielesność Lary Croft nie jest tak problematyczna, jak subwersywny, przełamujący branżowe (ale też dominujące w całym polu produkcji popkulturowej) normy wizerunek Ellie.

Kobiece drużyny w *FIFA 14*

Piłka nożna to niezwykle popularna – głównie wśród mężczyzn – dyscyplina. Pomimo tego coraz więcej pań uprawia ten sport. W 2013 r. w internecie pojawiła się petycja, której autorka domagała się od firmy EA, czyli wydawcy gier z serii FIFA, wprowadzenia kobiecych drużyn do kolejnej edycji gry. Niestety, pomimo zgromadzenia ponad 13 tys. podpisów producent nie zdecydował się na implementację tego rozwiązania w grze *FIFA 14* (EA Canada, EA Sports, 2013). Podjąłem się analizy tego doniesienia, by pokazać, że niekiedy inicjatywy zmierzające do przekształcenia kultury gier komputerowych mogą mieć charakter oddolny. Co więcej, ten przykład dobrze wpisuje się w kontekst wyrównywania dysproporcji pomiędzy reprezentacją obu płci w grach wideo. Nim przejdę do omówienia wyników tej części analizy, muszę wspomnieć o ważnym dla tego badania wydarzeniu, jakim było wprowadzenie 12 kobiecych reprezentacji narodowych do *FIFA 16* (EA Canada, EA Sports, 2015) – najnowszej odsłony serii. W momencie, gdy powstawała zasadnicza część tego tekstu, nie było publicznie wiadomo, że twórcy zdecydują się na taki krok. Jest to główny powód braku szerszego omówienia tej innowacji. Chciałbym jedynie zaznaczyć, że kobiece reprezentacje pozostają tylko dodatkiem dla głównych i najpopularniejszych trybów, takich jak kariera czy opcje sieciowe – w których ciągle dominują wielkie kluby i znani piłkarze.

Jak gracze zareagowali na pomysł dodania kobiecych drużyn do gry *FIFA 14*? Zdecydowana większość uczestników dyskusji dewaluowała poziom i istotność kobiecej piłki nożnej. Użytkownicy reprezentujący taki pogląd najczęściej odwoływali się do własnego doświadczenia:

Już nie przesadzajmy – daleko mi do seksistowskiego podejścia większości wypowiadających się tutaj, ale z tym wysokim poziomem to niezła bajka. Oglądałem wielokrotnie mecze olimpijskie, a także Mistrzostw Świata i często ogarniał mnie śmiech, z powodu obserwowanych wydarzeń. Nie dość, że takim starciom brakuje dynamiki i dziewczyny poruszają się jakby w zwolnionym tempie, to jeszcze bramkarzom zupełnie brakuje podstawowej koordynacji ruchowej – piąstkują piłki które ledwo lecą, jakby uvažwały na paznokcie i wpuszczają dośrodkowania „za kołnierz”.

– przekonywał użytkownik o pseudonimie WrednyPL. W zacytowanej wypowiedzi pojawia się diagnoza komentującego, który stwierdza, że inni uczestnicy dyskusji reprezentują seksistowskie podejście. Rzeczywiście tak jest, a komentarzy zrównoważonych czy pozytywnie oceniających inicjatywę było zaledwie kilka. Wypowiedzi o seksistowskim charakterze odnosiły się do fizyczności kobiet („Będą cycki będzie pompa tak śpiewają wszyscy. Więc jestem na tak :D” – lesik1998) czy ich pozycji społecznej („Kobiety są od gotowania, sprzątanania i zapewniania przyjemności mężczyznom koniec kropka. +Nie ma co mówić o damskim sporcie tego nie da się oglądać” – KASZTAN). Pojawiały się uwłaczające

porównania, takie jak: „Kończą im się chyba już pomysły... w 2018 pewnie będą psy vs koty... To ma być piłka nożna a nie cyrk” (WhiteWolfPL). Kilka osób zauważyło, że taki pomysł nie jest wart realizacji, ponieważ twórcy gry powinni skupić się na ważniejszych elementach, takich jak: nowe zespoły czy ligi, powiększenie liczby dostępnych opcji managerskich, nowe efekty graficzne. Ujawniły się też głosy, że kobietami i tak mało kto chciałby grać, a jeśli nawet, to jedynie przez krótki czas, traktując żeńskie zespoły jako ciekawostkę, na którą twórcy gry nie powinni tracić czasu. Jednocześnie pojedyncze osoby argumentowały, że kobieca piłka nożna nie jest tak słaba, jak się sugeruje, a jeśli nawet, to nie jest to argument przeciw umieszczaniu żeńskich zespołów w grze. Ciekawym kontrargumentem jest stwierdzenie, że polska liga piłki nożnej też jest relatywnie słaba, a w *FIF-ie* pojawia się już od kilku lat. Użytkownik Werner słusznie zauważył, iż „W sportach w których biorą udział kobiety powinna być możliwość grania właśnie nimi. Nie jest to przejaw feminizacji branży, tylko UCZCIWE podejście do graczy-kobiet”. Natomiast dwie osoby przekonywały, że żeńskie drużyny w grze piłkarskiej *de facto* poszerzyłyby pole możliwych do wyboru opcji, a wybór zespołu dalej należałby do gracza. Niestety, tego rodzaju głosy znalazły się w zdecydowanej mniejszości, a dyskusję zdominowały seksistowskie i dyskryminujące wypowiedzi.

Wydawać by się mogło, że opinie kobiet na temat obecności żeńskich drużyn w grach z serii FIFA będą w większości afirmatywne. Jednak przeprowadzona ankieta nie dała tak jednoznacznych wyników. Stosunkowo duża część respondentek wyraziła zdanie, które koresponduje z poglądami komentujących graczy. Pisały one o tym, że kobiece drużyny są zbędne i niepotrzebne, bo większość użytkowników i tak będzie grać męskimi zespołami, które są zdecydowanie popularniejsze i występują w nich największe gwiazdy. Podważały opłacalność wprowadzania takich rozwiązań oraz ich celowość, ponieważ nie przeszkadza im granie męskimi drużynami. Co więcej, w kilku przypadkach mówiły jednym głosem z komentującymi graczami, którzy krytykowali kobiecą piłkę nożną za jej, rzekomo, niski poziom i mało znaczącą rolę w świecie sportu. Dopelnieniem takiej postawy jest przekonanie niektórych respondentek, że piłka nożna oraz gry piłkarskie to domena głównie mężczyźni i z tego powodu żeńskie zespoły nie powinny być wprowadzone lub mogą stać się podstawą nowych problemów, np. z zaprojektowaniem właściwego balansu rozgrywki i drużyn. Zaskakujący może być fakt, że wśród uczestniczek ankiety pojawiły się osoby o seksistowskich poglądach. Kobieta, która przeznaczająca 15 godzin tygodniowo na gry, napisała: „[...] Bo który gamer nie wolałby od czasu do czasu »pocieszyć« oka wspaniałymi okazami płci pięknej, również grając w wirtualną piłkę nożną?». Inna an-

kietowana stwierdziła: „Dla mnie to bez znaczenia. Trochę »cycków« na ekranie nie zachęci mnie do tej gry. Myślę, że walczyć mogą o to głównie feministki”. Zasadniczo aspekt męskiej dominacji, zarówno w wymiarze sportowym, jak i ilościowym, był dla kilku graczek wystarczającym powodem, aby wyrazić niepochebną opinię o omawianym pomysle, np.: „Męska gra-mężczyźni występują. Równouprawienie nie powinno dotyczyć gry takiej jak *FIFA*. Kobiety w *FIFA* są jak facet w stringach – niby można ale czy to fajnie wygląda?”. W wypowiedziach pojawiły się też odniesienia do feminizmu, jednak w negatywnym kontekście, czego przykładem może być ta wypowiedź: „Nie wiem czemu miałyby służyć dodanie babskich drużyn – wątpię czy ktokolwiek by nimi grał tak na poważnie. Chyba, że tylko po to, żeby je promować i uciszyć feministki. Jeśli tak, to dałoby radę”. Inna wypowiedź tego typu wiąże feminizm z możliwością pojawienia się nowych problemów (o czym wspominam kilka zdań wcześniej): „[...] Jednak dziwnie sobie wyobrażam granie kobitkami w *FIFA*, nasze kochane feministki zaraz by powłaziły w kod gry i mówiły, że kobitki słabsze od mężczyzn”. Na ogół w grupie ankietowanych graczek dominowała postawa braku większego zainteresowania piłką nożną, a co za tym idzie jej wirtualną wersją. Także ich wiedza o kobiecej odmianie tego sportu jest stereotypowa, przez co wpisuje się ona w hegemoniczną perspektywę mężczyzn i podtrzymuje ich uprzywilejowaną pozycję w świecie sportu oraz jego wirtualnej reprezentacji.

Jednak wśród odpowiedzi graczek nie zabrakło pozytywnych odniesień do omawianego pomysłu. Dwie respondentki przyznały, że interesują się kobietą piłką i oczekują żeńskich drużyn w grach z serii *FIFA*. Taka postawa wiązała się głównie z przekonaniem, że coraz więcej pań angażuje się w ten sport i czynnie go uprawia, co powinno skłonić twórców gry do poszerzenia oferty właśnie o żeńskie zespoły. Co więcej, wprowadzenie takich drużyn byłoby sporą innowacją i poszerzeniem możliwości gry – część badanych zasugerowała, że takie zmiany mogą przypaść do gustu również męskim fanom *FIF-y*, a także sprawią, że zawartość tego tytułu będzie „sprawiedliwsza” i bardziej zróżnicowana, dostosowana do potrzeb obu płci. Jedynie w pojedynczych przypadkach pojawił się wniosek, że wprowadzenie kobiecych drużyn może pozytywnie wpłynąć na damską piłkę nożną i przyczynić się do jej popularyzacji.

Próba wstępnego ujęcia teoretycznego

Wiele z przedstawionych wyżej przykładów wpisuje się w definicję seksualizacji, którą przytoczyłem na początku tego tekstu. Duża część komentujących graczy, ale też kilka ankietowanych graczek, zredukowała swój odbiór postaci Elli i Larry Croft tylko do ich cech fizycznych. Niestety, z przeprowadzonej analizy wynika, że obowiązująca w badanej grupie norma atrakcyjności fizycznej oparta jest na zdominowanym przez

mężczyzn sposobie poznawania³³, co nie pozostaje bez wpływu na to, jak kobiety postrzegają własną cielesność³⁴. Okazuje się, że w badanych grupach normą jest fizyczna atrakcyjność, a wszelkie odstępstwa stają się przedmiotem większej lub mniejszej krytyki. W przypadku graczy można taką postawę tłumaczyć poprzez odwołania do zjawiska męskiego spojrzenia (ang. *male gaze*), które opiera się na relacji podporządkowania biernej i eksponowanej kobiety na wzrok aktywnego obserwatora-mężczyzny³⁵. Gracze, obserwując żeńską postać w grze, mogą czerpać z tego przyjemność czy satysfakcję, dlatego oczekują takiego sposobu przedstawiania kobiecych modeli, który im to umożliwi. Ewidentnie Ellie nie spełnia tego wymogu, czego nie można napisać o przeprojektowanej Larze Croft. Zastanawiające są natomiast oceny części badanych graczek. Ich krytyczne opinie o fizyczności Ellie mogą być związane ze stanem współczesnej kultury. Małgorzata Bogunia-Borowska zauważyła:

Dzisiejszy człowiek starając się zrealizować projekt idealnego estetycznie wyglądu, sposobu życia, zachowania i spędzania wolnego czasu poddaje się presji kultury i korzysta z dostępnych możliwości przemiany³⁶.

Presja, o której mowa, może mieć wiele źródeł. To mogą być reklamy, gdzie prezentuje się nienaganne ciała pięknych kobiet, reprodukowane w programach czy filmach stereotypy płciowe, poprawiane wizerunki gwiazd i ikon popkultury, obowiązujące mody (np. trend na zdrowy i aktywny tryb życia) czy wspomniana wcześniej dominacja męskiego spojrzenia, które nieustannie dyscyplinuje wiele kobiet. O ile uaktualniona cielesność Lary Croft realizuje projekt estetycznego wyglądu (ewentualnie pozostając w pewnej sprzeczności ze starszymi i dobrze znanymi wizerunkami tej postaci, co wywołuje sprzeciw części graczy i graczek), tak model Ellie miał go przełamać, co nie spotkało się z aprobatą badanych.

W przypadku pomysłu wprowadzenia kobiecych drużyn do gier z serii *FIFA* problemem okazała się niewiedza i wynikające z niej stereotypowe podejście do żeńskiej piłki nożnej. Coś, co miało zwiększyć funkcjonalność gry, zostało odebrane jako marnowanie czasu i zasobów (w opinii graczy) lub jako przejaw zbędnego angażowania kobiet w domenę męskiej aktywności (w przypadku części graczek). Dlaczego uczestniczki ankiety podporządkowują się męskiej dominacji i władzy? Odwołując się do teorii francuskiego socjologa Pierre'a Bourdieu, moż-

33 Zob. Z. Melosik, *op. cit.*, s. 27.

34 Zob. *ibidem*.

35 Zob. L. Mulvey, *Visual Pleasure and Narrative Cinema* (1975), „Screen” 1975, no. 3, <http://bit.ly/2bj7AB0> [dostęp: 11.11.2015].

36 M. Bogunia-Borowska, *Ekstremalne metamorfozy – projekt idealnego człowieka i perfekcyjnego życia w ponowoczesnym świecie*, „Kultura i Społeczeństwo” 2006, nr 4, s. 68.

na stwierdzić, że wynika to z przyswojonych przez nie habitusów, które stanowią „system trwałych i dających się przetransportować dyspozycji, ustrukturyzowanych struktur funkcjonujących jako [...] zasady generujące i organizujące praktyki oraz reprezentacje”³⁷. Habitus wytwarza zbiorowe i jednostkowe praktyki, kreuje schematy interpretacyjne i sposób myślenia jednostki, a przede wszystkim jest wytworem obiektywnej struktury, dzięki czemu może ona wpływać na zachowanie jednostek (na drodze subtelnych i często nieświadomych wpływów)³⁸. W przypadku pola sportu możemy mówić o strukturze dominacji, w której ramach pozycję dominujących utrzymują mężczyźni, a kobiety – zdominowanych. Nieodłącznym elementem takiej relacji jest przemoc symboliczna, będąca taką postacią dominacji, w której wykorzystywane kategorie posłuszeństwa są nie tylko wytwarzane przez grupę dominującą, ale też „są stosowane przez zdominowanych nawet do postrzegania i opisu samej relacji dominacji, co sprawia, że ową relację postrzegają jako naturalną”³⁹. Wydaje się, że te z respondentek, które wyraziły się w sposób krytyczny o kobiecej piłce nożnej oraz żeńskich zespołach w grze *FIFA 14*, przyjmują za naturalny stan hegemonii męskiej odmiany tego sportu – zarówno w świecie fizycznym, jak i wirtualnym.

Wyżej nakreślona rama teoretyczna jest użyteczna nie tylko w przypadku obszaru aktywności sportowej. Można ją również zastosować do wyjaśnienia warunków męskiej dominacji w ramach pola produkcji kulturowej, w tym wytwarzania gier wideo. Zgodnie z wyżej dokonaną analizą na rynku elektronicznej rozrywki pozycje dominujące utrzymują mężczyźni. Przejawia się to nie tylko poprzez zseksualizowany sposób prezentacji kobiet w grach (wymiar symboliczny), ale także skrajną dysproporcję płci wśród twórców tego medium (co stanowi właściwość obiektywnej struktury), czego dowodzą prowadzone badania⁴⁰. Moim zdaniem taka sytuacja poważnie hamuje proces równouprawnienia kobiet w ramach kultury gier komputerowych. Jak pisał Bourdieu, zmiana stosunku dominacji jest możliwa jedynie poprzez radykalne przekształcenie struktur, których tworem są dyspozycje⁴¹. W tym momencie zasadne wydaje się pytanie o dominujących mężczyzn i ich rolę w tworzeniu struktur. Jest to ta grupa w polu produkcji gier komputerowych, która

37 P. Bourdieu, *Struktury. Habitus. Praktyki*, przeł. L. Kopciewicz, [w:] *Socjologia. Lektury*, red. P. Sztompka, M. Kucia, Kraków 2009, s. 547.

38 *Ibidem*, s. 548–549.

39 P. Bourdieu, *Przemoc symboliczna*, przeł. L. Kopciewicz, [w:] *Socjologia...*, s. 504.

40 Badanie IGDA z 2005 r. ukazało, że w branży pracowało zaledwie 11,5% kobiet, z czego większa część w działach marketingu i HR. Zob. IGDA, *Game Developer Demographics: An Exploration of Workforce Diversity*, 2005, <http://bit.ly/2bzsKia> [dostęp: 11.11.2015].

41 P. Bourdieu, *Przemoc...*, s. 508.

ma przewagę wynikającą z posiadania licznego kapitału, rozumianego jako „potencjał współdziałania osadzony w powiązaniach międzyludzkich i normach społecznych, który może przynosić korzyści osobom, grupom i społeczeństwom”⁴². Niestety, ale sam kapitał, którego Bourdieu wyróżnia trzy rodzaje (ekonomiczny, społeczny i kulturowy), umacnia występujące już nierówności w omawianym polu. Co prawda, kobiety stanowią niemal 50% wszystkich użytkowników gier w krajach rozwiniętych (co daje szansę na przekształcenia wynikające z przemian rynku i konieczności jego dostosowania do oczekiwań graczy), jednak jednocześnie mężczyźni z pewnością będą (pozostając w minimalnej większości) oczekiwać takich konstrukcji cielesnych i roli postaci żeńskich, które spełnią dominujący w społeczeństwie (stereotypowy) wzór kobiecej fizyczności i pozwolą im na czerpanie satysfakcji z jego obserwacji. Tak więc wizja wzrostu ekonomicznego znaczenia kobiet wcale nie musi doprowadzić do zmian wspomnianych struktur wpływających na habitusy. Aby tak się stało, należy wspierać kobiety i procesy feminizacji w branży elektronicznej rozrywki, mając jednak świadomość, że zwiększanie liczby kobiet zatrudnionych w mniej istotnych działach (np. HR) niczego nie zmienia. Muszą one zdobyć kapitał symboliczny i społeczny w postaci umiejętności praktycznych, wiedzy, siatki kontaktów, renomy – tylko w ten sposób staną się konkurencyjne względem mężczyzn, którzy ustalają warunki w omawianej branży już od momentu jej powstania, kreując dominujący podmiot idealny, w którym skupiają się takie cechy jak: męskość, biały kolor skóry i heteroseksualność⁴³. Nie będzie to łatwe bez zmiany dyskursu, jaki towarzyszy dyskusjom wokół podejmowanej tutaj problematyki, czego negatywnym przykładem może być tzw. afera *Gamergate* z 2014 r. Wydarzenie to wstrząsnęło branżą elektronicznej rozrywki i zapoczątkowało ogólnoswiatową dyskusję wokół seksizmu w świecie gier wideo.

Przedstawione rozważania mają charakter wstępny i eksploracyjny⁴⁴. Zdaję sobie sprawę z faktu, że podejmowany przeze mnie problem wymaga zdecydowanie głębszych badań. Efektem mojej analizy jest, jak myślę, wskazanie na kilka dość nieoczywistych zjawisk. Okazuje się, że próby eliminacji stereotypów płciowych z kultury gier wideo mogą

Podsumowanie

42 A. Klimczuk, *Zastosowanie koncepcji kapitału społecznego w badaniach ludologicznych. Przykład branży gier komputerowych*, „Homo Ludens” 2010, nr 2, s. 53, <http://bit.ly/2bcxEcd> [dostęp: 11.11.2015].

43 Zob. J. Dovey, H. Kennedy, *Kultura gier komputerowych*, przeł. T. Macios, A. Oksiuta, Kraków 2011, s. 81–82.

44 E. Babbie, *Badania społeczne w praktyce*, przeł. W. Betkiewicz [et al.], Warszawa 2003, s. 111.

spotkać się z dość radykalnym sprzeciwem. O ile niechęć graczy nie jest przesadnie zaskakująca, o tyle dziwić może postawa niektórych ankietowanych, które odbierają te (jednak) emancypacyjne procesy jako zjawiska niekorzystne. Dlatego uważam, że należy szukać głębszych wyjaśnień takich postaw wśród grających kobiet. Być może graczy, których socjalizacja medialna przebiegała w zmaskulinizowanej kulturze gier wideo, nie oczekują radykalnych zmian w sposobie przedstawiania kobiecych postaci? Może nie jest dla nich istotną kwestią to, czy będą mogły częściej przeżywać wirtualne przygody jako żeński bohater? Przechodząc na szerszy poziom rozważań, zwróciłbym uwagę na rolę kobiet w przekształcaniu pola produkcji kulturowej, której są częścią. Trzeba tu pamiętać nie tylko o czynniku ilościowym, który wyraża się poprzez zwiększanie liczby kobiet zaangażowanych w produkcję gier wideo, ale i jakościowym – czyli posiadanych przez nie habitusach i zdolności przełamania dyscyplinujących mechanizmów, jakim są często poddawane. Co więcej, z przeprowadzonej analizy wynika, że najbezpieczniej jest tworzyć postaci uśrednione, raczej niebudzące skrajnych reakcji. Przerysowanie cech fizycznych może być pozytywnie odebrane, ale raczej w wypadku, gdy akcentuje ono cechy powszechnie uznawane za atrakcyjne (nienaganna sylwetka, symetryczna twarz). Taki stan rzeczy z pewnością hamuje proces zwiększania różnorodności postaci w grach wideo – szczególnie w produkcjach AAA – i należy go oceniać negatywnie. Tak więc walka ze stereotypowymi przedstawieniami kobiecych postaci w grach oparta będzie raczej na ewolucji (nowa Lara Croft), a nie radykalnym podważeniu obowiązujących norm (Ellie).

Bibliografia

- AAA [hasło], [w:] *Słownik gracza GryOnline.pl*, <http://www.gry-online.pl/slownik-gracza-pojecie.asp?ID=285> [dostęp: 11.11.2015].
- Arteta Carolina, Khairi Hanine, Rabat Lujain, *Playing with Women: Objectification and Victimization in Video Games*, <http://www.salzburg.umd.edu/unesco/objectification-women-video-games> [dostęp: 11.11.2015].
- Babbie Earl, *Badania społeczne w praktyce*, przeł. Witold Betkiewicz *et al.*, Warszawa 2003.
- Bednarek Adam, *Kobiece drużyny w FIFA 14? Ruszyła petycja, by tak się stało*, <http://gamezilla.komputerswiat.pl/newsy/2013/16/kobiece-druzyny-w-fifa-14-ruszyla-petycja-by-tak-sie-stalo> [dostęp: 11.11.2015].
- Bogunia-Borowska Małgorzata, *Ekstremalne metamorfozy – projekt idealnego człowieka i perfekcyjnego życia w ponowoczesnym świecie*, „Kultura i Społeczeństwo” 2006, nr 4.
- Bourdieu Pierre, *Struktury. Habitus. Praktyki*, przeł. L. Kopciewicz, [w:] Sztompka Piotr, Kucia Marek, *Socjologia. Lektury*, Kraków 2009.
- Bourdieu Pierre, *Przemoc symboliczna*, przeł. L. Kopciewicz, [w:] Sztompka Piotr, Kucia Marek, *Socjologia. Lektury*, Kraków 2009.

- Cassell Justine, Jenkins Henry, *Chess for Girls? Feminism and computer games*, [w:] *From Barbie to Mortal Kombat. Gender and Computer Games*, ed. by Justine Cassell, Henry Jenkins, Cambridge 2000.
- CBOS, *Badanie budżetu czasu ludności w 2013 r.*, Warszawa 2014, http://stat.gov.pl/download/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5486/18/1/1/notatka_bc_2013_22_08_ost__2_.pdf [dostęp: 11.11.2015].
- Charmaz Kathy, *Teoria ugruntowana. Praktyczny przewodnik po analizie jakościowej*, przeł. Barbara Komorowska, red. nauk. wyd. pol. Krzysztof Konecki, Warszawa 2009.
- Dovey Jon, Kennedy Helen, *Kultura gier komputerowych*, przeł. Tomasz Macios, Anna Oksiuta, Kraków 2011.
- eJay, *Tak ma wyglądać nowa Lara Croft?*, <http://gameplay.pl/news.asp?ID=55552> [dostęp: 11.11.2015].
- ESA, *Essential Facts About the Computer and Video Game Industry*, 2015, <http://www.theesa.com/wp-content/uploads/2015/04/ESA-Essential-Facts-2015.pdf> [dostęp: 11.11.2015].
- IGDA, *Game Developer Demographics: An Exploration of Workforce Diversity*, 2005, http://c.ymcdn.com/sites/www.igda.org/resource/collection/9215B-88F-2AA3-4471-B44D-B5D58FF25DC7/IGDA_DeveloperDemographics-Oct05.pdf [dostęp: 11.11.2015].
- ISFE, *Videogames in Europe: Consumer Study*, http://www.isfe.eu/sites/isfe.eu/files/attachments/euro_summary_-_isfe_consumer_study.pdf [dostęp: 11.11.2015].
- Jemielniak Dariusz, *Netnografia, czyli etnografia wirtualna – nowa forma badań etnograficznych*, „Prakseologia” 2013, nr 154, <http://works.bepress.com/cgi/viewcontent.cgi?article=1053&context=jemielniak> [dostęp: 11.11.2015].
- Kamiński Paweł, *Oto Ellie – niezwykle sympatyczna bohaterka i zaprzeczenie tego, jak kobiety wyglądają w grach* [Borderlands 2], http://polygamia.pl/Polygamia/1,107162,12145754,Oto_Ellie___niezwykle_sympatyczna_bohaterka_i_zaprzeczenie.html [dostęp: 11.11.2015].
- Kennedy Helen W., *Lara Croft: Feminist Icon or Cyberbimbo?*, „Game Studies” 2002, no 2.
- Klimczuk Andrzej, *Zastosowanie koncepcji kapitału społecznego w badaniach ludologicznych. Przykład branży gier komputerowych*, „Homo Ludens” 2010, nr 2, http://mpira.ub.uni-muenchen.de/36096/1/MPIRA_paper_36096.pdf [dostęp: 11.11.2015].
- Kono, *Square-Enix oficjalnie zapowiada nową odsłonę serii Tomb Raider. Zobacz jak wygląda nowa Lara Croft*, <http://www.gry-online.pl/S013.asp?ID=55553> [dostęp: 11.11.2015].
- Lalik Ewa, *Dlaczego przestałam wielbić Larę Croft, czyli kobiety w grach*, <http://www.spidersweb.pl/2014/04/kobiety-w-grach.html> [dostęp: 11.11.2015].
- MacCallum-Stewart Esther, „Take That, Bitches!” *Refiguring Lara Croft in Feminist Game Narratives*, „Game Studies” 2014, no. 2.
- Melosik Zbyszko, *Tożsamość, ciało i władza w kulturze instant*, Kraków 2010.

- Mulvey Laura, *Visual Pleasure and Narrative Cinema* (1975), „Screen” 1975, no. 3, <https://issuesinintermedia.wikispaces.com/file/view/mulveyVisualPleasureNarrativeCinema.pdf/411619712/mulveyVisualPleasureNarrativeCinema.pdf> [dostęp: 11.11.2015].
- Newzoo, *The Global Games Market 2013*, http://www.newzoo.com/wp-content/uploads/2011/06/Newzoo_Free_Global_Trend_Report_2012_2016_V2.pdf [dostęp: 11.11.2015].
- Pawłowska Anna, *Badanie relacji społecznych w organizacji z wykorzystaniem metod projekcyjnych*, „Studia i Materiały” 2006, nr 1, http://www.sim.wz.uw.edu.pl/sites/default/files/artykuly/sim_2006_1_pawlowska.pdf [dostęp: 11.11.2015].
- Pietryka Mateusz, *Sprawność dziwki, czyli o płci w grach wideo*, <http://lewica.pl/index.php?id=26954> [dostęp: 11.11.2015].
- Raport Amerykańskiego Stowarzyszenia Psychologicznego na temat seksualizacji dziewcząt, Eileen L. Zurbriggen, przeł. Ewa Konofol, <http://twojasprawa.org.pl/dokumenty/RaportAPA-polski.pdf> [dostęp: 11.11.2015].
- Sterczewski Piotr, *Najlepsza modelka od Jarugi po Buinę*, <http://jawnesny.pl/2011/05/najlepsza-modelka-od-jarugi-po-buine/> [dostęp: 11.11.2015].
- Szpunar Magdalena, *Rozważania na temat komunikacji internetowej*, [w:] *Teksty kultury. Oblicza komunikacji XXI wieku*, t. 2, red. Jan Mazur, Małgorzata Rzeszutko-Iwan, Lublin 2006, http://www.magdalenaszpunar.com/_publikacje/2006/rozwazania_na_temat_komunikacji_internetowej.pdf [dostęp: 11.11.2015].
- Vergil, *Poznajcie Ellie, czyli panią mechanik z Borderlands 2*, http://www.pssite.com/news-18202-poznajcie_ellie__czyli_pania_mechanik_z_borderlands_2.html [dostęp: 11.11.2015].
- Włodarczyk Michał, *W FIFA 14 sędzia dla kobiet nie zagwizdże*, http://www.ppe.pl/news-21922-w_fifa_14_sedzia_dla_kobiet_nie_zagwizdze.html [dostęp: 11.11.2015].

Marcin Kluczykowski

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Być jak Barbie – o ożywaniu przez spojrzenie

Abstrakt

W artykule przedstawiono najważniejsze wydarzenia związane z sukcesem lalki Barbie oraz sposoby jej promocji w mediach amerykańskich. Autor koncentruje się również na konsekwencjach wykreowania antropomimetycznej zabawki, której kształty i wymiary są dla człowieka nieosiągalne. Poprzez nawiązania do rozważań Claire Johnston, Laury Mulvey czy Jeana Baudrillarda autor dokonuje analizy sposobów patrzenia, które doprowadziły do sukcesu lalki oraz pojawienia się na rynku jej odrealnionych, „niemożliwych” wersji.

Słowa kluczowe

lalka, Barbie, reklama, symulakrum, antropomimetyzm

Marcin Kluczykowski

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Być jak Barbie – o ożywaniu przez spojrzenie

Historia lalki Barbie składa się z co najmniej trzech typów opowieści. Na pierwszą – „oficjalną” – składają się wszelkie zabiegi marketingowe, działania medialne, przyjęte strategie rynkowe, opowiedziane historie oraz kulturowe normy konsekwentnie propagowane i wymyślane przez producenta lalki – firmę Mattel – od 1959 r. Kolejna – „nieoficjalna” – to szereg historii „podróbek”, zarówno jeśli idzie o sprzedaż (podrabiane, najczęściej dużo tańsze od oryginalnych, modele), jak i chociażby działania artystyczne odnoszące się do oficjalnych narracji, reinterpretujące i komentujące skutki wpływów lalki Barbie na rzeczywistość. Ostatnia w końcu – opowieść „indywidualna” – zawiera w sobie miliony prywatnych opowieści tworzących się codziennie w głowach podczas zabaw, które od samego początku składały się na jej prymarną ofertę. W moim tekście skoncentruję się przede wszystkim na pierwszym z wymienionych typów. Prześlę narracje, jakie firma Mattel próbuje przekazać w stworzonym przez siebie uniwersum, oraz pokrótce przedstawię wynikające z nich następstwa, które – siłą rzeczy – będą powiązane z opowieściami „nieoficjalnymi” oraz „indywidualnymi”.

Reklamy

Po raz pierwszy oficjalnie Barbie, czy też Barbara Millicent Roberts, pojawiła się na targach American International Toy Fair 9.03.1959 r. Ubrana była w jednoczęściowy strój plażowy w biało-czarne paski. Jej wymiary wynosiły wówczas (w centymetrach): 36–20–32. Po odpowiednim przeniesieniu tej proporcji na warunki rzeczywiste Barbie posiadałaby więc biust dorosłej kobiety, talię dziecka i biodra nastolatki. Byłaby więc postacią niemożliwą – kobieta o takim ciele nie tylko miałaby mnóstwo problemów zdrowotnych, ale nie mogłaby utrzymać się na swoim kręgosłupie.

W 2015 r. minęło 56 lat od premiery pierwszego modelu Barbie. Przez ten czas kolejne modele blondwłosej lalki udawały, że może ona być

n niemal każdym. W wersji oficjalnej była m.in.: baletnicą, projektantką mody, businesswoman, uczestniczką *talent show*, kandydatką na prezydenta, prezydentem, policjantką, wróżką, księżniczką, syreną, modelką, astronautką, panną młodą, pilotem samolotu, dentystką, pływaczką, Elizabeth Taylor, Britney Spears, Bellą z sagi „Zmierzch”, Katniss z „Igrzysk śmierci”, Alexis z *Dynastii*, Joan Allen z *Mad Men*, Scarlett O’Harą czy chociażby Triss ze *Zbuntowanej*¹. Poprzez tworzenie narracji o wszechstronności lalki i potwierdzanie jej dzięki produkcji całkowicie różnorodnych wcieleni zabawek firma Mattel dociera do szerokiego grona odbiorców, udowadniając, że Barbie może być ciekawym zakupem dla każdego.

Pojawienie się Barbie pod koniec szóstej dekady ubiegłego wieku na targach zabawek nie wiązało się jednak z automatycznym sukcesem. Stało się tak, dopiero gdy firma Mattel zdecydowała się na ważny krok – zaprezentowanie Barbie w reklamie telewizyjnej. To dzięki niej w pierwszym roku Handlerowie sprzedali ok. 351 tys. lalek po 3 dol. każda. Barbie natrafiła więc na niezwykle dogodny dla siebie okres – „srebrnych lat Hollywoodu” – w którym odkryto, że telewizja, a w niej reklama², stały się idealnymi mediami dla sprzedaży produktów. Nagromadzenie reklam firmy Mattel, szczególnie w porannych pasmach dla dzieci – a więc odbiorców bez kapitału – było od tej pory stałą i celną strategią przekonywania dorosłych konsumentów do ciągłego gromadzenia coraz atrakcyjniejszych zabawek.

W pierwszej reklamie Barbie można było usłyszeć tekst piosenki:

Barbie, you’re beautiful. You make me feel my Barbie Doll is really real. Barbie’s small and so petite. Her clothes and figure look so neat. Her dancing outfits ring some bells. At parties she will cast a spell. Purses, hats and gloves galore and all the gadgets gals adore.

- 1 W wersji nieoficjalnej udało jej się być m.in. Matką Boską i transwestytą.
- 2 Barbie pojawiła się w telewizji w okresie, w którym w reklamie zaczęto odchodzić od praktyki *hard sell* (wyraźnie wyartykułowanego i precyzyjnie uargumentowanego namówienia na zakup produktu) na rzecz *lifestyle advertising* (przekaz, który odwoływał się do tęsknoty odbiorców za danym stylem życia). Zob. M. Lisowska-Magdziarz, *Z historii reklamy telewizyjnej*, „Aida i Media” 1997, nr 10, s. 32. Cała późniejsza strategia promocji Barbie wiązała się z drugim typem przekazu.



Il. 1. Model pierwszej lalki Barbie



Il. 2. Barbie jako Alexis

Gdy na ekranie pojawia się Barbie w sukni ślubnej, prezentowana w kilku różnych planach, wówczas wybrzmiewa dalsza część tekstu: „Someday, I’m going to be exactly like you. Till then I know just what I’ll do... Barbie, beautiful Barbie. I’ll make believe that I am you”. Zatem już w pierwszej telewizyjnej prezentacji produktu zostaje podkreślone, że zjawisko o nazwie Barbie to nie tylko sama lalka, ale wszelkie gadżety, które można do niej dokupić. Zarazem sugeruje się tu dwie ścieżki, którymi mogą podążać dziewczęta decydujące się na zabawę lalką: drogę do wystawnego ślubu, który „pewnego dnia” je czeka, a skoro je, to i samą Barbie; oraz proroczą wizję, w której dziewczynka przyszłości będzie dokładnie taka sama jak jej lalka.

Wyraźnym efektem tej zapowiedzi była reklama z 1970 r. Po spadku sprzedaży Barbie pod koniec siódmej dekady XX w. Mattel wprowadził nowy model *Living Barbie*, który różnił się od poprzednich możliwością wyginania kończyn. W reklamie tego modelu bardzo szybkie ujęcia Barbie są dynamicznie zmontowane z przebitkami dziewczynki w parku. Bohaterka reklamy biega, skacze na skakance, robi fikołki i dużo się śmieje. Jako że ubrana i uczesana jest niemal identycznie jak przedstawiany model, wydaje się, że Barbie jest żywa nie mniej niż sama dziewczynka i nie ma między nimi żadnej różnicy. Zostaje to wypowiedziane dosłownie pod koniec reklamy, gdy uradowana bohaterka krzyczy: „Wow! She’s real like me!”³. Od ukazania się w telewizji tej reklamy chwytły marketingowe firmy Mattel bardzo często bazowały na próbie zestawienia dziewczynek i Barbie tak, aby wydawały się one swoimi kontynuacjami albo wręcz identycznymi postaciami.

Od samego początku nieodłącznie związana z Barbie była narracja, którą określiłbym permanentną praktyką ożywiania przedmiotu – efektu spojrzenia kultury patriarchalnej. Czytając oficjalne materiały prasowe dotyczące Barbie, nie da się rozpatrywać jej wyłącznie jako kawałka plastiku. Jest wszechstronnie opisana i „żyje” w bardzo rozbudowanej rzeczywistości.

O ile przekazujące te narracje seriale animowane, gazety dla pasjonatów, książki i gry pojawiały się dopiero w kolejnych dekadach, o tyle już pierwsze reklamy opowiadały historie, według których Barbie nie była zwyczajną zabawką, ale posiadała swoje konkretne życie ze stałymi wartościami, pasjami i przede wszystkim innymi osobami-zabawkami, którym firma Mattel także pisała odpowiednie, choćby najkrótsze, biografie.

Najistotniejszą postacią w uniwersum Barbie, obok niej samej, jest Ken, przedstawiany przez Mattel jako chłopak lalki. Barbie ma także siostry: Skipper (debiut w 1964 r.), Stacie i Chelsea. Nic nie wiadomo o ich rodzicach, choć rodzicielstwo próbuje się przypisać Ruth i Elliotowi

3 Reklamę można obejrzeć pod adresem: <http://bit.ly/2bxhu60> [dostęp: 9.10.2015].



Il. 3. Przykładowa rodzina Barbie

Handlerom⁴. Od 1963 r. ma przyjaciółkę Midge, która w 1991 r. wzięła ślub z Alanem, przyjacielem Kena. Barbie wcieliła się wtedy w rolę drużyny. Sama jednak nigdy nie doczekała się swoich oficjalnych zaślubin, tak jak i oficjalnego potomstwa. Firma Mattel w 2002 r. poinformowała z kolei o tym, że matką została Midge. Model lalki umożliwiający wyjęcie z brzucha noworodka wywołał spore kontrowersje.

To coraz bardziej rozrastające się z roku na rok uniwersum jest obecnie wielką rodziną, w której nikt, poza jej twórcami⁵, nie umiera. To kraina, w której czas szczęśliwie się zatrzymał, i jedynie kolejne nowinki ze świata rzeczywistego – jak gadżety, zwyczaje, modne praktyki – są w stanie ją aktualizować. To świat wielkiego święta i permanentnych zakupów, które stają się najistotniejszym metatematem, odnoszącym z powrotem do praktyk firmy Mattel⁶. Jeśli ktoś z tego świata znika, to tylko po to, by po pewnym czasie powrócić jeszcze młodszym i atrakcyjniejszym⁷.

4 „Jej rodzicami byli Ruth i Elliot Handler, właściciele powstałej w 1945 r. firmy Mattel Creations”. Zob. <http://bit.ly/2bK44AZ> [dostęp: 11.10.2015].

5 Ruth Handler zmarła w 2002 r., Elliott dziewięć lat później. O ich kłopotach związanych z pozostałymi zarządcami Mattel, tzw. „Klątwą Barbie”, więcej w: G. Wansell, *The curse of Barbie: How the world's most famous toy destroyed the sordid lives of her two creators*, <http://daily.ai/2ba8Rin> [dostęp: 11.10.2015].

6 Po wejściu na oficjalną stronę firmy Mattel pierwszym przyciskiem, jaki wyświetla się odwiedzającemu, jest ten zawierający komunikat „Shop Now”. Pierwszą linią zabawek, jakie się pojawiają, są lalki Barbie. Zob. Mattel.com [dostęp: 12.10.2015].

7 Taka sytuacja spotkała Kena. Gdy w 2002 r. Mattel poinformował świat o jego rozstaniu z Barbie, Ken zniknął, a jego miejsce w 2004 r. zajął australijski surfer – Blain. Przygoda Barbie nie potrwała jednak długo. Ken powrócił dwa lata później, a jego twarz wydawała się jeszcze młodsza i jaśniejsza niż przez zniknięciem.

Reklamacje

Barbie ma nieproporcjonalnie wąską talię, sporą głowę, duże niebieskie oczy, długie blond włosy, dostosowane do butów na obcasie stopy, obfity, a zarazem jędrny biust, długie, szczupłe nogi, nienaganną, gładką cerę, permanentny uśmiech. Jej smukłe ciało, tak jak i wygląd wielu słynnych gwiazd, staje się emanacją pragnień społecznych, które były, i w sporej części nadal są, zapośredniczone przez męskie spojrzenie⁸. W kolejnej projekcji zwrotnej spojrzenie to staje się kobiecym autospojrzeniem, przez które wytwarzane są nowe normy i trendy związane z urodą, stylem bycia czy zachowaniem kobiet.

Feministyczna teoretyczka filmowa Claire Johnston twierdziła, że „w mediach kobiety doświadczyły najgłębszej sprzeczności swej sytuacji”⁹. Były one uwielbiane, pożądane, podziwiane, a zarazem niemal niezauważalnie uprzedmiotowiane. Badaczka uważała, że potrzebna jest nowa strategia pojmowania filmów jako narzędzi politycznych oraz filmu jako rozrywki. Słynny, opublikowany w 1975 r., esej Laury Mulvey – *Przyjemność wzrokowa a kino narracyjne* – był reakcją na tak sformułowany postulat. Mulvey pisała, że „Starcie pomiędzy feminizmem a kinem jest częścią szerszego frontu jego potyczek z kulturą patriarchalną”¹⁰.

W trakcie seansu kinowego widz ma do czynienia z trzema spojrzeniami: postaci w diegezie filmowej, kamery oraz z własnym. Mulvey założyła, aby spojrzenie widza odseparować od spojrzenia kamery, a przynajmniej uświadomić mu, jak kamera patrzy na przedstawione postaci.

- 8 Temat ten przedstawiono m.in. w *Żonach ze Stepford* Iry Levina, a także ekranizacjach tytułu z 1975 r. w reżyserii Bryana Forbesa oraz z 2004 r. autorstwa Franka Oza. Mężczyźni w Stepford są najszczęśliwsi na świecie, podczas gdy ich żony najidealniejsze – przykładnie prowadzą domy, robią zakupy i przede wszystkim dobrze wyglądają. Przypominają ustatkowaną Barbie, która w końcu zdecydowała się na jedną wersję siebie, postanowiła wyjść za niemetroseksualnego Kena i mieć z nim gromadkę dzieci. Szczególnie film Oza jest w kontekście moich rozważań bardzo adekwatny, gdyż w wielu scenach wygląd bohaterki jest jawnie zainspirowany Barbie. Levin w *Żonach ze Stepford* kładzie nacisk na to, w jaki sposób kobiety lat 50. i pierwszej połowy lat 60. dostosowywały się do panującego patriarchy. Szczególne zaakcentowanie ich sztucznego wyglądu naprowadza z kolei na powiązaną z tym kwestię męskiego spojrzenia i tego, w jaki sposób mogło ono dominować w groteskowej wizji nie tylko amerykańskiej codzienności. O feministycznym ujęciu tematu cyborgizacji oraz materializmu więcej m.in. w: D. J. Haraway, *Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature*, New York 1991; *Material Feminisms*, ed. by S. Alaimo, S. Heckman, Bloomington-Indianapolis 2008.
- 9 C. Johnston, *Introduction*, [w:] *eadem*, *Screen Pamphlet 2*, London 1973, s. 2, cyt. za: K. Kuc, L. Thomson, *Wprowadzenie*, przeł. I. Noszczyk, [w:] L. Mulvey, *Do utraty wzroku. Wybór tekstów*, red. K. Kuc i L. Thompson, Kraków 2010, s. 9.
- 10 L. Mulvey, *Kino, feminizm i awangarda*, przeł. J. Majmurek, [w:] *eadem*, *Do utraty...*, s. 60.

Kobiety, szczególnie w okresie złotej ery kina hollywoodzkiego, były zazwyczaj przedstawiane jako postaci pasywne i uprzedmiotowione czy, jak to ujmowała Mulvey, przedmioty-do-oglądania (ang. *to-be-looked-at-ness*). Dooglądalność kobiety – częste zbliżenia na jej twarz; używanie mglistych filtrów; występy muzyczne, w których bohaterki tańczyły, śpiewały lub się rozbrajały; częste zmiany strojów; poza tym filmowanie ich przede wszystkim w warunkach domowych, gdzie czekały na swoich partnerów – opóźniała narrację, podczas gdy to działania mężczyzn motywowały kolejne wydarzenia. Formę filmową, w której kobieta była nosicielką, a nie twórczynią znaczeń, strukturyzowała przede wszystkim nieświadomość społeczeństwa patriarchalnego i warunki ciemnej sali filmowej, gdzie każdy mógł w skopofilskim akcie „zdobyć” gwiazdę błyszczącą na ekranie. Kino było doskonałym miejscem dla stwarzania ideałów samych oglądających.

Wpływ na konkretny wygląd pierwszych lalek Barbie mógł mieć m.in. tak sprofilowany schemat projekcji filmowej, choć z samym kinem miała więcej do czynienia dopiero w późniejszym okresie. Jednak jej obecność w reklamie telewizyjnej była już tym etapem, w którym efekt dooglądalności „lalka” zaczynał udawać to, co rzeczywiste – kobiety – i wtapiać się w nie¹¹.

Wygenerowało to reakcje hybrydyczne w rodzaju „wychodzącej z telewizora” Barbie, która zdaje się przekonywać swoich widzów: „Będę taka, jaką chcesz mnie widzieć”. Moda na operacje plastyczne, które wielokrotnie przybliżają ludzi do wyglądu Barbie, jest dzisiaj powszechniejsza niż kiedykolwiek. W skrajny sposób potwierdza to ożywiony szczególnie w ostatnich latach ruch „żywych Barbie”. Większość z nich „ujawnia się” za pomocą internetu (Facebook, Instagram, YouTube, Twitter) i nie jest w żaden sposób związana z firmą Mattel. Najślynniejszymi z nich są mieszkanki Ukrainy – Valeria Lukyanova i Alina Kovalevskaya. Mimo



Il. 4. Valeria Lukyanova

¹¹ Jak zauważa Mary F. Rogers: „Lalka taka jak Barbie nie tylko symbolizuje kobietę wyidealizowaną zgodnie z obowiązującym kulturowo wizerunkiem, lecz także kobiety powszechnie starają się przekształcić w żywe wcielenia tego idealnego wizerunku, którego lalka jest reprezentacją”. Zob. M. F. Rogers, *Barbie jako ikona kultury*, przeł. E. Klekot, Warszawa 2003, s. 219

że Lukyanova twierdziła, że nigdy nie przeszła ani jednej operacji plastycznej, ostatecznie okazało się, że miała ich co najmniej 13, m.in. wycięto jej kilka żeber. Cindy Jackson przeszła 19 operacji. Justin Jedlica – jeden z „żywych Kenów” – twierdzi, że przeszedł ich ponad 140.

W większości jednak „moda na Barbie” nie przybiera tak radykalnych kształtów, jak w wypadku Lukyanovej czy Jackson, ale staje się za to coraz widoczniejszą, „bezpieczną” normą, wedle której dobrze jest w pewnym wieku poprawić drobne niedoskonałości. Barbie jest również oskarżana o wpływ na coraz częstsze przypadki anoreksji, występującej już u nastolatków. Fabularny film poruszający tę kwestię w sposób krytyczny – *Superstar: The Karen Carpenter Story* (USA 1987) w reżyserii Todda Haynesa jest po dziś oficjalnie zakazany po interwencjach firmy Mattel. Jej właściciele nie życzyli sobie, aby Barbie była kojarzona z tego typu produkcjami¹².

Firma Mattel w swoich narracjach na temat Barbie stara się jak najbardziej upodobnić kreowany obraz do wizerunku nastoletniej dziewczyny: ma zainteresowania, przyjaciół, określony wygląd. Skoro więc dochodzi do zbliżenia, w którym dziewczyny z przekonaniem mogą krzyknąć na widok Barbie, jak w reklamie z początku lat 70. – „Wow! She’s real like me!” – to równie dobrze same mogą czerpać wzory z ich sobowótora¹³. Możliwe jest to poprzez dążenie do osiągnięcia konkretnego typu urody, podzielenie poglądów Barbie, dobieranie sobie podobnych przyjaciół, otaczanie się różowymi gadżetami, które są tym „realniejsze”, im

- 12 Film opowiada historię wokalistki słynnego w latach 70. zespołu The Carpenters – Karen Carpenter – która zmarła w wyniku powikłań po wieloletniej anoreksji. Połączone zostają w nim elementy tradycyjnie pojmowanej fabuły wraz ze stylizacją na dokument interwencyjny, dokument muzyczny i animację. Głównymi aktorkami są Barbie dubbingowane przez aktorów. Wykorzystanie ich w filmie wyraża z jednej strony pragnienie głównej bohaterki – dążenie do przyjętej powszechnie normy, dotyczącej wyglądu ciała – z drugiej zaś jej zaślepienie i niedostrzeżenie, że ciało, którego pragnie, już ma. Między innymi przez to właśnie odczuwa się całkowitą umowność i sztuczność świata przedstawionego, do którego Karen nie potrafiła się dopasować. Do tego dochodzą wymowne zbitki montażowe – utwory The Carpenters są podkładem dla ujęć wagi, jedzenia, dyrygenta oraz plansz z informacjami o anoreksji. Istotne są również: dość tendencyjne zarysowanie przebiegu wydarzeń fabularnych; sposób filmowania i dubbing – ich treść i forma realizacji – są stylizowane na przejawskrawioną i sztuczną inscenizację oper mydlanych i reklam.
- 13 Pokrewieństwo człowieka z lalką ujawnia się nie tylko poprzez wygląd, ale także poprzez skład chemiczny naszego organizmu, zawierającego ok. 100 syntetycznych związków chemicznych, które nie były w nim przed 50 laty. Jest to związane m.in. z obecnością toksycznych związków chemicznych, zawartych nie tylko w schemizowanym środowisku, ale i w plastiku, z którego wykonywana jest Barbie. Więcej w: E. Charkiewicz, *Niebo dla lalki Barbie*, „ośka” 2000, nr 3, s. 71. Także: <http://bit.ly/2bApgwG> [dostęp: 11.10.2015].

jest ich więcej. Barbie staje się więc jednym z najwyrazistszych przykładów symulakrów¹⁴. Jak zauważa również Mary F. Rogers:

Barbie ilustruje zarówno romantyczne, jak i technoerotyczne fantazje. Jej „nierealna” sylwetka i karnacja, a także niezmiennie rysy twarzy wskazują na „technologie obróbki ciała”, dzięki którym hiperrzeczywistość staje się dziś w pewnym stopniu dostępną dla konsumentów dysponujących odpowiednią informacją i pieniędzmi¹⁵.

Barbie wydaje się więc końcowym, prawdopodobnie najbardziej groteskowym, ogniwem łańcucha uprzedmiotowienia kobiet przez męskie spojrzenie, gdzie efekt uprzedmiotowienia – lalka – „domaga się rzeczywistego bytu” z całą akceptacją jej plastikowych właściwości. Wciąż uśmiecha się do zdjęć, jest permanentnie młoda i atrakcyjna, jednak jej unieruchomienie, jej odmowa, aby rodzić dzieci, brak samoświadomości seksualnej, sugerują pewną atrofię, którą firma Mattel skrywa pod narracją idyllicznego świata i języką nieskończonych możliwości.

Lalka opisywana jako wyjątkowa, wielowymiarowa, a zarazem lubiana, powszechnie znana i posiadana, nagle znajduje się w dłoniach osoby, która może z nią zrobić, co tylko zechce. Oznacza to, że także przed osobą bawiącą się otwiera się świat nieskończonych możliwości, który konsekwentnie jest akcentowany przez stosowny język firmy Mattel: „Barbie może wszystko”; „Jest wszystkim tym, czym chcę być ja”; „Barbie – Be anything, do everything”. W reakcji na ten język w latach 90. sporą karierę zrobiły nieoficjalne, kipiące złością, naklejki, naszywki i plakietki z napisanym na różowym tle tekstem: „I want to be just like BARBIE. That BITCH Has Everything!”¹⁶.

Nieskończone możliwości

Niektóre z odcinków seriali animowanych z jej udziałem, w których występuje jako Barbie¹⁷, przy zachowaniu powtarzalnej i całkiem realistycznej, choć rozgrywającej się w przepychu materialnym i luksusie, codzienności przedstawiają bohaterkę, która w łatwy sposób potrafi poradzić sobie ze wszelkimi trudnościami, jakby nie było dla niej rzeczy niemożliwych. Serial *Barbie – wymarzony domek* (*Barbie – Life in the Dreamhouse*,

14 Symulakrum – jest to znak pozbawiony desygnatu, nieodnoszący się do rzeczywistości. Według Jeana Baudrillarda nie żyjemy już w rzeczywistości, tylko w hiperrzeczywistości, która jedynie podaje się za rzeczywistość. Jej znaki ciągle ewoluują, a wraz z ich rozwojem granica między rzeczywistością a jej przedstawieniami zostaje zatarta, co prowadzi do uniezależnienia danego znaku. Za symulakrum można uznać również przedmiot martwy, który wyobraża istotę żywą. Więcej: J. Baudrillard, *Symulakry i symulacja*, przeł. S. Królak, Warszawa 2005.

15 M. F. Rogers, *op. cit.*, s. 216.

16 <http://bit.ly/2buYb8V> [dostęp: 13.10.2015]

17 Należy oddzielić seriale z Barbie jako Barbie od filmów, w których Barbie jako Barbie wciela się w postaci ze znanych już bajek i baśni.

Kanada–USA, 2012–) już swoim tytułem sugeruje, że mamy do czynienia ze światem, w którym w warunkach domowych może zdarzyć się wszystko¹⁸. Gdy Barbie wraz z rodziną i przyjaciółmi wyjeżdża na biwak, wewnątrz jej samochodu ukazuje się w rozmiarach wielkiej rezydencji, gdzie zapewnione są wszelkie możliwe wygody. Nie dziwi już narzekająca przyjaciółka, która zapomniała zabrać ze sobą sauny. Barbie zapewni i saunę, i parę, i towarzystwo, a przy tym uśmiechnie się tak, jakby spełniała błahy kaprys, sama chętnie korzystając z uroków „natury”. Po raz kolejny potwierdza więc, że jej zaradność wykracza daleko poza przeciętne umiejętności pozostałych bohaterów i że nie tylko swoim najbliższym, ale i kupującym produkty z jej uniwersum może zapewnić coś ze sfery marzeń.

Barbie musi się ciągle aktualizować, by docierać do kolejnych pokoleń najmłodszych odbiorców. Dziś nie czyni tego jednak wyłącznie za pomocą zmiany wyglądu, ale całej ontologii. Wielkim sukcesem okazały się np. powstałe na fali intensywnego zainteresowania popkulturą wampirami, wilkołakami i zombie laleczki *Monster High*, również produkowane przez firmę Mattel. Choć są osobną linią zabawek, widać w nich silną inspirację Barbie i podobną, po raz kolejny zaktualizowaną nowymi gadżetami, grupę docelową. Ich świat związany jest przede wszystkim z rzeczywistością nietypowej szkoły. Nawet na stronie internetowej *Monster High* można znaleźć specjalny dziennik klasowy, gdzie wypisano wszystkich „upiornych uczniów i nauczycieli”: Frankie Stein, Draculaurę, Jacksona Jekylla, Holta Hyde’a i innych. Każda z postaci ma swoją biografię¹⁹ i jest przeznaczona przede wszystkim dla osób w wieku

18 „Wymarzony” to określenie bardzo często używane przez firmę Mattel, nie tylko w opowieściach o Barbie, ale także w nazwach bądź opisach produktów. Bardzo dobre wyniki sprzedaży osiągnął chociażby *Wymarzony dom* dla Barbie. Po nim pojawiły się jeszcze m.in.: *Wymarzony Domek Wiejski*, *Czarodziejski Dwór* oraz *Wymarzony dom Deluxe*. W Berlinie i na Florydzie otwarto w ciągu ostatnich kilku lat dwie rezydencje Barbie Dreamhouse, które są dostępne dla zwiedzających. Mają one wymiary rzeczywistych domów.

19 Na stronie możemy przeczytać m.in. o tym, że Frankie Stein ma dopiero 15 dni, więc zostaje jawnie opisana jako niezbyt świadoma rzeczywistości nastolatka. W zakładce „Zabójczy styl” czytamy: „Moje przyjaciółki mówią, że mam idealną figurę. Nie do końca wiem, co to ma znaczyć, ale zabrały mnie na zakupy po straszliwie uroczym ubraniu, za które można umrzeć”. W odpowiedzi na pytanie o „dziwaczną wadę” Frankie odpowiada natomiast: „Czasem moje szwy luzują się w najmniej odpowiednim momencie. Jak wtedy, gdy odpadły mi ręce na próbie siejącej postrach drużyny, po czym wylądowały przed najbardziej przerażająco fantastycznym facetem w *Monster High*. Prawie padłam trupem”. Jak widać, opisy *Monster High* są dla ich autorów z jednej strony okazją do zabawy frazeologicznej związanej z estetyką lalek czy też ze stylizacją na język młodzieżowy, z drugiej jednak do ciągłego operowania stereotypami, tak charakterystycznymi dla Barbie. Więcej na stronie: <http://www.monsterhigh.com/pl-pl/index.html> [dostęp: 9.10.2015].

wczesnoszkolnym. Monster High są jeszcze bardziej nieproporcjonalne niż Barbie czy zbliżone do nich wizualnie My Scene²⁰ (bardzo duża, w porównaniu do korpusu, głowa, długie, cieniutkie nogi), jednak w tym wypadku tłumaczy je ich nieludzkie pochodzenie, wykraczające poza antropomorfizm Barbie. Łatwiej jednak niż ona utrzymują się bez podparcia na własnych nogach. Barbie-potwory nie potrzebują już więc człowieka, który podpierałby ich sylwetkę. Każda z nich, pomimo wizualnego odgródnienia, ubiera się modnie i wydaje się bardzo podobna do Barbie. Wokół Monster High powstało oczywiście wiele dodatków, opowieści, gier, filmów i seriali. Najnowszą propozycją firmy Mattel jest seria lalek Ever After High, będąca swoistym baśniowym spin-offem Monster High²¹.



Il. 5. Monster High

Przedstawienia Barbie w świecie Mattel sugerują, że jest ona kobietą spragnioną człowieczeństwa, które kalkuje i przedstawia jako wspólne jej samej i konsumentom. W ten sposób idea-idol namawia do scalenia się we wspólnej estetyce, która jest tym bardziej osiągalna, im doskonalsze są wynalazki kolejnego techno-wabika – medycyny estetycznej i chirurgicznej. Osiągając ją, idzie jednak jeszcze dalej, by także postacie ze świata grozy i fantasy stały się, jak uprzednio człowiek, podobne do bohaterów świata Barbie. Jest więc zarazem ponad-ludzka i ponad-lalczyzna. Może wszystko.

Strategia narracyjna firmy Mattel kreuje Barbie na zjawisko, które wypełniło ontologiczne normy nie tylko materii nieożywionej – lalki – i nie tylko człowieka. Mimo że jej ukryta przeszłość oraz sposoby pro-

- 20 Na początku poprzedniej dekady firma Mattel wypuściła kolejną linię lalek Barbie – My Scene – przeznaczonych dla dziewcząt w wieku od 10 do 14 lat, które przestają już bawić się Barbie. Każda z lalek posiada oczywiście własną biografię. Wszystkie łączy to, że mają po 16 lat i zdobywają sławę.
- 21 Lalki mają dużo bardziej „ludzki” wygląd niż Monster High. Wydaje się, że tak jak na powstanie Monster High mógł wpłynąć sukces serii „Zmierzch”, tak tutaj inspiracjami były z jednej strony klasyczne baśnie, a z drugiej zapewne dystopijne książki i filmy w rodzaju „Igrzysk śmierci” i *Zbuntowanej*. Wokół powstania Ever After High zbudowano narrację, która dotyczy nastoletnich potomków znanych postaci z bajek (córci Szalonego kapelusznika czy Wiedźmy z *Jasia i Małgosi*). Muszą oni zmierzyć się z trudnymi licealnymi zadaniami. Jedna z uczennic dzieli szkołę na dwie grupy: Royalsów i Rebelsów. Pierwsza grupa ma podążać śladami ich przodków, natomiast druga ma napisać i wywalczyć własne przeznaczenie. Tego typu chwyt fabularne oznaczają, że sukcesy opowieści skierowanych dla co najmniej nastoletnich odbiorców wpływają silnie na kształtowanie zabawek dla tych młodszych, nawet jeśli jest to forma zmodyfikowana odpowiednio do ich wieku.

mojci są efektem uprzedmiotowienia (męskie spojrzenie), a więc regresu, wszystko, co dzieje się z Barbie później, dotyczy praktykowania jej nieskończonych możliwości, permanentnego bycia ponad. Metamorfozy Barbie, będące wynikiem zmian mód i czerpania z nich inspiracji, pozwoliły jej pójść dalej – zrównać ją z materią ożywioną nie tylko w sposób naturalny, ale i nadnaturalny. Barbie w narracji oficjalnej przekroczyła więc ontologiczne normy, które w narracjach nieoficjalnych zawsze były umowne (m.in. artystyczne projekty tworzące z Barbie monstra, ruch Mondo Barbie). Pozostaje więc pytanie: czy w jej przypadku pojęcie symulakrum – znaku bez referencji – wciąż odnosi się do człowieka czy też bardziej do lalki kojarzonej z czymś statycznym, podatnym i nieożywionym?

Historia Barbie jest więc zarazem konserwatywna i emancypacyjna. Z jednej strony lalka może być bezdzietna, niezamężna, odnosić sukcesy w wielu, nawet uchodzących za typowo „męskie”, zawodach. Poglądy te najlepiej obrazuje wypowiedź samej Ruth Handler, która twierdziła, że: „Kobiety mają prawo poświęcać się macierzyństwu, ale określenie »matka« nie powinno być jedynym, które je charakteryzuje”²². Z drugiej jednak strony wygląd Barbie podtrzymuje wyobrażenia o kobiecie niemożliwej, której zadaniem jest przede wszystkim dbać o swoją urodę, a cała reszta wydaje się tylko okazją do prezentacji jej wyglądu w kolejnych odsłonach i rolach. Barbie w swoich „zawodowych” ekwipunkach zawsze posiada gadżet, będący stereotypowo kobiecą odpowiedzią na „męski” zestaw²³. Wydaje się przy tym, że wszelkie podziały może tutaj znosić język ustawiający jej pozycję ponad wszelkimi normami i historią. Narracji oficjalnej towarzyszy odpowiedni język nieskończonych możliwości – Barbie może wszystko; „Jest wszystkim tym, czym chcę być ja”²⁴, by zacytować polską reklamę z lat 90. A skoro może wszystko, to niczym trudnym nie jest przekształcanie rzeczywistości jej stwórców. Lalka podąża za trendami, będąc ciągle „na czasie”. Jest zmienna jak współczesne gwiazdy muzyczne, by przywołać chociażby jej równolatkę Madonnę. Nieskończona płynność tożsamości Barbie ustawia ją jako nieuchwytną, będącą zawsze ponad: ponad-ludzką, ponad-kobiecą, ponad-rzeczową, ponad-konwencjonalną. Nawet jej biografia okazuje się

22 M. F. Rogers, *op. cit.*, s. 65.

23 I tak: kosmiczną Barbie wyposażono w srebrną bieliznę znajdującą w szafie jej statku kosmicznego, a Barbie policjantka musi mieć w zestawie strój na przebranie – kropkowaną sukienkę ze złotym kubraczkiem – a zamiast policyjnej pałki – białą szczotkę do włosów.

24 B. Aksamit, *Przedmioty z marzeń Polaka*, <http://bit.ly/2bAssl7> [dostęp 20.12.2015].

ponad powszechnymi biografiami, gdyż nie da się ująć historii przemian Barbie w sposób linearny i wytłumaczalny. Dla kolejnego potencjalnego sukcesu i koniecznej aktualizacji lalka przestaje się koncentrować wyłącznie na antropomimetyzmie i proponuje nową ontologię.

Baudrillard Jean, *Symulakry i symulacja*, przeł. S. Królak, Warszawa 2005.

Charkiewicz Ewa, *Niebo dla lalki Barbie*, „OŚKA” 2000, nr 3.

Lisowska-Magdziarz Małgorzata, *Z historii reklamy telewizyjnej*, „Aida i Media” 1997, nr 10.

Mulvey Laura, *Do utraty wzroku. Wybór tekstów*, red. K. Kuc, L. Thompson, Kraków 2010.

Nelson Victoria, *Sekretne życie lalek*, przeł. A. Kowalcze-Pawlik, Kraków 2009.

Rogers Mary F., *Barbie jako ikona kultury*, przeł. E. Klekot, Warszawa 2003.

Walter Natasha, *Żywe lalki. Powrót seksizmu*, przeł. E. Smoleńska, Warszawa 2012.

Wansell Geoffrey, *The curse of Barbie: How the world's most famous toy destroyed the sordid lives of her two creators*, <http://www.dailymail.co.uk/femail/article-1160823/The-curse-Barbie-How-worlds-famous-toy-destroyed-sordid-lives-creators.html> [dostęp: 11.10.2015].

Bibliografia

Monika Midura

Uniwersytet Rzeszowski

Sylvia Plath jako fenomen popkultury

Abstrakt

W artykule omówione zostały formy obecności Sylvii Plath w popkulturze. Zgodnie z dotychczasowymi ustaleniami autorki, jest to jedyna amerykańska pisarka, która ponad 50 lat po swojej śmierci jest tak mocno obecna w polskim internecie. Autorka poddaje analizie treści pojawiające się na temat Plath w polskiej i amerykańskiej sieci: fora i strony, wypowiedzi wielbicieli, dyskusje na temat filmu o jej życiu (*Sylvia* w reż. Christine Jeffs), tworzone przez nich grafiki, fotografie i filmiki. Porusza także temat jej obecności w modzie oraz amerykańskich produkcjach filmowych. Stara się również wyjaśnić, dlaczego to właśnie Plath stała się jedną z ikon współczesnej popkultury.

Słowa klucze

Sylvia Plath, popkultura, internet, recepcja

Monika Midura
Uniwersytet Rzeszowski

Sylvia Plath jako fenomen popkultury

Od kilku lat zajmuję się polską recepcją twórczości zmarłej samobójczą śmiercią sławnej amerykańskiej poetki Sylvii Plath (1932–1963)¹. Do tej pory skupiałam się przede wszystkim na odtworzeniu historii jej przyjęcia w Polsce oraz analizie i interpretacji wybranych utworów polskich pisarzy nawiązujących do jej twórczości i legendy. Koncentrując się na odbiorze tej twórczości po 1989 r., zwróciłam uwagę na szczególne zjawisko, jakim są rozmiary popularności Plath na polskich stronach internetowych. Nie ma bowiem innej obcojęzycznej pisarki, która ponad 50 lat po swojej śmierci byłaby tak szeroko komentowana przez polskich internautów. W artykule tym wzbogacam obserwacje o analizę stron i portali zagranicznych, aby wszechstronniej scharakteryzować fenomen Plath jako swego rodzaju ikony współczesnej popkultury. Gdyż – jak sądzę – wpływ na obraz poetki w polskim internecie wywierają także formy jej obecności w kulturze popularnej. Poddaję analizie przede wszystkim materiały na temat Plath odnalezione na polskich i anglojęzycznych stronach portali Facebook, Instagram, Polyvore, Tumblr, Twitter, YouTube.

Krótki rys historyczny polskiej recepcji Plath

Specyfika sławy Plath, jednej z najbardziej znanych pisarek amerykańskich XX w., polega na tym, że znana jest nie tylko dzięki pozostawionym po sobie dziełom, ale również z powodu obfitującego w dramatyczne wydarzenia życia i jego tragicznego finału. Od najmłodszych lat wykazywała talent poetycki. Dzięki znakomitym wynikom w nauce była laureatką prestiżowych stypendiów. Od innych dziewcząt odróżniały ją nie tylko ambicje literackie, ale też wcześniej objawione poczucie wyb-

1 Owoce badań jest praca magisterska pt. *Recepcja twórczości Sylvii Plath w literaturze polskiej po roku 1989*, napisana pod kierunkiem dr hab. prof. UR Magdaleny Rabizo-Birek, obroniona 26.06.2014 r. na Uniwersytecie Rzeszowskim.

cowania i silne zaburzenia psychicznej równowagi, którym dawała wyraz w twórczości. Plath już we wczesnej młodości kilkakrotnie próbowała popełnić samobójstwo, była też leczona w szpitalach psychiatrycznych². Swoje młodzieńcze doświadczenia opisała w najbardziej znanym dziele – autobiograficznej powieści *Szklany klosz*³. Ważnym i szeroko komentowanym elementem biografii Plath jest burzliwy związek z wybitnym angielskim poetą Tedem Hughesem – małżeństwo, narodziny dwójki dzieci, wspieranie męża w karierze literackiej, które utrudniły realizację jej własnych pisarskich zamierzeń. Niszczący dla słabej psychiki pisarki okazał się koniec związku w 1962 r. spowodowany zdradą mężczyzny. Wydarzenie to wyzwoliło w niej na krótko twórczą energię. Po odejściu Hughesa napisała wiele ze swych najwybitniejszych wierszy zaliczanych do nurtu poezji konfesyjnej⁴. Bogata twórczość poetycka z ostatniego okresu życia wydaje się dowodem na to, że Plath nie chciała się poddać niszczącej ją depresji⁵. Niestety, w lutym 1963 r. popełniła samobójstwo, trując się nocą gazem z kuchenki. Dramatyzmu wydarzeniu dodaje fakt, że stało się to w obecności dwójki małych dzieci poetki, śpiących w sąsiednim pokoju (wcześniej Plath zadbała o to, by rano przyszła opiekunka do dzieci, starannie odizolowała kuchnię od reszty mieszkania, a nawet przygotowała dzieciom śniadanie)⁶.

Po śmierci twórczość Plath powoli zyskiwała ogólnoświatową sławę, o co – paradoksalnie – dbał także spadkobierca jej praw autorskich: Ted Hughes (w chwili śmierci Plath nie mieli bowiem rozwodu). Budowała się także jej współczesna legenda, której istotnymi elementami są: problemy

- 2 Podając fakty z życia pisarki, korzystam z pozycji: J. Malcolm, *Milcząca kobieta. Sylvia Plath i Ted Hughes*, przeł. M. Michałowska, Poznań 1998; E. Wagner, *Sylvia Plath i Ted Hughes*, przeł. T. Kunz, Kraków 2004.; D. Middlebrook, *Jej mąż. Ted Hughes i Sylvia Plath*, przeł. P. Łopatka, Kraków 2006. Liczba przełożonych na język polski biografii pisarki również świadczy o rozmiarach jej popularności w naszym kraju.
- 3 Pierwsze wydanie *Szklanego klosza* ukazało się w 1963 r. w Londynie jeszcze za życia pisarki pod pseudonimem Victoria Lucas. Prawdopodobnie Plath chciała ochronić w ten sposób swoją matkę Aurelię, która w powieści została ukazana w wyjątkowo złym świetle.
- 4 Zob. J. Durczak, *Przełom poetycki połowy XX wieku, Poezja zwierzenia, Poezja kobiet po 1960*, [w:] *Historia literatury amerykańskiej XX w.*, t. 2, red. A. Skalska, Kraków 2003, s. 157–164, 397–414, 415–435.; J. Kamionowski, *Niepokojące muzy Sylvii Plath*, [w:] *W pałacu możliwości. O amerykańskiej poezji kobiecej*, red. L. Aleksandrowicz-Pędych, Białystok 2003, s. 45–67.
- 5 Wiersze z tego okresu ukazały się dwa lata po śmierci poetki w zbiorze *Ariel*.
- 6 Sposób, w jaki Plath popełniła samobójstwo, oraz fakt, że zrobiła to w obecności dzieci, poddaje refleksji Stefan Chwin w książce poświęconej starannie przemysłanym przez samobójców inscenizacjom ich śmierci. Zob. S. Chwin, *Samobójstwo jako doświadczenie wyobraźni*, Gdańsk [s.a.], s. 29.

psychiczne i skłonności samobójcze, mające także źródło w dramacie rodzinnym – przedwczesnej śmierci ojca i trudnych (toksycznych) relacjach z nadopiekuńczą matką⁷ – wcześniej ujawniony talent pisarski, niedocenienie za życia, artystyczna rywalizacja z mężem, pośmiertna sława, nieszczęśliwa miłość oraz bycie ofiarą systemu patriarchalnego. Najbardziej skłaniają do refleksji okoliczności tragicznej śmierci Plath, której widowiskowy scenariusz rodzi bunt przeciw kulturowym rolom narzucanym kobietom przez społeczeństwo. Plath stała się bardzo szczególnie wzorem dla kolejnych pokoleń osób świadomych siebie i niebojących się otwarcie wyrażać poglądy na takie kontrowersyjne, a ważne współcześnie i szeroko dyskutowane tematy, jak nierówne relacje między płciami, problemy macierzyństwa, bariery niepozwalające kobietom realizować ambicji zawodowych i twórczych, trudności godzenia przez nie dawnych i nowych zadań oraz ról społecznych i kulturowych.

Polska recepcja twórczości i legendy Plath rozpoczęła się ok. 1965 r. i wciąż się rozwija. Najpierw dostrzegli jej twórczość i osobę polscy pisarze emigracyjni z krajów anglojęzycznych⁸. Pierwszym polskim głosem na temat Plath był wiersz-portret *Sylvia Plath* mieszkającego w Kanadzie poety Waława Iwaniuka – prawdopodobnie jedynego polskiego pisarza, który osobiście ją poznał, o czym świadczą wplecione w utwór kolejne deklaracje: „Znałem ją – drobna jak diament – / słowa jej koronował blask”, „Widziałem ją w Chicago”, „Znałem ją – / Czytałem o niej”⁹. Pod koniec lat 60. XX w. także na łamach czasopism krajowych zaczęły ukazywać się tłumaczenia wierszy pisarki¹⁰. Prawdziwy rozgłos Plath zyskała po

- 7 Trudne relacje z matką Plath opisała w powieści *Szklany klosz* oraz swoich *Dziennikach* (S. Plath, *Dzienniki*, przeł. J. Urban, P. Stachura, Warszawa 2000). Zupełnie inny obraz tych relacji wylania się z lektury *Listów do domu*, w których Plath zwraca się do matki jak do najlepszej przyjaciółki, zwierając się jej z trosk życia codziennego (S. Plath, *Listy do domu*, przeł. E. Krasieńska, Warszawa 1983).
- 8 Pierwszego przekładu poezji Plath na język polski dokonał W. Iwaniuk (S. Plath, *Edge*, przeł. W. Iwaniuk, [w:] *idem*, *Najmniejsza antologia*, „Kultura” [Paryż] 1968, s. 70). Ponadto warto wspomnieć, że pierwsze angielskie wydanie poematu Plath *Trzy kobiety* ukazało się w 1968 r. w prywatnym wydawnictwie pochodzącego ze Słociny (dziś dzielnica Rzeszowa) emigracyjnego grafika i edytora Stanisława Gliwy, opatrzone jego ilustracjami. O tym wydaniu poematu – jako największym sukcesie Gliwy jako wydawcy – pisała Jadwiga Oleradzka (J. Oleradzka, *Zapomniana uroda książki*, „Fakty” 1987, nr 16, s. 7). Wspomniane ilustracje są eksponowane na stałej wystawie prac artysty w Bibliotece UR w ramach kolekcji Glivianum.
- 9 W. Iwaniuk, *Sylvia Plath* [w:] *idem*, *Wiersze wybrane*, Paryż 1965. Cyt. za: *Seven Polish Canadian Poets. An Anthology*, Toronto 1984, s. 50.
- 10 Pierwszym tłumaczem poezji Plath w Polsce był najprawdopodobniej Tadeusz Ross, ojciec znanego satyryka, aktora, autora piosenek, skeczy i librett, również Tadeusza Rossa (S. Plath, *Pan śmierć i spółka*, *Zwierciadło*, przeł. T. Ross, „Kultura” [Warszawa] 1968, nr 35, s. 9). Rok później przekładów wierszy Sylvii Plath dokonał poeta i tłumacz

ukazaniu się jej utworów, zwłaszcza pierwodruku powieści *Szklany klosz* w świetnym przekładzie Miry Michałowskiej w grudniowym numerze miesięcznika „Literatura na Świecie”¹¹ w 1973 r., później zaś po sukcesie wydania książkowego tego utworu, który miał w Polsce kilka wznowień¹². Zaczęły ukazywać się recenzje powieści, głosy na temat twórczości i osoby Plath oraz utwory, w których polscy pisarze nawiązują do jej legendy¹³. Dzieła pisarki w niedługim czasie stały się obowiązkowymi lekturami nie tylko dla amerykańistów, badaczy i krytyków literatury¹⁴, ale także dla kilku już pokoleń inteligentnych młodych kobiet, których problemy były podobne do tych przeżywanych przez Plath.

Choć recepcja twórczości Plath w polskiej literaturze i kulturze jest bardzo obszerna, najwięcej dowodów zainteresowania nią odnajdujemy w internecie. Od lat istnieje polska strona internetowa poświęcona pi-

Recepcja twórczości i legendy Plath w polskim internecie

Jan Leszcza (S. Plath, *Czarna wrona na deszczu, Kolos, Maki w lipcu, Nocne tańce, Skaleczenie, Wisielec*, przeł. J. Leszcza, „Tematy” 1969, nr 29/30, s. 152–158). Tłumaczenia poezji Plath na język polski podjął się prawdopodobnie już w 1967 r. Zbigniew Herbert, o czym świadczy jego korespondencja z Konstantym Jeleńskim, której fragment przywołała w swoim szkicu Magdalena Cicha (M. Cicha, *Barbarzyńca i Aleksandryjczyk. Zbigniew Herbert i Konstanty A. Jeleński*, [w:] *Dialog i spór. Zbigniew Herbert a inni poeci i eseści*, red. J.M. Ruzsara, Lublin 2006, s. 490). Nie udało się odnaleźć potwierdzenia publikacji przekładów, zatem najprawdopodobniej ukazały się dopiero na łamach „Zeszytów Literackich” w 2000 r. dzięki uprzejmości Katarzyny Herbertowej (S. Plath, *Lustro, Gorączka 40, Pani Łazarzowa, Śmierć i spółka*, przeł. Z. Herbert, „Zeszyty Literackie” 2000, nr 4, s. 53–59). Herbert był prywatnie przyjacielem Hughessa, ale pomimo przesłanek świadczących o bliskich relacjach pomiędzy poetami nie można stwierdzić, czy polski pisarz poznał Plath osobiście.

- 11 S. Plath, *Szklany klosz*, przeł. M. Michałowska, „Literatura na Świecie” 1973, nr 12, s. 22–175.
- 12 S. Plath, *Szklany klosz*, przeł. M. Michałowska, Warszawa 1975; Warszawa 1989, Toruń 1993, Poznań 1995, Warszawa 1999, Kraków 2010.
- 13 Przykładowe publikacje: L. Ames, *Sylvia Plath w „Szklanym koszu”*, przeł. M. Michałowska, „Literatura na Świecie” 1973, nr 12, s. 10–20; M. Baranowska, *Potrwać w nicości*, „Literatura” 1975, nr 33, s. 10. Ważniejsze utwory poświęcone Plath lub nawiązujące do jej twórczości i legendy: T. Truskowska, *Świat Sylwii Plath*, [w:] *eadem, Nostalgia niedzielna*, Kraków 1979, s. 12; T. Smurzyńska, *Stan cywilny wolny (Sylvii Plath)*, „Odra” 1987, nr 12, s. 61–62; O. Tokarczuk, *Sztukmistrz*, „Informator Kulturalny i Turystyczny woj. wałbrzyskiego” 1988, nr 7/8, s. 6 [przedruk w *Światy Olgi Tokarczuk*, red. M. Rabizo-Birek, M. Pocałun-Dydycz i A. Bieniasa, Rzeszów 2013, s. 353].
- 14 O twórczości Sylwii Plath pisali m.in.: P. Zazula, „*Obcy ład*” – *przyroda i transcendentja w wierszach Sylwii Plath*, [w:] *Piękniejszy dom od Prozy. O amerykańskiej poezji kobiecej*, red. L. Aleksandrowicz-Pędich, J. Kamionowski, Białystok 2005, s. 95–113; J. Jarniewicz, *Zwycięstwo mitu, czyli Sylvia Plath zapisana*, [w:] *idem, Od pieśni do skowytu. Szkice o poetach amerykańskich*, Wrocław 2008, s. 137–147.

sarce¹⁵ i wiele innych, na których jej osoba jest często przywoływana. Mocne ślady obecności Plath odnajduje się również na prywatnych blogach oraz w serwisach społecznościowych¹⁶.

Jak wynika z moich obserwacji, czytelnikami Plath są przede wszystkim ludzie młodzi. Wpisują się oni w profil współczesnego internauty, który nie jest jedynie pasywnym odbiorcą, ale ma szansę podejmować dialog ze znalezionymi treściami, zostać ich nadawcą i kreatorem¹⁷. Osoby wypowiadające się na temat Plath są zatem dziś po części kontynuatorami i współtwórcami jej legendy. O takiej roli użytkowników sieci, twórców tematycznych portali społecznościowych, pisze znawca sztuki nowych mediów Ryszard Kluszczyński:

[...] od niego czy od niej coraz częściej zależy ostateczny kształt dzieła. Coraz bardziej zindywidualizowany, inny w przypadku każdego odbioru. Odbiorca decyduje czy dzieło zostanie w sferze wirtualnej, czy też zaktualizuje się w kreatywnym doświadczeniu odbiorczym. Gest narcystycznej ekspresji autorskiej jest wypierany bądź pozbawiony decydującego znaczenia w sztuce przez gest wyrażający intencję komunikacyjną¹⁸.

Odnosząc słowa badacza do współczesnych fanów Plath popularyzujących jej legendę w sieci, możemy dojść do wniosku, że decydują oni także o tym, które z jej utworów zostaną utrwalone w popkulturze.

W polskim internecie na temat Plath możemy znaleźć bardzo wiele informacji – od utworów poetki w różnych przekładach przez przedstawiające ją fotografie i poświęcone jej grafiki po nagrania przeprowadzonych z nią wywiadów i czytanych przez nią wierszy¹⁹. Na stronie poświęconej pisarce znajdziemy różne informacje – zarówno takie, które z powodzeniem moglibyśmy odnaleźć w naukowych opracowaniach (nazwiska autorów przekładów poszczególnych dzieł, obszerny życiorys i charakterystykę twórczości, spis publikacji poświęconych pisarce), jak i takie, których nie można znaleźć nigdzie indziej (recenzje filmu dotyczącego życia Plath, obszerną galerię zdjęć i obrazów niepublikowanych wcześniej w żadnym polskim wydaniu biografii pisarki).

Fotografie w internecie przedstawiają nie tylko Plath, ale m.in. jej rodziców oraz dzieci, Friedę i Nicolasa, jako dorosłych ludzi czy Hughesa

15 Mowa o stronie www.plath.prv.org [dostęp: 21.05.2015] obecnie aktualizowanej na portalu Facebook: <http://bit.ly/zbgeWiR> [dostęp: 21.10.2015].

16 Np. Facebook, www.lubimyczytac.pl, www.poema.pl.

17 Zob. A. Ostrowska, *Nowe media – przykład polski*, [w:] *Media a wyzwania XXI wieku*, red. M. Bonikowska, Warszawa 2009, s. 117–119.

18 R. W. Kluszczyński, *Artystyczno-kulturowe znaczenie internetu*, [w:] *O świecie mediów*, red. E. Nurczyńska-Fidelska, Kraków 2001, s. 69.

19 Najwięcej rysunków Sylwii Plath możemy zobaczyć na stronie www.plath.prv.org. Nagrania wywiadów z pisarką i czytanych przez nią wierszy udostępnione są w serwisie YouTube.

w ostatnich latach jego życia. Jak twierdzi Gillian Rose, badaczka zajmująca się współczesną kulturą, to właśnie zdjęcia są „wyjątkowo dobrym nośnikiem trzech rzeczy: informacji, emocji i refleksji”²⁰. Choć autorka odnosi te słowa do zdjęć jako części projektu badawczego, trudno nie zgodzić się z tym stwierdzeniem, również jeśli chodzi o funkcjonowanie fotografii w grupach fanowskich. Szczególną uwagę przykuwa duża liczba zdjęć rywalki Plath, Assii Wevill, także z okresu zanim poznała Hughesa. Są one dowodem na to, że historia zdrady poety i porównywanie Plath z kochanką męża wciąż porusza emocje i wyobraźnię fanów poetki. Porzucenie Plath dla Wevill oraz jej kilka lat późniejsza (w 1969 r.) samobójcza śmierć, w pewien sposób podobna, choć jeszcze dramatyczniejsza (kolejna partnerka Hughesa otruła się gazem razem z ich dzieckiem – czteroletnią córeczką) jest częstym tematem rozmów na forum, na którym użytkownicy dzielą się przede wszystkim wiedzą na temat biografii pisarki i wrażeniami z lektury jej dzieł.

Plath jest wspomiana także w blogowych wpisach. Znaczący polskiej blogosfery Agnieszka Ostrowska uważa, że najwięcej blogów prowadzi amatorzy, którzy korzystają z tego sposobu wypowiedzi, by wyrazić własne uczucia²¹. Tak można scharakteryzować niemal wszystkie osoby, które wspominają Plath. We wpisach tych poetka stanowi przede wszystkim przykład walki z depresją, z którą najczęściej autorzy sami się zmagają. Twórczość Plath towarzyszy im w najintymniejszych momentach życia. Na blogu młodej dziewczyny, otwarcie piszącej o swoich problemach psychicznych, możemy przeczytać następujący wpis, który świadczy wręcz o naśladowaniu Plath (precyzyjniej – bohaterki powieści *Szklany klosz*, Esther Greenwood, która w bardzo traumatyczny sposób przeżywa, a właściwie sama prowokuje, erotyczną inicjację z obcym mężczyzną):

Dalszy ciąg historii defloracyjnej opowiem później, jak się trochę lepiej poczuję. Nawet rowerowa przejażdżka do jesiennego lasu nie doprowadziła do detoksykacji mojego umysłu. Dziś zamieszczę tylko wiersz Sylwii Plath, odzwierciedlający stan mojego umysłu²².

Inna z wielbicielki Plath na portalu czytelnictwym wypowiada się o powieści *Szklany klosz* w następujący sposób:

Niejeden z nas myśli o swoim życiu podobnie jak Esther. Żyjemy z przekonaniem, że nasze czyny zamieniają się w coś wyjątkowego, że mamy cel do którego dążymy, że osiągniemy sukces. [...] W zderzeniu z rzeczywistością okazuje się jednak, że

20 G. Rose, *Zdjęcia jako część projektu badawczego: wprowadzenie*, [w:] *eadem, Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością*, przeł. E. Klekot, Warszawa 2010, s. 281.

21 A. Ostrowska, *op. cit.*, s. 127.

22 Wpis dostępny w internecie: <http://bit.ly/2bADWtC> [dostęp: 25. 04. 2014].

ci, którzy chcą napisać wielką powieść, nie siadają nawet do maszyny do pisania. Ci, którzy chcą być aktorami, mają złą wymowę i krępuje ich publiczność, a ci, którzy chcą być lekarzami, nie znoszą chemii i biologii, i mdleją na widok krwi. Okazuje się, że większość z nas będzie tylko częścią szarego tłumu, którego tak bardzo się boimy²³.

Wpis ten potwierdza, że wchodzący w dorosłe życie, często zmagający się z depresją i niezrozumieniem młodzi ludzie czynią Plath swoją patronką – wzorem osoby, która mimo ciężkich zaburzeń psychicznych była w stanie rozwijać swój talent. Szczególną popularnością cieszy się powieść *Szklany klosz*. To właśnie w słowach Greenwood wielu jej rówieśników odnajduje własne, często wcześniej nieuświadomione uczucia. Wśród wypowiedzi osób zainteresowanych twórczością Plath nie brakuje również głosów krytyki. Niektórzy uważają, że choć losy panny Greenwood są ciekawe, jej postać irytuje, a sama powieść została napisana zbyt lekko i bez głębszych refleksji. Najwięcej jest jednak opinii bardzo pochlebnych, takich jak te: „książka wstrząsnęła mną do głębi”, „odmieniła moje życie” itp. Wydaje się, że dziś młodzi czytelnicy poznają twórczość Plath głównie dzięki sieci internetowej. Jak pisze kolejna fanka pisarki:

Jednak dobrze, że mam konto na tym portalu – dzięki niemu dowiaduję się coraz więcej na temat książek i autorów. I wstyd mi się do tego przyznać, ale Sylwię Plath poznałam dopiero niedawno. I właśnie wtedy wypożyczyłam jej powieść *Szklany klosz*. Najpierw zapoznałam się z ciekawym życiorysem pisarki, po czym zabrałam się za lekturę.

Podobne wrażenia do tych, które wywołuje lektura *Szklanego klosza*, budzą *Dzienniki* pisarki, będące dla wielu czytelników: „prawdziwym pomnikiem Sylwii, wzruszającym, szokującym i niezmiernie intymnym”. Jako główne zalety dzieła wymieniają najczęściej: brak hipokryzji, realizm opisywanych w nim wydarzeń i stanów emocjonalnych oraz różnorodność podejmowanych tematów. Pozostałe teksty Plath, czyli opowiadania, listy i twórczość dla dzieci wspomniane są jako lektury przeznaczone jedynie dla osób szczególnie zainteresowanych pisarką. Większości czytelników wydają się one nudne i gorsze od powieści i dzienników. Oto charakterystyczna wypowiedź:

Po doskonałym *Szklanym kloszu* i zachwycającej poezji te opowiadanka jawią się jako słabiotkie. Rwane, niedokończone, bez krystalizacji sensu i wyjaśnień pobudek. Jakież urywki bez początków i zakończeń.

Listy do domu, skierowane przez pisarkę do matki, rozczarowują czytelników powściągliwością w odsłanianiu uczuć i problemów. Według

23 Wszystkie zamieszczone wypowiedzi, nieoznaczone osobnymi przypisami, pochodzą z serwisu lubimyczytac.pl; w niektórych z nich oryginalna pisownia została poprawiona. Wpisy dostępne w internecie: <http://lubimyczytac.pl/> [dostęp: 25.04. 2014].

wielu osób, które zmierzyły się z tym tomem korespondencji, nie był on wart uwagi, ponieważ nie zawierał tego, czego od niego oczekiwali – wnikliwszych opisów dramatycznych stanów emocjonalnych Plath z okresu poprzedzającego jej samobójstwo. Nieliczni doceniają fakt, że dzięki listom skierowanym do matki możliwe było poznanie innego, cieplejszego i „normalniejszego”, choć zapewne także kreowanego, oblicza pisarki.

Jak wynika z opinii zamieszczonych w serwisach poetyckich i czytelniczych, najpopularniejszymi wśród polskich internautów wierszami poetki są jej najbardziej znane liryki: *Ariel*, *Tatusz*, *Krawędź* oraz *Lady Łazarz*. Poezja Plath jest przez nich najczęściej charakteryzowana jako „specyficzna”, „fascynująca”, ale również trudna w odbiorze, a nawet niezrozumiała. Wielu fanów chcących przez lirykę Plath lepiej zrozumieć jej osobowość napotyka na poważną barierę. Wiersze poetki zdają się bowiem wykraczać poza możliwości percepcyjne tych z nich, którzy spodziewali się ujrzeć w nich bezpośredni obraz jej problemów psychicznych i życiowych. Próba interpretacji niektórych jej utworów lirycznych jawi się im jako walka, do której stanąć może jedynie szczególnie wrażliwy i inteligentny czytelnik o dużej erudycji. Jak stwierdził samokrytycznie jeden z internautów: „Aby recenzować taką poezję, trzeba być naprawdę kimś więcej niż filologiem, znawcą, pasjonatem. Chyba najlepiej być poetą. Ja nim nie jestem”.

Wielu wielbicieli pisarki wspomina, że zainteresowali się jej osobą i twórczością po obejrzeniu wyprodukowanego w 2003 r. filmu *Sylvia* w reżyserii Christine Jeffs. Mający polską premierę w 2004 r. angielski obraz, w którym w role Plath i Hughesa wcielili się Gwyneth Paltrow i Daniel Craig, skupia się przede wszystkim na romansie i problemach małżeńskich pisarskiej pary. Zbyt jednokierunkowe spojrzenie na życie oraz przyczyny śmierci poetki jest powodem krytycznych recenzji, niemniej produkcja stanowi zachętę do skonfrontowania przedstawionej w niej opowieści z biografiami, a w konsekwencji także z jej oryginalną twórczością. Niepochlebne zdanie o filmie wyrażają przede wszystkim ci internauci, którzy dobrze znają dorobek literacki Plath i interesują się kolejnymi jej życia. Według nich została przedstawiona jako irytująca histeryczka i osoba o wygórowanych ambicjach. Problem ten komentuje autor artykułu poświęconego filmowym biografom:

Na temat przyczyn samobójstwa Sylvii Plath i jej związku z Tedem Hughesem spierają się krytycy, biografowie, a nawet psychiatrzy. *Sylvia* z Gwyneth Paltrow w roli głównej nie zawiera nawet cienia próby interpretacji losu poetki. Jeden z najciekawszych romansów literackiego świata sprowadzono do popularnej papki, a poetka walcząca z konwencjami lat 50. doczekała się arcykonwencjonalnej biografii. Dziwne, że nie podjęto jeszcze wątku choroby psychicznej Plath, bo ten aspekt w artyście ekran lubi najbardziej²⁴.

24 K. Długosz, *Przekłamane biografie*, <http://bit.ly/2bUPXha> [dostęp: 15.10.2015].

Zarzuty krytyka koncentrują się na przedstawieniu uproszczonego wizerunku skomplikowanej osobowości pisarki, który jednak uczynił Plath o twarzy hollywoodzkiej gwiazdy postacią przystępniejszą i bardziej zrozumiałą dla standardowych odbiorców. Żaden widz po obejrzeniu filmowej biografii nie będzie wiedział, dlaczego stała się jedną z najsłynniejszych przedstawicielek poezji konfesyjnej. Autor artykułu podejrzewa nawet twórców filmu o założenie, że „pozbawiony wyobraźni widz złapie się na reklamowy slogan o nieszczęśliwym życiu wybitnej poetki”²⁵.

Osobnym zagadnieniem jest funkcjonowanie legendy Plath wśród feministek. Dostrzegają one w kolejach życia i twórczości pisarki ważne przesłanie i ostrzeżenie. Do zainteresowania się amerykańską poetką skłaniają je własne, często negatywne doświadczenia prób pogodzenia różnych ról społecznych: atrakcyjnej partnerki robiącego karierę zawodową przystojnego męża, opiekuńczej matki i wzorowej pani domu oraz wyzwolonej obyczajowo, samodzielnej kobiety o artystycznych i zawodowych ambicjach. Na forach internetowych Plath sytuują one obok takich osób jak Virginia Woolf, Marina Cwietajewa, Marlena Dietrich i Frida Kahlo. Najbardziej interesujące dla tej części wielbicielek Plath są jej relacje z mężem, w szczególności podejmowane przez nią próby wyrwania się z ram bycia żoną sławnego poety. Zainteresowanie budzą również *Dzienniki* pisarki z lat młodzieńczych i zawarte w nich refleksje dotyczące nierównych relacji między płciami oraz wychowania kobiet zmuszanych do postępowania według obyczajowych stereotypów.

Wydaje się także, że od śmierci pisarki, mimo powstania kilku wnikliwych biografii analizujących fenomen złożonych osobowości obojga małżonków²⁶, a także postawy samego Hughesa, który choć ocenzurował dzienniki żony, to jednak zaangażował się w promowanie jej dorobku, wychował osierocone przez matkę dzieci, napisał wreszcie szereg utworów poetyckich przenikliwie charakteryzujących Plath, jego stosunek do niej i wzajemne relacje²⁷, niewiele zmienił się manifestacyjnie krytyczny stosunek wielbicieli poetki do niego. Po śmierci Plath musiał znosić kolejne fale krytyki oraz ataki (również fizyczne) ze strony jej sympa-

²⁵ *Ibidem*.

²⁶ O małżeństwie dwojga poetów najwnikliwiej pisze Diane Middlebrook (D. Middlebrook, *Jej mąż. Ted Hughes i Sylvia Plath*, przeł. P. Łopatka, Kraków 2006), a o powodach rozstania pary również autorzy biografii kolejnej partnerki Hughesa (Y. Koren, E. Negev, *Femme fatale: życie i tragiczna śmierć Assii Wevill, rywalki Sylwii Plath*, przeł. K. Stasiuk, Chorzów 2008).

²⁷ Najbardziej znanymi utworami Hughesa poświęconymi Plath są wiersze zawarte w tomie *Birthday Letters (Listy urodzinowe)*. Poeta tworzył je przez dwadzieścia pięć lat, jednak dopiero w 1992 r. postanowił ułożyć je w narracyjną całość. Tom wierszy ukazał się w 1998 r. w Anglii i nie doczekał się polskiego wydania. Fragmenty tych wierszy przywołuje i komentuje Middlebrook (*op. cit.*, s. 367–378).

tyków, obwiniających go nie tylko o śmierć, ale o wszystkie życiowe oraz literackie niepowodzenia ich idolki. Stosunek większości fanów poetki do jej męża odzwierciedla jedna z grafik w sieci (il. 1). Na czarnym tle widnieje napis: „Dear Sylvia Plath, not all boys are so bad, but we agree, your husband was a real asshole” [„Droga Sylvio Plath, nie wszyscy chłopcy są źli, ale zgadzamy się, że twój mąż był prawdziwym dupkiem”]. Ta manifestacja niezgody na zachowanie Hughesa wobec żony jest już zresztą po części pozbawiona żywych emocji i zmieniona w formę sloganu. Tragiczny finał nieszczęśliwej miłości poetyckiej pary staje się pretekstem do przeciwstawienia się dominacji męzczyzny w życiu kobiety.

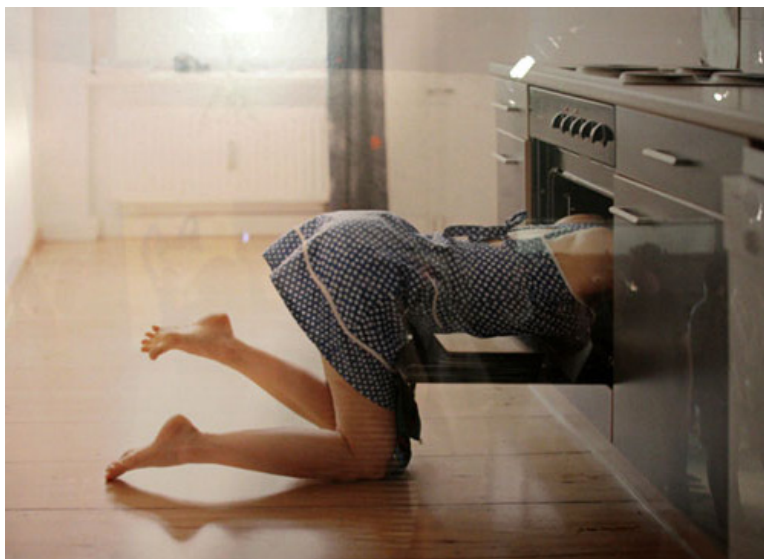


Il. 1. Hasło oceniające Teda Hughesa. Źródło: Twitter.

Analizując amerykańskie strony internetowe, można dostrzec obecną w niej osobliwą fascynację samobójczą śmiercią Plath. To zainteresowanie przejawia się bowiem nie tylko – jak dzieje się to w środowisku polskich fanów poetki – w komentowaniu tego zdarzenia w dyskusjach i wypowiedziach. W sieci jest mnóstwo zdjęć przedstawiających wystylizowane na Plath młode kobiety odtwarzające scenę jej śmierci. Pozują najczęściej w pozycji klęczącej z głową włożoną do wnętrza piekarnika. Znajdują się one w pomieszczeniach imitujących wystrój kuchni z lat 60. xx w., a ich ubiór jest stylizacją na stroje pisarki. W czasach jej współczesnych popularne były w telewizji programy kulinarne, w trakcie których panie domu dawały popis swoich umiejętności. Ukazanie Plath jako perfekcyjnej, choć ponoszącej klęskę „kury domowej” jest nawiązaniem do roli, jaką w okresie małżeństwa starała się pełnić i manifestem niezgody na jej dalsze odgrzywanie.

W bulwersujących internetowych pastiszach śmierci Plath eksponuje się nie tylko groteskowy obraz jej samobójstwa z głową w piekarniku, który wcześniej służył jej do przygotowania wymyślnych dań dla rodziny, ale również podkreśla się seksualność modelek. Na jednym z uwspółcześniających to wydarzenie zdjęć ukazano szczupłą modelkę w nowoczesnej kuchni, wypiętą w seksownej pozie i ubraną w fikuśny fartuszek (il. 2). Piękna i wzbudzająca pożądanie dziewczyna kończy życie w kuchni, tym samym manifestując swój upadek. Wedle internetowych interpretacji do życiowej klęski prowadzi kobiety sprzeniewierzenie się własnej naturze i podążenie za kulturowymi stereotypami i męskimi fantazmatami, według których ich przeznaczeniem jest założenie rodziny, bycie przykładną panią domu oraz atrakcyjną seksualnie kochanką.

Z głową w piekarniku – fenomen samobójczej śmierci Plath



Il. 2. Fotografia przedstawiająca jedną z inscenizacji śmierci Plath.
Źródło: Imgur.com

Plath w młodości opowiadała się przeciw instytucji małżeństwa, uważając ją za ubezwłasnowolniającą kobiety i ograniczającą je do roli gospodyni domowej spełniającej zachcianki męża. W *Dziennikach* pisała o tym następująco:

Nie chcę odgrywać roli żony – tylko kontynuować życie inteligentnej, dojrzałej istoty ludzkiej, rosnąć i uczyć się, jak zawsze. [...] Nigdy nie będzie kręgu, oznaczającego mnie i moje działania, ograniczającego mnie do siedzenia w domu, do towarzystwa innych kobiet, do pracy społecznej, zawartego w większym, światowym kręgu mojego partnera, który przynosi mi opowieści o niedostępnych mi doświadczeniach...²⁸

Po spotkaniu Hughesa jej stosunek do małżeństwa i macierzyństwa zmienił się, Plath starała się być przykładną żoną i matką. Można interpretować te internetowe wizerunki jako krytykę niewierności poetki młodzieżowym poglądom, która zdaniem autorów mogła być przyczyną jej klęski.

Moją uwagę przykuł filmowy skecz parodiujący śmierć Plath, zamieszczony w serwisie YouTube²⁹. Wcielająca się w rolę Plath dziewczyna prowadzi program kulinarny, w którym zapowiada, że dziś przygotowuje dla swoich widzów coś specjalnego. Specjałem tym okazuje się ona sama. Instruuje widzów, w jaki sposób upiec w piekarniku własną głowę, aby zadławić rodzinę. Pokazuje, jak ochronić dzieci przed trującym gazem. Na moment pojawia się ojciec, na którego słowa skeczowa „Sylvia” reaguje histerycznie. Szarpie mężczyznę, wykrzykując wersy jednego z najbardziej znanych wierszy Plath *Tatusz*. Autorzy filmiku nawiązali tym samym do

²⁸ S. Plath, *Dzienniki...*, s. 104.

²⁹ <http://bit.ly/2bPpxun> [dostęp: 21.10.2015].

ważnego wątku życia pisarki – jej kompleksu nieobecnego ojca. Śledząc nie tylko tendencje w popkulturze, ale i rozmaite wątki sztuki współczesnej można dojść do wniosku, że podobnie kuriozalne, bulwersujące, naruszające granice dobrego smaku, kiczowate, w najlepszym przypadku parodystyczne, pastiszowe interpretacje rzeczywistych wydarzeń lub sławnych tekstów kultury, których zwyczajowe przesłanie określilibyśmy jako tragiczne lub dramatyczne, są zjawiskiem coraz powszechniejszym³⁰.

W omawianym skeczu Plath została zobrazowana wyłącznie jako niezrównoważona psychicznie i sfrustrowana gospodyni domowa. Takie przedstawienie trywializuje poetkę, jej dramatyczne życie i twórczość. Demaskuje też, kim jest Plath dla wielu odbiorców i współtwórców popkultury. Filmik niesie bowiem przesłanie, iż współczesny odbiorca z legendy amerykańskiej pisarki zapamiętuje przede wszystkim to, że była wariatką, którą naśladowują inne wariatki.

Plath jest również inspiracją dla fashionistek, czyli dziewcząt szczególnie zainteresowanych modą. Zjawisko to możemy zaobserwować na popularnym serwisie Polyvore³¹, który umożliwia tworzenie zestawów modowych. Jego użytkownicy projektują własne stylizacje, wykorzystując wizerunek pisarki i wzorując się na jej sposobie ubierania się (il. 3). Odpowiedzią na stosunkowo nowe zjawisko zainteresowania powierzchownością Plath jest z pewnością nowa biografia pisarki autorstwa Elizabeth Winder. W wydanej niedawno także w polskim tłumaczeniu książce *Sylvia Plath w Nowym Jorku. Lato 1953*³² autorka opisuje ten okres życia pisarki, który przywołała ona na kartach *Szklanego klosza*, gdy była redaktorką czasopisma o modzie „Mademoiselle”. Jak wynika z książki, Plath niejako sama „wpisała się” w obieg rodzącej się popkultury – jako redaktorka popularnego magazynu dla dziewcząt, ubierająca się, malująca i spędzająca czas według panujących ówczesnie trendów. Książka ukazująca Plath jako dziewczynę niewiele różniącą się od swoich rówieśniczek, podlegającą wpływom kulturowych tendencji, jest ważnym dopowiedzeniem jej biografii. Podobnego zamiaru podjęła się biografka niewiele młodszej od Plath polskiej poetki, Katarzyna Karaskiewicz, która w książce *Halina Poświatowska w zwierciadle swej kobiecości* ukazała jej fascynację modowymi nowinkami i pielęgnowaniem urody³³.

Ikona mody

30 O problemie tym pisze m.in. Bohdan Dziemidok (*Deestetyzacja sztuki i estetyzacja życia codziennego. Kwestia zaspokajania podstawowych potrzeb estetycznych w kulturze postmodernistycznej*, [w:] *idem, Główne kontrowersje estetyki współczesnej*, Warszawa 2009, s. 301–311).

31 www.polyvore.com [dostęp: 21.10.2015].

32 E. Winder, *Sylvia Plath w Nowym Jorku. Lato 1953*, przeł. M. Zielińska, Warszawa 2015.

33 K. Karaskiewicz, *Halina Poświatowska w zwierciadle swej kobiecości*, Warszawa 2008.



Il. 3. Przykładowa stylizacja zainspirowana stylem Plath. Źródło: Polyvore.com

Moda na Sylvię Plath wynika także ze współczesnej aktualności i popularności ukształtowanego w latach 50. XX w. wzorca kobiecości – kobiety aktywnie partycypującej w wysokiej kulturze, a jednocześnie silnie, także zawodowo, związanej z popkulturą, zaczytanej w literaturze, ale też pisującej felietony do kobiecych magazynów, chodzącej na randki i potańcówki, ulegającej niekiedy bezrefleksyjnie kulturowym i obyczajowym trendom, często skrywającej za maską popularności i medialnego sukcesu mroczne tajemnice.

Sylvia Plath w amerykańskich produkcjach filmowych

Na ślady fenomenu popularności Plath można natknąć się, oglądając amerykańskie filmy i serie telewizyjne. Grany przez reżysera Woody'ego Allena bohater filmu *Annie Hall* (USA 1977) podczas odwiedzin u Annie (w tej roli wystąpiła młoda Diane Keaton) znajduje na jej półce powieść *Szklany klosz*. Znaleźisko to nazywa z ironią „biblią uczennic”, które nic nie wiedzą o prawdziwym życiu. Obecność tej książki w domu bohaterki podkreśla jej neurotyczną osobowość. Powieść Plath do dzisiaj jest uznawana za lekturę obowiązkową młodych dziewczyn przechodzących przez okres buntu.

Innym przykładem obecności Plath w amerykańskich produkcjach jest scena z filmu *Orbitowanie bez cukru* (*Reality Bites*, reż. B. Stiller, USA 1994), którego akcja rozgrywa się w latach 60. XX w. i prezentuje przeżycia grupy młodych ludzi wchodzących w dorosłość. Jedną z kobiet

określa stan drugiej – pogrążonej w depresji spowodowanej brakiem pracy i nieumiejętnością oceny własnych uczuć – „byciem w szklanym kloszu”. Innymi przykładami są zaczytane w powieści Plath nastolatki – postaci z popularnych seriali telewizyjnych: nastoletnia czarownica Sabrina (*Sabrina, the Teenage Witch*, sezon 1, odc. 14, USA 1997) i córka Simpsonów Lisa (*The Simpsons*, sezon 20, odc. 11, USA 2010), która czyta nie tylko *Szklany klosz*, ale i wiersze Plath. Funkcje pojawienia się aluzji do twórczości Plath we wszystkich produkcjach są podobne – określają charakterystyczne cechy bohaterek – ich pokoleniową przynależność, związany z nią psychiczne problemy i kryzys wieku dojrzewania w wydaniu kobiecym oraz bardziej ogólnie – ich nadwrażliwość, skłonności neurotyczne, wygórowane ambicje i inteligencję.

Form obecności Plath w popkulturze jest oczywiście więcej. Jej wizerunek pojawia się na graffiti i w projektach tatuaży. Młodzi ludzie najczęściej tatuują sobie najbardziej znane cytaty z jej twórczości. Odważniejsi decydują się na wytatuowanie na swoim ciele jej podobizny. Niewielu pisarzy zyskuje po śmierci taką sławę. W Polsce podobnym kultem cieszą się: Rafał Wojaczek, Andrzej Bursa, Edward Stachura, Marek Hłasko, Halina Poświatowska. Wszyscy oni należą do grona poetów przeklętych, tzw. kaskaderów literatury, których tragiczne życie zakończyło się przedwcześnie³⁴. Łączy ich to, że już za życia bardziej lub mniej kreowali własną legendę, która z czasem uczyniła ich ikonami popkultury. Ci artyści z podobnych względów fascynują młodych ludzi i są popularni w internecie. Powstają strony internetowe im poświęcone³⁵, odbywają się spotkania ich wielbicieli – jak choćby słynna Stachuriada organizowana w podgłogowskich Grochowicach, produkowane są filmy np. dokumentalny o Halinie Poświatowskiej *Ptaku mojego serca* (Polska 1986) i fabularny *Wojaczek* (reż. L. Majewski, Polska 1999). Nie znalazłam jednak dowodów na to, że taka popkulturowa popularność degraduje te postaci, jak dzieje się to w przypadku Plath (mam na myśli w szczególności wspomniany skecz przedstawiający ją jako prowadzącą program kulinarny). Role, jakie wyznaczyła Sylvii Plath popkultura, to przede wszystkim: słynna samobójczyni, kobieta zmagająca się z depresją, porzucona żona, patronka dziewcząt przeżywających okres dojrzewania lub – jak nazwał to autor artykułu dotyczącego legendy Plath – „bożyszczce amerykańkań-

34 Określenie to spopularyzowała książka: *Kaskaderzy literatury: o twórczości i legendzie Andrzeja Bursy, Marka Hłaski, Haliny Poświatowskiej, Edwarda Stachury, Ryszarda Miłczewskiego-Bruna, Rafała Wojaczka*, red. E. Kolbus, Łódź 1986.

35 Np.: www.wojaczek.art.pl; www.stachuriada.pl; www.koniczynka.art.pl [dostęp: 28.10.2015].

skich feministek³⁶. Plath to dziś postać, z którą modnie jest się utożsamiać. Jej wielbicielami są przede wszystkim ludzie młodzi, szczególnie kobiety – wrażliwe dusze zmagające się z obcością świata.

Internet jest miejscem, w którym Plath jest wciąż oceniana zarówno pod względem literackim, jak i osobistym. Przyczynami, z powodu których stała się ikoną popkultury, są: jej skomplikowane życie, neurotyczna osobowość i samobójcza śmierć, która przed pięćdziesięciu laty wstrząsnęła angielską i amerykańską opinią publiczną. Kontrowersje wokół jej osoby przetrwały, ale zostały przyswojone i przekształcone przez popkulturę, co nie zawsze – jak pokazują to niektóre z przytoczonych przeze mnie przykładów – dzieje się z korzyścią dla sławy pisarki.

Bibliografia

- Banasiak Mirosław, *Sylvia Plath*, „Wysokie Obcasy” 2001, dostępny w internecie: <http://www.wysokieobcasy.pl/wysokie-obcasy/1,97476,490857.html> [dostęp: 10.05.2014].
- Chwin Stefan, *Samobójstwo jako doświadczenie wyobraźni*, Gdańsk [s.a.].
- Dialog i spór. Zbigniew Herbert a inni poeci i eseści*, red. J.M. Ruszara, Lublin 2006.
- Długosz Katarzyna, *Przekłamane biografie*, <http://film.onet.pl/wiadomosci/przeklamane-biografie/h2pkz> [dostęp: 15.10.2015].
- Durczak Joanna, *Przełom poetycki połowy XX wieku, Poezja zwierzenia, Poezja kobiet po 1960*, [w:] *Historia literatury amerykańskiej XX w.*, t. 2, red. A. Skalskiej, Kraków 2003.
- Dziemidok Bogdan, *Deestetyzacja sztuki i estetyzacja życia codziennego. Kwestia zaspokajania podstawowych potrzeb estetycznych w kulturze postmodernistycznej*, [w:] *idem, Główne kontrowersje estetyki współczesnej*, Warszawa 2009.
- Kamionowski Jerzy, *Niepokojące muzy Sylvii Plath*, [w:] *W pałacu możliwości. O amerykańskiej poezji kobiecej*, red. L. Aleksandrowicz-Pędych, Białystok 2003.
- Karaskiewicz Katarzyna, *Halina Poświatowska w zwierciadle swej kobiecości*, Warszawa 2008.
- Kaskaderzy literatury: o twórczości i legendzie Andrzeja Bursy, Marka Hłaski, Haliny Poświatowskiej, Edwarda Stachury, Ryszarda Miłczewskiego-Bruna, Rafała Wojaczka*, red. E. Kolbus, Łódź 1986.
- Kluszczyński Ryszard, *Artystyczno-kulturowe znaczenie internetu*, [w:] *O świecie mediów*, red. E. Nurczyńska-Fidelska, Kraków 2001.
- Koren Yehuda, Negev Eilat, *Femme fatale: życie i tragiczna śmierć Assii Wevill, rywalki Sylvii Plath*, przeł. K. Stasiuk, Chorzów 2008.
- Malcolm Janet, *Milcząca kobieta. Sylvia Plath i Ted Hughes*, przeł. M. Michałowska, Poznań 1998.

36 M. Banasiak, *Sylvia Plath*, „Wysokie Obcasy” 2001, dostępny w internecie: <http://bit.ly/2bckjky> [dostęp: 10.05.2014].

- Maszewska Jadwiga, *Amerykańska proza kobieca II połowy XX wieku*, [w:] *Historia literatury amerykańskiej XX w.*, t. 2, pod red. A. Salskiej, Kraków 2003.
- Middlebrook Diane, *Jej mąż. Ted Hughes i Sylvia Plath*, przeł. P. Łopatka, Kraków 2006.
- Ostrowska Agnieszka, *Nowe media – przykład polski*, [w:] *Media a wyzwania XXI wieku*, red. M. Bonikowska, Warszawa 2009.
- Plath Sylvia, *Dzienniki*, przeł. J. Urban i P. Stachura, Warszawa 2000.
- Plath Sylvia, *Listy do domu*, przeł. E. Krasieńska, Warszawa 1983.
- Plath Sylvia, *Szklany klosz*, przeł. M. Michałowska, Warszawa 1975.
- Plath Sylvia, *Wiersze zebrane*, przeł. T. Truszkowska, Warszawa 1992.
- Rose Gillian, *Zdjęcia jako część projektu badawczego: wprowadzenie*, [w:] *eadem, Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością*, przeł. E. Klekot, Warszawa 2010.
- Strinati Dominic, *Wprowadzenie do kultury popularnej*, przeł. W. J. Burszta, Poznań 1998.
- Wagner Erica, *Sylvia Plath i Ted Hughes*, przeł. T. Kunz, Kraków 2004.
- Winder Elizabeth, *Sylvia Plath w Nowym Jorku. Lato 1953*, przeł. M. Zielińska, Warszawa 2015.

Gry wizerunkami kobiecości a spór o feminizm i kamp – na przykładzie Madonny i Lady Gagi

Abstrakt

Referat porusza kwestię gry z wizerunkami kobiecości, ze znaczeniami związanymi z płcią kulturową w twórczości Madonny (Madonny Ciccone) oraz jej interpretacji w oczach badaczy mediów np. Johna Fiskego oraz feministek różnych frakcji, m.in. Anny Nacher, Camille Paglii czy Susan Bordo. Sposób recepcji dokonań artystki jest bardzo różnorodny, dlatego warto potraktować Madonnę jako fenomen kulturowy. Podejście do jej dorobku artystycznego zmieniało się wraz z upływem czasu oraz przemianami w ramach rozwijającego się ruchu feministycznego.

W toku analizy mit Madonny zostanie zestawiony z wizerunkiem kobiecości budowanym przez Lady Gagę (wł. Stefanię Germanottę). Obie artystki posługują się podobną strategią budowania wizerunku, lecz nadają swym działaniom odmienne znaczenie. W przypadku Madonny wykreowany obraz kobiecości łączy się z seksualnością wykonawczyni i funkcjonuje w ścisłym połączeniu, tworząc mit „prawdziwej kobiety”. Madonna zmienia wizerunki kobiecości i tworzy przekaz, w którym jej kolejna reinwencja powinna zostać odebrana jako zmiana Madonny – artystki i zarazem Madonny Ciccone. Mit Lady Gagi polega na wynaturzeniu, przesadzie – manifestacyjnym odsłonięciu aktu kreacji i oddzieleniu go od wykonawczyni, czyli Germanotty.

Słowa klucze

feminizm, gender, kamp, Madonna, Lady Gaga

Gry wizerunkami kobiecości a spór o feminizm i kamp – na przykładzie Madonny i Lady Gagi

Madonna, właściwie Madonna Louise Veronica Ciccone, to gwiazda przemysłu rozrywkowego – piosenkarka, aktorka, projektantka mody, uznawana przez środowiska branżowe za reformatorkę formuły wideo-klipu¹, wzór do naśladowania dla nastolatek, a także świetna bizneswoman – właścicielka sieci siłowni czy wydawca, wcielenie realizacji amerykańskiego snu. W trakcie swej działalności piosenkarka uznawana była za feministkę i zarazem za jej przeciwieństwo, czyli osobę wpisującą się w obowiązujące zasady patriarchy. Sposób recepcji twórczości, a także autokreacji artystki jest bardzo zróżnicowany, dlatego warto spojrzeć na Madonnę jako fenomen kulturowy i zbadać mit gwiazdy, którą się stała. Gry wizerunkami kobiecości proponowane przez artystkę, a także ich odbiór na przestrzeni lat stanowi przykład obrazujący zmiany w obrębie estetyki kampu, a także feminizmu oraz łączącą je więź. Ewolucja ta jest widoczna zwłaszcza przy zestawieniu działalności artystki z twórczością młodszej piosenkarki, Lady Gagi – właściwie Stefani Joanne Angeliny Germanotty. Jednocześnie artystyczne praktyki w obu przypadkach cechuje formalne podobieństwo, jednak różni nadawane przez artystki znaczenie.

Według Rolanda Barthes'a mit jest komunikatem, którego nośnikiem może być wszystko – może zatem przybrać formy pisane lub formy przedstawienia². Mit to wtórny system semiologiczny zbudowany na łańcuchu semiologicznym już istniejącym, a więc dokonuje on przesunięcia o szczebel wyżej w systemie pierwotnych znaczeń. Mitem będzie zatem komunikat bazujący na zniekształceniu, czyli powiązaniu formy z pojęciem, które ma tworzyć symbol zaprojektowany przez nadawcę. „Nie ma

1 Madonna otrzymała z tej okazji w 1986 r. MTV Video Vanguard Award przyznawaną podczas Video Music Award artystom za wkład w kulturę stacji.

2 R. Barthes, *Mit dzisiaj*, [w:] *idem, Mitologie*, przeł. A. Dziadek, Warszawa 2000, s. 239.

żadnej stałości w pojęciach mitycznych: mogą się one tworzyć, zmieniać, rozpaść i całkowicie zniknąć. I dlatego, że są historyczne, historia może je łatwo likwidować³. Z kolei Stuart Hall w słynnym tekście *Kodowanie i dekodowanie* pisał o procesie komunikacji jako skomplikowanej strukturze dominacji, połączonej praktyce produkcji, cyrkulacji, dystrybucji konsumpcji i reprodukcji znaczeń. Autor zaznacza, że nie ma poziomu zerowego w języku – dyskurs wymaga posługiwania się kodami: „znaczenie nie jest czymś stałym, percypowanym bezpośrednio”⁴. Kodowanie i dekodowanie jest dla Halla momentem determinującym proces komunikacji. Pierwszy to użycie kodu i jego emisja, drugi zaś dotyczy rozkodowania i wkroczenia znaczenia w sferę praktyki społecznej. Mimo to kodowanie nie determinuje dekodowania. Odbiorca może odczytać znaczenie niezgodnie z intencją nadawcy. Mit może zatem zostać stworzony nie tylko przez nadawcę, ale także przez odbiorcę, który odczytując komunikat, sam dokonuje zniekształcenia, tworząc w ten sposób pojęcie mityczne. Odwołując się do terminologii Barthes’a, forma, czyli charakter poszczególnych działań obu artystek, jest porównywalny, jednak każda z nich wiąże je z innym pojęciem. Zatem różnica między nimi pojawia się na poziomie zniekształcenia we wtórnym łańcuchu znaczeń.

Całościowe funkcjonowanie idola, czyli to, co robi i jakie myślenie o sobie generuje, można potraktować jako ideologię, modę i mit jednocześnie. Yuniya Kawamura w *Fashionology* definiuje modę jako zestaw wierzeń, perspektyw, opinii i dodatkowo objaśnia termin za pomocą pojęcia mitu. Składać się na nią będzie produkcja symboliczna, nieuchwytna, niedotykalna warstwa znaczeniowa konstruowana przez producenta i nałożona na produkcję materialną (w tym wypadku ubrania, piosenki, teledyski), która stanowi bazę dla mody – systemu znaczeń⁵. Richard Dyer, analizując fenomen gwiazdorstwa, również posługuje się pojęciem ideologii rozumianej jako zestaw idei i poglądów powiązanych z praktyką społeczną. Ideologia w szerokim rozumieniu to system kulturowy, byt społeczny i nie ma jako taka znaczenia pejoratywnego, choć samo dokonanie wyboru określonych wartości i idei jest rodzajem ograniczenia, które może (ale nie musi) prowadzić do zafalszowania obrazu rzeczywistości. W wypadku gwiazd ideologiczne będzie zatem dokonanie wyboru znaczeń, czyli domknięcie poprzez zaakcentowanie, zamaskowanie czy pominięcie pewnych powiązań⁶.

3 *Ibidem*, s. 252.

4 S. Hall, *Kodowanie i dekodowanie*, przeł. W. Lipnik, I. Siwiński, „Przekazy i Opinie” 1987, nr 1/2, s. 65.

5 Y. Kawamura, *Fashion as a Myth Supportet by the System* [w:] *eadem, Fashionology. Introduction To Fashion Studies*, New York 2005, s. 44.

6 Zob. R. Dyer, *Stars*, London 1998, s. 2–3.

Autorzy *The Madonna Companion* zwrócili uwagę na fakt, że nikt przed Madonną nie używał formuły teledysku i telewizji MTV jako narzędzia autokreacji głównie w celu podniesienia swojej popularności. Nagrania wideo dopiero w drugiej kolejności miały służyć upowszechnianiu utworów muzycznych⁷. „Gdybym nie miała teledysku, nie wydałoby mi się, by wszystkie dzieciaki Środkowego Zachodu dowiedziały się o mnie [...]. Wszyscy go oglądają. To w wielkim stopniu przyczyniło się do sukcesu moich albumów”⁸. Największy medialny rozgłos niektórych wideoklipów wcale nie wynikał z popularności piosenek. Piosenkarka nie promowała swoich utworów, ale samą siebie: skandalistkę, gwiazdę. Muzyka i telewizyjne klipy były jedynie narzędziami reklamy innego produktu o nazwie Madonna. Według Andrew Mortona „pisanie piosenek [...] stanowiło jedynie tło przy jej efektownych wideoklipach”⁹. Artystka zapisała się w historii muzyki swoimi teledyskami, a liczba zdobytych przez nią nagród MTV Video Music Awards wynosi 19 (znajduje się wśród nich statuetka za wkład w rozwój wideoklipów, w kategorii Video Vanguard) i jest największa spośród wszystkich wykonawców kiedykolwiek do nich nominowanych. Madonna dążyła do realizacji kariery gwiazdy – nie piosenkarki, aktorki, tancerki. Artystka chciała pełnić wszystkie wymienione role jednocześnie, aby zostać królową popu. Przez całą karierę znana była ze zmian wizerunku (również muzycznego), prezentowanych przy okazji wydawania i promocji nowych albumów. Dostała dzięki temu przydomek królowej reinwencji – wykorzystywanych często przy próbie podsycenia uwagi wokół swojej osoby. W jej powrotach często uczestniczyli nieznanymi wcześniej producenci, co skutkowało pozostaniem w centrum zainteresowania.

Wideoklipy bazują na konwencjonalizacji i odwołują się do gatunków filmowych, budują swój materiał na podstawie już istniejących strategii i estetyk. Wiesław Godzic stwierdza, że „kontekst, który jest bardzo ważny, zdaje się dominować nad tekstem. W tym sensie MTV jest doskonałym przykładem postmodernistycznych praktyk komunikacyjnych”¹⁰. Badacz za Marshą Kinder zwraca uwagę na strukturę teledysku, która odbiega od formuł innych programów telewizyjnych, a zbiega się z zasadą konstrukcji marzenia sennego. Kinder uzasadnia swoje zestawienie, wskazując elementy, takie jak nieograniczony dostęp do różnorodnych rozwiązań, dekoncentracja, strukturalne nieciągłości, bazowanie na fragmentach pamięci

7 Zob. A. Metz, C. Benson, *The Madonna Companion: Two Decades of Commentary*, London 1999, s. 161.

8 Madonna, cyt. za: E. Daryl, F. Eddi, *Madonna. Królowa muzyki pop*, przeł. K. Dąbrowska et al., Bielsko-Biała 2012, s. 64

9 A. Morton, *Madonna*, New York, 2002, s. 20.

10 W. Godzic, *Oglądanie i inne przyjemności kultury popularnej*, Kraków 1996, s. 101.

oraz wszechobecność widza¹¹. Godzic wskazuje również na towarzyszący wideoklipom nadmiar, który wywodzi się w zasadzie z teatru muzycznego – ukazywany w nich świat jest lepszy i atrakcyjniejszy, niekoniecznie też rządzi nim zasady logiki przyczynowo-skutkowej: „Musical jest pełen sprzeczności: poczuciu energii, erupcji wolności i optymizmu towarzyszy świadomość istnienia zakazów społecznych w rzeczywistości”¹². Zarówno musical, jak i teledysk jako gatunek przechodzą nieustanną ewolucję, ale przytoczone tezy w stosunku do wideoklipów Madonny nie tracą na aktualności. Mimo zmian w obrębie estetyki telewizja muzyczna (rozumiana jako przestrzeń prezentacji teledysków – współcześnie tę funkcję spełnia także serwis YouTube) wciąż bazuje na zmienności znaczeń, zawiera w sobie rozproszone wzorce konsumpcji – jak choćby promowanie mody. Konwencjonalizacja wideoklipów zbudowana jest poprzez powtórzenie, zacytowanie, które Anna Nacher nazywa polityką parodii¹³. W różnorodnej, niekoherentnej przestrzeni intertekstów każde powtórzenie jest jak mrugnięcie okiem, trudno je traktować poważnie, a jednocześnie nie sposób odróżnić oryginału od kopii. Ta dwuznaczność wydaje mi się niesłychanie ważna, gdyż wskazuje, jak gra znaczeniami zaczyna się różnicować i nawarstwiać, powodując niemało sporów związanych z interpretacją, co świetnie ilustruje fenomen Madonny. Właśnie powtórzenie jest elementem fundującym takie zjawiska, jak parodia, pastisz czy kamp. Nacher w tekście o *Kampowej machinerii telewizji* pisze, że:

powtórzenie rozumiane jako seryjność jest ponadto jedną z naczelných zasad organizujących telewizyjny dyskurs [...], stanowi ono naczelną procedurę wytwarzającą kategorię płci i lokuje się w samym centrum tego, co jest określane jako *camp*¹⁴.

MTV jest natomiast dla Nacher kampem *par excellence*.

Zjawisko kampu w literaturze naukowej zaczęło funkcjonować za sprawą słynnego eseju Susan Sontag *Notatki o kampie* z 1964 r. Przez formę notatek charakter wprowadzonego pojęcia wydaje się nieostry. Dla Sontag kamp jawi się jako styl, który w swej istocie polega na umiłowaniu tego, co przesadne i sztuczne. Kamp jest wizją świata w kategoriach stylu – ale stylu szczególnego rodzaju. To miłość do tego, co manieryczne, co się „nie mieści”, to „coś, co udaje, że jest czymś, czym nie jest”¹⁵. Należy pamiętać, że rzeczy same w sobie nie są kampowe – kamp jest „w oku patrzącego”¹⁶, jak pisze Sontag. Wyraża się w stosunku między

¹¹ *Ibidem*, s. 103.

¹² *Ibidem*, s. 104.

¹³ Zob. A. Nacher, *Telepleć – gender w telewizji doby globalizacji*, Kraków 2008, s. 137.

¹⁴ *Ibidem*, s. 137.

¹⁵ Zob. S. Sontag, *Notatki o kampie*, przeł. W. Wertenstein, „Literatura na Świecie” 1979, nr 9, s. 311.

¹⁶ S. Sontag, *op. cit.*, s. 308.

rzeczą a kontekstem, w napięciu między osobą a spojrzeniem, wobec czego o ostatecznej intencji decyduje charakter relacji, sposób łączenia i odbioru. Sontag uważa również, że kamp to chybiona powaga, wyrażanie poglądów w sposób żartobliwy, stylowy, choć w ramach opisywanej konwencji mieści się również zaangażowany, poważny artysta, który odznacza się patosem. Jednocześnie Sontag wskazuje, że zjawisko to proponuje komiczną wizję świata, a komizm również wiąże się z kontrastem: sprzecznością, powtórzeniem z odchyleniem od normy. Autorka *Notatek o kampie* uważa, że kamp darzy upodobaniem osoby odstające od normy, ale zakłada zabawę, jest apolityczny.

Teza o apolityczności uległa dezaktualizacji choćby poprzez funkcjonowanie kampu jako estetyki emancypacji środowisk *queer*. Jack Babuscio w tekście *Camp and the Gay Sensibility*¹⁷ udowadnia, że kamp stał się rodzajem wrażliwości osób homoseksualnych, którą definiuje jako energię kreacji świadomości odmiennej od mainstreamu. W tej teorii opisana strategia estetyczna stanowi odpowiedź gejų na to, że ich świat kształtowany jest przez optykę nienormalności, chorego zachowania, to działanie subwersywne mające na celu podważenie *status quo*. Autor podaje cztery wyznaczniki kampu: ironię, estetyzm, teatralność i humor. Wszystkie elementy łączy świadome powtórzenie, wskazania, że styl jest zawsze nabyty, przyswojony. Ironiczne, kempowe gesty stosowane przez gejų igrzały elementami podziału na męskie i żeńskie. Poruszające się miękko postaci podkreślały cechy płciowe, aby naruszyć binarny podział płci, wykorzystywały je w celu pokazania ich konstrukcyjnego charakteru, wyśmiewały restrykcyjne normy seksualności.

Taki kamp jest narzędziem opartym na zamierzonej niezgodności, dystansie i często przeciwieństwie. Babuscio wskazuje, że w tym wymiarze jest strategią, która odzwierciedla konstrukcyjny charakter świata, życie jako teatr, w którym odgrywa się role społeczne. Według autora, aby zdać społeczny test akceptacji, gej musi być uznany za normalnego, wciela się w rolę, transformuje siebie. Stosuje zatem elementy ustalonego porządku, aby poprzez nie same pokazać kontrast między rzeczą a skojarzeniem.

Niemal równoległe o kamp upominają się feministki. Pamela Robertson nawiązuje do teorii Judith Butler i Mary Ann Doane i pisze o estetyce jako adekwatnym modelu krytyki ról płciowych oraz spowinowaceniu kampu z feministycznymi dyskursami na temat konstruowania, wykonywania i ustanawiania tożsamości płciowej¹⁸. Kamp jest formą estetyzmu odwracającą procesy tworzenia wizerunku, pozwala kobiecie parodiować

17 Zob. J. Babuscio, *Camp and Gay Sensibility*, [w:] *Camp. Queer Aesthetics and the Performing Subject. A Reader*, ed. by F. Cleto, Edinburgh 1999, s. 117–136.

18 P. Robertson, *Jak się robi kamp feministyczny*, przeł. A. Matkowska, [w:] *Kamp. Antologia przekładów*, red. P. Czaplński, A. Mizerka, Kraków 2012, s. 97.

kobiecość, odsłaniając w ten sposób samoświadomy gest maskarady. Autorka powołuje się na Joan Riviere, która już w 1929 r. pisała o kobiecości jako maskaradzie, sprawiającej, że nie ma różnicy między prawdziwą kobiecością a maskaradą. Robertson podsumowuje swoje rozważania wskazaniem, że w ramach kampu „obiektem genderowej parodii nie jest wizerunek kobiety, ale idea – która w kampie staje się żartem – że esencjalna tożsamość kobieca poprzedza jej wizerunek”¹⁹.

Okazało się jednak, że emancypacyjne wykorzystanie kampu jest chybione. Patrycja Bieszek wskazuje, że:

[...] camp uważano za nieadekwatne narzędzie walki politycznej o prawa mniejszości, ponieważ jest w gruncie rzeczy produktem dyskursu dominującego, którego mechanizmy krytycznie obnaża, ale nie jest ich zdolny obalić. Taka strategia była krytykowana za brak agresywności, ponieważ poprzez humor ukazywała nieszkodliwość homoseksualistów, podświadomie wyrażając ich chęć akceptacji przez dominującą większość, z którą się łączyła właśnie poprzez wspólne (zaraźliwe) poczucie humoru²⁰

Mimo to kamp starał się utrzymać pozycję narzędzia, które „w swej różnorodności nakazuje podejrzliwość wobec reżimów kulturowego patrzenia/widzenia”²¹. Nadal zakładał dystans, autoparodię, świadomość gry, teatralność, samoświadomość sztuczności i samozachwyt nad własną formą i stylem.

Mateusz Borowski stawia jednak tezę, że kamp jest już tylko estetyką do wynajęcia. „Camp na tyle manifestacyjnie eksponuje bowiem sztuczność i konwencjonalność fikcyjnych światów, że w żaden sposób nie pozwala na traktowanie serio podejmowanych tematów”²². Kamp służy do pobudzenia widza, zwłaszcza jego pamięci do współtworzenia kreacji, nadawania znaczeń. W myśl koncepcji Johna Fiskego i Wiesława Godzica można go uznać za jedną z postmodernistycznych strategii komunikacji, szansą na przyjemność płynącą z grania w procesie semiotycznym. Odbiorca może przywołać i ponownie oglądać to, co zostało zgromadzone w pamięci zarówno indywidualnej, jak i zbiorowej, która stanowi przecież świadectwo przynależności do danej grupy i społeczeństwa. Bardzo celna jest uwaga Borowskiego o kampie jako metodzie czytania zjawisk (a nie skodyfikowanej estetyce), która według niego jest polityczna, gdyż operuje kontekstem wspólnych wyobrażeń, klisz, informacji, co składa się przecież na tworzenie konwencji odbioru²³. Kamp jako kierunkujący

¹⁹ *Ibidem*, s. 106.

²⁰ P. Bieszek, *De/konstrukcja gender poprzez camp: Divine, Frank N. Furter i Rocky Horror*, [w:] *Gender w humanistyce*, red. M. Radkiewicz, Kraków 2001, s. 130.

²¹ F. Kleto, cyt. za: A. Nacher, *op. cit.*, s. 142.

²² M. Borowski, *Estetyka do wynajęcia. Kamp w teatrze*, [w:] *CAMPANIA. Zjawisko kampu we współczesnej kulturze*, red. P. Oczko, Warszawa 2008 s. 157.

²³ *Zob. ibidem*, s. 159.

sposób rozumienia oraz odczytywania wydaje się bardzo daleki od lekkiej, niewinnej zabawy i komicznej wizji świata proponowanej przez Sontag. Staje się natomiast narzędziem o niemałej sile.

Śmierć kampu nastąpiła dzięki Madonnie – jak ogłosił w 1993 r. „New Yorker”. Lidia Krawczyk wskazuje, że właśnie ta artystka przyniosła ostateczny kres jakimkolwiek subwersyjnym aspiracjom kampu, o czym traktuje przywoływana przez autorkę książka wspomnianej już Pameli Robertson *Guilty Pleasures. Feminist Camp From Mea West to Madonna*. Madonna uczyniła z estetyki kampu formę przyjemności z parku rozrywki, przechwyciła ówczesną estetykę emancypacji, zamieniając ją w zwykłą strategię marketingową²⁴. Nacher stwierdza:

Na dobrą sprawę można powiedzieć, że Madonna zrewolucjonizowała sposób, w jaki wideoklip posługiwał się znaczeniami gender, wykorzystując jednocześnie specyfikę telewizji muzycznej do stworzenia wizerunku gwiazdy odmiennego od wizji gwiazd estrady stworzonych i wykorzystywanych przez przemysł rozrywkowy²⁵.

Badaczka wskazuje na ironiczne sięganie do wzorców kulturowych i tworzenie wizerunku silnej, niezależnej, świadomej swej seksualności kobiety, która walczy z patriarchalnym społeczeństwem np. poprzez skojarzenie wizerunku dziwki i rebeliantki. Według Nacher:

Gest maskarady i parodii oferuje zawsze dwuznaczną przyjemność płynącą tyleż z podporządkowania się dominującym normom, ile z aktu zerwania z nimi poprzez uwydatnienie ich normalizującej siły za pomocą strategii nadmiaru i przesady²⁶.

Badaczka zakłada zatem, że gest obnażenia norm wiąże się z wyrwaniem się z gorsetu obowiązujących zasad. Równie entuzjastycznie nastawiony jest Fiske:

Parodia wyolbrzymia i przedrzeźnia definiujące cechy przedmiotu parodii, w ten sposób przedrzeźniając tych, którzy „wpisują się” w ów ideologiczny efekt. Ale parodia Madonny sięga dalej: parodiuje ona nie tylko stereotypy, ale również sposób, w jaki się je tworzy. Prezentuje siebie jako taką, która w pełni kontroluje swój obraz i proces jego tworzenia²⁷.

Ryszard Nycz definiuje parodię jako „typ komicznego naśladowania wzorca [...], który dzięki celowemu wyostreniu jego cech formalno-stylistycznych oraz zmianie tematycznej prowadzi do efektów ludycznych, satyrycznych lub polemicznych”²⁸. Michaił Bachtin łączy parodię z karnawałowo-ludową kulturą śmiechu, która zakładała odwrócenie

24 Zob. L. Krawczyk, *Camp jako przyjemność*, [w:] *CAMPANIA...*, s. 49.

25 A. Nacher, *op. cit.*, s. 139.

26 *Ibidem*, s. 139.

27 J. Fiske, *Zrozumieć kulturę popularną*, przeł. K. Sawicka Kraków 2010 s. 140.

28 R. Nycz, *Parodia i pastisz. Z dziejów pojęć artystycznych w świadomości literackiej XX wieku*, [w:] *idem, Tekstowy świat. Poststrukturalizm a wiedza o literaturze*, Warszawa 1993, s. 151.

porządku w czasie karnawału. Należy jednak pamiętać, że polegało ono na zamianie ról w ramach obowiązującego układu – osobom z nizin społecznych przysługiwały prawa i przywileje panów, jednak struktura sama w sobie, hierarchia zostawała nienaruszona. Zatem zerwanie następowało na poziomie miejsca w strukturze, a nie na poziomie samego systemu czy układu drabiny społecznej. Nych zaznacza, że parodia

w najprostszym przypadku sprowadzić się więc może do zwykłego zacytowania tekstu, któremu nowy kontekst nadaje parodystyczne zabarwienie; [...] najdosłowniejszy cytat jest już w pewnej mierze parodią. Przekształca go zmiana kontekstu, miejsce, dokąd go wprowadzam, rodzaj cięcia²⁹.

Nie oznacza to wcale wymiaru polemicznego, krytycznego czy emancypacyjnego parodii jako takiej. Tak więc parodia to styl, który sam w sobie jest podwójny, a „sama ironia może być zarówno żartobliwa, jak i bagatelizująca, to znaczy może być zarówno krytycznie konstruowana, jak i destrukcyjna”³⁰. Ta podwójność czyni z parodii styl niejednoznaczny, ambiwalentny.

Spór o parodię, śmiech, dystans czy kamp jest w istocie sporem o ideologię stylu, podobnie jak „spór o Madonnę jest sporem o ideologię gender”³¹. Madonna jest samoświadoma i określa siebie jako feministkę. Kreowanie własnego wizerunku jako symbolu seksu miało być wyrazem emancypacji kobiety, która umie wykorzystać cielesność do swoich celów, ale nie jest ofiarą. Feministki okresu lat 80. miały ambiwalentne odczucia wobec żeńskiej niezależności kreowanej w oparciu o seksualność. Jednocześnie kobiety w tamtym czasie były wciąż ukazywane jako uległe, bierne, zdane na decyzje mężczyzn – wobec tego przejęcie kontroli wpisuje się w nurt *Power Feminism* i rozłam w ramach samego ruchu feministycznego. W 1985 r. twarz Madonny widniała na okładce brytyjskiego magazynu „The Women’s Review” z dopiskiem: „Jak przestałam się martwić i pokochałam Madonnę”³². W 1990 r. Camille Paglia, amerykańska intelektualistka, napisała:

Madonna jest prawdziwą feministką. Obnaża purytyzm i zaściankowość ideologii amerykańskiego feminizmu, który utknął na poziomie młodzieńczego marudzenia. Madonna nauczyła młode kobiety pełnej kobiecości i seksualności oraz przejmowania kontroli nad swoim życiem. Pokazała dziewczynom, jak można być atrakcyjną, zmysłową, pełną energii, ambitną, agresywną i zabawną w jednym³³.

29 *Ibidem*, s. 155.

30 L. Hutcheon, cyt. za: R. Nych, *op. cit.*, s. 158.

31 A. Nacher, *op. cit.*, s. 214.

32 Zob. L. O’Brien, *Grzeszna Madonna*, przeł. Ł. Hernik, A. Zadziorny, Poznań 2009, s. 104.

33 C. Paglia, *Madonna – Finalny a Real Feminist*, <http://nyti.ms/2baocmu> [dostęp 20.01.2012].

Również Fiske pochwalał artystkę, twierdząc, że:

ujawnia także sprzeczności patriarchalnej wizji kobiecego dorastania do dojrzałej seksualności, co umożliwia milionom młodych dziewcząt na całym świecie dostarczenie w niej odbicia własnych konfliktów identyfikacyjnych³⁴.

Oglądając teledyski Madonny z licznymi symulacjami stosunków seksualnych, sukienkami z napisem *boy toy* trudno się jednak oprzeć wrażeniu uprzedmiotowienia kobiecego ciała i jego wizerunku. Nawet świadome igranie schematem męskości i kobiecości oraz epatowanie seksualnością nie stanowi w żadnym stopniu wyzwolenia dla kobiety, a jedynie uczy ją przetrwania w ramach zasad patriarchy, gdzie jedyną jej wartością wymienną, służącą osiągnięciu swoich celów, jest ciało i seksualność własne. Z dzisiejszej perspektywy można uznać Madonnę za agentkę systemu podporządkowaną męskiemu spojrzeniu. Łączy dyspozycję kulturowo męską i kobiecą – Madonna zgadza się na obowiązujący porządek i epatowanie ciałem, tylko że dodatkowo staje się swoim własnym kreatorem, odbiera kontrolę mężczyznom i sama siebie kontroluje, ale się nie wyzwala.

Jennifer Craik w książce *The Face of Fashion. Cultural Studies In Fashion* w rozdziale dotyczącym kobiet i kreowania wizerunków kobiecości przez modę i wzorce (idol, modelka) zaznacza wpływ zachodniej obsesji na punkcie seksu. Według niej ubiór, trening fizyczny ciała i makijaż to narzędzia do zarządzania sobą, tworzenia persony i wystawiania jej na spojrzenie, w którym należy wzbudzić pragnienie. To nie musi być męczyzna, męskie spojrzenie nie oznacza dosłownie osobnika męskiego tej płci. Według Michela Foucaulta panoptyczny koneser-widz mieszka w świadomości większości kobiet, które doświadczają swojego ciała tak, jak jest ono widziane przez kogoś innego, anonimowego, patriarchalnego Innego³⁵. Jest to wzmocnienie kapitalizmu, gdyż ciało potraktowane zostaje jako element wymiany towarowej, coś, nad czym trzeba pracować, nieustannie je udoskonalać³⁶. Madonna wraz ze swoimi licznymi transformacjami właśnie to robi i taki wysłała przekaz – jej potęga oparta jest na umiejętnym wykorzystaniu siebie i swojego ciała w obowiązującej ekonomii. Nawet jeśli zmienność ta ukazuje sztuczność kanonów piękna, kobiecości i możliwość kreacyjną, to wciąż jest to jej aktywne eksplorowanie w celu budowania kolejnego mitu – potęgi Madonny. Craik pisze o wpajaniu stereotypu materializmu i narcyzmu jako cechy kobiecej, czego wręcz tautologicznym przykładem jest *Material Girl*³⁷.

34 J. Fiske, cyt. za: A. Nacher, *op. cit.*, s. 139–140.

35 Zob. S. Lee Bartky, *Foucault, kobiecość i unowocześnienie władzy patriarchalnej*, [w:] *Gender w perspektywie antropologicznej*, red. E. Hryciuk, A. Kościańska, Warszawa 2007.

36 Zob. J. Craik, *Fashioning women, Fashion models*, [w:] *The Face of Fashion. Cultural Studies In Fashion*, London 1993, s. 43–89.

37 Autorem tekstu jest Robert Rans do muzyki Petera Browna, premiera singla miała miejsce w 1984 r., rok później Mary Lambert wyreżyserowała teledysk utworu.

Już w pierwszej zwrotce utworu pojawia się bowiem następujący komunikat: „Niektórzy chłopcy mnie całują / niektórzy mnie przytulają / myślę, że są w porządku / jeśli nie dadzą mi odpowiednich środków / po prostu odchodzę”, a kilka wersów dalej: „tylko facet z twardą gotówką / zawsze jest »Tym Właściwym«”³⁸. W teledysku Madonna otoczona jest gronem mężczyzn, którzy zabiegają o jej względy, oferując biżuterię, a kobieta kusi ich uwodzicielsko. Wprawdzie motyw ten pojawiał się już wcześniej w *Diamonds are a girl's best friend* w wykonaniu Marilyn Monroe w filmie *Mężczyźni wolą blondynki* (*Gentlemen Prefer Blondes*, reż. H. Hawks, USA 1953), do czego twórcy wideoklipu odwołują się bezpośrednio (niemal identyczna scenografia, elementy choreografii, stylizacji fryzur i kostiumów), jednak w wersji Madonny postać kobieca jest nieco agresywniejsza i bardziej władcza (stawia stopę na torsie leżącego mężczyzny). Wizerunek materialistki został jednak w obu przypadkach skojarzony z takimi cechami jak przepych, kontrola, dominacja czy zaradność.

Trudno obronić tezę o subwersywności, wyzwoleniu i zabawie wizerunkami, gdy czyta się następujące słowa Madonny komentujące przygotowania do roli w filmie *Dick Tracy* (reż. W. Beatty, USA 1990):

Musiałam przefarbować włosy na blond. Błagałam Warrena Beatty'ego, by tego nie robić, ponieważ wiele czasu zajęło mi ich zapuszczanie, no i tak naprawdę bardzo chciałam mieć ciemne włosy. W trakcie nagrywania albumu [...] czułam się wspaniale ze świadomością, że po raz pierwszy od wielu lat mam swój naturalny kolor włosów [...]. A tu nagle musiałam go zmienić, przeżyłam więc mały kryzys tożsamości. Kobiety o jasnych włosach postrzegane są jako znacznie bardziej seksualne i impulsywne, nie tak poważne jak brunetki czy szatynki³⁹.

Rozdźwięk między wypowiedzią Madonny a tekstem Paglii o „prawdziwej feministce” jest ogromny, a różnica w czasie to raptem kilka lat. Artystka dopiero co wyprodukowała *Justify my love* (reż. J.-P. Mondino, USA 1990) i *Vogue* (reż. D. Fincher, USA 1990), gdzie konsekwentnie przedstawia wizerunek kobiety w stylu Monroe i gwiazd kina przedwojennego. Do ciemnego, choć nie naturalnego koloru włosów powróci dopiero w 1998 r. we *Frozen* (reż. Ch. Cunningham, USA 1998). Atrakcyjność, agresywność i sensualność tak chwalona przez Paglię okazują się efektem podporządkowania panującym w społeczeństwie stereotypom urody.

Sprzeciw wobec domniemanego feminizmu Madonny wyraziła Susan Bordo. W stosunku do wideoklipu *Open Your Heart* (reż. J.-P. Mondino, USA, 1986), w którym artystka kreuje się na gwiazdę porno, badaczka wypowiedziała się bardzo jednoznacznie:

38 „Some boys kiss me / Some boys hug me / I think they're ok / If they don't give me proper credit / I just walk away. [...] Cause the boy with the cold hard cash / Is always Mister Right” (tłumaczenie własne).

39 Madonna, cyt. za: L. O'Brien, *op. cit.*, s. 161.

[...] jakkolwiek parodystyczny czy destabilizujący element jawi się jako cyniczne, w złej wierze wykorzystanie statusu „mody” dla czegoś, co jest zwykłym chłamek – czy raczej łagodną pornografią. [Madonna – W.Ł.] Odmawia parodystycznym strategiom jakiegokolwiek subwersywnego potencjału i ujmuje je w kategoriach wyłącznie cynicznej marketingowej gry opartej na sprzedaży tradycyjnie „kobiecego” wizerunku, nieodbiegającej od dominujących praktyk kultury zachodniej w ciągu jej rozwoju⁴⁰.

Według Bordo Madonna jest niebezpieczna, bo igra z uprzedmiotowieniem i seksualizacją kobiet, podważa rangę tego problemu, „ucieka przed zasadniczymi pytaniami o władzę”⁴¹. Nacher nie popiera stanowiska Bordo, gdyż sądzi, że badaczka nie uwzględnia subwersywności strategii cytowania. Niestety, cytowanie i parodiowanie niekoniecznie oznacza subwersywność, o której decyduje konkretne zastosowanie i co równie ważne – odczytanie. O ostatecznej interpretacji decyduje nie tyle samo użycie, ile sposób recepcji. Autorka biografii artystki pisze: „Madonna nigdy nie stała się postacią kreskówkową jak Cher. Jej staniki od Gaultiera nigdy nie przesłoniły prawdziwej Madonny, której odbija się przy obiedzie”⁴². Taka deklaracja zakłada, że artystka jest naturalną, prawdziwą kobietą, a nie kimś, kto gra z kanonami urody i konwencjami kobiecości. Jednocześnie strony reinwencji Madonny uznano za sprytny sposób na pozostanie w show-biznesie na tak wysokiej pozycji przez wiele lat, a seksualność za najlepszy dla kobiety sposób na przetrwanie w przemyśle rozrywkowym⁴³. Żadna z przytoczonych opinii nie wspomina o subwersywności czy krytycznym dystansie. Z kolei Shmuel Boteach, autor *Hating women*, stwierdził, że Madonna jest w dużym stopniu odpowiedzialna za wymazywanie linii oddzielającej muzykę od pornografii. Przed Madonną kobiety znane ze swoich wokali miały możliwość stania się wielkimi gwiazdami. Po Madonnie jednak nawet najbardziej oryginalne piosenkarki, jak chociażby Janet Jackson, muszą sprzedawać swoje albumy, eksponując w telewizji ciała⁴⁴.

Edyta Zierkiewicz i Izabela Kowalczykowa w tekście *Konsumentka czy konsumowana? Kobieta w prasie kobiecej* wyróżniają cztery figury kobiece w procesie konsumpcji, jedną z nich jest kobieta do zjedzenia, której przykładem jest Barbie, a może być również każda inna kobieta – idol, wzorzec. Lalka prezentuje wyidealizowane ciało kreowane jako obiekt do podziwiania, eksponowane w estetycznej innowacji. Typ takiej kobiecości jest zjadany przez odbiorców. Symboliczny kanibalizm polega

40 S. Bordo, cyt. za: A. Nacher, *op. cit.*, s. 211.

41 A. Nacher, *op. cit.*, s. 212.

42 L. O'Brien, *op. cit.*, s. 68.

43 D. Tetzlaff, *Metatextual Girl*, Boulder, 1993, s. 259.

44 J. Vena, *Britney Spears And Madonna 'Tease' Fans In 'Me Against The Music Video*, <http://on.mtv.com/2bxuMg8> [dostęp 12.07.2016].

na wchłanianiu odległej, wyidealizowanej kobiety, a proces ten wiąże się z wiarą w przejście siły, mocy tego, kto jest konsumowany⁴⁵. Rzeczywiste praktyki z pogranicza popkultu potwierdzają zasadność takiej teorii:

Stopniowo wizerunek Madonny oraz jej teledyski i występy zaczęły inspirować młode dziewczyny. Jej styl wyznaczał trendy w modzie lat 80.: wizerunek ten cechowały koronkowe topy, spódniczki zakładane na spodenki carpi, charakterystyczne pończochy, biżuteria w kształcie krzyży, liczne bransoletki i krótkie blond włosy⁴⁶.

W 1991 r. słownik języka angielskiego *Webster's Dictionary* opublikował pojęcie *Madonna wannabe*, odnoszące się do osoby, która chce wyglądać jak artystka w tamtym okresie⁴⁷. Pod koniec 2006 r. sklep H&M wydał linię ubrań piosenkarki, nazwaną *M by Madonna*. Firma stwierdziła, że kolekcja Madonny jest „ponadczasowa, unikatowa i olśniewająca”⁴⁸. W 2010 r. Madonna wydała wraz ze spółką Macy's kolekcję ubrań zaprojektowanych przez jej córkę Lourdes, *Material Girl*. Wchodzące w jej skład stroje inspirowane są punkowym stylem lat 80. XX w., którym interesowała się wówczas sama Madonna. Kobiety wzorując się na swojej idolce poprzez naśladownictwo wizualne – jeśli będą ubrana tak samo, stanę się trochę jak ona.

Nieustanna, zmienna autokreacja, gra wizerunkami, estetykami, wykorzystywanie mody na równi z muzyką to cechy wyróżniające dorobek nie tylko tej jednej artystki. Wśród kobiet eksperymentujących na tak wielką skalę z wyglądem i tożsamością w branży muzycznej warto wskazać także Lady Gagę. Co ciekawe, Madonna przedstawiana jest jako ikona kobiecości, natomiast hasłem wywoławczym dla Lady Gagi jest kreacyjność, teatralność. Praktyki obu artystek, przyjmowane strategie wydają się bardzo podobne, o ile nie identyczne. Oczywiście Madonna zaistniała wcześniej, a charakter jej działań wobec ówczesnie obowiązującej estetyki można uznać za pionierski, ale wydaje się, że Lady Gaga stanowi aktualizację schematu stosowanego niegdyś przez tę pierwszą. Czy istnieje między nimi duża różnica i na czym polega? Madonna i Lady Gaga to osoby, które pracują nad swoim wizerunkiem w sposób totalny, co objawia się w sposobie dysponowania ciałem, ubierania, wypowiedzianiu, kreowaniu siebie jako osoby, ikony poprzez muzykę, teledyski i inną działalność na wielu polach. Ich występy nie są koncertami, to wielowymiarowe *show*, performatywne pokazy z drobiazgowo opracowaną dramaturgią, choreografią, kostiumami, oświetleniem itp. Madonna, tak samo jak Lady Gaga, tworzy używając wszystkich elementów, które mogą się składać

45 Zob. I. Kowalczyk, E. Zierkiewicz, *Konsumentka czy konsumowana? Kobieta do zjedzenia w prasie kobiecej*, [w:] *Kobiety, feminizm i media*, Poznań 2005, s. 149–170.

46 C. Clerk, *Madonnastyle*, London 2002, s. 20.

47 D. Voller, *Madonna: The Style Book*, London 1999, s. 21.

48 *Madonna's clothing line goes on sale at H&M*, <http://on.today.com/2cvSZ4l> [dostęp 26.05.2010].

na pojęcie teatralności. Lady Gaga jest Madonną postmodernizmu, łączy wszystko to, co już było, w taki sposób, aby wykreować coś nowego, wobec czego musiała dokonać przekroczenia schematu ustanowionego przez swoją poprzedniczkę. Ona nie kryje mechanizmu, który napędza jej mit: „Ludzie mówią, że Lady Gaga to kłamstwo. I mają rację. Jestem kłamstwem. I codziennie zabijam, by to stało się prawdą”⁴⁹. W przeciwieństwie do Madonny manifestuje swoją sztuczność, kreacyjność, kampowość. Łącząc elementy popu z nawiązaniami do twórczości Andy’ego Warhola (*Haus of Gaga* jako wersja *Factory*) i znanych projektantów mody, kreuje swoje życie jako dzieło sztuki w popkulturze, rolę, jaką jest Lady Gaga, akt kreacji, którego dokonuje na scenie i poza nią, zwłaszcza poza nią. Obrąla strategię, której nie przyjęła Madonna, a która zapewniła jej pozycję. Madonna też była skandalistką, ale jej mit bazował na uznawaniu za naturalne, że wykreowana gwiazda to autentyczna Ciccone, a nie rola, którą Ciccone odgrywa. To utożsamienie widoczne jest na poziomie samego nazewnictwa – Madonna tworzy pod swoim prawdziwym imieniem, a Germanotta pod pseudonimem.

Roland Barthes pisał o zasadzie mitu jako przekształcaniu historii w naturę, czyli o przyjmowaniu pojęcia jako faktu, a nie jako system znaczeń. Naturalizacją dla Barthes’a było traktowanie zasad mieszczaństwa jako norm naturalnych, czyli odwiecznych i obowiązujących, zatem uznawanie tego, co społeczne, za biologiczne. W wypadku Madonny wykreowany obraz kobiecości łączy się z seksualnością wykonawczyni i funkcjonuje w połączeniu jako fakt. Madonna zmienia wizerunki kobiecości, ale ostatecznie zawsze w jej kolejną reinwencję jest wpisana seksualność. Mit Lady Gagi polega na wynaturzeniu, przesadzie – manifestacyjnym odsłonięciu aktu kreacji i oddzieleniu go od wykonawcy, zatem może nawet zasadniejsze będzie uznawanie tego rodzaju gestu za tworzenie antymitu. Lady Gaga nie jest odbierana jako „kobieca kobieta”, ale jako sztuczny twór, persona – rola odgrywana przez Germanottę. Natomiast Madonna odczytywana jest jako „autentycznie kobieca”, a nie wyłącznie ta, która odgrywa kobiecość na różne sposoby. Cytowana już autorka biografii Ciccone pisała o „prawdziwej”, kobiecej, nie „kreskówkowej” Madonnie. Wykreowana przez artystkę gwiazda nie jest jednak ani trochę prawdziwsza od Lady Gagi czy Cher, ale ona to ukrywała, kamuflowała sztuczność procesu budowania wizerunku przez nadawanie mu pozoru naturalności i autentyczności, która miała być odbierana jako nowa potęga kobiecości. Lady Gaga, by dokonać jeszcze jakiejś rewolucji, skandalu, którego nie zrobiłaby dotychczas Madonna, decyduje się te same praktyki opatrzyć innym znaczeniem – teatralnością, kreacyj-

49 Lady Gaga, cyt. za: B. Hurst, *Lady Gaga*, przeł. K. Królikiewicz, Poznań 2010, s. 115.

nością, zastąpieniem domniemanej prawdy rzeczywistym kłamstwem. Kobiecość, którą proponuje Lady Gaga, jest przerysowana, odegrana bez pretensji do zmysłowości, to zestaw chwytów konstruujących kobiecość i zabawa nimi. Można powiedzieć, że różnica między artystkami przebiega na dwóch poziomach – tworzenia osoby, czyli kodowania gwiazdy, oraz wykorzystywania seksualności w grach wizerunkowych. Madonna wykreowała swoją sceniczną osobowość w oparciu o utożsamienie – by odbiorcy uznali, że Madonna (rozumiana jako Ciccone) faktycznie jest jak Madonna (wykreowany wizerunek gwiazdy) – silna, dominująca, władczą, sensualna, a co za tym idzie – kobieca. W jednym pojęciu mitycznym połączona została seksualność z odgrywaną kobiecością i kreowaną rolą Madonny (jako osoby). Natomiast komunikat Lady Gagi jest tego pozbawiony. Artystka będąc w roli Lady Gagi jest jak *drag queen à rebours* – afiszuje się z nadmiarem kobiecości pozbawionym zmysłowości, tworząc postać, o której sama mówi, że jest kłamstwem – przez co wytwarza pustkę przybierającą formę dystansu między sobą samą a swoim wizerunkiem. Germanotta nie jest identyfikowana z Lady Gagą, bo jawna teatralność odsłania jej fikcyjny charakter i stawia artystkę w roli performerki, która kreuje na raz dwa wizerunki. Lady Gaga jako postać to kobiecość w rozumieniu czystej maskarady. Można zaryzykować tezę, że właśnie artystyczna postawa Germanotty jest feministyczna, zwłaszcza w świetle przytaczanych już słów Pamelii Robertson: „obiektem genderowej parodii nie jest wizerunek kobiety, ale idea – która w kampie staje się żartem – że esencjalna tożsamość kobieca poprzedza jej wizerunek”⁵⁰. Zarysowuje się zatem paralela między dwoma omawianymi poziomami – autokreacji i kobiecości. Lady Gaga to wizerunek, a nie tożsamość, podobnie jak kobiecość jest wizerunkiem, a nie esencjalną tożsamością kobiety. Odsłania zatem podwójnie konstrukcyjny charakter – na poziomie mitu gwiazdy i kobiecości. Paglia, która tak pochwałał Madonnę za jej feministyczny wkład w kulturę, formułuje zestaw zarzutów wobec Lady Gagi. Amerykańska badaczka w artykule *Lady Gaga and the death of sex* pisze, że jest ona wykreowaną osobowością odbiegającą od Stefani Germanotty, marionetką, androidem. Zauważa, że swój wizerunek zaczerpnęła od Madonny, i stawia pytanie, gdzie seksualność staje się płytkim kłamstwem⁵¹. Paglia uznaje jednak, że nowa generacja jest zepsuta, a *drag queens* są bardziej seksowni niż Lady Gaga, co jest oczywiście wartością negatywną. Autorka nie chce zakwestionować mitu Madonny ani naturalności seksualności czy też możliwości odgrywania zmysłowości. Jeśli Madonna była bardzo

50 P. Robertson, *op. cit.*, s. 106.

51 Zob. C. Paglia, *Lady Gaga and the death of sex*, „thesundaytimes.co.uk”, 12.09.2010, <http://bit.ly/2bjvUa1X> [dostęp 16.01.2012].

sensualna, a Lady Gaga jest aseksualna, to jednak myślę, że jest to działanie celowe i przemyślane, pozwalające także zastanowić się nad relacją seksualności i kobiecości. Igranie odniesieniami, powierzchowność, sztuczność to zabawa postmodernistyczna, która jest istotą antymitu Lady Gagi. Właśnie teatralność z premedytacją, nie kobiecość czy inaczej: kobiecość jako maskarada, nie jako warunek konieczny kobiecej seksualności.

Strategie Madonny i Lady Gagi różnią się w istocie na poziomie nadawanego komunikatu i kreowanego mitu, nadawania i odczytywania znaczenia. Madonna zaistniała w przemyśle rozrywkowym używając swojej seksualności, konsekwentnie wcielając się w różnorodne wyobrażenia kobiecości, przy jednoczesnym minimalizowaniu dystansu między sobą a wytworzonym w ten sposób wizerunkiem. Lady Gaga pokazała natomiast, że kobieta może funkcjonować jako gwiazda, tworząc wizerunek ostentacyjnie sztuczny, nawet aseksualny, choć tak silnie osadzony w kliszach kobiecości. Zarówno wizerunek artystyczny i kobiecość podlegają procesowi wytwarzania. Spór o obie gwiazdy jest zatem podobnie jak kamp – sporem o ideologię *gender*.

Bibliografia

- Babuscio Jack, *Camp and Gay Sensibility*, [w:] *Camp. Queer Aesthetics and the Performing Subject. A Reader*, ed. by Fabio Cleto, Edinburgh 1999.
- Barthes Roland, *Mit dzisiaj*, [w:] *idem, Mitologie*, przeł. A. Dziadek, Warszawa 2000.
- Bieszek Patrycja, *De/konstrukcja gender poprzez camp: Divine, Frank N. Furter i Rocky Horror*, [w:] *Gender w humanistyce*, red. M. Radkiewicz, Kraków 2001.
- CAMPania. *Zjawisko campu we współczesnej kulturze*, red. P. Oczko, Warszawa 2008.
- Craik Jennifer, *Fashioning women, Fashion models*, [w:] *The Face of Fashion. Cultural Studies In Fashion*, London 1993.
- Dyer Richard, *Stars*, London 1998.
- Easlea Daryl, Fiegel Eddi, *Madonna. Królowa muzyki pop*, przeł. K. Dąbrowska, M. Miłkowski, T. Zontek, P. Żak, Bielsko-Biała 2012.
- Fiske John, *Zrozumieć kulturę popularną*, przeł. K. Sawicka, Kraków 2010.
- Godzic Wiesław, *Oglądanie i inne przyjemności kultury popularnej*, Kraków 1996.
- Hall Stuart, *Kodowanie i dekodowanie*, przeł. W. Lipnik, I. Siwiński, „Przekazy i Opinie” 1987, nr 1/2.
- Hurst Brandon, *Lady Gaga*, przeł. K. Królikiewicz, Poznań 2010.
- Kamp. Antologia przekładów*, red. P. Czapliński, A. Mizerka, Kraków 2012.
- Kawamura Yuniya, *Fashion as a Myth Supported by the System*, [w:] *eadem, Fashionology. Introduction To Fashion Studies*, New York 2005.
- Kowalczyk Izabela, Zierkiewicz Edyta, *Konsumentka czy konsumowana? Kobieta do zjedzenia w prasie kobiecej*, [w:] *Kobiety, feminizm i media*, Poznań 2005.

- Lee Bartky Sandra, *Foucault, kobiecość i unowocześnienie władzy patriarchalnej*, [w:] *Gender w perspektywie antropologicznej*, red. R. E. Hryciuk, A. Kościańska, Warszawa 2007.
- Nacher Anna, *Telepleć – gender w telewizji doby globalizacji*, Kraków 2008.
- Nycz Ryszard, *Parodia i pastisz. Z dziejów pojęć artystycznych w świadomości literackiej XX wieku*, [w:] *idem, Tekstowy świat. Poststrukturalizm a wiedza o literaturze*, Warszawa 1993.
- O'Brien Lucy, *Grzeszna Madonna*, przeł. Ł. Hernik, A. Zdziorny, Poznań 2009.
- Paglia Camille, *Lady Gaga and the death of sex*, <http://www.thesundaytimes.co.uk/sto/public/magazine/article389697.ece> [dostęp 16.01.2012].
- Paglia Camille, *Madonna – Finalny a Real Feminist*, <http://www.nytimes.com/1990/12/14/opinion/madonna-finally-a-real-feminist.html?pagewanted=2&src=pm> [dostęp 20.01.2012].
- Sontag Susan, *Notatki o kampie*, przeł. W. Wertenstein, „Literatura na Świecie” 1979, nr 9.
- Taraborelli J. Randy, *Madonna: an intimate biography*, London 2001.

Katarzyna Jewtuch
Uniwersytet Wrocławski

Moda i pornografia – związek z wzajemnością. Wokół postaci gwiazdy porno Sashy Grey

Abstrakt

Sasha Gray jest obecnie jedną z najpopularniejszych byłych aktorek porno. Jej kariera nie ograniczyła się jednak tylko do grania w filmach dla dorosłych. Sasha w przemyślany i usystematyzowany sposób stworzyła swój wizerunek publiczny. Pełna kontrowersji i pozornych sprzeczności wzbudza żywe dyskusje na temat tego, co wypada kobiecie, która ma określoną przeszłość, a co w jej wykonaniu jest społecznie nieakceptowalne. Niniejszy artykuł ma na celu krytyczne spojrzenie na karierę Sashy Gray wraz z szeroko ujętą reakcją na podejmowane przez nią przedsięwzięcia oraz przybliżenie mechanizmu działania *porn-chic* na przykładzie historii aktorki.

Słowa kluczowe

pornografia, *pornstar*,
porn-chic, feminizm,
kultura popularna

Moda i pornografia – związek z wzajemnością. Wokół postaci gwiazdy porno Sashy Grey

Przyznaję nawet, że o wiele bardziej cieszę się wiedząc, że moja reputacja jest zła, niż cieszyłabym się z dobrej. Zapamiętaj, Julietto, że reputacja nie ma żadnej wartości, nie rekompensuje nam nigdy ofiar, jakie składamy na jej ołtarzu. Ten, kto zabiega o swą chwałę, dręczy się tak samo jak ten, kto o nią nie dba. Pierwszy obawia się wciąż, że to cenne dobro mu umknie, drugi lęka się swej bez troski. Jeśli na drodze cnoty jest więc tyle samo cierni co na drodze występku, to po co zdręzczać się wyborem? Czy nie lepiej polegać po prostu na naturze i słuchać tego, co ona nam zaleca?

Markiz de Sade, *Historia Julietty, czyli powodzenie występku*

Pornstar

Hej, jestem zainteresowana zaistnieniem w branży pornograficznej głównie z jednego powodu. Większość pornosów jest nudna i nie podnieca mnie ani wizualnie, ani fizycznie. Jest tylko garstka aktorów, którzy próbują przesunąć granicę tego, jak powinna zachowywać się kobieta w łóżku i co jej się podoba. Chciałabym być jedną z kobiet, które o tym decydują, nie wspominając o moim nieposkromionym apetycie na seks. Jestem zdecydowana na:...¹

– napisała w 2008 r. do agenta branży porno, Marka Spieglera, ledwie pełnoletnia Marta Hantzis, która już miesiąc później przybrała pseudonimem Sasha Grey i zagrała w swoim pierwszym filmie pornograficznym (z udziałem 12 mężczyzn)², wywiązując się z deklarowanych preferencji. Po pół roku na koncie miała już 80 produkcji, przez cztery lata swojej kariery wystąpiła w 270 tytułach.

Dziś Sasha nie jest już aktorką porno. Swoją decyzję komentowała:

To stało się dosyć oczywiste, że mój czas jako aktorki filmów dla dorosłych minął. Nie martwcie się, nie odnalazłam Jezusa. Jedno jest pewne, jestem dumna mówiąc, że niczego nie żałuję i naprawdę czuję, że osiągnęłam wszystko jako aktorka. Udało mi się pracować w branży najbardziej profesjonalnych wykonawców i firm, i zawsze będę kochała swoich przyjaciół i relacje, jakie udało mi się z nimi nawiązać. To był po prostu idealny czas, żeby iść dalej...³

- 1 A. Jucewicz, *Sasha Grey. Filozofia 6 na 9*, <http://bit.ly/2byzhzD>, [dostęp: 20.10.2015].
- 2 Artykuł w „Wysokich Obcasach” (<http://bit.ly/2bbGc9P>) podaje liczbę 12 mężczyzn, za to artykuł w „CKM” (<http://bit.ly/2cEZzIR>) twierdzi, że było ich 6 [dostęp: 10.11.2015].
- 3 Oficjalny profil Sashy Greay na Facebooku: <http://bit.ly/2bqinFD>, [dostęp: 21.10.2015].

Oprócz prowadzenia szeregu artystycznych przedsięwzięć kobieta angażuje się mocno w kampanie społeczne.

Jedną z nich jest Equal Pay Day, a dokładniej odłam wykreowany przez belgijską organizację feministyczną zij-kant. Hasło promujące inicjatywę brzmi: „Skończ z różnicą zarobków, zostań aktorką porno” (ubiegłoroczna edycja upłynęła pod hasłem „Twoja obecna edukacja determinuje twoją późniejszą pensję”⁴). Oprócz plakatów i ulotek promocję obejmuje krótki film (ukazujący Grey na planie porno), w którym Sasha opowiada o swoich pracach: jako kelnerka, sekretarka, pielęgniarka i gwiazda porno. Przyznaje, iż swoje zajęcia lubiła (zwłaszcza to ostatnie), ale z jej wypowiedzi wywnioskować można przede wszystkim, że tylko jako aktorka porno zarabiała satysfakcjonujące pieniądze. Film kończy hasło: „Pornografia wydaje się jedynym sposobem, by zarobić więcej niż mężczyźni. Poszukaj lepszego zajęcia na equalpayday.be”.

Po zapoznaniu się z treścią kampanii zauważyć można pewien paradoks: pornografia jest złym wyborem, aby uzyskać satysfakcjonujące zarobki, jednak na ambasadorkę inicjatywy wybrano gwiazdę porno. Z kontekstu wyczytać można, że są „lepsze rozwiązania”. Słowa Sashy wydają się temu przeczyć. Hasło o edukacji również nie pokrywa się z wyborem Grey – aktorka zakończyła edukację dość szybko, a ten fakt wcale nie wpłynął na jej zarobki jako gwiazdy porno. Intencja twórców kampanii wydaje się następująca: żadna praca nie hańbi, a kobiet nie powinno się oceniać ze względu na to, jaki zawód wybrały. Wybór Grey był świadomy, sama zgłosiła się do branży porno (sama też po jakimś czasie z wybranego zajęcia zrezygnowała). To było jedyne wyjście, żeby zarabiać więcej niż mężczyźni, jednak wyjście poniekąd narzucone. Aktorka postanowiła sama stworzyć sobie takie warunki, w jakich jej płaca będzie wystarczająca. Co do edukacji Sashy sytuacja również jest niejasna. Dziewczynie nie jest obca treść dzieł Carla Gustava Junga i Immanuela Kanta, uwielbia francuskie filmy Nowej Fali. Wykształcenie, jakie posiada, zdobyła sama, bo szkoła (pomimo znakomych wyników Sashy) nie dawała jej satysfakcji. Jest to kolejny dowód na zachęcenie kobiet do aktywnego działania.

Następną kampanią, jakiej Sasha była twarzą, jest akcja PETA na rzecz sterylizowania zwierząt⁵. Akcję promują plakaty i filmik, w którym Sasha pozuje do zdjęć z obrozą na szyi. Sasha mówi w nim, że poświęca stosunkowo mało czasu, aby przysłużyć się ważnej sprawie. Zauważa analogię między tym, jak nazywa się pieśczołliwie zwierzęta i kobiety, co powoduje, że kampania jest trafiona (być może jest to sugestia postawy aktorki wobec

4 *Kobiecie opłaca się tylko pornobiznes*, <http://bit.ly/2bAkoHo> [dostęp: 20.10.2015].

5 *Sasha Grey promotes animal birth control*, <http://bit.ly/2buvclq> [dostęp: 20.10.2015].

nurtu *pro-choice*). Mówi o odpowiedzialności za swojego pupila, dodając, że nie tylko my troszczymy się o niego, ale również on o nas. Ze słów, jakie wypowiada aktorka, wywnioskować można, że jest świadoma tego, iż jej zdanie, jako osoby publicznej, może być postrzegane opiniotwórczo.

Sasha wsparła również projekt Read Across America⁶, czytając uczniom pierwszej i trzeciej klasy Emerson Elementary School w Compton książkę pt. *Dog Breath* autorstwa Dav Pilkey⁷. Nie wszystkim się to podobało. Mimo sprzeciwów aktorka nie zrezygnowała z udziału w akcji, swoje stanowisko tłumacząc słowami:

Wierzę, że edukacja jest powszechnym prawem. Dołączyłam do tego wydarzenia, mając świadomość, że ludzie mają różne zdanie na temat mojej przeszłości, mojej osoby, tego, co reprezentuję. Jestem aktorką, jestem artystką. Jestem córką. Jestem siostrą. Jestem partnerką. Mam przeszłość, której niektórzy mogą nie akceptować, ale ona mnie nie określa. Nie będę żyć w strachu przed nią. [...] Nie znajdę słów wdzięczności wobec moich fanów i organizatorów „Read Across America”, żeby wyrazić wdzięczność za wsparcie mojej decyzji. Wasza pomoc i miłe słowa ciągle mnie inspirują. Wierzę w przyszłość naszych dzieci i chcę aktywnie wspierać oraz uczestniczyć w zorientowanych na edukację inicjatywach⁸.

Większość działań, jakie podejmuje Sasha Grey, ma na celu zmianę społecznego postrzegania kobiety oraz aktorki porno (czy prostytutki), zaczynając od jej naturalnego wyglądu, niepasującego do gwiazdy porno, na jej wielu talentach kończąc. Walcząc o równe płace, promując odpowiedzialność wobec zwierząt i dzieci, deklarując poparcie dla związków zawodowych w branży porno⁹, jawi się jako aktywna feministka (jak czasem jest nazywana i jak czasem sama siebie nazywa). Otwarcie mówi o swoich występach w filmach dla dorosłych. Wielokrotnie podkreśla, że to jej świadomy wybór, nie była molestowana seksualnie, a to, co robi w filmach, odbywa się zawsze za obopólną zgodą partnerów. Dodaje też, że nie czuje się winna z powodu czerpania przyjemności z perwersyjnego seksu – ponadto twierdzi, iż kobiety też mogą taki seks lubić (jej słowa potwierdza chociażby popularność książek rozpoczętych serią „Pięćdziesiąt twarzy Graya”). Wyraźnie podkreśla – jej granicą w podejmowanych czynnościach seksualnych są kontakty z dziećmi i zwierzętami, na które nigdy się nie zgodzi.

Poglądy, które głosi Sasha, stały się również obiektem krytyki. Organizacja Antipornography.org¹⁰ opatrzyła każdą wypowiedź aktorki

6 Strona internetowa wydarzenia: <http://bit.ly/2bW5LPO> [dostęp: 20.05.2015].

7 L. Schutte, *Porn star Sasha Grey responds to elementary school parents over reading uproar*, <http://bit.ly/2bZ2zLJ> [dostęp 20.05.2015].

8 *Ibidem*, przeł. K. J.

9 A. Jucewicz, *op. cit.*

10 Zob. kanał z filmami organizacji: <http://bit.ly/2bJDXU9> [dostęp: 20.05.2015].

z wywiadu w popularnym programie *Tyra* o stosowne argumenty przeciwników, które pokrywają się z założeniami feminizmu antypornograficznego. Wendy McElroy w swojej książce *Feministyczne spojrzenie na pornografię i jej obrona*¹¹ przybliża spór pomiędzy feministkami, potępiającymi pornografię, a tymi, które ją popierają. Te pierwsze traktują pornografię jako opresję patriarchy, uprzedmiotawiającą i wykorzystującą kobietę. Pornografia to przemoc, a kobiety twierdzące, iż świadomie uczestniczą w pornobiznesie, są zakochanymi w swoim oprawcy ofiarami syndromu sztokholmskiego. W myśl zasady wyrażonej aforystycznie przez Robin Morgan: „Pornografia jest teorią, a gwałt jest praktyką”. Jednocześnie jednak Karolina Sulej pisze:

[...] teatr BDSM, który praktykuje Sasha Grey, okazuje się posiadać ogromny emancypacyjny potencjał, który jest zauważany przez feministki analizujące pornografię pod kątem jej użyteczności dla kobiet i szkodliwości dla ich pozycji społecznej i postrzegania seksualności¹².

Linda Williams, amerykańska krytyczka filmu w swojej książce *Hard core. Władza, przyjemność i szaleństwo widzialności*, traktującej o historii pornografii, twierdzi, że pornografia BDSM może zostać przez kobiety zagarnięta jako narzędzie umacniające, nie zaś upadlające. Feministki proseksualne widzą w pornografii szanse na umocnienie pozycji kobiety, na nadanie jej władzy politycznej i ekonomicznej. Nie widzą problemu w ukazywaniu jedynie kobiecej seksualności (skoro można się skupiać też tylko na kobiecej duchowości), doceniają pornografię z jej aspektami terapeutycznymi, pacyfistycznymi, poznawczymi. Wolność słowa (w której skład wchodzi wolność wyboru seksualnych preferencji w granicach ustanowionych przez prawo) burzy stereotypy i jest kulturotwórcza, więc tym samym rozwojowa¹³.

Postawa Sashy koresponduje z postulatami feminizmu propornograficznego. Mimo licznych korzyści, jakie niesie ze sobą popularyzowanie przekonań przez nią wyznawanych¹⁴, trzeba pamiętać, że Sasha Grey jest marką¹⁵, która się sprzedaje, promuje, reklamuje, jak McDonald's.

11 W. McElroy, *A feminist overview of pornography. Ending in a defense thereof*, <http://bit.ly/2bbIt4P> [dostęp: 20.10.2015].

12 K. Sulej, *Czego nauczyła mnie Sasha Gray. Z okazji przyjazdu gwiazdy porno*, <http://bit.ly/2bx9yz1> [dostęp 20.10.2015].

13 Zob. K. Jewtuch, *Kobiece spojrzenie na pornografię. Kobiece ciało w pornografii*, „Tematy z Szewskiej” 2015, nr 2/16, s. 93–107.

14 Zob. J. Gulanowski, *Symulacyjne i ezoteryczne aspekty pornografii*, [w:] *Ogrody nauk i sztuk. Debiuty 2010*, red. Aleksander Kobylarek, Warszawa 2011, s. 64–78.

15 M. Irvine, *The Economic Necessity of the Personified Porn Star*, <http://bit.ly/2botcck> [dostęp 20.10.2015].

I staje się tak samo popularna¹⁶. Paradoks jej popularności polega na tym, że większość jej fanów nie widziała w całości nawet jednego z filmów, w których występowała ta uśmiechnięta dziewczyna z sąsiedztwa, za to doskonale zna szereg internetowych memów oraz ma świadomość, iż Sasha jest obecnie symbolem wyuzdania, rewolucjonistką¹⁷.

Sasha Grey po zakończeniu kariery nie zniknęła z dyskursu społecznego. Oprócz bycia ambasadorką akcji charytatywnych jest popularną DJ-ką, aktywną użytkowniczką portalu Instagram, gdzie publikuje zdjęcia swojego psa oraz fotorelacje z wydarzeń, na których pojawia się jako dobrze ubrana, uśmiechnięta, młoda dziewczyna. W ubiegłym roku ukazała się jej debiutancka książka *Klub Julietty*, którą reklamowano jako odważne i bezkompromisowe dzieło, porównywane do *Podziemnego kręgu* Chucka Palahniuka. Publikacji polskiego tłumaczenia, w przekładzie Anny Dobrzańskiej, podjęło się wydawnictwo Albatros. Na stronie wydawnictwa znaleźć można krótki opis książki:

Catherine, studentka filmoznawstwa, jest zafascynowana jednym z wykładowców. I to nie jego intelekt przyciąga uwagę dziewczyny. Źródło tej fascynacji, która zaczyna przeradzać się w obsesję, z całą pewnością nie jest umiejscowione w głowie profesora. Kiedy Catherine zwierza się z tego swojej przyjaciółce Annie, ta wprowadza ją w świat wyuzdanego seksu, o którego istnieniu wiedzą tylko nieliczni. W klubie Julietty wpływowi ludzie realizują swoje najdziwniejsze i najbardziej perwersyjne fantazje seksualne, a Catherine, choć ma chłopaka, którego kocha, nie może się oprzeć pokusie zakazanych zabaw. Dopiero zniknięcie Annie i bezskuteczne próby jej odnalezienia uświadamiają Catherine, że ten podziemny świat seksualnych rozkoszy może być bardzo niebezpieczny¹⁸.

Młoda studentka, chcąc żyć pełnią życia, próbuje dokonać wyboru pomiędzy niezwykle zachowawczym i oziębłym chłopakiem a wyuzdaną koleżanką, mogącą być jej alter ego. Pozycji tej nie porównamy do *Pamiętników Fanny Hill* Johna Clelanda, jest to bardziej przestroga i gorzka refleksja nad współczesnym społeczeństwem, któremu najbliższej do libertyńskiej Francji.

Autorka nie tylko opisuje ekscesy elity posiadającej władzę w sensie finansowym czy politycznym, ale też pełne nieładu i zagubienia zachowania młodych ludzi. Jeżeli za kontekst przyjmiemy osobę autorki oraz

16 Zob. „Towar jest produkowany. Marka jest środkiem produkcji. Towar jest jednostkowym, abstrakcyjnym, ściśle określonym produktem. Marka tworzy i konkretyzuje się w wielu różnych produktach. Towary nie mają historii, marka – tak. Towary nie wchodzą w żadne stosunki, marka tworzy się wyłącznie w stosunkach, jest siecią relacji między wieloma produktami”. S. Lash, C. Lury, *Globalny przemysł kulturowy. Medializacja rzeczy*, przeł. J. Majmurek, R. Mitoraj, Kraków 2011, s. 27.

17 K. Sulej, *op. cit.*

18 Oficjalny opis książki na stronie internetowej wydawnictwa Albatros, <http://bit.ly/2bbRpsJ> [dostęp 20.10.2015].

sposób życia pokolenia wchodzącego obecnie w dorosłość, otrzymamy bardzo realistyczny obraz praktyk, które przestają obecnie dziwić i szokować. Sceny narkotycznych orgii, być może trochę zintensyfikowane i wyolbrzymione, nie są już miejską legendą w momencie, kiedy w niektórych większych miastach (nawet w Polsce) trafić można na różnego rodzaju *swingers* czy sex-party. Wątki kryminalne, związane ze śmiercią młodych kobiet, działają tu jako przestroga i swoista przepowiednia zakończenia życia, zorientowanego na ciągle zwiększanie doznań. Podobną sytuację odnajdujemy w trylogii kryminalnej Tobiasza W. Lipnego, rozpoczynającej się do książki *Barocco*¹⁹. Śmierć czy zaginięcie wyzwolonej seksualnie, hedonistycznej bohaterki ma być z jednej strony przestroga, a z drugiej uzupełnieniem wizerunku „kobiety fatalnej”, która nie tyle działa na szkodę mężczyzny, ile społeczeństwa, odstając od norm i świadomie podejmując grę z powierzonymi jej przez społeczeństwo rolami, odwracając je lub negując. Kobieta taka musi ponieść śmierć w jakimkolwiek sensie (fizyczną, medialną, symboliczną), aby przestać być zagrożeniem dla moralności i potwierdzić wcześniej burzony przez nią porządek.

Sasha Grey przeszła przez taką symboliczną samobójczą śmierć, kończąc swoją współpracę z branżą porno. Książka wydaje się stanowić wyznanie autorki, chcącej wytłumaczyć się z tego, co zrobiła, i zapewnić, że do tego nie wróci. Jednak Sasha wciąż jest gdzieś widoczna, nie daje o sobie zapomnieć, została celebrytką, jej wizerunek przedziera się do mediów głównego nurtu poprzez literaturę, muzykę, media społecznościowe i ciągle istnieje możliwość, że powróci, jak „kobieta fatalna”, ponownie zaburzając ów porządek.

Postać Sashy Grey jest najbardziej obrazowym przykładem na przenikanie się w popkulturze pornografii i mody.

Skalę tego procesu przedstawić może prosta gra on-line, zatytułowana *Fashion or Porn?*²⁰, która opanowała niedawno internet. Plansza otwierająca grę głosi: „Moda czy porno: nie posiadamy żadnych praw do prezentowanych na tej stornie obrazów, znaleźliśmy je w internecie” [przeł. K. J.]. Na podstawie fragmentu zdjęcia powinniśmy zdecydować, czy mamy do czynienia z fotografią modową, czy pornografią. Jedna pomyłka oznaczała koniec gry. Zdjęć do przyporządkowania mieliśmy czterdzieści.

Ta banalna gra idealnie obrazuje, jak cienka jest obecnie granica pomiędzy tym, co określamy jako pornografię, a tym, co zwykliśmy nazywać modą. Fotografia modowa jest dziedziną, w której te subtel-

Porn-chic

„Jak wielu fotografów luźno rozważałem pomysł robienia pornografii”

H. Newton, *Autobiografia*

19 D. Nowacki, *Barocco, Lipny, Tobiasz*, <http://bit.ly/2bH5Wjd> [dostęp 20.10.2015].

20 Gra *Fashion or porn?*, <http://bit.ly/2b1Fhgl> [dostęp 20.10.2015].

ności są najtrudniejsze do wychwycenia, a niuanse tak drobne, że nierzadko wywołują gorące spory, nie tylko w kwestiach estetycznych, ale i moralnych²¹.

Można zaryzykować stwierdzenie, że więcej łączy pornografię ze sztuką, niż moglibyśmy przypuszczać. Tutaj dostępność dla elit wiąże się z rozumieniem sztuki i fizyczną sposobnością obcowania z nią (wkraczają tutaj kwestie finansowe, edukacja, a nawet wychowanie), a sama decyzja o tym, co sztuką jest, a co nią nie jest, zepchnięta zostaje na baraki krytyków.

Napięcie pojawia się w momencie, kiedy zrozumiemy, że sztuka, jeżeli już tak sklasyfikujemy pewien obiekt, wystawiana jest jak najbardziej w ramach szeroko rozumianego przyzwolenia na widok publiczny, pornografia zaś zepchnięta zostaje na margines (choć piętno obsceniczności nie powoduje, że mniej uwagi poświęcamy temu, co jest „poza sceną”, wręcz przeciwnie)²². Co zatem zrobić z obiektami, które spełniają wszelkie kryteria, aby być dziełami sztuki, jednak ich treść (nie forma) jest jawnie pornograficzna? I jak poradzić sobie z dodatkowymi kryteriami oceny (w przypadku fotografii mody jest to bezsprzecznie dążenie do zdobycia zysku ze sprzedaży, jeżeli nie samego produktu, to chociaż marki i jej, obecnie tak określanej, filozofii)?

Pornografizacja kultury szerokiego odbiorcy, czyli porno-chic jest wizerunkiem pornografii w niepornograficznej sztuce i kulturze [...]. Stanowi postmodernistyczne przekształcenie porno w artefakt kultury, który po takim makijażu zyskuje nowe oblicze – przestaje być pornografią, a jako jej resztki modny porn-chic – porno modą, która jest odpryskiem, odpadem, szczątkiem prawdziwej pornografii²³.

Głównym celem fotografii mody jest wzbudzenie pożądania posiadania przedmiotu (rozumianego również jako luksus związany z utożsamianiem się z marką), który przedstawia. Pożądanie to nie jest seksualne (nie wiążemy go z fetysyzmem, rozumianym jako odczuwanie popędu seksualnego do przedmiotów), wiąże się ze wzrostem statusu społecznego. Pracom takim nie można odmówić walorów kompozycyjnych oraz związanych z nimi kryteriów, stosowanych również do opisów malarskich dzieł sztuki, gdzie w obu przypadkach forma ma ogromne znaczenie nie tylko estetyczne, ale i komercyjne (powinna nas zainteresować, a żeby to zrobić, musi być albo atrakcyjna, albo oburzająca czy chociaż doskonale widoczna), co wiąże się z samym układem kadru. O ile sama seksualność czy elementy pornografii w fotografii mają wzbudzać pożądanie, o tyle

21 Zob. M. Bieńko, *Tyrania intymności w mediach – metafory oraz metamorfozy ob-razu ludzkiej seksualności*, „Societas/Comunitas” 2006, nr 2, s. 51–72.

22 J. Baudriard, *Ameryka*, przeł. R. Lis, Warszawa 1998, s. 186–188.

23 B. McNair, *Seks, demokratyzacja pożądania i media, czyli kultura obnażona*, przeł. E. Klekot, Warszawa 2004, s. 5.

w zamiarze twórców nie leży dostarczenie odbiorcy bodźca do seksualnego podniecenia czy spełnienia, lecz nakłonienie go do podjęcia działania konsumenckiego. Ostatnia kwestia, którą można przytoczyć za Susan Sontag, to ubogosc w kreowaniu postaci – postaci na fotografiach mody są może stereotypowe czy przerysowane, nie można zaś o nich powiedzieć, że są ubogie (nie tylko pod względem finansowym, ale i dbałości o najmniejsze detale – weźmy chociażby pod uwagę sygnaturę marki).

Sama kwestia estetyczna wskazuje na to, że pornografia może współistnieć ze sztuką. Tłumaczy również używanie pornografii jako narzędzia w sztuce, wzmacniając (w żadnym wypadku zaś nie anulując) obsceniczność. Wzbudzanie kontrowersji i szoku jest niezaprzeczalną domeną sztuki współczesnej.

Dodatkowym walorem fotografii mody jest fenomen, który na potrzeby tej pracy nazwać możemy „pornografią znaczeń”. Polegać on może na przeniesieniu pragnienia seksualnego z przedstawiciela przedmiotu na sam przedmiot oraz przetransformowaniu go w pożądanie posiadania czysto fizycznego owego przedmiotu, a co za tym idzie, obietnicy spełnienia w samym posiadaniu. Tak np., kiedy mamy do czynienia z fotografią kobiety gładzącej ustami szyję mężczyzny, o którym wiemy, że nosi na sobie te konkretne perfumy danej marki, łatwo potrafimy sobie wyobrazić, że to akurat my, posiadając owe perfumy, staniemy się obiektem pragnień seksualnych. Obietnicą spełnienia tych pragnień nie jest jednak akt seksualny z kobietą, ale sam fakt posiadania danych perfum. Myli się Caryn Franklin mówiąc, że „w ten sposób nie sprzedaje się nic innego oprócz seksu”²⁴. Wręcz przeciwnie – nie sprzedaje się tylko seksu, gdyż seks w ofercie handlowej oznaczałby prostytutkę, a ta nie budowała marki i popytu na przedmioty. Mało tego, służyłaby do rozładowania napięcia, a napięcie to musi ciągle istnieć i powracać, podsycając pragnienie.

Tak działa pornografia w marketingu. Nie sprzedaje ona samego seksu, ale jego obietnicę po objęciu władzy nad przedmiotem, sama będąc symbolem tej władzy. Daje nam również przyzwolenie na praktyki seksualne różnego rodzaju, ale dopiero, kiedy wejdziemy w posiadanie danego przedmiotu. Stawia nas to znów w elitarnym gronie osób, które mogą sobie pozwolić na luksus seksu niezwiązanego z prokreacją oraz eksperymenty seksualne, jakie zawierają fotografie (masturbację flakonem perfum, seks z dwiema innymi osobami, które mają inny kolor skóry niż my, efektowny seks oralny, którego obiektem jest rzecz, a nie narządy płciowe partnera).

²⁴ M. Pietroń, *Bo we mnie jest seks... o seksualności w fotografii mody*, <http://bit.ly/2botkcZ> [dostęp 20.10.2015].

Pornografia, oprócz tego, że objawia się w modzie i związanymi z nią dziedzinami sztuki – jak zobaczyliśmy na przykładzie fotografii modowej – jest po prostu sama w sobie modna.

Dzieje się tak dlatego, że obiektem mody, rozumianej jako przyswajanie sobie pewnego rodzaju trendów oraz ich ekspozycja, stał się nie tylko seks i seksualność, ale i tożsamość płciowa, orientacja seksualna czy preferencje seksualne. Możliwość mówienia o swoich gustach (oczywiście nie przez wszystkich i wciąż stopniowane w zależności od płci, orientacji seksualnej czy koloru skóry) idealnie spełnia się za pomocą pornografii i mody. Jednostka w pełni określić może, co sprawia jej przyjemność nie tylko cielesną, ale i wizualną, a także konsumencką, co powoduje, że przyjemność ta jest totalna. Seks sprzedaje się dobrze²⁵.

W dzisiejszych czasach nie tylko moda posługuje się pornografią, żeby zwiększyć zainteresowanie sobą, ale i pornografia posługuje się modą do takich samych celów. Aktorki porno z torebkami znanych projektantów, filmy porno kręcone w designerskich wnętrzach czy chociażby wykorzystywanie przez pornografię najnowszych technologii (dzieje się to już od momentu wynalezienia aparatu fotograficznego) dowodzą tego, że zależność owa jest jak najbardziej obustronna.

Proces ten znów odsyła nas do uczestnictwa w życiu elit: pornografia wyzwolona spod reżimu i zepchnięta na peryferie popkultury próbuje na powrót znaleźć się w elitarnych kręgach lub chociaż umocnić swoją pozycję w miejscu, w jakim się znalazła²⁶. Oznacza to dwie rzeczy – porno jako fenomenalnie skuteczny chwyt marketingowy osiada powoli w mentalności społeczeństwa, a związki z modą dodatkowo czynią je atrakcyjnym poprzez nieme przyzwolenie na kicz oraz kamp przepracowany przez popkulturę. Tworzą się nowe elity, które wyluskują z obszaru seksu to, co nie zostało dotychczas redefiniowane przez kulturę współczesną, pracując nad tym, by – jak seks oralny, analny i homoseksualność – trafiło do kanonu społecznej akceptacji (tak było z nurtem BDSM, niespodziewanie wyniesionym na piedestał przez cykl „Pięćdziesiąt twarzy Graya” oraz Saszę Grey)²⁷.

W świecie, w którym internet przestał być alternatywną rzeczywistością, a stał się częścią tej, w której żyjemy, zaobserwować można nowy trend budowania kobiecej bohaterki w przestrzeni mediów społecznościowych. Jest on jedną z wielu strategii, być może nie dominującą, ale niezwykle ważną w kontekście mówienia o współczesnych *pornstar*. Na-

25 Zob. G. Miller, *Teoria szpanu. Seks, ewolucja i zachowania klienta*, przeł. B. Reszuta, Warszawa 2010.

26 Zob. D. Tymków, *xxx. Tyrania intymności w sztuce*, [w:] *O świecie i obrazach świata*, red. M. Juda, Katowice 2004, s. 100–130, <http://bit.ly/2b1EVQr> [dostęp: 20.10.2015].

27 Film inspirowany cyklem „Pięćdziesiąt twarzy Graya”, zrealizowany dla „GQ Spin”, <http://bit.ly/2bfTiBD> [dostęp: 20.10.2015].

zwijmy ją *porn celebrities*. Mechanizm ten polega na uznawaniu gwiazd porno za idolki (bądź idoli) i nie tylko oglądania ich w filmach, ale też śledzenia ich poczynañ na portalach społecznościowych czy w ich prywatnym życiu. Najlepszym przykładem *porn celebrities* jest obecnie Sasha Gray, kreująca swój wizerunek, w oparciu o te same wzorce, z których korzystają gwiazdy muzyki, aktorzy, blogerzy.

Na stronach internetowych można odnaleźć konta gwiazdy porno, gdzie publikowane są zdjęcia, np. z przygotowań obiadu ze swoim partnerem, nowo zakupionych rzeczy, koncertów czy zwykle *selfie* ze swoimi pupilami. Przykładem takich gwiazd mogą być aktorki wytwórni Brazzers: Bonnie Rotten czy Christy Mack i ich profile na Instagramie. Profil na tym portalu posiada również amerykańska gwiazda porno Belle Knox²⁸, która swoją przygodę z pornografią rozpoczęła, aby sfinansować studia.

Jakkolwiek nie oceniałoby się pornografię, pamiętać należy o jej emancypacyjnym charakterze (należy się zastanowić nad tym, czy jest on pozorny, czy nie, jednak nie da się go pominąć). Różne preferencje seksualne powodują dostępność niezliczonych gatunków i treści kładących nacisk na odmienne elementy wyzwalające pożądanie – i tak w pornografii znajdziemy zarówno osoby grube i chude, stare, o włosach w różnych kolorach, z tatuażami itp. Podobną drogę pragnie pokonać moda, naruszając społeczne tabu – starości (Juergen Teller), koloru skóry czy kobiet w ciąży (projekt Stevena Kleina z Madonną). Udaje się to podczas romansu fotografii modowej z pornografią, ponieważ cechy te wyraźniej akcentuje kontrowersja związana już nie tylko z samą manifestacją seksu, ale i społecznym przyzwoleniem (czy jego brakiem) na taką manifestację ludzi wypchniętych poza margines.

Baudrillard Jean, *Ameryka*, przeł. R. Lis, Warszawa 1998.

Bieńko Mariola, *Tyrania intymności w mediach – metafory oraz metamorfozy obrazu ludzkiej seksualności*, „Societas/Comunitas” 2006, nr 2.

Gulanowski Jacek, *Symulacyjne i ezoteryczne aspekty pornografii*, [w:] *Ogrody nauk i sztuk. Debiuty 2010*, red. Aleksander Kobylarek, Warszawa 2011.

Irvine Martin, *The Economic Necessity of the Personified Porn Star*, <https://irvine-cct.wikispaces.com/QEphraim>, [dostęp: 20.10.2015].

Jewtuch Katarzyna, *Kobiece spojrzenie na pornografię. Kobiece ciało w pornografii*, „Tematy z Szewskiej” 2015, nr 2.

Jucewicz Agnieszka, *Sasha Grey. Filozofia 6 na 9*, http://www.wysokieobcasy.pl/wysokie-obcasy/1,102561,8192558,Filozofia_6_na_9.html?as=2, [dostęp 20.10.2015].

²⁸ Zob. K. McBride, *Outed Duke student presents lesson in crowd behavior*, <http://bit.ly/2bxbzeP> [dostęp: 20.10.2015].

Bibliografia

- Kobiecie oplaca się tylko pornobiznes*, http://www.kampaniespoleczne.pl/kampanie,2207,kobiecie_oplaca_sie_tylko_pornobiznes [dostęp: 20.10.2015].
- McBride Kelly, *Outed Duke student presents lesson in crowd behavior*, <http://www.poynter.org/news/mediawire/241920/duke-students-lesson-in-crowd-behavior/> [dostęp: 20.10.2015].
- McElroy Wendy, *A feminist overview of pornography. Ending in a defense thereof*, <http://www.wendymcelroy.com/freeinqu.htm> [dostęp: 20.10.2015].
- McNair Brian, *Seks, demokratyzacja pożądanja i media, czyli kultura obnażona*, przeł. E. Klekot, Warszawa 2004.
- Miller George, *Teoria szpanu. Seks, ewolucja i zachowania klienta*, przeł. Bartłomiej Reszuta, Warszawa 2010.
- Lash Scott, Lury Celia, *Globalny przemysł kulturowy. Medializacja rzeczy*, przeł. J. Majmurek, R. Mitoraj, Kraków 2011.
- Sasha Grey promotes animal birth control, <http://www.peta.org/features/sasha-grey-animal-birth-control/> [dostęp 20.10.2015].
- Schutte Lauren, *Porn star Sasha Grey responds to elementary school parents over reading uproar*, <http://www.hollywoodreporter.com/news/sasha-grey-elementary-school-porn-star-260741> [dostęp 20.05.2015].
- Sulej Karolina, *Czego nauczyła mnie Sasha Grey. Z okazji przyjazdu gwiazdy porno*, <http://natemat.pl/21187,czego-nauczyla-mnie-sasha-grey-z-okazji-przyjazdu-gwiazdy-porno> [dostęp 20.10.2015].
- Tymków Dagmara, *xxx. Tyrania intymności w sztuce*, [w:] *O świecie i obrazach świata*, red. M. Juda, Katowice 2004.
- Williams Linda, *Hard core. Władza, przyjemność i „szaleństwo widzialności”*, przeł. J. Burzyńska, I. Hansz, M. Wojtyna, Gdańsk 2010.

Monika Suchodolska

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

Superkobiety z Ameryki Południowej w trawelogu Martyny Wojciechowskiej *Kobieta na krańcu świata* (2009–2014)

Abstrakt

W artykule poddano analizie wybrane kreacje postaci z polskich telewizyjnych programów turystyczno-podróżniczych i skonfrontowano je z definicją superbohatera w celu pokazania, w jaki sposób autorka programów *Kobieta na krańcu świata* konstruuje pozytywny portret głównej bohaterki, zmierzając do jego odrealnienia. Na dwóch przykładach opisano proces konstruowania obrazu superbohaterki w filmowym dokumencie.

Słowa klucze

superbohaterka, heroína,
Wojciechowska, trawelog

Superkobiety z Ameryki Południowej w trawelogu Martyny Wojciechowskiej *Kobieta na krańcu świata* (2009–2014)*

Można zidentyfikować trzy podstawowe cechy konstytutywne postaci z gatunku superbohaterów. Najłatwiejszym do wskazania elementem postaci tego rodzaju jest to, że protagonista posiada supermoce – niezwykle zdolności, posługuje się zaawansowaną technologią lub posiada wysoko rozwinięte fizyczne i/lub psychiczne umiejętności (włączając te nadnaturalne). Ponadto superbohater posiada bezinteresowną, prospołeczną misję, co oznacza, że jego walka ze złem musi mieścić się w istniejących, przyjętych normach obyczajowych i nie może być realizowana w celu osiągnięcia osobistych korzyści. Ostateczna cecha realizuje się poprzez przyjęcie pseudonimu i przywdzianie kostiumu, które zazwyczaj nawiązują do życiorysu bohatera, jego charakteru, mocy lub pochodzenia – transformacji ze zwyczajnej osoby w superbohatera. Często superbohaterowie posiadają podwójną tożsamość, z których ta zwykła, osobista jest zazwyczaj ściśle strzeżoną tajemnicą¹.

Przez superbohatera rozumie się najczęściej postać fikcyjną, którą znaleźć można w różnego rodzaju tekstach kultury popularnej. Celem niniejszego artykułu jest wskazanie, że kreacja superbohatera nie odbywa się tylko na kartach komiksów czy powieści, ale dokonuje się również w programie, który z uwagi na treść postrzegany jest w kategoriach dokumentu. Mowa o filmach turystyczno-podróżniczych, określanych również terminem „trawelogów”². W artykule postaram się wskazać,

* Daty ramowe odwołują się do pierwszych emisji wybranych odcinków.

¹ Zob. P. Coogan, *Encyclopedia of Comic Books and Graphic Novels*, ed. by M. Keith Booker, Greenwood 2010, s. 607.

² Termin „trawelog” (ang. *travelog*) odnosi się do programów podróżniczych lub turystyczno-podróżniczych i definiowany jest jako relacja z podróży tworzona przez współczesnego podróżnika-celebrytę, zwanego „travelebrity”. Termin wprowadzony do polskiej literatury przez Barbarę Koturbasz był również analizowany przez E. Rybicką w tekście *Travelebrity – markowanie dyskursu podróżniczego*, w tym rozumieniu terminem trawelog posługiwał się M. F. Gawrycki. W niniejszym artykule będę zatem traktować go jako formę zamienną dla telewizyjnych programów podróżniczych. Z uwagi na brak wyczerpującego opracowania tego pojęcia w polskiej literaturze rozumienie tego terminu rozszerzę o odwołanie do

w jaki sposób poprzez odpowiedni dobór i montaż materiału filmowego „zwyczajną”, realną kobietę można w oczach odbiorcy przemienić w superbohaterkę. Przedmiotem moich badań są programy Martyny Wojciechowskiej z serii *Kobieta na krańcu świata* (2009–2015). Wybór materiału źródłowego jest tutaj nieprzypadkowy. Polska podróżniczka i dziennikarka w swoich programach konstruuje portrety pojedynczych kobiet z odległych kultur i określa je mianem „wyjątkowych”³. Każdą z nich czyni centralną postacią swoich programów, wokół której buduje przekaz o charakterze feminizującym⁴. Moim celem jest pokazanie, w jaki sposób Wojciechowska kreuje wybrane bohaterki swoich trawelogów na superbohaterki, oraz wskazanie ich cech.

Zgodnie z przytoczoną na początku definicją, zamieszczoną w *Encyclopedia of Comic Books and Graphic Novels*, za superbohatera⁵ uważa się postać, która spełnia trzy podstawowe kryteria. Po pierwsze, posiada nadnaturalne moce. Te, wrodzone lub nabyte na drodze wypadku lub eksperymentu, wyróżniają daną jednostkę spośród przeciętnych przedstawicieli jej społeczności. Definicja dopuszcza również nazwanie superbohaterem postaci, która swą moc czerpie z zaawansowanej technologicznie aparatury, pozwalającej jej na dokonywanie niezwykłych czynów. Po drugie, warunkiem konstytuującym status superpostaci jest wypełnianie przez nią misji, polegającej na szeroko pojętej walce ze złem i będącej aktem bezinteresownym. Superbohaterka nie może czerpać korzyści materialnych ze swojej dobroczynnej działalności. Po trzecie, opisywana postać posługuje się pseudonimem i skrywa swoją prawdziwą tożsamość pod kostiumem. Te dwa elementy powstają najczęściej w wyniku przewartościowania wydarzeń z przeszłości postaci i w wyraźny sposób do niej nawiązują. Powyższe elementy stanowią rdzeń postaci uznawa-

publikacji amerykańskiej. Jeffrey Ruoff termin ten stosuje do filmów powstających od 1895 r., których forma i treść sytuuje je pomiędzy filmami dokumentalnymi i etnograficznym. Trawelogi są produkcjami, które wykorzystują odmienną narrację, zbliżoną do produkcji fabularnych. Zob. J. Ruoff, *The Filmic Fourth Dimension. Cinema as Audiovisual Vehicle*, [w:] *Virtual Voyages. Cinema and Travel*, ed. by J. Ruiff, Durham–London, 2006, s. 1–2; B. Koturbasz, *Multimedialne podróżopisarstwo, czyli narodziny trawelebrity*, „Panoptikum” 2009, nr 8, s. 117–124; E. Rybicka, *Trawelebrity – markowanie dyskursu podróżniczego*, „Kultura Współczesna” 2010, nr 3, s. 117–133; M. F. Gawrycki, *Podglądając Innego. Polscy trawelebrity w Ameryce Łacińskiej*, Warszawa 2011.

3 Zob. <http://bit.ly/2bcAkzX> [dostęp: 28.10.2015].

4 *Kobieta na krańcu świata* to program, w którym podróżniczka często zwraca uwagę na problem dyskryminacji płci. Podobnie o sposobie prowadzenia tej serii pisał M. F. Gawrycki. Zob. M. F. Gawrycki, *op. cit.*, s. 31.

5 Z uwagi na brak odrębnej definicji superbohaterki tę zacytowaną w artykule odnoszę również do żeńskiego odpowiednika tej postaci.

nych za superbohaterów. Należy jednak pamiętać, że w tekstach kultury funkcjonują herosi, którzy nie spełniają wszystkich wymienionych kryteriów (np. Hulk, który „jest superbohaterem bez misji”⁶). Superbohaterki znane odbiorcy z komiksów odznaczają się również dodatkową cechą:

Obdarzone nadnaturalnymi właściwościami komiksowe heroiny zawsze mają długie nogi i duże biusty, regularne rysy twarzy i piękne włosy. Ich ubiory są kuse, służą jedynie eksponowaniu i podkreślaniu kobiecych (czyli zgodnych z męskim wyobrażeniem o kobiecości) wdzięków postaci⁷.

W mojej analizie ten element kreacji superkobiety został pominięty, ponieważ wpisuje się on w odbiegający od tematu moich rozważań spór dotyczący projektowania wzorców kobiecości, w szczególności ciała. Nie uwzględniam go w swojej analizie również ze względu na to, że Wojciechowska konstruuje swoje bohaterki na podstawie ich doświadczeń, działań i charakteru, dążąc do ich upodmiotowienia. Konsekwencją takiego postępowania jest w większości⁸ rezygnacja z rozpatrywania ich w kategoriach osób atrakcyjnych fizycznie.

Należy zauważyć, że wskazany w definicji szereg cech w znacznym stopniu utrudnia nadanie miana superbohaterki postaci fikcyjnej. Żadna z opisanych niżej kobiet nie dysponuje nadnaturalnymi zdolnościami, nie toczą one walki ze złem w sposób, w jaki czynią to komiksowe heroiny. Dlatego też najistotniejszym czynnikiem stanowiącym o możliwości uznania danej kobiety za superbohaterkę jest proces kreacji postaci, obserwowalny w przekazie telewizyjnym i mający bezpośredni wpływ na sposób jej postrzegania przez odbiorcę. Podstawowym założeniem badania jest przyjęcie tezy, że zawartość obrazów jest efektem określonego sposobu ich wytwarzania i ma służyć realizacji celów nadawcy. Z tego powodu są to zawsze przedstawienia o charakterze subiektywnym, który nadają im zarówno twórcy materiału, jak i jego odbiorcy. Podejście to zakłada, że przekaz telewizyjny, jak każdy przekaz medialny

opiera się na przyjęciu pewnych wartości, idei, które – świadomie lub nie – są przez autora, wydawcę czy właściciela mediów kreowane, powielane i utrwalane, kształtując światopogląd ich odbiorców⁹.

6 P. Coogan, *op. cit.*, s. 607.

7 J. Szyłak, *Gra ciałem. O obrazach kobiet w kulturze współczesnej*, Gdańsk 2002, s. 139.

8 W serii *Kobieta na krańcu świata* z lat 2009–2014 Wojciechowska poświęciła tylko jeden odcinek problemowi piękna kobiecego ciała i analizowała przedstawiane w nim bohaterki, które były atrakcyjne fizycznie. Materiał ten nosi tytuł *Wenezuela – Przepis na Miss* i został wyemitowany w ramach pierwszej serii w 2009 r.

9 P. Olechowska, *DIALOG międzynarodowy: o wartościach w mediach i wartościowych mediach na przykładzie tekstów prasowych z polsko-niemieckiego pogranicza*, [w:] *Wartości w mediach*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, t. 1, Lublin 2014, s. 205.

Spośród wszystkich odcinków cyklu *Kobieta na krańcu świata* wyemitowanych w latach 2009–2014 wybrałam te, w których autorzy zbudowali możliwie najkorzystniejszy wizerunek przedstawionej kobiety. Na jej portret złożyły się odpowiednio dobrane obrazy oraz komunikaty werbalne wypowiedziane przez prowadzącą, bohaterkę programu lub inne osoby z jej otoczenia, które opisywały ją w sposób pozytywny, potwierdzając jej „wyjątkowość” na tle zarówno jej społeczności, jak i kobiet w ogóle. Proces ten umożliwił w efekcie stworzenie realnego odpowiednika superbohaterki posiadającej cechy komiksowych heroin.

Materiał źródłowy, składający się z trzech wybranych odcinków, został poddany analizie porównawczej i przedstawiony w kolejności chronologicznej. Analizie poddałam odcinki, w których bohaterką była kobieta, posiadająca zdolności fizyczne lub umysłowe, posługująca się pseudonimem lub nosząca kostium, który nawiązuje do opowiadanej przez nią w programie osobistej historii. Analiza treści obejmowała badanie wypowiedzi twórców – Wojciechowskiej oraz innych osób pojawiających się w przekazie, budujących wspólnie koherentny obraz superkobiety. Na podstawie zgromadzonych informacji opisano dwa przykłady, realizujące wymogi stawiane superpostaciom. Poszczególne elementy portretów, znajdujące się w wyselekcjonowanym materiale źródłowym, skonfrontowałam z definicją superbohatera w celu wskazania, w jakim stopniu przedstawione w programie turystyczno-podróżniczym kobiety go realizują. Przyjrzyjmy się zatem wyodrębnionym przykładom.

Pierwszą superbohaterką jest Carmen Rojas, właściwie Giovanna Silvia Huanapaco Vieleles Vilela – zapaśniczka z Boliwii, bohaterka dwuczęściowego materiału *Zapaśniczka*¹⁰ wyemitowanego w ramach pierwszej serii cyklu. Giovanna to trzydziestokilkuletnia rozwódka, samotna matka, która walczy na ringu. Kobieta posiada dwie tożsamości: prywatną i publiczną. W ramach tej pierwszej realizowała rolę narzuconą jej przez rodzimą kulturę z racji płci i wieku: była żoną, matką i gospodynią. Drugą tożsamość przyjmowała podczas występów publicznych (walk) poprzez posługiwanie się pseudonimem (Carmen Rojas) i nakładanie kostiumu. Giovanna stała się superbohaterką za sprawą nieszczyśliwych wydarzeń z przeszłości. W programie kobieta opowiadała o swoim byłym mężu, który znęcał się nad nią psychicznie i fizycznie. Jego postępowanie stało się bezpośrednim powodem przemiany Giovanny w Carmen. Dzięki rozwodowi kobieta uzyskała możliwość realizowania swojej pasji. Stała się walczącą *cholitą*¹¹. W pierwszych minutach mate-

¹⁰ *Kobieta na krańcu świata*, odc. *Zapaśniczka cz. 1*, *Zapaśniczka cz. 2*, 2009.

¹¹ Określenie to oznacza kobietę zachowującą lokalne tradycje Indian. W reportażu Wojciechowskiej odnosi się ono głównie do kobiet ubranych w tradycyjny strój: falbaniastą kolorową spódnicę, chustę i melonik.

riału Wojciechowska starała się nadać jej czynom charakter heroicznego aktu poprzez wprowadzenie widza w temat programu:

[Giovanna] Samotnie wychowuje dwóch synów, ma trzydzieści jeden lat i walczy o godność. O godność dla siebie i dla innych kobiet. I to w miejscu, gdzie kobieta znaczy tyle co nic. Gdzie kobieta jest tak naprawdę śmieciem.

Autorka programu tymi słowami rozpoczyna również proces kreacji postaci. W jej opowieści Carmen nie walczy tylko dla siebie – by realizować swoją pasję. Ona prowadzi symboliczną walkę z patriarchalnym społeczeństwem, w którym ma wyznaczoną, nic nieznaczącą rolę, porównaną do „śmiecia”. Wojciechowska wielokrotnie w programie podkreśla, że Carmen reprezentuje grupę kobiet będących ofiarami przemocy i dyskryminacji. Podróżniczka ujęła to m.in. słowami: „[Carmen] Pięścią udowadnia, że w niczym nie jest gorsza od mężczyzny”. Sama zapaśniczka zwracała uwagę, że jej akt bezinteresownego oddania jest dedykowany dwóm synom, dla których staje do walki z każdym przeciwnikiem:

Gdy wchodzę na ring, zapominam o wszystkich moich problemach, o wszystkich bólachkach, bo na ringu czuję się szczęśliwa. Bo moim marzeniem było zostać zapaśniczką. Chcę udowodnić swoim synom i byłemu mężowi, na co mnie stać.

Rozpatrując postać Carmen w kategoriach superbohaterki, można wskazać na siłę fizyczną, realizującą wymóg posiadania nadnaturalnych mocy. Materiał wizualny wyemitowany w ramach programu zawiera sceny, w których kobieta wykonuje różnego rodzaju akrobacje na ringu, przewraca przeciwnika lub unosi dla zabawy prowadzącą program. Carmen udowodniła tym samym posiadaną siłę, stymulowaną dodatkowo przez liście koki, spożywane w Boliwii w celu zwalczania choroby wysokościowej. Swe zdolności bohaterka wykorzystwała walcząc na ringu w sposób charakterystyczny dla zawodników boliwijskich. Pierwowzorem tego stylu walki był styl zwany *lucha libre* („wolna walka”), pochodzący z Meksyku. Pojedynek łączy w sobie „cyrk, fikołki i teatr”¹², skupia się przede wszystkim na efektownym przedstawieniu. Ciosy wymierzone w przeciwnika są na ogół zaplanowane i udawane, „a impet kopnięć idzie zwykle w podłogę”¹³. W czasie pojedynku zawodnicy zwani *luchadores* wykonują liczne akrobacje, których nauczyli się w szkołach walki i samodzielnie udoskonalili podczas własnych pojedynków. *Lucha libre* nawiązuje do amerykańskiego wrestlingu, choć:

Amerykańscy wrestlerzy są komiksowo przerysowanymi osiłkami, tymczasem luchadores kojarzą się z duchami i półbogami jakiejś bliżej nieokreślonej religii – tłumaczy Tomasz Gudzowaty. – Nie chodzi o maski, ale także, na przykład, o „powietrzny” styl walki¹⁴.

12 D. Chojnowska, *Luchadores w teatrze walki*, „National Geographic” 2012, nr 5, s. 62.

13 *Ibidem*.

14 *Ibidem*, s. 62–66.

Nieodłącznym elementem tego „spektaklu” stały się rozmaite skoki i efektowne akrobacje. W starciu bierze udział od dwóch do dwunastu osób. Meksykańskie walki *lucha libre* mogą odbywać się między mężczyznami, kobietami (*lucha feminina*), karłami (*lucha de enanos*) lub homoseksualistami (*lucha de los exóticos*). Carmen jest przedstawicielką grupy kobiet, które biorą udział w pojedynkach jako walczące *cholity* – reprezentantki tradycyjnej społeczności. Dwuczęściowy przekaz *Zapaśniczki* obfituje w materiał zgromadzony podczas treningu i właśnie ta jego część została rozpatrzona jako ilustrująca podstawowe założenie posiadania przez superbohaterkę jej zdolności. W przypadku Carmen jest to siła zdobyta na drodze wieloletnich treningów, a dobra kondycja jest konsekwencją życia na dużej wysokości.

W ramach kryteriów postawionych heroinom kreacja Carmen realizuje również ten ostatni – warunek posiadania pseudonimu i kostiumu. Zapaśniczki boliwijskie, podobnie do walczących mężczyzn, występują w kostiumie. W przypadku Carmen na strój superbohaterki składają się makijaż oraz tradycyjny ubiór kobiet z plemienia Ajmara¹⁵, w tym melonik, obszerna dekoracyjna chusta oraz kolorowa falbaniasta spódnica, tzw. pollera. Walka to rytuał, który rozpoczyna się od tańca. Zawodniczka wykonuje go poza ringiem w pełnym stroju. Część elementów (nakrycie głowy i biżuteria) zostaje zdjętych tuż przed walką.

Portret Carmen prezentowany jest w opozycji do otaczających ją mężczyzn, przedstawionych w materiale jako główni wrogowie kobiet w Boliwii, reprezentujący wzorzec bohatera negatywnego, tzw. czarnego charakteru. Twórcy materiału umieścili w programie wypowiedzi bohaterki, w których ta opowiadała historię swojego nieudanego małżeństwa. Powodem rozvodu była wspomniana wcześniej przemoc stosowana przez męża Carmen:

Bił mnie. Już kiedy byłam w ciąży ze starszym synkiem Micho, mąż bardzo mnie bił. [...] Nie pozwalał mi się wystroić, umalować ani nic. I zawsze były o to kłótnie. Sam chodził do baru, a mnie zostawiał w domu bez pieniędzy i... zdradzał. A ja wciąż mu wybaczałam... Wiesz, raz posprzecaliśmy się i tak mi przyłożył pięścią w nos, że mi go całkiem spłaszczyl, po prostu wgniół go do

15 Indianie Ajmara (*Aymaras*) to jedna z rdzennych grup etnicznych Ameryki Południowej. Ich liczbę szacuje się na ok. 2,4 mln, co stanowi ok. 30% populacji całego kraju. Duża część społeczności Ajmara zasiedliła okolice stolicy Boliwii – La Paz, w związku z czym zdobyła stosunkowo duży wpływ na kształtowanie się sytuacji gospodarczej i politycznej całego kraju. Przedstawiciele tej społeczności wykazują się wysokim stopniem przywiązania do tradycji, co objawia się próbą zachowania własnego, odrębnego języka. Pod względem etnokułturowym tworzą dość zwartą grupę. Zob. M. Śniadecka-Kotarska, *Kim byli i są Indianie w Boliwii 2006 r.*, [w:] *Boliwia 2006. Refleksje na kanwie sesji zorganizowanej w 100 dni po objęciu prezydentury Evo Moralesa*, Warszawa 2006, s. 23–28.

środku. I zamknął mnie w pokoju. [...] Jak tylko otworzył drzwi, narzuciłam chustę i uciekłam do matki. Tam mnie opatrzyli i sama nastawiłam sobie nos – po prostu wstawiłam go na miejsce, żeby nie był plaskaty. [...] Kiedy zaszłam w ciążę nie pomagał mi. Musiałam uciec z domu, spać na ulicy, sprzedawać zupę po bramach szkół. Potem przyszedł z pieniędzmi. Myślałam, że to dla nas, że się zmienił i będzie już dobrze... Tak bardzo się cieszyłam! A on po prostu chciał, żebym usunęła ciążę, i to po to zdobył pieniądze. Na zabieg... Nie miał dla nas ani grosza nawet na jedzenie, ale na zabieg znalazł. Powiedziałam mu, że nigdy tego nie zrobię.

Negatywny obraz płci męskiej wzmacniany był przez komentarze Wojciechowskiej oraz zwrócenie uwagi na preferowany przez nich model postępowania, zwany *macho*¹⁶. Przykładem kreacji wszystkich mężczyzn na wrogów Boliwijek może być też refleksja podróżniczki po rozmowie z trenerem Carmen. Po tym, jak Wojciechowska spytała go, czy Giovanna to „dobra zawodniczka”, on odpowiedział krótko „tak”. Komentarz podróżniczki po tej rozmowie brzmiał:

Na to zdawkowe „tak” trenera Carmen harowała jak wół. Od walk ma pogrucho-tane kolana i naciągnięte ścięgna. Sińców, rozciętych łuków brwiowych i ran na głowie – już nawet nie liczy.

Kreacja postaci zapaśniczki stanowi opozycję dla sposobu reprezentacji mężczyzn. Kobieta jest w materiale postacią jednoznacznie pozytywną. Ten wizerunek wzmacniają sceny, w których Wojciechowska ją chwali lub wyróżnia, np. fragment z początku pierwszej części, w którym podróżniczka poznaje Giovannę i zwiedza jej dom. Przestrzeń jest ciasna, co nie umyka uwadze dziennikarki. Boliwijka natomiast wyraziła swoją dumę z posiadanego lokum, co Wojciechowska z zachwytem przetłumaczyła dla widzów: „Ach, jak pięknie powiedziała! Ciasne jest jej mieszkanie, ale za to ma wielkie i bardzo pojemne serce!”, podkreślając tym samym dobroć i skromność swojej gospodyni. Podziw dla postawy Giovanny jest kolejnym elementem kreacji bohaterki pozytywnej.

W przedstawionym w programie kontekście negatywnego obrazu płci męskiej oraz narracji, prezentującej wizerunek Boliwii jako kraju skrajnie ubogiego, kobieta, która samotnie wychowuje dwójkę dzieci i walczy na ringu jako zapaśniczka, może być odebrana jako superbohaterka. Dla dopełnienia analizy należy zauważyć, że pomimo bycia heroiną Carmen nie zawsze zwycięża w walce ze złem. Pojedynek zare-

¹⁶ Tzw. kult *macho*, zjawisko, które inaczej określa się mianem *machismo*. Słowo pochodzące od hiszpańskiego *macho* i znaczy tyle co „samiec” i związane jest ze specyficznym męskim zachowaniem, ukierunkowanym na podkreślenie swojej siły i dominacji względem kobiet. Zob. R. H. Nocoń, *Kobieta w życiu Indian Ameryki Południowej*, Katowice 1967, s. 38; M. Ziółkowska-Kuflńska, *Tradycyjna i współczesna sytuacja kobiety w tubylczych społecznościach Boliwii na obszarach pozaandyjskich*, Poznań 2009, s. 131.

jestrowany przez kamerę telewizyjną stał się dokumentacją klęski naszej heroiny. Carmen została dotkliwie pobita podczas starcia zaaranżowanego przez mężczyzn. Przykład boliwijskiej zapaśniczki, początkowo wyniesionej na piedestał i w końcu brutalnie unicestwionej przez swych wrogów ilustruje tezę, w której życie superkobiety w nieuchronny sposób zmierza ku katastrofie:

[...] narracje tożsamościowe superbohatek, „kobiet” w komiksach amerykańskich [...] przebiegają według tego samego, przygnębiającego scenariusza, bez względu na warunki historyczno-polityczne czy nastroje społeczno-kulturowe, w jakich dana historia się toczy. [...] ten scenariusz to: [1] superbohaterka ma wielką moc (zbyt wielką, „oczywiście”, jak na „kobietę”, więc nagle okazuje się, że jest), [2] za słaba, by tę wielką moc utrzymać (ponieważ jest „kobietą”; zatem obsuwa się w), [3] szaleństwo i [4] śmierć¹⁷.

Boliwijska zapaśniczka z programu Wojciechowskiej bezskutecznie zмага się ze złem uosabianym przez mężczyzn. Nie rezygnuje z walki, choć jest świadoma tego, że w prawdziwym (nie teatralizowanym) starciu z przeciwnikiem nie ma szans. Jej upór, wyrażany w słowach „Walka źle się potoczyła” lub „Walka musi trwać”, ma usprawiedliwiać zadaną jej krzywdę i potwierdzać podrzędną rolę kobiety wobec mężczyzn.

Carmen Rojas, której portret nakreślili twórcy programu *Kobieta na krańcu świata*, spośród wszystkich wyodrębnionych odcinków w największym stopniu realizuje wymagania stawiane superbohaterkom. Drugą heroiną z „krańców świata” została Maria Jose Cristerna, przedstawiona w materiale telewizyjnym z serii czwartej jako „kobieta-wampir”¹⁸. Przekaz zbudowany został wokół przemiany głównej bohaterki ze zwyczajnej, młodej panny, która wyszła za mąż za nieodpowiedniego mężczyznę (ponownie powrócił tutaj wątek *macho*), w najbardziej zmodyfikowaną kobietę na świecie¹⁹. Transformacja w superbohaterkę dokonała się (podobnie jak u Carmen) za sprawą jej partnera, o którym w programie opowiadała:

To był dobry chłopak, potrafił mnie rozśmieszać. Czułam, że jestem w nim zakochana. To była moja pierwsza wielka miłość. Wierzyłam, że tak będzie już na

17 R. Majka, *Szaleństwo a władza. Konstruowanie kobiecości na przykładzie superbohatek mainstreamowych komiksów amerykańskich*, [w:] *Kontekstowy miks. Przez opowieści graficzne do analiz kultury współczesnej*, red. G. Gajewska i R. Wójcik, Poznań 2011, s. 332–333.

18 *Kobieta na krańcu świata*, odc. *Kobieta – wampir*, 2012.

19 Ciało Marii Jose Cristerny jest w całości pokryte kolorowymi tatuażami, kobieta ma również wszczepione implanty podskórne i kolczyki. Została wpisana do *Księgi rekordów Guinnessa* w 2012 r. jako najbardziej zmodyfikowana kobieta na świecie. Zob. <http://www.guinnessworldrecords.com/world-records/most-body-modifications-%28female%29/> [dostęp: 30.10.2015].

zawsze. Mój mąż był dobrym człowiekiem, kiedy go poznałam. Dopiero później zmienił się w potwora. Wszystko zaczęło się od znęcania psychicznego, potem pojawiło się bicie i upokarzanie. To było dziesięć lat drogi przez mękę. [...] Aż w końcu powiedziałam „dość”, kiedy połamaliśmy nos i zebra.

Kobieta rozstała się z mężem i wówczas rozpoczęła się jej zewnętrzna przemiana. Tatuże i implanty, będące wyrazem buntu i niezależności, złożyły się na jej trwałe kostium. Zgodnie z przytoczoną definicją poszczególne elementy tego „stroju” posiadają swoje znaczenie symboliczne, nadane im przez heroinę i związane z jej historią osobistą:

Który tatuż jest dla mnie najważniejszy? Trudno powiedzieć, bo to całe moje życie. Wszystko ma dla mnie znaczenie emocjonalne. Lubię te maureskie ornamenty, bo są symbolami wojowniczkki. Te [u nasady nosa] oznaczają czwórkę moich dzieci, a gwiazdki – nieżyjącą już mamę.

Portret Marii Jose jako superbohaterki znajduje swoje potwierdzenie również w posiadanych przez nią zdolnościach. Wymogi definicji realizowane są w jej przypadku na dwóch polach działania: artystycznym i intelektualnym. Swoje zdolności plastyczne kobieta wykorzystuje w salonie tatuażu oraz prywatnie – tworząc rzeźby i malując. Druga „moc” to związane z inteligencją Marii wykształcenie prawnicze, które wykorzystuje w swej symbolicznej walce ze złem. Cytując słowa Wojciechowskiej:

[...] i choć od lat nie praktykuje tego zawodu, to może wykorzystać tę swoją profesjonalną wiedzę do tego, żeby pomóc kobietom, które – tak jak ona – doświadczyły przemocy domowej. Organizuje takie spotkania, konferencje, na których mówi meksykańskim kobietom, jak mają walczyć o swoją godność.

Pozytywny wizerunek Marii wzmocniony został przez umieszczenie w trawelogu wypowiedzi innych meksykańskich kobiet, którym superbohaterka pomogła. Symbolicznym aktem wdzięczności, czy nawet podziwu, są pokazywane w programie tatuże autorstwa „kobiety-wampira”, dumnie prezentowane przez kobiety „uratowane przed złem”. Potwierdzeniem statusu superbohaterki staje się również moment, w którym Wojciechowska zostaje wytatuowana przez Cristernę. Róża wiatrów wykonana przez heroinę posiada podwójne znaczenia dla podróżniczki: symbolizuje jednocześnie jej własną działalność i stanowi dowód obcowania z superkobietą.

Na podstawie dwóch przeanalizowanych przykładów można stwierdzić, że telewizyjny wizerunek heroiny powstaje na skutek odpowiedniej kreacji portretu jednostki. Twórcy tego wizerunku w procesie kreacji dokonali odarcia kobiety z jej wad i słabości (poprzez ukrycie ich w przekazie) na rzecz kumulacji cech pozytywnych. Superbohaterki funkcjonujące w realnym świecie nie spełniają wszystkich wymogów stawianych w definicji postaciom fikcyjnym. Należy jednak zauważyć, że przywo-

łana definicja dopuszcza nadanie tego miana postaci, która nie realizuje wszystkich założeń. Termin ten jest zatem elastyczny i możliwe jest jego zastosowanie w analizie kreacji bohaterek polskich telewizyjnych programów podróźniczych.

Należy zauważyć, że niebagatelną rolę w kreacji opisanych superkobiet odgrywa sama prowadząca trawelog podróźniczka, którą można uznać za trzecią superbohaterkę serii. Cykl programów *Kobieta na krańcu świata* to realizacja autorskiego pomysłu Martynty Wojciechowskiej, która tak tłumaczyła jego powstanie:

Dlaczego zdecydowałam się zrobić program o kobietach? Nie tylko dlatego, że sama nią jestem i rozumiem ich problemy. Wciąż pokutuje przeświadczenie, że stanowimy tak zwaną słabą płęć, na co wskazywałyby chociażby światowe raporty. Moje bohaterki dowodzą jednak, że my, kobiety, jesteśmy bardzo silne – musimy tylko uwierzyć w siebie i same zawałczyć o własną przyszłość²⁰.

Dokonując świadomego wyboru superbohaterek programów i kreując ich wizerunki, Wojciechowska proponuje widzom zapis spotkania Europejki z kobietami z Ameryki Południowej, w trakcie których dochodzi do wpisania bohaterek z innego kręgu kulturowego w popularną na Zachodzie matrycę konwencji superkobiety.

Należy również zauważyć, że jest to konwencja zdająca się opisywać także Wojciechowską, która umieszczając wizerunki superkobiet w przestrzeni publicznej, realizuje własną „bezinteresowną, prospołeczną misję” walki ze złem, jakim jest dyskryminacja płci. W reportażach często pojawiał się motyw przepaści między światem mężczyzn i kobiet, a tym samym motyw nierówności oraz dyskryminacji. Wojciechowska polemizowała przede wszystkim z tradycyjnym podziałem ról, który w większości zostaje jednostce narzucony w chwili narodzin, determinując miejsce kobiety w społeczeństwie. Cykl programów ma charakter feminizujący, choć stanowisko podróźniczki w kwestii aktywnej walki o prawa kobiet pozostało niejednoznaczne. W książce *Automaniaczka*²¹ Wojciechowska napisała:

Dlaczego uważamy, że chłopcy koniecznie powinni nosić niebieskie śpioszki, a dziewczynki różowe? Że chłopcy automatycznie zainteresują się piłką nożną, bronią palną oraz... motoryzacją? A wszystkie dziewczynki zostaną primabalerinami w tiulowych spódniczkach przebijającymi swoje lalki w coraz to nowe fatałaszki. I że te księżniczki w oczekiwaniu na swojego księcia z bajki będą się intensywnie edukowały, by w przyszłości zostać perfekcyjnymi paniami domu. Będą się zatem uczyły z matkami gotować, sprzątać, prasować i pamiętać, gdzie ich bracia lub ojcowie zostawili skarpety, buty, albo inne fragmenty garderoby. Bo na pewno zostaną o to zapytane²².

20 Zob. <http://bit.ly/2bcBvzk> [dostęp: 04.05.2012].

21 M. Wojciechowska, *Automaniaczka: od Rometa do Rajdu Dakar*, Warszawa 2011.

22 *Ibidem*, s. 0018.

Wojciechowska w tych słowach stanowczo przeciwstawiła się funkcjonującym w społeczeństwach stereotypom. Uznała je za przestarzałe i nieadekwatne do obecnej sytuacji kobiet i mężczyzn, zarówno w kwestiach obyczajowych, jak i ekonomicznych. Zaakcentowała również swój brak akceptacji dla ograniczonego równouprawnienia „w cywilizowanym świecie, w którym kobiety znacząco przyczyniają się do wzrostu PKB, a mężczyźni coraz częściej biorą urlop wychowawczy”²³. Zagadnienie równego traktowania przedstawicieli obu płci Wojciechowska rozpatrywała w kategorii postępu, którego jej zdaniem nie da się zahamować. Zauważyła przy tym, iż ów postęp nie oznacza, że nagle większość kobiet zapragnie zostać kierownicami rajdowymi albo górnikami. Ważne, żeby wszyscy, i te kobiety, które chcą zostać komandosami, i ci mężczyźni, którzy np. zamiast samochodów wolą szydełkowanie, mieli wolny wybór²⁴.

W wywiadzie dla portalu *menstream.pl* wyraziła również dosyć ostrą opinię, dotyczącą współczesnych mężczyzn:

Niestety mężczyźni na całym świecie wyglądają równie marnie. Myślę, że nastały ciężkie czasy dla facetów. Mężczyźni i kobiety muszą na nowo ustalić strefy swoich wpływów. W różnych kulturach przebiegają one w różnych miejscach. Muszę nieestety stwierdzić, że kobiety radzą sobie trochę lepiej z tymi zmianami od mężczyźni. To kobiety są strażniczkami kultury, niosą tradycję, a mimo wszystko często nie są doceniane. [...] W większej części świata mamy trochę taką organizację, jak w stadzie lwów. To lwice polują, przynoszą zdobycz, aby samiec lew mógł się najeść. Potem jedzą dzieci, a na końcu samice. Samiec pełni więc w stadzie rolę głównie prokreacyjną i zwyyczajnie robi dobre wrażenie²⁵.

Podróżniczka podkreśliła przy tym, że mimo ostrych sądów na temat mężczyzn i równouprawnienia zdecydowanie nie określiłaby siebie mianem feministki. Swoje poglądy tłumaczyła specyficznym charakterem zachodniej kultury, w której się wychowała. Według Wojciechowskiej w społeczeństwach Europy, Ameryki Północnej i Australii współpraca kobiet i mężczyzn nie jest czymś nadzwyczajnym.

Nie mam poglądów skrajnie feministycznych. Powiem Panu, że jak mężczyzna całuje mnie w rękę, to bynajmniej nie czuję się urażona, a wręcz odczuwam bardzo dużą satysfakcję. A są kobiety, które uznają to za element dyskryminacji²⁶.

Podobny ton dotyczący stosunków damsko-męskich na świecie zachował cykl reportaży *Kobieta na krańcu świata*.

23 *Ibidem*, s. 0020.

24 *Ibidem*.

25 Martyna Wojciechowska, *Tak, jestem chłopczycą*, rozmowę przeprowadził Przemysław Ciszak, 5.10.2010, zob. <http://menstream.pl/wiadomosci-kobiety/martyna-wojciechowska-tak-jestem-chlopczyca,0,686695.html> [dostęp: 03.06.2012].

26 *Ibidem*.

Możliwość tworzenia programu o współczesnych kobietach żyjących w odległych zakątkach świata była również cennym doświadczeniem dla dziennikarki jako kobiety i matki:

Miłość do dziecka determinuje większość życiowych wyborów bez względu na to, skąd pochodzimy. To chyba najsilniejsze uczucie. Obserwowałam na przykład zapaśniczkę Carmen Rojas z Boliwii, która wychodziła na ring, gdzie dawała się katować za równowartość dziesięciu dolarów, bo ma dwójkę dzieci na utrzymaniu. Wcześniej odeszła od męża, który ją bił. Czyli znowu jest katowana, ale przynajmniej zarabia dla rodziny na lepsze życie. Rozmawiałam z kobietami z Kambodży, które za dwieście dolarów rozbrajająminy, żeby zapewnić dzieciom przyzwoite warunki do życia²⁷.

Program w dużym stopniu przyczynił się do zmiany sposobu, w jaki dotychczas patrzyła na świat jego autorka. Był ważny ze względu na propagowanie takich wartości jak tolerancja dla odmienności, szacunek dla tradycji i akceptacja samego siebie.

Analizując postać prowadzącej trawelog w odniesieniu do definicji superbohatera, którą posługiwałam się w przypadku bohaterek południowoamerykańskich, należy również wspomnieć, że Wojciechowska w swej pracy również posługuje się pseudonimem. Prawdziwe imię podróżniczki to Marta, jednak publiczności i czytelnikom znana jest jako Martyna. Historię związaną z posługiwaniem się pseudonimem tłumaczyła w ten sposób:

[...] już od szkoły podstawowej mówiono do mnie Martyna, choć wtedy uważałam to za beznadziejne przezwisko. Tak bardzo to nowe imię do mnie przylgnęło, że nawet na świadectwie maturalnym wpisano je czarnym tuszem i przez to miałam problem z dostaniem się na studia. W oficjalnych papierach musi być porządek! Dziś wiem, że Marta pochodzi od języka aramejskiego i oznacza „piastunkę ogniska domowego”, zaś Martyna, podobnie jak Marcin, oznacza Marsa – boga wojny. Czyli wszystko się zgadza, choć wcale tego nie zaplanowałam ani nie jest to, jak sugerują niektórzy, pseudonim artystyczny²⁸.

Imię przyjęte z powodu jego znaczenia pozwala dopełnić jej kreację jako superbohaterki oraz trawelebrytki feministki.

Podjmując refleksję dotyczącą superbohaterek, nie sposób uniknąć rozważań dotyczących dyskryminacji płci i funkcjonujących w różnych kulturach stereotypów. Budowanie wizerunku heroiny w dużej mierze opiera się na identyfikacji „czarnego charakteru” uosabiającego zło, z którym walczy kobieta. Sama historia superkobiet wpisana w formułę programu podróżniczego realizuje potrzebę identyfikacji widza z postacią pozytywną, zamieszkującą najodleglejsze „krańce świata”.

27 M. Wojciechowska, *Martyna Wojciechowska: kobieta z dzieckiem na krańcach świata*, rozmowę przeprowadził Mariusz Cieślak, zob. <http://bit.ly/2c3mAHK> [dostęp: 03.06.2012].

28 M. Wojciechowska, *Automaniaczka...*, s. 0040.

- Bibliografia** Chojnowska Dorota, *Luchadores w teatrze walki*, „National Geographic” 2012, nr 5.
- Coogan Peter, *Encyclopedia of Comic Books and Graphic Novels*, red. M. Keith Booker, Greenwood 2010.
- Gawrycki Marcin Florian, *Podglądając Innego. Polscy trawelebrycy w Ameryce Łacińskiej*, Warszawa 2011.
- Koturbasz Barbara, *Multimedialne podróżopisarstwo, czyli narodziny trawelebryty*, „Panoptikum” 2009, nr 8.
- Majka Rafał, *Szaleństwo a władza. Konstruowanie kobiecości na przykładzie superbohaterek mainstreamowych komiksów amerykańskich*, [w:] *Kontekstowy miks. Przez opowieści graficzne do analiz kultury współczesnej*, red. G. Gajewska i R. Wójcik, Poznań 2011.
- Nocoń Rudolf H., *Kobieta w życiu Indian Ameryki Południowej*, Katowice 1967.
- Olechowska Paulina, *Dialog międzynarodowy: o wartościach w mediach i wartościowych mediach na przykładzie tekstów prasowych z polsko-niemieckiego pogranicza*, [w:] *Wartości w mediach*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, t. 1, Lublin 2014.
- Ruoff Jeffrey, *The Filmic Fourth Dimension. Cinema as Audiovisual Vehicle*, [w:] *Virtual Voyages. Cinema and Travel*, ed. by Jeffrey Ruiff, Durham-London 2006.
- Rybicka Elżbieta, *Trawelebryty – markowanie dyskursu podróżniczego*, „Kultura Współczesna” 2010, nr 3.
- Szyłak Jerzy, *Gra ciałem. O obrazach kobiet w kulturze współczesnej*, Gdańsk 2002.
- Śniadecka-Kotarska Magdalena, *Kim byli i są Indianie w Boliwii 2006 r.*, [w:] *Boliwia 2006. Refleksje na kanwie sesji zorganizowanej w 100 dni po objęciu prezydentury Evo Moralesa*, Warszawa 2006.
- Wojciechowska Martyna, *Automaniaczka: od Rometa do Rajdu Dakar*, Warszawa 2011.
- Ziółkowska-Kuflńska Magdalena, *Tradycyjna i współczesna sytuacja kobiety w tubylczych społecznościach Boliwii na obszarach pozaandyjskich*, Poznań 2009.
- Filmografia** *Kobieta na krańcu świata*, odc. *Zapaśniczka* cz. 1 i 2, 2009.
- Kobieta na krańcu świata*, odc. *Kobieta – wampir*, 2012.

Aleksandra Drabina
Uniwersytet Wrocławski

Mitologia kobiecej rozkoszy w dyskursie mediów popularnych. Przegląd problematyki

Abstrakt

Tekst jest próbą przeglądu znaczeń i symboli kreowanych wokół kobiecej rozkoszy seksualnej we współczesnych popularnych mediach. Umieszczając kobiecość i orgazm w kontekście popkulturowych dyskursów o płci i seksualności, poszukuję przyczynków do analizy ich roli i funkcji społeczno-kulturowej. Proces odczytywania „mitologii” seksualności kobiet może ujawniać potencjał symboliki obrazów i języka jako narzędzi opisywania i wizualizacji płci oraz seksu w dyskursie publicznym i świadomości społecznej.

Słowa kluczowe

kobiecość, seks, orgazm, *gender*, semiologia, dyskurs, popkultura, media

Aleksandra Drabina

Uniwersytet Wrocławski

Mitologia kobiecej rozkoszy w dyskursie mediów popularnych. Przegląd problematyki

Kobieca seksualność
w dyskursie
publicznym

Ewolucja sposobów prezentowania kobiecej seksualności we współczesnym dyskursie publicznym związana jest z coraz wyraźniejszymi tendencjami do pojmowania kwestii tożsamości płci jako kategorii kulturowej. „Kobiecość” jako rola płciowa istnieje w dyskursie medialnym i debacie publicznej nie tylko w świetle utrwalonych wzorców i stereotypów, coraz częściej bowiem widoczne stają się dążenia do ich symbolicznego przekraczania. Nadal jednak na kształt dyskursów o płci bardzo mocno wpływają utrwalone i ugruntowane w kulturze elementy esencjalne – podziały ról kobiet i mężczyzn. Anthony Giddens w książce traktującej o przemianach intymności i erotyzmu we współczesności wskazuje na bezkompromisowe powiązanie kategorii seksu z płcią w kulturowym znaczeniu¹. W innej publikacji Giddens zwraca uwagę na kulturowy reżim płci jako jeden z fundamentalnych mechanizmów kreowania tożsamości kobiet i mężczyzn. Czynniki kształtujące role płciowe oraz wszystkie ich wyuczone i nabyte przymioty, jak sposoby zachowania, ubierania się i stylizacji ciała, są nieustannie reprodukowane i propagowane w mediach i kulturze masowej².

O płci kulturowej jako aktywnej praktyce i ciągłym procesie odtwarzania pisała teoretyczka *gender*, Judith Butler, która wprowadziła pojęcie płci jako aktu performatywnego. Według niej kulturowy projekt kreowania wzorców tożsamości jest podobny do wielokrotnie odtwarzanej sztuki teatralnej. Butler, podobnie jak Giddens, wskazuje na narzędzia codziennych praktyk płciowych, jakimi są używany język symboliczny czy stylizacja ciała³.

- 1 Zob. A. Giddens, *Przemiany intymności. Seksualność, miłość i erotyzm we współczesnych społeczeństwach*, przeł. A. Szulżycka, Warszawa 2006, s. 10.
- 2 Zob. *idem*, *Socjologia*, przeł. A. Szulżycka, Warszawa 2007, s. 140–141.
- 3 Zob. J. Butler, *Akty performatywne a konstrukcja płci kulturowej. Szkic z zakresu fenomenologii i teorii feminizmu*, przeł. M. Łata, [w:] *Lektury inności. Antologia*, red. M. Dąbrowski, R. Pruszczyński, Warszawa 2007, s. 25–35.

Autorka zwraca także uwagę, że Michel Foucault dostrzegł szczególną rolę symbolicznych prezentacji płci właśnie w dyskursie, manifestującym się głównie w używanych kategoriach językowych⁴. Steven Seidman poświęcił całą swoją publikację *Społeczne tworzenie seksualności* prezentacji różnorodności ról płciowych i seksualnych. Stwierdza on, iż zarówno kobiecość, jak i męskość są kształtowane przez czynniki społeczno-kulturowe, przy czym jako jedne z głównych przestrzeni dyskursu wskazuje kulturę popularną oraz media masowe⁵.

Kobieca seksualność staje się dziś coraz popularniejszym tematem omawianym w mediach, a segment prasy kobiecej, filmy, seriale oraz literatura tematyczna przodują w propagowaniu i kreowaniu dyskursów wokół tej problematyki. Upowszechnianie nowych wzorców autonomii seksualności i tożsamości społecznej kobiet w treściach popularnych rozpoczęło się już w latach 60. w Stanach Zjednoczonych⁶. Dzięki publikacji książek, propagujących niezależność kobiet oraz odkrywanie i rozwijanie ich życia seksualnego (np. *Sex and the Single Girl* autorstwa Helen Gurley Brown z 1962 r.), oraz czasopism kobiecych, jednoznacznie promujących treści związane z aktywnością seksualną (np. „Cosmopolitan”), popularny dyskurs kobiecy zaczął odgrywać znaczącą rolę w legitymizacji postulatów równościowych i emancypacyjnych⁷. Rozkosz seksualna oraz pragnienie jej doświadczania to jeden z najważniejszych elementów postulatu kobiecej autonomii.

Symbolika ukuta przez kulturę wokół kobiecej przyjemności przeżywania seksu oraz orgazmu jest niezwykle bogata i stanowi efekt dynamicznych przemian znaczeń dotyczących płci i seksualności. Catherine Blackledge w przekrojowej publikacji na temat kobiecej seksualności w historii kultury wspomina o ważnej roli ideologii, które na przestrzeni lat posiadały monopol na ugruntowanie wiedzy na temat rozkoszy seksualnej i orgazmu⁸. Kwestia dyskursu dotyczącego opisywania narządów płciowych kobiet oraz ich funkcji była szczególnie podatna na oddziaływanie patriarchalnych idei, przede wszystkim w aspekcie religijnym i naukowym, których dyskursy pozostawały silnie zmaskulinizowane. Blackledge zauważa ich pośredni wpływ na zdolność do odczuwania przyjemności seksualnej przez kobiety. Aktywność seksualna kobiet, jak podkreśla Adam Sochaczewski, nie była uznawana za „prawdziwy seks”

4 Zob. eadem, *Uwikłani w płęć. Feminizm i polityka tożsamości*, Warszawa 2008, s. 68–71.

5 Zob. S. Seidman, *Społeczne tworzenie seksualności*, Warszawa 2012, s. 101–102.

6 Zob. *ibidem*, s. 161.

7 Zob. *ibidem*.

8 C. Blackledge, *Wagina. Kobieca seksualność w historii kultury*, Warszawa 2003, s. 360.

i na wielu płaszczyznach traktowano ją jako mniej ważną od męskiej, szczególnie w dyskursie obyczajowym, medycznym i prawnym⁹. Moralne i kulturowe uprawnienie do otwartego czerpania przyjemności seksualnej przez kobiety było okupione walką z androcentrycznym dyskursem seksu oraz wymagało przewyciężenia wielu uprzedzeń i narzędzi ścisłej kontroli seksualnej. Autor powołuje się na Foucaulta, wskazując, że mitologia seksualności kobiecej powstawała w cieniu męskiej dominacji, w atmosferze lekceważenia i ignorancji oraz „histeryzacji” ciała kobiety¹⁰. Wcześniej wspomina natomiast o bardzo istotnej roli wynalazku z XIX w., czyli wibratora, który zrewolucjonizował podejście do przyjemności seksualnej kobiet, początkowo będąc urządzeniem służącym leczeniu ich z choroby zwanej „histerią macicy”. Zabiegi wykonywane wibrującym narzędziem miały uzdrowić kobiety z objawów nerwowości, omdleń, duszności oraz skłonności do inicjowania problemów¹¹. Przyrząd, który swoje drugie życie zyskał w okresie rewolucji seksualnej, dziś jest prawdziwym symbolem wyzwolenia kobiecej seksualności.

Temat kobiecej przyjemności seksualnej, dotychczas tabuizowany, jest eksplorowany we współczesnym dyskursie mediów i kultury popularnej. Powszechnym zjawiskiem stało się utowarowienie seksualności i używanie jej jako narzędzia oddziaływania zabiegów marketingowych¹². Na fali popularności kwestii seksu i rozkoszy seksualnej kobiet powstaje mnóstwo materiałów poradnikowych powielających często fałszywe, stereotypowe obrazy, które trafiają do odbiorców poprzez teksty prasowe, a także przez portale internetowe i przestrzenie komunikacji w sieci. W rzeczywistości na atrybuty kobiecej seksualności, także na sposoby doświadczania orgazmu, wpływa bardzo wiele czynników, w tym za najistotniejsze uznaje się m.in. kulturę i środowisko społeczne, przebieg socjalizacji oraz porządek norm seksualnych regulujących akceptowane zachowania erotyczne, okoliczności współżycia i specyfikę doboru partnerów¹³. W artykule Elisabeth Armstrong, Pauli England oraz Alison Fogarty, poruszającym problem kobiecego orgazmu i przyjemności seksualnej w relacjach z partnerami w środowisku studenckim, autorki wyznaczają cztery przestrzenie źródeł czerpania satysfakcji z seksu. Są to: techniki seksualne, specyfika doświadczeń partnerów, zaangażowanie

9 A. Sochaczewski, *Krótką historia kobiecego orgazmu, czyli paroksyzm w gabinecie*, [w:] *Tajemniczy świat kobiecego orgazmu*, red. Z. Zdrojewicz, Wrocław 2009, s. 7.

10 Zob. *ibidem*, s. 15.

11 Zob. *ibidem*, s. 10–14.

12 Zob. I. Einhorn, *Psychologiczne i socjologiczne uwarunkowania kobiecego orgazmu*, [w:] *Tajemniczy świat...*, s. 24–25.

13 *Ibidem*.

i uczucie oraz nierówność genderowa¹⁴. Czynniki te posłużyły analizom, które wykazały, że kobiety doznają orgazmu częściej w stałych związkach niż w przygodnych relacjach¹⁵.

W publikacjach nt. przyjemności seksualnej kobiet przeprowadzane analizy i badania najczęściej dotyczą relacji heteroseksualnych. Wiodące jest wyraźnie, że to heteroseksualność ma potencjał wyznaczania norm seksualnych i występuje jako fundamentalny nośnik znaczeń wokół seksu i cielesności. Tematyka romansu i relacji damsko-męskich to jeden z najpopularniejszych i najbardziej uniwersalnych tematów kultury masowej, pozwalających dotrzeć do licznego grona odbiorców, którzy utożsamiają się z ładem normatywnym przekazywanym w popularnych treściach¹⁶. Jak pisze Grzegorz Siczkowski, na przełomie dziejów to głównie męskie fantazje wspierały śmiałość i seksualną swobodę wśród kobiet¹⁷. Autor dostrzega ogromne znaczenie wizualnej „oprawy” damskiej aktywności erotycznej, jakimi jest m.in. bielizna czy stylizacja ciała¹⁸, które budzą nieustające zainteresowanie kultury popularnej, mediów i ich odbiorców. Środki masowego przekazu oraz treści popkulturowe były nie tylko siłą napędową rewolucji seksualnej, ale współcześnie nadal stanowią istotną płaszczyznę reprodukcji i kreowania dyskursu seksualności kobiecej. Brian McNair umieszcza kwestię uzyskiwania seksualnej autonomii przez kobiety w kontekście demokratyzacji pożądania oraz rozrostu „kultury obnażania”, przez którą autor rozumie „medialną dostępność seksu, nagości na pokaz i ekshibicjonizmu”¹⁹. McNair zauważa, że nowoczesna kultura i media coraz częściej tworzą przekazy, w których to kobiece fantazje grają kluczową rolę, a obrazy oraz treści bezpośrednio związane z seksem nierzadko są kreowane przez kobiety i ukierunkowane na nie jako aktywnych odbiorców²⁰. Kobieca seksualność zyskała przywilej dążenia do przyjemności, do orgazmu, umiejscawiając go wśród czynników jakości życia dających poczucie adekwatności i satysfakcji. Pierwsza rewolucja obyczajowa, która rozpoczęła się wraz z zakończeniem I wojny światowej, uczyniła kobiety odbiorczyniami treści erotycznych, których produkcja nadal cieszy się powodzeniem

14 E. A. Armstrong, P. England, A. C. K. Fogarty, *Accounting for Women's Orgasm and Sexual Enjoyment in College Hookups and Relationships*, „American Sociological Review” 2012, no. 3, s. 435–462.

15 *Ibidem*.

16 A. Kłoskowska, *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, Warszawa 1980, s. 295.

17 G. Siczkowski, *Cały ten seks. Kroniki podkasane*, Warszawa 2008, s. 3–4.

18 *Ibidem*.

19 B. McNair, *Seks, demokratyzacja pożądania i media, czyli kultura obnażania*, Warszawa 2004, s. 5.

20 *Ibidem*, s. 251.

i tworzy ogromny zbiór seksualnych towarów medialnych, kulturowych czy przemysłowych. Grażyna Szelałowska stwierdza jednoznacznie, że rolę jednego z głównych stymulatorów procesu emancypacji i wyzwolenia seksualnego pełni kultura masowa. Efektami tych procesów są nowe możliwości spełnienia, a także poczucie władzy i podmiotowości w męskim świecie, ale przede wszystkim przełamanie największego w tym aspekcie tabu: prawa do bycia świadomym własnej seksualności²¹. Autorka wspomina także o efekcie „symbolicznego unicestwienia” kobiet w nasyczonej erotyką i seksualnością popkulturze, co zauważają teoretyczki nurtu krytyki feministycznej. Kobiecość w dyskursie popularnym bywa skrepowana przez zmaskulinizowaną rzeczywistość, w której przedstawia się kobietę jako ozdobę i „dodatek” do mężczyzny²². Omawiając myśl Michela Foucaulta, Dobrochna Kałwa proponuje analizę praktyk dyskursywnych wokół problematyki kobiecej seksualności. Wspomina Foucaultowski mechanizm kontroli i ujarzmiania wyrażony w regułach określających konteksty, formy, granice oraz przedmioty wypowiedzi o seksie, a tym samym wyznaczających ramy sposobów jego postrzegania²³. Seksualność stała się atrybutem kobiecego ciała pod wpływem działania niewidzialnych mechanizmów regulujących dystrybucję i posiadanie wiedzy o seksie, które warto poddać refleksji, analizując różne wymiary dyskursu²⁴. Podobnej analizy dokonam w niniejszym tekście, starając się rozwickłać działanie mechanizmów dyskursywnego porządkowania kobiecej rozkoszy seksualnej w popkulturze.

Rozkosze kobiet a media masowe

Posługując się kilkoma przykładami ze współczesnych mediów masowych, podjęłam się refleksji nad językiem, sposobem obrazowania oraz kreowania skojarzeń i symboliki związanej z kobiecą przyjemnością seksualną. Jako metodę analityczną w moich rozważaniach zastosowałam analizę dyskursu w wypadku materiału prasowego oraz narzędzia semiologii, służące odczytywaniu struktur znaczeniowych w fotografiach. W podsumowaniu refleksji i procesu poszukiwania znaczeń w obrębie popkulturowego dyskursu o kobiecej rozkoszy pomogła mi koncepcja mitu i mitologii autorstwa Rolanda Barthes'a²⁵. W tym ujęciu

21 G. Szelałowska, *Seksualność i erotyzm w kulturze masowej w XIX i na początku XX wieku – zarys problematyki*, [w:] *Kobieta i rewolucja obyczajowa. Społeczno-kulturowe aspekty seksualności. Wiek XIX i XX*, red. A. Żarnowska, A. Szwarc, Warszawa 2006, s. 15.

22 *Ibidem*.

23 D. Kałwa, *Kobieca seksualność w świetle teorii Michela Foucaulta. Spojrzenie na Polskę międzywojenną*, [w:] *Kobieta...*, s. 17–20.

24 *Ibidem*, s. 29.

25 Zob. R. Barthes, *Mitologie*, Warszawa 2000.

język i obrazy (tu: związane z kobiecą seksualnością) winny być traktowane jak znaki i symbole zakorzenione w konwencjach kulturowych. Znaczenia w nich zawarte będą ujmować, za Barthes'em, jako złożone formy – struktury symboliczne, które budują wspólne przestrzenie podobieństw wizualnych i stylistycznych w analizowanych treściach. Wreszcie podążając za twierdzeniem Barthes'a, że „mit to przekształcenie sensu w formę”²⁶, znaczeniowo wspólne fragmenty dyskursu, jakie wyłonią się z przeprowadzonych wstępnych analiz i rozważań, będą odczytywać jako „mitologię kobiecej rozkoszy”. Zastanowię się, czym jest „kobiecość” i „seksualna rozkosz” i pokażę na kilku przykładach znaczenia, jakie tworzą te kategorie. Postaram się także w wybranych elementach dyskursu mediów popularnych odszukać i odczytać rolę mitu kobiecej przyjemności seksualnej we współczesnym porządku społeczno-kulturowym w kontekście seksualności człowieka.

Narracje o kobiecej rozkoszy seksualnej zyskiwały oblicze symbolicznej konwencji, kiedy wzrastało zainteresowanie seksualnością kobiet w mediach, kulturze masowej oraz dyskursie publicznym. Zaczęto o kobiecości mówić i ją nazywać, a następnie wizualizować jej atrybuty, mnożąc symbole i znaki, wzbogacając język i tym samym rozszerzając mit. W dyskursie najpierw poruszano tematy związane z funkcjonalnością kobiecej przyjemności seksualnej (np. długo utrzymujący się mit, potwierdzany przez ówczesnych uczonych, że orgazm kobiecy jest konieczny do prokreacji). Kiedy kobiety walczyły o możliwość uzyskiwania autonomii i niezależności, orgazm stał się źródłem przyjemności zmysłowej i satysfakcji, nie zaś doznaniem towarzyszącym zapłodnieniu. Wraz z coraz bardziej różnorodnymi i bogatymi w detale obrazami ogromną rolę w tzw. kulturze wizualnej zaczęły odgrywać przedstawienia kobiet „idealnych” oraz wzorcowych atrybutów przyjemności cielesnej. Rozwinęła się wciąż fascynująca dla badaczy i popularna wśród odbiorców pornosfera oraz związany z nią biznes, generujący kolosalne zyski i uzurpujący wpływ na sposób postrzegania i myślenia o satysfakcjonującym życiu seksualnym. Wkrótce zaczęto częściej i żywiej poruszać tematykę kobiecego orgazmu, głównie w dyskursie tekstów typowo przeznaczonych dla pań (pisma, literatura, filmy, seriale), które najczęściej odwołują się do ujęć poradnikowych oraz eksploracji, mających za zadanie zaprezentować oraz ugruntować kulturowe ideały bądź zaspokoić potrzeby i uzupełnić dojmujący brak satysfakcji seksualnej.

Początki proklamowania seksualnej i społecznej autonomii poskutkowały otwarciem symbolicznych konstrukcji wokół tematu kobiecej rozkoszy na przestrzeniach wielu dyskursów o charakterze publicznym.

²⁶ *Ibidem*, s. 264.

Aktywność seksualna i orgazm stały się konstytutywnymi tematami współczesnych mediów popularnych. O seksie dyskutuje się na wizji, w programach typu *talk-show* i *reality show*, jest wykorzystywany w reklamie, pojawia się w powszechnie dystrybuowanych serialach i filmach. Debata publiczna i popkultura w dużej mierze przyczyniły się do ukonstytuowania się seksualnej demokracji i wyzwolenia z erotycznego patriarchy, które dały początek wolności oraz niezależności cielesności oraz seksualności kobiecej.

We współczesnych mediach seks jest jednym z czołowych tematów artykułów publikowanych zarówno w magazynach, jak i w serwisach internetowych skierowanych do kobiet, które znajdują tam szereg zwierzeń i porad, a także eksperckich opinii związanych z życiem seksualnym. Jednym z najistotniejszych elementów prezentowanych w takich treściach jest ciało kobiety i jego poszczególne fragmenty. Cielesność podlega tam ścisłej kontroli pod postacią uniwersalnych norm jej ukazywania. Adam Buczkowski w swoim artykule wyróżnia najważniejsze wymiary reguł kontrolowania kobiecego ciała. Jako newralgiczne wskazuje przede wszystkim sfery: kosmetyków i makijażu, depilacji oraz kultu dążenia do osiągnięcia i utrzymania szczupłej sylwetki²⁷. Mechanizmy związane z wymienionymi narzędziami kontroli wyznaczają porządek stylu życia i codziennej rutyny kobiet. W dodatku pełnią nadzór nad kobiecym wizerunkiem oraz wzorami aktywności seksualnej²⁸. Najbardziej znane i globalnie wydawane czasopismo kobiece „Cosmopolitan”, którego elementy wybrałam do niniejszego przeglądu problematyki z zakresu medialnych obrazów kobiecego orgazmu, szczególnie obfituje w tematykę seksu. Samuel Nowak, poddając w swojej publikacji analizę prasę kobiecą pod względem eksploracji seksualności, widzi niedostrzegalny na pierwszy rzut oka potencjał w tych treściach²⁹. Stwierdza, że niekiedy w banalnej i pastiszowej wręcz formie zawierają się teksty, odgrywające istotną rolę wprowadzania kwestii wyzwolonej kobiecej seksualności do dyskursu publicznego i mediów popularnych. Artykuły zamieszczane w magazynach typu „Cosmopolitan” według Nowaka przejawiają „zdroworozsądkowy feminizm” i ukazują kobiecość jako świadomie kreowany spektakl. Rozkosz seksualna i jej realizacja oraz wyrażanie w takich treściach są opatrzone scenografią w postaci konwencjonalnych wzorów płciowych, matryc wizerunkowych i uprosz-

27 A. Buczkowski, *Metamorfozy. O dwóch przypadkach społecznego tworzenia ciała*, „Unigender” 2006, nr 0/1, <http://bit.ly/2bf48vC> [dostęp: 14.04.2015].

28 *Ibidem*.

29 S. Nowak, *Bądź Cosmo! Kolorowa prasa kobieca, popkultura i seksualność*, [w:] *Buducnost Medii*, red. B. Baluchová, J. Matúsová, B. Slobodova, Pieszczany 2012, s. 252–272.

czonych schematów wnioskowania, jednak mimo to pełnią niezwykle ważną funkcję o doniosłości społeczno-kulturowej. Mogą być interpretowane jako postulat dążenia do przyjemności seksualnej i uzyskania prawa do samostanowienia o swojej seksualności³⁰.

Do mojej fragmentarycznej, raczej przyczynkowej niż weryfikującej, analizy posłużył przykład losowo wybranej okładki czasopisma „Cosmopolitan”. Estetyka tego magazynu doskonale wpisuje się w nurt odtwarzających konwencje i stereotypowe wzorce pism, kierowanych wyłącznie do kobiet. Przyjrząc się jednej z okładek polskiego wydania pisma z 2012 r. z numeru czerwcowego. Kompozycja wizualna przedstawia na pierwszym planie zdjęcie kobiety, polskiej celebrytki Katarzyny Cichopek. Wizerunek eksponuje jej ciało, od twarzy do połowy ud, gdzie zdjęcie zostało „ucięte”. Kobieta ubrana jest jedynie w dwuczęściowe, jasnoniebieskie bikini, a jej dekolt ozdobiono złotym wisiorkiem z wyraźnym konturem wyrazu „love”. Jej nadgarstek zdobi bransoletka, paznokcie u dłoni wykańcza beżowy kolor. Skóra postaci jest wyraźnie ujednolicona, kolor i światłocien wyglądają nieco nienaturalnie. Twarz kobiety podkreśla delikatny makijaż i okalają rozpuszczone ciemne, długie włosy. Celebrytka jest uśmiechnięta, opierając dłonie na biodrach prezentuje swoje ciało. Jej sylwetka przesłania nazwę magazynu oraz białe tło, które w dużej części przykrywa tytuły i zajawki tekstów znajdujących się wewnątrz pisma. Nie bez znaczenia jest także fakt, że Katarzyna Cichopek, choć nie jest profesjonalną aktorką, w popularnym serialu *M jak miłość* od lat kreuje postać Kingi – kobiety, która bardzo szybko, jeszcze jako nastolatka, wchodzi w relację intymną z mężczyzną, z którym prędko bierze ślub i zakłada rodzinę. Biorąc pod uwagę fakt, że „Cosmopolitan” to format zapożyczony, mamy tu do czynienia z polską semantyczną nakładką na okładkę pisma, czego wyrazem jest wyeksponowanie na niej sylwetki Cichopek, kojarzącej się nie tylko ze środowiskiem celebrytów, ale także z ciepłą i rozsądną Kingą z serialu. Dwa podobnej wielkości napisy najbardziej przykuwające uwagę to: „99 wskazówek. Rozwiejemy wszelkie wątpliwości” oraz „Jeszcze bardziej sexy! Jakich kobiet szukają faceci? Co sprawia, że zrobią pierwszy krok? Jaki makijaż na nich działa?” – wyraźnie zaznaczają poradnikowy charakter zamieszczonych treści. Sugerują także, że kobieta potrzebuje rad i wskazówek, aby czerpać przyjemność seksualną oraz zdobyć i utrzymać partnera. Po lewej stronie, pomiędzy wspomnianymi zajawkami, w ramce znajduje się także napis: „TYLKO U NAS. To musi wiedzieć każda panna młoda!” – znów podkreśla funkcję udzielania porad, a także

**Seks, kobiety
i kolorowe
czasopisma**

30 *Ibidem*.

zaznacza wątek małżeństwa i przygotowań związanych z ceremonią ślubu. Po prawej stronie, w kolejnej kolumnie, od góry po kolei pojawiają się napisy: „Przeżyj Euro w stylu Cosmo! Uwaga: on będzie zazdrosny!” – druga część jest zapisana mniejszym stopniem pisma, co ma prawdopodobnie pełnić funkcję „szeptu”, sekretnego dopisku, który wyraża efekt udzielanych w „Cosmopolitan” wskazówek dotyczących przeżywania wydarzenia sportowego, które mają wzbudzać zazdrość partnerów czytelniczek. Sugeruje to, że można i należy wzbudzać to uczucie w mężczyznach, by zyskać ich uwagę. Następnie mamy tytuł bezpośrednio odnoszący się do wizualnej strony okładki: „Katarzyna Cichopek. Sekret jej metamorfozy”. Kolejny, w tej kolumnie najbardziej podkreślony za pomocą kroju pisma tytuł: „NEWS DNIA. Możesz mieć fajniejszy orgazm” – tym razem mamy do czynienia z odwołaniem wprost do zjawiska orgazmu. Jest to swego rodzaju „odkrycie”, ale także zachęta dla kobiet do czerpania większej przyjemności z orgazmu. Ostatni, najmniej widoczny napis: „8 rad na kiepski dzień”, znów odzwierciedla funkcję poradnikową „Cosmopolitan”. Tym razem zasugerowano czytelniczkom, by lepiej radziły sobie ze złym nastrojem lub trudnymi sytuacjami.

Nie można pozostawić bez komentarza bogatej semiotycznie warstwy wizualnej, a w tym wypadku wizerunku zaprezentowanego na okładkowym zdjęciu. Bezsprzecznie przenosi on ugruntowane kulturowo i aktualne symbole i wzorce piękna kobiecego ciała: szczupła, wyrzeźbiona sylwetka, zadbane ciało, wypielęgnowana twarz i włosy oraz atuty wyeksponowane w skąpym bikini. Znaczenia zawarte w treści zajawek artykułów wyraźnie świadczą nie tylko o doradczej funkcji magazynu, ale także o zainteresowaniu skierowanym na: dobre samopoczucie kobiet, piękny wygląd, utrzymanie zainteresowania i wzbudzanie emocji u mężczyzn oraz wreszcie czerpanie pełnej satysfakcji i rozkoszy z seksu i orgazmu. Faktycznie, treść zawiera referencje do pragnień i uczuć mężczyzn, więc można wnioskować, że kobiecość jest tu przedstawiana jako autonomiczna tylko do pewnego stopnia. Natomiast jest pewne, iż kobiety „Cosmo” mogą i powinny pragnąć seksu, mieć z niego przyjemność oraz poszukiwać nowych rozwiązań, przede wszystkim dla własnej satysfakcji, co nie wyklucza także troski o relacje z mężczyznami. Okładki tego pisma pojawiające się na przestrzeni lat przenoszą bardzo podobne znaczeniowo treści. Ukazują jednocześnie manifest wyzwolonej seksualności i pragnienia rozkoszy oraz fragmenty treści symbolicznych wyrażanych *explicite* związanych wprost z kobiecością w ujęciu tradycyjnym (dążenie do małżeństwa, poszukiwanie sposobów na sprawienie przyjemności mężczyźnie, przywiązywanie ogromnej wagi do stylizacji ciała według obowiązujących kanonów piękna). Orgazm w „Cosmopolitan” jest symbolicznie pożądanym zarówno przez kobiety,

jak i ich partnerów, opisywany jako klucz do przyjemności, satysfakcji, sukcesu w związku oraz wysokiej oceny jakości życia.

Kolejnymi przykładami, którymi posłużę się, aby wyeksponować i odczytać fragmenty mitologii kobiecej rozkoszy, będą tytuły artykułów pochodzących z działów kobiecych na stronach internetowych wraz z dołączonymi do nich zdjęciami. Zdecydowałam się na dobór trzech pierwszych tekstów wyselekcjonowanych w wyszukiwarce z popularnych polskich portali internetowych, które bezpośrednio traktują o kobiecym orgazmie. Postaram się przyrzeć im bliżej pod kątem ich symboliki i zawartych w nich znaczeń, pomijając treści artykułów i zajmując się jedynie fotografiami oraz tytułami. Wszystkie trzy zdjęcia, które towarzyszą tekstom, są do siebie zaskakująco podobne, zatem postaram się poddać je analizie porównawczej. Na każdym widnieje twarz młodej kobiety (na jednym widoczna jest sama głowa, na dwóch pozostałych widać okryte bielizną piersi i dłonie kobiet, spoczywające na szyi lub dekolcie). W dwóch przypadkach kobiety mają rozchylone usta, we wszystkich natomiast – zamknięte oczy i głowy odchylone ku tyłowi, oparte na jasnej pościeli, która stanowi tło na każdym ze zdjęć. Grymasy, jakie postacie posiadają na twarzy, ewidentnie sugerują przeżywanie orgazmu, osadzone w powszechnie znanej konwencji. Dodatkowo znaczące są gesty dotyku u dwóch z nich (dłonie jednej z kobiet spoczywają delikatnie na szyi i zuchwie, druga zaś dotyka palcami szyi). Te ruchy i gesty wyraźnie posiadają konotację zmysłową i są częścią symboliki przeżywania silnego wrażenia cielesnego. Symbolika zdjęć mieści się w znanej i bardzo uproszczonej kulturowej konwencji fizycznej reakcji kobiet na rozkosz seksualną. Można to odczytać w takich elementach jak: rozchylone usta, zamknięte powieki, odchylona głowa. Należy również wspomnieć o powtarzalności i dobitności konwencji ideału kobiecego piękna. Kobiecość tradycyjna zostaje potwierdzona i uwypuklona w takich elementach jak: długie włosy, delikatna uroda, jasna, subtelną bielizna. Zdziwiający podobieństwo w zawartości znaczeniowej trzech wybranych zdjęć w znacznej części powtarza i reprodukuje schemat „portretowania” podobnych tekstów pojawiających się na stronach internetowych w dziale kobiecym. Zastanawiający jest jedynie gest dotyku dłoni kobiet, który może sugerować symbol „dawania przyjemności samej sobie” przez uwiecznione na fotografiach sylwetki. Ta interpretacja może być trafna, jeśli weźmiemy pod uwagę treści tytułów.

Pierwszy z tekstów, który wybrałam, pochodzi z portalu *kobieta.gazeta.pl* i jego tytuł *Jak rozpoznać kobiecy orgazm?* wskazuje na szereg porad dotyczących symptomów orgazmu u kobiet. Kobieca rozkosz jawi się zatem jako coś nie tylko pożądanego, ale też trochę tajemniczego i nieoczywistego, gdyż trzeba wskazówek, by móc ją rozpoznać.

Kolejny tytuł, *Masturbacja kobiet, czyli jak nauczyć się orgazmu*, pochodzący z serwisu kobieta.onet.pl, wskazuje na podobną właściwość, z tym że sugeruje coś więcej. Zaznacza masturbację jako metodę „nauki” orgazmu, jednocześnie niejako „wyjaśnia” funkcjonalność onanizmu kobiet. Możliwa symboliczna interpretacja jest następująca: masturbacja staje się uprawniona i właściwa wtedy, gdy dzięki niej można osiąść technikę osiągania orgazmu. Ostatni z wybranych tytułów ze strony kobieta.wp.pl, *Do orgazmu wystarczy nam... mózg*, symbolicznie zmierza o krok dalej. Oznacza orgazm jako przyjemność angażującą także inne części ciała poza narządami płciowymi. Znaczenie tego wyrażenia oscyluje wokół komunikatu, że rozkosz seksualna to coś więcej niż akt fizyczny, jest czymś bardziej złożonym. Jednocześnie tytuł sugeruje jakieś odkrycie, coś niespodziewanego, w jego znaczeniu kryje się odkrycie tajemnicy dotyczącej roli mózgu w przeżywaniu orgazmu. W rzeczywistości nic nie wyjaśnia, zachęcając poprzez formę do zapoznania się z treścią. Na pierwszy plan wysuwa się symbolicznie utwierdzony wątek tajemniczości doświadczenia kobiecego orgazmu. Widoczny jest także poradnikowy charakter tekstów oraz zachęty do „nauki”, wywoływania i przeżywania seksualnej rozkoszy. Wciąż sprawy związane z orgazmem kobiecym pozostają w medialnej i kulturowej symbolice enigmatyczne, niejasne, a zatem istnieje ciągła konieczność odkrywania go i wyjaśniania. Kobiecość, jaka wyłania się zarówno w treściach okładek „Cosmopolitan”, jak i w wizualnych oraz tekstowych zajawkach artykułów na portalach internetowych, reprodukuje wiele społeczno-kulturowych heurystyk i stereotypów. Kobieta aktywna seksualnie, zdolna do przeżywania orgazmu, jest przedstawiana jako idealna, posiadająca atrybuty młodości, szczupłego i zadbanego ciała oraz wyraźnej atrakcyjności fizycznej. Doznawanie rozkoszy cielesnej i orgazmu przez kobietę ma dwie zasadnicze symboliczne funkcje. Po pierwsze, zaspokaja mężczyznę, spełniając jego seksualne fantazje i dostarczając mu przyjemności, a także symbolicznie utwierdza w nim jego męskość. Po drugie, ugruntowuje także samą kobiecość, czyniąc kobiety zdolnymi do przeżywania przyjemności, czerpania z niej satysfakcji, pożądania rozkoszy oraz bycia świadomymi własnej seksualności.

Ostatnia część niniejszego artykułu poświęcona będzie analizie porównawczej sposobów prezentowania kobiecej seksualności w internetowych wydaniach magazynów skierowanych do kobiet – „Cosmopolitan” oraz „Wysokie Obcasy”. Oba pisma mają już ugruntowaną pozycję na rynku prasowym tytułów kobiecych. Są skierowane do współczesnych dorosłych kobiet, jednak promowane i konstruowane w zupełnie odmienny sposób. „Cosmopolitan” skupia się na prezentacji aspektów cielesności kobiet i elementów ich codziennego życia związanych głównie

z wizerunkiem zewnętrznym oraz relacjami z mężczyznami. „Wysokie Obcasy” natomiast ukazują funkcjonowanie kobiet w rzeczywistości społecznej w szerszych kontekstach socjokulturowych, przedstawiając je jako pełniące różnorodne role, znaczące w różnych kontekstach życia społecznego. Oba magazyny mają jednak wspólne płaszczyzny tematyczne, takie jak np. zdrowie, uroda, styl życia oraz seks. W aspekcie seksu i cielesności poruszają niekiedy bardzo podobne kwestie, ukazując seksualność kobietą jako rozwijającą się, dyskursywną i stawiającą wyzwania ograniczeniom tradycyjnego porządku kulturowego podziału ról płciowych. Same sposoby prezentacji powiązania tych kwestii są jednak w obu pismach odmienne.

Treści, które będą poddawać refleksji metodą analizy dyskursu, to artykuły przedstawiające i wyjaśniające doświadczenie seksualne kobiet, jakim jest „kobiecy wytrysk”. Jako pierwszy przeanalizuję artykuł pochodzący z serwisu „Cosmopolitan”. Jego tytuł to „Kobiecy wytrysk – co to właściwie jest?”, został on opublikowany na stronie 12.01.2015 r. w dziale „Miłość i seks”. Tekst jest krótkim artykułem o charakterze informacyjnym i wyjaśniającym. Jego autorka przedstawia w sposób przystępny dla czytelnika wyniki badań naukowych dotyczących zjawiska „kobiecego wytrysku” i szczerkowo wyjaśnia towarzyszące mu procesy fizjologiczne. Tekst został opatrzony zdjęciem młodej, atrakcyjnej fizycznie kobiety, prawdopodobnie leżącej na łóżku. Na fotografii uwieczniono część jej korpusu, zakrywaną jedynie przez biustonosz, którego ramiączka są zdejmowane przez kobietę. Jej wyraz twarzy (zamknięte powieki, rozchylone usta) ma symbolicznie przywoływać przeżywanie przyjemności o charakterze seksualnym. Zastosowana w tekście „strategia wyjaśniania” została zaprezentowana jako swoiste „odkrywanie tajemnicy”, co podkreśla zawarte w tytule pytanie oraz użycie w leadzie zwrotu „Brzmi tajemniczo, prawda?”. W tekście powołano się na konkretny periodyk naukowy, w którym zostały opublikowane badania („Journal of Sexual Medicine”) oraz wyniki procentowe szacunków statystycznych. Autorka występuje w roli osoby eksplorującej i wyjaśniającej perspektywę naukową omawianego zjawiska, stosując jednocześnie bezpośrednio zwroty do czytelnika. Treść stanowi przetłumaczenie języka badań naukowych na potoczny język doświadczenia, wyrażony przy użyciu takich słów i związków wyrazowych jak „filmy porno”, „siusianie” czy „wystrzelanie”, czasem opatrzone cudzysłowem. Podczas procesu wyjaśniania zjawiska opisywanego w tekście stosowano niewiele wyrażen specjalistycznych o naukowym charakterze, a jeśli się takie pojawiały, umieszczano dodatkowe tłumaczenia w nawiasach. Kobieca przyjemność została opisana wyłącznie z perspektywy procesów fizjologicznych zachodzących podczas odczuwania spełnienia. Konteksty, w których

umieszczono kategorię „kobiecego wytrysku”, to przede wszystkim medycyna (podano ośrodek badawczy, nazwisko lekarza, naświetlono fakt, że podstawą wyjaśnienia kwestii są wyniki badań) oraz indywidualne doświadczenie kobiecej seksualności wyrażone w wielokrotnych odwołaniach do rzeczywistych wymiarów życia seksualnego kobiety (czytelniczki), co można dostrzec w kończącym artykuł cytacie: „W każdym razie, nie powinnaś obawiać się, jeśli nigdy ci się nie zdarzyło, ale też wszystko jest ok, kiedy zdarza ci się to za każdym razem”. Znamienny w artykule jest również sposób opisu zjawiska „kobiecego wytrysku”, który jest określany za pomocą kategorii związanych z doświadczeniem seksualnym mężczyzn (na co wskazują słowa: wytrysk, żeńska prostata), co dodatkowo podkreśla wyjątkowość i „tajemniczość” tego aspektu jako dopiero odkrywanych i wymagającego zdefiniowania.

Artykuł opublikowany w serwisie „Wysokich Obcasów” również ma charakter eksploracyjny i wyjaśniający, jednak jest o wiele dłuższy i bogatszy treściowo od poprzedniego oraz osadza poruszany problem w wielu wątkach i kontekstach. Publikacja nosi tytuł: „Kobieca ejakulacja – fontanna rozkoszy”, umieszczono go na stronie 11.12.2014 r. w dziale: „Seks”. Artykuł opatrzone grafiką o charakterze symbolicznym, przypominającą rysunek, na którym widnieje postać kobiety ubranej w koszulkę na ramiączkach, o wyrazie twarzy sugerującym odczuwanie przyjemności. Kobieta na rysunku polewa się wodą z gumowego węża, który owinięty jest wokół przedramienia i skierowany strumieniem na klatkę piersiową postaci. Grafika prezentuje metaforyczne nawiązanie do tematyki, w nieoczywisty i niebanalny, symboliczny sposób. W tekście pojawia się kontekst naukowy, medyczny oraz historyczny rozwój opisu doświadczenia „kobiecej ejakulacji”. Czytelnik może z niego pozyskać szczerkowe informacje o rewolucji naukowej i historycznej postrzegania kobiecej przyjemności, o jej aspektach psychologicznych (emocjonalnych), właściwościach fizjologicznych i sposobie jej osiągnięcia. Tekst wyjaśnia wybrane kwestie zjawiska w sposób niesprecyzowany. Tylko jedno zdanie zaznacza, że autorka zajmuje się fizjologią orgazmu, jednak nie określono, w jakim charakterze. Układ tekstu został wyznaczony przez tytułowanie poszczególnych akapitów, kolejno: „kobieca ejakulacja – magia, prawda, konkret”, „prawda”, „konkret” oraz „magia”, które podkreślają sposoby ujęcia tematu oraz kierunek wyjaśniania problemu. Tytuł oraz lead sugerują także poruszenie tematyki przyjemności fizycznej w kontekście emocjonalnym, o czym świadczą określenia: „fontanna rozkoszy”, „coś wyjątkowego”, „marzenia”. Kategoria omawianego doświadczenia także jest przedstawiana jako odkrywana „tajemnica”. Sposób jej opisywania łączy styl literacki, potoczny oraz naukowy (pojawiają się licznie słowa z dyskursu medycyny, np. „cewka moczowa”, „gruczoły przedsiolkowe”,

„antyeen”, które w tekście nie są dodatkowo wyjaśniane). Treść wymaga więc od czytelnika kompetencji intelektualnych umożliwiających właściwy i dokładny odbiór przekazu.

Ta stylistyka była cechą wyróżniającą pierwszy akapit, skupiający się na naukowym ukazaniu „prawdy” o specyficznym typie kobiecego orgazmu, jakim jest „ejakulacja kobieca”. Kolejny akapit kontynuuje informacje związane z relacją między procesami fizjologicznymi a odczuwaniem przyjemności, jednak jego stylistyka jest o wiele przystępniejsza. Zawiera mniej określeń typowo medycznych i naukowych, ma wyraźny charakter wyjaśniający i tłumaczący poruszaną problematykę. Pojawiają się w nim określenia potoczne o metaforycznym zabarwieniu, np. „kobieta jest właśnie w połowie drogi”, „szczęściary”, „wyssać z mlekiem matki”. W treści tego akapitu zostały zawarte informacje o samodzielnych metodach wywoływania rozkoszy, a także pojawia się aspekt relacji z mężczyzną. W ostatnim akapicie zatytułowanym „magia” ujawnia się emocjonalny kontekst ujęcia kobiecej seksualności. Autorka przywołuje wagę psychiki, więzi i emocji w akcie doświadczania rozkoszy seksualnej, posługując się wyrazami: „wzruszenie”, „płacz”, „śmiech”, „gniew”, „radość”. W ostatnim akapicie zostaje również przywołana kategoria kulturowa azjatyckiej sztuki kochania jako otwierającej emocjonalne przestrzenie seksualnego doświadczenia oraz odkrywającej wymiar „kobiecej ejakulacji”. W artykule stosowano zwroty bezpośrednie do czytelniczek, jednak było ich stosunkowo mniej niż w poprzednio omawianym, krótkim tekście. Autorka zakończyła artykuł słowami: „Z pewnością jest to jedna z bardziej fascynujących stref naszego ciała, którą możemy same poznawać i dawać się jej prowadzić w naszym seksualnym rozwoju”, co podsumowuje sposób ujęcia kobiecej seksualności jako rozwijającej się, wartej uwagi, a nawet nieodkrytej i pasjonującej.

Sposoby prezentacji tematyki „kobiecej ejakulacji” w obu magazynach są częścią współczesnego dyskursu o doświadczeniu seksualnym kobiet i wyobrażeniach dotyczących wytwarzania i przeżywania przyjemności seksualnej. Opis i strategie wyjaśniające zastosowane w poszczególnych artykułach są zaprezentowane w nieco inny sposób. Wyraźne różnice ujawniają się w osadzeniu problematyki w kontekstach: tekst z serwisu „Cosmopolitan” uwzględnił tylko kontekst naukowy i indywidualne doświadczenie, natomiast w artykule „Wysokich Obcasów” zostały ponadto ujęte konteksty: historyczny, psychologiczny i kulturowy. Treści różniły się między sobą również sposobami użycia języka. W jednym z tekstów pojawiały się pojęcia wymagające od czytelników wysokich intelektualnych kompetencji do ich zrozumienia, język w tym przypadku był również bogatszy, bardziej złożony i zawierający wiele środków wyrazu (metafory, porównania). W artykule z „Cosmo-

politan” brakowało takich zabiegów, tekst ma charakter doradczy, poradnikowy, przystępny dla każdego czytelnika. Jego treść była krótka i zwięzła. Natomiast artykuł „Kobieca ejakulacja – fontanna rozkoszy” posiadał wiele splecionych wątków oraz złożoną strukturę tekstu, uporządkowaną w tytułowane akapity. Być może wiąże się to z charakterystyką przekazów obu magazynów. Można wskazać, że wybrane dyskursy różnią się pod względem przyjętej strategii rematyzacji³¹ oraz doboru zakresów tematycznych. „Wysokie Obcasy” to magazyn opiniotwórczy o większym zróżnicowaniu treściowym i ujmujący kobiecość jako złożoną kategorię społeczno-kulturową. „Cosmopolitan” jest zawężony tematycznie i skupia się raczej na wątkach dotyczących wizerunku kobiety, stylu życia oraz relacjach z mężczyznami, inne tematy i ujęcia kontekstów stanowią mniejszość i pojawiają się o wiele rzadziej niż w „Wysokich Obcasach”. Elementem, który ukazuje istotną różnicę w sposobach prezentacji kobiecej seksualności w omawianych tytułach, jest zastosowana strategia wizualizacji przy doborze obrazu do tekstu³². Artykuł z serwisu „Cosmopolitan” został opatrzony fotografią realistyczną, ale o symbolicznym wymiarze – wizerunek zaprezentowany na zdjęciu nie jest odbiciem treści, natomiast prezentuje wizualne nawiązanie do tematyki seksualnego doświadczenia oraz realizuje wzorzec kulturowej kobiecości (atrakcyjność, młodość, piękno, szczupłe, zadbane ciało). Przy artykule „Wysokich Obcasów” zamieszczono grafikę z konotacjami wyrażonymi w „języku” metaforycznym. Postać kobiety także przywołuje kulturowo utrwalone wzorce, jednak doświadczenie, do którego ma nawiązywać rysunek, jest przedstawione w nieoczywisty sposób. Sugeruje to także podkreślenie podmiotowości kobiety w zakresie dostarczenia sobie przyjemności seksualnej. W obu, tak różnych treściowo i ideowo, magazynach można odnaleźć jednak wiele wspólnych płaszczyzn znaczeniowych. Kobieca seksualność w obu artykułach została podkreślona jako kategoria warta uwagi, dyskursywna, coraz częściej eksponowana i dynamicznie zmieniająca się w ujęciu kulturowym. W tekstach pojawiał się, jako bardzo istotny, kontekst naukowy, w którym osadzono zjawisko „kobiecego wytrysku”. Medycyna została potraktowana przez autorki jako swego rodzaju „system ekspercki” uprawniony do wytwarzania i przekazywania wiedzy o kobiecej seksualności. Znamienne okazało się stosowanie w opisach kategorii pojęciowych pochodzących z doświadczenia seksualnego i fizjologii męskiego ciała, które zapożyczono, by wyjaśnić związane ze zjawiskiem procesy. Świadczy

31 Zob. M. Lisowska-Magdziarz, *Analiza tekstu w dyskursie medialnym. Przewodnik dla studentów*, Kraków 2006, s. 58–59.

32 Zob. T. Piekot, *Dyskurs polskich wiadomości prasowych*, Kraków 2006, s. 110–134.

to o traktowaniu tej tematyki jako „nowej”, nieodkrytej, wymagającej wyjaśnień i nieposiadającej jeszcze sprecyzowanego zasobu pojęciowego³³, czyli ściśle określonej ramy konceptualnej właściwej dla kategorii „kobiecego wytrysku”.

Dyskursy serwisów internetowych magazynów „Cosmopolitan” oraz „Wysokie Obcasy” w aspekcie ujmowania kobiecej seksualności znacząco różnią się pod względem sposobów prezentacji tej kategorii, natomiast podkreślają żywe zainteresowanie tą tematyką. Jako pisma docierające głównie do kobiet propagują otwartość i gotowość do przekazywania informacji na tematy związane z seksem i cielesnością. Kobiecość jest jednak ujmowana w poszczególnych dyskursach zgoła inaczej – w popularnym „Cosmopolitan” w wąskim kontekście, przede wszystkim związanym ze stylem życia i dbaniem o wizerunek, a w opiniotwórczych „Wysokich Obcasach” wielowątkowo i wielokontekstowo, jako przekształcająca się kategoria o społecznym i kulturowym znaczeniu. Analiza dwóch dyskursów o kobiecej seksualności w magazynach skierowanych do kobiet ukazuje szczególną istotność kontekstów ujęcia tematu oraz zastosowanych środków wizualnych, retorycznych i językowych.

Kobieca rozkosz seksualna i orgazm w dyskursie współczesnych popularnych mediów to kwestia ciągłego kreowania i negocjacji znaczeń. Jako temat aktywnie poruszany w debacie publicznej cieszy się obecnie bardzo dużym zainteresowaniem wśród polskiego społeczeństwa, począwszy od łaknących wiedzy i nowinek kobiet, poprzez dziennikarzy i publicystów, a na producentach towarów związanych z seksualnym biznesem skończywszy. Dla współczesnych kobiet seks i ciało nie stanowią już tabu, ale są istotnym elementem w ocenie jakości życia oraz samorealizacji. To tematy, o których dyskutuje się w sferze prywatnej i publicznej, a także coraz częściej na płaszczyźnie naukowych dociekań w ramach różnych dyscyplin. Zaangażowanie badawcze w polu społeczno-kulturowych ujęć seksu i płci umożliwia otwarcie perspektyw i kontekstów refleksji nad mitologią kobiecego orgazmu, odkrywając znaczenia, jakie kryją się w dyskursach. „Mit” rozkoszy seksualnej w niniejszych rozważaniach ujawnił się jako owiany tajemnicą, budzący ciekawość i dociekliwość. Jest zjawiskiem, które dopiero przechodzi proces odkrywania, zarówno w doświadczeniu, jak i pod względem semantycznym. Zainteresowanie badaczy kwestiami przeżywania, pragnienia oraz nazywania oraz obrazowania kobiecego orgazmu może poprowadzić refleksje nad płcią i seksualnością w nowych kierunkach, a także wyznaczać nowe obszary ich rozwijania. Przyczynki do socjologiczno-kulturoznawczych

Zakończenie

33 M. Lisowska-Magdżiarz, *op. cit.*, s. 77–78.

analiz współlistnienia obrazów i tekstów w dyskursach treści skierowanych do kobiet pozwoliły uzmysłwić sobie przede wszystkim wielowątkowość i wielokontekstowość ujmowania tematów seksualnej rozkoszy. Refleksja ta wydaje się jeszcze ciekawsza, kiedy mitologie symbolicznego opisywania i wizualizacji orgazmu są traktowane jako elementy zmiany w społecznym postrzeganiu intymności i erotyzmu oraz kierunkach poszukiwania i realizacji tożsamości seksualnej.

Bibliografia

- Armstrong A. Elizabeth, England Paula, C. K. Fogarty Alison, *Accounting for Women's Orgasm and Sexual Enjoyment in College Hookups and Relationships*, „American Sociological Review” 2012, no. 3.
- Barthes Roland, *Mitologie*, przeł. A. Dziadek, Warszawa 2000.
- Blackledge Catherine, *Wagina. Kobięca seksualność w historii kultury*, przeł. K. Kartuzi, Warszawa 2003.
- Buczkowski Adam, *Metamorfozy. O dwóch przypadkach społecznego tworzenia ciała*, „Unigender” 2006, no. 0/1, <http://www.unigender.org/?page=biezacy&issue=00&article=05> [dostęp: 14.04.2015].
- Butler Judith, *Akty performatywne a konstrukcja płci kulturowej. Szkic z zakresu fenomenologii i teorii feminizmu*, [w:] *Lektury inności. Antologia*, red. M. Dąbrowski, R. Pruszczyński, Warszawa 2007.
- Butler Judith, *Uwikłani w płęć. Feminizm i polityka tożsamości*, przeł. K. Krasuska, Warszawa 2008.
- Einhorn Jakub, *Psychologiczne i socjologiczne uwarunkowania kobiecego orgazmu*, [w:] *Tajemniczy świat kobiecego orgazmu*, red. Z. Zdrojewicz, Wrocław 2009.
- Giddens Anthony, *Przemiany intymności. Seksualność, miłość i erotyzm we współczesnych społeczeństwach*, przeł. A. Szulżycka, Warszawa 2006.
- Giddens Anthony, *Socjologia*, przeł. A. Szulżycka, Warszawa 2007.
- Kałwa Dorota, *Kobięca seksualność w świetle teorii Michela Foucaulta, Spojrzenie na Polskę międzywojenną*, [w:] *Kobięta i rewolucja obyczajowa. Społeczno-kulturowe aspekty seksualności. Wiek XIX i XX*, red. A. Żarnowska, A. Szwarc, Warszawa 2006.
- Kłoskowska Antonina, *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, Warszawa 1980.
- Lisowska-Magdziarz Małgorzata, *Analiza tekstu w dyskursie medialnym. Przewodnik dla studentów*, Kraków 2006.
- McNair Brian, *Seks, demokratyzacja pożądania i media, czyli kultura obnażania*, przeł. E. Klekot, Warszawa 2004.
- Nowak Samuel, *Bądź Cosmo! Kolorowa prasa kobięca, popkultura i seksualność*, [w:] *Buducnost Medii*, red. B. Balogová, J. Matúsová, B. Slobodova, Pieszczany 2012.
- Piekot Tomasz, *Dyskurs polskich wiadomości prasowych*, Kraków 2006.
- Seidman Steven, *Społeczne tworzenie seksualności*, przeł. P. Tomanek, Warszawa 2012.
- Sieczkowski Grzegorz, *Cały ten seks. Kroniki podkasane*, Warszawa 2008.

Sochaczewski Adam, *Krótką historia kobiecego orgazmu, czyli paroksyzm w gabinecie*, [w:] *Tajemniczy świat kobiecego orgazmu*, red. Z. Zdrojewicz, Wrocław 2009.

Szelągowska Grażyna, *Seksualność i erotyzm w kulturze masowej w XIX i na początku XX wieku – zarys problematyki*, [w:] *Kobieta i rewolucja obyczajowa. Społeczno-kulturowe aspekty seksualności. Wiek XIX i XX*, red. A. Żarnowska, A. Szwarz, Warszawa 2006.

Kamila Byrtek
Uniwersytet Opolski

Kanony kobiecego piękna fizycznego w reklamie telewizyjnej i internetowej

Abstrakt

Niniejsze opracowanie dotyczy kobiecego piękna w aspekcie fizycznym w reklamie telewizyjnej i internetowej, a także tożsamości kobiety w popkulturze. Analizowane wizerunki bohaterek wybranych komunikatów zostały podzielone na dwa typy: kobieta zwyczajna (w tym gospodyni domowa i specjalistka) oraz kobieta idealna (w tym aktywistka, kobieta sukcesu oraz zmysłowa). Ukazano także związek schematów istniejących w reklamach z funkcjonującymi w społeczeństwie stereotypami dotyczącymi płci. Ustalono, w jaki sposób poszczególne typy bohaterek są ukazywane w reklamach oraz jakie cechy są kanoniczne dla wizerunku tych kobiet.

Słowa klucze

reklama telewizyjna, reklama internetowa, stereotypy płci, kobieta w reklamie, kanon kobiecego piękna

Kanony kobiecego piękna fizycznego w reklamie telewizyjnej i internetowej

Obecnie trudno nie zgodzić się z opinią, wyrażoną m.in. przez Jamesa Twitchella, że wiek xx wiąże się z ustanowieniem nowej jakości – kultu reklamy¹. Jest to związane z całkowitym oddziaływaniem reklam na życie ludzi. Twitchell swoimi badaniami udowodnił, że różne komunikaty i hasła reklamowe tkwią bardzo wyraźnie w świadomości odbiorców: „Reklama przeniknęła do naszego języka, do sposobu, w jaki postrzegamy świat, kształtujemy relacje z innymi ludźmi, myślimy”². W dodatku towarzyszy ona człowiekowi nieustannie. Stała się „znakiem współczesności i jej nieodzownym elementem”³. Oddziałuje na rozmaite sfery życia, zarówno publiczne, jak i prywatne. Wpływ ten można postrzegać dwutorowo. Przy założeniu, że reklama stanowi swoistą siłę społeczną, wyróżnić można jej dwie role – pośrednią związaną ze sposobem przedstawienia określonych grup społecznych (wpływa zatem na to, jak dane grupy będą w społeczeństwie postrzegane, może być edukacyjna, a także zwalczać stereotypy) i bezpośrednią, wiążącą się z promowaniem określonych idei (np. walcząca z przemocą)⁴. Role takie najwyraźniej uwidaczniają się w reklamach *stricte* społecznych, jednak nie sposób odmówić takiego wpływu reklamom komercyjnym, których (naturalnie) jest najwięcej we współczesnych mediach. Oczywiście zakres działania reklamy jest znacznie szerszy i o wiele bardziej złożony, w dodatku nie tak pozytywny, jak przedstawiałyby to niektóre schematy.

1 D. Doliński, *Psychologiczne aspekty reklamy*, Gdańsk 2008, s. 7.

2 *Ibidem*.

3 Cyt. za: S. Kowalska-Myśliwiecka, *Człowiek w reklamie czy reklama w człowieku? Wpływ reklamy na życie człowieka*, [w:] *Współczesne uwarunkowania promocji i reklamy*, red. A.J. Kukuła, Warszawa 2013, s. 13–14.

4 *Ibidem*, s. 18.

Na ukształtowanie reklamy wpływają różne czynniki, w tym kanał nadawania, grupa docelowa tworzonego komunikatu i rodzaj promowanego produktu. W niniejszym opracowaniu celowo pominięto większość aspektów z tym związanych, a reklamy telewizyjne i internetowe traktuje się jako pewną całość, mającą pozwolić na skonstruowanie zarysu poruszanego problemu⁵. Sposoby ukazywania kobiet w wymienionych mediach są na tyle zbieżne, że – w kontekście wybranego przez autorkę tematu – nie ma konieczności rozróżniania między sobą obrazów na telewizyjne i internetowe.

Przy opisywaniu wizerunków kobiet można próbować wyodrębnić aspekty dotyczące wyłącznie piękna fizycznego bądź te związane jedynie z ukształtowaniem osobowości, motywacjami czy rolami społecznymi. Komponenty te jednak razem tworzą obraz kompletniejszy, stanowiący pewną całość (nieco uproszczony, ale holistyczny), który to warto odczytywać na tle rzeczywistości społecznej.

Twórcy reklam z założenia nie starają się przedstawić świata takim, jaki on jest, a ubarwiają go, przekształcają i dostosowują, by zrealizować konkretne cele. Kreują oni w ten sposób określone zachowania. Zresztą nic w tym dziwnego, skoro oprócz informowania jedną z głównych funkcji reklamy jest perswazja⁶.

Stereotypy zakorzenione w społeczeństwie zostały (z pewnością nie zawsze do końca świadomie) przetransferowane do reklam. Reklamy z kolei odgrywają dużą rolę w kształtowaniu świata konsumentów. Tworzą i utrwalają schematy. Jest to istotny problem, ponieważ wiąże się z rolą kobiet we współczesnym społeczeństwie. Należy wspomnieć, że jest on o wiele bardziej złożony, gdyż dotyczy również innych grup, m.in. zawodowych, a także mężczyzn, dzieci, młodzieży, ludzi w podeszłym wieku.

O nierówności płci w mediach mówi się dość często przede wszystkim w środowiskach feministycznych (można przeczytać o tym np. w raporcie *Kobiety dla Polski. Polska dla kobiet. 20 lat transformacji 1989–2009* przygotowanym przez Fundację Feminoteka⁷, a także na wielu stronach zakładanych przez inne feministyczne organizacje bądź przez osoby prywatne, zainteresowane tym tematem).

Kobiety występują w niemal każdej reklamie telewizyjnej. Są one przedstawiane na różnorakie sposoby. Oczywiście zależy to od bardzo

5 Tematykę tę opracowałam obszerniej w swojej pracy magisterskiej, dotyczącej wizerunku kobiety w reklamie telewizyjnej i internetowej. Zob. K. Byrtek, *Kobieta w reklamie telewizyjnej i internetowej*, Opole 2013 [niepublikowana praca magisterska].

6 A. Benedikt, *Reklama jako proces komunikacji*, Wrocław 2004, s. 14

7 Raport ten jest podzielony na odpowiednie działy tematyczne, m.in. rynek pracy, gospodarka, kultura, media, polityka, przemoc, nauka i edukacja, organizacje pozarządowe. W każdym z działów poruszona zostaje kwestia równouprawnienia kobiet, ich możliwości i ograniczeń związanych właśnie z płcią.

wielu zmiennych. Reklama, aby była logiczna, powinna być spójna stylistycznie, a jej poszczególne komponenty muszą się uzupełniać, tworzyć koherentną całość. Zarówno język, jak i obraz są tu jednakowo ważne. Istotnych jest mnóstwo czynników, takich jak muzyka, kolorystyka, sposób prowadzenia narracji, kompozycja kadrów, a wreszcie dobór postaci. Postać jest o tyle ważna, że niejako spaja te wszystkie elementy składowe swoją obecnością. To ona podaje informacje na temat określonego produktu, reprezentuje go poprzez swoje istnienie, przez własne (wykreowane) potrzeby potwierdza konieczność jego stosowania. Płeć postaci jest istotna przede wszystkim ze względu na kategorię reklamowanych produktów. Wybór płci bohatera reklamy zależy od celu, jaki przyświeca producentom (mowa o jednym z celów w skali mikro, bo oczywiście w skali makro jest to osiągnięcie zysku itp.). Proces ten jest związany z występowaniem stereotypów, za sprawą których do każdej z płci przypisana jest wiązka cech ją określających. Postać mężczyzny często konotuje samym swoim istnieniem jakości takie jak: siła, wytrwałość, stabilność, stanowczość. Postać kobieca natomiast wytwarza inne skojarzenia, to m.in. opiekuńczość, delikatność, ciepło domu rodzinnego, słabość. Czasem odchodzi się od przyjętych schematów (przypisując kobietom atrybuty męskie), z reguły jednak są one stosowane w różnych rodzajach reklam.

Wizerunek kobiety jest ściśle powiązany z rodzajem produktu, jaki jest reklamowany. Istnieją pewne schematy, które powtarzają się często przy określonych kategoriach przedmiotów. Analiza, jaką należy przeprowadzić w celu wyłuskania owych schematów, jest bardzo obszerna. Istnieje mnóstwo reklam, które je realizują. Na potrzeby niniejszego opracowania nie ma więc sensu przytaczać danych ilościowych. Stosownie będzie skoncentrować się na analizie jakościowej wybranych przykładów, które będą reprezentatywne dla wyszczególnionych grup. Schematy mają to do siebie, że działają niczym kalki, od których odrysowuje się większość elementów. Ich wyodrębnienie pozwala lepiej ukazać związki pomiędzy produktami a wizerunkiem kobiet pojawiających się w danych reklamach.

Obraz kobiety w reklamie jest, jak wspomniano, kształtowany z uwzględnieniem wielu czynników, m.in. reklamowanego produktu czy grupy docelowej. Stopniuje się atrakcyjność fizyczną kobiet, w tym ich kreowanie na niewinne bądź wręcz przeciwnie – prowokujące. Za opracowanie, mogące pomóc przy wyodrębnieniu poszczególnych rodzajów kobiecych wizerunków, posłużyć może typologia Barbary Czerskiej:

1. kobieta całościowa i w kawałkach,
2. kobieta dzika i domowa,
3. kobieta indywidualna i zbiorowa⁸.

8 P.H. Lewiński, *Retoryka reklamy*, Wrocław 1999, s. 100.

Kobieta całościowa to taka, której wizerunek postrzega się holistycznie (może być seksowna albo po prostu zadbana). U kobiety w kawałkach eksponuje się jedynie dane atrybuty. Zawsze jest seksowna, ma perfekcyjne ciało, którego fragmenty mają być pokazane w znacznym powiększeniu.

Ma długie włosy (szampony i odżywki), piękne, duże oczy i długie rzęsy (tusze do rzęs i cienie do powiek), zmysłowe usta (szminki, a także lody i słodczyce), białe zęby (pasty), aksamitną skórę (mydła, kremy), kształtną pupę (dżinsy), długie nogi (depilatory, maszyny do golenia dla kobiet), ładne ręce z nieprawdopodobnie długimi paznokciami (lakiery do paznokci, także męskie wody toaletowe). No i biust, który jakkolwiek nie eksponowany wprost, choć coraz częściej się to zdarza, np. w reklamach dezodorantów Fa, jogurtów Danone 0%, stanowi kluczowy moment wielu obrazów reklamowych⁹.

Kawałków tych jest, jak widać, całkiem sporo i zawsze znajdzie się odpowiedni do reklamowania wybranego produktu. Wyeksponowane części ciała nie zawsze jednak mają z nim jakikolwiek związek (szczególnie gdy mowa o reklamach adresowanych do mężczyźni, które to wykazują się wysokim stopniem erotyzacji).

Kobieta dzika jest wolna, nie ma żadnych zobowiązań (to częste w reklamach dla młodzieży), prowadzi aktywne życie (reklamuje np. tampony OB), dużą wagę przywiązuje do zabawy, może być wyzwolona seksualnie (reklamy środków intymnych). Kobieta domowa zajmuje się rodziną, jest zadowolona ze swojego życia, które najczęściej zamyka się w obrębie własnego domu. Jest dobrą matką i żoną.

Pozostaje jeszcze omówić typ kobiety indywidualnej – to znana celebrytka, ideał, który budzi podziw. Jest piękna, zadbana, perfekcyjnie ubrana, posiada luksusowe przedmioty, które symbolizują wysoki status społeczny, a także – co istotne – szczęście. Jej obecność ma u widza wywołać zachwyty, a także pragnienie dążenia do podobnego stanu (do czego niezbędny jest reklamowany towar). Tak zwana kobieta zbiorowa zaś ma odzwierciedlać przeciętną konsumentkę, reprezentować grono odbiorców, by ci mogli się utożsamić z bohaterką¹⁰.

Przedstawione powyżej typy można uznać za swoiste schematy, powtarzające się w tak wielu reklamach, że nie sposób byłoby je wszystkie wymienić. Najważniejsze jest spostrzeżenie, że istnieje bardzo duża zależność pomiędzy wizerunkiem kobiety a rodzajem reklamowanego przez nią produktu.

Zgodnie z tą regułą [dopasowania] osoba mało atrakcyjna fizycznie nie powinna reklamować produktów zapewniających urodę – kosmetyków, odzieży, butów,

⁹ *Ibidem*.

¹⁰ *Ibidem*, s. 106–108.

nożyków do golenia a nawet pasty do zębów. Gdy mówi (albo daje do zrozumienia), że przedmioty te zapewniają urodę, jest zupełnie nie na miejscu. Z drugiej strony, przy reklamie produktów kojarzonych z większą troską o higienę pomieszczeń i przedmiotów niż o własną urodę – a więc na przykład proszków do prania, mleczek do czyszczenia wanny czy płynów do mycia naczyń – fizyczne piękno osoby w reklamie nie powinno być zbyt uderzające¹¹.

Korzystając z opisanej wyżej typologii, można wprowadzić rozróżnienie nieco bardziej uogólniające:

1. kobieta zwyczajna,
2. kobieta idealna.

Każdy z tych typów musi wykazywać się określonymi cechami. Wymienić jednak można atrybuty wspólne dla wykreowanego piękna kobiety zwyczajnej i idealnej – są to młodość (najczęściej), sprawność fizyczna, szczupłość. Właściwości te z reguły stanowią bazę cech pożądanych.

Przekształconą – na potrzeby niniejszego opracowania – typologię kobiet występujących w reklamie przedstawia poniższy schemat:

1. kobieta zwyczajna:
 - gospodyni domowa,
 - specjalistka;
2. kobieta idealna:
 - aktywistka,
 - sukcesu,
 - zmysłowa.

Przy zastosowaniu możliwie największego uogólnienia w związku z obrazem kobiet w reklamach można by wyróżnić dwie główne grupy wizerunków. Pierwsza z nich to grupa kobiet zwyczajnych, które mają nie „rzucić się w oczy” poprzez określone cechy, a raczej powinny eksponować swoją obecnością reklamowane produkty. Odbiorca nie ma zapamiętywać określonych właściwości postaci, nie musi pamiętać jej samej, ale rezultat jej istnienia w reklamie. Druga grupa to kobiety, które swoimi fizycznymi atrybutami mają przyciągać uwagę bądź tworzyć odpowiednie tło dla prezentowanego produktu.

Kobieta zwyczajna

Odbiorca reklamy, w której występuje kobieta zwyczajna, ma się identyfikować z postacią bądź darzyć ją szczególnym zaufaniem. Nie może ona nazbyt przyciągać swoją fizycznością. Zbyt intensywnie wyeksponowane atrybuty mogłyby odwracać uwagę od reklamowanego produktu (w tym przypadku na niekorzyść producenta) i negatywnie wpływać na autentyczność przekazu.

Jednym z podtypów takiej kobiety zwyczajnej jest gospodyni do-

¹¹ D. Doliński, *Psychologia reklamy*, Wrocław 1998, s. 73–74.



mowa. Do reklamy produktów codziennego użytku, takich jak np. proszek do prania, nie ma sensu kreować kobiety urzekająco pięknej, zmysłowej. Obniżyłoby to wiarygodność reklamy, bo kłóciłoby się z potocznym postrzeganiem świata – kobiety takie nie trudnią się praniem. „Dlatego angażuje się do tych reklam panie o przeciętnej urodzie, by wyglądały jak zwykle, normalne kobiety. Ma to uwiarygodnić przekaz”¹². Kobiety przedstawiające produkty codziennego użytku gospodarstwa domowego (zarówno te spożywcze, jak i chemiczne) są zazwyczaj ukazywane na tle rodziny. To żony, matki, córki. Odpowiedzialne za porządek w sferze domowej. Tak np. kobieta w reklamie proszku do prania Rex („przedstawiamy rodzinę REX-a”) ukazana jest jako mama (trzech synów) i żona pilnująca porządku. Jako jedyna kobieta przejmuje obowiązek prania (mąż to „majsterklepka”). Wygląda przeciętnie, nie posiada żadnych wyróżniających się cech, które mogłyby zwrócić uwagę odbiorcy. Jest ubrana zwyczajnie – w koszulę i dżinsy, ma rozpuszczone, lekko zmechacone włosy, brak jej makijażu (a przynajmniej pozoruje się jego brak). Dziecko przedstawia matkę jako tę, która „tu rządzi”, po czym ukazuje się postać kobiety idącej przez kuchnię z koszykiem do prania. Jest z tego bardzo zadowolona (wskazuje na to jej uśmiech i ton głosu). Po przedstawieniu członków rodziny dziecko mówi „jest jeszcze Rex, najlepszy przyjaciel mamy”, a więc nie dość, że proszek jest postawiony w roli domownika, to jeszcze przyjaźni się z kobietą. Dużą rolę odgrywają w tej reklamie zarówno środki językowe, jak i wizualne. Narracja dziecka jest prowadzona w sposób żywy, wesoły, a jego intonacja ma sugerować zadowolenie z sytuacji. Warstwa wizualna reklamy również

Il. 1. Zrzut ekranu emitowanej w telewizji reklamy Rex-a

¹² M. A. Kowalski, *Reklama dźwignią fałszu?*, Warszawa 2000, s. 36.

jest istotna. Przedstawiona zostaje rodzina, każdy z jej członków jest uśmiechnięty. Przestrzeń (kontekst lokacyjny) zostaje zawężona do zakresu domu i ogrodu (jest przedstawiony tylko po to, by kobieta mogła powiesić pranie). Biorąc pod uwagę uwarunkowania kulturowe, można stwierdzić, że jest tu przedstawiony stereotyp kobiety, która zajmuje się domem (pracami, takimi jak pranie, prasowanie, gotowanie) w przeciwieństwie do męża (ten majsterkuje) i synów. „Niezły kram. Na szczęście jest Rex dla pomysłowych mam” – hasło ma podsumować przekaz i zachęcić do korzystania z produktu.

Pomysłowa mama, wedle niniejszej reklamy, zawsze musi mieć na uwadze kupno dobrego proszku do prania – w końcu to jej obowiązek. Trzeba przyznać, że przekaz reklamy jest spójny, więc pod tym względem spełnia ona swoje zadanie. Cechuje ją nienaturalność, co swoją drogą jest dość typowe dla większości współczesnych reklam (z reguły jednak aktorstwo jest w nich nieco lepsze).

Na podobnej zasadzie działają schematy przedstawiania postaci żeńskich w reklamach proszków do pieczenia, gotowych dań czy środków do czyszczenia. Kobieta ukazana w takich reklamach jest ubrana w sposób nierzucający się w oczy, ma delikatny makijaż. Przedstawia sytuacje z życia codziennego, małe scenki. Atrybutami takimi charakteryzuje się typ kobiety zwyczajnej, z którym potencjalnie może się identyfikować odbiorca (a przez to wzrasta jego poziom zaangażowania w reklamę)¹³. Ma on po prostu reklamować dany produkt, przy czym to właśnie przedmiot ma dominującą rolę w tym komunikacie. Jego cechy i działanie są najistotniejsze. Kobieta ma jedynie go zaprezentować, chowając się w cień produktu. Zrozumiałe więc, że nie może posiadać żadnych przesadnie podkreślonych cech ani zachowywać się w sposób szczególnie odwracający uwagę.

Świat wartości przedstawiony w takich reklamach opiera się na uczuciach związanych z prowadzeniem domostwa – kobieta pielęgnuje dom i jego mieszkańców, wywołuje poczucie bezpieczeństwa, jej wizerunek jest odwzorowaniem tradycyjnych schematów¹⁴. Oczywiście produkt,

13 M. Sutherland, A. K. Sylvester, *Reklama a umysł konsumenta: co działa, co nie działa i dlaczego*, przeł. G. Kranas, Warszawa 2003, s. 74–75.

14 Stereotyp kobiety jako tej, która zajmuje się domem, jest znany od niepamiętnych czasów. Spojrzenie na kobietę jako na słabszą i wykonującą mniej znaczące prace jest dość powszechne i ma swoje korzenie w różnych źródłach, jest dyktowane m.in. uwarunkowaniami fizycznymi. Ciekawe tezy na temat tych procesów przytacza Pierre Bourdieu (*Męska dominacja*, przeł. L. Kopiciewicz, Warszawa 2004, s. 15 i n.). Dostrzega on m.in. tendencję, która pozwala na zauważanie i stosowanie różnych schematów myślenia, które opierają się na pozornie naturalnych różnicach (a więc coś, co nie jest naturalne dla danej płci, zostaje uznane za takie i staje się wedle niektórych faktem niepodważalnym). W takich rozważaniach nie jest



który jest reklamowany, ma zapewnić te emocje, pozwolić na wprowadzenie do życia ciepła, radości i harmonii.

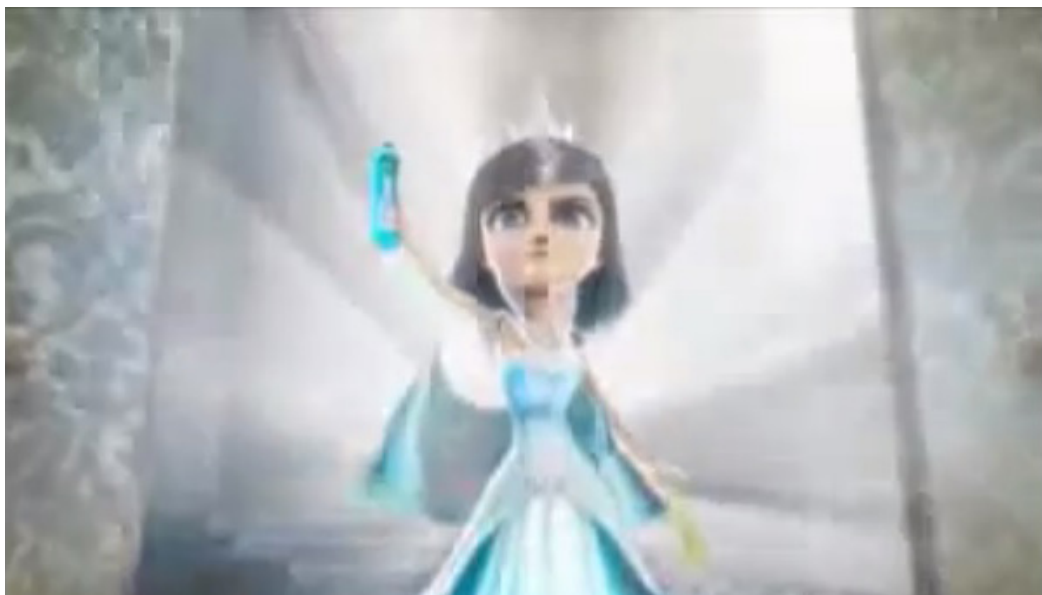
Mając na uwadze kreowanie wizerunku i tożsamości postaci żeńskich w reklamie, należy zwrócić uwagę na stereotypy, które szczególnie wyraźnie można dostrzec w analizowanej powyżej reklamie, ale również we wszystkich reklamach tego typu. Po pierwsze, kobieta, która dba o dom, nie może być przesadnie wypiełgnowana (ponieważ nie ma na to czasu, ale przede wszystkim dlatego, że nie takie są jej priorytety). Po drugie zaś, uwidacznia się tu stereotyp kobiety jako tej, która zajmuje się mieszkaniem, jest na usługi swojego męża i dzieci (sprząta po ich zabawie itp.), czerpie z tego satysfakcję. Obraz ten przywołuje na myśl kolokwialne sformułowanie „kura domowa”, które odnosi się do kobiet zawężających sferę swojego życia do prowadzenia domu właśnie. Pomyślność i kreatywność takiej osoby zawsze związane są z wprowadzeniem jakiegoś innowacyjnego produktu „domowego użytku”.

Ilustracja 3 przedstawia matkę i córkę, które razem przygotowują posiłek. Idealnie wpisują się w schemat opisany powyżej.

Zazwyczaj w reklamach związanych z towarami przeznaczonymi do użytku domowego wykorzystywane są wizerunki kobiet. Bardzo często stają się one przedmiotem, który jest jedynie tłem dla ukazania określonego produktu. Nie sposób jednak nie zauważyć, że płeć odgrywa ważną rolę

Il. 2. Kadr z emitowanej w telewizji reklamy Knorra „Fix. Danie na dziś”

odosobniony. Michel Foucault pisał o tym, że niektóre pojęcia są społecznie skonstruowane, a uważa się, że ich znaczenie ma naturalne korzenie. Tak np. analizował pojęcie „seksu” i zmian (poszerzenia) jego znaczenia na przestrzeni wieków. Przedstawione twierdzenia mają na celu ukazanie, jak nieuzasadnioną tezę jest sąd, że pewne cechy (stereotypy) są właściwe dla danych płci, ponieważ tak stworzyła je natura.



Il. 3. Kadr z reklamy Cif Ultra Biel.

w komunikatach tego typu. Przykładowo internetowa reklama produktów firmy Ariel jest opatrzona hasłem „Mamy wszystko, czego potrzebujesz”, które choć odnosi się do sfery prania (co jest oczywiste w kontekście całej strony), sprowadza potrzeby kobiet do czynności związanych z domem. Na rysunku są ukazane jedynie nogi postaci, jednak widać, iż jest to kobieta. Jej wygląd w żaden sposób nie wpływa na odbiór reklamy. Należy jednak zauważyć, że niosąc kosz pełen ubrań, zostaje przyporządkowana do sfery domostwa – jedynej, w której powinna marzyć i odczuwać potrzeby.

Wśród reklam zdarzają się takie, które bardzo mocno stygmatyzują kobiety i ukazują ich jednoznaczny status społeczny. Najczęściej są to obrazy ukazujące kobietę jako urządzenie sprzątające bądź obiekt seksualny. Przykładem pierwszego z nich może być reklama produktu Cif Ultra Biel. Jest ona stylizowana na bajkę. Opowieść brzmi:

Wieść rozeszła się po całym królestwie. Brudna szarość padła na biały pałac. Łazienkowe plamy, pleśń i uporczywy osad z mydła były nie do powstrzymania. Wtedy przybyła królowa z nowym Cif Ultra Biel. Cif Ultra Biel z wybielaczem i mikrogranulkami pokonał szarość i przywrócił czystą biel. [w tym momencie bajka rysunkowa zmienia się w rzeczywistość i widzimy kobietę w łazience] Usun szarość i przywróć czystą biel w swoim królestwie z Cif Ultra Biel. Zawsze piękne zakończenie.

Intonacja narratora ma przypominać sposób, w jaki opowiada się bajki (a nawet baśnie). Warstwa wizualna reklamy ściśle współgra z tym schematem, przedstawia bohaterów animowanych. Historia jest zakończona morałem, który w bajce jest zawsze najbardziej oczekiwaną częścią, zbiera wszystkie istotne tezy, aby ukształtować krótkie, aczkolwiek dosadne przesłanie. W tym przypadku przesłanie dotyczy produktu.



Reklama ta mocno krzywdzi kobietę, koronując ją na królową toalety. Komunikat może wydawać się niewinną opowieścią, jednak kreuje on bardzo jednoznaczny obraz bohaterki. To już nie tylko postrzeganie kobiety jako tzw. kury domowej, a o wiele więcej. Ukazuje się kobietę, która dokonuje w swojej łazience heroicznego czynu – sprząta. Osiągnięcie to wydaje się – w kontekście opowieści – szczytem możliwości bohaterki.

Kobiety występujące w roli specjalistki również nie wyróżniają się pod względem swojego wyglądu. Oczywiście są one ubrane inaczej – stosownie do sytuacji – by wyglądać profesjonalnie. W reklamie przekazują informacje z zakresu określonej dziedziny, robią to w sposób odczuwalny jako rzetelny. Produkty, które reklamują, to najczęściej różnego rodzaju leki, suplementy diety, pasty do zębów, a także kosmetyki przebadane dermatologicznie. Postacie w tego typu reklamach muszą mieć schludny ubiór, delikatny makijaż. Ich wizerunek ma uwiarygodnić bycie specjalistą, stanowienie autorytetu w danej dziedzinie.

Tło reklamy Belissy (il. 4) stanowi gabinet w bardzo stonowanych kolorach (przeważa biel, która kojarzy się z higieną i estetyką). Można zauważyć niezwykłą dbałość o szczegóły tej kompozycji. Ubranie bohaterki reklamy również jest białe, a fioletowe dodatki są dopasowane kolorystycznie do odcieni występujących na opakowaniu tabletek i piramidy, służącej za model. Kobieta w reklamie Belissy wyjaśnia, skąd biorą się problemy jej klientek z włosami, skórą i paznokciami, a następnie rekomenduje reklamowany środek jako jedyny suplement mogący w pełni uzupełnić niedobory poszczególnych związków w organizmie kobiety. „Belissa daje pewność, że nie zabraknie ani jednej substancji. Moim zda-

Il. 4. Kadr z emitowanej w telewizji reklamy Belissy

niem nie ma nic lepszego na włosy, skórę i paznokcie. Nie da się zastąpić Belissy” – mówi jako specjalistka prowadząca gabinet kosmetyczny. Jej ton głosu jest spokojny; bohaterka wyraża się w sposób zdecydowany. Zarówno warstwa wizualna, jak i werbalna jest ukształtowana tak, by świadczyć o profesjonalizmie. Również kontekst lokacyjny reklamy jest jednorodny.

W tego typu reklamach dynamika związana ze zmianą miejsc jest zbyt duża, ponieważ mogłaby zakłócić komunikację. Naturalnie, w reklamie tej nie następuje identyfikacja bohaterki z grupą docelową, ale pojawia się zjawisko przelania autorytetu (naukowego) na postrzeganie jakości produktu. Świat wartości reklam tego typu odnosi się do zdrowia, które jest postrzegane jako najważniejsze. Kobieta występująca w takich reklamach musi wyglądać zdrowo i naturalnie. Jest ona jednak nadal ukazywana jako zwyczajna. To oczywiście ekspertka, jednak nie może (podobnie jak we wcześniejszych typach reklam) przyciągać uwagi określonymi częściami swojego ciała bądź ogólną, niespotykaną urodą. Piękno prezentowane w reklamach tego typu jest związane z działaniem danych produktów – specjalistki mają nieskazitelną cerę, piękne włosy i paznokcie (często też podkreślają, że same używają danych suplementów).

Reklamy, w których przedstawiona persona to zwyczajna kobieta, dotyczą ogromnej liczby produktów. Nie ma potrzeby, żeby wymieniać je wszystkie, ważne, aby dostrzec procesy, które sprawiają, że postacie są tworzone na podstawie określonych kalk, schematów. Bohaterki tego typu mają być jedynie swoistym tłem dla reklamowanych produktów. Najczęściej to matki i żony, znacznie rzadziej specjalistki. W tej grupie reklam pojawiają się stereotypy związane z rolami społecznymi kobiet, ich funkcjami w rodzinie oraz koniecznością pełnienia obowiązków domowych.

Kobieta idealna

Druga grupa reklam to komunikaty, w których kobieta ma przyciągać uwagę swoimi atrybutami lub stworzyć odpowiedni wizerunek dla produktu, zawsze perfekcyjny.

Kobieta aktywna fizycznie, która prowadzi zdrowy tryb życia, również jest postacią na pograniczu – nieco zwyczajną, gdyż znajduje się w sytuacjach codziennych i nie eksponuje się jej elegancji czy zmysłowości, nieco zaś idealną – ponieważ jest swego rodzaju bohaterką (wspina się po górach, uprawia biegi, zajmuje się instruktażem fitness). Jest żywiołowa, nieco dzika. Można ją przyporządkować do grupy aktywistek, którym do realizowania planów potrzebne (wręcz niezbędne) są określone w reklamie produkty. Hasło reklamy wody firmy Żywiec brzmi „Wyjdź na dobry szlak wiosną”. Lektor zachęca – „czas zadbać o siebie”.



Il. 5. Kadr z emitowanej w telewizji reklamy wody Żywiec

Kobieta jest aktywna i żywiłowa, wykonuje te zalecenia. To wizerunek zupełnie odrębny od tego, który ukazuje role kobiety-matki i kobiety-żony. Wprowadzony zostaje obraz kobiety niezależnej, mającej na względzie swoją osobę (swoisty egocentryzm, szczególnie w zestawieniu z poprzednio analizowanymi typami reklam). Wizerunek takiej kobiety można także odnaleźć m.in. w spotach firm sportowych czy niektórych kosmetyków (np. antyperspirant firmy Adidas prezentowany przez kobiety uprawiające sport; od jakiegoś czasu reklamowany przez Ewę Chodakowską – *celebrity endorsement*). Część bohaterek omawianych reklam ma wyeksponowane ciała. Są one jędrne, smukłe, wysportowane.

Innym typem wizerunku wyróżnia się kobieta zmysłowa. Komunikaty, których jest nadawcą, stwarzają często intymny klimat, poczucie zmysłowości. Do tej grupy reklam należą różnorodne przekazy (od takich, które reklamują kosmetyki, po te, które rekomendują środki na potencję czy np. materiały budowlane).

Do reklamy kosmetyków zatrudnia się panie o urodzie powyżej przeciętnej, by wykazać, że używanie takiego to a takiego kremu, maści, perfum, odżywki prowadzi do tego, że i ty możesz być piękniejsza. Lecz i tu nie może reklamować tych produktów zbyt ponętna dama, by nie zniechęcić odbiorczyń, które mogłyby pomyśleć, że ja taka przecież nigdy nie będę, choćbym nie wiem jak się starała¹⁵.

Nadawca musi skonstruować odpowiednio postać, by nie wywoływała ona niechęci. W zależności od produktu eksponuje się dane cechy kobiety (kobieta w kawałkach) – gdy reklamuje ona krem do twarzy, ma nieskazitelną cerę; gdy produktem jest krem do biustu, wyeksponowane zostają piersi i skóra wokół nich; kiedy kosmetyk ma działanie kompleksowe, ukazuje się całe ciało. Reklama tego typu oddziałuje przede wszystkim wizualnie. Stosowane są dodatkowo werbalne zabiegi (np. niski, stonowany głos), jednakże uwagę ma skupiać na sobie przede wszystkim

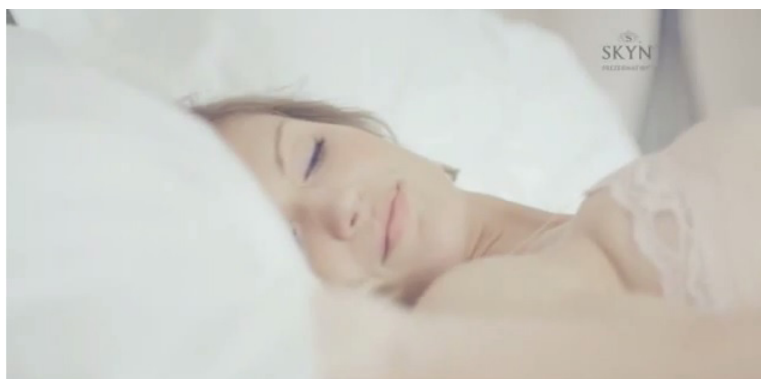
¹⁵ M. A. Kowalski, *op. cit.*, s. 36.

kim wygląd danej kobiety. Wpasowuje się ona oczywiście we współczesny kanon piękna – jest szczupła, ma jędrne ciało bez fałdki tłuszczu, nie ma żadnych fizycznych defektów. Nie posiada też znaków charakterystycznych – tatuażów czy piercingu – których obecność bywa postrzegana negatywnie. Reklama ma wyzwać pożądanie, niezależnie od tego, dla jakiej grupy docelowej jest przeznaczona. Jeżeli przedmiotem reklamy jest przykładowo żel pod prysznic dla kobiet, to skóra przedstawionej bohaterki ma się stać symbolem pożądanej jędrności (którą oczywiście żel ten ma zapewnić). Warstwa aksjologiczna takich reklam ogranicza się do wartości witalnych, związanych z fizycznością.

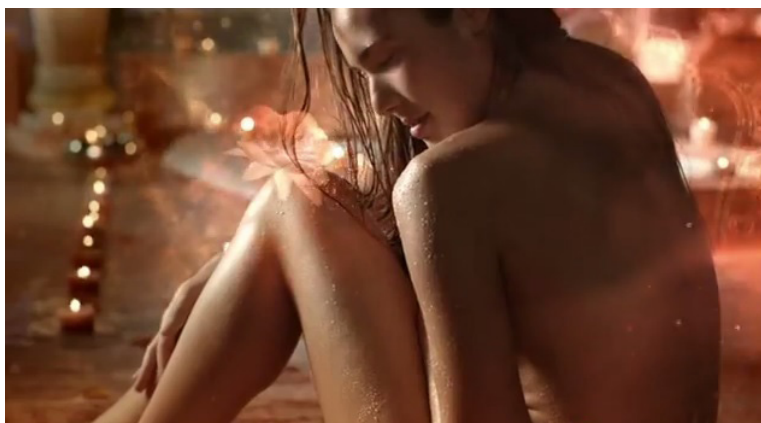
Jest mnóstwo reklam, w których wizerunek kobiety ma być zmysłowy, uwodzicielski. Nie zawsze skonstruowany obraz ma bezpośrednio odniesienie do produktu, ale są to zabiegi celowe (jeśli piękna kobieta reklamuje piłę motorową, to nie z powodu istnienia zgodności pomiędzy jej wizerunkiem a tym przedmiotem, ale dlatego że reklama ma trafić do grupy docelowej, która na tę kobietę odpowiednio zareaguje). Istnieją reklamy, w których erotyzm wynika ze specyfiki produktów, jakie reklamują (różne środki związane ze sferą seksualną człowieka). Bohaterką takich reklam jest zazwyczaj kochanka w białym, która w sypialni oczekuje swego partnera (kobieta całościowa). Często jest mniej roznegliżowana niż jej odpowiedniczka w reklamach żelów pod prysznic, jednak poprzez sposób, w jaki jest ukazana (kontekst), i treści, jakie wypowiada, wprowadza widza w bardzo intymną sytuację. To kobieta uwodzicielka, stanowcza i zmysłowa.

Często bardziej roznegliżowane kobiety występują w reklamach, których produkty pierwotnie nie są związane z seksualnością. To m.in. żele pod prysznic, balsamy, ale także inne przedmioty (bardzo różnorodne zresztą). Tendencja do erotyzacji różnych komunikatów jest dość znacząca. Seksualność zostaje uwydatniona w reklamie niemal wszędzie, gdzie jest to możliwe. Nagość ciała wykorzystuje się nawet w sytuacjach nieprzystających do niej z logicznego punktu widzenia. Bo co np. ma roznegliżowane ciało kobiety wspólnego (realnie) z silnikiem samochodu?¹⁶ Oczywiście widok ten działa na emocje odbiorcy, kumuluje jego uwagę, może wzbudzać podniecenie. Jednakże, gdyby się nad tym zastanowić, zabieg ten jest bardzo prymitywny. Stosuje się bowiem niewybredne środki, sugeruje absurdalne twierdzenia (np. że żadna kobieta nie oprze się jakiemuś zapachowi czy odpowiedniemu samochodowi). Często w takich komunikatach znajduje się sugestia, przywołująca na myśl stosunek seksualny (reklama taka może bowiem uruchomić te najniższe instynkty). Kobieta jest jedynie obiektem wywołującym żądę.

¹⁶ *Ibidem*, s. 52–53.



Il. 6. Kadr z emitowanej w telewizji reklamy prezerwatyw Unimil



Il. 7. Kadr z emitowanej w telewizji reklamy Palmolive



Il. 8. Kadr z emitowanej w telewizji reklamy Vichy

Zabieg tego typu nie jest stosowany jedynie w reklamach przeznaczonych dla mężczyzn (i podkreślających cechę męskości). Reklama żelu pod prysznic mogłaby istnieć bez nachalnego podkreślania nagości, jednakże coraz częściej kobiety przedstawione w tego typu komunikatach więcej odkrywają niż zasłaniają.

Kobieta, która reklamuje dobry specyfik, powinna pokazać ślady jego działania, dlatego, w zależności od wybranego kosmetyku, eksponowane

są konkretne części ciała bohaterki (kobieta w kawałkach). Muszą być one idealne, zachwycające, aby działanie specyfiku nie wzbudzało żadnych wątpliwości.

Tego typu reklamy są skierowane do kobiet – reklamowane produkty mają znacząco podkreślić ich piękno. Kreowanie obrazu kobiety idealnej może wywoływać negatywne konsekwencje w społeczeństwie (jak chociażby niedowartościowanie kobiet, w tym nastolatek, bardzo podatnych na wpływy takich komunikatów, ale także dążenie do stanu perfekcyjnego nierzadko grożące chorobami psychicznymi czy zaburzeniami odżywiania). Skoro wizerunek ten jest jednak pożądanym, a odbiorcy pragną się z nim identyfikować, reklamodawcy sugerują, że dany produkt może pomóc zbliżyć się do ideału. Ideał ten jest jedynie powierzchowny – dotyczy warstwy wizualnej – więc wartości przedstawiane przez takie reklamy również odnoszą się jedynie do cech związanych z wyglądem.

Wśród kobiet zmysłowych należy jeszcze wymienić te, które przedstawione są jako skrajnie nierozumne. Bohaterka taka emanuje seksualnością, jednak nie wykazuje cech człowieka inteligentnego. Ciągłe się kompromituje, jest słaba, niesamodzielna, niezaradna, nie potrafi wykonać nawet prostych zadań. Idealnym przykładem takiego wizerunku jest obraz kobiet w reklamie sieci komórkowej Mobilking. Była ona emitowana w telewizji, ale na skutek licznych skarg ze strony odbiorców została zdjęta z anteny.

Reklama ta z założenia miała być zabawna. Ukazywała roznegliżowane kobiety wykonujące różne czynności, których według stereotypów podejmują się wyłącznie mężczyźni. Każda z nich okazywała się niemożliwa do wykonania przez kobietę. Lektor w tym czasie snuł swoją opowieść:

Coraz częściej kobiety chcą dorównać nam, mężczyznom. Chcą naprawiać dzieła naszych rąk. [tu następuje kompromitacja kobiety] Bronią zdobyczy naszych ojców. [kompromitacja] Gaszą nasze pożary. [kompromitacja] Ale spójrzmy prawdzie w oczy: niektóre rzeczy zawsze były i będą tylko dla nas, mężczyzn. [kompromitacja] Taki jest Mobilking, nowy operator komórkowy [...]. Pewne rzeczy są tylko dla prawdziwych facetów¹⁷.

Stereotypizacja w tej reklamie przebiega na kilku poziomach. Przede wszystkim jest związana z wykluczeniem kobiet ze sfery niektórych działań. W kontekście tego komunikatu można wskazać wady przypisane kobiecie, takie jak: niezdarność, brak siły, nieumiejętność zrealizowania określonego celu. W dodatku poprzez roznegliżowanie sprowadza się postać żeńską do roli obiektu seksualnego. Już w pierwszym zdaniu („Coraz częściej kobiety chcą dorównać nam, mężczyznom”) jest ukryta bardzo istotna treść. Zawarto w nim sugestię, że kobiety są gorsze od

¹⁷ <http://www.mobilking.pl/reklamy-telewizyjne.html> [dostęp: 25.08.2014].

mężczyzn (skoro chcą im dorównać). Takie treści są dostrzegalne nie tylko w reklamach. Wystarczy zajrzeć do (wspominanego już) raportu fundacji *Feminoteka Kobiety dla Polski. Polska dla kobiet. 20 lat transformacji 1989–2009*¹⁸.

Dla zachowania równowagi warto wspomnieć o trzecim podtypie kobiety idealnej, czyli kobiecie sukcesu, która jest inteligentna, wykształcona, ma pasje, mnóstwo obowiązków i wyzwań, które przynoszą jej satysfakcję oraz pozwalają się rozwijać. Kobieta sukcesu jest zazwyczaj przedstawiana w schludnym ubraniu. Żadna z części jej ciała nie jest przesadnie eksponowana, gdybyż zakłóciłyby to odbiór zaplanowanych treści. Często przestrzenią, w której funkcjonuje bohaterka, jest biuro lub miasto (wtedy kobieta biegnie, ciągle się spieszy). Sylwetki takich osób można zauważyć nierzadko na stronach internetowych banków i ofert z nimi związanych.

¹⁸ Można tu wspomnieć chociażby o androcentrycznym wzorcu kultury w mediach, według którego „to, co męskie, stanowi normę, a to, co kobiece – jej gorszą wersję lub mniej istotny dodatek”. Zob. I. Kowalczyk, J. Piotrowska, E. Zierkiewicz, *Nierówne media, [w:] Raport. Kobiety dla Polski. Polska dla kobiet. 20 lat transformacji 1989–2009*, red. J. Piotrowska, A. Grzybek, Warszawa 2009, s. 153.

Il. 9. Screenshot ze strony internetowej sieci Mobilking

SILESIA BANK
Rok założenia 1898

40-054 Katowice, ul. Kopernika 5, tel. +48 32 359 99 00, fax +48 32 359 98 11
www.silesiabank.pl

Oddziały:
41-500 Chorzów
ul. Żeromskiego 4
tel. +48 32 241 67 72
+48 32 249 27 44
41-407 Imielin
ul. Imieńska 83a
tel. +48 32 225 80 18
+48 32 225 57 83
fax +48 32 225 57 84

Filie:
40-715 Katowice-Ligota
ul. Zasady 24-25
tel. +48 32 204 63 95
+48 32 204 63 96
40-423 Katowice-Nikiszowiec
pl. Wyzwolenia 4
tel. +48 32 363 10 04
+48 32 363 40 05
40-645 Katowice-Piotrowice
ul. Łętowskiego 32b
tel. +48 32 202 54 64
40-853 Katowice-Zalęże
ul. Główna 55
tel. +48 32 209 93 87
43-300 Bielsko-Biała
ul. Stojalowskiego 27
tel. +48 33 829 58 49
fax +48 33 829 32 81

Il. 10. Kobieta sukcesu
w reklamie Silesia Bank

Na ilustracji 10 zaprezentowano jedną z takich reklam. Przedstawiona kobieta trzyma laptopa, co wskazuje na jej obeznanie się z techniką. Jest ubrana estetycznie – odpowiednio do biura. Wyraz jej twarzy jest stanowczy, więc nie budzi wątpliwości co do jej profesjonalizmu. Oczywiście jest ona szczupła i nie ma żadnych widocznych defektów, które mogłyby odwracać uwagę odbiorcy.

Kobiety sukcesu coraz częściej pojawiają się w różnych reklamach w towarzystwie mężczyzn, jako partnerki w biznesie, współpracownicy. Tendencja ta pomaga przełamać stereotyp „kury domowej”, który każe sytuować kobietę wyłącznie w sferze domostwa. Bohaterki są przedsiębiorcze, dobrze przygotowane, rzetelne, kompetentne. Prowadzą własne firmy, doradzają klientom. Wzbudzają zaufanie. To wszystko sprawia, że ich obraz może być odbierany jako wiarygodny.

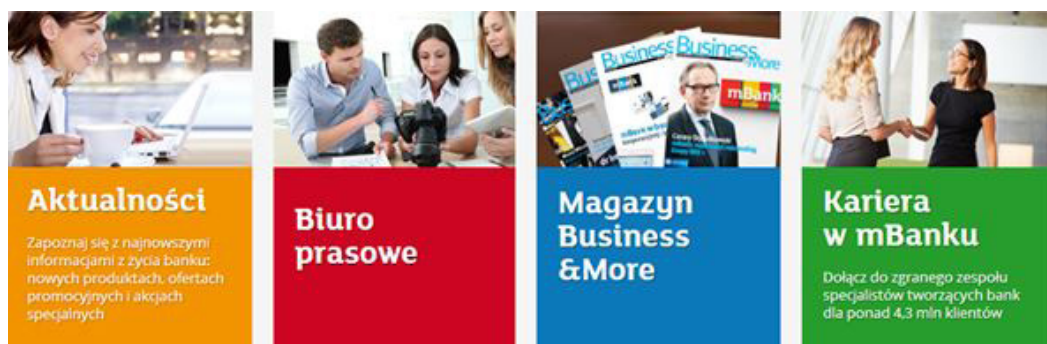
Jak można zauważyć, na stronie mBanku kobiety zostają przedstawione w sytuacjach biznesowych tak samo często (a nawet częściej w przypadku il. 11) jak mężczyźni. Świadczy to o powolnej zmianie tendencji w społeczeństwie. Jej rezultaty widoczne są w sferze reklam zarówno telewizyjnych, jak i internetowych, jednakże ze względu na to, że internet rozwija się i modyfikuje w sposób bardziej dynamiczny, zmiany są wyraźniejsze właśnie w nim.

Tożsamość oraz wizerunek kobiety w reklamie i społeczeństwie

Analizując poszczególne stereotypy, zawsze warto pokusić się o refleksję, czy są one skierowane przeciwko danej grupie, czy może uogólniają pozytywne tezy; a w przypadku tych dyskryminujących, jakiego fragmentu społeczności dotyczą. Większość stereotypów płci w roli poszkodowanej stawia kobietę – dewaluacja różnego rodzaju wartości wiąże się często z byciem „słabszą płcią”. Charakteryzuje się ją m.in. jako: emocjonalną, drażliwą, ciepłą, gadatliwą, skomplikowaną, sentymentalną, słabą, strachliwą, skłoną do narzekania, uległą, wrażliwą, zależną, zmienną¹⁹.

Stereotypizacja jest związana z określonym wartościowaniem, któremu towarzyszy niepełne, bo selektywne, przyjmowanie informacji. Jest ono związane z tendencją do przyjmowania sądów i informacji, które są

19 B. Wojciszke, *Człowiek wśród ludzi. Zarys psychologii społecznej*, Warszawa 2002, s. 419.



zgodne z naszym polem widzenia. Stereotyp jest zjawiskiem naturalnym i trwałym (trudno wyrzucić wpływ na jego kształt)²⁰. Interesująco ocenił go Piotr Sztompka – jako „przejaw patologii świadomości społecznej”²¹. To istotne, jeśli spojrzeć na stereotypy dotyczące kobiet poprzez tę optykę. Sztompka krytykował to, że „stereotypy przejawiają różnice między grupami, ignorują wewnętrzne zróżnicowanie w obrębie grup i odnoszą rzekome ogólne cechy całej grupy do każdego jej członka”²².

Stereotypy można więc oceniać dwojako. Z jednej strony są nieuniknione oraz ograniczają wysiłek poznawczy, z drugiej natomiast są bardzo krzywdzące i wręcz patologiczne. Dlatego też kobieta, która jest przedstawiana w reklamie jako wspomniana „kura domowa”, to z jednej strony reprezentantka typowej kobiety-gospodyni, z drugiej zaś to postać wywołująca oburzenie i niechęć (związane z przypisaniem kobietom wyłącznie określonych funkcji – opieki nad domem itp.). Podobnie mogą krzywdzić reklamy uprzedmiotawiające kobietę, gdyż ukazują ją jednostronnie i jednoznacznie – jako obiekt seksualny.

Zderzenie się świata rzeczywistego i zawartych w nim stereotypów ze światem reklam musiało skutkować powstaniem charakterystycznych twórców. Świadomość poszczególnych jednostek (a więc ogólnie mówiąc – społeczeństwa) jest przepełniona stereotypami, co ukazano już wcześniej. Reklama natomiast jest narracją wykreowaną, w dodatku najczęściej powiązaną z określonymi schematami (których istnienie nie zawsze jest uświadomione). Musi ona w jakimś stopniu bazować na stereotypach, bo poprzez łamanie schematów społecznych mogłaby kierować uwagę odbiorcy na sam ten proces, a nie produkt, który ma zaprezentować. Można zatem spojrzeć na stereotypy z dwóch perspektyw – jako te, które występują w społeczeństwie i przenikają do reklam, oraz

Il. 11. Komunikaty na stronie mBanku

20 T. Sasińska-Klas, *Stereotypy i ich odzwierciedlenie w opinii publicznej*, [w:] *Mity i stereotypy w polityce. Przeszłość i teraźniejszość*, red. A. Kasińska-Metryka, M. Gołoś, Toruń 2010, s. 10.

21 *Ibidem*, s. 12.

22 P. Sztompka, *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Kraków 2002, s. 300.

jako te, które niejako wtórnie ukształtowały się w samych reklamach poprzez dobieranie określonych środków, motywów, wzorów. Reklama ma więc też potencjalną zdolność stereotypotwórczą. Może ona kreować obrazy utrwalące się w społeczeństwie jako słuszne dla szerszej grupy obiektów, niż wskazuje na to reklama.

Powielanie schematów stereotypowo przypisanych kobietom jednocześnie je utrwała. Ich naruszenie może nastąpić poprzez kreowanie nowego wizerunku (tak jak np. model *businesswoman* zaczął burzyć wizerunek kury domowej). Coraz częściej bohaterki reklam sytuuje się poza domem. Wciąż jednak brakuje (bądź jest ich niewystarczająco dużo) komunikatów, w których pojawiłby się nowy – zgodny z ideą równouprawnienia – schemat, w którym kobieta prowadziła dom wspólnie z partnerem.

Nierzadko odejście od stereotypu kury domowej wiąże się z seksualizacją i uprzedmiotowianiem bohaterek. Ukazane zostają wyidealizowane, zretuszowane przez programy komputerowe wizerunki perfekcyjnych ciał, które mają stanowić obiekt pożądania. W zależności od grupy docelowej reklamy pożądanie to może przybierać różne formy – być związane z pragnieniem identyfikowania się z oglądaną postacią bądź, w przypadku mężczyzn, mieć źródło w dostrzeganiu u prezentowanej osoby atrakcyjności fizycznej w kontekście seksualnym.

Oczywiście nie można zapomnieć o tym, że schematy są cechą konstytutywną reklam i nie da się ich uniknąć. Nie może to jednak stanowić usprawiedliwienia dla twórców omawianych tu komunikatów, pokazujących postać kobiety w sposób jednoznacznie stygmatyzujący. W dobie innowacji muszą oni dostosowywać swoje komunikaty do aktualnych trendów i zmian. Jednocześnie sami te trendy kreują, więc biorąc pod uwagę przemiany ról, jakie odgrywają kobiety w społeczeństwie, mogą oni przyczynić się do zburzenia stereotypów na temat tzw. słabej płci.

Trudno wymagać, by twórcy reklam odeszli od zabiegów, takich jak chociażby erotyzacja (skuteczny chwyt marketingowy). Można przypuszczać, że nie zostaną w tym zakresie wprowadzone znaczące modyfikacje.

Zmiany mogą natomiast nastąpić w sferze obrazowania środowiska domowego. Już teraz pojawiają się reklamy, w których np. to mężczyzna pierze (Ariel) lub gotuje (Knorr). Pozornie niewielkie modyfikacje mogą przyczynić się do powolnego przekształcania opinii społecznej. Tego typu komunikaty nie muszą mieć programowo założonego oddziaływania, by przysłużyć się takim przemianom. Jednocześnie należy jednak zauważyć, że mężczyźni we wspomnianych reklamach ukazywani są jako specjaliści, a nie zwyczajni partnerzy w domu (w reklamie firmy Knorr zostaje ukazany profesjonalista – szef kuchni, nie ma natomiast szefowej).

Relacja między reklamami a sędami i stereotypami w społeczeństwie – jak ukazano wcześniej – jest obustronna. Sposób konstruowania wizerunku bohaterki przedstawianych w omawianych tu komunikatach daje przesłanki, by twierdzić, że kobieta współcześnie nadal nie jest postrzegana jako równorzędna mężczyźnie. Można wysnuć wniosek, że istnieje społeczne przyzwolenie na takie traktowanie, ponieważ niewiele reklam wzbudza kontrowersje prowadzące do zakazu ich emitowania ustanawianego przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji. Dzieje się tak jedynie w przypadku skrajnych pomysłów (zob. Mobilking).

W obliczu reklam, które upraszczają i stereotypizują obraz kobiet, należy przytoczyć tezę polskiego psychologa, Bogdana Wojciszkego:

Liczne badania podsumowywane za pomocą metaanaliz dowodzą, że faktyczne różnice między płciami są duże tylko w nielicznych dziedzinach (motoryka, seks i agresja); w innych pozostają umiarkowane (komunikacja i zachowania społeczne) albo małe (jak cechy osobowości). W wielu dziedzinach są bardzo małe lub nie pojawiają się wcale (szczęście, samoocena, sposób i skuteczność sprawowania władzy)²³.

Nie istnieją zatem psychologiczne podstawy, które miałyby stanowić usprawiedliwienie dla deprecjonowania możliwości zawodowych i intelektualnych kobiet. Nieraz pewne cechy i możliwości (takie jak wymienione wcześniej, m.in.: drażliwość, gadatliwość, brak siły, strachliwość, nieumiejętność sprawowania władzy, uległość, zależność, zmienność) są przypisywane kobietom wtórnie, a następnie – poprzez społeczne przyzwolenie – ujmowane jako naturalne.

Konstytucja zapewnia kobiecie równość wobec mężczyzny²⁴. Rozważanie analizowanych komunikatów w kontekście praw kobiet wydawać się może zabiegiem nieuzasadnionym, ponieważ w świecie reklam to skuteczność stworzonych chwytów marketingowych jest wartością priorytetową, a w niewielu reklamach kobiety są stygmatyzowane na tyle silnie, by kwestię tę rozpatrywała np. wspomniana wyżej KRRiT. Jednocześnie nie sposób nie zauważyć, że wizerunki bohaterek reklam w przeważającej liczbie bazują na stereotypach określających płć żeńską w sposób negatywny. Najpopularniejsze są dwa odrębne schematy – wizerunek gospodyni domowej (jej przestrzeń ogranicza się do mieszkania; wartości, którymi się kieruje, mają

23 B. Wojciszke, *Psychologia społeczna*, Warszawa 2011, s. 527.

24 Artykuł 33 brzmi:

„1. Kobieta i mężczyzna w Rzeczypospolitej Polskiej mają równe prawa w życiu rodzinnym, politycznym, społecznym i gospodarczym.

„2. Kobieta i mężczyzna mają w szczególności równe prawo do kształcenia, zatrudnienia i awansów, do jednakowego wynagradzania za pracę jednakowej wartości, do zabezpieczenia społecznego oraz do zajmowania stanowisk, pełnienia funkcji oraz uzyskiwania godności publicznych i odznaczeń”. Zob. <http://bit.ly/2b0n0Pw> [dostęp: 16.02.2014].

związek wyłącznie z rodziną i jakością jej życia) oraz kobiety zmysłowej (koncentruje uwagę na swoim ciele bądź wyraźnie je eksponuje; komunikaty takie często mają podtekst seksualny). Piękno fizyczne bohaterki jest oczywiście bardziej eksponowane w przypadku reklamy ukazującej jej poszczególne atrybuty. Korzystając z przyjętej wcześniej typologii, można uogólnić prezentowane wizerunki do obrazów idealnych oraz zwyczajnych. Kobieta idealna powinna mieć szczupłą (czasem wyraźnie wysportowaną) sylwetkę, gładką skórę (bez widocznych włosków, blizn, tatuaży, piercingu, cellulitu, rozstępów), lśniące włosy, białe zęby itd. Każdy detal jej wizerunku ma być nieskazitelny. Piękno kobiety zwyczajnej nie jest tak wyraźnie eksponowane, o czym wcześniej była mowa, jednak również można wyróżnić wiązkę cech kanonicznych bohaterek takich reklam są to m.in. szczupła sylwetka (odstępstwo stanowi np. reklama firmy Dove), zadbane włosy i skóra (nie są uwydatniane), brak wyraźnych skaz (tak jak wymieniane wyżej blizny itp.). Zauważyć trzeba, że niektóre z tych komponentów charakteryzują obydwa typy wizerunków. Przedstawiane kobiety nie posiadają skaz, a jeśli jest inaczej, to należy te niedoskonałości jak najszybciej usunąć (reklamowanymi produktami). Kanon kobiecego piękna fizycznego w reklamach opiera się zatem na nienagannym wizerunku. Obraz ten odpowiada konwencji komunikatów tego typu – często ich akcja rozgrywa się w świecie „jak z bajki”, w którym naruszane są reguły logiki²⁵. W kontekście powyższych rozważań warto jednak przytoczyć poniższą tezę:

Za dziesiątki tysięcy dolarów kreuje się nową supermodelkę, aby sprzedawać wody toaletowe świeżo zakochanym fryzjerkom bez grosza i romantycznym sekretarkom z całego świata. [...] Reklama nie sprzedaje produktów ani idei, lecz zafalszowany i hipnotyzujący model szczęścia²⁶.

Bibliografia

- Benedikt Antoni, *Reklama jako proces komunikacji*, Wrocław 2004.
- Bourdieu Pierre, *Męska dominacja*, przeł. L. Kopiciewicz, Warszawa 2004.
- Byrtek Kamila, *Kobieta w reklamie telewizyjnej i internetowej*, Opole 2013 [niepublikowana praca magisterska].
- Doliński Dariusz, *Psychologia reklamy*, Wrocław 1998.
- Doliński Dariusz, *Psychologiczne aspekty reklamy*, Gdańsk 2008.
- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej*, <http://www.sejm.gov.pl/prawo/konst/polski/kon1.htm>.
- Kowalska-Mysłiwiecka Sylwia, *Człowiek w reklamie czy reklama w człowieku? Wpływ reklamy na życie człowieka*, [w:] *Współczesne uwarunkowania promocji i reklamy*, red. A. J. Kukuła, Warszawa 2013.
- 25 T. Pohl, *Motywy kulturowe i historyczne w przekazach reklamowych*, Zduńska Wola 2010, s. 10, <http://bit.ly/2bgcBcz> [dostęp: 20.11.2015].
- 26 O. Toscani, *Reklama. Uśmiechnięte ścierwo*, przeł. Michał Misiorny, Warszawa 1995, s. 21.

- Kowalski Marek Arpad, *Reklama dźwignią fałszu?*, Warszawa 2000.
- Lewiński Piotr H., *Retoryka reklamy*, Wrocław 1999.
- Pohl Tomasz, *Motywy kulturowe i historyczne w przekazach reklamowych*, Zduńska Wola 2010.
- Raport. Kobiety dla Polski. Polska dla kobiet. 20 lat transformacji 1989–2009*, red. J. Piotrowska, A. Grzybek, Warszawa 2009.
- Sasińska-Klas Teresa, *Stereotypy i ich odzwierciedlenie w opinii publicznej*, [w:] *Mity i stereotypy w polityce. Przeszłość i terażniejszość*, red. A. Kasińska-Metryka, M. Gołoś, Toruń 2010.
- Sutherland Max, Sylvester Alice K., *Reklama a umysł konsumenta: co działa, co nie działa i dlaczego*, przeł. Grażyna Kranas, Warszawa 2003.
- Sztompka Piotr, *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Kraków 2002.
- Toscani Oliviero, *Reklama. Uśmiechnięte ścierwo*, przeł. Michał Misiorny, Warszawa 1995.
- Wojciszke Bogdan, *Człowiek wśród ludzi. Zarys psychologii społecznej*, Warszawa 2002.
- Wojciszke Bogdan, *Psychologia społeczna*, Warszawa 2011.

1. <http://rex.com.dedi1572.your-server.de/index.php?id=289> [dostęp: 10.12.2014].
2. <http://www.youtube.com/watch?v=R6osuo4n2Xs> [dostęp: 10.12.2014].
3. <http://www.youtube.com/watch?v=sKcibG-LbsQ> [dostęp: 25.08.2014].
4. <http://www.youtube.com/watch?v=eckIBq1C3-w> [dostęp: 15.12.2014].
5. <http://www.youtube.com/watch?v=OVdh9H7ogiE> [dostęp: 10.12.2014].
6. <http://www.youtube.com/watch?v=OVdh9H7ogiE> [dostęp: 10.12.2014].
7. <http://www.youtube.com/watch?v=FR-z7YtgoEc> [dostęp: 20.08.2014].
8. <http://www.youtube.com/watch?v=Ou52oXksDOA> [dostęp: 14.12.2014].
9. <http://www.mobilking.pl/reklamy-telewizyjne.html> [dostęp: 25.08.2014].
10. <http://ir.katowice.pl/web2/reklama/reklama%20banku1.jpg> [dostęp: 6.05.2014].
11. <http://www.mbank.pl/o-nas/o-mbanku/> [dostęp: 24.10.2013].

Źródła ilustracji

Summaries

Szymon Cieśliński

Katniss Everdeen, the girl on fire. Reflections on the creation of the main character in the series *The Hunger Games* by Suzanne Collins

The Hunger Games by Suzanne Collins, like *Harry Potter* and *Twilight*, is one of the most popular young adult series of the last twenty years. This combination of adventure novel, science fiction and love story owes its popularity to the main character and narrator – Katniss Everdeen.

This article aims to analyze the characterization of Katniss as a young woman who matures in the course of events described in the trilogy. The author intends to investigate the psychological, social and moral development of Katniss, as well as to describe her femininity through hermeneutical analysis of symbols and in relation to feminist theories (Judith Butler, Claudia Liebrand), both in terms of current gender categories existing in our culture, as well as in comparison with other characters of the series and gender policies typical of the world presented in *The Hunger Games*. All this to present the full characterization of “the girl on fire”.

Keywords

The Hunger Games, Suzanne Collins, Katniss Everdeen, dystopia, femininity, sex, gender, feminist theories

Joanna Płoszaj

Mordimer Madderdin’s alluring ladies. Creations and roles of descriptions of women in Jacek Piekara’s *The Inquisitor’s Series* in the narrative structure of the adventure genre

The main purpose of this article is to analyse the method of portraying female characters in the literary series about inquisitor Mordimer Madderdin written by Jacek Piekara. The analysis shows how women are presented by the main character (and narrator) – in particular, which words are used to describe the appearance of women and which parts of women’s body concentrates the attention of the narrative. The article is an attempt to define a place of female characters in Piekara’s series and their place in the narrative structure of the adventure genre, represented by novels and stories about Mordimer Madderdin.

Keywords

fantasy, female characters, Jacek Piekara, adventure literature, Polish literature, erotism

Robert Dudziński

All the lieutenant Borewicz's women. Femininity and masculinity in *07 Come In* TV series in comparison to its literary prototype

Keywords
07 zgłoś się, mass culture,
 television, series, Polish
 People's Republic

The article is a comparative analysis of *07 Come In* TV series and its literary prototypes, with the focus on portraying sexuality and the way it is assigned to certain functions. My disquisition aims to discuss three fundamental issues: the aspect of eroticism and sexuality, family relations and gender equality as well as women's emancipation. Such juxtaposition reveals a shift in depicting femininity and masculinity in the process of adapting them to a TV format.

Dominika Staszenko

Victim or vigilante? Characteristics of Final Girl trope in horror movies

Keywords
 Final Girl, Slasher Movies,
 Horror, Popular Culture

In this paper I explore the phenomenon of Final Girl, main trope concerning female characters appearing in the slasher subgenre. I describe the heroine's characteristics, relationships with other protagonists, and her attitude to combat with a serial killer. I also write about slasher history and the paradigm of this subgenre. In this article I use a comparative analysis of Final Girls from *The House on Sorority Row* and *A Nightmare on Elm Street* from 2010 to show what changes have occurred in the image of the character over the years.

Damian Gałuszka

Video games and the sexism problem – attempt to netographic analysis of selected Internet discussions

Keywords
 video games, sexualisation,
 gender discrimination

Video games are probably the only contemporary media which exceed the prospects for development of its competition by a significant degree. This state of being can be attributed to an increasing number and the developing demographic structure of players as well as to the growth of the economic importance of the electronic entertainment industry. The games themselves become more mature as well, discussing matters previously specific to film or literature. Unfortunately, the aforementioned transformation has a negligible effect on the important issue, which is immutable, often sexist approach to femininity in video games (the issue of representation and the role of female characters). However, it turns out that the representation of female characters in games is not the only problem: the reactions of the gaming community to the attempts of eliminating gender stereotypes in the contexts of the medium also proves to be problematic (e.g. the GamerGate scandal). Bearing in mind the above-described phenomena, I decided to analyse selected discourses that have emerged on the Internet in response to: 1) introduction of a new hero into the *Borderlands 2* named Ellie, 2) the evolution of the image of Lara Croft and 3) attempts to introduce women's teams to the popular *FIFA* series. In netnographic study I analysed users comments on the selected websites, which were posted in response to those attempts of equalization of women in the world of video games, and a group of female players by using an on-line survey (women were rare on the analysed sites).

Marcin Kluczykowski

Be like Barbie – to revive through seeing

Keywords
 doll, Barbie, commercial, simulacrum,
 antropomimetism

The article presents the most important events related to the success of Barbie dolls and the manners of its promotion in the US media. The author also focuses on the consequences of creating antropomimetical toys, which shapes and dimensions are unattainable for humans. By reference to considerations of Claire Johnston, Laura Mulvey and Jean Baudrillard, the author analyzes the ways of seeing, which led to the success of the dolls and the appearance of its unreal, "impossible" versions on the market.

Monika Midura

Sylvia Plath as a pop-culture phenomenon

This article discusses some forms of Sylvia Plath's presence in popular culture. According to the author's previous findings, she is the only American writer who is strongly present in the Polish Internet more than 50 years after her death. The author analyzes the appearances of Plath on Polish and American websites: on web forums, in followers' opinions, in discussions concerning the movie about her life (*Sylvia*, directed by Christine Jeffs), in shared images and photographs, as well as short movies created by the Internet users. The author also touches on the topic of Plath's presence in fashion and American film productions. She also tries to explain why Plath became one of the icons of contemporary pop culture.

Keywords

Sylvia Plath, popular culture, Internet, reception

Weronika Łucyk

Playing with the image of femininity vs dispute over feminism and camp – based on Madonna and Lady Gaga

The article is based on the analysis of different images of femininity and gender denotations in Madonna's (Madonna Ciccone) artistic creations and their interpretations by media experts (eg. John Fiske) and feminists of various factions (eg. Anna Nacher, Camille Paglia or Susan Bordo). Madonna's reception has been so diverse the artist may be regarded as a cultural phenomenon. The approach to her artistic creation has been changing along the years, parallel to the development of feminist theory and the diversification of the movement.

The paper compares Madonna's myth with the image of femininity created by Lady Gaga (Stefani Germanotta). Both artists use a similar strategy for creating their artistic image but assign different denotations to their actions. Madonna's image of femininity is strictly connected with the sexuality of the performer. Strictly bound, they create the myth of a 'real woman'. Madonna's image is based on changing feminine and gender models. Madonna keeps changing her images of femininity and every subsequent reinvention in her creation is to be seen as a transformation of both Madonna—the artist and the Ciccone, on stage and behind it. As opposed to Madonna, Lady Gaga's myth is based on the exorbitance of femininity—the ostentatious unveiling of the creative act and its separation from the performer, i.e. Germanotta.

Keywords

feminism, gender, camp, Madonna, Lady Gaga

Katarzyna Jewtuch

Fashion and pornography – mutually beneficial relationship. About Sasha Grey's pornstar character

Sasha Gray is now one of the most popular former porn actresses. Her career, however, was not limited only to playing in adult films. Sasha, in a thoughtful and systematic way, created her public image. Full of controversy and apparent contradictions, her actions raised lively discussions about what fits a woman who has a certain past and what makes her performance socially unacceptable. This article aims at a critical look at the career of Sasha Gray, along with widely recognized response to attempts by her project and bringing mechanism of action porn-chic at the story of an actress.

Keywords

pornography, pornstar, porn-chic, feminism, pop culture

Monika Suchodolska

Superwomen from South America in Martyna Wojciechowska's travelogue *Woman at World's End* (2009–2014)

The article analyzes the creations of selected characters from Polish television travel programs, and confronts them with the definition of a superhero in order to show how the author of the program *Woman at World's End* builds a positive portrait of

Keywords

superhero, heroine, Wojciechowska, travelogue

the heroine heading for her unreality. The process of constructing the representation of a superhero in the documentary is described on two examples..

Aleksandra Drabina

Mythology of feminine pleasure in popular media discourse. Review of the problematics

Keywords
femininity, sex, orgasm,
gender, semiology, dis-
course, pop culture, media

The article is an attempt to review the significance and symbols created around feminine sexual pleasure in today's popular media. I have put femininity and orgasm in the context of pop-cultural discourses about gender and sexuality and I have researched for the ways of analysis of their socio-cultural role and function. As the search process of "reading mythology" of the female sexuality indicates, there is a potential for the use of symbolic images and language in order to describe and visualize the sex and gender in public discourse and social awareness.

Kamila Byrtek

Canons of feminine physical beauty in TV and internet advertisements

Keywords
TV advertisement, inter-
net advertisement, gen-
der stereotypes, woman
in advertisement, canon
of female beauty

This essay concerns physical aspects of feminine beauty in television and Internet advertisements, also concerning female identity in pop culture. Analysis of images of women in selected commercials were divided in two types: Casual woman (including housewife and specialist) and ideal woman (including activist, woman of success and sensual). The author also presents the relation between schematics existing in advertisements with stereotypes about gender functioning within society. The research determines the way in which the selected types of women are shown in advertisements and which traits are canonical for their image.