

Magdalena Majewska

Uniwersytet w Białymstoku

ORCID: 0000-0003-0215-6546

## ***Harpun, pan mysz i Arnold Mocny* – przykłady metafor męskości w felietonach Małgorzaty Domagalik**

### **1. Wprowadzenie**

Według Jerzego Bartmińskiego i Stanisława Gajdy najważniejszą kategorią w badaniach stylistycznych nad tekstem jest podmiot [zob. Bartmiński 2005: 39–49; Gajda 2005: 122–129]. Bartmiński wskazuje przy tym na podmiot zbiorowy, osoby mówiące jako reprezentantów określonej grupy, natomiast Gajda koncentruje się na konkretnej jednostce – autorze tekstu. W tym drugim rozwiązaniu przedstawiona zostaje perspektywa poznawcza podmiotu wypowiadającego się: możemy mówić o punkcie widzenia autora, subiektywizacji tekstu. Ujmowanie rzeczywistości za pomocą pojęć, porządkowanie świata przy użyciu języka oraz badanie jego związków z myśleniem człowieka rozwinęło się w metodę badań lingwistycznych [zob. Tokarski 2009: 65–79]. Podmiot mówiący rozpatrywano zaś w kontekście społecznym i kulturowym. Jednostkowe, zindywidualizowane spojrzenie człowieka na świat stało się centrum badań nad stylem konkretnego autora, nadawcy tekstu. Z drugiej strony cechy charakterystyczne komunikatu dookreślają jego nadawcę.

W tym kontekście można zastanawiać się, jaką rolę w zrozumieniu wypowiedzi odgrywa biografia twórcy. Utwór nie jest tylko faktem językowym, a ważne w badaniach nad jego stylem stają się także pierwiastki: autorski, kulturowy i cywilizacyjny. Tak powstała kategorię autora opisuje Aleksander Wilkoń: „Otóż tekst bynajmniej autora nie gubi i nie uśmierca; tekst zachowuje wszystko to, co autor mu dał, w co go wyposażył. Podmiotowość tekstu, mimo wielu koncepcji ludzkiego ego, jest kategorią tekstową pierwszej wagi” [Wilkoń 2002: 51].

Odwołanie do życiorysu twórcy owego tekstu lub zbioru tekstów pozwala zatem spojrzeć na podmiot mówiący jako na autora. Dzięki takiemu podejściu badawczemu możemy odtworzyć jego wizję świata, w której eksponowane są wartości ważne z punktu widzenia jednostki twórczej. Mają one charakter absolutny i ponadczasowy, jednak nasze ich rozumienie może być zmienne, ponieważ zmienia się nasza kultura. Tworząc swój system aksjologiczny, człowiek musi przedstawić go za pomocą języka. Komponenty tego systemu wyrażać można przez opis „językowo istotnych i kulturowo przypisywanych cech realnie istniejących obiektów bądź zdarzeń” [Tokarski 2014: 155–156]. Ocena zjawisk dokonuje się w języku przez dobór stosowanego słownictwa oraz środków stylistycznych lub retorycznych, a także przez tworzenie kontekstu aktu mowy [zob. Kajtoch 2008: 128].

Wartościującym obrazem rzeczywistości jest stereotyp, który utrwalony został we wspólnej danemu społeczeństwu świadomości. Owa potoczna kategoria obecna w językowym porozumiewaniu się oparta jest zazwyczaj na niepełnej wiedzy o świecie [zob. Majewska 2019: 68]. Z lingwistycznego punktu widzenia stereotyp jest ściśle związany z językowym uporządkowaniem zjawisk, rzeczy i osób, z kolektywnym wyobrażeniem o świecie, a w związku z tym także z językowym obrazem świata. Jak piszą Bartmiński i Jolanta Panasiuk:

Dla językoznawców – podobnie jak dla wielu teoretyków komunikacji społecznej – jest jednak jasne, że stereotypizacja jest nieodłączna od istoty języka naturalnego, który opiera się na podmiotowej kategoryzacji zjawisk oraz na konwencji i powtarzaniu (bez tego jakiegokolwiek porozumiewanie się byłoby niemożliwe), że zatem jest stereotyp „koniecznym elementem wspólnego języka i kodu kultury”. [Bartmiński, Panasiuk 2014: 373]

Stereotyp, nieadekwatny względem właściwego obrazu, upraszcza wizerunek danej grupy ludzkiej [zob. Lippmann 2008], nie różnicuje poszczególnych jego elementów, jest bardzo trwały i zabarwiony emocjonalnie. Podstawą stereotypu mężczyzny są domniemane cechy jego charakteru, mentalności czy umysłowości, role przypisane płci, a także cechy fizyczne czy podejmowane działania, wreszcie – nawet wykonywany zawód. Taką wieloaspektowość wyraźnie akcentuje Dorota Suska, wspominając „męską racjonalność i koncentrację”, „bycie głową rodziny, zarabianie pieniędzy, wykazywanie inicjatywy, przyjmowanie na siebie finansowych zobowiązań”, „męską mądrość i siłę fizyczną” [Suska 2008: 416]. W przypisie swojej pracy badaczka prasy kobiecej wymienia także inne, uznawane za typowo męskie, właściwości. Należą do nich: „[...] racjonalność, niezależność, aktywność, kompetencja, łatwość podejmowania decyzji, radzenie

sobie w trudnych sytuacjach, pewność siebie, skłonności przywódcze, agresywność [...]” [Suska 2008: 416].

Przemiany społeczne zachodzące od XIX wieku, a także pojawienie się feminizmu wywołały znaczne przeobrażenia stereotypów obu płci obecnych w kulturze europejskiej XX i XXI wieku. Ujawnił się także nowy typ męskości, odbiegający od dotychczasowego wzorca kulturowego. Mężczyzna od zarania dziejów miał wszelkie prawa, zajmował dominującą pozycję i dawał sobie władzę decydowania o wszystkich i wszystkim. Przełom XX i XXI wieku, gdy okazało się, że zdolnościami intelektualnymi odznaczają się nie tylko ci, dla których dotąd były one zarezerwowane, zapoczątkował zmianę tradycyjnego sposobu myślenia o płci. Osłabła opozycja: słabe, mało inteligentne, delikatne kobiety – silni, mądrzy, „twardzi” mężczyźni. Ci ostatni, według Elisabeth Badinter, zmuszeni byli do udowodniania swojej męskości przez zanegowanie bycia dzieckiem, kobietą i homoseksualistą [zob. Badinter 1993: 64], a czynić to winni byli na każdym kroku. Wychowywanie bez stałej obecności mężczyzny skutkowało natomiast opieraniem się dziecka jedynie na wzorcu kobiecym, a w związku z tym – wytworzeniem zniekształconego obrazu cech męskich [zob. Bly 1993; Napora 2004: 24–26].

Współcześni autorzy prac z dziedziny kulturoznawstwa zwracają uwagę na kult ciała i młodości [zob. Gajda 2008; Arcimowicz 2003; Melosik 2002], który przeciwstawiony zostaje procesowi starzenia się człowieka. Pogląd na cielesność końca XX i początków XXI wieku ujawnia homocentryzm:

Współcześnie dominuje kult ciała i cielesności oraz związane z tym bogate formy obyczajowości propagowane przez kulturę popularną i konsumpcyjny styl życia jako wynik przemian cywilizacyjnych. Można nawet mówić o kanonie estetycznym ciała człowieka, charakteryzującego się młodością i urodą, zdrowym wyglądem i smukłą, powabną sylwetką, ciała wypiełgnowanego i przyodzianego w seksowny, modny strój. [Gajda 2008: 31]

Przeobrażenia społeczne czy kulturowe XX i XXI wieku osłabiły ostro zarysowane podziały między cechami męskimi i kobiecymi – w mediach pojawiły się również nowe ich wzorce [zob. Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2014: 355–365]. Przemiany te zachwiały dotychczas dominującą pozycję mężczyzn i pozwoliły dojść do głosu kobietom i ich kobiecości [zob. Radomski 2010: 114]; tym samym transformacje kulturowe uwidoczniły nowe ujęcia męskości i kobiecości – o zmienionych znaczeniach i rozmytych granicach.

Piękno i delikatność, zarezerwowane do tej pory dla kobiet, stały się domeną równie męską, jak typowe dla nich do niedawna szorstkość i gruboskórność,

zaś wewnętrzną siłę i zdecydowanie, które łączyły się z mężczyzną, przypisuje się także współczesnej kobiecie. Przybieranie wizerunków typowo męskich lub typowo kobiecych przez jednego człowieka powoduje, że płęć staje się jedynie kwestią stylu, elementem mody, a fizyczne upodobnienie się mężczyzny do kobiet nie jest równoznaczne z rezygnacją z cech osobowości typowych dla tych pierwszych [zob. Arcimowicz 2004: 20]. Analizując wpływ przekazu medialnego na współczesny wzorzec męskości, Katarzyna Siewicz zauważyła, że:

Wymogi stawiane mężczyźnie sprawiają, że poświęca on coraz więcej czasu swojemu ciału oraz stylowi. Środki masowego przekazu sprawiają, że jest on pod ciągłą obserwacją oraz kontrolą, wszelki jego błąd jest od razu dostrzegany. Dodatkowo, pokazują one, jaką drogę powinien obrać, aby stawać się coraz bardziej męskim, używając kobiecych atrybutów – kosmetyki, perfumy, modny ubiór. Współcześnie męskość podlega feminizacji. Kobieta jest głównym czynnikiem kształtującym wizerunek mężczyzny. Mężczyzna ślepo dąży za promowanymi ideałami męskości, zapominając o swojej tożsamości. W konsekwencji esencję mężczyzny stanowi tylko i wyłącznie jego płęć biologiczna. [Siewicz 2013: 14]

Stereotypy płci w sposób uproszczony mówią o przekonaniach dotyczących cech oraz zachowań mężczyzny. Tak jak inne stereotypy, również i te schematy uznawane są przez ogół społeczeństwa za słuszne i prawdziwe. Takie porządkowanie wiedzy pomaga łatwiej zrozumieć świat, a służy mu przede wszystkim stosowanie metafor opartych na wzorcach kulturowych.

Literatura dotycząca metafory jest niezmiernie bogata – już George Lakoff i Mark Johnson pisali, że jej istotą „jest rozumienie i doświadczenie pewnego rodzaju rzeczy w terminach innej rzeczy” [Lakoff, Johnson 1988: 27]. Przenośnia to zatem nie tylko figura stylistyczna, ale także sposób precyzowania obrazu rzeczywistości, sterowania myśleniem, działaniem i postrzeganiem świata [zob. Lakoff, Johnson 1988: 27]. Pojmowana jest jako zjawisko charakterystyczne dla ludzkiego myślenia i służące przedstawieniu czegoś za pomocą schematu, który wyodrębnia najważniejsze cechy obiektu, będąc opartym na doświadczeniu człowieka [zob. Kuryłowicz 2017: 65]. Metafora pojęciowa zasada się na istnieniu dwóch domen, docelowej (X) i źródłowej (Y), oraz wyrażona jest w formule X TO Y, w której pojęcie zostaje przeniesione z domeny źródłowej do domeny docelowej [zob. Taylor 2007: 708].

Metafora może być oparta na utartych w języku wyrażeniach lub też innowacyjnie przeobrażona, co świadczy o sprawności artystycznej jej autora

i odwzorowuje jego emocjonalny stosunek do opisywanego zjawiska. Jak uważa Dorota Zdunkiewicz-Jedynak:

Przejawem stylistycznej sprawności jest jednak przede wszystkim umiejętność posługiwania się metaforami świeżymi, a więc tworzonymi indywidualnie. Stwarzają one w oparciu o doświadczenia odbiorcy oryginalny obraz, stanowią dla niego ciekawą zagadkę intelektualną. Dzięki temu nie tylko uatrakcyjniają, zdobią tekst, ale także ułatwiają zrozumienie myśli piszącego. [Zdunkiewicz-Jedynak 2013: 44]

Twórczy sposób przetwarzania obiegowego postrzegania rzeczy charakterystyczny jest dla feministycznych felietonów Małgorzaty Domagalik<sup>1</sup>. Felieton, tekst publicystyczno-dziennikarski [zob. Kaliszewski 2006: 178–183; Ostrowska 2007: 252], również organizuje wiedzę o świecie, jednak przez pryzmat autorskiego spojrzenia na poruszoną problematykę. Wizerunki mężczyzny zawarte w felietonach Domagalik są silnie zindywidualizowane, emocjonalne, co wyrażone jest np. metaforami bazującymi na stereotypach płci.

Celem niniejszego tekstu jest próba zbadania poszczególnych przerośni przedstawiających różne typy mężczyzny w wybranych felietonach prasowych Domagalik ukazujących się w tygodniku „Wprost” na przełomie wieków XX i XXI (w latach 1999–2003) w cyklu zatytułowanym „Druga płeć”. Warto prześledzić autorskie wizje mężczyzny uobecnione w tych metaforach i sprawdzić, czy i jak bardzo odbiegają one od stereotypu męskości utrwalonego w kulturze.

## 2. Metaforyka męskości

Obraz mężczyzny w języku potocznym przełomu XX i XXI wieku charakteryzuje tradycyjność ujęcia. Z jednej strony leksem *mężczyzna* kojarzy się z racjonalnością, aktywnością, stanowczością i skutecznością w działaniu, a z drugiej – nieczułością, grubiaństwem czy chłodem emocjonalnym [Długosz 2002: 121–131; Peisert 1994: 97–108]. Pozytywny wydźwięk mają przymiotniki derywowane

---

1 Małgorzata Domagalik – z wykształcenia kulturoznawczyni, jest redaktorką i dziennikarką oraz autorką programów telewizyjnych, w których odnosi się – jako feministka – głównie do męskiego świata. Współautorka książek poświęconych biografii polskiego piłkarza Jakuba Błaszczykowskiego (*Kuba. Biografia, Kuba. Dogrywka 2015–2018*), selekcjonera reprezentacji Polski w piłce nożnej Jerzego Brzęczka (*W grze*) czy rozmowom na trudne tematy (*188 dni i nocy* – z Januszem Leonem Wiśniewskim) oraz autorka felietonów publicystycznych drukowanych w magazynie „Wprost”, w których pisała o statusie płci („Druga płeć”, 1998–2005). Tytułową drugą płcią jest kobieta – w swoich felietonach Domagalik z pozycji feministycznej prezentuje indywidualne spojrzenie na ludzi i ich utrwalone społecznie stereotypy.

od rzeczowników w rodzaju męskim, takie jak *mężny, bratni, braterski, rycerski*, utworzone od nich rzeczowniki (*męstwo, braterstwo, rycerskość*) oraz powstały na tej samej drodze czasownik *bratać się*. *Męska rozmowa* to rozmowa rzeczowa, dotycząca ważnych spraw, natomiast *chłopski rozum* utożsamiany jest z trzeźwym i praktycznym sposobem myślenia. Potoczny leksem *chłop* nie tylko stanowi synonim dorosłego mężczyzny, ale także konotuje pozytywną waloryzację w wyrażeniach typu *swój chłop, chłop na schwał, złoty chłop*.

Patriarchat i kulturowy androcentryzm widoczne są również we frazeologizmach i przysłowiach wskazujących na tradycyjne role płciowe. Małgorzata Karwatowska i Jolanta Szypra-Kozłowska [2014] wymieniają pozytywnie nacechowane sformułowania eksponujące władzę mężczyzny (*pan i władca, pan życia i śmierci, pan stworzenia, pan władza*) oraz jego znaczącą społecznie rolę (*mąż stanu, mąż zaufania, kawaler Orderu Virtuti Militari, słowo kawalera*). Przysłowia, metafory czy frazeologizmy<sup>2</sup> eksponują obraz mężczyzny gotowego do zdrady (*Mężczyzna może dopóty kochać dwie kobiety, dopóki jedna się nie zorientuje; Dowodem niestałości mężczyzn jest to, że trzeba było ustanowić instytucję małżeństwa*) i odbierającego świat jedynie za pomocą zmysłu wzroku (*Ile razy mężczyzna patrzy na kobietę, szatan zakłada mu różowe okulary; Mężczyźni wolą kobiety ładne niż mądre, ponieważ łatwiej im przychodzi patrzenie niż myślenie; Mężczyzna, rozmawiając z piękną kobietą, zwykle nie słyszy, co ona mówi, ale patrzy, czym mówi*). Tak przedstawiony przedstawiciel płci męskiej to mizogin bojący się swojej żony (*Człowiek żonaty boi się tylko jednej kobiety*) oraz inteligentnych kobiet (*Mężczyźni wolą blondynki, gdyż uważają, że brunetki są inteligentniejsze i przez to bardziej niebezpieczne*), człowiek, który umiejętnie okłamuje kobiety (*Nie wierz nigdy mężczyźnie, to słodki cukierek maczany w truciznie; By zdobyć kobietę, mężczyźni wynajdują cudowne oszukaństwa. By ją porzucić – wymyślają głupie i niezręczne kłamstwa*), by następnie je deprecjonować (*Męska logika – poślubić wdowę z trójką dzieci i robić jej wymówki, że nie była dziewicą*). Katalog negatywnych cech zamyka nikła bystrość umysłu; mężczyzna, niczym dziecko, trudno się czegokolwiek domyśla (*Nie ma kobiet niezrozumiałych, są tylko mężczyźni niedomyślni; Kobieta lepiej rozumie dziecko niż mężczyzna, ale psychicznie mężczyzna jest bardziej podobny do dziecka*).

Za pomocą metafor opartych na tradycyjnym obrazie płci Domagalik wyeksponowała własności mężczyzny. Felietonistka odniosła się do kulturowo ukonstytuowanych wyobrażeń na temat płci, by następnie zmodyfikować je.

<sup>2</sup> Omówione przykłady pochodzą z internetowego słownika aforyzmów [A].

### 2.1. *Harpun*

*Harpun* służy felietonistce do określenia mężczyzn, którzy w jakiś sposób się wyróżnili. Domagalik przenosi na mężczyznę nazwę broni łowieckiej – w ten sposób powstaje metafora pojęciowa MĘŻCZYŻNA TO HARPUN. W tej przenośni reifikującej mężczyzna zwany *Harpunem* używa owej broni „do walki o sprawiedliwość płci” [HH: 96], czyli uczciwego postępowania, przyznania każdemu człowiekowi (bez względu na płeć) należnych mu praw:

Świat się zmienia, a z nim mężczyźni, i to nie tylko z naszego, kobiet, powodu, ale i dla własnego dobra. Żeby ich trud nie szedł na marne, w „Drugiej płci” pojawia się nowe wyróżnienie: **Harpun**. Według encyklopedii „miotana **broń łowiecka w postaci grotu z zadziarami**, używana do polowań na duże zwierzęta morskie”. Od tej pory tytuł *Harpuna* będzie przyznawany tym mężczyznom, którzy **wyróżniają się w byciu mężczyzną**. A **miotana broń łowiecka** będzie im służyła **do walki o sprawiedliwość płci**. [...] Od tamtej pory Tomasz Lis w postrzeganiu kobiecego świata poczynił ogromne postępy. **Zgubił ironiczny ton, dba o polityczną poprawność** i z całą powagą **zauważa, że obecność dwóch kobiet w rządzie afgańskim to fakt nie tylko symboliczny, ale i ważny**. Zdobywca tytułu *Harpuna* 2001 jest **szczęśliwym ojcem dwóch córek** i nie ma wątpliwości, że **będzie je chronił przed każdym stereotypem**. Także tym **dotyczącym różnic między kobietą i mężczyzną**. Wszystkiego, co dobre i najlepsze, w nowym roku. [HH]<sup>3</sup>

Militarne skojarzenia przywodzą na myśl nie tylko wyrażenia *miotana broń łowiecka* i *walka o sprawiedliwość płci*, ale także fraza: „[...] będzie je chronił przed każdym stereotypem. Także tym dotyczącym różnic między kobietą i mężczyzną”, eksponująca obronę młodych kobiet (córek) przed konwencjonalnym, schematycznym i uproszczonym wzorcem postępowania zgodnym z płcią. Tomasz Lis, pierwszy uhonorowany tytułem *Harpuna*, jest więc jednym z tych, „którzy wyróżniają się w byciu mężczyzną”, przewyższa innych mężczyzn w męskości, a więc jest ponadprzeciętnym przedstawicielem swojej płci, kontrastuje z innymi. Jego docenione prześmiewczo przez felietonistkę cechy przejawiają się w zauważonej zmianie postępowania, czyli w: braku złośliwości („zgubił ironiczny ton”), zachowaniu szacunku i tolerancji w języku swoich wypowiedzi („dba o polityczną poprawność”) oraz wyrażeniu swojej opinii na temat wielkiej wagi faktu zaistnienia kobiet w patriarchalnym świecie

3 Tu i w kolejnych cytatach – podkreślenia M.M.



muzułmańskim („z całą powagą zauważa, że obecność dwóch kobiet w rządzie afgańskim to fakt nie tylko symboliczny, ale i ważny”).

Przedstawienie przez felietonistkę męskiej osobowości *Harpuna* to przykład takiego posługiwania się metaforą, która w twórczy sposób przekształca utrwalony stereotyp – *Harpunem* jest bowiem mężczyzna wyróżniający się postawą negującą szablony kulturowe.

## 2.2. *Pan mysz*

Domagalik wykorzystuje w swoich felietonach kulturowe uwikłanie metafor, dzięki czemu stają się one bliższe współczesnemu człowiekowi. Jednym z wyeksponowanych przez nią symboli jest mysz, która w kulturze konotuje takie cechy jak podstęp, chciwość czy spryt [Kopaliński 2019: 243–245]. Felietonistka umieszcza metaforę pojęciową MĘŻCZYNA TO MYSZ już w samym w tytule tekstu, a także w kończącym go dowcipie:

Jak twierdzą zajmujące się socjologią Cheryl Benard i Edith Schlaffer z Niemiec, „mężczyźni za wszelką cenę chcą być postrzegani jako zwycięzcy, nawet jeśli w środku przypominają **wystraszoną Myszkę Miki**”. A mnie przypomniał się dowcip (nie wiedziałam, że w jakimś sensie proroczy). Otóż pewnego dnia słoń spotyka na swojej drodze **wyjatkowo małą mysz**. Ta, oczarowana „wielkością” słonia, wygina się i pręży, i za wszelką cenę chce zostać zauważona. Odnosi sukces – słoń zatrzymuje na niej wzrok i z sarkazmem pyta: „**Ale dlaczego jesteś taka mała?**”. **Mysz bez namysłu odpowiada: „Bo długo chorowałam**”. Nie przyszło mi wówczas do głowy, że jedyne, **co zmieni się w tym dowcipie, to płęć myszy. Biedny pan mysz**. [PM]

Tytułowy *pan mysz* wykazuje tu cechy stereotypowo przypisywane kobiecie (przebiegłość i spryt), co autorka wyraża słowami odnoszącymi się do symboliki tego gryzonia: „jedyne, co zmieni się w tym dowcipie, to płęć myszy”. Ujawnienie cech przypisanych zwierzęciu następuje za sprawą zastosowanie przysłowka *wyjatkowo* – oznaczającego ‘w sposób szczególny, niepowtarzalny’ i ‘w wyjątkowych wypadkach, jak rzadko kiedy’ [USJP, t. 4: 596–597] – w sformułowaniu *wyjatkowo mała mysz*. Kolejnym zabiegiem podkreślającym niewielkie jej rozmiary jest zestawienie jej ze słoniem, co przywodzi na myśl starogreckie bajki o małej, wręcz niewidocznej myszy, która weszła po nodze na grzbiet ogromnego oraz niedowidzącego z natury słonia i tym samym wystraszyła go i spowodowała atak szału zwierzęcia. W dowcipie opowiedzianym przez Domagalik, odmiennie, po spotkaniu ze słoniem mysz wykazuje się sprytem i zagadnięta przez duże zwierzę o przyczynę jej niewielkich gabarytów prozaicznie odpowiada,



że winna temu jest długotrwała choroba. W ten sposób ujawnia się tu racjonalizm gryzonia, ale także jego bystrość, spryt, zuchwalstwo i bezczelność.

W *Słowniku symboli* pod hasłem *mysz* Władysław Kopaliński podaje jedną z możliwych charakterystyk: 'arogancja, pewność siebie, próżność. Przysłowie: myszy tańczą, gdy kota w domu nie czują. Mickey Mouse, ang. Myszka Miki, bohaterka filmów rysunkowych Walta Disneya' [zob. Kopaliński 2019: 245]. Do frazeologizmów i przysłów z komponentem *mysz* zaliczyć można następujące związki: wspomniany przez Kopalińskiego *myszy tańczą, gdy kota w domu nie czują*, określający sytuację pozbawioną kontroli osoby odpowiedzialnej za porządek; *ktos bawi się w kotka i myszkę*, używany, gdy ktoś kogoś zwodzi lub drażni się z kimś; *ktos siedzi cicho jak mysz pod miotłą*, a więc nie chce zwracać na siebie uwagi i w związku z tym zachowuje się bardzo spokojnie; wreszcie – określenie dla pilnego strzeżenia czegoś: *mysz się nie prześlizgnie*, eksponujące skonwencjonalizowane cechy gryzonia, takie jak zwinność, doskonały słuch i umiejętność szybkiego reagowania na zagrożenie.

Domagalik, podobnie jak autor wspomnianego słownika, nawiązała do bohatera Walta Disneya, czyli animowanej myszy rodzaju męskiego, i przytoczyła słowa niemieckich socjolożek Cheryl Benard i Edith Schläffer, według których mężczyźni „przypominają [...] Myszke Miki” [cyt. za: PM]. Anglojęzyczny wariant jego miana – Mickey Mouse – utworzony został za pomocą rzeczownika *mysz* (*mouse*) w rodzaju nijakim oraz zdrobnienia imienia Michael – Mickey. W języku polskim nazwa rysunkowej postaci sugeruje zaś kobiecość (przyjęta żeńska forma angielskiego imienia Miki oraz gramatyczny rodzaj żeński rzeczownika *mysz* w formie deminutywnej). Ta ostatnia przyczyna niejako zobowiązała felietonistkę do uściślenia określenia męczyzny i dodania doń rzeczownika określającego precyzyjniej płeć – *pan* (*pan mysz*). *Biedny pan mysz* przywołuje z kolei porównanie *biedny, ubogi jak mysz kościelna*, jednak nie oznacza tu kogoś o niskim statusie majątkowym (USJP, t. 2: 752), lecz wyraża uczucie politowania wobec desygnatu.

### 2.3. Arnold Mocny

Przy portretowaniu kolejnego typu męskiego Domagalik posłużyła się symbolem silnego fizycznie przedstawiciela swojej płci, jakim stał się Arnold Mocny, czyli Arnold Schwarzenegger, zawodowy kulturysta, aktor oraz biznesmen i polityk. W metaforze MĘŻCZYŻNA TO ARNOLD MOCNY Domagalik wyeksponowała przeniesione na daną grupę męczyzn cechy aktora. Schwarzenegger to bowiem Amerykanin pochodzenia austriackiego, który uważany jest powszechnie za jednego z największych atletów wszech czasów, człowieka o ogromnej sile fizycznej i najbardziej fenomenalnego rzecznika swojego sportu:

Gdy więc oskarżany o molestowanie Arnold Schwarzenegger, **austriacki siłacz** i najlepiej opłacany dziś hollywoodzki gwiazdor, zapragnął zostać gubernatorem stanu Kalifornia, **jego pragnienie się spełniło**. Imigrant z amerykańskim paszportem, syn członka NSDAP, wraz z ojcem słuchał płyt z nazistowskimi marszami, stukał obcasami i odgrywał oficera SS. **Sześciokrotny Mister Olympia, wygrywający w kulturystyce wszystko, co było do wygrania**, do Ameryki przyjechał z kilkunastoma dolarami w kieszeni i niezłomną wiarą, że **prędzej czy później dostanie od życia to, na czym mu najbardziej zależy**. Cierpliwie śnił swój **sen pucybuta**, aby pewnego dnia stać się milionerem. Ani przez chwilę nie przejmował się tymi, którzy na jego widok kpili, że **oto cała para poszła w mięśnie**. Do tego wszystkiego nie mówił po angielsku i kiedy zaproponowano mu rolę w filmie *Herkules w Nowym Jorku*, po raz pierwszy i ostatni zgodził się na zagranie pod pseudonimem **Arnold Mocny**. Bardziej życzliwi mu koledzy z tamtych lat wspominają, że **był punktualny i nigdy nie narzekał na jedzenie z automatu. Jak mało kto potrafił się kreować. Silny nie tylko w kinie, ale i w życiu**. „Ludzie cieszą się zwyczajnym życiem, ja zaś zawsze byłem nakierowany na rozmach i siłę. Imponowali mi dyktatorzy i ci, o których pamięta się przez setki lat”.

Czy taki **męski mężczyzna** mógł się obyć bez kobiecej adoracji, bez westchnień i spojrzeń pełnych zachwyty? Blondynek, brunetek... Oczywiście, że nie mógł. [AM]

Felietonistka definiuje męskość Schwarzeneggera przez podkreślenie ogromnej siły mężczyzny, którą opisuje dwubiegunowo – jako tężyznę oraz jako moc charakteru. Atletyczną budowę ciała byłego kulturysty i gubernatora Kalifornii Domagalik przywołuje wprost, używając określenia *siłacz*, kojarzącego się z mitycznym Herkulesem, antycznym gladiatorem, Tarzanem Edgara Rice’a Burroughsa, Waligórą i Wyrwidębem z polskiej baśni Kazimierza Władysława Wójcickiego, a przede wszystkim – z tytułowym Terminatorem z filmu Jamesa Francisa Camerona, którego rolę odgrywał właśnie Schwarzenegger. Ci kultowi bohaterowie odznaczali się niezwykłą siłą fizyczną, która pozwalała im na zwycięskie wyjście z każdej opresji. Ponadto słowami *sześciokrotny Mister Olympia* felietonistka akcentuje wielość tytułów, które mężczyzna zdobył dzięki umięśnionemu ciału. *Mister Olympia* to najbardziej prestiżowe zawody kulturystyczne na świecie, zatem zwycięstwo w takich zmaganiach – w dodatku aż sześć razy – pozwala na określenie bohatera artykułu kulturystą wszech czasów, „wygrywającym w kulturystyce wszystko, co było do wygrania”. Domagalik prezentuje także postawę innych ludzi wobec tego sportowca, która oparta była na utrwalonym wzorcu kulturowym, w związku z którym „kpili, że oto cała para poszła

w mięśnie”. Fraza *cała para idzie w gwizdek* – definiowana jako brak rezultatu jakichś działań mimo włożonego w nie wysiłku – została tu zmodyfikowana: autorka tekstu zastąpiła w niej *gwizdek* wyrazem *mięśnie*, co sugeruje jednostronne ukierunkowanie zapału mężczyzny polegające na rozwijaniu jedynie siły swoich mięśni.

Atletyczna, muskularna budowa ciała została w felietonie oddana za pomocą wyrażenia *Arnold Mocny*, będącego jednocześnie antroponimem nadanym kulturysty. Z drugiej jednak strony użyty przymiotnik reprezentuje nie tylko siłę fizyczną, ale także niezłomność i determinację w dążeniu do celu. Kolejny wymieniony *explicite* przymiot mężczyzny to punktualność („był punktualny”), kojarzona z precyzją działania, pedantyzmem, sumiennością i systematycznością, stanowiąca nieodłączną cechę kulturysty rozwijającego swoje mięśnie według przyjętego planu ćwiczeń i diety sportowej, której, nie uskarżając się, w imię wyższego celu czasowo musiał się wyrzec („nigdy nie narzekał na jedzenie z automatu”). Pracował zatem nie tylko nad własnym ciałem – odgrywał bowiem w życiu przyjętą rolę, chciał być postrzegany w określony sposób, o czym świadczy wyeksponowana przez Domagalik fraza „Jak mało kto potrafił się kreować”. Ponadto zastosowane wyrażenie *mało kto*, oznaczające istnienie jedynie nielicznych przypadków tego typu ludzi, połączone z bezokolicznikiem *kreować się* sugeruje jego niezwykłą umiejętność tworzenia swojego wizerunku scenicznego i osobistego. Zestawienie ze sobą filmu i życia w kontekście prezentowanego w felietonie obrazu Schwarzeneggera wydaje się zabiegiem jak najbardziej oczywistym – jako aktor odgrywał role siłaczy, jako polityk – umiejętnie eksponował niezłomny charakter, mocną osobowość („Silny nie tylko w kinie, ale i w życiu”). Autorka podsumowuje rozważania nad osobowością i cielesnością aktora wyrażeniem *męski mężczyzna* konotującym siłę fizyczną i umięśnione ciało, a jednocześnie – motywację do osiągnięcia zamierzonego celu. Oba znaczenia *siły* podkreśliła zdaniami: „pragnienie się spełniło” oraz „prędzej czy później dostanie od życia to, na czym mu najbardziej zależy”. Wyrażenie *męski mężczyzna* ma również wydźwięk ironiczny oraz wzmacnia sens wypowiedzi – autorka w nieprzypadkowy sposób podkreśla, że nie każdy mężczyzna jest męski.

### 3. Wnioski

Proponując swoje subiektywne spojrzenie na role płci w społeczeństwie, Domagalik czerpie ze źródła kultury europejskiej – mitologii greckiej, bazuje na kulturowych stereotypach, które twórczo modyfikuje, tworząc nowe – zgodne z jej poglądami – wzorce. Zainteresowania feministyczne autorki naznaczyły zawarte w jej utworach portrety mężczyzn w taki sposób, że równouprawnienie kobiet

tożsamy jest w nich z afirmacją, ubóstwieniem i idealizacją płci pięknej. Po falach feminizmu i postfeminizmu obrazy mężczyźni uległy bowiem przewartościowaniu – to kobieta stała się centrum społeczeństwa, zapanowała nad mężczyzną, będącym jedynie narzędziem w jej rękach. Powstałe w ten sposób wzorce osobowe dla płci męskiej odzwierciedlają przemiany w mentalności społeczeństw oraz nowe reguły postępowania we wspólnocie ludzkiej, ilustrując zarazem przeobrażenia kulturowe, które zatarty stereotypowe kontrasty między płciami. Przełom XX i XXI wieku to czas znaczącej degradacji męskości i zachwyty nad kobiecością, co doskonale oddają felietony Domagalik.

Autorka poświęciła znakomitą większość swoich artykułów wizji idealnej kobiety, portret mężczyzny opierając z kolei na negowanych szablonach kulturowych. Stosując przenośnię MĘŻCZYŻNA TO HARPUN – czyli broń łowiecka – czyni z niego właśnie oręż do walki przeciwko stereotypom płci.

Ukazując przedstawicieli płci męskiej, Domagalik zestawia ich cechy z własnościami przypisywanymi kobiecie, jednak nie na zasadzie kontrastu, ale poprzez przejmowanie jej cech przez mężczyznę. Ekspozuje w ten sposób jego trudność z określeniem samego siebie, spowodowaną przemianami społecznymi niemożność odnalezienia swojego „ja”. W metaforze MĘŻCZYŻNA TO MYSZ felietonistka lekceważąco przypisuje własności myszy mężczyźnie, który nie odnajduje w sobie tradycyjnych cech swojej płci.

Autorka akcentuje również obraz mężczyzny zgodny ze stereotypem, którego centrum stanowi tężyzna, muskulatura i siła charakteru (MĘŻCZYŻNA TO ARNOLD MOCNY). Uosobieniem takiej wizji jest znany aktor, kulturysta i wreszcie – polityk określany poprzez wyrażenie przymiotnikowe *Arnold Mocny*.

## Bibliografia

*Źródła (wraz ze stosowanymi skrótami)*

PM – Domagalik Małgorzata (1999), *Pan mysz*, „Wprost”, nr 47, s. 76.

HH – Domagalik Małgorzata (2001), *Harpia i Harpun 2001*, „Wprost”, nr 51–52, s. 96.

AM – Domagalik Małgorzata (2003), *Arnold mocny*, „Wprost”, nr 43, s. 67.

*Słowniki (wraz ze stosowanymi skrótami)*

A – Aforyzmy.com.pl [praca zbiorowa], www.aforyzmy.com.pl [dostęp: 18 lutego 2019].

## Literatura

- Arcimowicz Krzysztof (2003), *Obraz mężczyzny w polskich mediach. Prawda – fałsz – stereotyp*, Gdańsk.
- Arcimowicz Krzysztof (2004), *Męskość w kulturze współczesnej*, „Małżeństwo i Rodzina”, nr 2, s. 17–23.
- Badinter Elisabeth (1993), *XY. Tożsamość mężczyzny*, przeł. Grzegorz Przewłocki, Warszawa.
- Bartmiński Jerzy (2005), *Pytania o przedmiot językoznawstwa. Pojęcia językowego obrazu świata i tekstu w perspektywie polonistyki integralnej*, w: *Polonistyka w przebudowie. Literaturoznawstwo – wiedza o języku – wiedza o kulturze – edukacja. Zjazd Polonistów, Kraków, 22–25 września 2004*, t. 1, red. Małgorzata Czermińska i in., t. 1, Kraków, s. 39–49.
- Bartmiński Jerzy, Panasiuk Jolanta (2014), *Stereotypy językowe*, w: *Współczesny język polski*, red. Jerzy Bartmiński, Lublin, s. 371–395.
- Bly Robert (1993), *Żelazny Jan*, przeł. Jacek Tittenbrun, Poznań 1993.
- Długosz Kazimierz (2000), *Językowy obraz kobiety i mężczyzny w polszczyźnie potocznej*, „Prace Filologiczne”, t. 45, s. 121–131.
- Gajda Stanisław (2005), *Styl jako humanistyczna struktura tekstu*, w: *Polska genologia lingwistyczna*, red. Danuta Ostaszewska, Romuald Cudak, Warszawa, s. 122–129.
- Gajda Janusz (2008), *Antropologia kulturowa, cz. 2: Kultura obyczajowa początku XXI wieku*, Kraków.
- Kajtoch Wojciech (2008), *Językowe obrazy świata i człowieka w prasie młodzieżowej i alternatywnej*, Kraków.
- Kaliszewski Andrzej (2006), *Gatunki dziennikarskie a język*, w: Wojciech Furman, Andrzej Kaliszewski, Kazimierz Wolny-Zmorzyński, *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, Warszawa, s. 178–183.
- Karwatowska Małgorzata, Szpyra-Kozłowska Jolanta (2014), *Obraz kobiety w słownictwie, frazeologii i przysłowia*, w: *Encyklopedia gender*, red. Monika Rudaś-Grodzka i in., s. 355–365.
- Kopaliński Władysław (2019), *Słownik symboli*, Warszawa.
- Kuryłowicz Beata (2017), *Idiostyl a metafora pojęciowa*, w: *Socjolekt – idiolekt – idiostyl*, red. Urszula Sokólska, Białystok, s. 65–75.
- Lakoff George, Johnson Mark (1988), *Metafory w naszym życiu*, przeł. Tomasz P. Krzeszowski, Warszawa.
- Lippmann Walter (2008), *Public Opinion*, St. Gallen.
- Majewska Magdalena (2019), *Językowo-kulturowy obraz męskości w felietonach Tomasz Raczka*, „LingVaria”, nr 1, s. 67–76.
- Melosik Zbyszko (2002), *Kryzys męskości w kulturze współczesnej*, Poznań.

- Napora Elżbieta (2004), *Bez kompasu, czyli płęć psychologiczna chłopców wychowanych przez samotne matki*, „Niebieska Linia”, nr 2, s. 24–26.
- Ostrowska Magdalena (2007), *Wybrane właściwości języka felietonów prasowych (na przykładzie tygodnika „Wprost”)*, „Prace Filologiczne”, t. 52, s. 249–261.
- Peisert Maria (1994), „On” i „ona” we współczesnej polszczyźnie potocznej, w: *Płęć w języku i kulturze*, red. Janusz Anusiewicz, Kwiryna Handke, Wrocław, s. 97–108.
- Radomski Andrzej (2010), *Kultura 2.0 a praktyki męskości*, w: *Męskosc jako kategoria kulturowa. Praktyki męskości*, red. Magdalena Dąbrowska, Andrzej Radomski, Lublin, s. 113–127.
- Siewicz Katarzyna (2013), *Wpływ przekazu medialnego na współczesny wzorzec męskości a implikacje dla edukacji*, „Kultura – Media – Teologia”, nr 15, s. 8–21.
- Suska Dorota (2008), *Stereotyp płci we współczesnej prasie kobiecej (lingwistyczno-kulturowe aspekty wartościowania)*, w: *Język, społeczeństwo, wartości*, red. Elżbieta Laskowska, Iwona Benenowska, Małgorzata Jaracz, Bydgoszcz, s. 415–425.
- Taylor John R. (2007), *Gramatyka kognitywna*, przeł. Magdalena Buchta, Łukasz Wiraszka, Kraków.
- Tokarski Ryszard (2009), *Znaczeniowa otwartosc tekstu artystycznego a paradygmaty badawcze semantyki*, w: *Język pisarzy jako problem lingwistyki*, red. Tomasz Korpysz, Anna Kozłowska, Warszawa, s. 65–79.
- Tokarski Ryszard (2014), *Światy za słowami. Wykłady z semantyki leksykalnej*, Lublin.
- Wilkoń Aleksander (2002), *Spójność i struktura tekstu. Wstęp do lingwistyki tekstu*, Kraków.
- Zdunkiewicz-Jedynak Dorota (2013), *Wykłady ze stylistyki*, Warszawa.

Magdalena Majewska

***Harpun (Harpoon), pan mysz (mister mouse) and Arnold Mocny (Arnold the Strong) – Examples of Metaphors of Masculinity in Małgorzata Domagalik’s Columns***

The paper presents the feminist and the traditional metaphors of masculinity using examples from Małgorzata Domagalik’s subjective texts. The columnist shows three types of male personalities: *Harpun (Harpoon)*, *pan mysz (mister mouse)* and *Arnold Mocny (Arnold the Strong)*. *Harpoon* is a weapon in the fight against stereotypes whereas *mister mouse* is man out of his depth, who doesn’t show any traditional masculine traits. On the other side *Arnold the Strong* is a personification of male strength. The methodological structure is based on a linguistic and cultural analysis of metaphors shown in Małgorzata Domagalik’s columns.

**KEYWORDS:** the metaphor; *Harpoon*; *mister mouse*; *Arnold the Strong*; the column; the types of masculinity; Małgorzata Domagalik.

**dr Magdalena Majewska** – Wydział Filologiczny, Uniwersytet w Białymstoku; zainteresowania badawcze: semantyka leksykalna, językowy obraz świata.