

Aleksandra Hulewska

Równa reprezentacja kobiet w mediach? Obecność polityczek w programach publicystycznych TVP – doniesienie wstępne

Polityka i Społeczeństwo nr 4 (15), 180-188

2017

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, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Aleksandra Hulewska*

**RÓWNA REPREZENTACJA KOBIEŃ W MEDIACH?
OBECNOŚĆ POLITYCZEK W PROGRAMACH
PUBLICYSTYCZNYCH TVP – DONIESIENIE WSTĘPNE**

**GENDER EQUALITY IN THE MEDIA? THE PRESENCE
OF FEMALE POLITICIANS IN TVP'S PUBLICIST PROGRAMS
– A PRELIMINARY STUDY**

Abstract

One of the key objectives of European Union policy is to equalize the opportunities for women and men in the most important areas of social life. An urgent field for such actions is the solicitude of equal representation of women and men in the media (as follows from numerous studies, the mass media can strengthen or weaken gender stereotypes). Primarily the public media should obey the so-called gender mainstreaming principle – because of the public mission. Therefore the purpose of the presented study was an attempt to determine whether, in the selected TVP journalistic programs with politicians' participation, women were sufficiently represented. Given that, according to the Quota Act, the electoral lists for the Sejm cannot be less than 35% women candidates, it was expected that there would be at least the same proportion of women and men in the analyzed material. The quantitative content analysis method was used to solve the research problem. The results showed that the representation of women in the analyzed programs was lower than originally assumed. There are therefore grounds for continuing research on the issue of women's access to the media, especially on determinants, manifestations and socio-cultural consequences of possible gender inequalities in this area.

Key words: public television, gender mainstreaming, gender stereotypes

Wprowadzenie

Zasada równości szans oraz niedyskryminacji kobiet i mężczyzn we wszystkich dziedzinach życia społecznego jest ważnym elementem polityki Unii Europejskiej. Gwarantuje to m.in. Traktat o Unii Europejskiej,

* Instytut Nauk Ekonomicznych i Społecznych Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu, pl. Grunwaldzki 24a, 50-363 Wrocław, e-mail: a_hulewska@o2.pl

który w art. 3 głosi, iż Unia „zwalcza wykluczenie społeczne i dyskryminację oraz wspiera sprawiedliwość społeczną i ochronę socjalną, równość kobiet i mężczyzn, solidarność między pokoleniami i ochronę praw dziecka”. Również art. 32 i 33 Konstytucji RP traktują o równości wszystkich obywateli wobec prawa i zakazie dyskryminacji.

Wdrażanie strategii *gender mainstreaming*¹ wydaje się szczególnie istotne w sferze polityki. Przez wiele lat to właśnie w życiu politycznym miały bowiem miejsce rażące nierówności pomiędzy kobietami a mężczyznami. Przykładowo, większość Europejek uzyskała prawa wyborcze dopiero po I lub II wojnie światowej. Najdłużej czekały na nie Szwajcarki, bo aż do 1971 r. Niwelowanie skutków wielowiekowej dyskryminacji kobiet w życiu publicznym jest traktowane priorytetowo przez kraje Unii Europejskiej, czego wyrazem jest m.in. wprowadzenie obowiązku umieszczania kobiet na listach wyborczych. Jednocześnie – ze względu na obecność stereotypów płciowych w naszym kręgu kulturowym (Hulewska 2011; Pankowska 2005) – interwencjom o charakterze instytucjonalnym towarzyszą oddziaływania mające na celu wywołanie zmian w mentalności Europejczyków.

Ważną rolę w powyższym procesie mają do odegrania środki masowego przekazu, jako że – we współczesnym zmediatyzowanym świecie (Hjarvard 2008, za: Goban-Klas 2016: 55) – to one w znacznym stopniu wpływają na kształtujący się w umysłach publiczności obraz świata, a więc także na wyobrażenia, przekonania, poglądy, oczekiwania etc. odnoszące się do kobiet i mężczyzn. Przekaz medialny może wspierać realizację założeń równościowych, ale może też ten proces osłabiać (Gerbner 1995). Przykładowo, z badań zrealizowanych przez Szymona Ossowskiego i Dorotę Piontek wynika, że kobiety są rzadko obecne w telewizyjnych programach publicystycznych, gdzie stanowią jedynie 30% zaproszonych gości (Ossowski, Piontek 2014). Z kolei dane z monitoringu wiodących (radiowych i telewizyjnych) programów publicystycznych przeprowadzonego przez Kongres Kobiet

¹ *Gender mainstreaming* to międzynarodowa strategia opracowana w celu osiągnięcia równości kobiet i mężczyzn we wszystkich dziedzinach życia społecznego, politycznego i ekonomicznego. Po raz pierwszy uznano ją za instrument polityki równościowej w 1995 r., w przyjętej przez Światową Konferencję ONZ Platformie Pekijskiej. Od tej pory *gender mainstreaming* stała się głównym mechanizmem wdrażania polityki równości płci na świecie (obok strategii uwłasnowolnienia kobiet – *women's empowerment*). Unia Europejska przyjęła *gender mainstreaming* jako element unijnej polityki równościowej w 1996 r., komunikatem Komisji Europejskiej pt. „Włączanie równych szans kobiet i mężczyzn do wszystkich przepisów i działań Wspólnoty”.

dowodzą, że przedstawicielki płci żeńskiej to jedynie 14,6% gości (za: Piontek 2011).

Wdrażania zasady równości płci oczekuje się przede wszystkim od mediów publicznych. Są to bowiem instytucje realizujące misję publiczną, różniące się od komercyjnej konkurencji tym, że tworząc program, nie kierują się jedynie kryterium oglądalności (McQuail 2007: 192–193). Jak zapisano w Ustawie z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji: „Programy i inne usługi publicznej radiofonii i telewizji powinny: [...] rzetelnie ukazywać całą różnorodność wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą; sprzyjać swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej; umożliwiać obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej”. Widać więc wyraźnie, że jednym z kluczowych elementów misji publicznej jest pluralizm, tj. m.in. uwzględnianie w debacie publicznej głosów wszystkich grup społecznych, w tym także grup mniejszościowych.

Część teoretyków i badaczy mediów w swoich postulatach kierowanych pod adresem mediów publicznych idzie o krok dalej, oczekując, iż będą one pełnić funkcję redystrybucyjną. Jak zauważa James Curran, postulat ten pojawia się w literaturze albo w kategoriach politycznie neutralnych, etycznych (tj. media powinny poddawać krytycznej analizie działania władzy, naświetlać nieprawidłowości w postępowaniu przywódców itp.), albo w kategoriach radykalnych (media powinny dążyć do przywrócenia naruszonej równowagi sił w obrębie społeczeństwa, poprzez rekompensowanie grupom podporządkowanym gorszych zasobów i umiejętności, bycie orędownikiem ich interesów oraz umożliwienie im szerszego dostępu do domeny publicznej) (Curran 2007; Różycka 2014).

Najpopularniejszym medium w Polsce jest obecnie telewizja (50% Polaków ogląda ją 6–7 razy w tygodniu, z Internetu korzysta 48%, a radia słucha 44%) (*Polacy najczęściej czerpią informacje z telewizji...* 2016). Na rolę telewizji w procesie kształtowania postaw wiele lat temu wskazywał m.in. George Gerbner. Z przeprowadzonych przez niego badań wynika, że częstotliwość i kontekst pojawiania się kobiet na ekranie telewizora ma wpływ na postawy i przekonania odbiorców na temat znaczenia przedstawicielek płci żeńskiej w różnorodnych dziedzinach życia społecznego (Gerbner 1995). Biorąc pod uwagę powyższe ustalenia, uprawnione wydaje się oczekiwanie, iż kierująca się misją telewizja publiczna będzie dążyć do sprawiedliwego – tj. co najmniej odzwiercie-

dającego zapisy Ustawy kwotowej – udziału polityczek w nadawanych przez siebie programach. W dalszej części artykułu zostały zaprezentowane badania empiryczne, których celem była próba określenia, czy w wybranych programach publicystycznych TVP z udziałem gości-polityków kobiety były wystarczająco reprezentowane.

Do rozwiązania problemu badawczego (Brzeziński 1997: 2016–2019) wykorzystano metodę ilościowej analizy zawartości (Lisowska-Magdżiarz 2004; Pisarek 2008: 245–250). Materiał badawczy stanowiły programy publicystyczne z udziałem polityków wyemitowane w telewizji publicznej (TVP) między 6 marca 2017 a 12 marca 2017 r. W badanym okresie obchodzono Międzynarodowy Dzień Kobiet, problematyka kobieca miała więc większą szansę „przebić się” do mediów. Stosunkowo krótki czas emisji analizowanych programów był podyktowany funkcją badań, które w założeniu były pilotażem (Brzeziński: 1997) mającym na celu: 1) wstępne rozpoznanie analizowanego zjawiska i 2) podjęcie decyzji o kontynuowaniu lub rezygnacji z dalszych, zakrojonych na szerszą skalę, studiów empirycznych.

We wspomnianym okresie TVP wyemitowała następujące programy publicystyczne z udziałem zaproszonych gości-polityków (zestawienie w kolejności alfabetycznej): „Bez retuszu” (1 program), „Forum” (1 program), „Gość wiadomości” (7 programów), „Kwadrans polityczny” (5 programów), „Minęła dwudziesta” (5 programów), „Południk Wildsteina” (1 program), „Studio Polska” (1 program), „Warto rozmawiać” (1 program), „Woronicza 17” (1 program), „24 minuty z Krzysztofem Skowrońskim” (1 program). Z ostatecznej próby wyłączono program „Studio Polska” (jego formuła uniemożliwiła dokonanie ostrego podziału na gości i widzów) oraz jeden odcinek programu „Minęła dwudziesta” (gośćmi nie byli politycy).

Wyniki

W omawianych badaniach zmienną niezależną główną była płeć zaproszonych do studia gości. Dwie najważniejsze zmienne zależne to: 1) liczba zaproszonych do programu polityczek i polityków oraz 2) mierzony w sekundach czas wypowiedzi kobiet i mężczyzn.

Analizując zawartość programów publicystycznych, które zostały włączone do próby, w pierwszej kolejności porównano liczbę uczestniczących w nich gości – kobiet oraz mężczyzn. Uzyskane rezultaty zamieszczono w tabeli 1.

Tabela 1. Liczba uczestniczących w programach kobiet i mężczyzn

Tytuł programu	Liczba gości-mężczyzn	Liczba gości-kobiet
Bez retuszu	4	2
Forum	3	3
Gość wiadomości	8	0
Kwadrans polityczny	4	1
Minęła dwudziesta	13	7
Południk Wildsteina	2	1
Warto rozmawiać	2	1
Woronicza 17	6	0
24 minuty	1	0
Suma	43	15
%	74,14	25,86

Źródło: opracowanie własne na podstawie analizy programów publicystycznych.

Powyższe zestawienie pokazuje, że udział polityczek i polityków w analizowanych programach nie był jednakowy. Przeważającą większość stanowili mężczyźni (74,14%), natomiast kobiety pozostawały w mniejszości (25,86%). W strategię *gender mainstreaming* w największym stopniu wpisywał się program „Forum”, a w najmniejszym „Gość wiadomości”, „Woronicza 17” i „24 minuty z Krzysztofem Skowrońskim”.

W kolejnym kroku dokonano pomiaru czasu wypowiedzi polityczek i polityków goszczących w programach (tabela 2).

Tabela 2. Czas (w sekundach) wypowiedzi gości – kobiet i mężczyzn w materiale poddanym analizie

Tytuł programu	Czas trwania programu*	Czas wypowiedzi gości	Czas wypowiedzi mężczyzn	Czas wypowiedzi kobiet
Bez retuszu	3483 sek.	2813 sek.	1448 sek.	1365 sek.
Forum	2621 sek.	1228 sek.	624 sek.	604 sek.
Gość wiadomości	5697 sek.	4662 sek.	4662 sek.	0 sek.
Kwadrans polityczny	5049 sek.	3348 sek.	2677 sek.	671 sek.
Minęła dwudziesta	10792 sek.	5529 sek.	3006 sek.	2523 sek.
Południk Wildsteina	1787 sek.	806 sek.	568 sek.	238 sek.
Warto rozmawiać	3687 sek.	1964 sek.	1349 sek.	615 sek.
Woronicza 17	3721 sek.	2082 sek.	2082 sek.	0 sek.
24 minuty	1372 sek.	1017 sek.	1017 sek.	0 sek.
Suma	38209 sek.	23449 sek.	17433 sek.	6016 sek.
%	**	100	74,34	25,66

* czas trwania wszystkich wyemitowanych odcinków danego programu w wybranym okresie

** za 100% przyjęto czas wypowiedzi gości

Źródło: opracowanie własne na podstawie analizy programów publicystycznych.

Jak widać, w analizowanym materiale mężczyźni mieli do dyspozycji zdecydowanie więcej czasu antenowego (74,34%) niż kobiety (25,66%). Przewaga czasu wypowiedzi polityków nad czasem wypowiedzi polityczek utrzymywała się nawet wówczas, gdy z badanej próby wyłączono programy, w których grono gości było jednopłciowe (wyłącznie mężczyźni). Programem, w którym czas wypowiedzi kobiet i mężczyzn był najbardziej wyrównany, okazało się „Forum”. Programami w najwyższym stopniu dyskryminującymi kobiety były: „Gość wiadomości”, „Woronicza 17” oraz „24 minuty z Krzysztofem Skowrońskim”. Dane zwarte w tabeli 1 i tabeli 2 pokazują, że w badanej próbie w każdym wypadku to kobiety okazywały się grupą mniejszościową – zarówno w zakresie liczebności, jak i w odniesieniu do czasu wypowiedzi.

Wracając do pytania o to, czy odsetek liczebności (25,86%) oraz czasu wypowiedzi (25,66%) polityczek w analizowanych programach odzwierciedlał minimalny odsetek kobiet przewidziany w Ustawie kwotowej (35%), należy stwierdzić, że uzyskane wyniki okazały się mniejsze od przyjętej kwoty. W obu wypadkach różnica była wyraźna i wynosiła około 10%.

Na zakończenie warto odnotować fakt, że wśród dziennikarzy prowadzących analizowane programy znalazły się 2 kobiety i 7 mężczyzn². Kobiety poprowadziły 5 programów (22,73%), natomiast mężczyźni 17 programów (77,27%). Jak widać, i w tym wypadku mężczyźni okazali się grupą większościową – liczba programów z udziałem dziennikarzy-mężczyzn była znacznie większa od liczby programów z udziałem dziennikarek płci żeńskiej.

Zakończenie

Zaprezentowane badania pokazały, że w poddanych analizie programach publicystycznych wyemitowanych w TVP kobiety stanowiły grupę mniejszościową. Widz miał więc okazję obserwować na ekranie odbiornika przede wszystkim takie sytuacje, w których mężczyźni (politycy) dyskutowali z innymi mężczyznami (politykami, dziennikarzami). Jak już wspomniano, procentowy udział kobiet, a także czas ich wypowiedzi okazał się mniejszy niż proporcja przewidziana w Ustawie kwotowej. Jest to zatem rezultat niesatysfakcjonujący z perspektywy zaleca-

² Liczba dziennikarzy nie jest równa liczbie programów, ponieważ w badanym okresie kilkakrotnie zdarzyło się, iż ta sama osoba była gospodarzem kilku różnych programów.

nej przez Unię Europejską strategii *gender mainstreaming*, w myśl której media (w szczególności media publiczne) mają za zadanie niwelowanie nierówności społecznych, w tym – nierówności pomiędzy płciami.

Kwestią dyskusyjną są natomiast przyczyny ujawnionych dysproporcji. Z jednej strony można je interpretować przez pryzmat podejść funkcjonalistycznych, które podzielają stanowisko determinizmu biologicznego, zgodnie z którym u podłoża społecznego podziału zadań pomiędzy kobietami i mężczyznami leży biologia. Zdaniem funkcjonalistów to wrodzone (a więc naturalne) różnice pomiędzy płciami odpowiadają za społeczny podział zadań (Szacka 2003: 152). Biologiczne predyspozycje znajdują pełen wyraz w procesie socjalizacji, dzieci przyswajają przekazywane im przez osoby znaczące zalecenia co do tego, co to znaczy być mężczyzną i kobietą w danej kulturze, a także jak wypełniać rolę związaną z płcią. Socjalizacja do ról związanych z płcią w połączeniu z innymi mechanizmami kontroli społecznej są ważnymi czynnikami podtrzymującymi porządek i ład społeczny (tamże).

Z przytoczonych założeń wynika, że nierówności pomiędzy kobietami i mężczyznami – w tym nierówności w mediach – nie są w świetle podejść funkcjonalistycznych przejawem dyskryminacji czy chęci zdominowania jednej płci przez drugą, ale wyrazem naturalnego (bo biologicznego) i jednocześnie najbardziej funkcjonalnego – z perspektywy utrzymania harmonii w społeczeństwie – porządku. Tak ujmuje to Talcott Parsons: „podstawowy sposób wyjaśniania zjawiska przydzielania ról kobietom i mężczyznom musi odwołać się do faktu, że rodzenie i opiekowanie się dziećmi ustanawia silny i nieodwołalny prymat związku matki z małym dzieckiem. To z kolei prowadzi do przekonania, że mężczyzna, który jest zwolniony z tych biologicznych funkcji, powinien specjalizować się w działaniach alternatywnych (zorientowanych na role zawodowe)” (Parsons 1955: 23). Powyższe tezy implikują postulat, zgodnie z którym jakakolwiek ingerencja w ten biologicznie uwarunkowany, spajający społeczeństwo – i odzwierciedlony w mediach – porządek jest nie tylko dysfunkcyjna dla społeczności, ale też skazana na porażkę. Nie da się bowiem przekroczyć praw natury.

Druga perspektywa interpretacyjna dla uzyskanych w badaniach rezultatów wywodzi się z teorii feministycznych. Wspólnym mianownikiem tych teorii jest założenie, iż nierówności pomiędzy kobietami i mężczyznami są nie tyle rezultatem działania praw natury, ile wynikają z dążenia grup dominujących do podtrzymania *status quo*. W tym ujęciu kobiety, które mogłyby i chciałyby brać czynny udział w życiu politycznym, są blokowane przez rozmaite grupy interesów (głównie mężczyzn), chcących utrzymać swoją dotychczasową – uprzywilejowaną – pozycję.

Interesującą teorią wpisującą się w feministyczny nurt myślenia o nierównościach pomiędzy płciami jest teoria zagłuszanej grupy autorstwa Edwina Ardenera, którą na grunt nauki o komunikowaniu przeniosła i rozpropagowała Cheri Kramarae (Wasilewski, Wasilewska, Dźbik 2006). Badaczka ta wyszła z założenia, że doświadczenie kobiece i męskie nie jest tożsame, ale – ze względu na podział pracy – znacząco odmienne. Zdaniem Kramarae mężczyźni, zajmując dominującą pozycję w społeczeństwie, ukształtowali na przestrzeni wieków specyficzny dla swojej grupy i swoich doświadczeń język, by następnie – za jego pośrednictwem – sprawować kontrolę nad procesami komunikacji (np. decydować, kto, kiedy, gdzie, na jaki temat, jak długo itd. ma się wypowiedzieć). Kramarae mówi o męskiej dominacji nad publiczną komunikacją, czego przejawem mogą być wyniki zaprezentowanych w niniejszym artykule badań.

Jak widać, w zależności od przyjętej perspektywy interpretacyjnej nierówna reprezentacja kobiet w analizowanych programach może być uznana za przejaw naturalnego porządku, w który nie należy ingerować, lub za efekt dyskryminacji ze względu na płeć, którą wypada wyeliminować. Twórcy prawa unijnego nie pozostawiają wątpliwości co do założeń tkwiących u podstaw przyjętej przez nich polityki równościowej, w tym – wielokrotnie tutaj przywoływanej strategii *gender mainstreaming*.

Na zakończenie należy podkreślić, iż zaprezentowane badania miały charakter przyczynkowy i tylko tak należy je traktować. Ujawnione zależności nie mogą być zatem generalizowane na całą populację. Jednocześnie tendencja, którą zaobserwowano na stosunkowo niewielkiej próbie, okazała się na tyle wyraźna, że dalsze prace empiryczne nad zagadnieniem reprezentacji kobiet w mediach wydają się w pełni uzasadnione.

Bibliografia

- Brzeziński J. 1997, *Metodologia badań psychologicznych*, Warszawa.
- Curran J. 2007, *Media jako sfera publiczna – ponowna analiza* [w:] *Komunikowanie i obywatelskość*, red. P. Dahlgren, C. Sparks, Wrocław.
- Gerbner G. 1995, *Casting and fate women and minorities on television drama, game shows and news* [w:] *Communication, Culture, Community*, red. E. Hollander, P. Rutten, C. van der Linden, Rotterdam.
- Goban-Klas T. 2016, *Diagnoza medialna jako fundament opisu stanu mediów* [w:] *Media.pl Badania nad mediami w Polsce*, red. T. Bielak, G. Ptaszek, Kraków.
- Hulewska A. 2011, *Przełamywanie stereotypów płciowych i uprzedzeń kluczem do przeciwdziałania barierom awansu kobiet w sferze zatrudnienia*, „Gospodarka Rynek Edukacja”, vol. 12, nr 4.

- Konstytucja RP; DzU nr 78, poz. 483, ze zm.
- Lisowska-Magdziarz M. 2004, *Analiza zawartości mediów: przewodnik dla studentów*, Kraków.
- Ossowski S., Piontek D., *Co tam, panie, w polityce? Politycy w programach publicystycznych*, „Zeszyty Prasoznawcze”, vol. 57, nr 2.
- Pankowska D. 2005, *Wychowanie a role płciowe*, Gdańsk.
- Parsons T. 1955, *The American family: Its relations to personality and the social structure* [w:] *Family, socialization and interaction process*, red. T. Parsons, R.F. Bales, Glencoe.
- Piontek D. 2011, *Kobiety w programach informacyjnych*, „Przegląd Politologiczny”, nr 1.
- Pisarek W. 2008, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa.
- Polacy najczęściej czerpią informacje z telewizji, z Internetu korzystają młodzi i wykształceni, Wirtualne Media http://www.wirtualnemedia.pl/arttykul/polacy-najczesciej-czerpia-informacje-z-telewizji-z-internetu-korzystaja-mlodzi-i-wykształceni_2 (17.05.2017).
- Różycka M. 2014, *Media publiczne a kształtowanie przemian społecznych*, „Naukowy Przegląd Dziennikarski”, nr 1(9).
- Szacka B. 2003, *Wprowadzenie do socjologii*, Warszawa.
- Ustawa o radiofonii i telewizji z dnia 29 grudnia 1992 r. (DzU 2016.0.639).
- Wasilewski J., Wasilewska K., Dźbik J. 2006, *Tak się nie mówi... czyli o dominacji społecznej i teorii zagłuszonej grupy na przykładzie ograniczeń językowych ze względu na płeć* [w:] *Oblicza komunikacji*, t. II, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Zaśko-Zielińska, Kraków.
- Wersja skonsolidowana Traktatu o Unii Europejskiej, DzU UE; <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2008:115:00 13:0045:PL:PDF>; DzU z 2004 r., nr 90, poz. 864, ze zm. (27.05.2017).