



## Wilki wojny kontra “świeże mięso”: Kulturowe zmagania o hegemoniczną męskość we współczesnej chińskiej kulturze popularnej

Wolf Warriors vs. “Little Fresh Meat”: Cultural Clashes over Hegemonic Masculinity in Contemporary Chinese Popular Culture

**Abstract:** The article analyses the popularity of the so-called soft masculinity in East Asia and the controversy it arouses among the political elites of the People’s Republic of China. The growing interest of young Chinese people in genres such as *danmei* raises fears of feminisation and emasculation. In response, models of military masculinity are being promoted, an iconic example of which is the film *Wolf Warrior 2*. The article draws on theoretical models of masculinity, including the concepts of R. W. Connell and Kama Louie, to present these phenomena to the Polish reader. It points out that analysing Chinese debates on masculinity not only deepens our understanding of contemporary cultural tensions in China, but also provides a broader perspective for reflecting on European concepts of masculinity.

**Keywords:** China, popular culture, masculinity, feminisation, patriarchy

### Widmo zniewieściałego Azjaty

Postrzeżenie wschodnioazjatyckich mężczyzn jako słabych, pasywnych i zniewieściałych należy do najstarszych orientalistycznych stereotypów, które kształtowały wyobrażenia społeczeństw Zachodu<sup>1</sup>. Przez dziesięciolecia liczne grona badaczy, aktywistów i twórców podejmowały wysiłki, aby

---

1. Jonathan D. Spence, *The Chan’s Great Continent: China in Western Minds* (New York: W. W. Norton & Company, 1999); Celine Shimizu, *The Hypersexuality of Race: Performing Asian/American Women on Screen and Scene* (Durham: Duke University Press, 2007); Celine Shimizu, *Straitjacket Sexualities: Unbinding Asian American Manhoods in the Movies* (Stanford: Stanford University Press, 2012); Tân Hoàng Nguyen, *A View from the Bottom: Asian American Masculinity and Sexual Representation* (Durham: Duke University Press, 2014).

zdemaskować i przewyciężyć ten uproszczony obraz<sup>2</sup>. Współcześnie, choć stereotyp zniewieściałego Azjaty może sporadycznie pojawić się w niektórych kontekstach, w zasadzie zniknął on z głównego nurtu medialnych reprezentacji, zarówno w Europie, jak i w Stanach Zjednoczonych.

Tymczasem narracja sugerująca, że młodzi Chińczycy, ze względu na swoją psychiczną i fizyczną słabość, nie będą w stanie sprostać rywalizacji z mężczyznami z innych grup etnicznych, zaczęła coraz częściej pojawiać się w dyskusjach i debatach publicznych w Chińskiej Republice Ludowej. Szczególnie chińscy nacjonałiści, identyfikujący się z projektem “Wielkiego Renesansu Narodu Chińskiego”<sup>3</sup>, podnoszą kwestię “kryzysu męskości” rzekomo trawiącego Chiny pod wpływem negatywnych trendów przychodzących do Chin z zagranicy i zatruwających młode, naiwne umysły<sup>4</sup>. Jednocześnie jako antidotum młodym Chińczykom wskazuje się lokalne kreacje medialne, zupełnie otwarcie inspirowane drastycznymi przykładami toksycznej męskości, wykreowanymi przez amerykańską kulturę popularną pod koniec XX wieku. Podczas gdy we współczesnym Hollywood coraz częściej pojawiają się alternatywne modele męskości, odchodzące od nieironicznego przedstawiania protagonistów jako psychopatycznych i bezwzględnych macho rozwiązujących problemy za pomocą skrajnej przemocy, tego rodzaju motywy wciąż stanowią podstawę w najpopularniejszych chińskich narracjach filmowych i telewizyjnych ostatnich lat. Niemniej jednak ogromna popularność w Państwie Środka przedstawień muskularnych chińskich superbohaterów, triumfujących nad zachodnimi przeciwnikami i podbijających świat, nie przynosi oczekiwanego uspokojenia politycznym elitom Chin.

W ostatnich latach globalne ruchy społeczne, takie jak feminizm i inicjatywy na rzecz praw osób LGBTQ+, pomimo cenzury i opresyjnego systemu politycznego zaczęły oddziaływać także na chińskie społeczeństwo. Choć patriarchalny porządek nie jest w Chińskiej Republice Ludowej w żaden

---

2. Shimizu, *Straitjacket Sexualities*.

3. Jest to oficjalny termin określający centralne koncepcje polityczne i ideologiczne Komunistycznej Partii Chin (KPCh) pod kierownictwem Xi Jinpinga. Postulują one przywrócenie historycznej pozycji Chin jako potężnego, zamożnego i dynamicznego kulturowo narodu po okresie “Stulecia Upokorzeń” (od pierwszej wojny opiumowej, 1839–1842, do proklamowania Chińskiej Republiki Ludowej w 1949 roku), podczas którego Chiny borykały się z obcymi inwazjami, wewnętrznymi zawirowaniami i kolonialnym podbojem. Zob. Bogdan Góralczyk, *Wielki renesans: Chińska transformacja i jej konsekwencje* (Warszawa: Wydawnictwo Akademickie DIALOG, 2018).

4. Derek Hird, “Masculinities in China”, w: *Routledge Handbook of East Asian Gender Studies*, red. Jieyu Liu, Junko Yamashita (Abingdon: Routledge, 2019), 361.

realny sposób narażony na zachwianie, można zauważyć narastające napięcie związane z postępującymi zmianami kulturowymi i społecznymi. Wyrazem tego niepokoju są powracające apele różnych grup i środowisk nawołujące do przeciwdziałania tendencjom uznawanym przez te środowiska za obcy import i zagrożenie dla porządku społecznego czy nawet gotowości obronnej kraju.

Największa dotychczas erupcja moralnej paniki dotyczącej upadku chińskiej męskości przypadła na wrzesień 2022 roku, kiedy to Chińska Narodowa Agencja do Spraw Radia i Telewizji wydała rozporządzenie zabraniające przedstawiania w mediach “sfeminizowanych mężczyzn” oraz innych przejawów “nienormalnej estetyki”<sup>5</sup>. W praktyce oznaczało to wprowadzenie bezwzględnego zakazu prezentowania wizerunków mężczyzn noszących kolczyki, tatuaże czy farbowane włosy. Artyści, którzy nie dostosowali się do wytycznych, byli klasyfikowani jako “niemoralni celebryci”, co prowadziło do usuwania ich z przestrzeni medialnej i kasowania ich kont w mediach społecznościowych. Państwowe media rozpoczęły też kampanię piętnowania takich mężczyzn, używając bardzo obraźliwego potocznego terminu *niangpao*, oznaczającego w wolnym tłumaczeniu “maminsynka” lub “mięczaka”<sup>6</sup>. Równoległe do tych działań Ministerstwo Edukacji Chińskiej Republiki Ludowej rozpoczęło wdrażanie “wszechstronnego programu kultywowania męskości”, którego elementami stały się między innymi zwiększenie liczby godzin wychowania fizycznego oraz intensyfikacja rekrutacji mężczyzn do zawodów nauczycielskich. Już rok wcześniej ministerstwo opublikowało raport zatytułowany “Propozycja zapobiegania feminizacji chłopców w wieku dojrzewania”, wskazujący na istniejącą zdaniem jego twórców potrzebę przeciwdziałania zmianom postrzeganym jako zagrożenie dla tradycyjnych wzorców męskości<sup>7</sup>.

Większość z tych działań sprowokowana została przez niesłabnącą w Chinach popularność idoli kultury popularnej o androgenicznej urodzie, którzy

---

5. Geng Song, “‘Little Fresh Meat’: The Politics of Sissiness and Sissyphobia in Contemporary China”, *Men and Masculinities* 25, nr 1 (1 kwietnia 2022), 68–86, <https://doi.org/10.1177/1097184X211014939>; Yating Yu, Hongsheng Sui, “The Anxiety over Soft Masculinity: A Critical Discourse Analysis of the ‘Prevention of Feminisation of Male Teenagers’ Debate in the Chinese-Language News Media”, *Feminist Media Studies* 23, nr 5 (4 lipca 2023), 2188–2201, <https://doi.org/10.1080/14680777.2022.2046124>; Kam Louie, “The Niangpao (Effeminate Men) Controversy in China: How to Be a Real Man in the Family, School and Society”, *Women’s Studies International Forum* 102 (styczeń–luty 2024), 102861, <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2023.102861>.

6. Song, “‘Little Fresh Meat’”; Yu, Sui, “The Anxiety over Soft Masculinity”; Louie, “The Niangpao (Effeminate Men) Controversy in China”.

7. Louie, “The Niangpao (Effeminate Men) Controversy in China”.

od początku lat 2000. zaczęli dominować w filmach, w serialach telewizyjnych, na scenach muzycznych i w reklamach<sup>8</sup>. Chińscy celebryci kojarzeni z nurtem miękkiej męskości, jak Lu Han, Kris Wu, Yang Yang, Li Yifeng, Xu Weizhou, Wang Junkai, Roy Wang czy Jackson Yee, nie tylko zwracają uwagę delikatną urodą, lecz także często w swoich publicznych wystąpieniach akcentują wrażliwość emocjonalną, estetyczne wyrafinowanie, łagodność w relacjach międzyludzkich oraz otwartość na inne role płciowe. W chińskim internecie nadano im przydomek *xiaoxianrou*, czyli dosłownie “świeże mięsko”, sugerujący niewinność oraz seksualne niedoświadczenie, a jednocześnie wskazujący na wyraźną chęć przedstawiania męskiego ciała jako obiektu adoracji i konsumpcji<sup>9</sup>. Estetyka “świeżego mięska” najsilniej przemawia do kobiet w wieku pomiędzy dwudziestym a trzydziestym rokiem życia, zamieszkujących duże ośrodki miejskie<sup>10</sup>. Jej głównymi adwersarzami pozostają środowiska nacjonalistyczne, zdominowane przez młodych mężczyzn, którzy postrzegają sfeminizowane gwiazdy jako zagrożenie dla swoich wartości i ambicji. Zjawisko walki ze “zniewieściałą męskością” ma również wyraźny wymiar polityczny, wpisujący się w rywalizację pomiędzy Chinami i Koreą Południową. Ekspansja wizerunków miękkiej męskości w ostatnich dwóch dekadach jest w Chinach wiązana przede wszystkim z popularnością Hallyu (południowokoreańskiej kultury popularnej), zwłaszcza K-popu i zespołów takich jak TVXQ, Super Junior czy później BTS. Od 2017 roku, w czasie drastycznego pogorszenia się relacji Seulu z Pekinem<sup>11</sup>, władze ChRL zaczęły celowo ograniczać obecność koreańskich artystów, blokując koncerty i emisję programów muzycznych. Kierowały się przy tym zarówno względami politycznymi, jak

---

8. Hird, “Masculinities in China”; Song, “Little Fresh Meat”.

9. Yu, Sui, “The Anxiety over Soft Masculinity”; Song, “Little Fresh Meat”, 70; Roxanne Tan Yu Xian, “The Manufacture of Militarized Masculinity in Chinese series *You Are My Hero* (2021)”, *Media, Culture & Society*, 29 kwietnia 2023, <https://doi.org/10.1177/01634437231172307>.

10. Song, “Little Fresh Meat”; Tingting Hu i in., “Masculinity in Crisis? Reticent / Han-Xu Politics against Danmei and Male Effeminacy”, *International Journal of Cultural Studies* 26, nr 3 (1 maja 2023), 274–92, <https://doi.org/10.1177/13678779231159424>; Ling Yang, Yanrui Xu, “Opening the Door to a New World’: Danmei and the Gender Revolution in China”, w: *Routledge Handbook of Chinese Gender & Sexuality* (Abingdon: Routledge, 2024), 225–40, <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003273943-18/opening-door-new-world-ling-yang-yanrui-xu>.

11. Kryzys ten wybuchł, gdy Korea Południowa zgodziła się na instalację amerykańskiego systemu obrony przeciwraкетowej THAAD (Terminal High Altitude Area Defense), oficjalnie w celu obrony przed zagrożeniem ze strony Korei Północnej. Pekin odebrał to jako zagrożenie strategiczne, gdyż radary systemu mogły monitorować ruchy chińskich pocisków balistycznych, co zdaniem Chin naruszało równowagę bezpieczeństwa w regionie.

i ekonomicznymi, obawiając się, że dominacja zagranicznej popkultury podważa lokalne wzorce estetyczne i oficjalnie promowaną wizję “silnej” męskości.

Niemniej jednak, bez względu na międzynarodowe kryzysy czy napięcia, debata nad akceptowalnymi wzorcami męskości regularnie ożywia chińską przestrzeń publiczną, przybierając na sile w różnym stopniu. Niekiedy milknie na wiele miesięcy, by niespodziewanie wybuchnąć ze zdwojoną energią, zazwyczaj w reakcji na pozornie błahy incydent. Wielu komentatorów określa te zjawiska mianem “wojny kulturowej” toczącej współczesne Chiny<sup>12</sup>, która koncentruje się głównie w przestrzeni internetowej, niekiedy przyjmując nieoczekiwane i intrygujące formy.

Dla przykładu, w czerwcu 2018 roku dużą popularność w chińskich mediach społecznościowych zyskał post zestawiający wizerunek muskularnego Kyliana Mbappé, czołowego piłkarza reprezentacji Francji, który właśnie zdobył mistrzostwo świata, z fotografiami wypiełgnowanych członków popularnego wówczas chińskiego boysbandu TFBOYS. Post opatrzone komentarzem: “Wszyscy mają po dziewiętnaście lat. Silni młodzieńcy gwarantują silne państwo, zniewieściała młodzież zapowiada zniewieściały kraj”<sup>13</sup>. Podobne kontrowersje miały miejsce dwa miesiące później, we wrześniu 2018 roku, po występie członków innego boysbandu, F4, w chińskiej telewizji państwowej. Oburzenie części widzów wywołał fakt, że w programie dla młodzieży, emitowanym z okazji rozpoczęcia roku szkolnego, jako wzorce do naśladowania zaprezentowano artystów o wyraźnie sfeminizowanym wyglądzie<sup>14</sup>.

## Rozbieżne modele hegemonicznej męskości

Debaty o tym, jak powinni wyglądać i zachowywać się mężczyźni, regularnie powracają w chińskiej przestrzeni publicznej, co kilka miesięcy wywołując dyskusje angażujące nie tylko internautów, lecz także rodziców, środowiska akademickie, nauczycieli i przedstawicieli władz<sup>15</sup>. Kłopot w tym, że siłowy, muskularny wzorzec męskości, tak chętnie propagowany przez niektórych

---

12. Xian, “The Manufacture of Militarized Masculinity in Chinese series *You Are My Hero* (2021)”.

13. Song, “‘Little Fresh Meat’”.

14. Song, “‘Little Fresh Meat’”.

15. Song, “‘Little Fresh Meat’”; Louie, “The Niangpao (Effeminate Men) Controversy in China”; Geng Song, Ran Xi, “Negotiating Hegemonic Masculinity in Postsocialist China: Grassroots Male Images in Cyberspace”, w: *Routledge Handbook of Chinese Gender & Sexuality* (Abingdon: Routledge, 2024).

prominentnych polityków i nacjonalistów, w kulturze chińskiej nigdy nie był ani szczególnie ceniony, ani uważany za normatywny<sup>16</sup>. Jest to zapożyczenie z Zachodu. W Chinach uosobieniem ideału mężczyzny byli tradycyjnie nie wojownicy, lecz mandaryni, czyli urzędnicy państwowi, którzy zdobywali swoje stanowiska dzięki zdaniu legendarnie trudnych egzaminów. Przez wieki cesarski egzamin *keju* stanowił prawdziwy klucz do bogactwa i wpływów<sup>17</sup>. Intelktualiści, którzy potrafili sprostać wymaganiom tego systemu, tworzyli elitę społeczną, plasując się powyżej wojskowych i kupców. Była to nie tylko przewaga czysto symboliczna czy prestiżowa, lecz także rzeczywista. To oni sprawowali kontrolę nad innymi grupami, decydując o ich losach, sukcesach lub porażkach zawodowych. W imperialnych Chinach mężczyzna dzierżący pędzel do kaligrafii miał większą realną władzę, a w efekcie wydawał się bardziej pożądanym, niż ten, który trzymał miecz<sup>18</sup>. Choćby tylko pobieżna analiza chińskich ikonografii z czasów cesarskich wskazuje na dominację wizerunków mężczyzn odzianych w fantazyjne, często bogato zdobione stroje, które pod względem formy i wyrafinowania mogły rywalizować z ubraniami noszonymi przez kobiety. Oczywiście, kult wielkich wojskowych wodzów i wojowników rozwijał się w Chinach równolegle z innymi wzorcami męskości. Jednak nawet w tym przypadku najwyższą estymą cieszą się strategzy i dowódcy, którzy zwyciężali dzięki pomysłowości, sprytowi oraz zmysłowi strategicznemu. Kluczowe znaczenie przypisuje się fortelowi, planowi oraz przebiegłości, a nie brutalnej sile. W tym kontekście chińska koncepcja najbardziej pożądanej ekspresji męskości znacząco odbiega od dominujących wzorców zachodnich, w których większy nacisk kładzie się na fizyczną dominację oraz bezpośrednią konfrontację.

Różnice te można najlepiej zrozumieć, opierając się na koncepcji hegemonicznej męskości, wprowadzonej przez Raewyn Connell<sup>19</sup>. Termin ten, obecnie kluczowy w badaniach nad płcią i męskością, wskazuje, że męskość nie jest jednorodnym zjawiskiem, lecz obejmuje złożony zbiór form, praktyk i procesów, usystematyzowanych w hierarchię. Na jej szczycie znajduje się

---

16. Kam Louie, "Popular Culture and Masculinity Ideals in East Asia, with Special Reference to China", *The Journal of Asian Studies* 71, nr 4 (listopad 2012), 929–943, <https://doi.org/10.1017/S0021911812001234>; Kam Louie, "Ideal Chinese Masculinity Prior to 'Wen-wu': Some Thoughts on the 'Caizi' Jia Baoyu", *Journal of the Society for Asian Humanities* 53 (styczeń 2022), 71–93, <https://doi.org/10.3316/informit.942915842491867>.

17. Louie, "Popular Culture and Masculinity Ideals in East Asia"; Louie, "Ideal Chinese Masculinity Prior to 'Wen-wu'".

18. Louie, "Ideal Chinese Masculinity Prior to 'Wen-wu'", 72.

19. Raewyn Connell, *Masculinities* (London and New York: Routledge, 2005).

męskość hegemoniczna, pełniąca funkcję normatywnego punktu odniesienia, względem którego definiowane są pozostałe formy męskości<sup>20</sup>. Hegemoniczna męskość to typ idealny, definiujący najbardziej pożądane cechy mężczyzn w różnych wymiarach społecznych, takich jak klasa czy rasa, i legitymizujący ich dominującą pozycję w relacjach między płciami<sup>21</sup>. W tym kontekście chiński wzorzec męskości, oparty na intelektualnej i strategicznej sprawczości, kontrastuje z zachodnim ideałem męskości hegemonicznej, akcentującym fizyczną siłę i dominację. W Stanach Zjednoczonych i w Europie hegemoniczna męskość najczęściej identyfikowana jest dziś z patriarchalnym modelem silnego, agresywnego i pozbawionego emocji mężczyzny, dla którego przemoc albo groźba jej użycia jest głównym sposobem realizacji celów. Taki ideał jest chętnie powielany w mediach (zarówno tradycyjnych, jak i społecznościowych), na przykład poprzez rutynową afirmację brutalnych miliarderów, bezwzględnych przywódców politycznych, wysportowanych gwiazd sportów walki czy nawet pospolitych gangsterów<sup>22</sup>.

Hegemoniczna męskość opiera się na demonstrowaniu dominacji fizycznej i ekonomicznej, a także na przyzwoleniu (a niekiedy wręcz gloryfikacji) instrumentalnego traktowania kobiet oraz deprecjonowania mężczyzn z grup podporządkowanych, na przykład poprzez ostentacyjne wyrażanie pogardy wobec osób homoseksualnych. Należy jednak podkreślić, że hegemoniczna męskość jest kategorią dynamiczną, której znaczenie podlega nieustannym przeobrażeniom. Żaden mężczyzna nie ucieleśnia w pełni tego ideału, niemniej pozostaje on istotnym punktem odniesienia i celem społecznych aspiracji<sup>23</sup>.

Najpoważniejszym mankamentem ramy teoretycznej zaproponowanej przez Connell jest jej niemal całkowite zakorzenienie w zachodnich perspektywach. W odpowiedzi na te deficyty zaczęły wyłaniać się różne teorie męskości, które starały się objaśnić lokalne uwarunkowania bez odwoływania się do koncepcji i wyobrażeń stworzonych na zachodzie. Zdecydowanie najbardziej wpływowym modelem interpretacji wzorców wschodnioazjatyckiej

---

20. Connell, *Masculinities*; Bryn Williams, "Chinese Masculinities and Material Culture", *Historical Archaeology* 42, nr 3 (wrzesień 2008), 54, <https://doi.org/10.1007/BF03377099>.

21. Connell, *Masculinities*.

22. Łukasz Skoczylas, "Hegemoniczna męskość i dywidenda patriarchy. O społecznej teorii płci kulturowej Raewyn Connell", *Refleksje. Pismo Naukowe Studentów i Doktorantów WNPiD UAM*, nr 4 (31 października 2018), 11–18, <https://doi.org/10.14746/r.2011.4.01>; Urszula Kluczyńska, "Teoria męskości hegemonicznej", w: *Socjologia męskości: Teorie w badaniach*, red. Urszula Kluczyńska, Anna M. Kłonkowska (Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2024), 33–48, <https://doi.org/10.18778/8331-393-1>.

23. Kluczyńska, "Teoria męskości hegemonicznej".

męskości stał się paradygmat stworzony przez Kama Louiego (2002, 2006, 2012). Zaproponował on, aby opisywać chińską męskość w odniesieniu do dwóch komplementarnych biegunów: *wen* i *wu*, gdzie *wen* oznacza wyrafinowanie intelektualne, a *wu* sugeruje militarną biegłość, odwagę i sprawność fizyczną. Analogicznie do innej słynnej chińskiej diady *yin* i *yang*, oba elementy należy rozumieć jako współlistniejące i dynamicznie zmieniające swoje znaczenie w różnych kontekstach historycznych. W tradycyjnym chińskim podejściu cechy *wen* zazwyczaj uważane są za bardziej wartościowe niż cechy *wu*, a mężczyźni posiadający dominujące cechy *wen* często są postrzegani jako bardziej atrakcyjni w porównaniu z “osiłkami” kojarzonymi z *wu*. Najwyższymi personifikacjami tych dwóch paradygmatów są odpowiednio Konfucjusz, który uosabia ideał uczonego-dżentelmena, oraz Guan Yu, będący symbolem ideału wojownika<sup>24</sup>.

Popularność miękkiej męskości w Chinach to zjawisko współczesne, napędzane przede wszystkim przez media społecznościowe, rosnącą zamożność społeczeństwa oraz globalizację i przepływy kulturowe<sup>25</sup>. Jednocześnie mieści się ono w szerszych, lokalnych kontekstach kulturowych. Ujęcie historyczne pozwala lepiej wyjaśnić, dlaczego artyści sceniczni czy osobowości internetowe, prezentujące wzorce męskości odbiegające od standardów zachodnich, cieszą się obecnie znacznym uznaniem w Azji. Warto jednak podkreślić, że w swoim najnowszym wcieleniu jest to fenomen głównie związany z ekspansją K-popu. Uwielbienie dla miękkiej męskości stanowi lokalny przejaw szerszego, ogólnozajatyckiego trendu<sup>26</sup>. Za kolejne przykłady mogą posłużyć Japonia, gdzie dużą popularnością cieszą się postacie określane mianem *bishōnen* (piękni chłopcy), oraz Korea Południowa, gdzie scena pop zdominowana jest przez artystów określanych jako *kkonminnam*, czyli “chłopcy kwiaty”<sup>27</sup>.

Jak wiele ze współczesnych praktyk kulturowych z Azji Wschodniej, również popkulturowa moda na pięknych i delikatnych młodych mężczyzn ma swoje głębokie korzenie kulturowe. Na przykład w Korei epoki Silla (VI–X wieku) wzorcami do naśladowania byli hwarangowie, młodzi arystokraci łączący wojskowe wyszkolenie z wysublimowaną estetyką, muzyką i poezją. W Chinach natomiast tradycje miękkiej, a nawet androgynicznej męskości silnie związane były ze sceną teatralną. Aktorzy oper, szczególnie młodzi odtwórcy

---

24. Kam Louie, *Theorising Chinese Masculinity: Society and Gender in China* (Cambridge: Cambridge University Press, 2002).

25. Yu, Sui, “The Anxiety over Soft Masculinity”; Song, “Little Fresh Meat”.

26. Louie, “The Niangpao (Effeminate Men) Controversy in China”.

27. Yu, Sui, “The Anxiety over Soft Masculinity”.

ról kobiecych, często byli zarówno obiektami artystycznego podziwu, jak i pożądania, co sprzyjało popularności homoseksualnych relacji w dzielnicach teatrów i uciech. Podobne wzorce znajdziemy też w mniej odległych czasach. Pod koniec lat siedemdziesiątych XX wieku w Japonii wyodrębnił się podgatunek kobiecej mangi znany dziś najczęściej jako BL, skrót z angielskiego Boys' Love<sup>28</sup>. BL rozrosło się z czasem poza mangę, objawiając się w różnych formatach i mediach. Pojawia się w powieściach, opowiadaniach, filmach, serialach, grach wideo czy cosplay<sup>29</sup>. Narracje w ramach tego gatunku z reguły przedstawiają młodych i atrakcyjnych bohaterów złączonych silną emocjonalną więzią, występujących na tle wystylizowanych światów. Możemy tu znaleźć cały diapazon relacji między mężczyznami, od obrazów niewinnych platonicznych przyjaźni po twardą pornografię<sup>30</sup>. Topos BL dość szybko przeniknął do świata chińskojęzycznego, najpierw zdobywając popularność na Tajwanie i w Hongkongu, by następnie szturmem wejść do Chin kontynentalnych, gdzie zaczął rozwijać się jako niezależny gatunek funkcjonujący pod nazwą *danmei*.

Analizując społeczne podłoże tego fenomenu, trudno się dziwić, że popularność bohaterów *danmei* czy adoracja idoli spod znaku *xiaoxianrou* wywołuje tak poważne zaniepokojenie wśród patriarchalnych struktur władzy. Choć fenomen ten koncentruje się wokół wizerunków mężczyzn, to w rzeczywistości jego główną siłę napędową stanowią kobiety. Co szczególnie istotne w chińskim kontekście, jest to inicjatywa całkowicie oddolna, animowana przez spontanicznie tworzone społeczności internetowe, bez większego wsparcia ze strony korporacji medialnych i wyjątkowo odporna na działania cenzury<sup>31</sup>. W *danmei* to kobiety przejmują rolę twórczyń, kuratorek i odbiorczyń. W ten sposób tworzą niezależną domenę pomocną w wyrażaniu emocji i doznań estetycznych. Jest to też przestrzeń dla emancypacji, w ramach

---

28. Song, "Little Fresh Meat", 71; Louie, "Popular Culture and Masculinity Ideals in East Asia", 933. Alternatywnymi nazwami tego podgatunku są *yao* i *Shōnen-ai*. Zob. Tomasz Burdzik, "Hentai – erotyka z mangi i anime", SSRN Scholarly Paper (Rochester, NY: Social Science Research Network, 2014), <https://papers.ssrn.com/abstract=2578730>.

29. Louie, "Popular Culture and Masculinity Ideals in East Asia", 934; Ling Yang, Yanrui Xu, "Chinese Danmei Fandom and Cultural Globalization from Below", w: *Boys' Love, Cosplay, and Androgynous Idols: Queer Fan Cultures in Mainland China, Hong Kong, and Taiwan*, red. Maud Lavin, Ling Yang, Jing Jamie Zhao (Hong Kong: Hong Kong University Press, 2017), 3, <https://doi.org/10.2307/j.ctt1rfzz65.6>.

30. Louie, "Popular Culture and Masculinity Ideals in East Asia", 934.

31. Erika Junhui Yi, "Reflection on Chinese Boys' Love Fans: An Insider's View", *Transformative Works and Cultures*, 12 (15 marca 2013), <https://doi.org/10.3983/twc.2013.0424>; Yang, Xu, "Chinese Danmei Fandom and Cultural Globalization from Below".

której młode kobiety oraz inne marginalizowane grupy mogą współtworzyć nowe wzorce kulturowe i przełamywać tradycyjne ograniczenia. Patriarchalny porządek zostaje tu naruszony w podwójny sposób: *danmei* i pokrewne trendy afirmujące miękką męskość uprzedmiotawiają mężczyzn, ale jednocześnie upodmiotawiają młode kobiety, ukazując im ich ekonomiczną i społeczną sprawczość<sup>32</sup>. Naruszane są też przy tej okazji najbardziej wrażliwe chińskie tabu: homoseksualizm, uprzedmiotowienie mężczyzn, pornografia czy świadoma rezygnacja z macierzyństwa<sup>33</sup>. Ponadto jako zjawiska, w których wyrażone obecne są wpływy japońskie i koreańskie, *danmei* nie akcentuje unikalności Chin ani chińskiej kultury. Wręcz przeciwnie, promuje panazjatycką estetykę<sup>34</sup>. Innymi słowy, popularność zjawisk kojarzonych ze zniewieściałą męskością, takich jak kult “świeżego mięska” lub *danmei* jednocześnie uderza w wiele skrywanych obaw i wyzwala demony, które chińska kultura stara się wypierać. Stąd tak zdecydowane reakcje władz i niektórych środowisk, które mogą czasami wręcz szokować zachodniego obserwatora.

## Zmilitaryzowana męskość made in China

Chiński internet jest zdominowany nie tylko przez wizerunki pięknych chłopców, lecz także ich przeciwieństwa. Polaryzacja postaw dotknęła także chińską debatę o kryzysie męskości i rzekomo nadmiernej feminizacji młodego pokolenia. Równocześnie z rozprzestrzenianiem się wizerunków miękkiej męskości od wielu lat wyraźnie rysuje się zupełnie przeciwny trend. Ogromną popularność zdobywają narracje głównego nurtu gloryfikujące hipermęskie figury żołnierzy i wojowników<sup>35</sup>. Dość wymowne są różnice pomiędzy tymi dwoma światami. Podczas gdy wizerunki delikatnych mężczyzn rozprzestrzeniane są głównie za pośrednictwem internetu i mediów społecznościowych przez spontanicznie tworzone społeczności, promowanie twardej, militarnej męskości odbywa się przede wszystkim poprzez wspierane przez

---

32. Yi, “Reflection on Chinese Boys’ Love Fans”; Yang, Xu, “Chinese Danmei Fandom and Cultural Globalization from Below”.

33. Song, ““Little Fresh Meat””, 78.

34. Louie, “The Niangpao (Effeminate Men) Controversy in China”.

35. Tianru Guan, Tingting Hu, “Re-Narrating Non-Intervention Policy in China’s Military-Action Genre Films”, *Journal of Contemporary China* 30, nr 131 (3 września 2021), 841–854, <https://doi.org/10.1080/10670564.2021.1884963>; Xian, “The Manufacture of Militarized Masculinity in Chinese series *You Are My Hero* (2021)”.

państwo (zarówno finansowo, jak i organizacyjnie) filmy i seriale wojenne oraz kino akcji.

Najbardziej znanymi obrazami reprezentującymi militarny obraz heroicznej męskości są takie tytuły jak *Operacja Mekong* (2016), *Operacja Morze Czerwone* (2018) oraz cała seria wysokobudżetowych filmów o wojnie koreańskiej, z których na szczególną uwagę zasługują *Poświęcenie* (2020), *Bitwa nad Jeziorem Changjin* (2021), *Bitwa nad Jeziorem Changjin 2* (2022), *Snajper* (2022), *Ochotnicy: Na wojnę* (2023) i *Ochotnicy: Bitwa na śmierć i życie* (2024). Ale bezapelacyjnie najbardziej ikonicznym dziełem w nurcie kinowych obrazów eksplorujących tematykę militarnej męskości jest powstały w 2017 roku *Wilk wojny 2* w reżyserii Wu Jinga<sup>36</sup>. Pomimo upływu blisko dekady od premiery, film ten pozostaje jednym z kluczowych punktów odniesienia w dyskusjach dotyczących dróg rozwoju współczesnego chińskiego kina. Na trwałe miejsce tego obrazu w kanonie kulturowym wpływają przede wszystkim jego spektakularny sukces frekwencyjny<sup>37</sup>, szeroki rezonans krytyczny oraz oddziaływanie na wyobraźnię i dyskurs sięgający daleko poza ramy samego filmu<sup>38</sup>. To właśnie *Wilk wojny* zainspirował termin “wilcza dyplomacja”, który zaczęto używać w odniesieniu do nowej, bardziej asertywnej strategii w chińskiej polityce zagranicznej, która pojawiła się po 2020 roku.

---

36. *Wilk wojny 2 / Wolf Warrior 2 / Zhànláng 2 / 战狼 2*, reż. Wu Jing, Beijing Dengfeng International Culture Communications Company, Spring Era Films Co., Jetsen Cultural Industry Group, Chiny, 2017.

37. *Wilk wojny 2* ściągnął do kin Państwa Środka rekordową liczbę stu milionów widzów i wygenerował zysk sięgający prawie siedmiu miliardów juanów, co w przeliczeniu odpowiada kwocie ponad ośmiuset milionów dolarów. Zob. Chao Yu, “An Analysis of the Box Office Success of *Wolf Warrior 2* (2017)”, w: *Development of the Global Film Industry: Industrial Competition and Cooperation in the Context of Globalization*, red. Qiao Li, Yanqiu Guan, Hong Lu (Abingdon: Routledge, 2021), 185; Sarah J. Clifford, Scott N. Romaniuk, “*Wolf Warrior II* (战狼2) and the Manipulation of Chinese Nationalism”, w: *The Palgrave Encyclopedia of Global Security Studies*, red. Scott N. Romaniuk, Péter N. Marton (Cham: Springer International Publishing, 2023), 1553–57, [https://doi.org/10.1007/978-3-319-74319-6\\_657](https://doi.org/10.1007/978-3-319-74319-6_657). Żadna wcześniejsza krajowa produkcja nie mogła poszczycić się podobnymi wynikami ani pod względem skali, ani też dynamiki uzyskiwanych dochodów. *Wilka wojny 2* zdetronizował dopiero film *Bitwa nad Jeziorem Changjin* z 2021 roku. Można dziś śmiało mówić o “efekcie *Wilka wojny 2*”, bo pojawienie się tego tytułu w zasadzie uratowało chiński rynek filmów komercyjnych, który znajdował się w głębokim zastoju, przywracając zaufanie inwestorów i rozpalając widownię. Zob. Stephen Teo, “The Chinese Film Market and the *Wolf Warrior 2* Phenomenon”, *Screen* 60, nr 2 (1 czerwca 2019), 324, <https://doi.org/10.1093/screen/hjz017>.

38. Chris Berry, “*Wolf Warrior 2*: Imagining the Chinese Century”, *Film Quarterly* 72, nr 2 (1 grudnia 2018), 38–44, <https://doi.org/10.1525/fq.2018.72.2.38>; Teo, “The Chinese Film Market and the *Wolf Warrior 2* Phenomenon”, 322–331, <https://doi.org/10.1093/screen/hjz017>.

*Wilk wojny 2* stanowi kontynuację pierwszej części z 2015 roku i koncentruje się na historii Leng Fenga (Wu Jing), byłego chińskiego agenta sił specjalnych, który udaje się do Afryki, aby znaleźć zabójcę swojej narzeczonej. Bohater nieoczekiwanie trafia w sam środek brutalnej wojny domowej. Główna oś fabuły skupia się na jego samotnej misji ratunkowej, mającej na celu ocalenie chińskiego medyka oraz matki jego afrykańskiego chrześniaka. Grozi im śmiertelne niebezpieczeństwo ze strony grupy białych najemników dowodzonych przez bezwzględnego złoczyńcę o pseudonimie Big Daddy (Frank Grillo).

Jako produkt chińskiej propagandy film dostarcza interesującego wglądu w obraz Chin, który zdaniem decydentów powinien kształtować się zarówno w świadomości chińskich obywateli, jak i wśród zagranicznej publiczności. Jest to obraz Państwa Środka pewnie odzyskującego należne mu miejsce w centrum porządku świata i osuwającego swoich adwersarzy na drugi plan jako mniej kompetentnych i moralnie skompromitowanych. *Wilk wojny 2* wyjątkowo sprawnie buduje sensacyjną opowieść oraz ideologiczny przekaz w odniesieniu do figury zmilitaryzowanego mężczyzny. Męskie ciało staje się tu narzędziem projekcji potęgi chińskiego państwa, personifikując zarówno narodowe odrodzenie, jak i rosnącą rolę Chin na arenie międzynarodowej.

W licznych wywiadach główny twórca *Wilka wojny 2*, Wu Jing, wielokrotnie podkreślał, że jego nadrzędną motywacją do nakręcenia filmu była potrzeba wykreowania, własnego, chińskiego wcielenia „prawdziwego mężczyzny” porównywalnego z ikonami zachodniego kina akcji, takimi jak Tom Cruise czy Sylvester Stallone. Jak ujął to sam Wu Jing, chodziło mu o „zainspirowanie mężczyzn, aby stali się prawdziwymi mężczyznami, a kobiet, aby wybierały prawdziwych mężczyzn”<sup>39</sup>. Jak podkreśla Petrus Liu, takie podejście implikuje przekonanie, że zanim Chiny zajmą należne im miejsce w gronie szanowanych nowoczesnych narodów, muszą najpierw zrewidować swoją kulturę seksualną, co wymaga wyobrażenia siebie jako kontynuacji kultury euroamerykańskiej.

*Wilk wojny 2* stanowi wyraźny kontrast wobec wcześniejszych przedstawień Chin, w których naród często symbolizowało kobiece ciało, dręczone i zawłaszczane przez obcych najeźdźców<sup>40</sup>. Tymczasem postać Leng Fenga

---

39. Petrus Liu, “Women and Children First—Jingoism, Ambivalence, and Crisis of Masculinity in *Wolf Warrior II*”, w: “*Wolf Warrior II: The Rise of China and Gender/Sexual Politics*”, red. Petrus Liu, Lisa Rofel, MCLC Resource Center, 1 lutego 2018, <https://u.osu.edu/mclc/online-series/liu-rofel/>.

40. Guan, Hu, “Re-Narrating Non-Intervention Policy in China’s Military-Action Genre Films”, 5. Takie reprezentacje kobiecego ciała możemy zobaczyć na przykład w filmach Zhanga Yimou, *Czerwone sorgo* (1988) i *Kwiaty Wojny* (2012).

wprowadza nowy model narodowej tożsamości personifikowany przez supermęskiego wojownika, który dzięki swojej fizycznej sile i umiejętnościom odzyskuje sprawczość, pokonując wrogów Chin. Zamiast pasywnej kobiety-ofiary pojawia się bohater ucieleśniający zrehabilitowane cnoty *wu*, ale jednocześnie niepozbawiony całkowicie cech *wen*. Jego męskość, choć bezwzględna, nie traci moralnego wymiaru. Leng Feng jest nie tylko nieustraszonym wojownikiem, lecz także osobą czułą, wyposażoną w moralny kompas oraz zdolność do samokontroli. Ostateczna konfrontacja z Big Daddym, naczelnym złoczyńcą filmu, wykracza poza osobistą zemstę, przybierając wymiar symbolicznego starcia między białymi a Chińczykami. Eliminacja antagonisty w niezwykle krwawym i brutalnym pojedynku staje się metaforycznym zamknięciem “stulecia upokorzeń”<sup>41</sup> i zapowiedzią nowej ery potęgi Państwa Środka. Narodowe upokorzenia zostają symbolicznie wymazane, a dekady hańby zastępuje triumf potężnego państwa. Poza czysto prokreacyjnymi rolami, kobiety nie są tu już potrzebne. Wszyscy Chińczycy przedstawieni w filmie to mężczyźni odgrywający różnorodne, ale zawsze sprawcze role. Widzimy ich jako agentów służb specjalnych, inwestorów, inżynierów, handlowców oraz dyplomatów. Szczególny nacisk położono jednak na nowoczesną chińską armię, która nie tylko potrafi skutecznie bronić interesów Chin za granicą, lecz także zapewnia ochronę chińskim obywatelom, niezależnie od miejsca ich pobytu.

*Wilk wojny 2* odsłania też ciekawy rasowy wymiar chińskiej militarnej męskości, ukazując zadziwiająco głębokie zakorzenienie w wydawałoby się skompromitowanych kolonialnych i imperialnych schematach. Jak zwraca uwagę Aisha Chioma Udochi, choć akcja filmu rozgrywa się w Afryce, zarówno kontynent, jak i jego mieszkańcy pełnią jedynie funkcję egzotycznej scenografii dla inscenizacji rywalizacji między dominującymi samcami, symbolicznie reprezentującymi Zachód i Wschód<sup>42</sup>. Afryka jawi się tutaj jako pozbawiona regionalnej różnorodności, prymitywna przestrzeń ogarnięta wojną i wyniszczana przez tajemniczą epidemię, w której bezbronne afrykańskie kobiety i dzieci czekają na ratunek ze strony muskularnego chińskiego

---

41. Wspomniane wcześniej “Chińskie Stulecie Upokorzeń” to używane w chińskim dyskursie politycznym określenie, które odnosi się do okresu w historii Chin trwającego od połowy XIX wieku do połowy XX wieku, podczas którego Chiny doświadczały powtarzających się porażek militarnych, obcej dominacji i wewnętrznych zawirowań. Era ta jest często definiowana przez utratę suwerenności, wyzysk gospodarczy i upokorzenie narodowe z rąk imperialistycznych mocarstw, zwłaszcza krajów zachodnich i Japonii.

42. Aisha Chioma Udochi, “*Wolf Warrior II: ‘China’s Great Restoration’*”, w: “*Wolf Warrior II: The Rise of China and Gender/Sexual Politics*”, red. Petrus Liu, Lisa Rofel, MCLC Resource Center, 1 lutego 2018, <https://u.osu.edu/mclc/online-series/liu-rofel/>.

zbawcy. Wizerunek czarnoskórego mężczyzny jako symbolu hiper-męskości i hiperseksualności pojawia się kilkakrotnie, lecz wyłącznie po to, by na jego tle triumfujący Chińczyk mógł zostać ukazany jako jeszcze bardziej męski<sup>43</sup>.

Ogromny entuzjazm, z jakim chińska publiczność przyjęła tę produkcję, z czasem zaczął budzić niepokój wśród decydentów. Pomimo wyraźnych oczekiwań, niemal gwarantowanych zysków oraz zaawansowanych planów, władze nie wyraziły zgody na realizację kontynuacji. W rezultacie *Wilk wojny 3* nie powstał, co można uznać za paradoksalny efekt sukcesu poprzednich części. Przyczyny tej decyzji nigdy nie zostały oficjalnie ujawnione, jednak można przypuszczać, że przesłanie filmu okazało się zbyt jednoznaczne i bezpośrednie. Niepokorny chiński superbohater *Wilka wojny* w ostatecznym rozrachunku bardziej przestraszył chińskich partyjnych dygnitarzy niż zachodnią publikę. W zamian militarna męskość zaczęła objawiać się w licznych filmach wojennych, najczęściej osadzonych w realiach wojny koreańskiej. Choć w wielu z tych produkcji wystąpił ten sam aktor, Wu Jing, struktura narracyjna była już wyraźnie inna, bardziej zbliżona do maoistowskich tradycji kina socrealistycznego. Zamiast indywidualistycznych bohaterów pojawiali się bohaterowie zbiorowi kierowani ideologicznym zapałem raczej niż chęcią osobistej zemsty.

## Konkluzje

Obrazy gloryfikujące muskularną męskość oraz przedstawienia bohaterów wojennych pozostają trwałym elementem współczesnej chińskiej kultury popularnej. Władze państwowe konsekwentnie dbają o ich regularną obecność na ekranach kin i telewizorów. Mimo to nie doprowadziło to do marginalizacji miękkich form ekspresji męskości, a wizerunki młodych mężczyzn określanymi jako "świeże mięsko" wciąż są obecne na chińskich ekranach. Dobitym tego przykładem jest najnowsza edycja noworocznej gali emitowanej przez Chińską Telewizję Państwową, uznawanej za najpopularniejszy program rozrywkowy na świecie, z widownią szacowaną na ponad miliard osób. To wielogodzinne widowisko, organizowane corocznie z okazji chińskiego Nowego Roku, stanowi wyjątkową chińską formę medialną, łączącą różnorodne konwencje – występy taneczne, akrobatyczne, kabaretowe, a także prezentacje osiągnięć technologicznych i gospodarczych kraju. W najnowszej

---

43. Liu, "Women and Children First".

odsłonie gali, inaugurującej Rok Konia, nie zabrakło obowiązkowego segmentu z udziałem żołnierzy wykonujących dynamiczne zsynchronizowane układy taneczne z karabinami szturmowymi oraz wojskowych chórów śpiewających podniosłe patriotyczne pieśni na tle zaawansowanego technologicznie uzbrojenia. Jednak zdecydowanie najczęściej pojawiali się androgeniczni celebryci z popularnych boysbandów. Choć pozbawieni tatuaży, kolczyków czy kolorowych fryzur, występowali w repertuarze poświęconym tematyce miłosnej na tle dynamicznych komputerowych animacji pełnych kwiatów, baniek mydlanych, różowych serduszek i pluszowych maskotek. Popularność tych estetyk wśród chińskiej publiczności okazuje się na tyle silna, że ich całkowita eliminacja wydaje się niemożliwa.

Wydaje się, że jedną z najważniejszych tradycji pośrednio wspierających miękkie formy ekspresji męskości jest przywiązanie do edukacji i egzaminów, które wciąż stanowią fundament chińskiego społeczeństwa. Choć cesarski system egzaminacyjny to już relikwyt odległej przeszłości, w sensie kulturotwórczym zastąpiło go *gaokao*, chiński egzamin maturalny. Podobnie jak *keju* czasach cesarskich, wynik *gaokao* decyduje o losie, statusie społecznym i jakości życia. W społeczeństwie zdominowanym przez rodziny z jednym dzieckiem niemal każdy aspekt życia aspirującego młodego człowieka jest podporządkowany przygotowaniu do tego kluczowego testu. Dlatego kult siły fizycznej i militarnej męskości skazany jest na bardzo ograniczony sukces. W Chinach wciąż najważniejsze pozostają osiągnięcia intelektualne, dobre stopnie na maturze i dyplom z renomowanej uczelni. Dopóki transformacji nie ulegną zarówno ten system, jak i mentalność rodziców, którą on współkształtuje, dopóty niewiele się zmieni. Tym bardziej że dyskusja dotycząca roli mężczyzn w kontekście kondycji narodu nie jest dla Chińczyków zjawiskiem nowym. Przeciwnie, stanowi jeden z trwałych i powracających motywów w historii chińskiej kultury<sup>44</sup>. Zmiany zarówno w sytuacji wewnętrznej, jak i w układzie sił międzynarodowych niezmiennie prowokowały debaty dotyczące roli, odpowiedzialności i kondycji chińskich mężczyzn jako kluczowych aktorów w budowaniu potęgi państwa. Problematyka ta pozostaje aktualna od co najmniej stulecia. Co istotne, dyskusje na temat wzorców hegemonicznej męskości w Chinach często przybierają bardziej otwarty i bezpośredni charakter niż ich odpowiedniki w kulturach zachodnich.

---

44. Louie, *Theorising Chinese Masculinity*; Louie, "Popular Culture and Masculinity Ideals in East Asia".

Z analizy chińskich debat na temat męskości z zewnętrznej perspektywy wyłania się cenny wgląd we współczesną kulturę i mentalność tego kraju. Spory te ujawniają istotne sprzeczności, a nawet przejawy hipokryzji, które wpływają zarówno na struktury społeczne, jak i funkcjonowanie instytucji władzy. Równocześnie pokazują różnorodne podejścia do męskości zależne od kontekstu kulturowego. Zagadnienia te skłaniają także do refleksji nad europejskimi wzorcami męskości, prowokując pytania o przemiany dominujących modeli męskości w ostatnich dekadach. Patrząc na Chiny, możemy zauważyć, jak współczesne rozumienie zachodnich ideałów męskości zostało zdominowane przez obrazy kreowane przez amerykańską kulturę popularną. Hollywoodzki model męskości z drugiej połowy XX wieku nie tylko wpływa na chińską kulturę, lecz także zdołał przyćmić wcześniejsze europejskie tradycje kulturowania męskości. Analiza chińskiego kultu mandaryna ujawnia jednak interesujące paralele z różnorodnymi wzorcami męskości obecnymi w Europie – od starożytnej Grecji, przez renesans i romantyzm, aż po epokę wiktoriańską – i przywołuje skojarzenia z takimi figurami kulturowymi Starego Kontynentu, jak człowiek renesansu, romantyczny buntownik czy angielski gentleman.

Azjatycka wersja miękkiej męskości coraz silniej wpływa też na gusty młodych ludzi w Europie, w tym w Polsce. Zjawisko to może pozostawać wciąż niezauważone przez osoby powyżej czterdziestego roku życia, jednak młodsze pokolenia chętnie adaptują różne trendy kulturowe z Korei Południowej, Japonii czy Tajwanu. Jak znaczący wpływ ideały męskości i mody z Azji wywierają na młodsze pokolenie Polaków, boleśnie przekonali się już ponad pięć lat temu twórcy i prezenterzy popularnego programu telewizji śniadaniowej *Dzień Dobry TVN*. Na początku 2020 roku, na wieść, że za najprzystojniejszego piosenkarza globu uznano Jungkooka z południowokoreańskiej grupy BTS, prowadzący program, Andrzej Sołtysik i Anna Kalczyńska, którym nazwa BTS ewidentnie nic nie mówiła, zaczęli otwarcie drzwi z tego wyboru, sugerując brak męskości piosenkarza i podważając wartość jego zwycięstwa. Fala oburzenia, która zalała polski internet po emisji programu, zaskoczyła zarówno twórców, jak i właścicieli stacji. Prowadzący w pośpiechu przeproszali za swój prześmiewczy i niedowierzający ton i wycofywali niestosowne żarty<sup>45</sup>.

Pod wpływem tych samych czynników co w Chinach, tzn. rozwoju ruchów feministycznych, ekspansji mediów społecznościowych, ekonomicznej i kulturowej emancypacji młodych kobiet oraz rosnącej akceptacji różnorodnych

---

45. Krzysztof Tragarz, "Kiedy ktoś coś zrobi z prowadzącymi z TVN? Ksenofobia, rasizm i ignorancja na śniadanie po raz kolejny", Noizz, 2020, <https://noizz.pl/opinie/dzien-dobry-tvn-rasistowsko-i-ignoranco-szydzi-z-jungkooka-z-bts/ettfksb>.

form ekspresji męskości, także w Stanach Zjednoczonych tradycyjny model hegemonicznej męskości wydaje się stopniowo ewoluować i ulegać “zmiękczeniu”. Choć postaci muskularnych, nieugiętych bohaterów nadal cieszą się popularnością w kulturze masowej, coraz większe uznanie zdobywają mężczyźni, którzy oferują bardziej subtelne i złożone wzorce męskości. Przykładami tego trendu są znani z amerykańskich produkcji aktorzy tacy jak Timothée Chalamet, który swoim chłopięcym wdziękiem przełamuje stereotyp macho, czy Keanu Reeves, postrzegany jako twardziel z filmów akcji, ale również jako symbol empatii, skromności i autentyczności.

Od wieków Chiny stanowiły dla Europejczyków swoiste zwierciadło, w którym mogli oni dostrzec i lepiej zrozumieć własną kulturę. Kontrast z chińską odmiennością pozwalał na głębsze uświadomienie sobie procesów zachodzących na Zachodzie. Wydaje się, że ta funkcja Chin jako poznawczego lustra nie straciła na aktualności. Warto zatem uważnie analizować ożywione debaty na temat męskości toczone w Chinach, gdyż w jednym z najludniejszych krajów świata oraz drugiej największej gospodarce globu zachodzą obecnie istotne i niejednokrotnie zaskakujące przemiany. Refleksja nad tymi zmianami pozwala lepiej zrozumieć również ewolucję wzorców męskości na Zachodzie.

## Bibliografia

- Berry, Chris. “*Wolf Warrior 2: Imagining the Chinese Century*”. *Film Quarterly* 72, nr 2 (1 grudnia 2018), 38–44. <https://doi.org/10.1525/fq.2018.72.2.38>.
- Burdzik, Tomasz. “Hentai – Erotyka z mangi i anime”. SSRN Scholarly Paper. Rochester, NY: Social Science Research Network, 2014. <https://papers.ssrn.com/abstract=2578730>.
- Clifford, Sarah J, Scott N. Romaniuk. “*Wolf Warrior II (战狼2)* and the Manipulation of Chinese Nationalism”. W: *The Palgrave Encyclopedia of Global Security Studies*, red. Scott N. Romaniuk, Péter N. Marton, 1553–1557. Cham: Springer International Publishing, 2023. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-74319-6\\_657](https://doi.org/10.1007/978-3-319-74319-6_657).
- Connell, Raewyn. *Masculinities*. London and New York: Routledge, 2005.
- Góralczyk, Bogdan. *Wielki renesans: Chińska transformacja i jej konsekwencje*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie DIALOG, 2018.
- Guan, Tianru, Tingting Hu. “Re-Narrating Non-Intervention Policy in China’s Military-Action Genre Films”. *Journal of Contemporary China* 30, nr 131 (3 września 2021), 841–854. <https://doi.org/10.1080/10670564.2021.1884963>.

- Hird, Derek. "Masculinities in China". W: *Routledge Handbook of East Asian Gender Studies*, red. Jieyu Liu, Junko Yamashita, 350–366. Abingdon: Routledge, 2019.
- Hu, Tingting, Liang Ge, Ziyao Chen, Xu Xia. "Masculinity in Crisis? Reticent / Han-Xu Politics against Danmei and Male Effeminacy". *International Journal of Cultural Studies* 26, nr 3 (1 maja 2023), 274–292. <https://doi.org/10.1177/13678779231159424>.
- Kluczyńska, Urszula. "Teoria męskości hegemonicznej". W: *Socjologia męskości: Teorie w badaniach*, red. Urszula Kluczyńska, Anna M. Kłonkowska, 33–48. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2024. <https://doi.org/10.18778/8331-393-1>.
- Liu, Petrus. "Women and Children First—Jingoism, Ambivalence, and Crisis of Masculinity in *Wolf Warrior II*". W: "*Wolf Warrior II: The Rise of China and Gender/Sexual Politics*", red. *Petrus Liu, Lisa Rofel*, MCLC Resource Center, 1 lutego 2018, <https://u.osu.edu/mclc/online-series/liu-rofel/>.
- Louie, Kam. "Ideal Chinese Masculinity Prior to 'Wen-wu': Some Thoughts on the 'Caizi' Jia Baoyu". *Journal of the Society for Asian Humanities* 53 (styczeń 2022), 71–93. <https://doi.org/10.3316/informit.942915842491867>.
- Louie, Kam. "Popular Culture and Masculinity Ideals in East Asia, with Special Reference to China". *The Journal of Asian Studies* 71, nr 4 (listopad 2012), 929–943. <https://doi.org/10.1017/S0021911812001234>.
- Louie, Kam. "The Niangpao (Effeminate Men) Controversy in China: How To Be a Real Man in the Family, School and Society". *Women's Studies International Forum* 102 (styczeń 2024), 102861. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2023.102861>.
- Louie, Kam. *Theorising Chinese Masculinity: Society and Gender in China*. Cambridge: Cambridge University Press, 2002.
- Nguyen, Tân Hoàng. *A View from the Bottom: Asian American Masculinity and Sexual Representation*. Durham: Duke University Press, 2014.
- Shimizu, Celine. *Straitjacket Sexualities: Unbinding Asian American Manhoods in the Movies*. Stanford: Stanford University Press, 2012.
- Shimizu, Celine. *The Hypersexuality of Race: Performing Asian/American Women on Screen and Scene*. Durham: Duke University Press, 2007.
- Skoczylas, Łukasz. "Hegemoniczna męskość i dywidenda patriarchatu. O społecznej teorii płci kulturowej Raewyn Connell". *Refleksje. Pismo Naukowe Studentów i Doktorantów WNPiD UAM* 4 (31 października 2018), 11–18. <https://doi.org/10.14746/r.2011.4.01>.
- Song, Geng. "'Little Fresh Meat': The Politics of Sissiness and Sissyphobia in Contemporary China". *Men and Masculinities* 25, nr 1 (1 kwietnia 2022), 68–86. <https://doi.org/10.1177/1097184X211014939>.

- Song, Geng, Ran Xi. "Negotiating Hegemonic Masculinity in Postsocialist China: Grassroots Male Images in Cyberspace". W: *Routledge Handbook of Chinese Gender & Sexuality*. Abingdon: Routledge, 2024.
- Spence, Jonathan D. *The Chan's Great Continent: China in Western Minds*. New York: W. W. Norton & Company, 1999.
- Teo, Stephen. "The Chinese Film Market and the *Wolf Warrior 2* Phenomenon". *Screen* 60, nr 2 (1 czerwca 2019), 322–331. <https://doi.org/10.1093/screen/hjz017>.
- Tragarz, Krzysztof. "Kiedy ktoś coś zrobi z prowadzącymi z TVN? Ksenofobia, rasizm i ignorancja na śniadanie po raz kolejny". Noizz, 2020. <https://noizz.pl/opinie/dzien-dobry-tvn-rasistowsko-i-ignoranco-szydzi-z-jungkooka-z-bts/ettfksb>.
- Udochi, Aisha Chioma. "*Wolf Warrior II*: 'China's Great Restoration'". W: "*Wolf Warrior II: The Rise of China and Gender/Sexual Politics*", red. *Petrus Liu, Lisa Rofel*, MCLC Resource Center, 1 lutego 2018, <https://u.osu.edu/mclc/online-series/liu-rofel/>.
- Wilk Wojny 2 / Wolf Warrior 2 / Zhànláng 2 / 战狼 2*, reż. Wu Jing. Beijing Dengfeng International Culture Communications Company, Spring Era Films Co., Jetsen Cultural Industry Group, Chiny, 2017.
- Williams, Bryn. "Chinese Masculinities and Material Culture". *Historical Archaeology* 42, nr 3 (wrzesień 2008), 53–67. <https://doi.org/10.1007/BF03377099>.
- Xian, Roxanne Tan Yu. "The Manufacture of Militarized Masculinity in Chinese series *You Are My Hero* (2021)". *Media, Culture & Society*, 29 kwietnia 2023. <https://doi.org/10.1177/01634437231172307>.
- Yang, Ling, Xu Yanrui. "Chinese Danmei Fandom and Cultural Globalization from Below". W: *Boys' Love, Cosplay, and Androgynous Idols: Queer Fan Cultures in Mainland China, Hong Kong, and Taiwan*, red. Maud Lavin, Ling Yang, Jing Jamie Zhao. Hong Kong: Hong Kong University Press, 2017. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1rfzz65.6>.
- Yang, Ling, Xu Yanrui. "'Opening the Door to a New World': Danmei and the Gender Revolution in China". W: *Routledge Handbook of Chinese Gender & Sexuality*, 225–240. Abingdon: Routledge, 2024. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003273943-18/opening-door-new-world-ling-yang-yanrui-xu>.
- Yi, Erika Junhui. "Reflection on Chinese Boys' Love Fans: An Insider's View". *Transformative Works and Cultures* 12 (15 marca 2013). <https://doi.org/10.3983/twc.2013.0424>.
- Yu, Chao. "An Analysis of the Box Office Success of *Wolf Warrior 2* (2017)". W: *Development of the Global Film Industry: Industrial Competition and Cooperation in the Context of Globalization*, red. Qiao Li, Yanqiu Guan, Hong Lu, 186–194. Abingdon: Routledge, 2021.

Yu, Yating, Hongsheng Sui. "The Anxiety over Soft Masculinity: A Critical Discourse Analysis of the 'Prevention of Feminisation of Male Teenagers' Debate in the Chinese-Language News Media". *Feminist Media Studies* 23, nr 5 (4 lipca 2023), 2188–2201. <https://doi.org/10.1080/14680777.2022.2046124>.