

Recenzja  
pracy doktorskiej Marzeny Górskiej  
“Kreowanie obrazu kobiety w dyskursie medialnym XXI wieku  
– na podstawie wybranych polsko- i rosyjskojęzycznych  
czasopism dla kobiet”  
Kielce 2014

Przedmiotem (jako podstawowym przedmiotem) pracy doktorskiej jest pojęcie dyskursu medialnego oraz kreowanie w nim obrazu kobiety. Jak stwierdza Pani Marzena Górską, każdy dyskurs jako rodzaj doświadczenia podmiotu „uzależniony jest od typu jego działalności semiotycznej” (s. 24). Dane rozumienie wymaga nie tylko analizy oddzielnego typu dyskursu, ale całego systemu dyskursów, również paradygmatycznych relacji dyskursów (rodzajowa-gatunkowych), jak i syntagmatycznych dyskursów (we wspólnym typie dyskursów). Rozumienie każdego konkretnego dyskursu (również typu dyskursów) jest ważne i zależne od rozumienia historii, funkcji dyskursów, ich systemowości i pragmatyki dyskursów.

Autorka pracy doktorskiej stwierdza, że rozprawa jest napisana w ramach naukowej metodologii antropocentrycznej, „na pierwszym miejscu sytuuje kobietę i jej świadomość – kobietę jako twórcę języka”. Oprócz pojęcia dyskursu problemem podstawowym danej pracy doktorskiej jest porównanie swoistości pojęcia kobiety w językowym obrazie świata – przez użytkowników języka polskiego i języka rosyjskiego. Pani Marzena Górską analizuje kreowanie obrazu kobiety-Polki i kobiety-Rosjanki w dyskursach prasowych XXI wieku w polskojęzycznych i rosyjskojęzycznych czasopismach kobiecych z lat 2006-2013. Zbiór i analiza jednostek językowych w pracy charakteryzują pojęcie *kobieta* („женщина”) i treść semantyczną jednostek w dyskursach na podstawie funkcji płciowych, rodzinnych, społecznych, etycznych, estetycznych itp. oraz na różnych poziomach („język potoczny, reklama, metafory, aforyzmy i przysłowia, język prasy”). W pracy doktorskiej analizuje się swoistość sposobów kreowania obrazu kobiet w polskojęzycznych i w rosyjskojęzycznych dyskursach prasy kobiecej oraz analizuje się wpływ tych dyskursów na psychikę kobiet.

Praca składa się ze wstępu, z pięciu rozdziałów i zakończenia. Rozdział I, zatytułowany „Dyskurs jako główny wyznacznik mediów XXI wieku”, składa się z dwóch podrozdziałów, które z kolei dzielą się na kolejne paragrafy. W rozdziale zaprezentowano założenia metodologiczne pracy. W analizie kategorii dyskursu zostały przedstawione

różne podejścia i teorie w rozumieniu ważnych aspektów pojęcia dyskursu. W rozdziale przedstawiono definicje dyskursu w różnych teoriach. Nie pokazano różnicy między dyskursem jako rodzajem doświadczenia podmiotu a dyskursem jako zjawiskiem społecznym, oraz nie zostało przedstawione rozumienie i wyjaśnienie systemowości modeli dyskursów.

Przeprowadzono bardziej wnikliwą analizę dyskursu medialnego, który pojawia się w kontekście określonej sytuacji społecznej. Dyskurs medialny to zespół zachowań językowych realizowanych w mediach, tworzących wypowiedzi publiczne. W danej pracy przedmiotem analizy dyskursów medialnych są związki konkretnej części obrazów z językowymi częściami tekstów. Jak stwierdza Pani M. Górka, w analizie tekstu bada się strukturę formalną tekstu, jednak przy analizie dyskursu oprócz tego bada się świadomość wpisaną w tekst (s. 31). W analizie dyskursów trzeba brać pod uwagę osoby, świadomość, pojęcia społeczne oraz typowe modele społeczne dyskursów.

W kulturze polskiej, jak i rosyjskiej w dyskursie mediów XXI wieku są charakterystyczne dwa nurty dotyczące kreacji kobiety: - nurt klasyczny oraz nurt nowoczesny. Nurt klasyczny obejmuje tradycyjne role społeczne – dobrej żony, matki i gospodyni domowej. Nurt nowoczesny jest to obraz kobiety wyzwolonej i niezależnej, posiadającej inne spojrzenie na świat, inne priorytety.

**Rozdział II**, zatytułowany „Językowy obraz kobiety w prasie współczesnej w oparciu o stereotypy oraz wybrane czasopisma polsko- i rosyjskojęzyczne”, składa się z trzech podrozdziałów, które z kolei dzielą się na kolejne paragrafy. W rozdziale tym podkreśla się rolę języka jako narzędzia interpretacji rzeczywistości oraz różnicę pomiędzy językowym obrazem świata a ogólnym obrazem świata, określonym przez Autorkę rozprawy mianem rzeczywistości pozajęzykowej. Kategorie ludzkiego myślenia rozróżniają konceptualny i językowy obraz świata. Podobne rozumienie potwierdza tradycyjne rozróżnienie aspektów obrazu świata, które są przedstawione w terminach trójkątu semiotycznego Ogdena i Richardsa.

W pracy uwidacznia się różnicę pomiędzy narodowym obrazem świata, naukowym obrazem świata oraz społecznymi tendencjami w dyskursach medialnych – kształtowanie stereotypów nowej kobiety – nowoczesnej kobiety, współczesnej kobiety, kobiety nowej generacji. Analiza dyskursów medialnych wskazuje, że są to trudne czasy dla mężczyzn, ale jednocześnie, że są one jeszcze gorsze dla kobiet.

W pracy przedstawiony został wizerunek kobiety kreowany przez współczesną prasę kobiecą. Materiał leksykalny zarówno w języku polskim, jak i w języku rosyjskim

charakteryzuje kobietę w odniesieniu do podobnych dziedzin w życiu – praca, dom, charakter, relacje damsko-męskie, wygląd i status zewnętrzny.

**Rozdział III** jest zatytułowany „Wizerunek kobiety w reklamie – na podstawie wybranych czasopism kobiecych”. W tym rozdziale został przedstawiony opis sposobów kreowania sylwetek kobiet w oparciu o teksty i grafikę reklam czasopism kobiecych. W tekście reklamowym dyskurs prasowy przedstawia kontekst kulturowy, który determinuje konkretny obraz kobiety kreowany w reklamie. Referencjalna funkcja obrazu niekoniecznie pokrywa się z treścią tekstu werbalnego. W analizie zostało wykazane, że niezwykle istotną rolę w prasie kobiecej odgrywa fotografia kobiety, która tworzy strategiczne znaczenie dyskursu. Reklama wywiera ogromny wpływ na język, zwłaszcza ważna jest harmonia obrazu i napisu.

W rozdziale zostało przeanalizowane odzwierciedlenie reklamowego obrazu kobiety w czasopismach kobiecych przy pomocy fotografii i charakterystycznych środków językowych. W tekstach reklamowych charakterystyczne są dla reklamy kategoryzacje, niepokrywające się z kategoryzacjami potocznymi czy naukowymi.

**Rozdział IV**, zatytułowany „Metafora jako podstawowy mechanizm zrozumienia i poznania kobiety”, składa się z czterech podrozdziałów, które z kolei dzielą się na kolejne paragrafy. Skierowanie uwagi na metaforę prowadzi do wniosku, że tworzy ona składnik codziennego posługiwania się językiem oraz ma wpływ na nowy sposób postrzegania, myślenia i działania.

W rozdziale wyróżniono następujące rodzaje metafor: strukturalna, ontologiczna, konwencjonalna i orientacyjna. W każdym z analizowanych języków jednostki leksykalne pogrupowano według określonych typów metafor pojęciowych do poszczególnych metafor pojęciowych. Analiza jest bardzo ważna dla zaprezentowania wieloaspektowego metaforycznego obrazu kobiety. Zgromadzony materiał potwierdza, że czasopisma polskojęzyczne, jak i rosyjskojęzyczne prezentują podobny lub metaforycznie tożsamy obraz kobiety.

**Rozdział V**, zatytułowany „Dyskurs o wyglądzie zewnętrznym kobiety”, składa się z czterech podrozdziałów, które z kolei dzielą się na kolejne paragrafy. W rozdziale Doktorantka stwierdza, że język z jednej strony jako klasyfikator społecznych doświadczeń jest fundamentem dla poznania, a z drugiej strony pojawiają się nowe jednostki językowe, „dzięki którym język jest w stanie dostarczać narzędzi do opisywania wciąż zmieniającej się rzeczywistości” (s. 276). Leksyka dyskursu charakteryzuje kobietę współczesną pod względem wykonywanych profesji oraz świata piękna, korzystając

przede wszystkim z dyskursów mody, urody ciała. Najważniejsze jest to, że analizowane jednostki leksykalne wyrażają poddającą się manipulacjom treść pojęciową w nowej semantyce języka.

Przedmiot badawczy pracy Pani Marzeny Górskiej został przedstawiony wielostronnie. Doktorantka bada pragmatykę dyskursów medialnych, wpływ dyskursów na kobiety w komunikacji społecznej. Dyskurs prasy kobiecej stwarza sylwetki współczesnej kobiety oraz sprzyja perswazji mediów na psychikę kobiet. Dobrze pokazano w tej pracy swoistość typów dyskursów oraz wskazano ich ważność. Szkoda, że nie poddano analizie systemowości modeli dyskursów. Wiele uwagi Autorka poświęciła kwestiom relacji zachodzących w dyskursach pomiędzy obrazami-zdjęciami, jednostkami leksykalnymi oraz intencjami autorów dyskursów. Przy analizie zmian semantyki leksykalnej zwraca uwagę nie tylko na metonimiczne sposoby w dyskursach, a przede wszystkim na metaforyczne sposoby i przykłady w dyskursach. Jednostki leksykalne wchodzą w relacje z pojęciami w treści kontekstualnej, ale przede wszystkim jednostki leksykalne są zależne od relacji systemowych oraz pragmatyki – od systemu języka i sytuacji mówienia.

Przytoczone powyżej krytyczne uwagi nie podważają wysokiego poziomu naukowego tej pracy. Uważam, że praca doktorska Marzeny Gorskiej p.t. „Kreowanie obrazu kobiety w dyskursie medialnym XXI wieku – na podstawie wybranych polsko- i rosyjskojęzycznych czasopism dla kobiet” zawiera bardzo ciekawy materiał rzeczowy, wielostronnie opracowany teoretycznie i materiałowo. Praca w zupełności odpowiada kryteriom stawianym dysertacji doktorskiej i może być poddana dalszej procedurze przewodu doktorskiego.

Dr hab. prof. Akademii Techniczno-Humanistycznej  
w Bielsku-Białej

Michał Łabaszczuk