

Mateusz Malarczyk¹
Uniwersytet Warszawski
ORCID ID: 0000-0002-4202-0830
e-mail: matimalarczyk@gmail.com

Dysproporcje w reprezentacji kobiet i mężczyzn w środkach masowego przekazu na podstawie badań Stowarzyszenia Kongresu Kobiet

ABSTRAKT

Media masowe są we współczesnych społeczeństwach elementami systemu władzy. Pełnią rolę nie tylko rozrywkową, informacyjną czy reklamową, ale także są odpowiedzialne za podtrzymywanie systemu społecznego. Nie są one społecznie wyizolowane, z jednej strony są zwierciadłem odbijającym normy i wartości funkcjonujące w danym społeczeństwie, z drugiej zaś strony konstruują i propagują pewne zachowania oraz kulturowe wzorce, a co za tym idzie wpływają na świadomość swoich odbiorców. Media i społeczeństwo wzajemnie na siebie oddziałują. Celem artykułu jest ilościowa analiza partycypacji kobiet w przekazach medialnych mających charakter informacyjny. Przedstawiona zostanie dysproporcja w reprezentacji kobiet i mężczyzn w środkach masowego przekazu (telewizja, radio, prasa) z uwzględnieniem ról, w jakich występowały: prowadzący/prowadzące, redaktorzy/redaktorki, eksperci/ekspertki, goście/gościnnie, przypadkowi rozmówcy/ przypadkowe rozmówczynie. Dane empiryczne, do których odwołuje się tekst, są efektem zrealizowanych badań w ramach projektu Watchdog Kongresu Kobiet w okresie od listopada 2016 roku do czerwca 2017 roku.

SŁOWA KLUCZOWE: kobiety, media, przekaz medialny, kobiety w mediach, polityka równości

Europejska polityka równości

Jednym z najważniejszych priorytetów w dziedzinie polityki społecznej w ramach polityki europejskiej, a co za tym idzie także Polski, jest równość płci, a więc polityka równego traktowania kobiet i mężczyzn. Polityka równości płci dotyczy między innymi aktywności kobiet w przestrzeni publicznej, politycznej i medialnej. Obecność w sferze publicznej może być postrzegana w wielu

¹ Data złożenia tekstu do Redakcji „MiS”: 09.12.2018 r.; data zatwierdzenia tekstu do druku: 11.07.2019 r.

wymiarach. Termin ten uwzględnia szczególnie aktywność kobiet w systemach komunikacji politycznej i medialnej. Sfera polityczna i medialna wzajemnie się przenikają i na siebie oddziałują, a w związku z tym budowa mocnego statusu kobiet w sferze publicznej jest aktem politycznym. Celem artykułu jest ilościowa analiza partycypacji kobiet w przekazach medialnych mających charakter informacyjny. Przedstawiona zostanie dysproporcja w reprezentacji kobiet i mężczyzn w środkach masowego przekazu (telewizja, radio, prasa) z uwzględnieniem ról, w jakich występowali: prowadzący/prowadzące serwisy informacyjne, programy publicystyczne i audycje radiowe, redaktorzy/redaktorki przygotowujący materiały telewizyjne i prasowe, eksperci/ekspertki wypowiadający się w mediach, goście/goście programów telewizyjnych i audycji radiowych oraz przypadkowi rozmówcy/przypadkowe rozmówczynie. Konwencja Praw Człowieka stanowi podstawę systemu ochrony praw człowieka na poziomie europejskim². W dokumencie za pierwsze niedopuszczalne kryterium dyskryminacji została uznana płeć. Innym aktem prawnym propagującym równouprawnienie w mediach jest rezolucja Konferencji Ministrów Rady Europy odpowiedzialnych za sprawy równości między kobietami i mężczyznami z 24-25 maja 2010 roku³. Wzywa ona m.in. mężczyzn do zwalczania stereotypów dotyczących płci we wszystkich sferach życia. Jednym ze środków do tego przeznaczonych jest niestereotypowe przedstawianie kobiet i mężczyzn w życiu publicznym. Dokument zaleca promowanie zrównoważonej obecności kobiet i mężczyzn na stanowiskach decyzyjnych w mediach, a także wspieranie szkoleń i warsztatów mających na celu zwiększenie świadomości studentów dziennikarstwa w kwestii języka dotyczącego płci. Zalecenie Komitetu Ministrów nr 7 z 2011 roku dla państw członkowskich⁴ rekomenduje przyjęcie nowego, inkluzywnego pojęcia mediów, obejmującego wszystkich uczestników procesu produkcji i rozpowszechniania treści dla potencjalnie dużych grup wraz z narzędziami, które umożliwiają interaktywną komunikację poprzez media społecznościowe. W dokumencie dodatkowo zwraca się uwagę na odpowiedzialność mediów wyrażającą się w przeciwdziałaniu dyskryminacji i stereotypom oraz promowaniu równości płci. Autorzy przekazów są wzywani do odpowiedniego sposobu relacjonowania kwestii kobiecych oraz do zapewniania

² Europejski Trybunał Praw Człowieka Council of Europe., Europejska Konwencja Praw Człowieka, po nowelizacji przez Protokół nr 11 i 14 z Protokołem nr 1 oraz Protokołami nr 4, 6, 7, 12 i 13, <https://bip.ms.gov.pl/pl/prawa-czlowieka/europejski-trybunal-praw-czlowieka/tekst-europejskiej-konwencji-praw-czlowieka-i-podstawowych-wolnosc-i-wraz-z-protokolami-dodatkowymi> (15.11.2018).

³ Rezolucja „Zmniejszanie rozdzwieku pomiędzy równością de iure i de facto dla osiągnięcia prawdziwej równości płci” Ministrów Państw uczestniczących w 7. Konferencji Ministrów Rady Europy odpowiedzialnych za sprawy równości pomiędzy kobietami i mężczyznami, Baku 24-25 maja 2010 r., [w:] *Rada Europy. Równość praw kobiet i mężczyzn w wybranych dokumentach*, Rada Europy, Warszawa 2010.

⁴ Zalecenie CM/Rec(2011)7 Komitetu Ministrów Rady Europy dla państw członkowskich w sprawie nowego pojęcia mediów, <http://www.kkrit.gov.pl/regulacje-prawne/rada-europy> (15.11.2018).

obecności kobiet w procesie tworzenia, redagowania i dystrybucji informacji. Ponadto dokument podkreśla, że język mediów powinien być wolny od mizoginii i seksizmu. Innym dokumentem Rady Europy jest zalecenie Komitetu Ministrów dla państw członkowskich z 10 lipca 2013 roku⁵. W treści podkreślono, że wolność redakcyjna i równość płci są ze sobą związane, a same media mogą wzmacniać lub hamować zmiany strukturalne zgodne z zasadą równości płci. Zalecenie zwraca uwagę, że media często odzwierciedlają społeczne nierówności, w tym nierówności płci. Symptomaticznie tego jest m.in. niski udział kobiet we własności mediów czy tworzeniu przekazów informacyjnych. Dokument dostrzega zbyt rzadką obecność kobiet w mediach w roli ekspertek czy brak kobiecych opinii w środkach masowego przekazu.

Wpływ i rola mediów

Jedną z podstawowych funkcji mediów jest dostarczanie informacji. Zadanie to powinno polegać na przedstawianiu pełnego i złożonego obrazu rzeczywistości. Funkcja informacyjna jest, zdaniem Haralda Lasswella, nieoddzielnie złączona z funkcją korelacji i transmisji kultury⁶. Dorota Piontek dostrzega, że czynnikiem służącym do konstruowania pewnych ram poznawczych są właśnie media. Sposób interpretowania i komentowania pewnych tematów wpływa na rozumienie rzeczywistości przez jednostkę – odbiorcę mediów⁷. Przekaz informacyjny wpływa na konstruowanie własnego ‘ja’ jednostki oraz na sposób percepcji otaczającego ją świata społecznego. Zdaniem Alfreda Bandury można mówić o procesie modelowania osobowości poprzez media. Efektem tego procesu jest zapamiętanie zachowań medialnych oraz ich naśladowanie. W tekście *Nowy wspaniały świat* Aldous Huxley pisze o hipnopedii jako technice polegającej na wielokrotnym odtwarzaniu danej treści, skutkiem czego ma być ukształtowanie osobowości⁸.

Media jako jeden z głównych uczestników i kanałów w dyskursie publicznym mają moc pozycjonowania pewnych tematów i zjawisk w debacie społecznej. Dzięki temu to właśnie redakcje decydują o tym, które wątki i osoby przedstawiać opinii publicznej, a które marginalizować czy pomijać. Dotyczy to wszystkich rodzajów mediów niezależnie od tematyki, jaką się zajmują.

⁵ Zalecenie CM/Rec (2013)1 Komitetu Ministrów dla państw członkowskich w sprawie równości płci i mediów, <http://www.krrit.gov.pl/regulacje-prawne/rada-europy> (15.11.2018).

⁶ H. Lasswell, *The Analysis of Political Behaviour: An Empirical Approach*, Kegan, Trench, Trudner, Co., London 1948.

⁷ D. Piontek, *Kobiety w programach informacyjnych*, „Przegląd Politologiczny”, Poznań 2011, nr 2, s. 121.

⁸ Za: W. Furmanek, *Wielki wspaniały świat i smutna codzienność – polska młodzież w dobie społeczeństwa informacyjnego*, [w:] W. Furmanek (red.), *Młodzież w wirtualnej rzeczywistości i realnym świecie*. Materiały z polsko-niemieckiej konferencji naukowej zorganizowanej przez Wyższą Informatyczną Szkołę Zawodową w Gorzowie Wielkopolskim – 15 października 2004 r., WISZ, Gorzów Wielkopolski 2004, s.14.

Kurt Lewin wprowadził model topologiczny, z którym wiąże się kategoria selekcji informacji wprowadzająca funkcję gatekeeperów, a więc jednostek decydujących w kwestii przepływu informacji do opinii publicznej. W komunikowaniu masowym rolę tę wykonują redaktorzy naczelni, wydawcy, producenci, właściciele mediów, ale mogą ją pełnić także indywidualni dziennikarze podejmujący pewne decyzje odnośnie do materiału, który realizują. Przypadek programów informacyjnych charakteryzuje się pewną specyfiką w tym względzie, otóż głównym gatekeeperem jest tutaj wydawca⁹. Na koniec procesu selekcji informacji mamy do czynienia z powstaniem pewnego obrazu rzeczywistości społecznej, a co za tym idzie także z nadaniem znaczeń. Media masowe mogą być dla jednostek nie tylko źródłem przekazu informacyjnego, ale także nośnikami wartości, norm, reguł i wzorów zachowania, które społecznie i kulturowo są przypisane męskości i kobiecości, a co za tym idzie konstruują one wzajemne relacje pomiędzy kobietami a mężczyznami¹⁰.

Zgodnie z teorią ról społecznych autorstwa Alice Eagly stereotypy dotyczące kobiecości i męskości w pewnym stopniu są konstruowane dzięki obserwacji jednostek pełniących swoje role społeczne¹¹. Media pełnią rolę w tworzeniu i umacnianiu norm społecznych, będąc tym samym jedną z tych części świata społecznego, która wpływa na sferę publiczną i prywatną. Mogą z jednej strony wzmacniać społeczne stereotypy związane z płcią, a przez to wpływać na aktywność kobiet w sferze publicznej, z drugiej zaś strony są odzwierciedleniem norm i wartości funkcjonujących w danym społeczeństwie.

W swojej historii media były niejako narzędziem konstruowania i rozpowszechniania postaw kobiecości i męskości zależnych od zmieniającej się sytuacji społecznej i kulturowej¹². Przykładem mogą być państwa całego byłego bloku socjalistycznego, w których konstruowano obraz kobiety charakteryzującej się tężyzną fizyczną, pewnością siebie, aseksualnej i wyemancypowanej, jaką miała być kobieta-rolniczka czy też kobieta-robotnica. Z kolei wydarzenia II wojny światowej były w Stanach Zjednoczonych okresem kampanii medialnych mających przekonać kobiety do wejścia w męski świat pracy w przemyśle zbrojeniowym. Po zakończeniu działań wojennych i ten przekaz uległ zmianie, kobiety wypełniwszy swoje zadanie oraz rolę, były poprzez treści medialne nakłanianie do powrotu do swoich starych ról – opiekuńczej matki i żony zajmującej się domem¹³.

⁹ D. Piontek, *Kobiety w ...*, op. cit., s. 122.

¹⁰ D. Pankowska, *Wychowanie a role płciowe*, GPW, Gdańsk 2005, s. 82.

¹¹ K. Deaux, M. Kite, *Stereotypy płci*, [w:] *Kobiety i mężczyźni: odmienne spojrzenia*, B. Wojciszke (red.), GWP, Gdańsk 2002, s. 354-376.

¹² M. Bogucka, *Gorsza płeć*, Wydawnictwo Trio, Warszawa 2006, s. 279.

¹³ R. Siemieńska (red.), *Portrety kobiet i mężczyzn w środkach masowego przekazu oraz podręcznikach szkolnych*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 1997, s. 17.

Metodologia

Materiał empiryczny, do którego odnoszę się w niniejszym tekście, zebrałem wspólnie z Eweliną Jabkiewicz i Agatą Siedlaczek w projekcie badawczym Watchdog Kongresu Kobiet w okresie od listopada 2016 do czerwca 2017¹⁴. W artykule odwołuję się do ilościowej części badań poświęconej obecności kobiet w mediach (telewizja, radio, prasa) szczególnie w serwisach informacyjnych i programach publicystycznych oraz tygodnikach opinii.

Do analizy partycypacji kobiet w wybranych polskich mediach wykorzystano metodę ilościową. Obecność kobiet rozumieliśmy na dwa sposoby: partycypacja aktywna – kobiety w roli kreaterek materiałów oraz partycypacja pasywna – kobiety jako bohaterki danych przekazów. W przypadku partycypacji aktywnej badaliśmy udział kobiet-nadawczyń przekazów, a więc reporterek, prowadzących programy informacyjne, publicystyczne, autorek materiałów prasowych. W przypadku partycypacji biernej kobiety występowały w roli rozmówczyń, ekspertek i gości analizowanych programów i materiałów prasowych.

Analizie poddano wieczorne wydania serwisów informacyjnych emitowanych w tym okresie przez TVP1 (*Wiadomości*, godz. 19:30) i telewizje komercyjne: TVN (*Fakty*, godz. 19:00) oraz Polsat (*Wydarzenia*, godz. 18:50). Dodatkowo w skład analizy materiałów telewizyjnych weszły programy publicystyczne emitowane zaraz po serwisach informacyjnych: *Minęła 20* w TVP 1, *Fakty po Faktach* emitowane przez TVN oraz *Gość wydarzeń* Polsatu. W skład analizowanych audycji radiowych wchodziły: program Radia Zet *Gość Radia Zet* (godz. 8:02), *Sygnaly Dnia* Programu Pierwszego Polskiego Radia (między godz. 7:00 a 8:00) oraz *Poranna rozmowa* w RMF24 (godz. 8:02). W przypadku programów telewizyjnych i audycji radiowych monitorowano:

- liczbę prowadzących program ze względu na płeć,
- skład redakcji – osób tworzących dany program, ze względu na płeć,
- osoby występujące w roli eksperta/ekspertki oraz przypadkowego gościa/przypadkowej gościni w programie i reportażu,
- osoby zapraszane do programu jako rozmówca/rozmówczyni.

W przypadku telewizji i radia zastosowano tzw. metodę sztucznego tygodnia polegającą na tym, że w każdym tygodniu monitorowane były kolejne dni tygodnia (w jednym tygodniu programy i audycje poniedziałkowe, w kolejnym wtorkowe, w następnym programy i audycje z środy itd.).

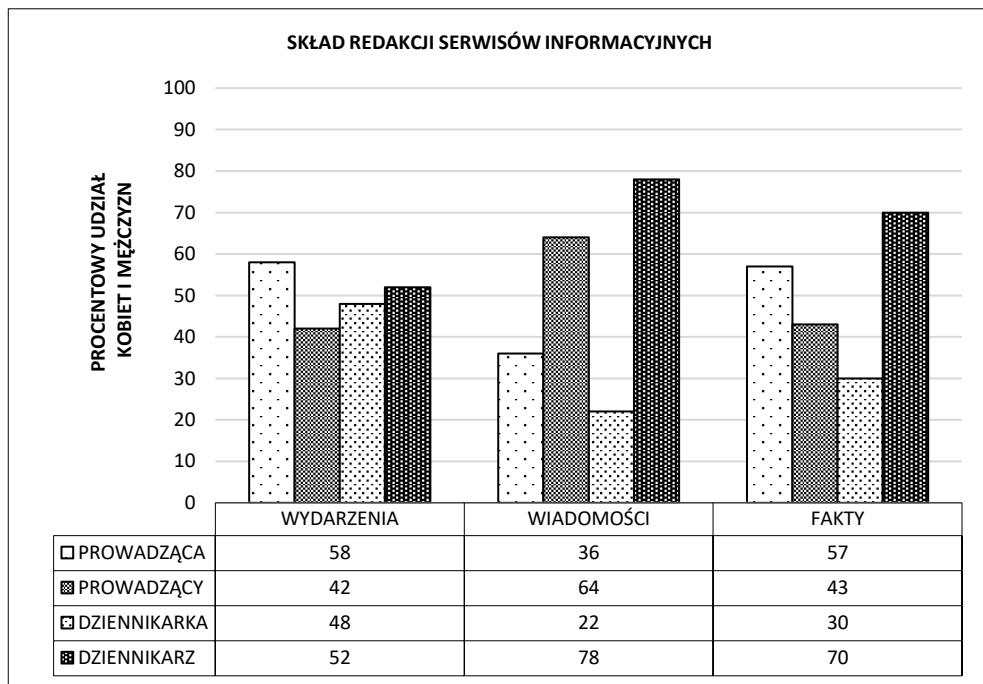
¹⁴ Watchdog Kongresu Kobiet miał na celu monitoring polityki, mediów i reformy edukacji. Badania dotyczące mediów realizowałem wspólnie z Eweliną Jabkiewicz i Agatą Siedlaczek. Opiekę merytoryczną sprawowała dr hab. Magdalena Środa, prof. UW. Na podstawie zebranych w trakcie projektu danych powstał *Raport z monitoringu polityki, mediów i reformy edukacji*. Byłem autorem części dotyczącej monitoringu mediów. Raport jest dostępny na stronie Kongresu Kobiet: https://www.kongreskobiet.pl/Content/uploaded/files/raport_media.pdf (25.11.2018).

Na potrzeby raportu przeanalizowano również tygodniki „wSieci”, „Gość Niedzielny”, „Polityka” oraz „Newsweek”. W prasie monitorowano głównie liczbę autorek i autorów artykułów, reportaży, felietonów oraz wywiadów, a także tematykę poruszanych przez nie tematów. W przypadku prasy monitoringowi poddano wszystkie numery ukazujące się w trakcie trwania projektu badawczego.

Wyniki badań

Dane na wykresie 1 pokazują procentowy udział kobiet i mężczyzn tworzących redakcje serwisów informacyjnych z podziałem na prowadzących i dziennikarzy. Na podstawie danych można wywnioskować, że najbardziej parytetowe pod względem płci były *Wydarzenia* Polsatu, które w 58% prowadzone były przez kobiety, a w 42% przez mężczyzn. Różnica pomiędzy materiałami przygotowywanymi przez mężczyzn, a tymi, których autorkami były kobiety, nie była duża (52% do 42%). Największe dysproporcje miały natomiast miejsce w *Wiadomościach* TVP, które zarówno jeśli chodzi o prowadzących, jak i tworzących materiały, są zmaskulinizowane. Kobiety prowadziły 36% wieczornych wydań *Wiadomości*, podczas gdy mężczyźni 64%. Jeszcze większa różnica jest widoczna, jeśli spojrzymy na to, kto przygotowywał materiały do serwisów informacyjnych telewizji publicznej – w 78% byli to mężczyźni, a w 22% kobiety. Z kolei o ile *Fakty* TVN w kategorii prowadzących są na podobnym poziomie ‘równości płci’ z *Wydarzeniami* (57% kobiet do 43% mężczyzn), o tyle jeśli już chodzi o osoby przygotowujące materiały do serwisu bliżej im do zmaskulinizowanych *Wiadomości* (30% kobiet do 70% mężczyzn).

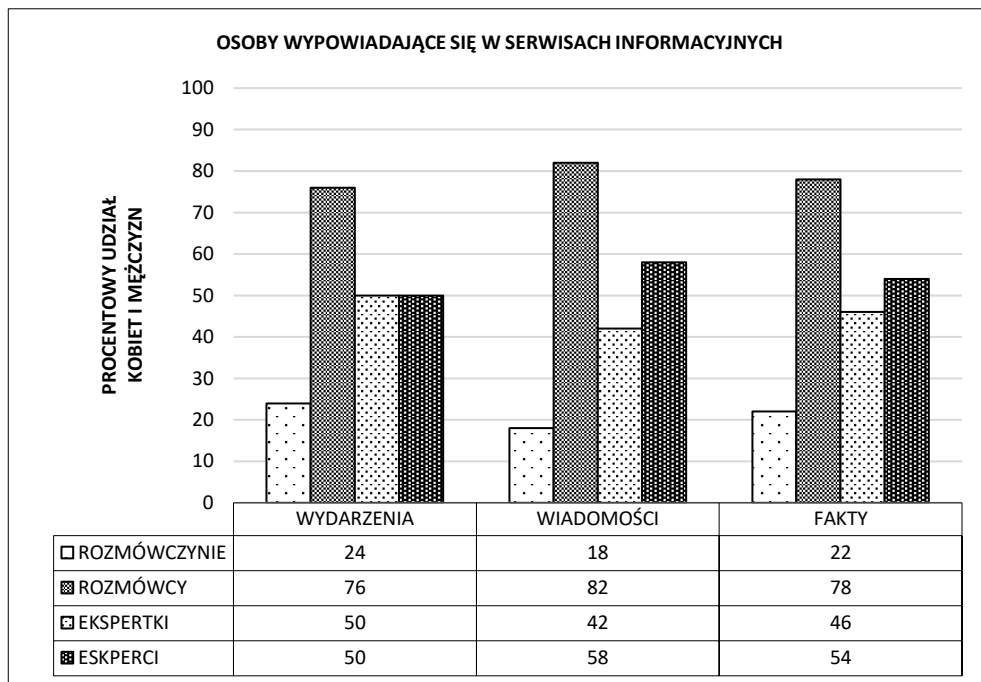
Wykres 1. Redakcja telewizyjnych serwisów informacyjnych



Źródło: N. Broniarczyk, A. Czarnacka, M. Malarczyk, M. Raczyński, E. Stoecker, *Raport z monitoringu polityki, mediów i reformy edukacji*, Stowarzyszenie Kongres Kobiet, Warszawa 2017.

Dane na wykresie 2 dotyczą udziału kobiet i mężczyzn w tzw. 'setkach' (tj. krótkich wypowiedziach/komentarzach) z podziałem na rolę, w jakiej się wypowiadali. O ile w przypadku kategorii „eksperci/ekspertki” można mówić o pewnym zachowaniu proporcji płci (*Wydarzenia* 50% do 50%, *Wiadomości* 42% ekspertek do 58% ekspertów, *Fakty* 46% ekspertek do 54% ekspertów), o tyle jeśli chodzi o pozostałe osoby, mamy tutaj do czynienia z dużą dysproporcją. Najmniejszy udział kobiet jako zwykłych rozmówczyń był w *Wiadomościach* i wynosił on 18% w stosunku do 82% mężczyzn. W pozostałych serwisach te różnice były zbliżone: w *Wydarzeniach* 24% rozmówczyń do 76% rozmówców, natomiast w *Faktach* udział rozmówczyń w 'setkach' wynosił 22% w stosunku do 78% rozmówców.

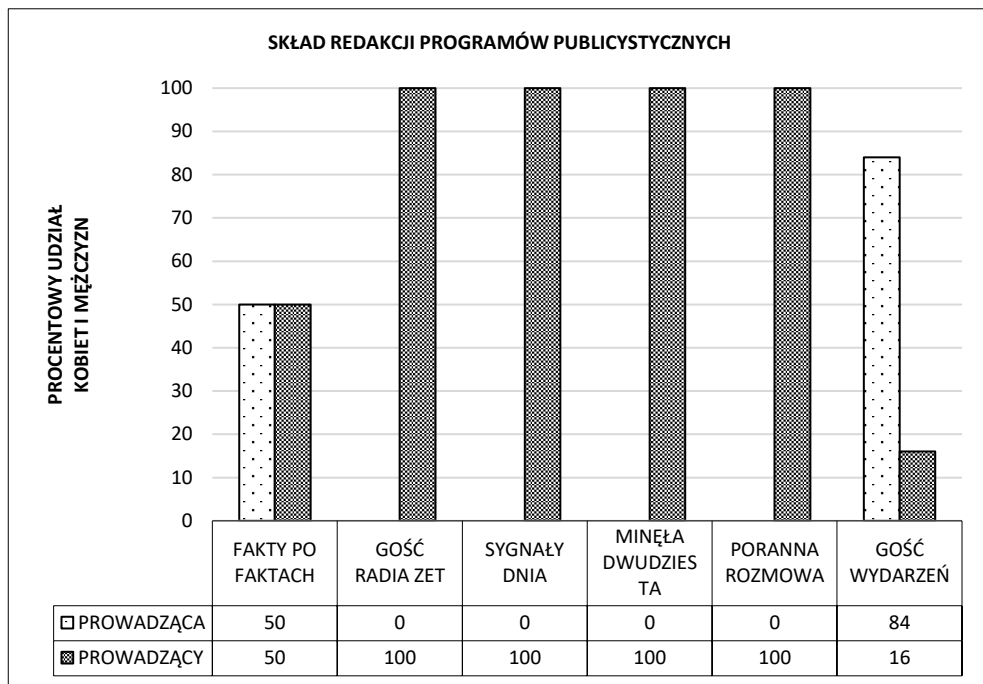
Wykres 2. Osoby wypowiadające się w serwisach informacyjnych



Źródło: N. Broniarczyk, A. Czarnacka, M. Malarczyk, M. Raczyński, E. Stoecker, *Raport z monitoringu polityki, mediów i reformy edukacji*, Stowarzyszenie Kongres Kobiet, Warszawa 2017.

Na wykresie 3 zilustrowane zostały składy redakcji programów publicystycznych. Jako fenomen na tle innych trzeba traktować *Gościa Wydarzeń* (Polsat), który w 84% prowadzony był przez kobietę, a jedynie w 16% przez mężczyznę. Politykę „równości płci” zauważyć można w *Faktach po Faktach* (TVN), w których została zachowana idealna proporcja prowadzących ze względu na płeć. W przypadku programu transmitowanego przez telewizję publiczną (*Minęła dwudziesta*) oraz radiowych programów publicystycznych 100% z nich prowadzonych było przez mężczyzn. Warto zauważyć, że stałym prowadzącym audycję *Gość Radia Zet* jest Konrad Piasecki, gospodarzami *Sygnatów Dnia* byli Wojciech Dąbrowski i Piotr Gociek, program *Minęła dwudziesta* prowadził Adrian Klarenbach i Michał Rachoń, natomiast *Poranną rozmowę* Robert Mazurek. Jak pokazuje wykres, w przeciwieństwie do serwisów informacyjnych programy publicystyczne objęte analizą pokazały, że są one w dużo większym stopniu zmaskulinizowane.

Wykres 3. Skład redakcji programów publicystycznych

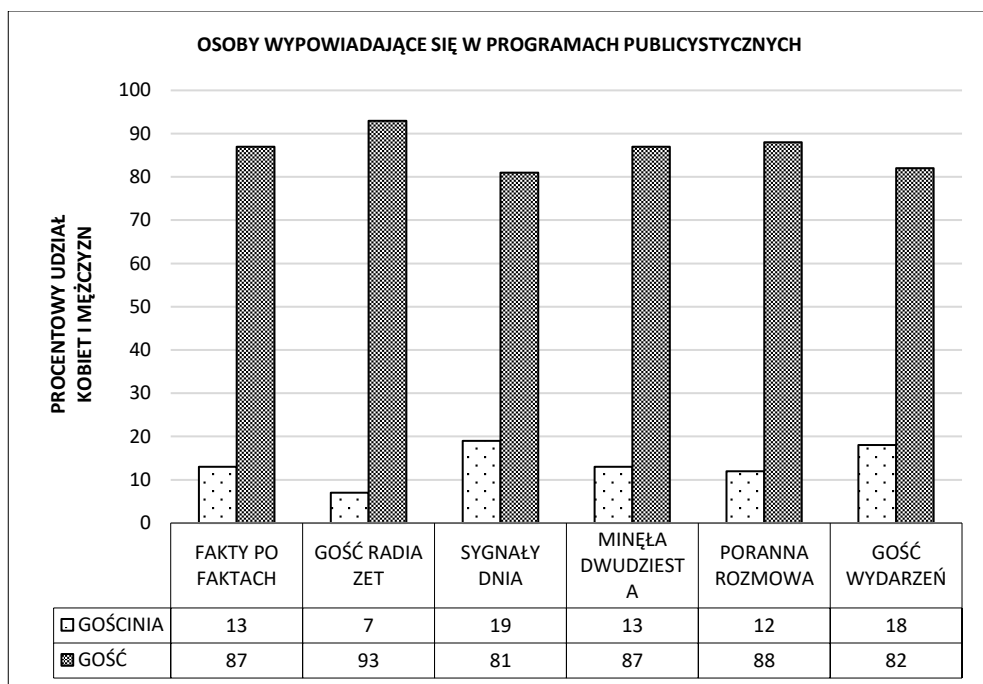


Źródło: N. Broniarczyk, A. Czarnacka, M. Malarczyk, M. Raczyński, E. Stoecker, *Raport z monitoringu polityki, mediów i reformy edukacji*, Stowarzyszenie Kongres Kobiet, Warszawa 2017.

Na wykresie numer 4 zaprezentowano procentowy udział kobiet i mężczyzn występujących w roli gościa w programach publicystycznych. O ile biorąc pod uwagę kategorię osób prowadzących program można mówić o pewnym zróżnicowaniu (*Fakty po Faktach*, *Gość Wydarzeń* vs. reszta programów), o tyle biorąc pod uwagę kto był zapraszany do studia programów publicystycznych, obraz ten wydaje się coraz bardziej „męski”. Wszystkie analizowane programy publicystyczne pod tym względem okazały się światem męskiej dominacji, w których to mężczyźni występowali w roli ekspertów, komentatorów, polityków itp. Najbardziej zmaskulinizowanym programem okazał się w tym obszarze *Gość Radia Zet*, w którym mężczyźni stanowili 93% wszystkich zaproszonych gości w badanym okresie. Z badań jakościowych zrealizowanych przez Instytut Stosunków Międzynarodowych na podstawie wywiadów pogłębionych z dziennikarzami i wydawcami takich stacji jak: TVP, Polsat, TVN, TV Biznes wynikało, że przekonanie o przypisaniu niektórych obszarów wiedzy do męskiego świata jest ciągle żywe. Wyniki badań pokazały również, że kobiety występujące w roli ekspertek są częściej lepiej przygotowane, bardziej analityczne, nie szukające punktów spornych, ale wspólnych i nastawione na szczegóły, a nie rozmowę

o dużym stopniu ogólności czy abstrakcyjności. Ponadto zachowują większy dystans niż mężczyźni, są „bardziej praktyczne” i zwracające uwagę na codzienne życie. Respondenci byli zdania, że obecność kobiet jako ekspertek wpływa na lepszą, łagodniejszą atmosferę wśród mężczyzn biorących udział w programie. Mężczyźni pragnący wyrzucić pozytywne wrażenie na swoich interlokutorkach w dużo mniejszym stopniu są względem siebie złośliwi, agresywni i nastawieni na spór¹⁵.

Wykres 4. Osoby wypowiadające się w programach publicystycznych

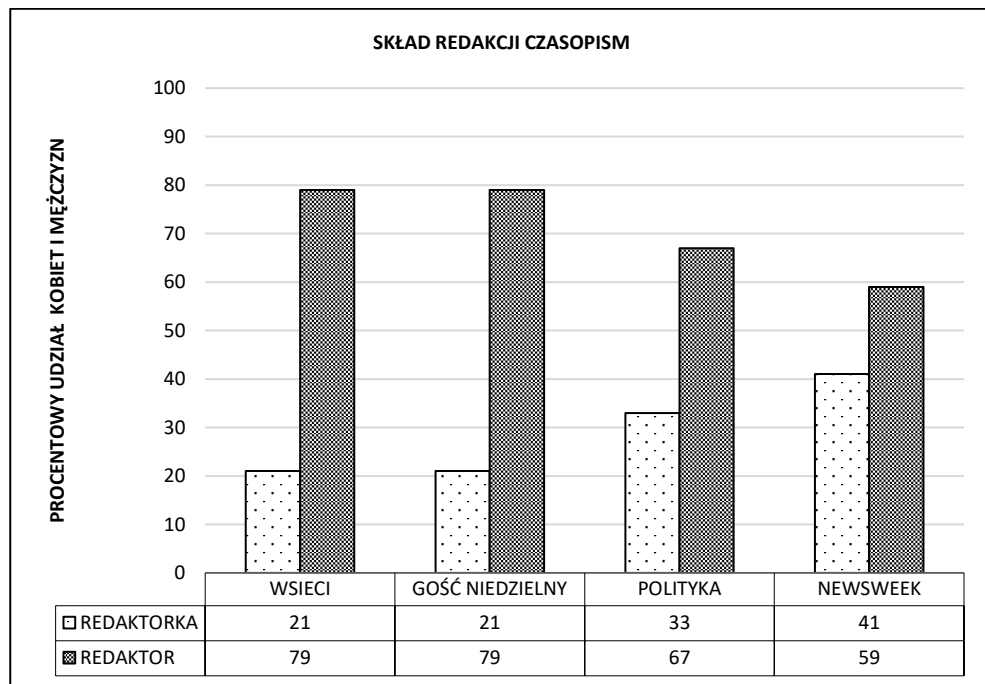


Źródło: N. Broniarczyk, A. Czarnacka, M. Malarczyk, M. Raczyński, E. Stoecker, *Raport z monitoringu polityki, mediów i reformy edukacji*, Stowarzyszenie Kongres Kobiet, Warszawa 2017.

Analiza tygodników również pokazała dysproporcje pomiędzy kobietami a mężczyznami w tworzeniu artykułów prasowych. Wyniki przedstawiono na wykresie 5. We wszystkich tygodnikach to mężczyźni stanowili większość nadawców przekazu. Najmniejsza dysproporcja miała miejsce w tygodniku „Newsweek”, w którym kobiety stanowiły 41% składu redakcji, a mężczyźni 59%. „wSieci” i „Gość Niedzielny” były tymi tytułami, w których partycypacja kobiet jako twórczyń artykułów była najmniejsza i wynosiła 21% do 79% mężczyzn.

¹⁵ *Jakie cechy powinien mieć ekspert idealny?*, <http://www.headlines.pl/pl/blog/w/jakie-cechy-powinien-miec-ekspert-idealny> (18.11.2018).

Wykres 5. Skład redakcji czasopism



Źródło: N. Broniarczyk, A. Czarnacka, M. Malarczyk, M. Raczyński, E. Stoecker, *Raport z monitoringu polityki, mediów i reformy edukacji*, Stowarzyszenie Kongres Kobiet, Warszawa 2017.

Przegląd innych badań

Od 1955 roku Światowe Stowarzyszenie na rzecz Chrześcijańskiej Komunikacji (World Association for Christian Communication, WACC) publikuje co pięć lat raporty dotyczące obecności i partycypacji kobiet w mediach. Podstawowym celem Globalnego Projektu Monitoringu Mediów (GMMP) jest pokazanie, w jaki sposób kobiety są reprezentowane i postrzegane w mediach informacyjnych, przygotowywanie instrumentów badawczych, pobudzanie świadomości medialnej oraz wzmacnianie umiejętności dotyczących monitorowania mediów¹⁶. Jeśli przyjrzeć się danym z raportu *The Global Media Monitoring Project* z 2015 roku¹⁷, który wziął pod lupę 22 tysiące wiadomości, 26 tysięcy pracowników

¹⁶ W pierwszym raporcie *The Global Media Monitoring Project* z 1995 zostało zmonitorowanych 71 państw, w 2000 roku 70 krajów, w 2005 r. – 76 państw, w 2010 r. – 108 krajów, a najnowszy raport z 2015 roku objął 114 państw.

¹⁷ *The Global Media Monitoring Project 2015. Highlights of findings. Gender inequality in the news 1995-2015* http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/highlights/highlights_en.pdf (25.11.2018).

i pracowniczek serwisów informacyjnych oraz ponad 45 tysięcy tematów w gazetach, telewizji, radiu i Internecie w 114 krajach, wnioski, do jakich można dojść, nie są optymistyczne. Jak pokazują wyniki badań, o ile w latach 1995-2005 można było mówić o progresie w kontekście równości płci, o tyle późniejsza dekada 2005-2015 zatrzymała dalszy postęp. W 2015 roku, podobnie jak w 2010, kobiety stanowiły jedynie 24% osób, o których pisano, mówiono lub pokazywano (w prasie, radiu czy telewizji). W tych samych mediach jedynie 37% materiałów w 2015 roku było prezentowanych przez kobiety, wskaźnik ten nie uległ zmianie od roku 2005, natomiast jeszcze w roku 1995 i 2000 wynosił on odpowiednio 28% i 31%. Bardziej zrównoważony był natomiast udział kobiet jako osób prezentujących informacje radiowe i telewizyjne, który w roku 2015 wynosił 49% (57% w telewizji i 41% w radiu). Dysproporcje rosną, biorąc pod uwagę relacjonowanie informacji politycznych, w których mężczyźni stanowili 69%, a kobiety 31%.

Przedstawione powyżej dane są zgodne z wynikami badań zrealizowanymi w przeszłości. Jak wskazuje raport Press-Service Monitoring Mediów, w styczniu 2013 roku w głównych serwisach informacyjnych mężczyźni stanowili 76% wszystkich wypowiedzi podczas gdy kobiety 24%. Mężczyźni byli również w większości, jeśli chodzi o autorów materiałów¹⁸.

Również analizy przygotowane przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji wskazują na dysproporcje między kobietami i mężczyznami, biorąc pod uwagę ich obecność w mediach. Analizie poddano okres czterech kampanii wyborczych mających miejsce w latach 2014-2015. Przed wyborami prezydenckimi w roku 2015 udział kobiet jako zaproszonych do programów telewizyjnych stanowił 15%, natomiast w trakcie drugiej tury wyborów prezydenckich już 12%. Z kolei przed wyborami parlamentarnymi w tym samym roku 17% wszystkich gości programów stanowiły kobiety. W przypadku kampanii wyborczej do Parlamentu Europejskiego w roku 2014 kobiety stanowiły 14% uczestników programów publicystycznych, w których brali udział kandydaci/kandydatki. Lepiej, jeśli chodzi o partycypację kobiet w mediach, wypada kategoria prowadzących programy. Otóż przed wyborami samorządowymi, jak i przed wyborami do Parlamentu Europejskiego kobiety prowadziły 55% audycji oraz 39% w trakcie kampanii do parlamentu krajowego¹⁹.

¹⁸ *Dyskryminacja kobiet w serwisach informacyjnych? KRRiT chce walczyć ze stereotypami w mediach*, <https://www.polskieradio.pl/5/3/Artykul/1415818,Dyskryminacja-kobiet-w-serwisach-informacyjnych-KRRiT-chce-walczyz-ze-stereotypami-w-mediach> (18.11.2018).

¹⁹ Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, *Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z działalności w 2015 roku*, http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/komunikaty/spr-info-krrit-2015/sprawozdanie--krrit-z-dzialalnosci-w-2015-r.pdf (20.11.2018).

Podsumowanie

Media odgrywają ważną rolę w procesie kształtowania i utrwalania zasad oraz norm społecznych. Wpływają tym samym na sferę publiczną, jak i prywatną. Jak pokazują przedstawione przeze mnie wyniki badań dla Stowarzyszenia Kongresu Kobiet oraz przegląd innych badań, pomimo licznych zaleceń tworzonych na poziomie europejskim, media nadal podtrzymują kulturowe fundamenty nierówności płci. Można powiedzieć, że są one odwzorowaniem rzeczywistości społecznej, w której role kobiet są spychane do sfery prywatnej. Przekazują nam treści tak naprawdę widziane z perspektywy mężczyzn.

W przypadku serwisów informacyjnych kobiety najbardziej niedoreprezentowane były w *Wiadomościach* TVP1 zarówno w roli osoby prowadzącej, realizującej materiał, jak też z pozycji ekspertki czy rozmówczyni wypowiadającej się w danym materiale. Jeszcze większe dysproporcje zachodziły w programach publicystycznych. W tej kategorii najbardziej sfeminizowany był *Gość Wydarzeń* Polsatu, którego monitorowane wydania w 84% prowadzone były przez kobietę. W przypadku programów, w których istnieje stała jedna osoba prowadząca program, zawsze jest to mężczyzna (*Gość Radia Zet*, *Poranna rozmowa*), natomiast w przypadku serwisów informacyjnych, które cechują się większym składem redakcji, dysproporcje te są mniejsze. Warto zwrócić uwagę na duże różnice płciowe między osobami zapraszonymi do programów publicystycznych. W żadnym z monitorowanych programów udział kobiet pod tym względem nie przekroczył 20%. Największa nadreprezentacja mężczyzn w stosunku do kobiet widoczna jest w *Gość Radia Zet* (prowadzonym przez Konrada Piaseckiego), w którym mężczyźni w monitorowanych wydaniach stanowili 93% rozmówców, a kobiety 7%.

Niska reprezentacja kobiet w mediach jest pochodną szerszego kontekstu społeczno-politycznego oraz przekłada się na inne dziedziny życia. Jeśli spojrzeć na udział kobiet w składzie organów pochodzących z wyboru, to zajmują one 125 miejsc w Sejmie (z 460) co stanowi 27% mandatów, natomiast w Senacie jedynie 13%. Innym polem, w którym widać dysproporcje pomiędzy kobietami a mężczyznami, jest kariera naukowa, szczególnie widoczne są one przy kolejnych awansach. W roku akademickim 2017/2018 kobiety stanowiły 54,9% uczestników studiów doktoranckich, natomiast w przypadku awansu na doktora habilitowanego w 2017 roku nadano go 753 kobietom i 922 mężczyznom, natomiast tytuł naukowy profesora przyznano 98 kobietom i 197 mężczyznom²⁰. Można więc powiedzieć, że odzwierciedleniem niskiej reprezentacji kobiet w świecie polityki i nauki jest ich słaba reprezentacja w mediach.

²⁰ <https://www.forbes.pl/kariera/kobiety-chetnie-studiuja-ale-tylko-nieliczne-decyduja-sie-na-karier-naukowa/p8hledq>, (18.07.2019).

Jak pokazują przywołane w artykule wyniki badań zrealizowane przez Instytut Stosunków Międzynarodowych, innym czynnikiem tłumaczącym niską reprezentację kobiet w mediach mogą być głęboko zakorzenione stereotypy płciowe. Wywiady pogłębione z dziennikarzami i wydawcami pokazały, że w ich świadomości pewne obszary wiedzy nadal są przypisane jedynie mężczyznom, w związku z czym nasi rodzimi gatekeeperzy nie są skłonni zapraszać kobiet w roli ekspertek czy rozmówczyń do tematów, które ich zdaniem mają charakter męski. Innymi wynikami obrazującymi to zjawisko jest udział kobiet w programach publicystycznych w trakcie czterech kampanii wyborczych w latach 2014-2015, w których stanowiły one od 12% do 17% osób zapraszanych.

Badane czasopisma, podobnie jak programy telewizyjne i audycje radiowe, charakteryzowały się dysproporcjami w reprezentacji kobiet i mężczyzn. Tytułem najbliższym zachowaniu równowagi płciowej był *Newsweek*, w którym kobiety stanowiły 41% nadawców przekazu, a mężczyźni 59%. Niska reprezentacja kobiet jest cechą charakterystyczną dla polskich mediów bez względu na ich rodzaj, stację, godziny transmisji czy tytuł prasowy. Jak pokazują przywołane w artykule wyniki badań międzynarodowych, problem słabej widoczności kobiet w mediach nie jest jednak tylko polską specyfiką. Zasygnalizowane w artykule tropy badawcze wymagają jednak pogłębionych analiz i jeszcze szerszego spojrzenia na problem reprezentacji kobiet w polskich mediach, jak i na cały proces tworzenia i nadawania przekazów informacyjnych. Kolejnym krokiem w analizie powinno być przeprowadzenie pogłębionych wywiadów z kobietami, które, nie pracując w mediach, są do nich zapraszane w charakterze ekspertek (naukowczynie, bizneswomen, polityczki, ekonomistki, prawniczki itp.), aby zbadać, jakie czynniki z ich perspektywy wpływają na ich obecność w mediach.

Bibliografia

- Bogucka M., *Gorsza płęć*, Wydawnictwo Trio, Warszawa 2006.
- Broniarczyk N., Czarnaacka A., Malarczyk M., Raczyński M., Stoecker E., *Raport z monitoringu polityki, mediów i reformy edukacji*, Stowarzyszenie Kongres Kobiet, Warszawa 2017.
- Deaux K., Kite M., *Stereotypy płci*, [w:] *Kobiety i mężczyźni: odmiennie spojrzenia*, B. Wojciszke (red.), Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2002.
- Furmanek W., *Wielki wspaniały świat i smutna codzienność – polska młodzież w dobie społeczeństwa informacyjnego*, [w:] *Młodzież w wirtualnej rzeczywistości i realnym świecie*. Materiały z polsko-niemieckiej konferencji naukowej zorganizowanej przez Wyższą Informatyczną Szkołę Zawodową w Gorzowie Wielkopolskim – 15 października 2004r., W. Furmanek (red.), WISZ, Gorzów Wielkopolski 2004.
- Lasswell H., *The Analysis of Political Behaviour: An Empirical Approach*, Kegan, Trench, Trudner, Co., London 1948.
- Piontek D., *Kobiety w programach informacyjnych*, „Przegląd Politologiczny”, Poznań 2011, nr 2.
- Pankowska D., *Wychowanie a role płciowe*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2004.

Rezolucja Zmniejszanie rozdziewku pomiędzy równością de iure i de facto dla osiągnięcia prawdziwej równości płci Ministrów Państw uczestniczących w 7. Konferencji Ministrów Rady Europy odpowiedzialnych za sprawy równości pomiędzy kobietami i mężczyznami, Baku 24-25 maja 2010 r., [w:] *Rada Europy. Równość praw kobiet i mężczyzn w wybranych dokumentach*, Rada Europy, Warszawa 2010.

Siemieńska R. (red.), *Portrety kobiet i mężczyzn w środkach masowego przekazu oraz podręcznikach szkolnych*, Wydawnictwo SCHOLAR, Warszawa 1997.

Źródła internetowe

Broniarczyk N., Czarnacka A., Malarczyk M., Raczyński M., Stoecker E., *Raport z monitoringu polityki, mediów i reformy edukacji*, https://kongreskobiet.pl/Content/uploaded/files/raport_media.pdf (25.11.2018).

Dyskryminacja kobiet w serwisach informacyjnych? KRRiT chce walczyć ze stereotypami w mediach, <https://www.polskieradio.pl/5/3/Artykul/1415818,Dyskryminacja-kobiet-w-serwisach-informacyjnych-KRRiT-chce-walczyz-ze-stereotypami-w-mediach> (18.11.2018).

Europejska Konwencja Praw Człowieka, po nowelizacji przez Protokół nr 11 i 14 z Protokołem nr 1 oraz Protokołami nr 4, 6, 7, 12 i 13, <https://bip.ms.gov.pl/pl/prawa-czlowieka/europejski-trybunal-praw-czlowieka/tekst-europejskiej-konwencji-praw-czlowieka-i-podstawowych-wolnosci-wraz-z-protokolami-dodatkowymi> (15.11.2018).

Jakie cechy powinien mieć ekspert idealny?, <http://www.headlines.pl/pl/blog/w/jakie-cechy-powinien-miec-ekspert-idealny> (20.11.2018).

Kobiety chętniej studiuja, ale tylko nieliczne decydują się na karierę naukową, <https://www.forbes.pl/kariera/kobiety-chetnie-studiuja-ale-tylko-nieliczne-decyduja-sie-na-karriere-naukowa/p8hledq> 18.07.2019).

Krajowa Radiofonii i Telewizji, Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z działalności w 2015 roku, http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/komunikaty/spr-info-krrit-2015/sprawozdanie-krrit-z-dzialalnosci-w-2015-r.pdf (20.11.2018.).

The Global Media Monitoring Project 2015.Highlights of findings. Gender inequality in the news 1995-2015, http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/highlights/highlights_en.pdf (25.11.2018).

Zalecenie CM/Rec (2011)7 Komitetu Ministrów Rady Europy dla państw członkowskich w sprawie nowego pojęcia mediów, <http://www.krrit.gov.pl/regulacje-prawne/rada-europy/> (15.11.2018).

Zalecenie CM/Rec (2013)1 Komitetu Ministrów dla państw członkowskich w sprawie równości płci i mediów, <http://www.krrit.gov.pl/regulacje-prawne/rada-europy/> (15.11.2018).

The Disproportion Between Women and Men's Representation in the Media Based on the Congress of Women's Research

Summary

The media are elements of the power system in modern societies. They play many roles: not only in entertainment, information or advertising, but also are responsible for maintaining the social system. They are not socially isolated. On the one hand the media act as a mirror reflecting norms and values functioning in a given society, on the other hand, they counter and promote certain behaviors and cultural patterns, and thus affect the awareness of their recipients. Media and society influence each other. The aim of the article is a quantitative analysis of women's participation in media. A disproportion in the representation of women and men in mass media (television, radio, press) will be presented taking into account the roles in which they performed: female and male TV

hosts, editors, experts, guests and interviewees. Empirical data to which the text refers are the result of research carried out as part of the Congress of Women' project from October 2016 to June 2017.

Keywords: women, media, media coverage, women in the media