

INEZA DREWNIAK\*

Uniwersytet Jagielloński

ORCID: 0000-0002-5213-7426

## **Jak być kobietą? Kreowanie stereotypów i modele kobiecych zachowań prezentowane w *reality shows***

**How to be a woman? Creation of stereotypes and models of the female behaviours in reality shows**

### **CYTOWANIE**

Drewniak Ineza (2019). *Jak być kobietą? Kreowanie stereotypów i modele kobiecych zachowań prezentowane w reality shows*. „Studia Krytyczne” Nr 8: 91–114.

### **ABSTRAKT**

Autorka w niniejszym artykule stara się przedstawić bliżej ogólną problematykę kształtowania się stereotypów dotyczących kobiet w programach *reality show*. Pragnie również skupić się na tworzeniu się modeli kobiecych zachowań, które są jak klasyczna etykieta przypinane wszystkim kobietom. Tekst skupia się na programach, które z reguły stawiają kobiety w negatywnym świetle, opisuje zjawisko uprzedmiotowienia oraz traktowania kobiet jako towar na sprzedaż. W celu ukazania kontrastu, zderza ze sobą dwa skrajne modele kobiet. Kobieta tradycyjna, żyjąca w duchu konserwatywnych wartości przeciwstawiona jest kobiecie nowoczesnej, wyzwolonej. Dodatkowo zwraca się uwagę na obnażanie kobiecych wad programach, które są oglądane przez miliony osób w Polsce.

### **SŁOWA KLUCZOWE**

*Reality TV, gender, kobieta, utowarowienie, stereotypy*

### **ABSTRACT**

The author in this text try introduce closer general issues of shaping stereotypes about women in reality shows. It also wants to focus on the creation of models of the female behaviour, which are like a classic label attached to all woman. In her work, the author is focusing on the programmms that usually put women in a negative light describing the phenomenon of objectification and treating women as goods for sale. In order to show contrast, two extreme models of women collide with each other. A traditional woman, living in the spirit of conservative values, stands next to a modern, liberated woman. In

---

\* Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, ul. Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków; e-mail: ineza.drewniak1@gmail.com

addition, paper pays attention to the exposure of female defects in a programs that are watched by millions of people across Poland.

#### KEY WORDS

Reality TV, gender, woman, commodification, stereotypes

## Wstęp

Niniejszy artykuł poddaje weryfikacji stopień nasycenia stereotypami i kreację modeli kobiecych zachowań w programach typu *reality show*. Skupia w sobie różne rodzaje audycji, począwszy od skrajnie konserwatywnych, jak *Rolnik Szuka Żony*, po te, które zawierają w sobie o wiele więcej swobody obyczajowej, jak *Warsaw Shore*. Dodatkowo przedstawia problematykę etykiet, które „przypina” się kobietom w przekazach telewizyjnych. Praca ma na celu zwrócenie uwagi na przedmiotowe traktowanie kobiet, a także postrzegania kobiecego ciała jako towaru na sprzedaż. Na przykładzie *Perfekcyjnej Pani Domu* ukazuje również nieudolność kobiet i dominowanie – pomimo rozwoju społeczeństwa – patriarchalnego modelu rodziny. Podstawowym celem pracy jest określenie tych stereotypów oraz uporządkowanie tworzących się modeli w sposób logiczny, by podjąć próbę objaśnienia celów współczesnych *reality shows*. Całość rozważań skupia na kobietach i ich wizerunku, który jest niekorzystny. Kolejne rozdziały pracy odkrywają nowe stereotypy i modele zachowań, na które przeciętny odbiorca nie zwraca uwagi.

Od wieków w społeczeństwach funkcjonuje wykreowany wzorzec kobiety, który zawiera w sobie wszystkie kobiece powinności, styl życia, sposób zachowania, mówienia oraz to, jakie kobieta powinna spełniać role w społeczeństwie, rodzinie czy towarzystwie. Wzorzec ten ewoluuje na przestrzeni lat, co w konsekwencji doprowadziło do poszerzenia się pola kobiecej aktywności w przestrzeni życia publicznego, społecznego, rodzinnego oraz zawodowego (Baranowska-Szczepańska 2011: 137–138).

Cofając się do średniowiecza, można sobie przypomnieć piękne suknie, wytworne damy, nienaturalny obraz kobiety, który tak bardzo kojarzy się wyłącznie z tym okresem w historii. Warto zwrócić uwagę, że wówczas miejsce kobiety w hierarchii było oznaczone i wyraźnie różniło się od miejsca, które zajmował mężczyzna. Z biegiem lat, w obliczu wielkich rewolucji historycznych, hierarchia ta zaczęła się stopniowo przekształcać, by finalnie kobieta z podporządkowanej, pozbawionej praw wyborczych, niejednokrotnie pozbawionej także możliwości decydowania o swoim życiu i ciele, stała się kobietą silną, niezależną, wyraźnie odrębną od mężczyzny, dominującą w wielu aspektach życia społecznego. Funkcjonowanie kobiet jako pełnoprawnych i podmiotowych uczestniczek życia społeczno-publicznego, wpłynęło na równość

wobec władzy, małżeństwa, pracy, własności czy rozrywki (Marszałek 2008: 273). Niezależność, nie tylko finansowa, ale również emocjonalna, świadczy o mocnym charakterze kobiety. Dodatkowo możliwość podejmowania decyzji we własnym imieniu, a także równy dostęp do edukacji obu płci, daje poczucie wolności i pewność siebie (Batko, Wyłęgała 2017: 25).

Warto zauważyć, że współczesne kobiety, niewiele różnią się od mężczyzn, w aspekcie ról społecznych, jak i wyglądu zewnętrznego. Rozglądając się po zatłoczonych ulicach naszego miasta, można dostrzec mnóstwo młodych mężczyzn, w ciasnych spodniach, dopasowanych t-shirtach, stylizujących się na kobiety. Rodzi to pewne pytania. W czym tkwi problem? Dlaczego mężczyźni, którzy we wcześniejszych czasach kochali się w swojej dominacji, władzy nad kobietą, teraz robią wszystko, by się do nich upodobnić? Kobiety są silne, mądre, niezależne, twierdzą niekiedy, że nie potrzebują mężczyzn, bo same świetnie sobie ze wszystkim radzą. Niejednokrotnie kobiety nawet *poniżają* płęć przeciwną swoimi umiejętnościami, wiedzą i determinacją. Wpędzają mężczyzn w kompleksy, w poczucie niższości, czasami po to, by udowodnić sobie, że taki mężczyzna faktycznie nie jest im do niczego potrzebny.

Nie zagłębiając się w feministyczny nurt, który z pewnością jest zakorzeniony w świadomości każdej kobiety, robią to nieświadomie, często na przekór sobie, by zaspokoić swoje potrzeby i aspiracje. Idąc tym tokiem myślenia, należy sięgnąć do sformułowania, które sugeruje, że to kobiety upodabniają się do mężczyzn, nie odwrotnie. Noszą spodnie, obcinają włosy na krótko, robią rzeczy, których kobietom „nie wypada”, co odnosi się do wszystkich damskich zachowań, które najczęściej nie odpowiadają mężczyznom i które kobiecie nie przystoją: „Nie wypada tak siedzieć”; „Nie wypada używać takich wulgarnych słów”; „Nie wypada palić papierosów i pić alkoholu”. Słowa te wypowiedają nie tylko mężczyźni, ale wielokrotnie także rodzice, częściej raczej dziadkowie, co oczywiście jest kwestią wychowania i wartości, które były przekazywane w czasach, gdy te osoby były młode (*10 rzeczy, których...* 2016). Zjawisko to wzmacnia stereotyp, że kobiety powinny być grzeczne i miłe (Chrzczonowicz 2018). Gdy kobieta słyszy takie słowa, czuje się obrażona i dyskryminowana.

Ewolucja stylu życia kobiety, do której doszło na przestrzeni lat, była podyktowana narastającym pędem życia, zmianą jego uwarunkowań społecznych, ekonomicznych i politycznych. Nie bez powodu często słyszy się, że kiedyś było prościej, lepiej. Wówczas wielokrotnie funkcja kobiety była okrojona do tzw. bransoletki, która ładnie wygląda na nadgarstku, dodaje uroku i klasy całej stylizacji, ale nie spełnia jakiejś szczególnej roli, dla osoby, która ją zakłada. Współcześnie życie kobiety to mieszanka wielu ról. Kobieta nie tylko jest matką i panią domu, ale także rozwija się, udoskonala swoje umiejętności, kształtuje swój charakter i wewnętrzny upór. Jest to związane z ciągłym pędem za

pieniądem, z chęcią poprawy jakości swojego życia i życia rodziny, ale także chęcią samorealizacji, czy spełniania marzeń, co kilka wieków wcześniej nie było możliwe. Wnioski wyciągnięte w niniejszej pracy udało się wysnuć przede wszystkim na podstawie dokładnej analizy jakościowej wspomnianych już programów *reality show*. Wybór literatury również nie jest przypadkowy. Użyte tytuły pomagają zrozumieć założenia producentów audycji.

Niniejszy artykuł rozpoczyna się nakreśleniem historycznych przemian w sferze kobiecości. Kolejno przybliża i nazywa role kobiet, analizuje je z perspektywy przeszłości i terażniejszości. Następnie autor płynnie przechodzi w opisywanie zjawiska na podstawie programów matrymonialno-randkowych. Kolejno pojawia się przedstawienie modeli kobiecych zachowań na podstawie min. *Warsaw Shore* czy *Perfekcyjna Pani Domu*. W podsumowaniu próbuje się zweryfikować tezę postawioną we wstępie. Aby spełnić cel pracy, zostały w niej postawione następujące pytania badawcze: Jak zmieniała się rola kobiety na przestrzeni wieków? Czym uwarunkowana jest odmienność stereotypów w obszarach wiejskich i miejskich? A także, co wpływa na kreację tak dużej ilości stereotypów w *reality show*? W niniejszej pracy najwięcej wniosków autorka wyciągnęła z internetowej publikacji Beaty Łaciak *Wizerunek kobiety w audycjach reality show. Analiza I edycji Rolnik szuka żony i Kto poślubi mojego syna?* Wnioski te zostały przeanalizowane z punktu widzenia minionych wieków i zderzone z terażniejszością dzięki Catherine Blackledge i Magdalenie Baranowskiej-Szczepańskiej w ich literaturze: *Wagina: kobieca seksualność w historii kultury oraz Ona w XXI wieku. Interdyscyplinarny obraz kobiety*. Dodatkowo praca została wzbogacona w zagadnienia socjologiczne z zakresu patriarchalnego modelu rodziny, dzięki rozważaniom Zygmunta Tyszki w jego *Socjologii rodziny, a także Rodzin współczesnych w Polsce*.

## 1. Etykietowanie kobiet

Każda epoka historyczna rządziła się swoimi prawami, w każdej z nich kobieta była inaczej postrzegana i prezentowała inne typy zachowań. Wiele z tych zachowań utarło się w świadomości ludzi jako typowe i odpowiednie dla każdej kobiety. Mowa tutaj o stereotypach, które są nieodłącznym elementem postrzegania kobiet w każdej kulturze. Definicja stereotypu, według *Słownika współczesnego języka polskiego* określa go jako „Funkcjonujący w świadomości społecznej skrótowy, uproszczony i zabarwiony wartościująco obraz rzeczywistości, odnoszący się do osób, rzeczy lub fałszywej wiedzy o świecie, utrwalony jednak przez tradycję i nie ulegający zmianom” (Dunaj 1996: 278). Przedmiotem stereotypów są najczęściej grupy społeczne: narodowe, regionalne, religijne, zawodowe, czy te związane z określoną płcią. Siłą stereotypu jest określany stopień pewności, z jakim dany stereotyp jest utrzymywany jako całość

(Grabowska 2007: 11). Najczęściej spotykanymi stereotypami są te, które mniej lub bardziej dotyczą którejkolwiek z płci.

Do najbardziej typowych ról, z którymi wiele kobiet stara się walczyć, są te przepełnione tradycjonalizmem i konserwatyzmem. Najczęściej powtarzanym stereotypem jest ten, który mówi, że miejsce kobiety jest w domu, a jej głównym zadaniem opieka nad domem i dziećmi. Kolejnym ten, który umiejscawia kobietę w życiu mężczyzny jako całkowicie mu podporządkowaną, pozbawioną swojego zdania.

Warto zwrócić także uwagę, że wiele kobiet nie ucieka przed stereotypami. Podporządkowuje się im i żyje według nich. Bez cienia wątpliwości można również dodać, że zdecydowanie częściej takie stereotypy wybrzmiewają na wsiach, niż w miastach, oraz w rodzinach, w których taki model rodziny jest powszechnie znany, akceptowany i wszyscy członkowie rodziny są zadowoleni z jego funkcjonowania.

Jedną z typologii jest ta, która dzieli kobiety na *nowoczesną, umiarkowaną* i *tradycyjną* (Baranowska-Szczepeńska 2011: 147).

Pierwsza z nich to kobieta, która jest panią własnego losu i sprawuje pełną kontrolę nad własnym życiem. Jest przebojowa, energiczna, aktywna, silna i pewna siebie. Pnie się po szczeblach kariery i na pierwszym miejscu stawia rozwój osobisty. Kieruje się własnymi potrzebami, które są kreowane na podstawie ambicji, które wychodzą daleko poza obszar tradycyjnej roli żony lub matki. Kobieta taka jest zaradna, zdecydowana i stanowcza (Górnikowska 1995: 373), a jej aktywność domowo-rodzinna jest całkowicie spychana na drugi plan (Barska 2005: 21).

Kobieta *umiarkowana* uznaje, że wcale nie trzeba rezygnować z aktywności w jednej płaszczyźnie, aby odnosić sukcesy na innym polu. Przeciwnie, kieruje się motywem łączenia rozwoju zawodowego i bycia szczęśliwą żoną i matką (Łaciak 1995: 234). Model ten motywuje kobietę do pełnienia kilku ról jednocześnie oraz poświęcania tym rolom równej uwagi i zaangażowania. Zdobywanie jak największej ilości kwalifikacji i rozwój osobisty jest traktowany na równi z macierzyństwem i rolą pani domu. Ten model wymaga od kobiety niezwyklej organizacji i odpowiedzialności, ale także rozpatrywania każdej podejmowanej decyzji przez pryzmat ambiwalencji życie prywatne- życie zawodowe (Servan-Schreiber 1998: 90).

Kobieta *tradycyjna*, będąca idealną matką, całkowicie poświęca się życiu domowemu i rodzinnemu – ten model jest coraz rzadziej spotykany, ale nadal głęboko zakorzeniony w świadomościach osób starszych, zamieszkujących obszary wiejskie, wychowujących się w wedle konserwatywnych wartościach. Tradycyjna pani domu jest doceniana przede wszystkim za organizację życia rodzinnego i zachowanie odpowiedniego klimatu w ramach domowego ogniska. Wzorzec ten jest na tyle absorbujący, że sfera domowa często jest jednym zajęciem kobiety. Dodatkowo powoduje, że kobieta czuje się spełniona i w pełni usatysfakcjonowana ze swojego życia, bez konieczności podejmowania pozadomowych ak-

tywności (Łaciak 1995: 237). W tym przypadku kobieta nie zawsze jest zmuszona do rezygnacji ze swoich ambicji i samorealizacji. Wielokrotnie życie rodzinne stanowi dla niej priorytet, który nadaje sens wszelkim działaniom (Baranowska-Szczepańska 2011: 151). Kobieta tradycyjna, często określana również mianem gospodyni domowej, stała się przeciwniczką heroicznej feministki, ponieważ kreowana była na pasywną, zależną, infantylną i uzależnioną od romantycznych fantazji (Hollows 2000: 72)

Współcześnie można zauważyć, że kobiety dążą do osiągnięcia miana kobiety *nowoczesnej*. W rzeczywistości pozostają jednak pod ogromnym wpływem silnych nacisków medialnych i lansowanych przez nie standardów *prawdziwej kobiety* (Baranowska-Szczepańska 2011: 153). Powyższe modele, najczęściej są podstawą do tworzenia się stereotypów, co również jest potwierdzone w świecie mediów i wszechobecnej cyfryzacji.

Programy typu *reality show* są przepełnione stereotypami i wskazują kierunek myślenia w tworzeniu wzorca kobiecych zachowań współczesnych czasów. Nie da się ukryć, że przedstawiają one kobiety w bardzo negatywnym świetle. Wystarczy spojrzeć na takie formaty międzynarodowe, jak: *Jersey Shore*, *Big Brother* czy *Ex Na Plaży*. W pierwszym i trzecim z nich kobiety preferują bardzo swobodny tryb życia. Duże ilości napojów alkoholowych, notoryczne imprezowanie, przy czym w zasadzie sprowadza się ono do odnajdywania mężczyzn, którzy będą chętni spędzić z nimi noc. Przychodzi im to łatwo – wolni mężczyźni z reguły nie mają nic przeciwko nocy spędzonej z atrakcyjną kobietą. Problem pojawia się w sytuacji, gdy w łóżku jednej kobiety codziennie gości inny mężczyzna. Programy te pokazują, że kobiety biorące w nich udział, nie mają zbyt wiele szacunku do własnego ciała i sfery intymnej, która jest upubliczniana. Natomiast w *Big Brotherze* kobieta niejednokrotnie jest ukazywana z całkowicie odmiennej perspektywy: jako żądna władzy, dominacji, krzykliwa i pozbawiona skrupułów istota, dążąca – mówiąc kolokwialnie – po trupach do celu. Na ekranie odbywa się zacięta rywalizacja pomiędzy samymi kobietami, ale także mężczyznami z nimi mieszkającymi, co w konsekwencji prowadzi do wzajemnej nienawiści, czasami również skutkuje zażenowaniem i konsternacją bliskich. Warto zwrócić uwagę na programy, które tworzą obraz kobiety bardzo cichej, spokojnej i potulnej. W tym przypadku głównym stereotypem jest ten, który umiejscawia kobietę w domu, w kuchni, z gromadką dzieci, czekającą na męża, który jest żywicielem i jednocześnie Panem domu.

## 2. Stereotypy w programach matrymonialno-randkowych

Jeśli chodzi o programy typu *reality show*, które najlepiej obrazują wzorce kobiecych zachowań, to należy mówić głównie o programach matrymonialno-randkowych. W tym przypadku uwagę przyciągają dwa

programy, *Rolnik Szuka Żony* oraz *Kto Poślubi Mojego Syna?*, które są najmniej oparte na sferze seksualnej, ale jednocześnie w największym stopniu przepełnione stereotypami. Te dwie audycje powodują, że pogłębiają się najbardziej znane stereotypy dotyczące kobiet. Nie równe traktowanie wynika z dominacji mężczyzny, który jest jedynym – a przynajmniej głównym – żywicielem rodziny. Kobieta natomiast jest postrzegana jako dodatek do męskiego życia, jako klasyczna, przysłowiowa *kura domowa*, pozbawiona ambicji, gotowa na życie przy boku swojego męża i spełnianie jego pragnień. W obu programach pojawia się także uprzedmiotawianie kobiet.

## 2.1. *Rolnik Szuka Żony*

*Rolnik Szuka Żony* to program, który na antenie TVP pojawił się w 2014 roku. Każdy sezon budził nowe kontrowersje. Głównym tematem analizy jest pierwszy sezon *reality show*. W programie bierze udział pięć osób, które szukają miłości. Pierwszym zadaniem rolników jest wybór konkurujących o ich względy kandydatek na żonę, z których każda nadesłała list. Kolejny etap to spędzenie czasu z wybrankami, po tym czasie rolnicy rezygnują z dwóch kandydatek, w domu rolnika wówczas zamieszkują trzy kobiety. Kandydatki poznają styl życia pana domu i warunki, jakie panują w gospodarstwie.

Specyfiką pierwszego sezonu był fakt, że głównymi bohaterami byli wyłącznie mężczyźni, co – moim zdaniem – obrazuje pierwszą kwestię związaną z tym, że mężczyźni wolą być zdobywani przez kilka kobiet na raz, które rywalizują o jego względy w chwilami kuriozalnych konkurencjach rozgrywających się na arenie wiejskiej. Wszyscy mężczyźni, którzy pojawili się w pierwszej edycji, byli do siebie bardzo podobni. Charakteryzowała ich ogromna miłość do wsi, do swojej pracy, trybu życia i niejednokrotnie bezgraniczna więź z rodziną, co jest charakterystyczne dla warunków życia panujących na wsiach (Łaciak 2015: 12).

W *reality show*, zwłaszcza w pierwszych odcinkach, które mają na celu przedstawienie bohaterów edycji, niejednokrotnie pojawiają się momenty, w których mężczyźni opowiadają o swoich oczekiwaniach wobec kobiet i o tym, co jest dla nich najważniejsze. „Żeby mi koledzy trochę pozazdrościli i dobrze postrzegali” (wypowiedź Zbigniewa, *Rolnik Szuka Żony*, odcinek 3). Uczestnicy opisując siebie, już od samego początku zaznaczają, że cenią w kobietach dokładnie te same rzeczy. Każdy z nich wyznaje identyczne wartości: rodzinę, miłość, wierność, wzajemną pomoc, pojawia się także nacisk na uczciwość i odpowiedzialność kobiet. Są to oczywiście wartości, bez których nie ma szans na stworzenie związku i założenie szczęśliwej rodziny. Niemniej jednak, jak się wydaje, mężczyźni ci patrzą na kobietę jak na istotę, która musi dostosować się do panujących w ich domu warunkach, co dają także do zrozumienia wszystkim kandydatkom. Patrzą na kobietę jako na

istotę, która będzie dobrą matką, żoną, która pomoże w gospodarstwie, ugotuje obiad, wychowa dzieci, a przy tym całkowicie zapomni o swojej niezależnej od mężczyzny wartości i kobiecości.

Już w pierwszych minutach trwania *Rolnika...*, wylania się obraz kobiety idealnej dla mężczyzn, a także członków ich rodzin. Mimo że w każdej edycji upodobania uczestników w stosunku do wyglądu kobiety są zróżnicowane, to pokrywają się cechy, które idealna dla nich kobieta powinna posiadać. Powinna być ciepła, czuła, skromna, uległa, wszystkie swoje decyzje konsultować z mężem. Najlepiej, jak można mniemać, gdyby kobieta była całkowicie pozbawiona swojego zdania i życia.

Mężczyźni dokonują wyboru na podstawie listów przysłanych przez zainteresowane kobiety, selekcja jest długa i – moim zdaniem – bardzo niesprawiedliwa. Rodzi się pytanie, ile mężczyzna jest w stanie dowiedzieć się o kobiecie na podstawie jednego lub kilku zdjęć i krótkiego opisu zapisanego na kartce papieru? Kolejną kwestią, która zwraca uwagę, jest fakt, jak w odniesieniu do wyglądu zewnętrznego na wsiach tworzony jest kobiecy ideał. Oczywistym jest, że określenie idealnej kobiety, jest bardzo odmienne w zależności od środowiska. Jest to bardzo widoczne, gdy zestawimy ze sobą idealną kobietę w oczach mężczyzny mieszkającego w mieście z postrzeganiem ideału kobiety przez mężczyznę mieszkającego na wsi.

Wieś to przede wszystkim miejsce, które rządzi się swoimi prawami, a życie tam ma odrębne zasady, które w wielu przypadkach sprawdzają się tylko na tym obszarze. Tutaj z pewną rezerwą traktowane są kobiety chude. Na wsi, gdy kobieta posiada krągłości, jest pożądana przez mężczyzn. Kobieta uznawana za idealną kandydatkę na żonę i matkę niejednokrotnie posiadała wyraźną tuszę, kilka, lub kilkanaście zbędnych kilogramów, szerokie biodra, które w praktyce były sygnałem dla mężczyzn, iż jej miednica jest wprost stworzona do wielokrotnego rozrodu. Przekonanie to także uwidoczniło się w jednym z pierwszych odcinków, gdy z ust uczestników padają sformułowania: „Mój ideał, żeby miała czym oddychać i na czym siedzieć” (wypowiedź Adama, *Rolnik Szuka Żony*, odcinek wprowadzający).

Warto zwrócić uwagę, że członkowie rodzin uczestników wielokrotnie mieli bardzo podobne wyobrażenia co do wybranek swoich bliskich: „To powinna być taka troskliwa dziewczyna i nie taki wybiegowy wieszak, to nie” (wypowiedź siostry Zbigniewa, *Rolnik Szuka Żony*, odcinek 1, cyt. Łaciak 2015)

Wszystkie kobiety od samego początku są bezustannie oceniane, poczynając od procesu selekcji po komentowanie ich zachowań, gdy już dochodzi do rywalizacji i sprawdzaniu się w rolach typowych dla kobiet mieszkających na wsi. Wówczas mężczyzna jest przedstawiony jako ten, który sprawuje nad wszystkim kontrolę, który wartościuje rywalizujące kobiety, a przede wszystkim porównuje je. Mężczyźni natomiast czerpią satysfakcję z rozrywki, którą zapewniają im kandydatki: „Podobało mi



się, że jestem szefem, dziewczyny mnie słuchały” (wypowiedź Grzegorza, *Rolnik Szuka Żony*, odcinek 3, cyt. Łaciak 2015). Biorącym udział w programie rolnikom taka sytuacja odpowiada, albowiem uprzednio – jak sami twierdzili – nigdy żadna kobieta nie zabiegała o ich względy, nawet nie marzyli o tym, że owych konkurentek będzie wiele. Rolnicy mogą się poczuć *macho*, mówiąc metaforycznie, rozdają karty, kontrolują sytuację, nawet jeśli starają się zachować pewną powściągliwość, która dodaje im skądinąd męskości (Łaciak 2015: 14).

Warto zwrócić uwagę na pewne uprzedmiotawiające kobiety schematy. Poddawane ocenie kobiety ustawione w rzędzie, przed nimi mężczyzna, który na podstawie kilku rozmów, przeprowadzonych konkurencji, wybiera tę, która musi pożegnać się z programem. Kobiety w tym przypadku są ukazane jak towar na rynku, a mężczyzna jako konsument, który wychodzi na zakupy i nabywa – mówiąc dosadnie – kawałek mięsa, który najbardziej spełnia jego oczekiwania. Wyraźnie obrazuje to wypowiedź jednego z rolników: „Kasia była faworytką na samym początku. Ja mam takie szczęście w domu, jak nieraz coś kupuję, czy jakiegoś zwierzaka czy coś, którego pierwszego obejrzę i kupię, to radość. I z tym wyborem może być tak samo” (wypowiedź Grzegorza, *Rolnik Szuka Żony*, odcinek 7, cyt. Łaciak 2015).

Obserwując zachowania wybranych kobiet w dalszych odcinkach audycji widz zastanawia się, czym jest spowodowana ich determinacja. Od pierwszych odcinków można zaobserwować jak bardzo angażuje je rywalizacja o mężczyznę, który wśród nich jest uznany za ideał, o którego warto walczyć w toku programu. „Coś czuję, że coś z tego będzie [...] na pewno się nie poddam, będę walczyć do końca” (wypowiedź Katarzyny wybranej przez Adama, *Rolnik Szuka Żony*, odcinek 2); „Jadę po to do Adama, żeby znaleźć miłość [...]” (wypowiedź Anny wybranej przez Adama, *Rolnik Szuka Żony*, odcinek 2). Wówczas wylania się model kobiety walczejnej, niemniej jednak podporządkowanej swojemu panu.

Można sądzić, że w wielu przypadkach nie ma tutaj miejsca na uczucia. Kobiety stoją obok siebie, czekają na werdykt, jakby to była najważniejsza rzecz w ich życiu, publicznie mówi się o ich wadach, porównuje z innymi kobietami, oceniając jako lepsze czy też gorsze od innych. Program ten stawia mężczyznę w centrum, kobieta natomiast ma wykonywać męskie polecenia i robić wszystko, aby zaspokoić jego oczekiwania; z tego względu typ kobiety tutaj prezentowany jest skrajnie stereotypowy, żeby nie powiedzieć: szowinistyczny (Łaciak 2015: 15). Najtrudniejszymi momentami dla uczestniczek programu, pokazującymi także dystans i obojętność mężczyzn, jest moment wyboru i odrzucania kolejnych kandydatek. Wówczas kobiety niejednokrotnie nie kryją łez, mówią o rodzącym się uczuciu wobec mężczyzny, ten natomiast wprost wyluszcza przyczyny ich nieadekwatności. Nadmierne podkreślenie emocji kobiet służy ukazaniu tego, że zwykle to kobieta jest bar-

dziej zaangażowana w budowanie relacji niż mężczyzna (Łaciak 2015: 20). Program ten nie jest nastawiony na seksualność kobiet i ich atuty wizualne, gwarancją sukcesu w tym przypadku są silne emocje, niemoc ze strony bohaterek, gdy zostaną odrzucone przez mężczyznę oraz dobitnie rzecz ujmując – publiczne upokorzenie. Między innymi przez ukazywanie łez kobiet, liczne zbliżenia na wyraz twarzy i podkreślanie rozczarowania z wyboru bohatera. Podkreślenie dramatu kobiet, które muszą pożegnać się z programem niewątpliwie wzbudza wzruszenie u odbiorców, a przede wszystkim ma na celu zebrać przed telewizorem jak największą widownię (Lisowska-Magdziarz 2012: 59–60).

## 2.2. *Kto Poślubi Mojego Syna?*

Na dość podobnych zasadach funkcjonuje program *Kto Poślubi Mojego Syna?*, którego pierwszy sezon pojawił się także w roku 2014, na antenie komercyjnej stacji TVN. Podstawowym celem programu było znalezienie żon dla mężczyzn, którzy byli w różnym wieku i nadal mieszkali z matkami. W porównaniu z *Rolnikiem...* ten *reality show* nie jest aż tak konserwatywny, a może jest konserwatywny w inny sposób. Pojawia się spory kontrast między kobietami z pierwszego programu, które były skromne, proste, delikatne. W tym przypadku pojawiają się liczne wulgaryzmy, nadmiar alkoholu, co w wielu przypadkach prowadzi do rozwiązłości. *Kto Poślubi...* pokazuje, że kobieta, by zdobyć mężczyznę i pokonać rywalki, odwołuje się do swojej seksualności. „Zobaczyłem Wiktorię w takim innym wydaniu, w takim naprawdę bardzo, bardzo, bardzo kuszącym. Widzę, że jakby ona ma w sobie wszystko. Tą delikatnością, tą agresją, ten seks” (wypowiedź Artura, *Kto Poślubi Mojego Syna?*, odcinek 9).

Matka i syn w TVN-owskim programie przeprowadzają casting, jednak to syn dominuje, matka natomiast dokonuje pewnych korekt w synowskiej selekcji. „Dobrze jest mieć mamę, która nie boi się powiedzieć synowi, w którą stronę iść” (komentarz lektora, *Kto Poślubi Mojego Syna?*, odcinek 7). Uczestniczki, które dostaną się do kolejnego etapu, wychodzą wieczorem z mężczyzną do klubu, rano natomiast czeka je spotkanie z matką uczestnika. W tym etapie wyłaniają się cztery konkurentki, które zamieszkują w domu mężczyzny i toczą bój o jego uwagę, a ostatecznie miłość.

Program ma na celu przedstawienie kobiet z różnych stron, co ukazane jest przez pryzmat ich relacji z mężczyzną, zachowań po spożyciu zbyt dużej ilości alkoholu, sposobie traktowania potencjalnej teściowej. Kobiety, oprócz przyjemnych rozrywek w towarzystwie mężczyzn, muszą zmagać się z ich matkami, które w wielu momentach robią wszystko, żeby pokazać, że żadna z nich nie jest odpowiednia dla syna. Świadczy o tym posunięcie Beaty, matki Konrada, która zabiera kobiety do eleganckiej restauracji, w celu sprawdzenia, czy te znają zasady *savoir-*

-*vivre*’u, bądź rozbierana sesja przygotowana przez Ewę, matkę Patryka. „Chcę sprawdzić, czy dziewczyny są łatwe i szybko się rozbierają” (wypowiedź Ewy, *Kto Poślubi Mojego Syna?*, odcinek 4). Program kończy się propozycją ślubu skierowaną w stronę jednej z kobiet, bądź oddaniem pierścionka matce, co jest jednoznaczne z brakiem gotowości na zawarcie związku małżeńskiego z którąkolwiek z uczestniczek.

Stereotypy kobiece w *Kto Poślubi...* w znacznym stopniu pokrywają się ze stereotypami omówionymi w przypadku *Rolnika...* W tym przypadku mężczyzna także jest tym, decyduje o tym, co i jak kobiety mają robić, aby on sam był zadowolony i czerpał z tego jak najwięcej korzyści: „Wy macie jego, o niego obiegać, żeby on między wami wybrał, jedną z was, która jemu by najlepiej pasowała” (wypowiedź Ewy, *Kto Poślubi Mojego Syna?*, odcinek 9). To pan sytuacji, często bezkrytyczny wobec siebie, niekulturalny i nietaktowny. „Chcę przetestować dziewczyny pod każdym względem i chcę zobaczyć jak będą o mnie rywalizowały” (wypowiedź Patryka, *Kto Poślubi Mojego Syna?*, odcinek 6). Kobieta natomiast jest przedstawiona jako ta, której w każdej sytuacji zależy na mężczyźnie i która bez względu na okoliczności będzie walczyć o jego względy. „Magdo, chciałabyś zostać i zawalczyć o mnie?” (wypowiedź Patryka, *Kto Poślubi Mojego Syna?*, odcinek 7). Towarzystwo grupy wyuzdanych i seksualnie prowokacyjnych kobiet wywołuje erotyczne napięcie. Tu pojawia się nieznaną *Rolnikowi...* schemat. Kobieta na obszarach wiejskich jest czysta, cnotliwa, szanuje własne ciało i chce je ofiarować wyłącznie mężowi. Kobieta wielkomięjska uznaje, że tylko sfera seksualna uwydatni jej wartość. „Mi się wydaje, że Magda to liczy tylko na seks” (wypowiedź Ewy, *Kto Poślubi Mojego Syna?*, odcinek 6). Jak można się domyślać, w wielu przypadkach jest to jedyne, co kobieta może zaoferować mężczyźnie.

Mówiąc metaforycznie, kandydatki na żonę, są utkane ze stereotypów. To kobiety pozbawione osobistych oczekiwań, które są gotowe poświęcić wszystko w walce o mężczyznę, włącznie ze swoją godnością. „Mogę zaśpiewać, zatańczyć, pocałować go, salto nawet zrobić” (wypowiedź Doroty, *Kto Poślubi Mojego Syna?*, odcinek 5). Także w tym przypadku są one traktowane jak towar na rynku. Ustawiane w rzędzie obok siebie, mierzone wzrokiem, porównywane, oceniane. Wybierana jest ta, która lepiej jest w stanie uwydatnić, by nie powiedzieć: sprzedać, swoje zalety. *Reality show* ukazuje kobietę jako towar na sprzedaż, co jest potwierdzone zaraz na początku programu, w momencie castingu. Kobiety ubrane w eleganckie stroje, mniej bądź bardziej wyzywające, promują siebie i swoje fizyczne zalety. Ich uprzedmiotowienie potwierdzają producenci, którzy w czasie nagrań decydują się na liczne zbliżenia wyeksponowanego biustu, czy bardzo długich nóg, osłoniętych przykrótką sukienką. Niejednokrotnie w czasie tych zbliżeń pojawia się zwolnione tempo, melancholijna muzyka wprowadzający widza w miłosny nastrój, posiadający wyłącznie akcent fizyczny i seksualny.

Warto też zwrócić uwagę na relacje bohaterów *reality show* z matkami. To z nimi konsultuje swe decyzje syn, chociaż niejednokrotnie każdy z uczestników robi im na przekór. „Zawiodłam się na Patryku, tak bardzo go prosiłam o Monikę, żeby została w programie” (wypowiedź Ewy, *Kto Poślubi Mojego Syna?*, odcinek 5). Matki co do zasady idealizują synów, uznając, że należy się im wszystko, co oznacza pozbycie się kobiet, które są jego niegodne. „Oddam go tylko w dobre ręce” (wypowiedź Beaty, *Kto Poślubi Mojego Syna?*, odcinek 1). Każda z matek zachowuje się jak służąca, wręcz niewolnica i w jakimś stopniu tego też oczekuje od kobiety, która ma poślubić jej potomka, co od pierwszych odcinków powiela stereotyp kobiety jako służącej. Mimo deklaracji ze strony synów o niezależności od matek, te drugie wielokrotnie z własnej inicjatywy obdarzają dzieci wskazówkami w kwestii wyborów partnerek. Zwykle poślubienie kobiety związane jest z uprzednim jej zaakceptowaniem przez rodzicielkę (Łaciak 2015: 26–27). Zarówno matka, jak i jej syn, w każdym przypadku podkreślają, że kobieta musi sprostać ich wymaganiom. Dodatkowo pojawia się przeświadczenie, że kobieta jako partnerka ma być tylko dodatkiem do idealnego duetu matka–syn. „Ty księżniczka, ja księciem, a ona? – Sprzątaczką” (rozmowa między Patrykiem i jego matką, *Kto Poślubi Mojego Syna?*, odcinek 1). Co ciekawe, uprzedmiotowienie kobiet w tym przypadku obserwujemy także w przypadku ocen matek. Kobieta dojrzała, doświadczona emocjonalnie, wykazuje się brakiem szacunku wobec potencjalnych kandydatek na żonę swojego syna, o czym świadczy używanie pseudonimu „Blondi” zamiast imienia jednej z uczestniczek (określenie używane przez Marzannę, *Kto Poślubi Mojego Syna?*, odcinek 4). Karolina, może nie bardzo ładna, ale bardzo miła” (wypowiedź Danuty, *Kto Poślubi Mojego Syna?*, odcinek 5); „Troszkę mnie denerwuje ta Magda, zamiast mi pomóc w kuchni, to biega za Patrykiem” (wypowiedź Ewy, *Kto Poślubi Mojego Syna?*, odcinek 5). Każda matka ma bardzo stereotypowe oczekiwania wobec kobiety, która miałaby pojawić się w życiu jej syna. Atrakcyjna, ale skromna, miła, dobra, pracowita, troszcząca się o męża, lecz dająca mu poczucie wolności, i co najważniejsze, żeby dbała o dobre relacje z teściową (Łaciak 2015: 29). „Pewne granice powinny być zachowane. Powinny mieć szacunek w stosunku do mnie, ale też nie powinny być za bardzo rozwiązłe w stosunku do Artura” (wypowiedź Marzanny, *Kto Poślubi Mojego Syna?*, odcinek 5).

Bardzo ważnym aspektem obu programów jest to, w jaki sposób producenci skupiają uwagę odbiorcy na bohaterach. Pojawia się intymność, emocje, dramaturgia i przede wszystkim rywalizacja, które współcześnie gwarantują wysokie wyniki oglądalności. „To jest rywalizacja. Liczę się z tym, że są inne kandydatki i że będziemy ze sobą rywalizowały” (wypowiedź Sylwii, *Kto Poślubi Mojego Syna?*, odcinek 3); „Nie zwracał na mnie uwagi, koncentrował się na rozmowach z moimi koleżankami, rywalkami” (wypowiedź Sylwii, *Kto Poślubi Mojego Syna?*, odcinek 4).

Mimo wielkiej sympatii kaŹdej z uczestniczek do siebie nawzajem, rodzi się między nimi niezdrowa rywalizacja, która w kaŹdym przypadku opiera się na zazdrości. „ZauwaŹyłam juŹ między nami konkurencję, kaŹda na swój sposób próbuje zdobyć Konrada” (wypowiedź Oliwii, *Kto Poślubi Mojego Syna?*, odcinek 5). W wielu przypadkach producenci pokazują jak bardzo przykre są odejścia. Widzimy łzy, Źal poŹegnań i zerwaną więź, która wydawała się wchodzić na coraz wyŹszy poziom. Oprócz Źalu, pojawia się równieŹ złość i rozczarowanie. „Jestem wkurzona, Źe miał czelność przy wszystkich powiedzieć, Źe nie ma tego czegoś” (wypowiedź Izy, *Kto Poślubi Mojego Syna?*, odcinek 5). Najbardziej uderzającym jest powielenie stereotypu, w którym kobieta otaczająca się wieloma męŹczyznami, jest uznana za kobietę lekkich obyczajów, natomiast odwrócenie sytuacji i postawienie męŹczyzny w towarzystwie kilku starających się o jego względy kobiet, jest powodem do dumy. Doskonale zobrazował to dialog między Eweliną a Konradem w odcinku 9:

„– Ewelina: Pomyśl, Źe zamiast mnie i Julii, są jeszcze jacyś dwaj faceci i jest jedna dziewczyna.

– Konrad: Takie trzy na trzy.

– Ewelina: Nie, jedna dziewczyna i trzech facetów, tak jak teraz mamy sytuację i sobie pomyśl, Źe siedzi sobie trzech facetów, oglądamy mecz i podchodzi najpierw laska do ciebie, siada ci na kolana, całuje cię i przytula, później idzie do tego drugiego, siada mu na kolana tak jak tobie, całuje i w ogóle, bo przecieŹ *fun* jest, okej, fajnie, przecieŹ jest mecz, pijemy piwo, w końcu podchodzi sobie do trzeciego i teŹ uderza z nim w ślimaka. I jak się czujesz?

– Konrad: Co to jest za dziewczyna, jakaś dziwka, czy co? Tak siada i całuje, no nie wiem, moŹe ona tak lubi.

– Ewelina: To teraz odwróć sytuację, Źe jesteś ty, jest Oliwia, jestem ja, jest Julia i jak siebie nazwiesz teraz?

– Konrad: Tylko wiesz co? Ja w tym złego nic nie widzę.

– Ewelina: Nie widzisz nic złego w tym, Źe byłaby jedna dziewczyna i podchodzisz ty i później kolega...

– Konrad: JeŹeli ona nie, nie wiem...

– Ewelina: I nie czułbyś się kijowo w tym momencie? Powiedz, ale tak szczerze, z serducha.

– Konrad: Ale niby czemu.

– Ewelina: Naprawdę? Ja pieprzę, no to serio chyba, wiesz co, ten świat jest chyba jakiś popieprzony, albo ja mam jakoś staroświeckie myślenie, albo nie wiem, naprawdę nie wiem”.

Ewelina jest kobietą, która w kolejnym odcinku zostaje odrzucona przez Konrada. Rozmowa ta wskazuje nam kierunek męskiego myślenia, który utrwała przekonanie, Źe kobieta mająca powodzenie u męŹczyzn, nie jest nikim więcej, jak tylko prostytutką (a raczej *dziwką*). Odwrócenie sytuacji przez Ewelinę pokazuje, jak bardzo męŹczyzna jest stworzeniem uprzywilejowanym, a przynajmniej to jest kobietom ciągle wpajane. To czego nie wolno kobiecie, męŹczyźnie się należy z samej racji bycia męŹczyzną.

*Rolnik...* i *Kto Poślubi...* okazały się być tak kontrowersyjne i wzbudziły takie poruszenie, nie tylko wśród kobiet, Źe do Krajowej Rady

Radiofonii i Telewizji wpłynęły skargi oraz pismo Małgorzaty Fuszary, Pełnomocnika Rządu ds. Równego Traktowania, w którym podkreśla ona m.in., że „obrazy i treści, które odwołują się do uproszczonego, opartego na częściowo fałszywych sądach oglądu rzeczywistości, wzmacniają stereotypy. Obydwa cykle skonstruowane są według schematu odwołującego się do stereotypowych przekonań na temat społecznych i kulturowych wzorców zachowań kobiet i mężczyzn” (*Wizerunek kobiet w reality show* 2015).

Podsumowując tę część rozważań, warto zwrócić uwagę na fakt, że w obu tych programach kobieta jest przedstawiona jako strona, której bardziej zależy na zbudowaniu trwałej relacji z mężczyzną, o którego względy trzeba – niekiedy w sposób bezkompromisowy – konkurować. W obu przypadkach uderza również to, że kobieta pomimo licznych zmian, które przeszła na przestrzeni lat, nie do końca uwolniła się od męskiej dominacji.

### 2.3. *The Bachelor*

Zostając w tematyce programów matrymonialno-randkowych, warto wspomnieć o programie, który funkcjonuje na identycznych zasadach jak program *Kto Poślubi Mojego Syna? Jest to show* pod tytułem *The Bachelor* emitowany przez amerykański komercyjny kanał ABC, najchętniej oglądany program telewizyjny w Ameryce. Występuje w nim kawaler i kilka uczestniczek, których zadaniem jest oczarowanie mężczyzny i dobrnięcie do ostatniego odcinka programu, w którym kawaler decyduje się na ślub z jedną z nich.

Jest to kolejny przykład produkcji, w której kobiety konkurują o względy mężczyzny i robią wszystko, aby zostać przez niego zauważone, przy okazji zapominając o poczuciu własnej wartości i niejednokrotnie nawet godności. Kobiety są zdolne zrobić wszystko, aby zwyciężyć. Skupiając się na stereotypach pojawiających się podczas emisji kolejnych odcinków, najważniejszym jest ten, który przedstawia kobietę jako słabą i zdesperowaną, ponieważ dla mężczyzny jest jedną z wielu, lecz usilnie konkuruje o niego z innymi kobietami. Również w tym programie wyłania się obraz mężczyzny *macho*, który jest silny, kieruje się instynktem, zatem jest władczy i dominujący. Przy takim obrazie mężczyzny kobieta jest ukazywana jako słaba, niepewna własnej wartości i przewrażliwiona. W każdym z trzech opisanych przeze mnie przypadków zestawienie silnego mężczyzny i słabej kobiety jest celowo wykorzystywane przez producentów, w celu większego nacisku na stereotypy i bardziej wyrazistego ukazania podporządkowania kobiet. (Vandenbosch, Eggermont 2011: 563–580)

Warto zwrócić uwagę, że kobiety które pojawiają się w programie, jako walczące względy mężczyzny, bardzo często są także nieporadne życiowo, a ich przyszłość jest niepewna. Kobiety zajmują się prostymi

rzeczami, podejmują nisko płatne prace, które mimo wszystko spełniają ich aspiracje, są mało ambitne i nie oczekują od życia, ani od samych siebie zbyt wiele. Najczęściej są to proste zawody takie, jak: fryzjerka, makijażystka, pracownica sklepu, przedszkolanka, raczej nie zdarzają się przedstawicielki profesji, które gwarantują prestiż i wysokie zarobki. Zawody wyższej rangi są przeznaczane dla kawalerów. Ci zazwyczaj reprezentują elitę, są lekarzami, prawnikami, wiedzą życie na wysokim poziomie, co pozwala im na posiadanie wysokiej samooceny. Producenci wykorzystują ten zabieg w celu ponownego skontrastowania słabości kobiety z siłą mężczyzny i zaznaczenia miejsca w hierarchii obojgu. Znowu kobieta jest uznawana za słabszą, która nie jest w stanie sama zaspokoić swoich podstawowych potrzeb bytowych. Przedstawia się ją także jako uzależnioną od mężczyzny w aspekcie finansowym. Jest to kolejny przejaw kobiecej desperacji, w której jest ona gotowa poślubić mężczyznę ze względu na jego zamożność. Dodatkowo pojawia się przekonanie, że kobieta jest w stanie przekonać do siebie mężczyznę wyłącznie swoim pięknem, fizycznością i seksualnością. Kolejny przejaw desperacji i braku szacunku kobiet do swojego ciała, które jest wykorzystywane jako broń w konkurencji. W tym miejscu dochodzi do powielenia kolejnego stereotypu, który sugeruje, że tylko oddanie swojego ciała w ręce mężczyzny, zapewni jej miejsce w jego ramionach (Vandenbosch, Eggermont 2011: 563–580)

Współczesne programy *reality show*, przedstawiają kobiety w bardzo negatywnym świetle. Z jednej strony, albo zawierają mnóstwo stereotypów, określających kobiety jako podporządkowane i uległe mężczyznom, albo pokazują kobiety jako próżne, skłonne do zabaw i rozpustne istoty (Swantek 2014). Ponadto wartości przekazywane w audycjach są irracjonalne i trudne do pojęcia dla osób, które mają odmienną wizję postrzegania kobiet i mężczyzn niż producenci. Żadna kobieta, która ceni siebie, swoją prywatność, nigdy nie uwierzyłaby, że widowisko na taką skalę, może przynieść jej prawdziwą miłość, bez pośmiewiska i strat moralnych.

### 3. *Reality Star*

*Reality show* to idealne miejsce dla kobiet, które aspirują do miana wielkich gwiazd – w skali danego kraju lub całego świata. Najsłynniejsza globalnie jest zapewne historia Kim Kardashian, która swoją sławę zyskała dzięki *reality show Z Kamerą u Kardashianów*, w którym występowała razem ze swoją rodziną (*Kim Kardashian West...* 2014).

Program opowiada o rodzinie Kardashianów, jednak głównymi bohaterkami są siostry Kim, Kourtney i Khloe. Emisje rozpoczęła głośna afera, w Internecie pojawiły się nagrania, na których Kim uprawiała seks. Piętnaście sezonów programu to powierzchowny paradokument, zagłębiający się w problemy dysfunkcyjnej rodziny, która dzieli się swoją

prywatnością z całym światem w celu zarobienia jak największej liczby pieniędzy i zyskania sławy. Program bazuje na ogromniej liczbie dramatów, kontrowersji i sensacji.

*Show* obrazuje pierwotny porządek świata, w którym kobiety podporządkowane pragną pełnić określone role społeczne. W tym przypadku są to mniej tradycyjne zawody, ze względu na wysoką pozycję społeczną rodziny, ale nadal bardzo stereotypowe. Bohaterki są zainteresowane aktorstwem, modelingiem i branżą kosmetyczną, co pokazuje, że na pierwszym miejscu nie stawiają wykształcenia, umiejętności profesjonalnych, wysokich kwalifikacji. Ich praca zawodowa wiąże się z urodą, atrakcyjnym wyglądem i umiejętną sprzedażą własnego ciała. Kobiety biorące udział w programie są całkowicie przekonane o swoich zaletach płynących z wyglądu, który determinuje ich pozycję społeczną.

Program przedstawia kobiety jako istoty bardzo ograniczone, dla których piękno jest najwyższą wartością i jedyną drogą do sukcesu. Pojawia się tutaj powierzchowność, która traktuje kobietę jako wyżej wspomnianą *bransoletkę*. W tym przypadku telewizja również ucieka się do popularyzowania stereotypów płci, unikając pokazywania kobiet niezależnych, które sukcesu nie zawdzięczają urodzie. Przykładem może być fakt, że około 46% kobiet pokazywanych na wizji, w skali całego świata, bez względu na kategorię programu, jest bardzo szczupła, a ich makijaż i fryzura są zawsze nienaganne (Grabowska 2007: 24). Najbardziej krzywdzącymi dla kobiet są *reality shows*, które opierają się na zabawie, imprezach, nocnym trybie życia, niejednokrotnie kręcone z perspektywy ukrytej kamery. W programach tego typu kobiety są ukazywane niczym dzikie zwierzęta, którym po niewielkiej nawet ilości alkoholu puszczają wszelkie hamulce, zamieniając się nieomal w jaskiniowca. Programy tego typu całkowicie odbiegają od stereotypów i tradycyjnych modeli kobiecych zachowań. W większości z nich nie znajdziemy określeń, które upraszczają role kobiet wyłącznie do zadań związanych z prowadzeniem gospodarstwa domowego, nie znajdziemy także dominacji mężczyzny nad kobietą, bo do takich programów zgłaszają się kobiety pewne siebie, pewne własnej wartości, wyzwolone i gotowe podjęcia każdego wyzwania rzuconego przez producentów, w celu zdobycia zarówno sławy, jak i pieniędzy. Nie każda kobieta wszak jest w stanie zgodzić się na publiczne pokazywanie własnego wizerunku w sytuacjach całkowicie prywatnych i osobistych. Warto dodać, że w audycjach *reality*, które nasycone są alkoholem i imprezami, kobiety odbywają liczne stosunki seksualne z nieznanymi mężczyznami, niejednokrotnie dochodzi również do zbliżeń pomiędzy dwiema kobietami.

Opuszczając strefę erotyczną, warto zauważyć, że nie każda kobieta zgodziłaby się również na pokazywanie jej wizerunku pod wpływem ogromnej ilości alkoholu i innych środków odurzających, co bardzo często w tych programach się pojawia.



Kobietę skromną, zdominowaną przez męczyznę, niepewną własnej wartości i pozycji w relacji damsko-męskiej zastąpiła kobieta wyuzdana, wulgarna, agresywna, świadoma swojego ciała, o mocnym charakterze i osobowości, niedająca się zmanipulować i zdominować mężczyźnie. Jedynym czynnikiem, który w *Reality TV* tego typu jest w stanie zaszkodzić kobiecie jest alkohol, niejednokrotnie pity w ogromnych dawkach.

Analizę tego zjawiska należy rozpocząć od najbardziej krytykowanego programu, który został wyemitowany na łamach polskiej telewizji rozrywkowej. *Warsaw Shore. Ekipa z Warszawy*, oparty na formacie brytyjskiej *Ekipy z New Jersey*. Program jest zarówno emitowany, jak i produkowany przez MTV Polska (*Oto uczestnicy Warsaw Shore...* 2013). Przyciąga on uwagę odbiorców ze względu na liczne kontrowersje. Już od pierwszego odcinka pierwszego sezonu towarzyszą zarówno bohaterom, jak i odbiorcom audycji, ogromne emocje. Po czterech tygodniach od emisji programu w roku 2013, pomimo późnej pory emisji (niedziela, godzina 23.), *reality show* gromadzi ponad 140 tys. widzów, co spowodowało, że MTV Polska, osiągnęła aż 2,14% udziału w grupie wszystkich widzów oraz 3,25% w grupie komercyjnej osób w wieku 16–49 (Lisowski 2013).

Bohaterowie każdego sezonu produkcji są dobierani na podstawie dokładnej analizy, w programie nie ma miejsca na niepewności, zaważania, czy chwile zwątpienia, bo te są źle odbierane przez widzów. Główną cechą wspólną uczestników jest zamiłowanie do imprez, nieumiarkowanie w picu alkoholu oraz nieokiełznany popęd seksualny. W każdym z sezonów pojawia się ośmioro uczestników, wyłączając dodatkowe *spin-offy* w postaci *Summer Camp*. Kamera towarzyszy uczestnikom w każdym momencie codziennego funkcjonowania, przedstawia ich rutynowe działania oraz to, jak zachowują się podczas wspólnych wieczornych wyjść.

Skupiając się wyłącznie na pierwszym sezonie programu, który okazał się odkryciem nie tylko dla odbiorców, ale także dla uczestników, możemy wyłonić już pierwsze modele kobiecych zachowań, które powielają się w kolejnych sezonach, oraz przekładają się na życie codzienne. Najważniejszym z nich i najłatwiej dostrzegalnym jest model kobiety wyzwolonej, korzystającej z przywilejów, które wynikają z płci. Kobiety biorące udział w pierwszym sezonie, eksponują swoją seksualność i otwartość na współzycie płciowe, czego przykładem jest dwudziestoletnia wówczas „Mała” Ania, która jeszcze przed emisją programu deklarowała, że jej znakiem rozpoznawczym jest przygodny seks w miejscach publicznych, a trunkiem, który dodaje mocy, wódka z napojem energetycznym (*Oto uczestnicy Warsaw Shore...* 2013). Otwartość seksualna kobiet jest bardzo pozytywnie odbierana przez mężczyzn występujących w programie, już w pierwszym odcinku dochodzi do stosunku seksualnego między uczestnikami.

Dwoje uczestników, Ewelina i Paweł, stworzyło związek, który jednak nie wytrzymał presji czasu i finalnie rozpadł się, co nie pozostało bez echa w *social mediach*., które zajmowały się ich relacją przez blisko rok. Tutaj również można wyłonić model kobiety, żądnej popularności, która jest dla niej w stanie poświęcić nawet swoje dobre imię.

Ewelina, 21-letnia mieszkanka Zgierza, rozpoczęła swoją przygodę z *reality show*, ponieważ chciała się wyprowadzić z małej miejscowości i rozpocząć dorosłe życie w wielkim mieście. Uczestniczka dała się poznać widzom jako głupiotka, mało rozsądna kobieta, której nie obchodzi co myślą o niej inni i jak wiele osób zobaczy, że kilka minut po rozpoczęciu odcinka idzie do łóżka z ledwo poznanym mężczyzną po to, by zaznaczyć swój teren, udowodnić coś innym uczestniczkom, a tym samym, samej sobie. Można sądzić, że jej pewność siebie i przebojowość to tylko maska, którą przybiera na potrzeby programu, by ukryć swoje kompleksy. Ten typ zachowania jawi się jako model opierający się na pozerstwie.

Warto wspomnieć również o obłudzie, która cechuje każdą z uczestniczek, w zasadzie w każdej z edycji *reality show*. Na tej podstawie wyróżnia się kolejny biegunowy model kobiecych zachowań, który wynika z jednej strony z chęci akceptacji, a z drugiej z uświadomienia innym, że jest się górą i jednocześnie jest się osobą, z którą pod żadnym pozorem nie wolno zadzierać.

Prezentacja kobiet w *Warsaw Shore* jest mocnym nadużyciem. Obraz kobiecości jest przepelniony scenami pełnymi agresji. Kobiety wobec siebie są bardzo wulgarne, używają obraźliwych sformułowań, aby osiągnąć zamierzony cel. Celem w tym przypadku jest najczęściej spędzenie nocy z mężczyzną, którym zainteresowane są obie kobiety i wzajemne udowadnianie sobie, która jest lepsza i która z nich zasłużyła na więcej. Kobiety wobec innych uczestniczek są bardzo krytyczne, bezkrytyczne są natomiast wobec siebie i nie widzą nic złego w – mówiąc wprost – patologicznych zachowaniach, które są nieodłącznym elementem ich życia. Ciągłe dramaty, bójki, zachowania rodem przypisywane raczej zwierzętom, a nie ludziom, to także znak rozpoznawczy kobiet pierwszego sezonu, których temperament uspokaja się dopiero z emisją kolejnych sezonów. W tym *show prawdziwość* każdej z kobiet mierzona jest ilością skonsumowanego alkoholu.

Warto zwrócić uwagę na seksualność uczestniczek. Od najmłodszych lat wmawia się kobietom, że bardzo ważne jest, żeby zachować czystość jak najdłużej, ze względu na szacunek do samej siebie. Kilka wieków wstecz, kobieta która była „brudna” nie miała szans na znalezienie męża i założenie rodziny, dla wielu był to priorytet, który musiał być zachowany. W innym przypadku, kobieta była potępiana i skazana na samotność. Podobnie działo się w przypadku cudzołóstwa. Było to zjawisko równie potępiane jak uprawianie seksu przed ślubem. Za takie seksualne wykroczenie wymierzano różne kary (Blackledge 2005:

28). W tym przypadku także pojawia się nawiązanie do nierówności wypływających z płci. W historii kobieta, która z požądaniem patrzyła na mężczyznę, była uznawana za rozwiązłą i wulgarną, podczas gdy mężczyzna požądający kobietę, miał do tego pełne prawo, bo wynikało to rzekomo z jego natury. W starożytnym Rzymie czy Grecji, kobieta najpierw należała do ojca, następnie do męża. Bardzo nieprzychylnie traktowane były prostytutki, ale mężczyźni, którzy korzystali z ich usług, nie podlegali krytyce, wszak przecież kobieta została stworzona po to, by zaspokajać potrzeby mężczyzny. Kobiety także nie mogły inicjować seksu, ponieważ zaburzało to binarny porządek świata (Tomczyk 2018).

Producenci kładą nacisk na to jak bardzo współczesne kobiety są wyzwolone i nowoczesne, co obrazują tym z jaką łatwością zmieniają seksualnych partnerów. Wielu z nich swój epizod w życiu kobiet zarówno rozpoczyna, jak i kończy, na jednej wspólnej nocy.

Z audycji wyłania się obraz kobiety wulgarnej, która nie posiada szacunku do własnego ciała i samej siebie. Zabiegi, które stosują producenci, są prymitywne i przedstawiają pleć piękną w negatywnym świetle. Kobiety w *Warsaw Shore* określiłabym mianem *women from hell*, kobiet z piekła rodem (Lisowska-Magdziarz 2012: 117). Zwrot ten w odpowiednim stopniu obrazuje zachowania uczestniczek, zwłaszcza pierwszego sezonu programu. Uczestniczki są nieokrzeseane, nieobyte w wielkim mieście, a także przed kamerą. Wulgarnie, aroganckie i agresywne, bezwzględnie dążące do celu. Kobiety pokazywały się z najgorszej strony i ujawniały swoje najgorsze oblicza, cynizm, egoizm i brak skrupułów. Należy pamiętać, że mimo wszystko część tych zachowań jest narzucana przez producentów i wyreżyserowana, jednak kamera zawsze jest w stanie uchwycić to co najbardziej naturalne i intrygujące.

#### **4. Perfekcyjne uporządkowanie: model kobiety nieudolnej w *Reality TV***

W refleksji na temat przedstawienia kobiety jako istoty nieudolnej, pozbawionej samodzielności, umiejętności zadbania o siebie i własną rodzinę, a także braku poczucia odpowiedzialności za panującą w domu estetykę, na pierwszy plan wysuwa się *Perfekcyjna Pani Domu*. Jest to polskie *reality show* realizowane na podstawie brytyjskiej licencji *The Perfect Housewife with Anthea Turner (Perfekcyjna Pani Domu... 2012)*. Małgorzata Rozenek, prowadząca program, jest tytułową Perfekcyjną Panią Domu. To idealna gospodyni i pani swojego domu, która odwiedza domy innych kobiet po to, aby pomóc im uporać się z nieporządkiem w ich domach. Ład, który wprowadza w miejscach zamieszkania, bardzo często jest metaforą ładu, który kobieta stara się wprowadzić w życie tych, które same nie są w stanie sobie z tym poradzić.

Specyfika programu i jego realizacja nie należały do wyszukanych. Zamysł *show* był prosty, miał pokazać jak największej liczbie kobiet, jak być perfekcyjną matką, żoną i gospodynią. Efekt natomiast był odwrotny. Uczestniczki, które zdecydowały się na udział, zamiast gwarancji perfekcji, otrzymały gwarancję poniżenia. Program cieszył się ogromnym zainteresowaniem, pomimo ogromu żenujących sytuacji, w jakich zostawały ukazywane uczestniczki, kobiety po drugiej stronie telewizora, oglądały z chęcią *show* i czerpały ze wskazówek perfekcyjnej pani domu.

Kobiety, które pojawiają się w poszczególnych odcinkach są nieudolne, nieporadne i wykazują się ogromną bezradnością w prowadzeniu domu i rodziny. Bałagan i chaos w którym żyją, jest dla nich czymś normalnym, co nie stanowi problemu w normalnym funkcjonowaniu. „Mi to po prostu nie przeszkadza” (wypowiedź Jowity, *Perfekcyjna Pani Domu*, 1. odcinek, 1. sezon). Ukazanie światów, w których uczestniczki funkcjonują wielokrotnie wzbudza litość widza, czasami pojawia się także pogarda i zasadnicze pytania: „Jak można być kobietą i nie potrafić utrzymać czystości we własnym domu?”; „Jak można zapaść dom do takiego stopnia?”.

Z pomocą przychodzi Rozenek, która wchodząc w świat uczestniczek, w ich umysł i poznając ich zachowania i historie, szuka dla nich ratunku, który ma rozpocząć się od zapanowania nad domowym nieładem. Obraz kobiety, który został stworzony na poczet tego programu, uderza w dumę wielu kobiet, co niejednokrotnie zostaje podkreślone na różnego rodzaju forach i w mediach społecznościowych. Sposób ukazania kobiet w programie jest dla nich bardzo uwłaczający, a ich świadome uczestnictwo w programie zastanawia podwójnie. W programie wyłania się obraz kobiety, która nie potrafi stawić czoła najprostszych czynnościom, zaniedbuje niejednokrotnie piękny dom, któremu na ratunek przychodzi Rozenek z perfekcyjnie ułożoną fryzurą, w nienagannym stroju i pełnym makijażu, co oczywiście nie umyka widzom i internautom. Oto jedna z wypowiedzi na forum *Gazeta.pl*, autorstwa internautki o *nicku todorecto*:

„Program na jakiejś tam zachodniej licencji, kompletny fake i reżyseria (bo przecież nawet ten jej dom to ściema) nie jest dla mnie żadnym wyznacznikiem. Większość z nas, kobiet, nie siedzi w wielkiej willi na przedmieściach, tylko wstaje rano i zachrzania do roboty na 10–12 godzin, a ta, łagodnie mówiąc idiotka radzi mi, że ja mam kurze z wdziękiem w szpilkach wycierać? Rozumiem, że ten program to jakaś satyra, bo chyba żadna rozsądna kobieta nie zdecydowałaby się opowiadać takich bzdur na serio w tv. Nie jestem feministką, ale pierdzielenie takich idiotyzmów, że feministki namawiają do tego, żeby mieszkać w syfie to jest jakieś kuriozum. Niech ta pani znajdzie sobie PRAWDZIWA pracę i weźmie pod opiekę 2 dzieci – zobaczymy wtedy ile zostanie jej czasu na dobieranie koloru ściereczek do obrusu w kuchni..krew mnie zalewa, że w Polsce, która tak bardzo goni za zachodem, a jednocześnie boryka się ciągle z problemami gospodarczymi, bezrobociem i niskimi zarobkami pokazuje się w tv takie bzdury. Nie wspominając już o tym, że w rodzinie wszyscy powinni pomagać w domu – kobieta to kombajn bizon!!! Na miejscu tej pani wstydziłabym się chodzić po ulicy i patrzeć kobietom w oczy” (pisownia oryginału).

Inna internautka o *nicku poganin* również na forum *Gazeta.pl*, uważa:

„Trzeba być popie...nym, żeby lazić z białą rękawiczką i sprawdzać czy jest kurz. Takie postępowanie powinno być potępione, chociażby dla zdrowia dziecka. Od lat obserwuje się wzrost zachorowań dzieci na różnego rodzaju alergie, tylko gdzie te dzieci mają się uodpornić skoro idiotka promuje wysterylizowany model domu”.

W *reality show Perfekcyjna...* uderzają dwie kwestie. Pierwszą z nich jest nadużywanie słowa *perfekcja*. Zarówno Rozenek, jak i lektor komentujący przebieg wydarzeń, posługują się określeniem w każdej możliwej sytuacji, uświadamiając uczestniczkom, że jest to ostateczny rezultat, jaki powinny osiągać w każdej dziedzinie swojego życia, bez względu na to, czy do tego dążą. Określenie *perfekcyjna* oznacza doskonałość w wykonywaniu danej czynności (*Słownik Języka Polskiego* brak daty). Dodatkowo uświadamia wszystkim kobietom, jak bardzo są od tej perfekcji oddalone. Powracając do kwestii lektora, warto zwrócić uwagę na sposób komentowania wydarzeń. Niejednokrotnie przekreśla on słowa uczestniczek, drwiąc z ich stylu życia i pokazując, w jak beznadziejnej sytuacji się znalazły. „Nie lubię sprzątać, mimo to sprzątam codziennie” (wypowiedź Angeliki, *Perfekcyjna Pani Domu*, 1. sezon, 1. odcinek). Przekonanie w głosie Angeliki pozwala widzom uwierzyć, że kobieta faktycznie zajmuje się domem na miarę swoich możliwości. Niemniej jednak, bardzo szybko odzywa się lektor, który kilkoma słowami zaburza obraz kobiety, mówiąc: „To chyba nie w tym domu”.

Rozenek w swoich wypowiedziach uświadamia uczestniczkom, zwłaszcza tym, których jedynym zajęciem jest zajmowanie się domem i dziećmi, że to ich obowiązek, a mężczyzna, który w takim przypadku jest jedynym żywicielem rodziny, nie powinien angażować się w zajęcia domowe: „Ale on przychodzi z pracy i ma prawo być zmęczony, a to że ty jesteś w domu, to jest twoja praca” (wypowiedź Rozenek, *Perfekcyjna Pani Domu*, 1. sezon, 1. odcinek.). Rozenek, być może nieświadomie, cofa kobiecy rozwój do przełomu wieku XIX i XX, gdzie dominował patriarchalny model rodziny, w którym to mężczyzna był odpowiedzialny za utrzymanie swojej rodziny, co wówczas czyniło go najważniejszą osobą w gospodarstwie domowym. „Jesteś matką, jesteś żoną, to jest twój obowiązek” (wypowiedź Rozenek, *Perfekcyjna Pani Domu*, 5. sezon, 1. odcinek).

*Perfekcyjna Pani Domu* zdecydowanie zapomina o tym, jak bardzo silny wpływ industrializacji i urbanizacji przekształcił stosunki na linii mąż-żona. Z formy instytucjonalnej i patriarchalnej, małżeństwo przekształciło się w relacje bardziej koleżeńskie i bezpośrednie, co również postawiło małżonków na podobnej pozycji, bez względu na wykonywany zawód, czy osiągnięte wykształcenie, a w efekcie zarobki (Tyszka 1982: 17). Wspomniany już rozwój industrializacji i urbanizacji spowodował emancypację nie tylko żon, ale również potomstwa. Ważniejszym

aspektem domowego ogniska stała się więź emocjonalna, ta materialna stała się drugoplanowa (Tyszka 1974: 9). Oznacza to, że obowiązek zachowania czystości w domu nie jest obowiązkiem należącym wyłącznie do kobiety, która niejednokrotnie została przytłoczona życiem w izolacji, pochłoniętym domowymi obowiązkami i wychowaniem dzieci.

*Perfekcyjna...* utrwała kilka stereotypów kobiety. Pierwszym jest przedstawienie kobiety jako służącej na łaskach swojego mężczyzny-pana, który oprócz zarabiania, nie ma obowiązku angażować się w domowe obowiązki. Kolejnym jest ten, w którym kobieta jest nieomal robotem, w pełni gotowym do wypełniania obowiązku przykładowej żony i matki bez względu na porę dnia i okoliczności: „Nie ma prawa ci się nie chcieć” (wypowiedź Rozenek, *Perfekcyjna Pani Domu*, 1. sezon, 1. odcinek); kobieta zawsze powinna też być kojarzona z ładem i porządkiem „Nigdy nie spodziewałam się, że dziewczyna może po sobie taki bałagan zostawić” (wypowiedź Amandy, koleżanki Basi, *Perfekcyjna Pani Domu*, 5. sezon, 3. odcinek).

Sam sposób przekazywania krytyki przez *Perfekcyjną Panią Domu* jest dobitny i w każdym przypadku wywołuje łyzy u uczestniczek, które otwarcie przyznają się do błędów, które popełniały w toku swojego życia. Niejednokrotnie pomija się kwestie, które miały wpływ na zapanowanie chaosu w życiu kobiet. Jedną z nich jest sprawa Krystyny i jej rodziny. To kobieta w podeszłym wieku, matka sześciorga dzieci, mówiąca otwarcie o swoich uczuciach i emocjach. Jest samotna, nie czuje wsparcia w dzieciach i mężu, nikt jej nie pomaga, przez co straciła chęć do dbania zarówno o dom, jak i o siebie. Reżyserzy skupiają się jednak na kilku słowach wypowiedzianych całkowicie nieświadomie: „Wychowanie tylu dzieci całkowicie mnie przerosło” (wypowiedź Krystyny, *Perfekcyjna Pani Domu*, 1. sezon, 2. odcinek.). Słowa te pogłębiają obraz kobiety jako istoty nieudolnej, która bez pomocy nie jest w stanie sobie poradzić. Dodatkowo, niejednokrotnie pojawia się także krytyka ze strony rodziny, która także doprowadza do łyz, choć ma być motywacją do działania „Jej się nigdy nic nie chce, leniwa jest” (wypowiedź męża Magdy, *Perfekcyjna Pani Domu*, 5. sezon, 3. odcinek).

Programy *reality show* dają tylko pewną namiastkę rzeczywistości. Warto pamiętać, że uczestniczące w nich osoby najczęściej rozwiązują wyreżyserowane przez twórców telewizyjnych problemy (Łuszczek 2004: 27).

## Podsumowanie

Analizując powyższe audycje, głównym wnioskiem, który się nasuwa, jest ten, który traktuje je jako produkcje przepełnione stereotypami, które mniej lub bardziej uderzają w kobiety. Dodatkowo niektóre z nich stawiają pleć piękną w negatywnym świetle, przypisując jej cechy charakterystyczne nie dla ogółu, lecz wyłącznie stanowiące przymioty okre-

ślonej grupy wiekowej lub zależne od miejsca zamieszkania. Stereotypy w wielu przypadkach są krzywdzące. Opisane audycje wskazują nam kierunek myślenia, opierający się na myśleniu szablonami. Przeglądając się im możemy dostrzec, jak obszernym źródłem wiedzy na temat współczesnych kobiet są analizowane *reality shows*. Poprzez rozrywkę ukazują one szufladkowanie kobiet i traktowanie ich z góry.

W *Reality TV* pojawia się kilka modeli kobiet, które nie zawsze odnajdują swoje odzwierciedlenie w rzeczywistości. Bez wątplenia najczęściej przewijającym się modelem jest model kobiety spokojnej, idealnej matki i żony, który kontrastuje z modelem kobiety stawiającej na hulaszczy tryb życia, emanującej swoją seksualnością i brakiem skromności. Wizerunek kobiety w audycjach typu *reality show* jest bardzo przerysowany i najczęściej opiera się na ograniczaniu kobiety do jednego modelu. Kobieta albo jest panią domu, albo robi karierę, bądź poświęca się licznym spotkaniom towarzyskim. Współcześnie mamy do czynienia z kobietami, które za wszelką cenę starają się dobrze prowadzić dom, wychowywać dzieci, a przy okazji zarabiać pieniądze adekwatne do wysiłku wkładanego w pracę. Cenią one własną samo-realizację i dodatkowo starają się posiadać udane życie towarzyskie. Analizowane audycje są odzwierciedleniem tego, w jak dużym stopniu telewizja ma wpływ na nasze życie i postrzeganie rzeczywistości, dodatkowo, bez wątplenia każdy z wybranych programów pogłębia stereotypy, natomiast większość z nich uprzedmiotawiają kobiety. Dodatkowo, każdy z programów wytwarza kolejne modele kobiecych zachowań, które niejednokrotnie budowane są na jednostkach, a uwłaczają ogółowi kobiecej społeczności. Tworzy się całościowy obraz kobiety stworzony przez producentów określonego *reality show*, który ma wpływ na odbieranie rzeczywistości przez konsumenta. Warto również dodać, że modele kobiecych zachowań, które są notorycznie kreowane w audycjach zostają zakorzenione w świadomości odbiorców, co powoduje zakrzywiony obraz postrzegania kobiet. Wówczas dochodzi do sytuacji, w której widz zaczyna nabierać wątpliwości, co do przekazu, który zostaje mu dostarczony.

## Bibliografia

- 10 rzeczy, których naprawdę nie wypada kobiecie (i mężczyźnie też) (2016). <http://ohme.pl/lifestyle/10-rzeczy-ktorych-naprawde-nie-wypada-kobiecie-i-mezczyznie-tez/> [31.01.2019].
- Blackledge C. (2005). *Wagina: kobieca seksualność w historii kultury*. Warszawa: Wydawnictwo Prószyński i S-ka.
- Baranowska-Szczepeńska M. (2011). *Ona w XXI wieku. Interdyscyplinarny obraz kobiety*. Poznań: Instytut Naukowo-Wydawniczy Maiuscula.
- Barska A. (2005). *Tożsamość społeczno-kulturowa płci w kontekście ponowoczesnego świata*. [w:] *Tożsamość społeczno-kulturowa płci*. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego.
- Batko M., Wylęgała, A. (2017). *Bezlitosne kobiety*. Kraków: Drukarnia Rafael S.C.

- Chrzczonowicz M. (2018). *Ale dzban! Kuchciński: „Proszę nie pokrzykiwać, kobiecie nie wypada.”*, <https://oko.press/ale-dzban-kuchcinski-prosze-nie-pokrzykiwac-kobiecie-niewypada/> [31.01.2019].
- Dunaj B. (1996). Stereotyp. [w:] *Słownik Współczesnego Języka Polskiego*. Warszawa: Wydawnictwo Wilga.
- Górnikowska E. (1995). *Płeć a oferta nowych ról społecznych (refleksje z perspektywy feminizmu)*. [w:] *Problemy i tendencje rozwojowe we współczesnej pedagogice społecznej w Polsce*. Katowice: Wydawnictwo Śląsk.
- Grabowska M. (2007). *Stereotypy płci we wczesnej dorosłości: wybrane uwarunkowania*. Bydgoszcz: Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego.
- Hollows J. (2000). *Feminism, femininity and popular culture*. Manchester: Manchester University Press.
- Kim Kardashian West biography* (2014). <https://www.biography.com/personality/kim-kardashian> [10.03.2019].
- Kto poślubi mojego syna?* (program telewizyjny).
- Lisowska-Magdziarz M. (2012). *Feniksy, łabędzie, motyle media i kultura transformacji*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Lisowski K. (2013). *Warsaw Shore to najniższa forma sztuki telewizyjnej*, <https://www.wirtualnemedi.pl/artukul/warsaw-shore-to-najnizsza-forma-sztuki-telewizyjnej-opinie> [01.02.2019].
- Łaciak B. (1995). Wzór osobowy współczesnej Polki. [w:] *Co to znaczy być kobietą w Polsce*. Kraków: Wydawnictwo PAN.
- Łaciak B. (2015). *Wizerunek kobiety w audycjach reality show. Analiza I edycji audycji Rolnik szuka żony i Kto poślubi mojego syna?* Warszawa: KRRiT.
- Łuszczek K. (2004). *Nowoczesna telewizja, czyli bliskie spotkanie z kulturą masową*. Tychy: Wydawnictwo Maternus Media.
- Marszałek L. (2008). Kulturowe uwarunkowania roli kobiety we współczesnym społeczeństwie. *Seminare. Poszukiwania Naukowe* 25: 267–279.
- Oto uczestnicy „WARSAW SHORE”! Poznajcie bliżej warszawską ekipę...* (2013), <https://www.papilot.pl/lifestyle/ciekawostki/21197/oto-uczestnicy-warsaw-shore-poznajcie-blizej-warszawska-ekipe> [01.02.2019].
- Perfekcja* (brak daty). [w:] *Słownik Języka Polskiego*. <https://sjp.pwn.pl/sjp/perfekcja;2571192.html> [04.04.2019].
- Perfekcyjna Pani Domu* (program telewizyjny).
- Perfekcyjna Pani Domu. Wersja polska. Najnowsze informacje* (2012). <https://teleshop.wp.pl/perfekcyjna-pani-domu-wersja-polska-6032195393098369c> [04.04.2019].
- Rolnik Szuka Żony* (program telewizyjny).
- Servan-Schreiber P. (1998). *Kobiecość: od wolności do szczęścia*. Warszawa: Wydawnictwo Książka i Wiedza.
- Swantek S. (2014). *Stereotyped: women in reality tv*, <https://the-artifice.com/sterotyped-women-in-reality-tv/> [02.11.2018].
- Tomczyk J. (2018). *Kobiety orgasm. Czy jest silniejszy niż męski?*, <https://www.fakt.pl/kobieta/seks-i-emocje/seks-w-historii-dzieje-kobiecej-seksualnosci/7h9f0qc> [31.01.2019].
- Tyszką Z. (1974). *Socjologia rodziny*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Tyszką Z. (1982). *Rodziny współczesne w Polsce*. Warszawa: Instytut Wydawniczy Związków Zawodowych.
- Vandenbosch L., Eggermont S. (2011). *Temptation Island, The Bachelor, Joe Millionaire: A Prospective cohort study on the role of romantically themed reality television in adolescents' sexual development. Journal of Broadcasting & Electronic Media* 55(4): 563–580, DOI: 10.1080/08838151.2011.620663.
- Warsaw Shore* (program telewizyjny).
- Wizerunek kobiet w reality show* (2015). <https://www.rp.pl/Konsumenci/311169958-Wizerunek-kobiet-w-reality-show.html> [02.11.2018].