

Bernadetta Darska

Media kobiet i mężczyzn

Media – Kultura – Komunikacja Społeczna 1, 267-269

2005

Artykuł został zdigitalizowany i 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.

Bernadetta Darska

MEDIA KOBIEI I MĘŻCZYŹN

Dyskusje na temat tego, jak należy prezentować kobiety i mężczyzn w mediach, toczą się nie od dziś. Okazuje się bowiem, że uwikłanie w płeć ma miejsce także w świecie dziennikarskim, deklarującym często obiektywność, rzetelność i bezstronność przekazu. Przy czym nie chodzi tu tylko o nadreprezentatywność którejsz płeći, o przypisanie pewnych ról kobietom a innym mężczyznom albo o promowanie stereotypowych ról płciowych w reklamach, nie chodzi też o obsadzanie kobiet w rolach uatrakcyjniających przekaz czy wcielanie się mężczyzn w takie role, które kojarzą się z kompetencją, profesjonalizmem i wiedzą. Podstawowym problemem jest raczej stworzenie oddolnej inicjatywy samych dziennikarzy – aby byli świadomi istnienia problematyki równouprawnienia i aby aktywnie wprowadzali ją w życie. Kwestia podejmowania w równym stopniu spraw kobiet i spraw mężczyzn staje się wyzwaniem współczesności, bowiem jednowymiarowa forma przekazu przestaje zadawałać i budzi coraz większą podejrzliwość odbiorcy. Nie dziwi więc fakt, że Fundacja „Partners” Polska zdecydowała się wydać poradnik zatytułowany *Równość płci: temat dla dziennikarzy, temat dla dziennikarek*.

Z założenia publikacja skierowana jest do dziennikarzy. Informacja ta sygnalizowana jest już w samym tytule, a i artykuły zamieszczone w książce stanowią pokłosie szkolenia zorganizowanego właśnie dla tej grupy zawodowej. Mimo wyraźnego określenia odbiorcy, *Równość płci* budzi pewne zastrzeżenia natury formalnej. Dotyczą one głównie kryteriów, jakimi kierowali się redaktorzy, wybierając do tomu takie a nie inne artykuły. Moim zdaniem, brakuje tu szczegółowych analiz mediów polskich, wyraźnego pokazania, że równouprawnienie to temat w równym stopniu dotyczący prasy, radia, jak i telewizji. Owszem, tego rodzaju sygnały są wysyłane – ale powtarzam, skoro pozycja ma w dużej mierze cel instruktażowy (i to dla początkujących) należałoby chyba bardziej skupić się na doświadczeniu polskim. Jak przypuszczam, autorzy tomu wierzą w dobrą wolę dziennikarzy i dziennikarek, stąd ich prezentacja ma mniej „łopatologiczny” charakter, czy jednak słusznie?

Powyższy mankament nie jest aż tak znaczny, by podważyć sensowność i konieczność pojawienia się tego typu pozycji na rynku. Zwłaszcza jej, wspomniany już, środowiskowy wymiar, pozwala założyć, że publikacja dotrze tam, gdzie powinna dotrzeć, czyli do ludzi pracujących w mediach. Na pewno jednak równie

ważne, jak wiedza, że inne kraje zdołały kwestie równouprawnienia uregulować, jest świadomość, że w Polsce bardzo wiele propozycji mediów od tych norm odbiega.

Autorzy publikacji zwracają uwagę na kreatywną moc mediów i na to, że prezentując stereotypowe podejście do płci, wpływają zarówno na ipowstawanie stereotypów, jak i na ich umacnianie. Na samym początku czytamy znamienne zdanie: „Prawdziwa równość płci nastąpi wtedy, gdy będzie na tyle zwyczajna i pospolita, że już niezauważalna”. Póki co do ideału jest dosyć daleko. Ważnym punktem publikacji jest zaprezentowanie tzw. *Alfabetu równości płci*, gdzie znajdujemy m.in. takie pojęcia jak akcje afirmatywne, gender mainstreaming, lepka podłoga, szklany sufit, parytet. Dziennikarze, jako potencjalni czytelnicy, mogą się więc z nimi zapoznać, ale i zastanowić się jednocześnie nad problemami, jakie sygnalizują.

Ciekawym akcentem jest przedstawienie fragmentów *Standardów równościowych BBC*. Okazuje się, że kwestie równościowe mogą zostać uregulowane specjalnym dokumentem i że można unikać stereotypowego podejścia do płci. Czytamy tam m.in.: „Programy BBC – nie powinny szufladkować osób czarnoskórych jako kryminalistów, kobiet jako gospodynie domowe [podkreślenie – B. D.], ludzi niepełnosprawnych jako ofiary, homoseksualistów jako życiowych nieudaczników, ludzi w podeszłym wieku jako niedołączonych starców, a osób reprezentujących jakiś konkretny zawód, powołanie czy położenie życiowe jako obiekt żartów czy kpin” (s. 11-12).

Interesujące rozważania przynosi tekst Sergiusza Kowalskiego *Uczciwy dialog o równouprawnieniu płci*. Autor przytacza argumenty tych, którzy twierdzą, że dyskryminacji nie ma, a następnie obala je dowodami, że jednak ona istnieje. Znaczącym jest pokazanie, że pewne kwestie dotyczące równouprawnienia mimo postępów cywilizacyjnych dochodzą do głosu z trudem i móżdżkiem, tak duży jest opór społeczeństwa: „W Stanach Zjednoczonych mieniących się kolebką nowożytnej demokracji jeszcze za mojego życia (chodziłem wtedy do szkoły podstawowej) w wielu stanach obowiązywał apartheid – oddzielne toalety (whites only) i segregacja w kinach (parter tylko dla białych). Nikogo nie śmieszy dziś głosząca i studiująca kobieta czy czarny adwokat, absolwent Harvardu. Dlaczego? Dlatego, że kiedyś ktoś zakwestionował status quo” (s. 21). Kowalski daje nam zatem do zrozumienia, że jesteśmy zawsze uwikłani w wolność i zniewolenie. Od nas tylko zależy, po jakiej stronie staniemy i czy starczy nam odwagi, by ustanowiony porządek o co najmniej dyskusyjnych zasadach zakwestionować.

Na końcu publikacji znajdujemy adresy internetowe instytucji równościowych w Europie, a także listę kontrolną, porządkującą szereg zagadnień, umożliwiających sprawdzenie, czy dziennikarz wprowadza w życie podejście równościowe. Są to: szerokość ujęcia tematu, pogłębienie tematu, naświetlenie relacjonowanych wydarzeń, język, strona wizualna. Lista ta wydaje się dosyć pomocna – wskazuje bowiem na miejsca i na szczegóły, wobec których należy się odnieść podejrzliwie, a pewną oczywistość prezentacji zastąpić adekwatnością do rzeczywistości.

Równość płci: temat dla dziennikarzy, temat dla dziennikarek to rodzaj podręcznego poradnika w sprawach równościowych, to zbiór wskazówek, na co warto

Media kobiet i mężczyzn

zwrócić uwagę w mediach i czemu warto się przyjrzeć. Publikacja potrzebna, która na pewno tematu nie wyczerpuje – jedynie go sygnalizuje. Ale już to stanowi ogromny krok na polskim gruncie, gdzie tematyka płci w mediach jest ciągle traktowana z przymrużeniem oka i z degradującym komentarzem „jako fanaberie feministek” (vide reakcja na postulat prof. Magdaleny Środy, by przyjrzeć się reklamom pod kątem dyskryminacji i seksizmu).

Równość płci: temat dla dziennikarzy, temat dla dziennikarek, Fundacja „Partners” Polska, Warszawa 2004.