

# Spis treści

11 \_\_\_\_\_ Wstęp

## Część I teoretyczna **Kobieta w naukowych badaniach płci**

### Rozdział 1

27 \_\_\_\_\_ **Kobieta jako podmiot studiów teoretycznych**

27 \_\_\_\_\_ 1.1. Zrozumieć feminizm

57 \_\_\_\_\_ 1.2. Płeć w optyce badań społecznych

57 \_\_\_\_\_ 1.2.1. Płeć jako kategoria teorii społecznych

64 \_\_\_\_\_ 1.2.2. *Women's studies*

79 \_\_\_\_\_ 1.3. Płeć w nauce o komunikacji i mediach

79 \_\_\_\_\_ 1.3.1. *Women's media studies*

91 \_\_\_\_\_ 1.3.2. Feministyczne teorie medioznawcze

112 \_\_\_\_\_ 1.3.3. Kobieta w obszarze badań medioznawczych

### Rozdział 2

129 \_\_\_\_\_ **Kobieta w społeczeństwie –  
perspektywa socjologiczna i politologiczna**

129 \_\_\_\_\_ 2.1. Społeczna rola kobiety w ujęciu socjologicznym

133 \_\_\_\_\_ 2.1.1. Kobieta w rodzinie i na rynku pracy

142 \_\_\_\_\_ 2.1.2. Obraz medialny matki, żony i pracownicy

148 \_\_\_\_\_ 2.1.3. Stereotypy płciowe

154 \_\_\_\_\_ 2.2. Aktywność polityczna kobiet w analizach politologicznych

162 \_\_\_\_\_ 2.2.1. Politologia feministyczna

169 \_\_\_\_\_ 2.2.2. Kobięcie przywództwo polityczne

- 181 \_\_\_\_\_ 2.2.3. Kobiety jako aktorzy polityczni. *Gender mainstreaming*  
 200 \_\_\_\_\_ 2.3. Media masowe a kreowanie obrazu polityczki

Część II empiryczna  
**Obrazy medialne kobiet świata polityki  
 w wybranych polskich tygodnikach opinii**

Rozdział 3

- 215 \_\_\_\_\_ **Metodologia badań obrazów medialnych  
 kobiet świata polityki**
- 219 \_\_\_\_\_ 3.1. Obrazy medialne kobiet świata polityki jako przedmiot badań  
 237 \_\_\_\_\_ 3.2. Okres badawczy i zasady doboru próby do analizy zawartości  
 239 \_\_\_\_\_ 3.3. Tygodniki opinii wybrane do analizy zawartości  
 257 \_\_\_\_\_ 3.4. Polskie wybory parlamentarne i prezydenckie  
 w latach 2000–2019 jako kontekst badań własnych  
 271 \_\_\_\_\_ 3.5. Cele, pytania i hipotezy badawcze  
 273 \_\_\_\_\_ 3.6. Metoda badawcza  
 285 \_\_\_\_\_ 3.7. Klucz kategoryzacyjny do analizy zawartości

Rozdział 4

- 301 \_\_\_\_\_ **Płeć „uwikłana” w politykę**
- 301 \_\_\_\_\_ 4.1. Płeć a polityka w okresie polskich wyborów parlamentarnych  
 i prezydenckich XXI wieku  
 304 \_\_\_\_\_ 4.2. Autorstwo i tytuły publikacji w kontekście płci  
 307 \_\_\_\_\_ 4.3. Ekspozycja tematyki związanej z płcią  
 312 \_\_\_\_\_ 4.4. „Płeć polityczna” w warstwie wizualnej  
 317 \_\_\_\_\_ 4.5. Tematyka publikacji dotyczących płci  
 319 \_\_\_\_\_ 4.6. Wypowiedzi kobiet w badanych materiałach  
 324 \_\_\_\_\_ 4.7. Ekspozycja polityków/polityczek  
 328 \_\_\_\_\_ 4.8. Poruszane wątki dotyczące płci w badanych tygodnikach opinii  
 344 \_\_\_\_\_ 4.9. Gatunki dziennikarskie publikacji dotyczących płci

## Rozdział 5

347 \_\_\_ **Obrazy medialne wybranych polityczek**

348 \_\_\_ 5.1. Aktywne polskie polityczki

365 \_\_\_ 5.2. Polityczki światowe

375 \_\_\_ 5.3. Kobiety jako aktorki „drugiego planu” na politycznej scenie

400 \_\_\_ 5.4. Kobiecość vs męskość w obrazach badanych polityczek

## Rozdział 6

415 \_\_\_ **Typy aktywnych polityczek**

415 \_\_\_ 6.1. Typologia aktywnych polityczek

422 \_\_\_ 6.1.1. Liderka

434 \_\_\_ 6.1.2. Marionetka

443 \_\_\_ 6.1.3. Karierowiczka

450 \_\_\_ 6.1.4. Niespełniona polityczka

450 \_\_\_ 6.1.4.1. Polityczka okazjonalna

453 \_\_\_ 6.1.4.2. Polityczka niezawodowa

459 \_\_\_ 6.1.4.3. Polityczka zawodowa

## Rozdział 7

471 \_\_\_ **Obrazy medialne żon polityków**

472 \_\_\_ 7.1. Elementy obrazów medialnych żon polskich polityków

483 \_\_\_ 7.2. Obrazy medialne żon polityków światowych

485 \_\_\_ 7.3. Typy żon polityków

489 \_\_\_ 7.3.1. Żona partnerka życiowa

495 \_\_\_ 7.3.2. Żona ostoja

499 \_\_\_ 7.3.3. Żona opiekunka rodziny

505 \_\_\_ 7.3.4. Żona ozdoba

509 \_\_\_ Zakończenie

535 \_\_\_ Bibliografia

597 \_\_\_ Wykaz ilustracji, rysunków, schematów

599	___	Wykaz tabel
603	___	Wykaz wykresów
607	___	Aneks
621	___	Indeks nazw osobowych
645	___	Summary