

dr hab. Maria Bloch-Trojnar, prof. KUL
Instytut Językoznawstwa
Wydział Nauk Humanistycznych
Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II

30 czerwca 2021 r.

Recenzja rozprawy doktorskiej pani mgr Karoliny Kurowskiej pt. *Asymmetrical Portrayal of Gender in Magazines for Men with Particular Reference to Sexuality*

Rozprawa doktorska pani mgr Karoliny Kurowskiej poświęcona jest analizie obrazu płci i seksualności w magazynach dla mężczyzn. Analiza przeprowadzona jest na gruncie językoznawstwa kognitywnego, w oparciu o bogaty materiał językowy pochodzący z czterech amerykańskich czasopism dla mężczyzn *Men's Health*, *Maxim*, *Playboy* oraz *Penthouse*. Autorka stawia sobie za cel przedstawienie i zbadanie relacji między płciami oraz zjawiska stereotypizacji ról męskich i kobiecych, a także wpływu stereotypizacji na ich metaforyczną konceptualizację. Rozprawa wypełnia lukę badawczą, gdyż literatura dotycząca metafor powiązanych z seksem w języku magazynów dla mężczyzn jest skąpa i ma przyczynkowy charakter. W mojej ocenie rozprawa pani mgr Karoliny Kurowskiej stanowi istotny, oryginalny wkład w dziedzinę badań z zakresu semantyki kognitywnej.

Rozprawa liczy 365 stron, składa się z czterech rozdziałów poprzedzonych wstępem i spisami tabel, diagramów oraz skrótów, konkluzji, streszczenia w języku angielskim i polskim, oraz reprezentatywnej i imponującej bibliografii zawierającej źródła pisane oraz internetowe. Bibliografia świadczy o doskonałej orientacji Autorki w tematyce, jakiej dotyczy rozprawa. Dowiadujemy się z niej również o 5 artykułach autorstwa Pani Magister, co wskazuje na jej aktywny udział w dyskusji toczącej się w środowisku naukowym.

W rozdziale pierwszym – Cognitive Linguistics – w sposób syntetyczny przedstawiono najważniejsze założenia i aparat pojęciowo-badawczy szeroko rozumianego językoznawstwa kognitywnego ze szczególnym uwzględnieniem historii badań nad metaforą oraz Teorię Metafory Pojęciowej Georga Lakoffa i Marka Johnsona, rozwiniętą później przez Zoltána Kövecsesa. Zastosowany model można uznać za jeden z najbardziej wpływowych modeli metafory w podejściu kognitywnym, której podstawowym założeniem jest fakt, iż metafora nie jest jedynie figurą stylistyczną, a narzędziem poznawczym. Doskonale omówiono zagadnienie kategoryzacji, konceptualizacji wiedzy o świecie w wypowiedziach i znaczeniach jednostek językowych, teorię prototypów, oraz pojęcie wyidealizowanego modelu kognitywnego (*idealised cognitive model* – ICM) w odniesieniu do stereotypu. Na uwagę zasługuje dogłębna typologia metafory, przedstawienie najnowszych badań nad metonimią oraz relacje między nimi. Niemodularna, holistyczna koncepcja języka i językoznawstwa, która charakteryzuje model kognitywistyczny Ronalda Langackera została przedstawiona w szerszej perspektywie jako konkurencyjna wobec modularnej koncepcji gramatyki generatywnej Noama Chomsky'ego. W tej części znalazły się również odniesienia do prac językoznawców, którzy znacząco wzbogacili kognitywistyczny prąd metodologiczny. Mam tu na myśli *Conceptual Blending* i *Mental Space Theory* (Integrację Konceptualną i Teorię Przestrzeni Mentalnej w teorii poznania opracowanej przez Gillesa Fauconniera i Marka Turnera) jak również badania

w ramach Rzeszowskiej Szkoły Semantyki Diachronicznej reprezentowanej przez Grzegorza Kleparskiego i Roberta Kiełtykę. W rozdziale tym znajdziemy również odniesienie do nurtu lubelskiego i wrocławskiego środowiska akademickiego reprezentowanego przez Jerzego Bartmińskiego, Ryszarda Tokarskiego, Renatę Grzegorzycową, Henryka Kardełę, Tomasza Krzeszowskiego czy Elżbietę Tabakowską. Rozdział ten czyta się bardzo dobrze, gdyż przedstawia zastosowany w rozprawie model opisu językowego w sposób klarowny i przede wszystkim zrozumiały dla językoznawców o innych inklinacjach metodologicznych. Jego konstrukcja i zawartość pokazują, że doktorantka bardzo dobrze orientuje się w zagadnieniach teoretycznych. Jest rzeczą zrozumiałą, że we wstępie teoretycznym sytuującym dany model na tle innych należy wykazać się selektywnością, choć dla pełniejszego obrazu pewne osoby powinny być wymienione. Za głównych teoretyków lingwistyki kognitywnej uważa się obok Ronalda Langackera i Georga Lakoffa – Raya Jackendoffa. Wydaje się, że bardzo oryginalna teoria *Lexical Conceptual Structures* oraz *Parallel Architecture* (Jackendoff 2010), jak również koncepcja ram semantycznych (*semantic frames*) Charles'a Fillmore'a, które znajdują zastosowanie w *Construction Grammar* (Goldberg 1995, 2006) zasługują na wzmiankę lub odrębną bardziej rozbudowaną podsekcję. Ponadto, niefortunne wydaje się odniesienie do zaledwie jednej publikacji z nurtu generatywnego tj. pierwszej monografii Chomsky-ego z 1957 roku, w której nie było nawet leksykonu, a sama generatywna teoria składniowa była jeszcze w powijakach. Dla uzmysłowienia ogromnego postępu w badaniach semantycznych w nurcie generatywnym polecam lekturę np. James'a Pustejovsky'ego *Generative Lexicon*. Jeśli chodzi o historię badań nad metaforą, to należałoby również wzmiankować autorów poprzedzających zarówno generatywizm i kognitywizm, takich jak np. Gustav Stern (1931) czy Stephen Ullmann (1957, 1962).

W rozdziale drugim – *Woman, Man, Sex and Language* – Autorka postawiła sobie za cel syntetyczne przedstawienie niezwykle skomplikowanej i kontrowersyjnej materii jaką jest zagadnienie płci i języka z perspektywy gender studies. Biorąc pod uwagę fakt, że w lingwistyce kognitywnej proces konceptualizacji przebiega w oparciu o idealne modele kognitywne, które wyodrębnia się na podstawie określonych modeli kulturowych, światopoglądowych, poznawczych, a także cechy stereotypowe nie dziwi podjęcie tych zagadnień, choć martwi jednostronność przyjętej perspektywy. W pierwszej części rozdziału omówiono definicję i uwarunkowania 'płci społeczno-kulturowej' z uwzględnieniem opisu funkcjonujących w społeczeństwie stereotypów kobiety i mężczyzny, zaś w drugiej części przedstawiono badania językowe wskazujące na różnice w sposobie wyrażania się kobiet i mężczyzn oraz zdefiniowano pojęcia tabu, eufemizmu, dysfemizmu w odniesieniu do metaforycznego użycia języka opisującego sferę zachowań seksualnych. Jako językoznawca, wysoko oceniam walory drugiej części tego rozdziału, gdyż poruszane zagadnienia niewątpliwie będą istotne dla analizy materiału empirycznego. Część poświęcona gender studies i przejęta praktycznie bez żadnej dyskusji teza, że język jest czynnikiem dyskryminacji i opresji kobiet, co odzwierciedla sytuację społeczną, w której kobieta jest obiektem lekceważenia, dyskryminacji lub przemocy wydaje mi się uproszczona i zbyt daleko idąca, a w dalszej perspektywie jest zagrożeniem dla obiektywizmu poznawczego. Przynajmniej na tym etapie rozprawy hasła feministyczne (tj. aksjomat o dyskryminacji płci żeńskiej) powinny być przedstawione jako jeden z wielu poglądów na temat płci, który zostanie zweryfikowany w badaniu materiału językowego.

Biorąc pod uwagę szeroki zakres teoretyczny oraz interdyscyplinarny charakter rozważań, podsumowania rozdziałów 1 i 2, nie są tak naprawdę podsumowaniami najważniejszych elementów, które dany rozdział poruszał i które czytelnik powinien pamiętać kontynuując lekturę. Mają charakter luźnych refleksji Autorki i są elementem, który będzie wymagał dopracowania jeśli rozprawa ukaże się drukiem. Podsumowując tę część recenzji stwierdzam, że pierwsze dwa rozdziały stanowią bardzo solidną podbudowę teoretyczną dla dalszych rozważań w części empirycznej prezentującej wyniki badań własnych Autorki.

Rozdział trzeci – The Media and Their Content – stanowi bardzo ciekawą dyskusję na temat mediów, jako nośników ideologii i narzędzi manipulacji oraz ich roli w szerzeniu stereotypów. Oddzielną sekcję poświęcono pornografii i językowi gwałtu, jako szczególnie negatywnemu zjawisku związanemu z wykorzystaniem i urzeczowieniem kobiety. Zasygnalizowano różnicę w sposobach przedstawiania seksu w prasie kobiecej i męskiej. W rozdziale tym znajdziemy również opis materiału badawczego, tj. charakterystykę czterech amerykańskich czasopism dla mężczyzn *Men's Health*, *Maxim*, *Playboy* oraz *Penthouse*. W sumie Autorka przebadła wydania z lat 2016–2017 co dało 75 numerów (*Men's Health* – 20, *Maxim* – 18, *Playboy* – 16 oraz *Penthouse* – 21). Dobór źródeł jest zrównoważony, gdyż nie ma rażących dysproporcji w ilości numerów poszczególnego typu czasopism oraz uzasadniony. Wybrano je ze względu na ich nakład oraz poradnikowy charakter, gdyż jako takie mogą stanowić źródło informacji o sposobie postrzegania sfery seksualnej przez mężczyzn. Język z jednej strony odzwierciedla normy i postawy, a z drugiej strony kształtuje system normatywno-akcyjny.

W dalszej części Autorka przedstawiła ilościową i jakościową analizę kontekstów z użyciem leksemów *man* oraz *woman*, której celem było skonstruowanie wyidealizowanych modeli kognitywnych (Idealised Cognitive Models – ICMs) funkcjonujących w ramach poszczególnych magazynów. Znaczenia wyrazów kobieta i mężczyzna są modelami metonimicznymi, na które składają się cechy z różnych pod-modeli. Wyodrębniono następujące pod-modele: ciało, moda i ubiór, cechy fizyczne, procesy i czynności fizyczne, cechy i procesy psychologiczne, praca i edukacja, czas wolny, życie towarzyskie, praca i edukacja, miłość i seks oraz życie rodzinne. Dla każdego magazynu wyodrębniono i zilustrowano najbardziej produktywnie pod-modele, co pozwoliło na zrozumienie subtelnych różnic w obrazowaniu kobiet i mężczyzn przez poszczególne redakcje. Materiał językowy jest niezwykle obszerny. W sumie Autorka zidentyfikowała i zbadała 2412 kontekstów użycia leksemów *man* (1216) oraz *woman* (1196), co niewątpliwie zasługuje na uznanie. Podsumowania wyników badań są bardzo szczegółowe, a wnioski przedstawione zostały za pomocą grafów. Zabrakło jednak podsumowania wniosków dla wszystkich czterech czasopism bezpośrednio na końcu rozdziału. Czytelnik musi na nie czekać do czasu konkluzji do całej rozprawy. Grafy generalnie zyskałyby na czytelności poprzez zastosowanie kolorów. Ponadto skróty stosowane dla poszczególnych podkategorii są trudne do zapamiętania i odszyfrowania przy braku legendy, takiej jak ta dla grafu 1 i 2 na str. 167-168.

Z konkluzji stanowiącej podsumowanie wyników badań empirycznych możemy dowiedzieć się jaki ICM kobiety i mężczyzny wyłania się po zestawieniu analizy pod-modeli w poszczególnych czasopismach, ale informacja jak wygląda to we wszystkich czasopismach razem wziętych znajduje się dopiero w podsumowaniu na str. 314. Wyidealizowany obraz mężczyzny, według Autorki, opiera się na pod-modelach takich jak miłość i seks, cechy i procesy psychologiczne oraz procesy i czynności fizyczne. Pod-modele dominujące w przypadku ICM kobiety to miłość i seks, życie rodzinne oraz cechy i procesy psychologiczne.

Autorka wydaje się trochę zaskoczona faktem, że stereotypowe obrazy płci są trwałe i niepodatne na zmiany pomimo postępujących zmian społecznych i kulturowych. A więc stereotypy dalekie są od oczekiwanego ideału równości i równouprawnienia. Końcowe konkluzje są potwierdzeniem refleksji artykułowanych w *gender studies*, choć oczekiwałam bardziej rygorystycznego powiązania danego wniosku z konkretnymi danymi.

Według Autorki (str. 300), kobieta w magazynach dla mężczyzn jest świadoma swoich uczuć i emocji jednak jest postrzegana całkowicie poprzez pryzmat wyglądu zewnętrznego, który jest nakierowany na rozbudzenie męskiego pożądania. Prowadzi to do depersonalizacji, upokorzenia i dehumanizacji kobiety, która w sferze seksualnej jest podporządkowana, pasywna. Taka stereotypowa uproszczona reprezentacja w dalszej perspektywie sankcjonuje i usprawiedliwia fizyczne i moralne krzywdzenie, a nawet gwałt. Współczesne kobiety są

trywializowane, postrzegane poprzez pryzmat seksu i stanowią niejako 'odstępstwo' od męskiej normy. Stereotypowy mężczyzna jest stroną aktywną w akcie seksualnym, a jego potrzeba dominacji manifestuje się poprzez częstą zmianę partnerek.

Jeśli spojrzymy na dane liczbowe przedstawione na str. 297-300, rzeczywiście w odniesieniu do kobiet dominuje nacisk na wygląd zewnętrzny i seks, choć agresja jest zjawiskiem raczej marginalnym. Zestawienie cech z danymi utrudnia sformułowanie tego wniosku gdyż cechy nie są uporządkowane wg częstości ich występowania. Dla przykładu zestawienie cech i kontekstów dla magazynu 'Penthouse' na str. 300 wygląda następująco:

- attractive (66 excerpts –PHYSICAL TRAITS submodel, 17 excerpts – BODYsubmodel) and interested in clothes and fashion (23 excerpts – FASHION AND CLOTHES submodel),
- active, resourceful and fighting for independence (PSYCHOLOGICAL FEATURES AND PROCESSES submodel –'activity, resourcefulness, strength', 18 excerpts; 'feeling of freedom, independence, emancipation', 12 excerpts),
- reflective (PSYCHOLOGICAL FEATURES AND PROCESSES submodel –'passivity, helplessness, apathy, feeling of discrimination', 28 excerpts),
- victim of physical and psychological violence and abuse (PSYCHOLOGICAL FEATURES AND PROCESSES submodel –'violence, aggression', 11 excerpts),
- objects of male sexual desire (LOVE AND SEX submodel –122 excerpts identified).

Czyli na atrakcyjny wygląd w sumie przypada **89** kontekstów, aktywność i emancypację – **30**, refleksyjność – **28**, ofiara przemocy fizycznej/psychicznej – **11**, obiekt męskiego pożądania **122**. Uporządkowanie cech pod kątem ich częstotliwości użycia pozwoliłoby czytelnikowi na ocenę wniosków Autorki bez dodatkowego wysiłku intelektualnego.

Jeśli chodzi o wnioski końcowe dotyczące ICM mężczyzny, chciałabym zwrócić uwagę na pewną nieścisłość. Otóż z konkluzji wynika, że najbardziej istotny sub-model to miłość i seks, co ma potwierdzać wniosek, że mężczyzna to strona aktywna i dominująca. Jest tak w przypadku *Penthouse* i *Playboy*, nie zaś w przypadku *Men's Health* oraz *Maxim*, w których cechy i procesy psychiczne są częstsze. Biorąc pod uwagę wszystkie cztery czasopisma, te ostatnie pojawiają się w 333 fragmentach, zaś miłość i seks w 251 kontekstach. Te dane czytelnik musi sobie sam policzyć albo na podstawie danych w konkluzji albo w podsumowaniu na str. 314. Autorka przyjmując optykę genderową skupia się na aspektach stereotypu mężczyzny lansowanych przez feminizm, i szuka oraz znajduje z sukcesem potwierdzenie swoich tez o dominującej roli mężczyzny i podrzędnej kobiety. W mojej opinii, którą formułuję po wnikliwej lekturze przedstawionego materiału językowego, stereotyp mężczyzny wyłaniający się z czasopism dla mężczyzn wydaje się bardziej złożony i jest odzwierciedleniem lansowanego w mediach modelu liberalnego, konsumpcyjnego i nihilistycznego. Zaskakujące jest również to, że w badanym materiale tylko raz jest mowa o ojcostwie (str. 207 cytata z *Playboya*). Mężczyzna ojciec jest praktycznie nieobecny w czasopismach dla mężczyzn. Jest za to mężczyzna (przesadnie) dbający o swój wygląd zewnętrzny, sukces zawodowy i podboje seksualne, ale również doświadczający pewnych rozterek.

Rozdział czwarty – Figurative Language of Sex – zawiera rezultaty analizy językowej, której przedmiotem są metafory, metonimie i wyrażenia eufemistyczne w odniesieniu do sfery płci i sfery seksualnej pojawiające się w czasopismach dla mężczyzn. Jest to poszerzone studium dziedzin źródłowych metafor związanych z seksem. Część ta jest niezwykle ciekawa i bogato ilustrowana materiałem językowym, co pozwala czytelnikowi na prześledzenie toku rozumowania oraz weryfikację wniosków Autorki. Główne zastrzeżenie jakie mogę tu sformułować, pod adresem Autorki jest takie, że choć zidentyfikowane domeny są trafne to kolejność ich przedstawienia wydaje się przypadkowa. Dopiero w konkluzji dowiadujemy się, że amerykańskie czasopisma obfitują w język figuratywny z dziedzin takich jak przede wszystkim wojna, kara i walka. Drugie miejsce pod kątem częstości użycia to żywność i zwierzęta, trzecie miejsce zajmują eksplozja, erupcja i siły fizyczne. Mniej znaczące, ale także obecne są dziedziny takie

jak ogień, śmierć, sport, gry, praca, biznes, podróż, rośliny, taniec i stworzenia nadprzyrodzone. Poza tym, Autorka nie niuansuje już użycia metafor danego typu na poszczególne czasopisma, co sprawia, że być może umykają pewne wnioski natury ogólniejszej. Podam tutaj jeden aspekt. Za najbardziej produktywny dla języka figuratywnego Autorka uznaje obszar pola bitwy, co zgodne jest z wyobrażeniem, że wojna zawsze była domeną mężczyzn i jest wyrazem władzy i dominacji. Jeśli przeanalizujemy materiał językowy zawarty w sekcji 4.4, to zauważymy, że na 20 przykładów użycia tej metafory, aż 16 (czyli 80%) przypada na jedno czasopismo, tj. *Penthouse*, które jest klasyfikowane jako czasopismo na pograniczu pornografii. Uwzględnienie tego faktu, w moim odczuciu, osłabia stereotyp mężczyzny jako agresywnego dominatora. Dla porównania metafora sportowa i metafora gry, w których pojawia się element rywalizacji i chęci wygranej, ale i (obopólnej) zabawy pojawia się we wszystkich czasopismach, ze znaczącą przewagą *Mens' Health*. Nie zawsze podzielam opinię Autorki o negatywnym podtekście w użyciu danej metafory, choć może to wynikać z faktu, że w rozprawie cytaty z tekstów źródłowych nie mogą być przesadnie długie, przez co ocena szerszego kontekstu użycia jest ograniczona. Na przykład metafory ognia, erupcji i eksplozji nawiązują do intensywności przeżyć seksualnych, a konsumpcja deseru jest niewątpliwie najprzyjemniejszą częścią posiłku. Nie za bardzo rozumiem, jak na podstawie przykładów ze str. 257-8 Autorka wysnuła metaforę SEX IS BUSINESS. Wieloznaczność interpretacji zależy od kontekstu użycia, a samo słowo *business* zdaje się pełnić funkcję synonimu do kontekstualnie zdefiniowanych i semantycznie niedookreślonych słów takich jak *thing* lub *activity*. Jeśli chodzi o wyrażenia metaforyczne nacechowane pozytywnie lub negatywnie, mam uwagę dotyczącą wyrażenia *a sprint to a marathon* ze str. 292, które Autorka uważa za eufemistyczne wyrażenie odnoszące się do orgazmu i w streszczeniu tłumaczy jako 'maratoński sprint'. Analiza kontekstu użycia zdaje się sugerować, że należy to wyrażenie rozumieć inaczej i w połączeniu z poprzedzającym czasownikiem:

"Just do it: That said, she doesn't always expect to finish. 'Even if I don't climax, I've still had fun and satisfied my partner,' says Rachael, 25. 'I know he'll get me next time.' Orgasmic zenith or no, she sometimes prefers a sprint to a marathon." "Men's Health" 7-8/2017: 97

W moim odczuciu, w tym kontekście mamy do czynienia z dwoma metaforycznymi odniesieniami do stosunku seksualnego opartymi na podobieństwie do odmiennych dyscyplin sportowych: szybkiego sprintu i długiego, meczącego, monotonnego maratonu (tu również nawiązanie do metafory SEX IS WORK). Partnerka, która nie spodziewa się, że zbliżenie będzie w pełni satysfakcjonujące *preferuje sprint od maratonu/ woli sprint niż maraton*, a więc chce żeby partner szybko zakończył akt seksualny w sposób w pełni satysfakcjonujący (tylko) dla niego. Wyrażenia te pokazują również perspektywę kobiety, która uważa, że seks dla mężczyzny to (często) indywidualna dyscyplina sportowa.

Podsumowując moją ocenę empirycznej części rozprawy, stwierdzam, że niewątpliwie należy docenić obszerność zgromadzonego i zbadanego materiału badawczego, co świadczy o bardzo ambitnym i poważnym podejściu Autorki. Autorka zmierzyła się z bardzo trudnym zadaniem badawczym. Ogólne wnioski, jakie formułuje nie budzą zastrzeżeń. Pomimo pewnych uwag krytycznych, stwierdzić należy, iż ustalenia badawcze pani mgr Kurowskiej mogą zgodnie z intencją Autorki, posłużyć do dalszych analiz językowych.

Rozprawa napisana jest językiem akademickim dostosowanym do przedmiotu opisu. Czyta się ją bardzo dobrze, pomimo dużego stopnia komplikacji materii. Autorka odwołuje się do bardzo bogatego zbioru literatury przedmiotu, właściwie dobranego i rozsądnie przedstawionego. Analiza bazuje na bogatym materiale empirycznym.

Reasumując, pomimo wskazanych niedociągnięć i różnic interpretacyjnych, które są istotą sporu naukowego, należy podkreślić, że przyjęta i zastosowana metoda, obszerność materiału

przykładowego, prezentacja wyników jest zgodna z wymogami stawianymi rozprawom doktorskim i zasługuje na pozytywną ocenę.

Rozprawa doktorska pani magister Karoliny Kurowskiej stanowi samodzielne i oryginalne rozwiązanie problemu naukowego oraz wnosi istotny wkład w badania w obszarze językoznawstwa kognitywnego. **Wnoszę o dopuszczenie pani magister Karoliny Kurowskiej do dalszych etapów przewodu doktorskiego.**

Maria Bloch-Trojnar

dr hab. Maria Bloch-Trojnar, prof. KUL

Lublin, 30.06.2021

Literatura cytowana w recenzji:

- Chomsky, N. 1957. *Syntactic structures*. The Hague: Mouton.
- Goldberg, A. E. 1995. *Constructions: A Construction Grammar approach to argument structure*. Chicago: Chicago University Press.
- Goldberg, A. E. 2006. *Constructions at work. The nature of generalization in language*. Oxford: Oxford University Press.
- Jackendoff, R. S. 1990. *Semantic structures*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Jackendoff, R. S. 2010. *Meaning and the lexicon. The Parallel Architecture 1975-2010*. New York: Oxford University Press.
- Pustejovsky, J. 1995. *The generative lexicon*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Stern, G. 1931. *Meaning and change of meaning with special reference to the English language*. Bloomington: Indiana University Press.
- Ullmann, S. 1957. *The principles of semantics*. Oxford: Basil and Blackwell.
- Ullmann, S. 1962. *Semantics. An Introduction to the science of meaning*. Oxford: Basil and Blackwell.