

Patrycja Olko, Grażyna Filip

Uniwersytet Rzeszowski

ROLE SPOŁECZNE ODGRYWANE PRZEZ KOBIETĘ NA PRZYKŁADZIE WYBRANYCH CZASOPISM KOBIECYCH¹

Współczesna kobieta pełni wiele ról społecznych, których repertuar, hierarchię oraz panujące w tym względzie preferencje społeczne można zrekonstruować na podstawie adresowanych do dzisiejszych czytelniczek czasopism. To właśnie w takich pismach zachęca się kobietę do bycia zaradną na wielu płaszczyznach aktywności. Okazuje się, że opisywane w prasie role społeczne są tradycyjne i stereotypowe, jak również zupełnie nowoczesne, niekonserwatywne i często zaskakujące. Definicja roli społecznej przyjęta w prezentowanym artykule jest zgodna z propozycją terminologiczną Doroty Suskiej, a zatem rozumiemy ją jako wzór osobowy, wizerunek kobiet². Czasopisma wskazują swoim czytelniczkom nowe obszary aktywności, na których mogą się realizować. Nie zamykają istoty kobiecości w gorszej typowych i znanych ról, ale zachęcają do podejmowania nieszablonowych wyzwań.

Kobiety w dzisiejszych czasach chcą być, i często stają się, coraz bardziej niezależne od mężczyzn. Namawiają je do tego również czasopisma. W powszechnym, stereotypowym przekonaniu kobieta powinna zajmować się rodziną oraz pracami typowo domowymi, czyli sprzątaniami, gotowaniem, praniem, a nade wszystko wychowywaniem dzieci. Okazuje się, że w czasopismach są prezentowane i te wspomniane role, ale po przeanalizowaniu materiału badawczego można zauważyć, że ról tych jest o wiele więcej i są zupełnie inne niż te przekazywane z pokolenia na pokolenia przez matki i babki. Kobieta już nie tylko jest matką, żoną, kucharką i sprzątaczką, ale także kreatorką wnętrza, zajmuje się finansami,

¹ Tekst jest debiutem naukowym Patrycji Olko. Artykuł stanowi fragment pracy magisterskiej obronionej w 2015 r. na Uniwersytecie Rzeszowskim pod kierunkiem dr hab. prof. UR Grażyny Filip.

² Zob. także: Sokół 2000.

pracami budowlanymi, powinna także znać przepisy prawne dotyczące gospodarstwa domowego oraz interesu rodziny.

Podstawę materiałową niniejszego artykułu stanowi 37 numerów czasopism: „Świat Kobiet”, „Nowy Poradnik Domowy” i „Przyjaciółka” wydanych w latach 2013–2014. Celem jest obserwacja kobiecych ról społecznych lansowanych w wybranych periodykach, które kierowane są do kobiet i mają podobny poradniczy charakter, a także ukazanie podobieństw i różnic w kreowaniu tychże ról.

Kobieta kucharka

Pierwsza rola kobiety, która jest eksponowana w czasopismach przeznaczonych dla pań, to kucharka. Propagowanie „kobiety domowej” na łamach prasy rozpoczęło się już w 1956 r., o czym pisze Zofia Sokół [Sokół 2000]. Ze względu na sytuację polityczno-społeczną w kraju zachęcano panie na stronach gazet, aby porzuciły pracę zawodową i zajęły się domem i rodziną. Taki schemat nie przypadł do gustu płci pięknej i nie przyjął się na długo w społeczeństwie. Kobiety bardzo szybko powróciły do pracy, mimo to nadal zachęcano je w czasopismach do bycia wspaniałymi gospodyniami domowymi. W gazetach stanowiących materiałową podstawę tych rozważań kuchenne przepisy zajmują bardzo dużo miejsca. Do każdego numeru „Świata Kobiet” dołączona jest książka kucharska licząca 27 i więcej stron. Z kolei „Nowy Poradnik Domowy” oraz „Przyjaciółka” mają dodatek kulinarny, który również jest imponująco obszerny. Kobiety dzięki tego rodzaju dodatkom mogą skorzystać przede wszystkim ze sprawdzonych przez czytelniczki i ekspertów przepisów, ale także poznać sposoby kucharzy na kulinarne niepowodzenia w najmniej oczekiwanych momentach.

Stereotyp płci, w tym przypadku kobiety, ma przypisanych wiele ról i cech, które go wyróżniają. Autorki książki *Stereotypy a starość i niepełnosprawność*, odnosząc się do modelu kobiecości, za stereotyp ról płciowych uważają „zbiór przekonań o tym, jakie rodzaje aktywności są odpowiednie dla kobiet i mężczyzn” [Leszczyńska-Rejchert, Kantowicz 2012: 122]. Sabina Królikowska dodatkowo zaznacza, że „stereotypy te obejmują głównie role wynikające z podziału obowiązków zawodowych oraz rodzinnych. W myśl stereotypów ról płciowych role osoby odpowiedzialnej za zabezpieczenie bytu materialnego rodziny to role męskie, natomiast opieka i wychowanie dzieci, a także prowadzenie gospodarstwa domowego to role przypisane kobiecie” [Królikowska 2011: 388]. Stereotyp to pewne uproszczone, schematyczne, ale przede wszystkim powierzchowne myślenie, jednak bardzo mocno zakorzenione w kulturze. Najwięcej stereotypów związanych jest właśnie z płcią. I tak stereotyp męski będzie odnosił się do mężczyzny jako „głowy rodziny” odpowiedzialnej za jej utrzymanie, będzie cechował się wyjątkową odwagą, siłą, dominacją. Z kolei kobieta to istota słaba, krucha, wrażliwa,

najlepiej spełniająca się w roli opiekunki ogniska domowego. Stereotypy płci ściśle wiążą się ze stereotypami dotyczącymi zawodów, o czym również będzie mowa w artykule.

Te przekonania i sposób myślenia przekazywane są kobietom z pokolenia na pokolenie. To babki i matki wpajają swoim potomkiniom, co powinny robić i jakie obowiązki należą do kobiety, a jakie do mężczyzny. Tradycja odgrywa tu bardzo istotną rolę, napędzając „zjawisko transmisji międzypokoleniowej” [Leszczyńska-Rejchert, Kantowicz 2012: 122]. Cechuje się ono tym, że starsze pokolenie kobiet uczy i wskazuje cechy, role, w jakie powinna się wcielać wnuczka czy córka, aby mogła stać się prawdziwą kobietą. Z domu wynosi się pewne wartości i nauki, którymi kieruje się przez całe życie [Grzesik, Grygiel 2004: 158]. Jedną z takich ról, ukształtowaną na przestrzeni lat i wyniesioną z domu, jest bycie kucharką. Każda kobieta powinna dobrze gotować, aby przyszły mąż był z niej zadowolony. Babcie uważają to zajęcie za typowo kobiece. Mimo że coraz częściej w kuchni odnajdują się mężczyźni, starsze pokolenie tego nie potrafi zrozumieć. Kuchnia to królestwo kobiety i takie stanowisko konsekwentnie przekazywane jest z pokolenia na pokolenie. Stereotyp ten utrwalany jest również w czasopismach, które kierują swoje rady kulinarne głównie do kobiet.

Okazuje się, że kobieta przede wszystkim powinna być w kuchni zaradna. Natłok zajęć często sprawia, że nie ma ona czasu na gotowanie. Nie zwalnia jej to jednak z obowiązku przygotowania pysznego obiadu. Wydaje się, że prawdziwy i pełnowartościowy posiłek kosztuje dużo pracy i wysiłku. Redaktorzy obalają ten mit. Proponują przepisy na szybkie, tanie i smaczne dania, tak samo wartościowe, jak te bardziej pracochłonne:

Święta na ostatnią chwilę. 10 *błyskawicznych* przepisów. Pracujesz, *nie masz czasu* na parotygodniowe przygotowania, ale chcesz, by święta były tradycyjne i domowe? Polecamy dania, które przygotujesz w *ekspresowym tempie* [SK 01/2014: 120]³.

Aż 45 nowych przepisów. Największa książka kucharska. *Szybkie*, tanie, dla całej rodziny [SK 07/2014: 87].

Ziemniaczana uczta gotowa *już w pół godziny*. Najczęściej jadamy je z ugotowanych ziemniaków, możesz przygotować prawdziwe pyszności. Wypróbuj nasze *błyskawiczne* przepisy [SK 11/2013: 88].

W przedstawionych fragmentach akcentowana jest właśnie oszczędność czasu. Pierwsza wypowiedź zawiera konstrukcję pytającą, którą można uznać za centrum całego pola znaczeniowego: *nie masz czasu na parotygodniowe przygotowania*. W tym kręgu znaczeniowym mieszczą się bowiem kolejne jednostki leksykalne i wyrażenia: *ekspresowe tempo*, *szybkie przepisy* wreszcie *uczta gotowa już w pół godziny*. Można zastanawiać się w tym miejscu nad swoistym kultywowaniem pośpiechu.

³ Wyjaśnienie skrótów zamieszczone jest na końcu artykułu.

4 *szybkie* zapiekanki. Z obiadu zostały ziemniaki, makaron? W chlebaku leżą końcówki pieczywa? Będą z nich pyszne zapiekanki [SK 10/2014: 100].

Szybkie dania bez gotowania” [SK 10/2013: 122]

Ceniona jest pomysłowość kobiety w kuchni, ale i oszczędność. Zrobić z niczego pyszne danie to wielka umiejętność, a każda z czytelniczek może ją zyskać. Analizowane teksty epatują przymiotnikami *oszczędny* i *tani*, propagując tym samym system preferowanych wartości:

Pyszny kurczak *dla oszczędnych*. Aromatyczny, pieczony kurczak z chrupiącą skórką. A jak coś z niego zostanie, to...wyczarujesz zapiekankę, potrawkę czy kotlety. *Tani* obiad, a będzie, że palce lizać! [SK 11/2013: 81].

Zgodnie z propagowaną modą na ekologiczną żywność zachęca się kobietę do wykorzystywania darów natury i przygotowywania potraw sezonowych [letnie, jesienne]. Są one przede wszystkim zdrowe, urozmaicają codzienne menu, nie bez znaczenia jest także zamieszczanie w tym kontekście wspomnianych wyżej epitetów ze znaczeniowego kręgu oszczędności:

Smaczne kurki na 4 sposoby. Teraz, gdy tych grzybów jest mnóstwo, możesz je zebrać lub *tanio kupić* i zrobić coś pysznego [SK 08/2014: 86].

Młoda kapusta. *Z jednej główki* możesz wyczarować mnóstwo pysznych dań: lekkie zupy, sałatki, sycące drugie dania i delikatną jarzynkę, najlepsze o tej porze [SK 08/2014: 100].

Czas na jajka nie tylko od święta. Są symbolem nowego życia i całej Wielkanocy. Warto więc przyjrzeć im się dokładnie, a także wypróbować nowe przysmaki z ich dodatkiem [SK 04/2014: 74].

Zachęca się także czytelniczki do tego, aby nie popadały w rutynę. Proponuje się im serwowanie starych i ulubionych przez całą rodzinę potraw, jednak w nowej odsłonie. W kuchni liczy się również kreatywność, która może mile zaskoczyć domowników i znajomych:

Pierozki *inne niż zazwyczaj* [SK 11/2013: 138].

Naleśniki *na 12 sposobów* [P 02/2014: 29].

Kobiecie radzi się, aby była nowoczesna pod każdym względem, także w kuchni. Nowatorstwo i świeżość w gastronomii świadczą pozytywnie o kobiecie, którą zachęca się do czerpania pomysłów na dania z innych krajów i kultur. Za pomocą form drugiej osoby trybu rozkazującego autorzy tekstów zwracają się bezpośrednio do czytelniczek. Jest to częsty zabieg perswazyjny.

Najmodniejsze z imbirem, chili i wanilią. Obok tradycyjnych przepisów na przetwory warto wypróbować te odważniejsze. *Eksperymentuj z przyprawami*: dodaj odświeżający imbir, ognistą chili, aromatyczną wanilię i cynamon [SK 09/2014: 66].

Lasagne ze szpinakiem. Klasyczne włoskie danie, tym razem w „oswojonej”, polskiej wersji – z dodatkiem bryndzy [PD 11/2013: 80].

Babki i matki to najlepsze kucharki, a ich przepisy są często podstawą domowego menu. Dlatego dobrą gospodynią zachęca się do bazowania na tradycyjnych przepisach. Takich w czasopismach dla kobiet jest bardzo dużo. W tym względzie analizowane gazety okazują się skarbnicą wiedzy. Jeżeli kobiety nie zdążyły zapisać receptur, często utrzymywanych w tajemnicy przed innymi gospodyniami, od własnych babć i mam, to nic straconego. Czytelniczki, a także specjaliści z dziedziny gastronomii dzielą się na łamach gazet tradycyjnymi przepisami. Kategoria tradycji jest jedną z najczęściej wykorzystywanych w reklamie właśnie produktów spożywczych. Pisał o niej m.in. Kazimierz Ożóg [Ożóg 2001]. Kategoria tradycji przyciąga konserwatystów, którzy również są konsumentami i należy im zaproponować stosowny towar. Ta grupa społeczeństwa, w przeciwieństwie do osób nowoczesnych, stawia przede wszystkim na przeszłość, tradycję i korzenie. Wiąże się z tym zaufanie do firmy, która istnieje na rynku od wielu pokoleń. Liczy się bowiem doświadczenie, którego brak zazwyczaj młodszej konkurencji. Autorzy tekstów bardzo często wzmacniają sugestywność komunikatów, stosując konstrukcje rozkazujące, np. *wypróbuj nasze receptury*. Oto konteksty:

Tradycyjne polskie nalewki z pigwy, cytryny, róży. Kieliszek mocnego trunku rozgrzeje w chłodny wieczór, wzmocni w sezonie przeziębień i pomoże, gdy zjesz zbyt tłusty obiad. Wypróbuj nasze receptury [SK 11/2013: 148].

Tradycyjne według dawnych przepisów. Nasze prababce robiły wspaniałe konfitury, powidła i przeciery bez żadnych »ulepszaczy«. Dziś ich przepisy, przekazywane z pokolenia na pokolenie, to prawdziwe skarby! [SK 09/2014: 68].

Przeciwieństwem tradycyjnych ciężkostrawnych potraw jest obecna moda na bycie „fit”. Kobieta powinna dbać o swój wygląd, sylwetkę i zdrowe odżywianie. Dlatego w prasie kobiecej proponowane są również przepisy *lekkie, zdrowe, pełne witamin*:

Kremowe lody, *lekkie* owocowe sorbety i orzeźwiający granity możesz zrobić sama. Będą smaczniejsze i zdrowsze niż gotowe, ze sklepu [SK 08/2014: 80].

Masz ochotę na danie z mięsem, ale chcesz, żeby było *lekkie*? Proponujemy pysznego kurczaka – jako przekąskę lub obiad [SK 09/2014: 98].

Owoce na ciepło. Zamiast kalorycznych słodczy na zimowy deser polecamy *zdrowe* owoce [SK 02/2014: 122].

Przysłowie „Przez żołądek do serca” jest wciąż aktualne. Kobieta może zdobyć serce mężczyzny efektywnymi potrawami. Mogą one pomóc zafascynować sercem mężczyzny i działać jak afrodyzjak. Rzeczochnik ten pojawia się przede wszystkim w walentynkowych wydaniach analizowanych periodyków, np.:

Kulinarne *afrodyzjaki*. Dania z kultowych filmów. Zainspiruj się potrawami ze słynnych komedii miłosnych. Może którąś z nich przygotujesz na walentynkową ucztę? [PD 02/2014: 63].

Słodkie walentynki. Czekolada jest idealna na tę porę roku. Poprawia nam nastrój, dodaje energii. Warto wzbogacić ją różnymi wypiekami, nawet... biszkopt lub sernik!... Smacznego zakochani! [SK 02/2014: 116].

Zgodnie z wizerunkiem kreowanym przez prasę kobiecą praca zawodowa nie zwalnia z obowiązku zajmowania się kuchnią. W czasopiśmie można znaleźć kuchenne inspiracje dla zapracowanych. „Szybko tanio i pysznie” to hasło wielokrotnie pojawiające się w gazetach. Radzi się kobiecie, aby była zarówno nowoczesna, jak i tradycyjna. Polskie przysłowie „Chłop do kielni, baba do patelni” [Czekierda 2011: 27] trafnie podsumowuje stereotypowe myślenie o kobiecie.

Kobieta matka

Wiele osób, także uczonych, uważa, że kobieta została stworzona do tego, aby być matką. Taki nacisk wywiera na pleć piękna nie tylko społeczeństwo, ale także religia, która zakłada, że kobieta powinna założyć rodzinę i wychować potomstwo. Nowoczesne kobiety, mniej konserwatywne i tradycyjne, często odkładają macierzyństwo na później, skupiając się na karierze zawodowej. Niepopularne również stały się rodziny wielodzietne. Mimo to rola matki jest nadal bardzo ważna. Kolejnym kobiecym stereotypem propagowanym w poradnictwie prasowym jest właśnie model matki Polki. To ideał wciąż żywy, choć wywołujący kontrowersje, szczególnie w środowisku feministek. Matka zajmuje bardzo ważne miejsce zarówno w społeczeństwie, kulturze, tradycji, jak i nauce. Leksem *matka* budzi zainteresowanie badaczy, zwłaszcza językoznawców, którzy na przestrzeni lat podejmują próby jego definiowania, np. w ujęciu strukturalnym czy kognitywnym. Rozważania na temat kobiety matki prowadzi chociażby Jerzy Bartmiński, który w jednym ze swoich artykułów dokładnie analizuje polski stereotyp. Jak pisze, „matka w polskim językowym obrazie świata ma wysoką pozycję aksjologiczną, określoną przez pozycję rodzinną, narodową i religijną. Jest pojęciem poznawczo bogatym, opartym na uniwersalnej bazie doświadczeniowej dla wielu kultur i języków” [Bartmiński 2008: 33]. Podtrzymuje również stanowisko, że na kobiecie jako matce spoczywa ogromny obowiązek wychowania dzieci. Stereotyp ten ma swoje korzenie w okresie niewoli narodu. Barbara Jedynek pisze, że kobieta była określana jako rodzicielka Polaków, w której rękach spoczywał los narodu. Wyraża też przekonanie, że „domowe obyczaje patriotyczne kształtowała w dużej mierze matka. Stawała się centralną figurą w edukacji patriotycznej. Przewidziano dla niej specjalny katalog zachowań. Rola matki była istotna we wszystkich sekwencjach zachowań patriotycznych, narodowych, poprzez rolę matki żegnającej, a potem opiekującej, bolejącej i cierpiącej po stracie dziecka” [Jedynek 1990: 85]. Stąd rola matki ma taką wielką wartość.

W czasopiśmie pojawia się wiele praktycznych porad, jak dobrze wychować dzieci, bez potknięć i błędów. Bardzo często mówi się o matce Polce ironicznie, jednak niektóre kobiety same siebie tak nazywają, przy czym określenie to w ich ustach nabiera wartości pozytywnej. Kobieta chce być dobrą matką, często staje

się przez to nadopiekuńcza, stara się pod każdym względem być najlepsza. W piśmiennictwie kobiecym pojawiają się porady na każdy etap życia dziecka i to już od okresu prenatalnego. Kobiety, które nie potrafią odnaleźć się w roli matki, nie wiedzą, jak postępować z malutkim dzieckiem, są niedoświadczone i szukają pomocy – znajdują ją w czasopismach dla nich przeznaczonych. Czeka tam na nie rady, jak zająć się niemowlakiem, jakie wybrać kosmetyki, jak karmić i co robić, gdy dziecko płacze. Można także znaleźć inne bardzo przydatne informacje natury dydaktycznej, jak w poniższych fragmentach wypowiedzi:

Jesteś w ciąży. *Prawdy i mity*. Przyszła mama musi na siebie uważać. Ale bez paniki! Zobacz, co jest dozwolone, a co na liście zakazanych [SK 10/2014: 80].

Modyfikowane czy UHT? *Wybierz mądrze*. Podpowiemy, które mleko będzie najlepsze dla twojego maluszka [SK 10/2014: 82].

Szczepienia nieobowiązkowe – jakie i kiedy są potrzebne. Oto małe ABC na temat 6 zalecanych szczepionek. Przyda się każdej mamie! [SK 01/2014: 74].

Pojawiają się w czasopismach porady dotyczące konkretnych tematów i problemów związanych z dzieckiem dorastającym, w wieku przedszkolnym i szkolnym. Oto przykłady:

Gdy smyk nauczy się liczyć, może zacząć korzystać z zegarka. Jak go tego *nauczyć*? [PD 06/2014: 58].

Wakacyjna apteczka malucha. Skaleczenia, biegunka, ugryzienia owadów... Sprawdź, co warto zabrać, by złagodzić przykre dolegliwości bez pomocy lekarza [SK 07/2014: 74].

Nie brakuje porad, jak dobrze wychować dziecko. Kobieta, stosując poradnikowe wskazówki, może uniknąć błędów w wychowaniu, a także uchronić siebie, ale przede wszystkim dziecko przed rozczarowaniami czy też chorobami. W tekstach poświęconych tej problematyce szczególnie zwracają uwagę zwroty drugoosobowe: *Checiabyś*, aby twój smyk potrafił dziś i w przyszłości rozsądnie zarządzać finansami? Oto, jak możesz go tego nauczyć [PD 12/2014: 64].

Chroń malucha przed słońcem. Skóra małego dziecka jest delikatna, potrzebuje specjalnej ochrony przeciwsłonecznej. Zapewnij mu ją [SK 08/2014: 70].

Czasopisma dla kobiet stają się często wsparciem dla czytelniczek, gdy obowiązek wychowania dziecka spoczywa tylko na nich. W takich przypadkach następuje niejako wzmocnienie stereotypu matki Polki, która jest w stanie połączyć dwie role społeczne – matki i ojca:

Bez taty, jak mądrze wychować dziecko. To trudne wyzwanie dla mamy, ale możliwe do realizacji z pomocą bliskich. Sama też możesz stworzyć dziecku szczęśliwy, bezpieczny dom [SK 08/2014: 66].

Dużym wyzwaniem jest wychowanie dorastających i buntujących się dzieci, ale także mądre towarzyszenie już dorosłym, które np. nie potrafią się usamodzielnąć. Gdy kobieta matka znalazła się w takiej sytuacji i nie ma pomysłu, w jaki sposób

uporać się z problemami, może zawsze zajrzeć do ulubionego czasopisma i tam zainspirować się radami ekspertów:

Jak reagować na żądania nastolatków? [PD 01/2014: 65].

Pierwsza wizyta z córką u ginekologa. Możesz sprawić, że twoja mała kobieta przeżyje ją bez dużego skrępowania czy stresu [SK 02/2014: 76].

Wieczne dzieci. Jak odciąć pępowinę? Dorosły syn czy córka wciąż mieszka z tobą? Wielu rodziców frustruje taka sytuacja. Spróbuj więc wesprzeć swoją pociechę w usamodzielnieniu się [P 07/2014: 44].

W prasie dla kobiet nie brakuje również reklam produktów przeznaczonych dla mam. Eksperci wybierają te najlepsze i prezentują je na łamach pism. Dzięki temu czytelniczki nie tracą czasu na poszukiwanie i testowanie artykułów. Poza tym istotne jest to, że publikuje się opinie innych matek, które korzystają z danego produktu. Ma to na celu zachęcenie do wybrania tej samej rzeczy. Kobieta, nie chcąc się odróżnić od innych mam, wybierze to, co nakazuje/proponuje reklamodawca. Jest to jeden z najskuteczniejszych mechanizmów manipulacyjnych⁴. Manipulacja to bardzo powszechne w dzisiejszych czasach i chętnie wykorzystywane w masowych środkach przekazu zjawisko. Również w czasopismach dla kobiet nie brakuje jego przejawów. Jadwiga Puzynina definiuje manipulację jako „zazwyczaj ukrytą, niejednokrotnie finezyjną, wyszukaną formę zniewalania człowieka, którego traktuje się przedmiotowo lub instrumentalnie, tj. pozbawia się go właściwej mu godności i w sposób brutalny lub podstępny wpływa na jego decyzję” [cyt. za: Taras 2013: 214]. Kolejnym pojawiającym się w prasie kobiecej elementem manipulacji jest użycie wyrażenia typu „piękny gest miłości” bądź frazy o charakterze warunkowym „jeżeli kochasz swoje dziecko, wybierz...”. Mają one na celu granie na uczuciach kobiety, której podświadomość będzie dyktować, że jeżeli wybierze inny produkt niż ten polecany, nie będzie dobrą matką:

Każda mama, wybiera to, co najlepsze dla jej dziecka. MiniMini+ Polecany przez Mamy! [PD 12/2014: 65].

Pampers. Naprawdę *ważne* dla Twojego dziecka są miłość, sen i zabawa [SK 10/2014: 81].

Ibuffen Junior. Tak *wyjątkowy* jak Twoje dziecko [SK 12/2014: 113].

Warto zwrócić uwagę na dobór jednostek leksykalnych wyróżnionych w powyższych fragmentach. Składają się one na ciąg o dużej mocy perswazyjnej: *każda* (mama), *ważne* (dla Twojego dziecka), *wyjątkowy* (jak Twoje dziecko). Dodatkową funkcję pełni również pisownia zaimków wielką literą ze względów grzecznościowych, tak jak w korespondencji adresowanej bezpośrednio do czytelniczki.

⁴ Zagadnienie manipulacji jest bardzo częstym tematem naukowych publikacji z różnych dziedzin, w tym także językoznawstwa. Spośród licznej literatury przedmiotu można wymienić następujące prace: Gackowski, Dziedzic (red.), 2011; Taras 2013; Rittel 1985; Smól 2000; Tokarz 2006; Karwat 2001.

W czasopismach poświęconych kobietom znajdują się praktyczne porady, jak odnaleźć się w trudnych sytuacjach związanych z rolą matki. Bardzo często gazety stają się przyjaciółkami i powierniczkami. Kobieta może również liczyć na profesjonalną opinię specjalistów bez wychodzenia z domu, wystarczy zajrzeć do ulubionego tytułu.

Kobieta żona i kochanka

Kolejną rolą społeczną kobiety jest bycie żoną i kochanką. Do jej obowiązków należy opiekowanie się mężczyzną i dbanie o niego. W analizowanych czasopismach znajduje się wiele artykułów dotyczących właśnie problemów małżeńskich. Zamieszczone są w nich wskazówki, jak radzić sobie w trudnych sytuacjach. Oto fragmenty ilustrujące najczęściej poruszaną w tym względzie tematykę:

Jak się godzić po małżeńskiej kłótni? Zbliża się Wigilia, czas darowania win i urazów. Każdy chciałby spędzić ten wieczór w miłej atmosferze. Tylko jak to zrobić, skoro podczas przygotowań świątecznych wybucha najwięcej małżeńskich sporów? [PD 12/2014:102].

Nieplodność to nie wyrok. Co piąta para ma kłopoty z płodnością... Na szczęście nowoczesne metody leczenia pozwalają na to, by coraz więcej osób cieszyło się upragnionym dzieckiem [PD 06/2014:82].

Ciche dni – oczyszczają czy niszczą związek [SK 11/2013: 85].

Kobieta to nie tylko dobra żona, ale również wyrafinowana kochanka. Te dwie role należy umiejętnie połączyć. W czasopismach zachęca się kobiety do tego, aby otworzyły się na potrzeby swoje i męża, ale przede wszystkim nie wstydziły się swojego ciała. Sugeruje się nawet spróbowanie w łóżku czegoś nowego, przerwanie nudy, a seks aktualizowany jest w kategorii ludycznej:

Zabawa w łóżku jest najlepszym afrodyzjakiem. Potraktuj czasem sypialnię jak *wielki plac zabaw*. Tylko dla dorosłych! [SK 11/2013: 90].

Seks zaczyna się w głowie. Pragniesz, żeby intymna sfera waszego życia dawała wam satysfakcję. Jednak czy zdajesz sobie sprawę, jak ogromną rolę odgrywa tu... twój mózg? [SK 07/2014: 124].

W „Przyjaciółce” prowadzony jest stały kącik „Porady specjalistów”. Pojawiają się tam listy od czytelniczek, na które odpowiadają seksuolodzy. Dzisiaj kobiety nie wstydzą się pytać specjalistów o nurtujące je, często intymne, sprawy. Jest to dowód na to, jak duże zmiany zaszły w myśleniu kobiety. Anna Dąbrowska zwraca uwagę, że w ciągu ostatnich dwudziestu lat nastąpiły istotne przesunięcia w zakresie językowo-kulturowego tabu. Seks i erotyka są nim współcześnie objęte w znacznie węższym wymiarze niż przed dwoma dekadami [Dąbrowska 2008]. Poniżej kilka przykładów pytań należących do wspomnianej tematyki:

Jak obudzić w sobie pożądanie? Mam 55 lat. Choć wciąż kocham męża, już od roku nie odczuwam pożądania. Jak temu zaradzić? [P 13/2014: 47].

Po jakie erotyczne gadzety sięgnąć? Chcę urozmaicić nasz seks. Jakie gadzety warto wypróbować? [P 16/2014: 45].

Które pozycje miłosne wybierać? Nasz seks się popsuł, bo po porodzie moja pochwa stała się luźna. Jakie pozycje miłosne mogą zniwelować problem? [P 22/2014: 44].

Prezentowane fragmenty świadczą o tym, że kobieta traktuje gazetę jako swoją przyjaciółkę, której zwierza się z najbardziej skrytych problemów i którą pyta o poradę. Otwiera się przed nią i innymi kobietami. Jest to zresztą zgodne z założeniem periodyku i jego tytułem („Przyjaciółka”). W tym miejscu należy również zwrócić uwagę na zmianę w społeczno-kulturowym wizerunku kobiety jako statecznej i skromnej małżonki.

W czasopiśmie nie brakuje porad praktycznych dotyczących prezentów dla mężczyzn na urodziny, rocznice czy święta. Do artykułów dołączone są zestawienia najlepszych i sprawdzonych produktów na daną okazję:

Szalik, wiertarka, a może pasek? Zastanów się, co mu kupić pod choinkę [PD 12/2014:97].

Rola kobiety i kochanki to kolejne trudne wyzwanie dla płci pięknej. Wiąże się z nią wiele problemów i wyrzeczeń. Potrzeba bliskości drugiej osoby jest naturalna, jednak w każdy związek po jakimś czasie wkrada się rutyna. U wielu par pojawiają się problemy i konflikty, dlatego czasopisma kobiece oraz eksperci wypowiadający się w nich radzą swoim czytelniczkom, jak je pokonywać i dążyć do doskonałości w związku.

Kobieta perfekcyjna pani domu

Najbardziej powszechna rola kobiety, jaką jest wychowywanie dzieci, ściśle związana jest z zajmowaniem się domem. Sprzątanie to jedno z wielu zajęć, które przypisywane jest kobietom. Czynność ta nie należy do wzorca prawdziwego mężczyzny, dlatego najlepiej, jeżeli kobieta zostaje w domu, a mężczyzna zajmuje się pracą zawodową, zarabianiem pieniędzy i polityką. W *Słowniku symboli* Władysława Kopalińskiego prawdziwy mężczyzna to „człowiek śmiały, rezolutny, zdecydowany, stanowczy, małomówny, niedrobiazgowy i opiekuńczy [...] Symbolizuje rozum, mądrość, wiedzę, twórczość, wynalazczość, płodność, ludzkość, siłę” [Kopaliński 1990: 224–225]. Jeszcze bardziej dobitnie rolę i pozycję mężczyzny podkreślają przypisywane mu w tradycji symbolicznej zwierzęta cechujące się siłą, odwagą, np. byk, koń czy tryk [Kopaliński 1990: 224].

Ten stereotypowy podział ról znajduje potwierdzenie w reklamach telewizyjnych. Najczęściej środki czystości reklamują w nich kobiety. To one zachęcają do kupna np. płynu do mycia naczyń czy podłóg, kierując swoją wypowiedź zazwyczaj do innych kobiet, które najlepiej się na tym znają i wiedzą, co jest potrzebne w domu. Również w prasie na kolorowych zdjęciach widnieją skąpo ubrane panie.

W książce *Kobiety mężczyźni i społeczeństwo* zanalizowano przeprowadzone na ten temat badania. Wynika z nich, że kosmetyki i produkty użytku codziennego prezentuje zazwyczaj modelka, ponieważ „spełnia w nich często dekoracyjną rolę, innymi słowy, jej postać nie jest w rzeczywisty sposób związana z reklamowanym produktem, jest ona pokazywana jedynie ze względu na swoją atrakcyjność fizyczną i seksapil” [Renzetti, Curman 2005: 224].

W czasopismach kobieta może odnaleźć praktyczne rady, jak łatwo i szybko posprzątać mieszkanie i jakich środków do tego użyć, a także wiele innych wskazówek zbliżających kobiety do ideału perfekcyjnej pani domu. Na posprzątanie całego domu często brakuje czasu i chęci. Z pomocą spieszą zatem doradcy z kobiecej prasy: „*Łśniące okna. Są różne sposoby, żeby skutecznie i szybko umyć szyby na wiosnę*” [SK 05/2014: 1366].

Łnić jak nigdy. Nawet jeśli nie lubisz sprzątać, to przed Nowym Rokiem warto wszystko wypucować. Podpowiemy, jak to zrobić, by się nie przepracować [PD 01/2015: 89].

101 sprytnych pomysłów, jak uporządkować mieszkanie i zaoszczędzić pieniądze. Ty też możesz zostać Perfekcyjną Panią Domu! [SK 11/2013: 96].

Bardzo często powtarzają się w analizowanych materiałach wspomniane już przysłowki *łatwo* i *szybko*. Celem tego zabiegu jest zachęcenie kobiety do przeczytania artykułu. Jeżeli skorzysta z proponowanych rad, nie przepracuje się przy porządkowaniu domu, a co najważniejsze, zrobi to bardzo szybko. Kilkakrotnie już podkreślane w tych rozważaniach *pośpiech* i *łatwość* to konstytutywne kategorie w hierarchii wartości proponowanych współczesnej kobiecie. Powinna ona również odpowiednio dobrać sobie narzędzia do pracy i urządzenia do użytku codziennego. Kontrolowany, przemyślany zakup może bardzo ułatwić pracę. Redaktorzy wybierają z tysiąca produktów te najlepsze, godne polecenia, dzięki którym kobiecie łatwiej będzie się uporać z porządkami i domowymi pracami:

Zelmer. Wybierz odkurzacz, który pracuje... za czterech! [PD 09/2014: 93].

Sprytny pomocnik. Robot MUM może zastąpić kilka urządzeń, dlatego – choć dość drogi – wart jest swojej ceny [PD 08/2014: 94].

Ściereczki do różnych zadań. Dawno minęły czasy jednej flanelowej szmatki, która służyła do czyszczenia okien, ścierania kurzu i polerowania mebli [P 07/2014: 58].

Pranie to również jedna z czynności należących do pani domu. Prawidłowe czyszczenie garderoby odpowiednio dobranymi detergentami może uratować zaplamione i zabrudzone ubrania, ale również odnowić stare i sfatygowane rzeczy, a te nowe zabezpieczyć przed zniszczeniem podczas prania. W analizowanych gazetach rad dotyczących czyszczenia i konserwacji odzieży jest bardzo dużo. Okazuje się, że pranie to sztuka i również do tej czynności trzeba się merytorycznie przygotować:

Jak prać wełnę, bawełnę, jedwab... Dzięki tym trikom twoje ubrania bardzo długo zachowają ładny wygląd! [SK 09/2014:130].

Ubranie bez skazy. Plama plamie nierówna, ale każda szpeci i denerwuje. Jak ją skutecznie usunąć i nie zniszczyć tkaniny? [P 16/2014: 48].

Każda kobieta powinna być więc perfekcyjną panią domu. Dodatkowym elementem perswazyjnym jest w tym przypadku przywołanie telewizyjnego autorytetu z programu o takim właśnie tytule, przy czym należy podkreślić również wygląd bohaterki programu, Małgorzaty Rozenek, która dba o każdy szczegół w domu, ale przy tym stara się zawsze wyglądać pięknie, modnie i nienagannie. Dbanie o porządek niesie ze sobą wiele zadań, które kobieta musi konsekwentnie i systematycznie wykonywać. W tym wszystkim pomagają jej czasopisma, często wyręczając ją w planowaniu i podając gotowy schemat działania. Sprzątanie domu to sztuka. Należy się wiele nauczyć, żeby sprostać jej wyzwaniom. Kolejny raz gazety stają się skarbnicą wiedzy.

Kobieta kreatorka wnętrza

Role społeczną kobiety, nieco mniej tradycyjną niż poprzednie, jest bycie kreatorką wnętrza. Niektóre panie spełniają się w niej zawodowo, jednak wszystkie mogą amatorsko urządzać wnętrza własnych domów. W czasopismach, zazwyczaj na ostatnich stronach, pojawiają się rady i zachęty dla wszystkich pań posiadających dom, mieszkanie, ogródek, aby spełniały się w tejsze właśnie roli. Nowoczesna kobieta powinna nadążać za trendami w każdej dziedzinie. Zachęca się ją więc do korzystania z praktycznych rad, które sprawią, że jej dom będzie piękny i modnie urządzone. Do bycia kreatorką trzeba mieć również pewne predyspozycje: talent, pomysłowość, kreatywność, wrażliwość, wyobraźnię przestrzenną, uzdolnienia artystyczne. Jeżeli jednak kobiecie zabraknie którejs z wymienionych cech, to może uczyć się, korzystając z rad zamieszczonych w czasopismach. Stosowne czasopisma pomogą konsekwentnie i stylowo urządzić dom od kuchni i łazienki po pokoje sypialne i salony, co ilustrują wybrane przykłady:

Efekt powielenia. *Wykorzystaj pomysły stylistów! Piękne przedmioty tworzą piękne wnętrza. Bardzo ważna jest jednak umiejętność ich doboru i łączenia ze sobą. Wypróbuj sztukę dekoratorów wnętrza. Umieść obok siebie kilka takich samych lub podobnych elementów, a uzyskasz zaskakujący efekt* [SK 08/2014:124].

Kuchnia w stylu rustykalnym. Można ją urządzić na wiele sposobów, ale najbardziej przyjazna i ciepła jest ta, która przypomina dom na wsi [PD 02/2014: 93].

Konsekwentnie stosowane zwroty w trybie rozkazującym – *wykorzystaj, wypróbuj, umieść* – wzmocnione znakiem wykrzyknienia, odwołują się do kategorii piękna. Redakcyjni styliści podpowiadają kobietom, aby urządziły swoje wnętrza funkcjonalnie, szczególnie wtedy, kiedy dom jest mały. Dzięki własnej pomysłowości i radom specjalistów czytelniczka może wyczarować dużo miejsca na

różne przedmioty czy ubrania, którego do tej pory brakowało. Wszystko zależy od kreatywności i zaradności gospodyni:

Małe jest *piękne*. Wyżej, głębiej, dalej... Wielofunkcyjne meble i sprytnie rozwiązania pomogą ci zmienić małe mieszkanie w wygodne, funkcjonalne wnętrze. Zainspiruj się! [SK 09/2014: 126].

Szczególne znaczenie w aranżacji wnętrz mają dodatki. To one często nadają mieszkaniu wyjątkową atmosferę. Mogą sprawić, że mieszkanie stanie się wyraziste i będzie również oddawało charakter właścicieli. Radzi się kobiecie, aby akcentować w mieszkaniu nadchodzące święta. Zaleca się często własnoręczne tworzenie ozdób. To zajmuje czas, jednak sprawi, że dekoracje, a zatem i święta będą niepowtarzalne:

Futrzone dodatki to sposób na ocieplenie wnętrza. Prawdziwe i sztuczne – najpierw pojawiły się na wybiegach mody. Teraz wkraczają do wnętrza! Wyjątkowo miękkie i ciepłe, są idealne na jesień [SK 11/2013: 111].

Baw się literami. Nowy trend w dekoracji wnętrza [SK 02/2014: 91].

Wiosna puka do drzwi. Czas świętować Wielkanoc! Ozdobić dom kwiatami, przygotować dekoracje [P 07/2014: 54].

Zajmowanie się domem należy do obowiązków kobiety. Prace te nie powinny się jednak ograniczać do utrzymywania porządku. Zachęca się kobietę do kreowania wyglądu swojego domu. Dzięki niej wnętrze mieszkalne może zyskać unikatowy charakter. Rady zamieszczane w czasopismach ułatwią to zadanie i pomogą znaleźć odpowiedni styl, dobrać meble i dodatki. Czytelniczka analizowanych gazet jest wrażliwa na piękno i powinna wykorzystywać potencjał, który w niej tkwi. Wszystkiego może się nauczyć, nie wychodząc z domu. Wystarczy kupić czasopismo kobiece.

Kobieta prawniczka

Kobieta powinna strzec interesów swoich i swojej rodziny – to kolejna rola konkretyzowana w analizowanych periodykach. Nie brakuje zatem w czasopismach także porad prawnych. Zachęca się kobietę do wcielenia się w rolę prawniczki. Warto zauważyć, że w tej odślonie kobiecego wizerunku następuje obalenie stereotypu płci na tle zawodowym. Panuje bowiem przekonanie, że kobiety nie nadają się do pewnych zawodów, ponieważ nie mają do nich predyspozycji. Często przeciwwskazaniem są cechy uważane za typowe kobiece, np. uległość, niezdecydowanie, niezaradność, niekonsekwencja, niepewność, płaczliwość, subtelność [Kopaliński 1990: 150]. Ponadto kobiety nie są predestynowane do pewnych zawodów, ponieważ zajmują się dziećmi, domem i to je na tyle pochłania, że nie miałyby czasu całkowicie poświęcić się pracy zawodowej. Dopuszcza się jednak

pewne profesje, w których płeć piękna może się spełniać. Stereotypowo kobiety są dobrymi nauczycielkami, przedszkolankami czy pedagogami. Należy zwrócić uwagę, że są to zawody ściśle związane z wychowywaniem dzieci, co tylko potwierdza tezę, że najlepiej kobieta spełnia się w pracy z dziećmi. Kobiety walczyły jednak ze stereotypami i niejednokrotnie udowodniły, że nie mogą wykonywać pewnych zawodów jedynie ze względu na brak predyspozycji fizycznych, chociaż dziś i w pracach budowlanych coraz częściej się odnajdują. Zawód prawnika tradycyjnie był zarezerwowany dla mężczyzn. Dziś jednak i kobieta może być dobrą prawniczką zarówno na polu zawodowym, jak i amatorsko, dbając o własne interesy. Może się spełniać w tej roli, a nawet jej obowiązkiem jest wiedzieć, jakie prawa jej przysługują i co może zrobić, żeby nie dać się oszukać. W ten sposób chroni siebie i swoją rodzinę. Oto kilka przykładów:

Karę finansową możesz otrzymać nawet za drobne wykroczenie. Sprawdź, co robić, jeśli ustalona przez sąd kwota żadną miarą nie mieści się w domowym budżecie [PD 09/2014:98].

Umowy, które musisz wypowiedzieć, by nie stracić pieniędzy. Sprawdź, jakie zobowiązania bez twojej rezygnacji automatycznie się przedłużają i jak wycofać się z umowy, która jest niekorzystna [SK 12/2013: 118].

Alimenty z funduszu. Jeśli rodzic wymiguje się od alimentów, obowiązek ten może wziąć na siebie państwo. Muszą być jednak spełnione pewne warunki [PD 09/2014: 96].

Bezpieczne zakupy w Internecie. Taniej niż w normalnym sklepie, o każdej porze i bez wychodzenia z domu [P 07/2014: 52].

Kobieta według redaktorów czasopism powinna być wszechstronnie zorientowana w zagadnieniach prawniczych. Zaleca się jej poznanie prawa rodzinnego i opiekuńczego, finansowego, administracyjnego, a także karnego. Na podstawie analizowanych czasopism należy przypuszczać, że uda jej się dzięki temu zadbać o bezpieczeństwo rodziny.

Kobieta robotnik remontowo-budowlany

Model rodziny na przestrzeni ostatnich lat bardzo się zmienił. Sposób jej funkcjonowania, organizacja, rozkład ról przeszły znaczące przeobrażenia. Na te wszystkie zmiany ma wpływ rozwijające się społeczeństwo. Dzisiejszy model rodziny jest bardziej elastyczny i preferuje równouprawnienie, a także partnerstwo. Płeć, która dotychczas narzucała pełnienie odpowiednich ról, nie jest już w tym względzie decydująca. Coraz częściej kobiety spełniają się w zadaniach przewidzianych dla płci męskiej, jak choćby w pracach remontowo-budowlanych.

W prezentowanych czasopismach adresowanych do kobiet pojawia się coraz więcej rad, jak szpachlować i pomalować ściany, odnowić stare, zepsute meble, a nawet jak naprawić cieknący kran. Do tej pory wiertarka czy młotek były obce

kobiecie, natomiast dzisiaj prasa kobieca oswaja panie z tymi narzędziami. Oto kilka przykładów porad dotyczących konkretnych napraw:

Znów jak nowe – kolorowe. Jeśli chcesz szybko zmienić coś w swoim mieszkaniu chwycić za pędzel! Przemaluj ściany, albo... meble [PD 09/2014: 94].

Zatkany zlew, zniszczony mebel, porwane spodnie. Przekonaj się, jak łatwo to naprawić. Zaoszczędzisz czas i pieniądze! [SK 11/2013: 104].

Prezentowane są również najlepsze narzędzia i materiały, które mogą ułatwić konkretną pracę. Kobieta powinna wiedzieć, jakiego użyć śrubokrętu, szpachelki, kleju itd.:

Trzyma mocno jak... rzep. Sama wiesz, ile kłopotów może sprawić wbicie gwoźdźcia. Zamiast się trudzić skorzystaj z łatwiejszych sposobów [P 09/2014: 50].

Taśma do zadań specjalnych. Japońska dekoracyjna taśma, tzw. washitape, podbija świat! Jest tania, kupisz ją np. przez internet. Pozwala na zrealizowanie tysiąca kreatywnych pomysłów! [SK 11/2013: 114].

Kobieta coraz częściej spełnia się w pracach przeznaczonych do tej pory tylko dla mężczyzn, pokonując w tym względzie różne przeszkody i łamiąc utrwalone społecznie i kulturowo stereotypy, m.in. dzięki poradnictwu prasowemu. Należy bowiem pamiętać, że analizowane tu tytuły cieszą się dużą poczytnością. Dla określonej grupy społecznej stanowią autorytatywne źródło łatwo dostępnej i przyśwajalnej wiedzy praktycznej. Potwierdzeniem tego jest następująca ról.

Kobieta przedsiębiorcza – ekonomistka

Kobieta jako gospodyni i perfekcyjna pani domu mogłaby zadbać także o finanse swojej rodziny. Zachęca się ją, aby kontrolowała wydawane pieniądze i szukała oszczędności. To kolejna stereotypowa rola mężczyzny, który od wieków zajmował się finansami. Współcześnie jednak to kobieta coraz częściej decyduje o domowym budżecie. W czasopismach podpowiada się jej, w jaki sposób zaoszczędzić pieniądze. Proponuje się codzienne skrupulatne oszczędzanie:

Jeśli chcesz płacić niższe rachunki za wodę, zadbaj, by wszystkie urządzenia były sprawne. Możesz zainstalować też perlatory lub kupić nowoczesną armaturę. To także generuje oszczędności [PD 12/2014:106].

Kto jest zwolniony z abonamentu RTV? Sprawdź, czy musisz płacić za radio i telewizor. Wbrew pozorom uzyskanie zwolnienia z tego obowiązku nie jest trudne [PD 08/2014: 98].

Oszczędny dom. Jeśli borykamy się z problemami finansowymi i podpisaliśmy długi, to powinniśmy jak najszybciej opracować plan spłaty. W pierwszej kolejności przyjrzyjmy się naszym wydatkom, bo oszczędności możemy poszukać już w naszym mieszkaniu lub domu [PD 11/2014: 99].

Zachęca się kobietę, aby również interesowała się bankowością i rozsądnie zarządzała swoimi pieniędzmi. Działając racjonalnie, może wiele zyskać dla swojej

rodziny. W kobiecych gazetach pojawiają się rady ekspertów dotyczące korzystnych i bezpiecznych sposobów oszczędzania. Są także informacje z dziedziny bankowości dotyczące kart płatniczych, kredytowych, bankowości internetowej itd. Potwierdzeniem są następujące fragmenty:

Szybki sposób na rachunki. Nie chcesz dużo płacić i stać w kolejkach? Przez Internet błyskawicznie zrobisz przelewy i w wielu przypadkach zupełnie za darmo [PD 06/2014: 104].

Eksperci radzą, jak łatwo oszczędzać. By oszczędzić, wcale nie musisz mieć dużo pieniędzy. Zaczynj od drobnych kwot [SK 09/2014: 136].

Płatności mobilne, zbliżeniowe. Jak bezpiecznie z nich korzystać [SK 11/2013: 119].

Na wizerunek nowoczesnej kobiety kreowany przez adresowane do niej czasopisma, a także przez społeczeństwo składa się wiele ról społecznych. Są to zarówno role tradycyjne – wychowywanie dzieci, zajmowanie się domem – jak i nowocześniejsze – kreatorki wnętrz, prawniczki, specjalistki od prac remontowo-budowlanych. Prasa dla kobiet zachęca je, aby były perfekcyjne pod każdym względem i nie bały się nowych wyzwań. Publikuje przy tym wiele praktycznych rad dotyczących poszczególnych dziedzin ich aktywności. Z jednej strony czasopiśma dla pań wzmacniają stereotypowe postrzeganie kobiety, ponieważ utwierdzają ją w tym, że powinna być dobrą matką i perfekcyjną panią domu. Z drugiej jednak strony w prasie dla pań można zauważyć przełamywanie tradycyjnego myślenia. Przekonuje się kobietę, że nie powinna zajmować się tylko domem, i zachęca do podjęcia kariery zawodowej.

Prasa edukuje kobietę w każdej dziedzinie, podpowiada, co robić, żeby żyło jej się łatwiej i lepiej. Ulubione czasopismo staje się więc dla czytelniczek nie tylko powiernikiem problemów, ale i skarbnicą wiedzy. Periodyki mają swój udział w kreowaniu nowego modelu kobiety, ponieważ często zachęcają do pełnienia nowych obowiązków, a nawet je narzucają.

Współczesnej kobiecie poszerza się repertuar obowiązków. Z całą pewnością kobiece tytuły prasowe prezentują nowe obszary aktywności, w których panie mogą się realizować. Podjęcie tych wyzwań ma sprawić, że płeć piękna będzie przede wszystkim zaradna, samodzielna, ale jednocześnie szczęśliwa i usatysfakcjonowana. Nie zawsze kobieta potrafi się odnaleźć w pełnieniu zadań, które narzuca jej społeczeństwo. Oczywiście w takich sytuacjach może liczyć na pomoc ulubionego czasopisma. W przytoczonych przykładach widoczne są językowe wykładniki narzucania poszczególnych ról. Należą do nich formy rozkaznikowe, tj. *spróbuj, zrób, kup*. Za pomocą takich konstrukcji autor opublikowanego w piśmie tekstu zwraca się wprost do czytelniczki, namawiając ją do podjęcia określonej decyzji. Kobieta czuje się w ten sposób wyróżniona, ponieważ redakcja nie zwraca się do jakiegoś bliżej nieokreślonego ogółu, tylko do konkretnej osoby, a w tym przypadku do kobiety. Tworzona jest przez to również pewna więź, która zbliża do siebie te dwa podmioty komunikacji: redakcję i czytelniczkę. Także formy

pierwszej osoby liczby mnogiej: *pomożemy ci, zrobimy, podpowiemy* wskazują na chęć stworzenia bliskiej relacji z czytelniczką, przekonując ją o jej wyjątkowości. Dzięki takim zwrotom może czuć się potrzebna, wyróżniona i zauważona.

Omówione zabiegi stylistyczne są typowymi wyznacznikami manipulacji oddziałującymi przede wszystkim na sferę emocjonalną czytelniczek. Nawet jeśli przekazywana jest im konkretna wiedza, odbywa się to często za pośrednictwem odwołań emocjonalnych. Wymienione jednostki leksykalne, konstrukcje syntaktyczne, a także przywoływane kategorie znaczeniowe wykazują ścisłą analogię z językową i strukturalną warstwą komunikatów reklamowych. Na tle dyskusji i polemik dotyczących funkcji i charakteru współczesnych mediów nasuwa się zatem wniosek o dominacji funkcji marketingowej i komercyjnej nad wszelkimi innymi deklarowanymi przez zespoły redakcyjne analizowanych periodyków kobiecych celami.

Skróty stosowane w artykule

PD – Poradnik Domowy

SK – Świat Kobiet

P – Przyjaciółka

Bibliografia

- Bartmiński J., 2008, *Polski stereotyp matki*, „Postscriptum Polonistyczne”, nr 1(1), s. 33–54, http://www.sjikip.us.edu.pl/ps/pdf/ps2008_1.pdf#page=33 [dostęp 11.01.2015].
- Dąbrowska A., 2008, *Zmiany obszarów podlegających tabu we współczesnej kulturze*, „Język a Kultura”, t. 20 (jubileuszowy), red. A. Dąbrowska, Wrocław.
- Czekierda F., 2011, *Kobieta w aforyzmach, przysłowia i powiedzeniach*, Warszawa.
- Gackowski T, Dziedzic J. (red.), 2011, *Manipulacja w mediach: media o manipulacji*, Warszawa.
- Grzesik A., Grygiel P., 2004, *Przemiany wartości prorodzinnych*, „Zeszyty Naukowe UR. Seria Socjologiczno-Historyczna”, z. 16.
- Jedynak B. (red.), 1990, *Kobieta w kulturze i społeczeństwie*, t. 1, Lublin.
- Karwat M., 2001, *Sztuka manipulacji politycznej*, Toruń.
- Kopaliński W., 1990, *Słownik symboli*, Warszawa.
- Królíkowska S., 2000, *Wizerunek kobiety w prasie kobiecej na przykładzie miesięcznika „Twój styl”* [w:] *Wizerunek kobiet*, red. B. Michalska, Poznań.
- Królíkowska S., 2011, *Rola stereotypów płci w kształtowaniu postaw kobiet i mężczyzn wobec zdrowia*, „Nowiny Lekarskie”, R. 80, nr 5.
- Leszczyńska-Rejchert A., Kantowicz E., 2012, *Stereotypy a starość i niepełnosprawność: perspektywa społeczno-pedagogiczna*, Toruń.
- Ożóg K., 2001, *Polszczyzna przelomu XX i XXI wieku: wybrane zagadnienia*, „Fraza”.
- Renzetti C.M., Curran D.J., 2005, *Kobiety, mężczyźni i społeczeństwo*, Warszawa.
- Rittel T., 1985, *Kategoria osoby w polskim zdaniu*, Warszawa–Kraków.
- Smól J., 2000, *Wykorzystanie środków pozaleksykalnych w celach perswazyjnych w prasie „Język Polski”*, z. 3–4, Kraków.

Sokół Z., 2000, *Wizerunki kobiet na lamach tygodnika „Kobieta i Życie” w latach 1946–2002*, „Rocznik Prasoznawczy”, R. IV, <http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwm8etal.element.desklight-42ffeed2-7970-4776-8850-59c6968b397c> [dostęp 11.01.2015].

Taras B., 2013, *Agresja. Studium semantyczno-pragmatyczne*, Rzeszów.

Tokarz M., 2006, *Argumentacja, perswazja, manipulacja*, Gdańsk.

Strony internetowe

<http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmetal.element.desklight-42ffeed2-7970-4776-8850-59c6968b397c> [dostęp 11.01.2015].

http://www.sjikip.us.edu.pl/ps/pdf/ps2008_1.pdf#page=33 [dostęp 11.01.2015].

SOCIAL ROLES PLAYED BY A WOMAN ON THE EXAMPLE OF SELECTED WOMEN’S MAGAZINES

Summary

The image of a woman nowadays is quite schematic. A special part in the creation of both her appearance and the patterns of her behavior play magazines for women. They impose on women how to live in order to be trendy. Nowadays, the woman plays multiple roles in society. They include those defined by gender, stereotypes or tradition, as well as completely new, often controversial roles. On the one hand, the woman is encouraged to be a good mother, even the so-called Mother-Pole and a perfect hostess, on the other hand, however, she is being persuaded to break the traditional way of thinking.

In addition to traditional roles, which are known since childhood, the reader should also familiarize herself closer and more deeply with the other ones, proposed by the magazines. Social roles, highlighted in magazines targeted at today’s readers, are presented in the article “Social roles played by a woman on the example of selected women’s magazines”. They were analyzed on the basis of the collected material and presented from the most important and most desirable. Eight social roles were distinguished, and these are: cook, mother, wife and lover, perfect housewife, interior designer, lawyer, renovation and construction worker, enterprising economist.