

**Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie**

**Wydział Socjologii i Pedagogiki**

**Kierunek: Socjologia**

# **Seksualizacja kobiet w popularnych utworach z gatunku muzyki popularnej i rap**

Realizacja badań i opracowanie raportu: Natalia Mielcuch,  
Melania Migdalska, Małgorzata Paszko, Patrycja Pastuszko

Raport przygotowany w ramach zaliczenia zajęć przedmiotu Projekt badawczy

pod kierunkiem dr. hab. Emilii Paprzyckiej

Warszawa 2023

## SPIS TREŚCI

1. Wprowadzenie .....	3
2. Seksualizacja jako zjawisko społeczne - definicje pojęciowe .....	4
3. Uprzedmiotowanie, seksualizacja - wyniki badań i dane statystyczne .....	7
4. Założenia metodologiczne .....	11
4.1 Przedmiot i cel badań .....	11
4.2 Pytania badawcze .....	11
4.3 Metody, techniki, narzędzia badawcze .....	12
4.4 Strategia doboru materiału badawczego .....	12
4.4.1 Wykaz utworów (uniwersum) .....	13
4.4.2 Realizacja badań i strategie analizy .....	15
5. Seksualizacja kobiet w wybranych utworach muzyki popularnej i rap - wyniki analizy .....	15
5.1 Co się mówi i jak się mówi o kobietach w utworach muzycznych z gatunku pop i rap .....	15
5.2 Kobieta w najpopularniejszych utworach twórców muzyki z gatunku pop i rap .....	17
5.2.1 Atrakcyjna materialistka, która rani i zdradza .....	17
5.2.2 Oddana i uległa seksualnie materialistka żądna uwagi .....	19
5.2.3 Seksualnie uległy przedmiot zaspokojenia seksualnego mężczyzny .....	20
5.2.4 Zdominowana zależna lalka .....	21
6. Seksualizacja kobiet w tekstach piosenek gatunku muzycznego pop i rap .....	23
7. Wnioski .....	25
Bibliografia .....	27

## 1. Wprowadzenie

Początki seksualizacji kobiet mają swoje korzenie w czynnikach historycznych, kulturowych i społecznych na całym świecie. Wiele z nich sięga odległej przeszłości, takiej jak patriarchalne struktury społeczne, które często traktują kobiety jako obiekty seksualne. Już od wieków obserwujemy to jak były przedstawiane w sztuce, czy literaturze. Uwagę skupiano na ich atrakcyjności fizycznej, co było pewnego rodzaju symbolem płci żeńskiej. Obecnie problem ten pojawia się głównie w przemyśle rozrywkowym, mass mediach czy muzyce. W tym momencie większość społeczeństwa ma dostęp do wcześniej wymienionych dóbr, przez co aspekt tego problemu stale się pogłębia. Jest to niebezpieczny proces, szczególnie widoczny u kobiet, prowadzący do uwewnętrzniania stereotypów płciowych, które ograniczają ich możliwości oraz wpływają na ich samorealizację czy też równość społeczną. Może również „...wpływać na ich samoocenę, poczucie własnej wartości i zdrowie psychiczne, prowadząc do niezdrowych wzorców zachowań i niskiej samoakceptacji.”<sup>1</sup>. Poprzez uprzedmiotowienie i seksualizację „...kobiety są redukowane do obiektów seksualnych i oceniane głównie na podstawie atrakcyjności fizycznej, co może prowadzić do nierówności płciowych i dyskryminacji”<sup>2</sup>.

W przemyśle muzycznym oraz rozrywkowym seksualizacja płci żeńskiej często występuje poprzez promowanie wizerunku kobiet jako obiektów seksualnych w celu zwrócenia uwagi i generowania kontrowersji. Nieustannie jako uczestnicy życia społecznego widzimy wykorzystywanie erotycznej ekspresji, odważnych strojów i prowokacyjnych tekstów w wielu ogólnodostępnych teledyskach czy piosenkach „...ich ciało, w tym także nagość, jest kostiumem, odgrywanym i potwierdzającym tożsamość oraz uprawomocniającym ich obecność. W systemie patriarchalnym kobieta funkcjonuje jako przedmiot seksualny; to na niej skupia się spojrzenie mężczyzny. Stanowi to potwierdzenie schematu aktywnego mężczyzny – ten, który patrzy, ocenia, mówi – oraz biernej kobiety – ta, która jest oglądana, oceniana.”<sup>3</sup>.

Aspekt seksualizacji kobiet w przemyśle rozrywkowym i muzyce wzbudza duże

---

<sup>1</sup> E.L. Zurbriggen, APA Task Force on the Sexualization of Girls Members (2007).

<sup>2</sup> B.L. Fredrickson, i T.A. Roberts, *Objectification Theory: Toward Understanding Women's Lived Experiences and Mental Health Risks* (1997).

<sup>3</sup> J. Struzik, *Konstrukt gender w polskiej kulturze hip-hopu*, Kraków (2011).

zainteresowanie ze względu na jej wpływ na dobrostan psychiczny i poczucie własnej wartości kobiet. Znaczenie tego problemu spowodowało chęć jego dokładnego zbadania. Przedmiotem prezentowanych w raporcie badań była seksualizacja i uprzedmiotowienie kobiet w muzyce, a także analiza obrazu kobiet w najpopularniejszych utworach muzycznych. Celem badań jest rozpoznanie i opis problemu seksualizacji i uprzedmiotowienia w wybranych utworach muzyki rozrywkowej i rap. Temat ten wydaje się szczególnie ważny w kontekście podnoszenia świadomości młodych ludzi, nie tylko kobiet, ale także mężczyzn, w zakresie promowania równości płci i szacunku dla kobiet w każdym aspekcie życia. Ostatecznie propagowanie negatywnych konsekwencji tej kwestii ma kluczowe znaczenie dla wzmocnienia pozycji kobiet. Aktywna dyskusja na ten temat może pomóc zbudować społeczność, która dąży do zmiany społecznej w tym obszarze. W pierwszej części raportu opisana została definicja zjawiska seksualizacji i uprzedmiotowienia. Kolejno w dalszej części raportu wyróżniono wyniki badań i dane statystyczne opisywanego zjawiska. Następnie zaprezentowano cel i przedmiot badań i założenia metodologiczne niniejszej pracy. Dalej w raporcie wymieniono utwory muzyczne poddane preanalizie, kodowaniu otwartemu, analizie. W drugiej części opisano sposób realizacji badań i strategię analizy. W końcowej części pracy skupiono uwagę na wyniki analizy poszczególnych piosenek i seksualizację kobiet w gatunku muzycznym rap i pop. Na końcu niniejszej pracy zaprezentowano wnioski.

## **2. Seksualizacja jako zjawisko społeczne - definicje pojęciowe**

Na początku pojęcie seksualizacji pojawiało się w piśmiennictwie w sposób niekonsekwentny, przy okazji omawiania szczegółowych zagadnień związanych z seksualnością i rozwojem seksualnym, jak pisze Monika Zielona-Jenek<sup>4</sup> w swojej publikacji. Graham Basil Spanier<sup>5</sup> używał pojęcia seksualizacji jako synonimu do socjalizacji seksualnej. Chodziło mu o czynności trwające całe życie człowieka, które składają się na rozwój preferencji płci pożądanego obiektu seksualnego, rozwój własnej roli i tożsamości płciowej,

---

<sup>4</sup> M. Zielona-Jenek, *Seksualizacja – definicje, polemiki i próba rekonceptualizacji. O rozwoju praw dziecka w Polsce i na świecie. Dziecko Krzywdzone. Teoria, badania, praktyka*, 16(3), s.11 (2017).

<sup>5</sup> Spanier G. B. (1975). *Sexualization and premarital sexual behaviour. The Family Coordinator*.

nabywanie umiejętności, wiedzy i wartości seksualnych oraz postaw związanych z seksualnością.

Ogłoszenie w 2007 roku raportu grupy zadaniowej Amerykańskiego Towarzystwa Psychologicznego<sup>6</sup> stało się pamiętnym wydarzeniem, które przyczyniło się do definiowania seksualizacji jako niechcianego, niepożądanego zjawiska społecznego. W owym raporcie seksualizacja została zdefiniowana w opozycji do zdrowej seksualności i jako mająca miejsce, gdy:

- wartość osoby wynika tylko z jej atrakcyjności seksualnej lub zachowania do tego stopnia, że wyklucza inne cechy;
- osoba jest dopasowywana do normy, według której atrakcyjność fizyczna (wąsko zdefiniowana) oznacza bycie seksownym;
- osoba jest uprzedmiotowiona pod względem seksualnym, czyli staje się dla innych raczej przedmiotem seksualnego wykorzystania niż osobą zdolną do podejmowania niezależnych działań i decyzji;
- seksualność jest narzucona osobie w niewłaściwy sposób.

Każdy z tych czterech elementów jest przejawem seksualizacji, ale nie muszą one występować jednocześnie.

Z podań innych badaczy wynika, że to właśnie procesy społeczne i kulturowe dokonują definiowania seksualności oraz jej szczegółowych zagadnień. Dana grupa społeczna decyduje o znaczeniu seksualnym różnych praktyk w jej obrębie oraz o tym, jak te praktyki powinny wyglądać. Jak podaje Zielona-Jenek „W tym samym, społecznym kontekście są wskazywane również granice normy oraz definiowane zjawiska patologiczne, takie jak ryzykowny seks czy dewiacje seksualne”<sup>7</sup>. Kontynuując, Simon i Gagnon<sup>8</sup> w swojej koncepcji skryptów seksualnych<sup>9</sup> zakładają właśnie, że każda grupa społeczna określa, jakie bodźce, zachowania i sytuacje mają seksualne znaczenie. Skrypty seksualne określają

---

<sup>6</sup> APA Task Force on the Sexualization of Girls, s. 12, (2007/2013).

<sup>7</sup> Zielona-Jenek M., *Seksualizacja – definicje, polemiki i próba rekonceptualizacji. O rozwoju praw dziecka w Polsce i na świecie. Dziecko Krzywdzone. Teoria, badania, praktyka*, 16(3), s.11 (2017).

<sup>8</sup> Simon W., Gagnon J.H., *Sexual Scripts: Permanence and Change. Archives of Sexual Behavior* 15(2)(1986).

wyrażanie seksualności, orientację seksualną, zachowania seksualne, pożądanie seksualne i seksualny komponent samookreślenia każdego człowieka. Socjologowie Simon i Gagnon traktują zachowania seksualne danych osób jako wyuczone scenariusze seksualne, które planują działania seksualne tychże jednostek.

Negatywne zjawisko seksualizacji i uprzedmiotowienia można zauważyć w kulturze, gdzie znaczenia seksualne są nadawane bodźcom i zachowaniom, które wcześniej takiego znaczenia nie miały. Warto przyrzeć się również temu, jak w showbiznesie, który obejmuje przemysł rozrywkowy w tym filmy, telewizję, teatr itp.<sup>10</sup> np. reklamach czy teledyskach seksualizuje się pewne zachowania i bodźce na tyle, że inne są pomijane. Jest to krzywdzące zwłaszcza dla kobiet, które stają się ozdobą, lub „czymś” co ma za zadanie przyciągnąć uwagę oglądającego (ubiozem, makijażem, zachowaniem). W ten sposób, postać kobieca staje się obiektem, który można podziwiać, oglądać i oceniać.

Niestety seksualizacja w środkach masowego przekazu staje się zjawiskiem powszechnym. W muzyce rozrywkowej<sup>11</sup>, która obejmuje gatunki, które charakteryzują się łatwością w odbiorze (mają tym samym możliwość szybkiego rozpowszechniania się) i stanowią formę rozrywki dla szerokich kręgów społecznych, a pod względem komercyjnym — dobrze sprzedający się towar dzięki swemu masowemu odbiorowi określony wygląd osoby, jej pozy i zachowania, z łatwością przyciągają uwagę odbiorcy. Przykład mogą stanowić teledyski zarówno amerykańskich, jak i polskich muzyków (najczęściej raperów), w których stawia się znak równości między atrakcyjnością fizyczną i seksualną a wartością kobiety. Promowanie kultu ciała i nagości, umacnia postrzeganie ogólnej atrakcyjności kobiet, opierając się na jej seksualności, co prowadzi do normalizowania uprzedmiotowienia kobiety „tj. zredukowania osoby do ciała i traktowanie jej jako przedmiotu”.<sup>12</sup>

Przechodząc do aspektu uprzedmiotowienia, według Marthy C. Nussbaum<sup>13</sup> istnieje siedem możliwych sposobów traktowania człowieka jako przedmiotu, tj.:

---

<sup>10</sup> Cambridge Dictionary, [dostęp: 25.10.2023].

<sup>11</sup> Encyklopedia PWN [dostęp: 25.10.2023].

<sup>12</sup> M. Skibińska, L. Wiśniewska-Nogaj, *Problem uprzedmiotowienia w przekazach medialnych w kontekście wybranych aspektów psychospołecznego funkcjonowania młodych kobiet*. Forum Oświatowe, 34(1), s.27 (2022).

<sup>13</sup> Nussbaum C. Martha, *Objectification. Philosophy and Public Affairs* (1995).

- instrumentalność – traktowanie osoby jako narzędzia do realizacji swoich celów;
  - zaprzeczenie autonomii – negowanie niezależności i zdolności do samostanowienia;
  - bezwładność – traktowanie osoby jako pozbawionej sprawczości, a nawet aktywności;
  - zamienność – uznanie możliwości zamiany osoby na inny obiekt;
  - naruszalność tykalności cielesnej – uznanie osoby jako pozbawionej integralnych granic lub przypisując sobie prawo ich naruszenia;
  - własność – traktowanie osoby jako własności, czegoś, co może być kupione, sprzedane itp.;
  - zaprzeczenie podmiotowości – ignorowanie doświadczeń i odczuć osoby.
- Uprzedmiotowienie w opinii Nussbaum polega na traktowaniu człowieka na jeden lub więcej z wymienionych sposobów.

### **3. Uprzedmiotowienie, seksualizacja - wyniki badań i dane statystyczne**

Istotnym jest, by zwrócić uwagę na dane ilustrujące dogłębność problemu seksualizacji w przemyśle muzycznym i rozrywkowym. Silnie uwidacznia się tutaj rola ukształtowanych norm kulturowych, które stawiają osoby płci męskiej na wyższej pozycji. „W badaniach jakościowych przeprowadzonych przez Instytut Stosunków Międzynarodowych na podstawie 13 pogłębionych wywiadów jakościowych z dziennikarzami i wydawcami pracującymi w telewizji: TVP, Polsat, TVN, TV Biznes wykazano, że niektórzy dziennikarze i wydawcy powielają stereotyp, zgodnie z którym pewne dziedziny wiedzy „należą” do mężczyzn, a jednocześnie nie podejmują wysiłków, by poszukać wśród ekspertów kobiet.”<sup>14</sup> To tylko jeden z wielu aspektów marginalizacji płci żeńskiej przyczyniający się do wtórej seksualizacji w wyżej wymienionych rodzajach przemysłu.

Ważne, aby skupić się także na tym jak często oraz w jaki sposób ukazywana jest płęć żeńska w mass mediach. Według badania Nancy L. Signorelli z 1999 roku, udział postaci kobiecych w czasie najwyższej oglądalności, wśród największych stacji telewizyjnych w USA (ABC, CBS, NBC, FOX, UPN, WB) w latach 1967-1998 był mniejszy niż mężczyzn ze średnią 34,5% (dla kobiet) do 65,5% (dla mężczyzn). M. Mrozowski w swoim badaniu z

---

<sup>14</sup> B. Zatwarnicka-Madura *Wizerunek kobiet w przekazach medialnych o charakterze informacyjnym* (2016).

drugiej połowy lat 80 XX wieku przedstawił, iż w ciągu jednego tygodnia w czasie najwyższej oglądalności wskazuje się na 23,5% udział postaci kobiecych do 76,5% męskich<sup>15</sup>. Odnosząc owe mogące się wydawać jako „historyczne” dane do czasów teraźniejszych - wciąż mamy do czynienia z przewagą płci męskiej w mediach. Dane Instytutu Monitorowania Mediów za okres 1-31 października 2022 roku wśród najpopularniejszych programów (Fakty TVN, Panorama, Wydarzenia, Wiadomości, Teleexpress) jasno wskazują na 21% udział postaci kobiecych do 79% męskich<sup>16</sup>.

Widoczna jest nie tylko różnica w częstotliwości udziału konkretnych płci na wizji. Kluczowym aspektem staje się tutaj sposób ukazywania kobiet we wszelakiego rodzaju mediach. „Międzynarodowe badania zrealizowane na 15.500 serwisach informacyjnych, przeprowadzone w 71 krajach w ciągu jednego dnia stycznia 1995 roku wykazały, że kobiety stanowiły tylko 17% osób, z którymi przeprowadzane były wywiady i jedynie 11% wiadomości dotyczyło kobiet”<sup>17</sup>. Najliczniej kobiety są reprezentowane w komediach sytuacyjnych i dramatach, czemu dowodzą badania L. Lauzon z 2001 roku.

Mniejszy udział kobiet w mediach masowych utrwalający patriarchalne wzory kulturowe, nieustanne uczucie konkurencji płciowej i presji oraz nierówność w reprezentacji ze względu na wygląd i prezencję, to tylko parę aspektów składających się na problem formujący seksualizację kobiet w przemyśle muzycznym i rozrywkowym.

Seksualizacja stała się bardziej powszechna, intensywna i akceptowana między innymi w teledyskach muzycznych, utrwalając obraz kobiety jako obiektu seksualnego (Apuke, Jigem 2019). Według raportu Amerykańskiego Towarzystwa Psychologicznego (APA American Psychological Association, 2007) seksualizacja osoby polega na traktowaniu jej przedmiotowo pod względem seksualnym. Dosadnie widać to w obecnych trendach muzycznych. Teledyski muzyczne ukazują portret mężczyzny, dla którego priorytetem jest stosunek seksualny i kobiety jako osoby, która może zapewnić mu te potrzeby.

Studium przypadku przeprowadzone przez Aubrey, Frisby w 2011 roku potwierdziło, że uprzedmiotowienie seksualne jest powszechne na całym świecie. Portret seksualizowanych kobiet jest związany z kuszącym tańcem i ruchami. Wyniki ujawniły większą częstotliwość

---

<sup>15</sup> M. Mrozowski *Status i obraz kobiet i mężczyzn w telewizji, Przekazy i opinie.* (1989).

<sup>16</sup> Instytut Monitorowania Mediów *Media wciąż bez kobiet,* Warszawa (2023).

<sup>17</sup> MediaWatch (1995).



przedstawiania kobiet zseksualizowanych, którym towarzyszyły głównie kuszące seksualnie ruchy taneczne.

Odnosząc się tylko do jednego gatunku muzycznego jakim jest rap, Moody-Ramirez & Scott<sup>18</sup> twierdzą, że zawiera on w swojej treści i przekazie wizualnym nieporównywalnie więcej uprzedmiotowienia seksualnego kobiet niż inne gatunki muzyczne. Ten rodzaj muzyki charakteryzuje jednak to, że tekst utworu musi być powiązany z kontentem wizualnym. Można powiedzieć, że uprzedmiotowianie seksualne jest częścią muzyki rapowej. Rap, pop, rock, jazz, country itp. również zawierają zseksualizowane portrety kobiet, co prowadzi do normalizacji i akceptacji uprzedmiotowienia płci żeńskiej, jako praktyki społeczno-kulturowej<sup>19</sup>.

Badanie, o którym warto wspomnieć w kontekście seksualizacji kobiet w przemyśle muzycznym opiera się na teorii uprzedmiotowienia zaproponowanej przez M. C. Nussbaum. Podzieliła ona uprzedmiotowienie seksualne na siedem typów, które według Calogero występują obecnie u niemal każdej kobiety<sup>20</sup>. Jednak Nussbaum również uważa termin „uprzedmiotowienie” za trudny do określenia ze względu na jego „śliski” i „wielokrotny” charakter. Mogą one obejmować instrumentalność, zaprzeczenie podmiotowości, zaprzeczenie autonomii, bezwładność, naruszalność tykalności cielesnej, zamiennność i własność<sup>21</sup>. Później Langton rozszerzył propozycję Nussbaum dotyczącą uprzedmiotowienia, dodając trzy kolejne podtypy, w tym redukcję do ciała, redukcję do wyglądu i wyciszenie, milczenie<sup>22</sup>. Zdefiniowanie uprzedmiotowienia w najbardziej dokładny sposób jest problematyczne, ponieważ może ono obejmować także sposób, w jaki traktujemy siebie nawzajem w życiu codziennym.

---

<sup>18</sup> Moody-Ramirez M., & Scott, L. M., *Rap Music Literacy: A Case Study of Millennial Audience Reception to Rap Lyrics Depicting Independent Women*, *Journal of Media Literacy Education* (2015) [online] <<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eric&AN=EJ1088586&lang=es&site=ehost-live>> [dostęp: 24.10.2023].

<sup>19</sup> Aubrey J. S., Frisby, C. M. *Sexual objectification in music videos: A content analysis comparing gender and genre*. *Mass Communication and Society* (2011).

<sup>20</sup> Calogero R. M. *Objectification theory, self-objectification, and body image*, *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance* (2012).

<sup>21</sup> Nussbaum C. Martha, *Objectification*. *Philosophy and Public Affairs* (1995).

<sup>22</sup> Langton R., *Projection and Objectification*, *Sexual Solipsism* (2011).

Do pomiaru na temat uprzedmiotowienia seksualnego według perspektywy Marthy Nussbaum badacze wybrali teledyski łatwo dostępne za pośrednictwem witryn internetowych, tj. Dailymotion, YouTube, Vimeo, Hulu, Veoh. Badania przeprowadzone zostały od 21.01.2018- 31.12.2018. Na podstawie 200 najwyżej ocenianych, najlepiej sprzedających się teledysków z list przebojów Billboardu (magazyn poświęcony przemysłowi muzycznemu w Stanach Zjednoczonych). Warto zaznaczyć, że wybrano losowy przedział gatunków muzycznych. Łącznie do analizy wybrano 177 utworów. W próbie znalazło się 54,2 % śpiewaków płci męskiej i 45,8 % śpiewaczek.

W widocznej poniżej tabeli przedstawiono wyniki częstotliwości uprzedmiotowienia w teledyskach muzycznych, oznaczono f=częstotliwość, %=procenty.

**Tabela 1.** Kalkulacja częstotliwości uprzedmiotowienia w teledyskach muzycznych.

S/R.	Variables	Constructs	f	%
1	Instrumentality	Representing a person as an object	147	83.0%
2	Denial of Autonomy	Lacking personal freedom and will	81	45.7%
3	Inertness	Lacking agency and activity	132	74.5%
4	Ownership	Interchangeable object	128	72.3%
5	Violability	Owned by another person	134	75.7%
6	Fungibility	Lacking boundary and integrity	135	76.2%
7	Denial of Subjectivity	Experiences need not be taken under consideration	133	75.1%
8	Silencing	silent or lacking to speak	138	77.9%
9	Reduction to Appearance	Identifying with their body or body parts	128	72.3%

Źródło: Ayesha Qamar, Saadia Anwar Pasha, Sana Ali, Mohammed Habes. *Badanie uprzedmiotowienia kobiet w teledyskach z perspektywy Marthy Nussbaum*, Palarch's Journal Of Archaeology Of Egypt/Egyptology (2021).

Po dokonanej analizie, można zauważyć, że aż w 147 z 177 teledysków traktowano kobiety w sposób instrumentalny. Co więcej, w 77,9% teledysków uznano, że "silencing"-milczenie osób płci żeńskiej jest najczęstszym pojawiającym się rodzajem uprzedmiotowienia. Najczęstszą aktywnością aktorek, modelek był cichy taniec w tle. W 76,2% filmów przedstawiano kobiety jako pozbawione integralności i dające się zamienić z rzeczami materialnymi, takimi jak: samochody, pieniądze, biżuteria itp. Podobnie

wymieniono naruszenie tykalności jako czwarty najczęstszy (75,7%) podtyp uprzedmiotowienia przedstawiający kobiety pozbawione autonomii. Zobrazowane jako własność mężczyzn. Co więcej w 74,5% teledysków osoby płci żeńskiej były również ukazane jako te pozbawione sprawczości lub będące raczej przedmiotami dekoracyjnymi. Wreszcie 72,3% teledysków przedstawiało kobiety zgodnie z metodą amerykańskiej filozofki Nussbaum (1995), zwaną „redukcją do wyglądu”, w której głównym przedmiotem uwagi odbiorców był fizyczny wygląd modelek, skupiony głównie na narządach intymnych. Były one postrzegane tylko przez wygląd wizualny.

Podsumowując rozważania i dane zebrane w powyżej analizie badań, obraz kobiet w teledyskach muzycznych skupia się na ich uprzedmiotowieniu i seksualizacji. Istnieje potrzeba kontynuacji badań nad danym zjawiskiem i dalsza analiza, interpretacja przekazu seksualnego w muzyce.

## **4. Założenia metodologiczne**

### **4.1 Przedmiot i cel badań**

Przedmiotem badań w niniejszej pracy jest seksualizacja i uprzedmiotowienie kobiet w wybranych utworach muzycznych z gatunku muzyki popularnej i rap, analiza obrazu kobiet w najpopularniejszych utworach muzycznych. Skupiono uwagę głównie na aspekt seksualizacji i uprzedmiotowienia. Celem badań jest rozpoznanie i opis problemu seksualizacji kobiet w utworach muzycznych.

### **4.2 Pytania badawcze**

W wyniku zapoznania się z tematyką dotyczącą seksualizacji i wiedzą naukową na dany temat wyłonione dwa główne pytania badawcze, którymi kierowano się w pracy. Główne pytanie ukierunkowujące projekt brzmiało: Jak w utworach muzycznych z gatunku muzyki popularnej i rap seksualizowane są kobiety - co się mówi o kobietach i jak się o nich mówi?

Drugie pytanie badawcze odnoszące się do bardziej szerszego obszaru naszych zainteresowań, odwołujące się do prezentowanego wizerunku kobiet i utrwalanych

stereotypów przez twórców brzmiało natomiast: Jak autorzy najbardziej popularnych piosenek przedstawiają kobiety?

### **4.3 Metody, techniki, narzędzia badawcze**

W badaniu zastosowano metodę: analiza zawartości przekazów masowych. Metoda ta stosowana jest w badaniach jakościowych, a także miały zastosowanie w niniejszym projekcie. Analiza zawartości jest empirycznym, systematycznym i intersubiektywnym opisem treściowych i formalnych cech przekazów medialnych. Polega na zbieraniu danych empirycznych, w przeciwieństwie do wywiadu lub obserwacji jej przedmiotem jest komunikacja zmaterializowana w postaci tekstów, przekazów<sup>23</sup>.

Badania realizowane były techniką: jakościowej analizy treści. Analiza treści jest empiryczną metodą systematycznego, intersubiektywnie zrozumiałego opisu treści i formalnych cech komunikacji.

Narzędziem badawczym był autorski klucz kategoryzacyjny, który zawierał kategorie podporządkowane celowi badań wyznaczone problematyką badawczą. Nasz klucz kategoryzacyjny skonstruowany został zgodnie z perspektywą wyznaczającą analizy treści przekazów masowych i składał się z dwóch głównych kategorii: „jak się mówi?”, „co się mówi?”. Podkategorie, które wyróżniono do „jak się mówi?” prezentowały się następująco: „o ciele kobiecym”, „inne określenia kobiet”, „o stosunku seksualnym z kobietą” oraz „o ubiorze kobiet”. Natomiast w kategorii „co się mówi?": „opis kobiet”, „o ciele kobiet” oraz „o zachowaniach kobiet”. Dalsze rozwinięcie owych kategorii zostanie przedstawione w rozdziale „Seksualizacja kobiet w wybranych utworach muzyki popularnej i rap – wyniki analizy”.

### **4.4 Strategia doboru materiału badawczego**

W badaniach zastosowany został celowy dobór próby. Tym terminem określa się metodę polegającą na dobieraniu elementów populacji wyłącznie na podstawie indywidualnej

---

<sup>23</sup> Michalczyk S. *Uwagi o analizie zawartości mediów*, Rocznik Prasoznawczy 3, 95-109 (2009).

decyzji badacza, który wykorzystuje w tym celu swoją wiedzę oraz doświadczenie. W przypadku omówionego problemu, utwory zostały wybrane z platformy Spotify z listy "Top 50 Polska" z dnia 26.10.2023 roku. Jest to spis najpopularniejszych, najchętniej słuchanych utworów w Polsce. Gatunki z listy są różnorodne, jednak obrazowa jest dominacja muzyki popularnej i rapu. Na liście tej znajdują się utwory polskiej, jak i zagranicznej produkcji. Badaniu poddano pięćdziesiąt utworów muzycznych. Stanowiło to uniwersum, które zostało poddane wstępnej selekcji. Na etapie pre-analizy wybrano główne kategorie i z pięćdziesięciu utworów muzycznych wyłonionych początkowo, skupiono się na szesnastu. Po kodowaniu otwartym w ramach wyznaczonych pytaniami badawczymi utworzono korpus analityczny, który stanowiło w sumie szesnaście utworów, które poddano analizie szczegółowej. Do analizy zasadniczej z zastosowaniem komparacji i gęstego opisu wybrano cztery utwory, których treść wpisywała się we wszystkie kategorie rozpoznane na etapie kodowania otwartego. Egzemplifikują tematykę seksualizacji.

#### 4.4.1 Wykaz utworów (uniwersum)

Utwory zostały wymienione w kolejności od najbardziej popularnych, do najmniej odsłuchiwanym z listy Top 50 Spotify. Zostały zinterpretowane z tekstów publicznie udostępnionych przez strony internetowe: „[tekstowo.pl](http://tekstowo.pl)” i „[genius.com](http://genius.com)”.

**Tabela 2.** Wykaz utworów.

Lp.	Uniwersum	Lp.	Uniwersum	Korpus	Kodowanie teoretyczne
1.	“BFF” - Bambi, Young Leosia, PG\$, @atutowy	27.	“Daylight”- David Kushner	“Jolie Jolie”- Blacha 2115	“Jolie Jolie”- Blacha 2115
2.	“Fluid”- ReTo, Wroobel	28.	“Explosion Ech poleczko”- Kalwi & Remi, Guzowianki, DNSQ	“Nim Zajdzie Słońce” - Smolasty, Doda, Filip Leon, WIKTOR	“Sextape” - Sobel, Oki, Deemz, Magiera, PSR
3.	“JEREMY SOCHAN”- Oki, bvdy47	29.	“SAFE”- Gibbs, Jonatan	“IDGAF” - Drake, Yeat	“5 INFLUENCEREK” -
4.	“Stan”- Gibbs, Jonatan, 4Money	30.	“Od nowa”- Kwiat Jabłoni	“Stan”- Gibbs, Jonatan, 4Money	“Blueberry”- Guzior, Favst
5.	“Jolie Jolie”- Blacha 2115	31.	“Nametag”- Taco Hemingway, Oki, schafter,	“Sextape” - Sobel, Oki, Deemz, Magiera, PSR	

6.	“greedy”- Tate McRae	32.	“Czerwone łyzy”- Szpaku, Jonatan, 4Money,	“Nicea” - PRO8BL3M	
7.	“Nim Zajdzie Słońce”- Smolasty, Doda, Filip Leon, WIKTOR	33.	“PARANOIA”- HEARTSTEEL, League of Legends, Baekhyun	“TYLE SŁONCA”- White Widow, BAHsick	
8.	“Zawsze chciałem”- Gibbs, Jonatan	34.	“Taxi”- Kizo, Bletka, BeMelo, Eddie Block,	“5 INFLUENCEREK” - Zeamsone	
9.	“ITALODISCO”- The Kolors	35.	“Drive”- Gibbs, Opał, Jonatan, 4Money	“Taxi”- Kizo, Bletka, BeMelo, Eddie Block,	
10.	“TYLE SŁONCA”- White Widow, BAHsick	36.	“IDGAF”- Drake, Yeat +	“Blueberry”- Guzior, Favst	
11.	“Millie Walky” - bambi, charlie moncler	37.	“Prada”- casso, RAYE, D-Block Europe	“Gelato”- Taco Hemingway	
12.	“Nicea” - PRO8BL3M	38.	“Mix Sałat” - Taco Hemingway, Daria Zawiałow, prod. Zeppy	“GiEwOnt”- Mata	
13.	“Strangers” - Kenya Grace	39.	“Sextape” - Sobel, Oki, Deemz, Magiera, PSR	“Nametag”- Taco Hemingway, Oki, schafter, @atutowy	
14.	„Pocałunki” (M. Pawlikowska-Jasnorzewska) - Sanah	40.	“Cichosza”- Taco Hemingway, Otsochodzi, Zeppy Zep	“Paint The Town Red”- Doja Ca	
15.	“NIE MA CIĘ”- Fukaj, charlie moncler, Bambi	41.	“WTC”- Guzior	“Prada”- casso, RAYE, D - Block Europe	
16.	“Złoty chłopak”- Gibbs, Jonatan	42.	“Blueberry”- Guzior, Favst	“Mix Sałat” - Taco Hemingway, Daria Zawiałow, prod. Zeppy	
17.	“Jesień- Tańcuj”- L.U.C., Kayah, Labolatorium Pieśni, Rebel Babel Film	43.	“Gelato”- Taco Hemingway		
18.	“ADDERALL”- Kukon, Brodka	44.	“I Wanna Be Yours”- Arctic Monkeys		
19.	“5 INFLUENCEREK” - Zeamsone	45.	“Kolor”- Gibbs, Frank Leen, Jonatan		
20.	“Paint The Town Red”- Doja Cat	46.	“Prywatny bal”- Cyrko, D3W		
21.	“Z Tobą na chacie”- Daria Zawiałow	47.	“Sweater Weather” - The Neighbourhood		
22.	“GiEwOnt”- Mata	48.	“Jestem Twoją Bajką” - Kleks, sanah		
23.	“Całe lata”- Taco Hemingway, Dawid	49.	“SUPRO”- Daria Zawiałow, Taco		
24.	“Si No Estas”- inigo quintero	50.	“My Love Mine All Mine”- Mitski		
25.	“Samotność”- Gibbs, Jonatan				
26.	“Supermoce” - Igo, Mrozu, Vito Bambino, Męskie Granie Orkiestra				

Źródło: opracowanie własne.

#### **4.4.2 Realizacja badań i strategii analizy**

Badanie realizowano w okresie październik-grudzień 2023 r. Analiza występowania zjawiska seksualizacji w tekstach utworów muzycznych miała charakter etapowy i wielowymiarowy. Nastąpił podział na dwa etapy: preanaliza oraz badanie właściwe. Pierwszy z nich dotyczył analizy pięćdziesięciu najpopularniejszych utworów muzycznych z listy „Top 50 Polska” z platformy „Spotify”, z dnia 26.10.2023 roku. Owa lista obejmowała odmienne gatunki muzyczne (z przewagą Rap-u i Pop-u<sup>24</sup>).

### **5. Seksualizacja kobiet w wybranych utworach muzyki popularnej i rap - wyniki analizy**

#### **5.1 Co się mówi i jak się mówi o kobietach w utworach muzycznych z gatunku pop i rap**

Analiza wykazała, że zjawisko seksualizacji zostało odnotowane w szesnastu z pięćdziesięciu analizowanych piosenek. Zwracając uwagę na płeć wykonawców, uwidoczniła się przewaga płci męskiej, jednakże w dwóch utworach udział brały kobiety. Dodatkowo, dwa utwory pochodzą z rynku zagranicznego (wykonywane są w języku angielskim).

W ramach kategorii (jak się mówi?) analiza określeń dotyczących ciała kobiety wskazała, że jest ono fragmentaryzowane. Określenia w utworach dotyczyły kobiecych narządów płciowych. Obejmowały one np. cytaty opisujące pochwę: „(...) ma z cipki wodospad”, pośladki „klepię ją w pupę, sadza na pufie swój kuper”<sup>25</sup>. Biust określono jako „cycki”<sup>26</sup>.

W ramach kategorii „inne określenia kobiet” wyłoniono obraźliwe określenia: suka „Suko, pokaż jak (...)”<sup>27</sup>, kurwa „pozdrawiam wszystkie kurwy”<sup>28</sup>, baba. Rozpoznano także nową podkategorię, jaką były pozytywne określenia komplementujące płeć żeńską „jest

---

<sup>24</sup> Polega na recytowaniu tekstu z podkładem muzycznym; muzyka popularna i rozrywkowa.

<sup>25</sup> Guzior „BLUEBERRY”.

<sup>26</sup> Zeamsone „5 INFLUENCEREK”.

<sup>27</sup> Sobel feat. Oki „Sextape”.

<sup>28</sup> Zeamsone „5 INFLUENCEREK”.

piękna”<sup>29</sup>. Oprócz tego pojawiły się neutralne nazwy, w tym kilka nazw własnych np. „nowa Kiki (...)”<sup>30</sup> oraz słowo „milf”<sup>31</sup>.

Określenia stosunku seksualnego z kobietą rozpoznane w analizowanych utworach to ,: ruchanie, sex, pierdolenie „Whole gang fucked her” (tłumacząc z j.ang. „Cały gang ją wyruchał”)<sup>32</sup>. Nawiązywano również do ubioru kobiet, bielizna została nazwana jako „gacie”<sup>33</sup>.

Analiza w ramach kategorii (co się mówi?) wykazała, że autorzy tekstów muzycznych opisują kobiety, używając komplementów „jesteś taka jolie jolie (..)” (tłumacząc z j.fr. „jesteś taka piękna piękna”).<sup>34</sup> Wykonawcy na podstawie własnej perspektywy i doświadczeń, zakładają, że kobiety posiadają określone cechy. Są gadatliwe, problematyczne oraz żądne uwagi i korzyści materialnych „w jej oczach to widzę kasę (...)”<sup>35</sup>. Płci żeńskiej nadawane są cechy przedmiotów „kręcą się panny, jak para alufelg”<sup>36</sup>. Umniejsza się również wartości kobiet np. poprzez lekceważenie „Nie mogę ci obiecać, że będę do końca”<sup>37</sup>, „Nie mogę ci nic obiecać, ale zostaw otwarte drzwi”<sup>38</sup>. W obydwu przytoczonych przykładach, twórcy nie traktują poważnie relacji z kobietą. Zaobserwowano także brak poszanowania i obrazę „Fuck the bitch (...)”. W kontekście kobiecego ciała, zwracano uwagę na ubiór, przykładowo „ona nosi zbyt obcisłe kiecki”<sup>39</sup>. Używano wulgaryzmów do opisu pośladków np. „Jebać dupy, wolę z twarzy”, równocześnie można zauważyć tutaj preferencje dot. wyglądu zewnętrznego (kobiecej twarzy). Z drugiej strony, nie zabrakło pozytywnych opisów ciała płci żeńskiej, np.

---

<sup>29</sup> PRO8BL3M „Nicea”.

<sup>30</sup> White Widow „Tyle Słońca”.

<sup>31</sup> Atrakcyjna seksualnie kobieta, która jest matką.

<sup>32</sup> Drake „IDGAF”.

<sup>33</sup> Sobel feat. Oki „Sextape”.

<sup>34</sup> Blacha 2115 „Jolie Jolie”.

<sup>35</sup> Guzior „BLUEBERRY”.

<sup>36</sup> Tamże.

<sup>37</sup> Blacha 2115 „Jolie Jolie”.

<sup>38</sup> Kizo feat. Bletka „Taxi”.

<sup>39</sup> Taco Hemingway „Gelato”.



porównywano je do smaku owoca. Mówiąc o zachowaniach, zwraca się szczególną uwagę na taniec wykonywany przez płć żeńską (szczególnie ten zmysłowy) - „Hipnotyzują jej ruchy”<sup>40</sup>. Przeprowadzona analiza pozwala na wyodrębnienie czterech, najlepiej ukazujących istotę problemu, utworów. Tematyka wybranych piosenek skupia się w głównej mierze na przedstawianiu stosunku seksualnego i kobiecej w nim roli. Kobiety przedstawiane są jako obiekty zaspokajania potrzeb mężczyzn, zwraca się uwagę głównie na ich wygląd zewnętrzny. Autorzy przedstawiają określony układ ról kobiet i mężczyzn w relacjach seksualnych i romantycznych - kobieta jest oddana i uległa, a mężczyzna dominuje.

## **5.2 Kobieta w najpopularniejszych utworach twórców muzyki z gatunku pop i rap**

### **5.2.1 Atrakcyjna materialistka, która rani i zdradza**

W utworze „Jolie Jolie” występuje wiele odniesień do kobiet zarówno jeśli chodzi o ich wygląd, zachowanie, traktowanie kobiet przez mężczyzn czy traktowanie mężczyzn przez kobiety. Cała piosenka dotyczy relacji damsko - męskich i stanowi przykład na to co się mówi i w jaki sposób się mówi o kobietach. Poniżej prezentuję subiektywną analizę utworu „Jolie Jolie”.

Podczas analizy piosenki wyłoniono między innymi zwroty lekceważące związek z kobietą, tj: „Nie mogę ci obiecać, że będę do końca”, „Wszystko się układa tylko w pierwszych miesiącach”, „Zapisz mój numer jako "przygoda Bali”(…)”, „Dlatego znikam jeszcze przed motylami”. Na podstawie tych cytatów można wysnuć wniosek, że autor tekstu nie traktuje związku z kobietą poważnie - jako czegoś na dłuższy dystans, ale raczej jako przelotny romans. Takie sformułowania są typowe dla dzisiejszej „hookup culture”, w której stawia się głównie na często przypadkowe spotkania seksualne, które nie dążą do romantycznego związku między partnerami.

W tekście pojawiły się odniesienia do tego, jak kobiety traktują mężczyzn. W przypadku piosenki „Jolie Jolie” kobiety zostały między innymi przedstawione jako bawiące

---

<sup>40</sup> Guzior „BLUEBERRY”.

się uczuciami mężczyzn oraz generalnie raniące ich uczucia, o czym świadczą cytaty takie jak: „A ja szukam jednej, która mnie nie zrani” (zapewne oznacza to, że mężczyzna po poprzednich związkach jest zrażony do kobiet i dlatego traktuje przyszłe relacje powierzchownie), natomiast cytaty: „Potem wyciągasz telefon, a na tapecie masz zdjęcie zaręczyn” oraz „Jak pisze Tobie że jedzie po pracy do taty, to znaczy, że jedzie do Blachy” ukazują negatywny obraz kobiety jako tej, która zdradza. Dodatkowo, pojawiły się zwroty generalizujące kobiety, mówiące o nich jako o żądnych uwagi płci męskiej, np: „(...) w klubach dziewczyny pragnące uwagi”, oraz ukazujące je jako materialistki o czym świadczy cytat: „dla niej za bardzo liczył się banknot”. W utworze, o kobietach mówi się także jako o fałszywych, ukrywających swoje prawdziwe uczucia: „ (...) wiem, że ty też nie możesz spać, ale zamiast płakać, sama tańczysz do rana w mieście”, „Na story krótkie sukienki, ale w ulubionych same smutne piosenki”, „Szminka tuszuje sztuczne uśmiechy, w szpilkach próbujesz uciec od presji”.

Wreszcie, w tekście utworu wyróżniono zwroty komplementujące wygląd kobiety: „jesteś taka jolie, jolie, bella, bella”, słowa te w językach francuskim i włoskim znaczą „piękna”, oraz zdania: „(...) hej (na moich ustach twój błyszczek)”, „(...) hej (smakujesz jak liczi)”, które mówią o smaku kobiecych ust. W utworze pojawiło się również zdanie: „Gdzie się ukrywałaś tyle lat, widziałem Ciebie chyba w moich snach już wcześniej”, gdzie kobieta została ukazana jako senne marzenie mężczyzny, które przeniknęło do rzeczywistości. Wystąpiło też zdanie: „Polewam po kolejce Hennessy, Już robi się namiętnie po trzecim”- odnoszące się do seksualnych czynności występujących między mężczyzną i kobietą.

Podsumowując, z tekstu piosenki „Jolie Jolie” odbiorcy ukazuje się obraz kobiety atrakcyjnej zewnętrznie, jednak również takiej, która rani męskie uczucia, zdradza, jest żądną uwagi materialistką i tuszuje swoje prawdziwe uczucia. Przy takim przedstawieniu płci żeńskiej brak zaangażowania mężczyzny w związek i traktowanie go lekceważąco wydaje się być racjonalny. Jednakże, takie ukazanie kobiet jest dla nich krzywdzące i mocno uwłaczające. Przedstawiony utwór narzuca słuchaczowi konkretny, raczej negatywny obraz kobiet, co może prowadzić do umacniania się stereotypów na ich temat.

## 5.2.2 Oddana i uległa seksualnie materialistka żądna uwagi

Analizując utwór „Sextape”, którego autorem jest Szymon „Sobel” Sobel oraz Oskar „OKI” Kamiński, już od pierwszych wersów tekstu można zauważyć stosunek do kobiet oraz ich obraz przedstawiony z perspektywy artystów. Sam tytuł utworu informuje odbiorców, co będzie jego głównym tematem. Zestawiając to z postacią kobiety, można wywnioskować, jaką rolę będzie w nim odgrywała.

Już na początku utworu autorzy umniejszają postaci kobiety, sugerując, że sytuacja intymna mająca miejsce w relacji damsko-męskiej musi być opłaconą ze strony mężczyzny (w tym przypadku bukietem kwiatów) „Da-dała mi majtki (majtki), uuu, to dałem jej bukiet”. Następnie postać płci żeńskiej zostaje sprowadzona do bycia konfliktową i uciążliwą dla mężczyzny. „... ona kręci mi aferę”, sugeruje on, że zachowanie kobiety prowadzi do konfliktu, następnie natomiast domaga się zbyt wielu detali, co sprawia, że go męczy „O piksele, ej, ona chce szczegóły, chce ich wiele”.

Artyści nagminnie wspominają o tytułowej seks taśmie „Akurat nagrałem numerek (ej) i zaraz wykręcę numerek”, „Kochanie, obiecuję, nagramy sextape”. W piosence nie brakuje neutralnych „BABY, BABY, BABY, BABY” oraz obraźliwych form zwrotu w stosunku do kobiet „Zaraz, suko”. Autorzy umniejszają również kobiecie personalnie, wspominają ksywkę influencerki Weroniki „Wersow” Sowy „Problemy z liniami mam jak Wersow”, mówią o problemach z wypowiedzią.

Jeden z twórców piosenki nawołuje kobietę do pokazania swoich umiejętności seksualnych, oczekuje od niej, że będzie spełniać jego fantazje, motywowane tym co widzi w pornografii (na ekranie) „Pokaż, jak kochasz, rób to tak jak te z ekranu”. Następnie w ofensywny sposób, który przejawia się poprzez obraźliwy zwrot w stronę kobiety (suko), nalega na to, by kobieta obnażyła się przed nim bez żadnych zahamowań „Suko, pokaż, jak kochasz, tylko nawet się nie hamuj”. Sugeruje również swoje upodobania seksualne, których podstawą mogą być wcześniej wspomniane filmy pornograficzne „Sex, sex, bez, bez buzi (bez rabanu)”.

Na końcu utworu autorzy sprowadzają postać kobiety przedstawionej w utworze do bycia materialistką, podstawą do tego stwierdzenia, w domyśle mogą być jego wcześniejsze subiektywne doświadczenia w relacjach damsko-męskich „Znamy takie, nowy lakier”. Kontynuując powyższe stanowisko, wspominają o kobietach jako o osobach pragnących tylko

dóbr materialnych w intymnej i stałej relacji miłosnej „Od kiedy robię papier (chcą być z nami)”. Sugerują, że zainteresowanie ich osobą jest umotywowane jedynie dobrami, których są posiadaczami.

Odbiorcy słuchający wspomnianego wyżej utworu muzycznego mogą wyobrazić sobie konkretny obraz kobiety przedstawiony przez twórców. Kobieta w ich oczach jest im oddana i czeka na ich propozycje oraz oczekiwania, które jest gotowa spełnić. Z drugiej strony artyści przedstawiają negatywny obraz płci żeńskiej żądnej dóbr materialnych oraz ich uwagi.

### **5.2.3 Seksualnie uległy przedmiot zaspokojenia seksualnego mężczyzny**

Utwór muzyczny autorstwa Zeamsone pt. „5 INFLUENCEREK” już od pierwszych wersów nacechowany jest seksualizacją i przedmiotowym traktowaniem płci żeńskiej. Mężczyzna w tekście zwraca uwagę na funkcje kobiet, które i w społeczeństwie i w relacjach, tyczą się wyłącznie zachowań seksualnych. Dla męskiego podmiotu w tekście, nie jest istotna znajomość partnerki, staje się ona jedynie czynnikiem „zmiany świata” mężczyzny, gdy ta przychodzi do niego „w nocy”. Czas przeznaczony dla spotkania się z kobietą - „Żebyś przysłała do mnie w nocy i zmieniła mój świat”, sugeruje, że jest ona jedynie częścią spełnienia seksualnych fantazji i potrzeb mężczyzny oraz zajmuje najmniejszą wartość w hierarchii jego dnia. Ma to na celu pokazanie wyższości mężczyzny względem kobiety i sprowadzenie relacji damsko-męskiej tylko do sfery seksualnej.

Autor śpiewając „Rano znowu mnie zaskoczysz jakie oczy dziś masz” - zwraca uwagę jedynie na błaha zachowania kobiety (w tym przypadku reakcje jej oraz jej ciała na działanie substancji psychoaktywnych). Twierdzi, że przy kobiecie „staje mu czas” (co spowodowane jest zażyciem narkotyku - „Przy niej stanął mi czas, jakbym zająrał se hasz”), co można odebrać jako nawiązanie do reakcji seksualnej (wzrodu).

Refren utworu, który pojawia się czterokrotnie w trakcie wykonu, także uprzedmiotawia seksualnie płć żeńską. Raper uznaje w nim influencerki<sup>1</sup>, jako obiekt seksualny, którego uwaga skupiona na mężczyźnie niweluje jego samotność. Ponownie, rola płci żeńskiej w relacji damsko-męskiej jest wyłącznie odpowiedzią na seksualne potrzeby mężczyzny, który „leczy” swoje problemy za pomocą fizycznych kontaktów z kobietami.

W drugiej zwrotce utworu płć żeńska opisywana jest przy pomocy seksualnych zwrotów - „A ona jest sexy”. Męski podmiot dalej utrzuwa rolę kobiety, która sprowadzana

jest w zasadzie wyłącznie do wykonywania działań seksualnych (przy tym zwracając uwagę, iż mężczyzna przedstawia sam siebie jako osobę prowokującą i dominującą w seksualnych zachowaniach) - „Chociaż nie byłem z nią w szkole wcale, Ale mogłem ściągać od niej, w sensie spodnie stale dla niej”. Następnie, autor odnosi się do swoich preferencji wizualnych dot. potencjalnej partnerki. Hierarchizuje fizyczne cechy kobiet - „jebać cycki wolę z twarzy (...) Jebać dupy wolę z twarzy”, po czym przedstawia siebie samego jako obraz kobiecych „marzeń” seksualnych - „Pokażę Ci to o czym marzysz”. Mężczyzna stawia siebie w roli osoby, która może doprowadzić do sukcesu kobiety - „Poślę ją na wybiegi ,lenciagi” oraz decydować o jej decyzjach seksualnych - „ (...) i weź jej nie macaj - ona się nie zgadza”. Autor stawia płęć żeńską w negatywnym świetle, mówiąc o potencjalnej krzywdzie jaką kobiety mogą wyrządzić swoim zachowaniem oraz używając obraźliwych zwrotów - „Podetnie Ci skrzydła i papa i gleba, Taki już los, poszła baba się jebać”.

Treść omawianego utworu jest świadectwem promowanej seksualizacji kobiet, obniżania wartości ich roli w społeczeństwie i relacjach romantycznych oraz zmiany publicznego wizerunku płci żeńskiej na negatywną.

#### **5.2.4 Zdominowana zależna lalka**

Piosenka autorstwa Guzior pt. „BLUEBERRY” zawiera nie tylko tematykę związaną z narkotykami i imprezami, lecz również liczne formy uprzedmiotowienia płci żeńskiej. Już w pierwszej zwrotce odnajdziemy odwołanie do postaci kobiety, dokładnie określa ją obraźliwie „suką”: „Język się suce rozwiązał że trzeba go związać na supeł, Wzrok pilnie za nią podąża ja zatrzymać tego nie umiem, Ona ma z cipki wodospad ona nie wie że jest w klubie, Nie skończyło się na sztuce nie nie byliśmy w teatrze”. Mężczyzna nie jest zainteresowany tym co mówi kobieta, nie chce jej słuchać, ma dość jej opowieści.

Cytat: „Trzeba go (język) związać na supeł”, jest nawiązaniem do pocałunku, język, którego używa twórca narzuca pewien punkt widzenia, normę w sposobie postrzegania owej postaci kobiecej. Obrażliwie wypowiada się o dziewczynie, uważa że trzeba ją uciszyć pocałunkiem francuskim “związać na supeł”. Chce pokazać swoją wyższość i dominację w relacji. Kobieta jest dla niego atrakcyjna fizycznie, nie potrafi się opanować, aby na nią nie spoglądać, nie umie oderwać od niej wzroku, skupia się tylko na jej wyglądzie, nie liczy się

nic innego, nie ma mowy o niczym innym.

„Ona ma z cipki wodospad ona nie wie że jest w klubie” .Wers sugeruje, że przez sam pobyt w klubie kobieta jest pobudzona seksualnie, porównuje dosyć pospolicym, prymitywnym i wulgarnym językiem śluz z narządów kobiety do wodospadu, co wskazuje, że płynu jest dużo i wydobywa on się nieustannie.

„Nie skończyło się na sztuce, nie, nie byliśmy w teatrze”. Nawiązanie do zażywania narkotyków, sztuka to inaczej, w slangu 1 gram narkotyków, w wersie jest także dopełnienie, aby słuchacz na pewno wiedział, że nie chodzi o przedstawienie teatralne, upewnia słuchaczy, że nie chodzi o teatr a właśnie o wyżej wspomniane substancje psychoaktywne.

Refren utworu kieruje głównie uwagę na narkotyki Blueberry<sup>41</sup>, Guzior na rzecz marihuany olewa imprezę i pali przygotowany wcześniej „towar”. „Olewam party i palę blueberry Ona mi robi numery a ja wtedy robię numery Niech powie tej swojej kumpeli co powie tej swojej kumpeli Że olewam party albo idę w party i palę blueberry”.

Drugi wers zwrotki można interpretować, jako „robi numery” to znaczy, odstawia jakieś „akcje” awanturuje się, prowokuje kłótnię, w tym samym czasie mężczyzna „robi numery”, pisze utwory muzyczne. Zastanawia się nad piosenkami do zrealizowania, numer to inaczej piosenka, utwór muzyczny. Guzior śle polecenie w stronę kobiety, aby dała znać koleżankom, że są dwa wyjścia, albo nie przychodzi na imprezę albo przychodzi i dobrze się na niej bawi i pali marihuanę. Nie ma dla niego imprezy bez narkotyków, jeśli jest ona bez nich w jej nie uczestniczy. Przechodzi w zwrotce do opisu kobiety, „W oczach mam piękny obrazek nimi ubrania z niej zdarłem, W jej oczach to widzę kasę zbytnio się tym nie martwię, Ona nie lubi mieć pracy myśli że ja się nią zajmę”. Mężczyzna ma pewne oczekiwania co do kobiety. W jego wyobraźni jej ciało jest już pozbawione ubrań, nagie. To w jaki sposób myśli świadczy o tym, że zależy mu tylko na jej wyglądzie, nie interesuje się jaki jest jej charakter, sposób zachowania.

Kolejny wers, mówi nam, że zależy jej na pieniądzach, ale podmiot wydaje się tym nie przejmować, ponieważ on też chce uzyskać korzyści z tej relacji- seksualne. Następny fragment wskazuje na utrwalony paradygmat, że płeć żeńska nie lubi pracować i powinna zajmować się domem, być na utrzymaniu mężczyzny - „Bujam głowę znam tę nutę gapię się trochę jak muppet, Hipnotyzują jej ruchy nie jaram się dzisiaj rapem oh, Klepię ją w pupę

---

<sup>41</sup> Jedna z odmian marihuany.

sadza na pufie swój kuper, Ta druga na drugiej kręcą się panny jak para alufelg”. W pierwszym wersie występuje nawiązanie do amerykańskiego programu telewizyjnego Muppet Show, głównymi bohaterami są tam lalki. Hipnoza, o której mówi twórca to stan głębokiego skupienia się i skoncentrowania na jednej rzeczy, obiekcie, w tym przypadku jest to ciało kobiety, mężczyzna w tamtym momencie nie jest zainteresowany swoją pasją, tym co robi, tylko kobietą. Określenie „jaram się”, to w języku potocznym oznacza nadmierną radość z czegoś, podniecenie. Dalej kolejno jest mowa o pupie określanej jako kuper, potocznie jest to nazwa pośladek a także te słowo ma drugie znaczenie, to tylna część tułowia u ptaków, widoczne jest tu porównanie do zwierząt i prymitywne słownictwo, cały przedostatni wers ma ukazywać lekceważący stosunek. Ostatni wers można interpretować pod względem seksualnym: „druga na drugiej kręcą się panny (...)” pierwsza perspektywa interpretacji przywodzi na myśl, iż mowa tu o stosunku seksualnym wykonywanym przez kobiety, jednak z drugiej strony należy wziąć pod uwagę, że podmiotowi chodzi o ciągły ruch w tłumie wokół mężczyzny, otaczają go one i „kręcą” się wokół niego, jest on obiektem zainteresowania i uwagi ze strony płci żeńskiej. Porównanie do alufelg, czyli felg aluminiowych do auta stanowi tu funkcję pełniejszego przedstawienia opisanej sytuacji.

W analizowanym utworze widać nie tylko lekceważące słownictwo i stosunek wobec kobiety, ale również utrwalanie stereotypów związanych z rolą kobiety w relacji romantycznej. W tekście odnaleźć można wiele analogi do narkotyków.

## **6. Seksualizacja kobiet w tekstach piosenek gatunku muzycznego pop i rap**

Wszystkie z wyżej wymienionych sposobów traktowania człowieka jako przedmiotu możemy odnaleźć w tekstach najpopularniejszych utworów muzycznych. Zeamsone w piosence pt. „5 INFLUENCEREK” pisze o naruszalności tykalności cielesnej kobiety, używając sformułowania „Chociaż nie byłem z nią w szkole wcale, Ale mogłem ściągać od niej, w sensie spodnie stale dla niej”. Guzior w „BLUEBERRY” uwydatnia bezwładność, naruszenie tykalności cielesnej oraz zaprzeczenie autonomii rapując „Język się suce

rozwiązał, że trzeba go związać na supeł”. To tylko jedne z wielu przykładów traktowania płci żeńskiej w sposób przedmiotowy, nakreślony przez M. C. Nussbaum.<sup>42</sup>

Mainstreamowi artyści uprzedmiotowują kobiety pod względem seksualnym w swoich utworach. Tematyka piosenek związana z płcią żeńską odnosi się często wyłącznie do wyglądu zewnętrznego i zachowań seksualnych. Pomimo tego, owe treści w serwisach muzycznych, takich jak „Spotify”, „YouTube” czy „Tidal” codziennie zyskują ogromne ilości słuchaczy. Przeprowadzona analiza wybranych utworów z serwisu streamingowego „Spotify” pozwoliła wysnuć wnioski na temat tego, jak popularność piosenek zawierających seksualizujące kobiety treści, może wpływać na postrzeganie kobiet w społeczeństwie.

Każdy, kto porusza się np. samochodem czy taksówką i korzysta przy tym z radio, świadomie lub nieświadomie decyduje się na słuchanie piosenek wybranych przez daną stację. Oprócz tego, w miejscach publicznych takich jak: galerie handlowe, sklepy, restauracje, kawiarnie, a nawet urzędy czy przychodnie, ludziom towarzyszy muzyka. Odbiorcy przez większość czasu, słuchają piosenek nieświadomie i raczej nie analizują przy tym ich tekstów. Zapamiętują je przez ich chwytliwą melodię, czy rymujące się, proste wersy. Przy tym, podświadomie kodują w umyśle to, co słyszą, bez większych refleksji. W ten sposób zauważyć można, że popularne utwory, zawierające seksualizujące kobiety treści, stają się normalizowane i przenikają swobodnie do codziennego życia wszystkich ludzi.

Utwory o tematyce kobiecej seksualizacji, które dogłębnie analizowano cechuje ogromna popularność. W muzycznym serwisie streamingowym „Spotify” te piosenki mają kolejno: Guzior „BLUEBERRY” - 78 562 940 odsłuchań, Zeamsone „5 INFLUENCEREK” - 42 363 843 odsłuchań, Sobel „Sextape” - 5 150 733 odsłuchań, Blacha 2115 „Jolie Jolie” - 20 226 068 odsłuchań<sup>42</sup>. Na podstawie powyższych statystyk, można stwierdzić, że mimo występowania szkodliwych dla płci żeńskiej tekstów w utworach, ciągle zdobywają one rosnącą popularność. Nasuwa się wniosek, że odbiorcy, bezrefleksyjnie słuchają wspomnianych wcześniej piosenek, nie zwracając uwagi na to, że powielają one stereotypy na temat kobiet. Liczy się dla nich głównie chwytliwa melodia utworu, niż jego tekst. W utworze „BLUEBERRY” autorstwa Guziora, można zaobserwować prezentowanie kobiet jako materialistek - osób żądnych wyłącznie pieniędzy. Ten oraz inne przykłady negatywnego

---

<sup>42</sup> Dane z dnia 18.12.2023 r.



nacechowania kobiecych zachowań i postaw, mogą mieć znaczący wpływ na normalizowanie treści wypełnionych seksualizacją kobiet w życiu codziennym.

Każdy utwór muzyczny niesie za sobą przesłanie, którym manipulują nadawcy - w tym przypadku autorzy konkretnych piosenek. Zjawisko seksualizacji tworzy szereg negatywnych konsekwencji. Seksualizacja wpływa na postrzeganie kobiet w określonym świetle, sprowadza się do dopasowywania ich do pewnej normy atrakcyjności fizycznej (często ową seksualność narzuca się w niewłaściwy sposób). Artyści skutecznie kształtują światopogląd swoich słuchaczy poprzez swoje piosenki. Odbiorcy zostają postawieni przed konkretnym, subiektywnym, często opierającym się na własnych doświadczeniach autorów, obrazem kobiety. Może to skutkować powstawaniem stereotypów na temat płci żeńskiej, lub wpłynąć na postępowanie jednostek. Aspekt tworzenia nieprzychylnych stereotypów, jest bardzo krzywdzący. Kobiety mogą zostać poddane negatywnym ocenom, które są skutkiem indywidualnych obserwacji autorów tekstów. Często w omawianych piosenkach wartość osoby wynika z jej atrakcyjności seksualnej, czego skutkiem jest wykluczenie innych cech kobiety, tak jak w przypadku wszystkich analizowanych piosenek. Taka perspektywa może prowadzić do budowania zaburzonych preferencji odbiorców, dotyczących wyboru ich przyszłych partnerek. Seksualizacja zawarta w utworach normalizuje często szkodliwe działania względem kobiet. Zawarte w tekstach piosenek przykłady przedmiotowego traktowania, wulgarnych wyzwisk czy też sprowadzania kobiet do obiektów seksualnych, mogą prowadzić do agresywnych i destrukcyjnych zachowań słuchaczy. Fakt, że przesłania utworów mogą w tak obszerny i negatywny sposób wpływać na odbiorców jest mocno niepokojący.

## **7. Wnioski**

Seksualizacja jest powszechnie występującym zjawiskiem. Na przestrzeni ostatnich lat zostało ono znormalizowane, przez co coraz trudniej jest zaobserwować jego obecność. Utwory muzyczne, które promowane są w mediach, środkach masowego przekazu, popularyzują odmienne spojrzenie na relacje międzyludzkie i romantyczne. Zniechęcają do tworzenia stałych, trwałych związków, na rzecz tych zdefiniowanych przez dzisiejszą „hookup culture”. Ponadto, warto zwrócić uwagę na fakt, że przekaz płynący z tych utworów

rzuca światło na przedmiotowy sposób traktowania płci żeńskiej. Często kobiety porównywano do przedmiotów, nadawano im ich cechy.

Niejednokrotnie zaakcentowano w utworach rolę kobiety, jako tej, która istnieje wyłącznie dla przyjemności mężczyzny. Według płci męskiej kobieta idealna jest uległa, posłuszna oraz gotowa do spełnienia wszelkich oczekiwań (w tym głównie seksualnych). Istotnym będzie, wspomnieć o ilości piosenek zawierających seksualizujące treści. W niniejszej pracy, szesnaście spośród pięćdziesięciu piosenek (co stanowi 32% wszystkich analizowanych utworów) poruszało tematykę uprzedmiotowienia płci żeńskiej. Nasuwa się więc pytanie: na jak ogromną skalę przemysł muzyczny rozpowszechnia treści o podobnej tematyce? Prawdopodobnie, większość słuchaczy bezrefleksyjnie podchodzi do odtwarzanych dzieł. Zapomina się o interpretacji słów. Muzykę nacechowaną seksualnie traktuje się jako formę rozrywki, nie zważając przy tym na społeczne konsekwencje, które to za sobą niesie. Aspektem, nad którym warto się zastanowić jest brak nałożonych ograniczeń wiekowych w środkach masowego przekazu.

Wszystkie kwestie, na które zwrócono uwagę w powyższym badaniu, powinny skłonić odbiorców do refleksji i dalszych przemyśleń w obrębie danej tematyki i być motywacją do przeprowadzenia pogłębionych badań na tenże temat.

## Bibliografia

- Aubrey J. S., Frisby, C. M. *Sexual objectification in music videos: A content analysis comparing gender and genre. Mass Communication and Society* (2011).
- APA Task Force on the Sexualization of Girls. *Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls*. American Psychological Association. (2008) [online] <<https://www.apa.org/pi/women/programs/girls/report>> [dostęp: 24.10.2023] .
- APA Task Force on the Sexualization of Girls, s. 12 (2007/2013).
- Apuke, O., & Jigem, L. *Portrayal and Objectification of Women in Music Videos: A Review of Existing Studies* (2019).
- Ayesha Qamar, Saadia Anwar Pasha, Sana Ali, Mohammed Habes. *Examining The Females' Objectification In Music Videos From Martha Nussbaum's Perspective*. *Palarch's, Journal Of Archaeology Of Egypt/Egyptology* (2021).
- Calogero R. M. *Objectification theory, self-objectification, and body image*, *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance* (2012).
- Cambridge Dictionary [dostęp: 25.10.2023].
- Encyklopedia PWN [dostęp: 25.10.2023].
- Fredrickson. B.L. i Roberts T.A., *Objectification Theory: Toward Understanding Women's Lived Experiences and Mental Health Risks* (1997).
- Früh W. *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. 4., überarbeitete Auflage*. Konstanz: UVK (1998).
- Gervais S.J., Vescio T.K., *The Effect of Objectifying Media on Women's Self-Objectification and Body Surveillance: Evidence for the Role of Appearance Control Beliefs* (2012).
- Instytut Monitorowania Mediów, *Media wciąż bez kobiet*, Warszawa (2023).
- Kijewska B., *Kobieta w przekazie telewizyjnym*, „Zeszyty Prasoznawcze”, Wyd. Uniwersytet Jagielloński, Kraków (2009), z. 3/4. s 45-53.

- Langton R., *Projection and Objectification*, Sexual Solipsism (2011).
- MediaWatch (1995).
- Michalczyk S. *Uwagi o analizie zawartości mediów*, Rocznik Prasoznawczy 3, 95-109, (2009).
- Moody-Ramirez M., & Scott, L. M., *Rap Music Literacy: A Case Study of Millennial Audience Reception to Rap Lyrics Depicting Independent Women*, Journal of Media Literacy Education (2015) [online] <<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eric&AN=EJ1088586&lang=es&site=ehost-live>> [dostęp: 24.10.2023].
- Mrozowski M. *Status i obraz kobiet i mężczyzn w telewizji*, Przekazy i opinie (1989).
- Nussbaum C. Martha, *Objectification. Philosophy and Public Affairs* (1995).
- Signorelli, N., Bacue, A., *Recognition and respect. A content analysis of prime-time television characters across three decades*. *Sex Roles*, 40, 7–8, 527–544 (1999).
- Simon W., Gagnon J.H., *Sexual Scripts: Permanence and Change*. *Archives of Sexual Behavior*, 15(2)(1986).
- Skibińska M., Wiśniewska-Nogaj L., *Problem uprzedmiotowienia w przekazach medialnych w kontekście wybranych aspektów psychospołecznego funkcjonowania młodych kobiet*. *Forum Oświatowe*, 34(1), s.27 (2022).
- Struzik J., *Konstrukt gender w polskiej kulturze hip-hopu*, Kraków (2011).
- Zatwarnicka-Madura B., *Wizerunek kobiet w przekazach medialnych o charakterze 1 informacyjnym*, Rzeszów (2016).
- Zielona-Jenek M., *Seksualizacja – definicje, polemiki i próba rekonceptualizacji. O rozwoju praw dziecka w Polsce i na świecie. Dziecko Krzywdzone. Teoria, badania, praktyka*, 16(3), s.11 (2017).
- Zurbriggen E.L., *APA Task Force on the Sexualization of Girls Members* (2007).