

# Edyta Pietrzak

---

## O feminizmie, mediach, nowych technologiach i dyslokacji sfery publicznej

---

Civitas Hominibus : rocznik filozoficzno-społeczny 2, 89-96

---

2007

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach  
dozwolonego użytku.

Edyta Pietrzak

## **O feminizmie, mediach, nowych technologiach i dyslokacji sfery publicznej**

Media to swego rodzaju soczewka skupiająca w sobie funkcje życia społecznego. Zapewniają one dopływ informacji, pomagają interpretować zjawiska społeczne, utrwalają system norm i wartości, pełnią funkcje pedagogiczne i ludyczne. Nie dziwi więc duże zainteresowanie mediami wśród naukowców, także badaczek i badaczy zajmujących się problematyką feministyczną, którzy koncentrują się zwłaszcza na problematyce społeczno-kulturowej tożsamości płci oraz genezie wzorców kobiecych i męskich. Media postrzega się bowiem jako zdolne do kreowania i redefiniowania wzorców płciowych oraz jako odbicie lustrzane charakterystycznych cech społeczeństw, w których funkcjonują<sup>1</sup>. Ponadto, wraz z rozwojem nowych technologii media stały się także obszarem, w którym zacierają się granice między sferą publiczną a prywatną, a to jest szczególnie interesujące dla tej analizy.

### **Prywatne – publiczne**

Dychotomia prywatne – publiczne jest kluczowa dla dyskursu feministycznego i walki feministycznej od początku powstania feminizmu. Feministyczna krytyka tej teorii ma różne oblicza. Niezależnie od tego, czy podzielany jest pogląd, że „prywatne jest polityczne” czy, że „prywatne jest niepolityczne”. Propozycje współczesnego feminizmu dążą ku niwelacji barier pomiędzy tymi dwoma obszarami. Obie sfery są bowiem ze sobą

---

<sup>1</sup> J. Klimczak-Ziółek, *Udział mass mediów w przeobrażaniu wzorców kobiecych*, [w:] E. Durys, E. Ostrowska (red.), *Gender: Wizerunki kobiet i mężczyzn w kulturze*, Kraków: Rabid, 2005, s. 402.

powiązane. Rozróżnienie na sferę prywatną i publiczną jako przedmiot dyskusji w obrębie myśli feministycznej zostało wznowione w latach 60. XX wieku. Wtedy pierwszy raz hasła „prywatne jest polityczne” użyła Carol Hanish. Zostało ono szybko spopularyzowane i stało się synonimem feminizmu<sup>2</sup>.

[Słowo] polityczny, jak pisze Anne Philips, nie odnosiło się do kwestii tradycyjnie rozumianej polityki rządu państwem, ale pragnęło zwrócić uwagę na wszystkie te zbyt trywialne dla polityków, a ważne dla kobiet kwestie życia prywatnego<sup>3</sup>.

Pogląd „prywatne jest polityczne” przybrał z czasem różne formy i znaczenia. W interpretacjach feminizmu radykalnego, znosi się wszelkie podziały na publiczne i prywatne, osobiste i polityczne, uznając wszelkie aspekty życia publicznego jako przejaw władzy mężczyzn nad kobietami i uosabiając władzę patriarchalną z pierwotną formą ucisku.

W obrębie myśli feministycznej dominuje pogląd, że podział na sferę publiczną i prywatną jest niejasny. Wiele badaczek podkreśla, że oddzielenie tych sfer, podobnie jak ma to miejsce w przypadku innych współczesnych mechanizmów kontroli, podtrzymuje wyobrażenie o kobietach jako grupie podporządkowanej, a mężczyznach jako grupie dominującej. Podtrzymywanie tego podziału ułatwia wykorzystywanie zasobów grupy podporządkowanej szczególnie wtedy, kiedy znajduje to wsparcie w przepisach i normach prawnych oraz polityce rządów<sup>4</sup>.

Ruch kobiet, dowodząc, że „prywatne jest polityczne”, włączył do debaty publicznej kwestie uważane dotąd za zbyt osobiste lub trywialne, by o nich publicznie dyskutować. Sprawy okryte tajemnicą, jak przemoc seksualna wobec kobiet i dzieci, podział prac domowych czy dystrybucja władzy warunkowana płcią, powinny stać się częścią publicznej debaty, gdyż są częścią polityki tak samo, jak stosunki klasowe i międzynarodowe<sup>5</sup>. Feministki sprzeciwiające się podziałom na sferę publiczną i prywatną wzbogaciły rozumienie warunków demokratycznej równości, poddały dyskusji kwestie podziału pracy, czy to zawodowej, czy to w gospodarstwie domowym. Podważyły przekonanie, że to co się dzieje w sferze prywatnej, jest tylko sprawą prywatną.

## Przeciwdziałanie dyskryminacji w mediach

Dyskryminacja kobiet, do której dochodzi w prezentowanych przez media przekazach oraz instytucjach medialnych, nie jest niczym innym, jak tylko utrwaleniem granic między sferą publiczną a prywatną. Dlatego też kwestia dyskryminacji doświadczanej przez kobiety a także postulaty wprowadzenia polityki równych praw za pośrednictwem mediów stały się szczególnie ważne dla ruchu feministycznego. Przełomowe znaczenie w kwestii studiów nad mediami ma „Raport Mc Bride’a” z 1980 roku<sup>6</sup>. Jest on rezultatem trzyletniej pracy Międzynarodowej Komisji Studiów nad Problemami Przekazu.

---

<sup>2</sup> M. Środa, *Indywidualizm i jego krytycy*, Warszawa: Alatheia, 2003, s. 314.

<sup>3</sup> A. Phipps, *Przestrzeń publiczna, życie prywatne*, [w:] R. Siemieńska (red.), *Aktorzy życia publicznego. Pleć jako czynnik różnicujący*, Warszawa: Scholar, 2003, s. 26.

<sup>4</sup> Tamże, s. 26.

<sup>5</sup> Tamże, s. 24.

<sup>6</sup> Tamże.

W obszarze przeciwdziałania dyskryminacji w mediach szczególnie widoczna jest polityka Unii Europejskiej. Rada Unii Europejskiej i Parlament Europejski podjęły uchwały wskazujące na konieczność wykorzystanie mediów w promowaniu polityki równouprawnienia oraz podnoszenia świadomości społecznej w tym obszarze<sup>7</sup>. By nadzorować działania państw członkowskich we wprowadzaniu polityki równouprawnienia powstał w 1986 roku Komitet Komisji Europejskiej ds. Równości Szans. Następnie, 3 października 1989 roku weszła w życie dyrektywa rady (89/552/EEC), która mówi o konieczności wprowadzenia jednolitych regulacji prawnych dotyczących sposobu funkcjonowania mediów i reklamy oraz transmitowanych przez nie treści, w celu przeciwdziałania praktykom dyskryminacyjnym<sup>8</sup>. W 1990 roku na kongresie zorganizowanym przez Komisję Europejską w Atenach zalecono stacjom radiowym i telewizyjnym wprowadzenie polityki równych szans w zatrudnieniu i sposobach prezentowania kobiet i mężczyzn w przekazach<sup>9</sup>. W latach 1991–1995 realizowano w Unii Europejskiej średnioterminowy program działania, wyrównujący szanse kobiet i mężczyzn<sup>10</sup>. Dzięki temu zaczęto przełamywać tradycyjne wzory postrzegania i definiowania ról płciowych oraz niwelować stereotypowe wyobrażenia płci. Podjęto także działania ukazania kobiet wpływowymi, aktywnymi i kreatywnymi. Rada Unii Europejskiej we Wstępie do Dyrektywy Rady (97/36/WE) i Parlamentu Europejskiego w sprawie koordynacji określonych przepisów prawa, ustawodawstwa lub działań administracyjnych w państwach członkowskich w zakresie emisji programów telewizyjnych, po raz kolejny wypowiedziała się w sprawie dyskryminacji ze względu na płeć w reklamie. Reklamy telewizyjne nie mogą zawierać treści dyskryminujących z powodu rasy, płci lub narodowości, a państwa członkowskie mają zapewnić, że reklamy nie będą zawierać zachęt do nienawiści na tle różnic rasowych, narodowościowych, płciowych czy religijnych<sup>11</sup>. Jedną z inicjatyw programu Działania na Rzecz Równych Szans Kobiet i Mężczyzn na lata 1996–2000, w Parlamencie Europejskim była ekspertyza „Obraz kobiet w mediach” przeprowadzona w czerwcu 1997 roku<sup>12</sup>. Według niej, choć kobiety stanowią 50% odbiorców medialnych, to większość wysokich stanowisk w tej branży piastowanych jest przez mężczyzn. W dokumencie tym zawarte są rekomendacje i propozycje do Komisji Europejskiej związane z polityką równych szans kobiet i mężczyzn w mediach. Ekspertyza podkreśla także fakt osłabienia roli rządów państwowych na rzecz wzrostu roli mediów w społecznym odbiorze. Dlatego też przywrócenie „równowagi medialnej” w sposobie przekazu i funkcjonowania prasy, radia, telewizji, czy internetu jest kluczowe dla poszanowania praw kobiet i zwalczania stereotypów.

Rola mediów w kształtowaniu społeczeństwa wolnego od dyskryminacji jest bezdyskusyjnym faktem politycznym. Z realizacją postulatów przedstawionych w poszczególnych aktach

<sup>7</sup> A. Duda, U. Nowakowska, *Równość praw kobiet i mężczyzn*, Warszawa: Centrum Praw Kobiet, 2002, s. 89.

<sup>8</sup> Tamże.

<sup>9</sup> R. Siemińska, *Portrety kobiet i mężczyzn w środkach masowego przekazu i podręcznikach szkolnych*, Warszawa: Scholar, 1997, s. 60.

<sup>10</sup> J. Klimczak-Ziółek, *Udział mass mediów w przeobrażaniu wzorców kobiecych*, [w:] E. Durys, E. Ostrowska, op. cit., s. 403.

<sup>11</sup> Za: J. Ołędzki, *Komunikowanie w świecie*, Warszawa: Aspra, 1998.

<sup>12</sup> Z. Dąbrowska (red.), *Krajowy Program Działań na Rzecz Kobiet II etap na lata 2003–2005*, Warszawa: Wyd. Sekretariat Pełnomocnika Rządu ds. Równego Statusu Kobiet i Mężczyzn, 2003.

prawnych jest jednak ciężko. Marlile Karl w podsumowaniu rozpoczętych jeszcze w latach 70. XX wieku, badań nad zawartością przekazów masowych stwierdza, że kobiety pojawiają się w ważnych mediach sporadycznie, a same media problematyką kobiet zainteresowane są w niewielkim stopniu. Wizerunek kobiet przedstawiany w mediach odwoływał się zazwyczaj do tradycyjnych ról kobiecych i nie odbiegał od stereotypów. Te kobiety, które zajmowały się działalnością publiczną, były w mediach często przedstawiane w niekorzystnym świetle<sup>13</sup>. Badaczka mediów Gaye Tuchman nazwała taki stan rzeczy symboliczną anihilacją<sup>14</sup> i wskazała na ograniczenia medialnych wizerunków płci stereotypami redukującymi role kobiet do macierzyństwa i opieki nad gospodarstwem domowym oraz obiektu pożądania seksualnego. Zauważyła problem nie tyle w pełnieniu wymienionych ról przez kobiety, ale w sposobie ich definiowania z męskiej, patriarchalnej perspektywy. W 1991 roku powtórnie zbadano zawartość programów telewizyjnych w 71 krajach i okazało się, że niewiele się zmieniło<sup>15</sup>. Role społeczne kobiet, pozwalające im zaistnieć w sferze publicznej, pokazywane były w mediach marginalnie. Pozwala to stwierdzić istnienie głębokiego rozdźwięku pomiędzy dokumentami prawnymi a codzienną praktyką oraz sądzić, że ustalenia legislacyjne nie są do końca w stanie wpływać na zachowania społeczne.

## Media feministyczne

Z uwagi na patriarchalne nastawienie środowisk medialnych, feministki od samego zarania ruchu tworzyły własne media feministyczne. Najpierw były to biuletyny i gazetki, które z biegiem czasu przeobraziły się w czasopisma i magazyny, czy nawet wydawnictwa zajmujące się problematyką kobiecą. Czynią to jednak inaczej niż kolorowe, popularne czasopisma kobiece. Już z samej tylko nazwy, uwikłane są w politykę poprzez reprezentowanie określonego systemu myślowego. Głoszą chęć uczestnictwa kobiet we wszystkich obszarach życia społecznego i nie koncentrują się tylko na tradycyjnie rozumianej roli kobiety. Są aktywnie zaangażowane w zmianę społecznego świata i do takich działań nawołują swoje czytelniczki<sup>16</sup>. Bardzo często media feministyczne zlokalizowane są wokół stowarzyszeń czy fundacji, których działania propagują. W Polsce najbardziej popularnym pismem feministycznym jest „Zadra”, wydawana przy krakowskiej Kobiecej Fundacji eFka.

## Nowe technologie

Od czasu pojawienia się internetu, feministyczna działalność informacyjna przeniosła się także i do cyberprzestrzeni. Mamy tu do czynienia z grupami dyskusyjnymi, listami

<sup>13</sup> M. Gallagher, *Media, władza i problem płci*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 3, 1985, s. 8–20.

<sup>14</sup> J. Klimczak-Ziółek, *Udział mass mediów...*, op. cit., s. 404, za: G. Tuchman, *Hearth and Home; Images of Women In the Mass Media*, New York: Oxford University Press, 1987, s. 169–170.

<sup>15</sup> W 15500 wydarzeniach przedstawionych w mediach, kobiety stanowiły 17% bohaterów, problemy kobiet stanowiły 11% podejmowanych tematów. Podaje za J. Klimczak-Ziółek, op. cit.

<sup>16</sup> E. Zierkiewicz, *Prasa kobieca versus pisma feministyczne*, [w:] I. Kowalczyk, E. Zierkiewicz (red.), *Kobiety w kulturze popularnej*, Wrocław: Konsola, 2002.

mailingowymi, stronami WWW, czy blogami. Te ostatnie są szczególnie interesujące ze względu na fakt, że są przykładem dysklokacji granic między sferą prywatną a publiczną.

Blogi pojawiły się w internecie w 1997 roku. To proste strony internetowe na bieżąco uzupełniane przez jedną lub grupę osób. To swoisty rodzaj internetowego dziennika lub pamiętnika, osobistej strony, na której możemy zamieścić wszystko, co tylko chcemy. Autorka lub autor strony może publikować teksty na swojej stronie całkowicie jawnie, ale może także pozostać osobą anonimową, co jest niebagatelnym czynnikiem wpływającym na wzrost jej poczucia bezpieczeństwa w sieci. Zwykle, strony takie zamieszczane są na dużych blogowych serwisach, które je obsługują technicznie. Można więc posiadać osobistego bloga za darmo i wcale nie trzeba umieć projektować stron internetowych by z niego korzystać. Łatwy dostęp do tego rodzaju medium spowodował szybki wzrost liczby blogów i obecnie statystyki podają, że istnieje od 6 do 10 milionów blogów w sieci<sup>17</sup>, 46% z nich prowadzonych jest przez kobiety. Blogi są przykładem przełamywania barier między sferą prywatną i publiczną, i choć przez socjologów klasyfikowane są jako przejaw tak zwanej kultury obnażania, podobnie jak zjawisko reality show, to jednak mogą one także stanowić narzędzie polityczne, gdyż są swego rodzaju „prywatną mównicą”<sup>18</sup>, z której ich autorzy mogą głosić swoje poglądy. Co ważne, czytelnicy blogów mogą reagować na zamieszczone na nich treści, dzięki czemu na ich stronach tworzy się społeczna dyskusja.

Niewątpliwie blogi stały się bardzo ważnym feministycznym narzędziem emancypacji i miejscem podnoszenia świadomości kulturowej tożsamości płci w społeczeństwie oraz jedną z bardziej równościowych i wolnościowych inicjatyw współczesnych feministek. O ich popularności wśród kobiet, jako miejsc ich własnej przestrzeni, w której mogą odzyskać własny głos, świadczy ruch kobiet piszących blogi, skupionych wokół portalu Blog-Her<sup>19</sup>. Kobiety skoncentrowane wokół tego przedsięwzięcia, oprócz prowadzenia portalu, organizują coroczne konferencje pod hasłem „Gdzie są kobiety, które prowadzą blogi?”. Konferencje mają na celu wzmocnić „widzialność” kobiet w sieci oraz szerzyć informacje na temat „blogowania” wśród kobiet i zbudować społeczność „blogerek”, która będzie sobie nawzajem pomagać i się wspierać.

## Cyberprzestrzeń i cyberfeminizm

Zainteresowanie nowymi mediami i technologiami możemy zaobserwować już od co najmniej 15 lat. Ponieważ technologie te stają się coraz bardziej powszechne, także i w krzewieniu i rozwijaniu feminizmu taktyczne wykorzystywanie mediów staje się coraz bardziej popularne. Wraz z powszechnością internetu pojawił się nowy nurt feminizmu – cyberfeminizm. Termin ten został wprowadzony przez dr Sadie Plant, badaczkę z Uniwersytetu w Birmingham w Anglii, na określenie przymierza kobiet z maszynami. Jej zdaniem, „cyberfeminizm” to insurekcja epoki postczłowieczej – bunt rodzącego się systemu, którego część stanowią (między innymi) komputery i kobiety, przeciwko światopoglądowi

<sup>17</sup> A. Radman, *www.nie-bój-się-bloga.pl*, „Zadra”, nr 2(23), 2005, s. 13–16.

<sup>18</sup> Tamże.

<sup>19</sup> *www.blogger.org*

i rzeczywistości materialnej patriarchy, który wciąż stara się ujarzmić jedne i drugie. To przymierze „przedmiotów” przeciw ich panom i władcom, sojusz kobiet i maszyn<sup>20</sup>.

Jako dyskurs krytyczno-społeczny cyberfeminizm stara się pogodzić sprzeczności wynikające z klasycznej wizji tożsamości podmiotu i emancypacji z jednej strony, a z drugiej rekonstruować i umacniać wspólnotę kobiet, jako przedmiotu patriarchalnej opresji. Donna Haraway w *Manifestie Cyborgów*<sup>21</sup> tworzy ironiczny dyskurs społeczny, w którym wszystkie dyskryminowane kobiety zostaną połączone jedną krytyką ucisku, ale mimo to pozostaną nadal różnorodne. Sadie Plant w eseju *The Future Losom: Weaving Women and Cybernetics*<sup>22</sup> informuje nas o istnieniu wspólnoty pochodzenia i biologii. Według Haraway, w naukach humanistycznych i przyrodniczych ogromną rolę pełnią społeczne konstrukcje na temat płci, przesady i „przesady”. Tymczasem cyberfeminizm proponuje zupełnie inne podejście do ciała. Ciało miałoby być pozbawione granic i składać się z połączeń i hybryd, tak jak składa się z nich rzeczywistość społeczna. Za przykład można podać tu za Haraway i jej *Manifestem Cyborgów*, kobiety pracujące fizycznie i umysłowo. Cyborg jest tworem rzeczywistości realnej i fikcji jednocześnie, organizmem żywym i maszyną, przekracza więc pewne granice. Identycznie rzecz ma się z dorobkiem międzynarodowych ruchów feministycznych, które są zarazem jednolitym, wspólnym doświadczeniem opresji, właściwym wszystkim kobietom, a jednocześnie fikcją, gdyż każda z kobiet posiada swoje własne doświadczenia. I to jest właśnie najbardziej interesujące w cyberfeminizmie – próby konstruowania wspólnoty ponad podziałami. Jak pisze Anna Nacher<sup>23</sup>, cyberfeminizm jest krytykowany także wewnątrz ruchu poprzez feministyczną krytykę obecnego w nim esencjalizmu<sup>24</sup>. Pojawia się tutaj podstawowe pytanie: na czym opiera się owa żeńskość sieci? Co z niej wynika? Z pewnością internet zrywa z logiką fallocentryzmu, dyskutując z instytucją autora przez stosowanie nowych form autorstwa grupowego, czy dokonania kolektywów. Jednak te cechy fenomenu zwanego cyberprzestrzenią, które stanowią podstawę koncepcji Plant, czyli jej niehierarchiczność, decentralizacja, płynność i heterogeniczność bywają również konceptualizowane w ramach zupełnie innych paradygmatów. Haraway i Plant posługują się wizją biologicznej wspólnoty i wspólnego języka. I oczywiście spotykają się z zarzutami utopijności cyberfeministycznych teorii i pomysłów. Do internetowych utopii należy też stwierdzenie, że cyberprzestrzeń jest rzeczywiście wolna od wszelkich podziałów płciowych, rasowych, ekonomicznych czy społecznych. Zarówno Faith Wilding, jak i Rosi Braidotti w swym artykule *Cyberfeminism with a difference* podkreślają, że nowe media istnieją wewnątrz społeczeństwa o zakodowanych od dawna podziałach, z których głównym pozostaje podział o podłożu ekonomiczno-społecznym<sup>25</sup>.

<sup>20</sup> E. Witkowska, *Cyberfeminizm*, „Magazyn sztuki”, www.magazynsztuki.home.pl

<sup>21</sup> E. Majewska, *Cyberfeminizm*, „Zadra” nr 2(23) 2005, s. 17–19.

<sup>22</sup> Tamże.

<sup>23</sup> A. Nacher, *Cyberfeministyczne rekonfiguracje – Internet jako nowa przestrzeń polityczna*, „Artmix – sztuka, feminizm, kultura wizualna”, nr 8 (listopad 2004), <http://free.art.pl/artmix/>

<sup>24</sup> Stanowisko Plant, posiłkujące się obszernymi cytacjami z prac Luce Irigaray, doczekało się krytyki w tych punktach, w których powiela „błąd uniwersalizmu” i ahistoryczność otwierającą pole dla feministycznego etnocentryzmu – wytykany francuskim poststrukturalistkom między innymi przez Gayatri Spivak oraz Judith Butler.

<sup>25</sup> E. Majewska, *Cyberfeminizm*, op. cit.

## Cyberprzestrzeń jako dyslokowana przestrzeń publiczna

Cyberprzestrzeń stwarza oczywiście możliwości zacierania granic, podawania się za osobę odmiennej płci, rasy, za kogoś zupełnie innego. Jednak, wobec zakorzenionych podziałów, możliwości te zdają się tkwić na razie w uśpieniu. Jak pisze Rosi Braidotti,

[...] wciąż istnieje ogromna przepaść między tym, co obiecuje cyberprzestrzeń i rzeczywistość wirtualna a tym, co rzeczywistość przynosi. Jak się zdaje, w istocie przyczynia się ona do pogłębienia przepaści i polaryzacji między płciami<sup>26</sup>.

Na czym jednak polega specyfika cyberprzestrzeni jako nowej przestrzeni publicznej? Warto tutaj odwołać się do stanowisk feministycznych. Rita Felski pisze, że sfera publiczna powinna organizować się wokół doświadczeń politycznego protestu, uznawać i wzmacniać różnicowanie podmiotu i powinna uwzględniać różnicę płci, co jest zupełnie odmienne od postulatów feminizmu liberalnego. Felski pisze także o feministycznej przestrzeni publicznej, która

[...] nie powinna domagać się uniwersalizmu reprezentacji, ale proponować krytykę wartości kulturowych z punktu widzenia kobiet jako marginalizowanej grupy społecznej<sup>27</sup>.

Internet jest takim miejscem. Daje kobietom zupełnie nowe możliwości, niedostępne dla wcześniejszych faz feminizmu. Dawniej feminizm opierał się na fizycznych spotkaniach kobiet – w kościołach, organizacjach charytatywnych, na ulicach. Kobiety spotykały się, by opracować swoją polityczną kampanię, następnie wychodziły razem w przestrzeń publiczną, zaznaczały swoją obecność i torowały sobie drogę do terytoriów tradycyjnie im niedostępnych. Internet jest także miejscem o możliwościach nieosiągalnych w mediach tradycyjnych. Umożliwił tworzenie nowych przestrzeni kobiecej aktywności. Ułatwił komunikację kobiet i działaczek ruchu oraz zapewnił poczucie międzynarodowej wspólnoty mogącej się spotkać bez względu na ograniczenia czasu i przestrzeni. Z drugiej strony, nie można zapominać, że największą grupę użytkowniczek internetu znów stanowią białe, wykształcone kobiety, więc nie przekroczył on tak, jak można było przypuszczać, barier ekonomicznych i kulturowych.

## Bibliografia

Dąbrowska Z.(red.), *Krajowy Program Działań na Rzecz Kobiet II etap na lata 2003–2005*, Warszawa: Wyd. Sekretariat Pełnomocnika Rządu ds. Równego Statusu Kobiet i Mężczyzn, 2003.

Duda A., Nowakowska U., *Równość praw kobiet i mężczyzn*, Warszawa: Centrum Praw Kobiet, 2002.

Gallagher M., *Media, władza i problem płci*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 3, 1985.

Klimczak-Ziółek J., *Udział mass mediów w przeobrażaniu wzorców kobiecych*, [w:] E. Durys, E. Ostrowska (red.), *Gender. Wizerunki kobiet i mężczyzn w kulturze*, Kraków: Rabid, 2005.

<sup>26</sup> Tamże.

<sup>27</sup> Podaje za: A. Nacher, *Cyberfeministyczne rekonfiguracje*, op. cit.



Majewska E., *Cyberfeminizm*, „Zadra” nr 2 (23) 2005, s. 17–19.

Nacher A., *Cyberfeministyczne rekonfiguracje – Internet jako nowa przestrzeń polityczna*, „Artmix – sztuka, feminizm, kultura wizualna”, <http://free.art.pl/artmix/>

Phiplis A., *Przestrzeń publiczna, życie prywatne*, [w:] R. Siemieńskiej (red.), *Aktorzy życia publicznego. Płeć jako czynnik różnicujący*, Warszawa: Scholar, 2003.

Radman A., [www.nie-bój-się-bloga.pl](http://www.nie-bój-się-bloga.pl), „Zadra”, nr 2(23) 2005.

Siemieńska R., *Portrety kobiet i mężczyzn w środkach masowego przekazu i podręcznikach szkolnych*, Warszawa: Scholar, 1997.

Środa M., *Indywidualizm i jego krytycy*, Warszawa: Alatheia, 2003.

Witkowska E., *Cyberfeminizm*, „Magazyn sztuki”, [www.magazynsztuki.home.pl](http://www.magazynsztuki.home.pl)  
[www.blogher.org](http://www.blogher.org)

Zierkiewicz E., *Prasa kobieca versus pisma feministyczne*, [w:] I. Kowalczyk, E. Zierkiewicz (red.), *Kobiety w kulturze popularnej*, Wrocław: Konsola, 2002.