

# Katarzyna Brzoza

---

## Gender w polskim dyskursie medialnym na przykładzie publikacji "Gazety wyborczej" w latach 2010-2014

---

Polityka i Społeczeństwo nr 2 (14), 131-150

---

2016

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](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

**Katarzyna Brzoza\***

**GENDER W POLSKIM DYSKURSYE MEDIALNYM  
NA PRZYKŁADZIE PUBLIKACJI  
„GAZETY WYBORCZEJ” W LATACH 2010–2014**

**GENDER IN POLISH MEDIA DISCOURSE BASED  
ON THE EXAMPLE OF THE NEWSPAPER  
“GAZETA WYBORCZA” BETWEEN 2010-2014**

Abstract

In this article, the main subject of interest is the media image of gender, which is a relatively new phenomenon in the Polish public discourse but arouses strong emotions. The content analysis included materials containing the notion of gender, published in the editorial section of “Gazeta Wyborcza” between 2010–2014. The research showed that the issue of the social and cultural aspects of gender is more and more often present in the public debate, which is strongly polarized in nature. The gathered data allowed for the enumeration of subjects which include the context connected with gender and showed the essence of presenting this subject, in a specific Polish daily newspaper, casting light on the debate in this area.

**Key words:** gender, content analysis, quantitative analysis, daily, subject matter

**Wprowadzenie**

Gender to słowo roku 2013 w Polsce – według naukowców Uniwersytetu Warszawskiego oraz Fundacji Języka Polskiego, które najczęściej pojawiało się w debacie publicznej (Sierakowski 2014: 8) oraz zajęło w 2014 r. dziesiąte miejsce w rankingu haseł najczęściej poszukiwanych w Google (*Czego Polacy szukają w internecie?...* 2015). Przytoczone dane obrazują skalę zainteresowania tematem płci społeczno-kulturowej, a rozważania podjęte w artykule mają na celu sprawdzenie, czy podobny trend widać w publikacjach „Gazety Wyborczej”. Kolejnym realizowa-

---

\* Instytut Nauk Społecznych i Dziennikarstwa, Wydział Nauk Społecznych, Uniwersytet Śląski w Katowicach, ul. Bankowa 11, 40-007 Katowice, e-mail: katarzyna.brzoza@op.pl

nym zadaniem jest próba ukazania, w jakim kontekście, przy okazji jakich spraw, wybrana tematyka występowała w polskim dyskursie publicznym, na przykładzie wybranego dziennika w latach 2010–2014. Wybór tytułu prasowego nie jest przypadkowy, ponieważ, jak podaje Instytut Monitorowania Mediów, w 2014 r. to właśnie „Gazeta Wyborcza” otwierała ranking najczęściej cytowanych mediów (*Najbardziej opiniotwórcze polskie media w 2014 roku...* 2014). Ponadto wyniki czytelnictwa wykazały, iż wybrany dziennik ogólnopolski uplasował się na miejscu drugim listy najchętniej czytanych dzienników w kraju, z wynikiem 8,31% w pierwszym kwartale 2015 r. (*Spada czytelnictwo...* 2015).

W pierwszej części artykułu zaprezentowano podstawowe ustalenia terminologiczne z zakresu gender, odzwierciedlające dorobek badaczy polskich i zagranicznych reprezentujących różne dyscypliny naukowe. Z metodologicznego punktu widzenia zastosowano analizę zawartości, czyli wypracowaną przez prasoznawców metodę badań, o której pisało wielu uznanych polskich medioznawców (m.in. Walery Pisarek, Tomasz Goban-Klas, Stanisław Michalczyk), umożliwiającą badanie przekazu medialnego w zakresie ilościowym i jakościowym. Analiza typu frekwencyjno-tematycznego, pozwalająca określić częstotliwości występowania tematów i aktorów, pewnych trendów w tym względzie w jakimś okresie (Michalczyk 2008: 292), posłużyła do opracowania materiału empirycznego.

Badacze reprezentujący różne ośrodki naukowe w Polsce i za granicą (np. S. Michalczyk, T. Goban-Klass, M. Mrozowski, B. Dobek-Ostrowska, D. Mc.Quail, H. Bonfadelli, E. Katz, M.E. McCombs, D.L. Shaw, E. Nolle-Neumann) wielokrotnie udowadniali, jak olbrzymią siłę oddziaływania na opinię publiczną mają mass media, stanowiące dla rzesz odbiorców podstawowe źródło informacji na temat bieżących wydarzeń z kraju i ze świata. Można zatem przypuszczać, iż dla wielu osób również wiedza dotycząca szeroko rozumianego gender pochodzi właśnie z mediów, dlatego warto poznać „medialne spojrzenie” na wskazany temat.

### **Podstawowe ustalenia terminologiczne**

Podczas wielu tematycznie odmiennych rozmów, w wielu różnych grupach – przyjaciół, znajomych, współpracowników i innych mniej lub bardziej formalnych gremiach dyskusyjnych – coraz częściej pojawia się pytanie o znaczenie, czy też o rozumienie terminu gender. Zwykle reakcje na przedstawiony dylemat są dwie – brak odpowiedzi i konsternacja lub prezentacja całego katalogu odmiennych określeń, które często odzwierciedlają treści przekazów medialnych oraz opinie znane ze słyszenia. Na rynku wydawniczym można odnaleźć mnóstwo publikacji nau-

kowych autorów polskich i zagranicznych, w których podjęto próbę zdefiniowania wskazanego pojęcia, lecz mimo to gender pozostaje terminem obcym i niezrozumiałym dla większości społeczeństwa.

„Gender (płeć) oznacza kategorię odsyłającą do kulturowo-społecznego charakteru norm płci i ich relacji. Pojęcie funkcjonuje w języku polskim w anglojęzycznym oryginale bądź jest tłumaczone na kilka sposobów, od obecnie coraz rzadszego «rodzaju» po «płeć kulturową», «płeć społeczną», «płeć społeczno-kulturową» czy też w ogóle coraz częściej «płeć» (Krasuska 2014: 155–158). Gender służy określeniu kulturowych różnic między kobietami i mężczyznami, przy czym termin „sex” określa fakt, iż kobiety i mężczyźni rodzą się zróżnicowani biologicznie i psychologicznie, zaś gender precyzuje właściwości kulturowe mające zasadnicze znaczenie dla ich naturalnych różnic (Berstein 2002: 268). „Gender to cechy, atrybuty, oczekiwania i role społeczne przypisywane kobietom i mężczyznom przez szeroko rozumianą kulturę. Wzory kobiecości i męskości nie są niezienne, z góry dane przez naturę, nie zależą od biologii, lecz od panującej tendencji kulturowej w danym społeczeństwie. Męskość i kobiecość nie mają stałej «esencji», obie kategorie zmieniają się w czasie, mają charakter asymetryczny i opierają się na zasadzie dominacji” (Gromowska-Melosik, Melosik 2005: IX–XXXI). Zmienność dotyczy czasu i przestrzeni, gdyż związana jest z kontekstem kulturowo-geograficznym – obserwacje wykazały, iż pożądane i oczekiwane wzorce kobiecości oraz męskości są odmienne w różnych kulturach, a pewne kategorie zachowań – zrutynizowane. Natomiast fluktuacja temporalna to zmiany pojęcia kobiecości i męskości na przestrzeni czasu, np. w zakresie dostępu kobiet do edukacji (cyt. za: Zabratkańska 2014: 177–178). Gender można uznać za „«kulturową nadbudowę» płci biologicznej, ponieważ stanowi «zespół atrybutów i zachowań oczekiwanych od kobiety i mężczyzny oraz postrzeganych jako przydatne w ich społecznym funkcjonowaniu»” (Titkow 2011: 38–39). Przytoczone wyjaśnienia terminu gender to tylko kilka wybranych fragmentów z bogatego wachlarza publikacji naukowych. Stałe elementy obecne w definicjach płci społeczno-kulturowej ukazują kierunek prowadzonych rozważań oraz określają punkt ciężkości, którym uczyniono pojęcie zmiany.

Na gruncie nauk społecznych rozważania w obszarze płci społeczno-kulturowej, rozpoczęte w drugiej połowie XX w., pierwotnie były związane z badaniami kobiecymi (*women's studies*) prowadzonymi w zachodnich jednostkach akademickich inspirowanych feminizmem drugiej fali (lata 60.–70. XX w.). W związku z tym początkowo studia nad płcią skupiały się na społecznej sytuacji kobiet i kulturowym kontekście kobiecości, a dopiero później podobne kwestie badawcze analizowano również w odniesieniu do płci męskiej (*men's studies*). Kolejne,

nowe perspektywy badawcze obejmują studia lesbijskie i gejowskie (*lesbian studies/gay studies*) oraz *queer studies*, gdzie w centrum zainteresowań usytuowano „wszystkich kwestionujących normatywną seksualność” (Mizielińska 2006: 126).

Szczegółowe analizy prowadzone przez przedstawicieli różnych dyscyplin naukowych badających płęć społeczno-kulturową z wielu perspektyw świadczą o interdyscyplinarnym kontekście naukowych rozważań nad pojęciem ludzkiej płci. Philip L. Culbertson wyraża pogląd, iż w dyskursie współczesnych nauk społecznych współlistnieją trzy główne perspektywy definiowania szeroko rozumianej kategorii płci, takie jak: esencjalistyczna, mitopoetycka i konstruktywistyczna. W ramach pierwszego nurtu źródeł wzorów kobiecości i męskości poszukuje się w biologii. Perspektywa mitopoetycka rozpropagowana w niektórych nurtach antropologii i psychologii, wywodząca się głównie z koncepcji Carla G. Junga, poszukuje wzorów płciowych w nieświadomości i archetypach kulturowych. Natomiast zwolennicy konstruktywizmu sytuują genezę różnic i zachowań płciowych w procesach socjalizacyjnych, enkulturacyjnych i strukturalnych (Leszczyńska, Dziuban 2012: 13–14).

Analizy prowadzone na potrzeby niniejszego artykułu mają charakter medioznawczy, a kompilacją perspektyw z obszarów *gender studies* i nauk o mediach jest *gender media studies*, czyli pole badawcze, gdzie istotą zainteresowań jest wiedza o płci w procesie komunikacji medialnej i publicznej, gdyż „media, komunikowanie i płęć są ze sobą nierozdzielnie związane” (Lünenborg, Maier 2013: 7). Ramowy, najbardziej ogólny podział pól badawczych w ramach *gender media studies* pod kątem podmiotu zainteresowań można odnaleźć w książce Naill Richardson i Sadie Wearing *Gender in the Media*, gdzie w spisie treści wskazano trzy elementy: 1. feminizmy; 2. męskości; 3. poza systemem dwóch płci: teoria Queer (Richardson 2014). Podobną klasyfikację, choć nieco bardziej szczegółową, zaproponowała Alina Bernstein, która w obszarze *gender and the media* polem dociekań uczyniła: a) medialne przedstawienie kobiet, kobiecość oraz powiązanie zagadnienia miejsca kobiet w przemyśle medialnym i odbioru treści medialnych przez kobiety; b) medialne przedstawienie mężczyzn, męskości; c) medialne przedstawienie mniejszości seksualnych oraz odbiór treści medialnych przez publiczność lesbijsko-gejowską (Bernstein 2002: 268–299). W ramach wymienionych ogólnych obszarów badań na gruncie medioznawczym można rozpatrywać szczegółowe i zróżnicowane wątki, jak na przykład: mass media kierowane do kobiet, mężczyzn i mniejszości seksualnych, czy odmienności w percepcji treści medialnych wynikające z różnicy płci odbiorców. Wiele elementów z obszaru badań medioznawczych można powiązać z gender, uzyskując kolejne pola zainteresowań w ra-

mach *gender media studies*. Prezentowane w artykule rezultaty analizy zawartości „Gazety Wyborczej”, będące przykładem medialnego dyskursu w temacie gender, również wpisują się w obszar zainteresowań *gender media studies*.

### **Gender w „Gazecie Wyborczej” w latach 2010–2014 – analiza frekwencyjna**

Przeprowadzona analiza empiryczna objęła wszystkie teksty, bez względu na znaczenie czy kontekst, w jakim pojawił się angielski termin *gender*<sup>1</sup>, opublikowane w „Gazecie Wyborczej” w latach 2010–2014 (1 stycznia 2010 – 31 grudnia 2014) czyli 1518 wydań. Jednostką pomiarową był wydzielony pod względem graficznym oraz tematycznym fragment objętego badaniem egzemplarza „Gazety Wyborczej”. Dane ilościowe, uzyskane po przeprowadzeniu analizy typu frekwencyjno-tematycznego, składają się z dwóch zasadniczych części. Wyniki badań tworzące pierwszy segment, o charakterze frekwencyjnym, miały umożliwić określenie skali zainteresowania płcią społeczno-kulturową, ujmowaną wielowątkowo, oraz zobrazować ewolucję owego zainteresowania widoczną na łamach wybranego dziennika w ciągu pięciu lat. Natomiast druga część, czyli analiza tematyczna, to poszukiwanie odpowiedzi na następujące pytania: przy okazji jakich tematów i jak często w przekazach wybranego dziennika pojawia się hasło *gender*? Czy teksty dotyczące płci społeczno-kulturowej mają pozytywny czy negatywny wydźwięk? Kobiety czy mężczyźni – kto częściej pisał o *gender* w „Gazecie Wyborczej”?

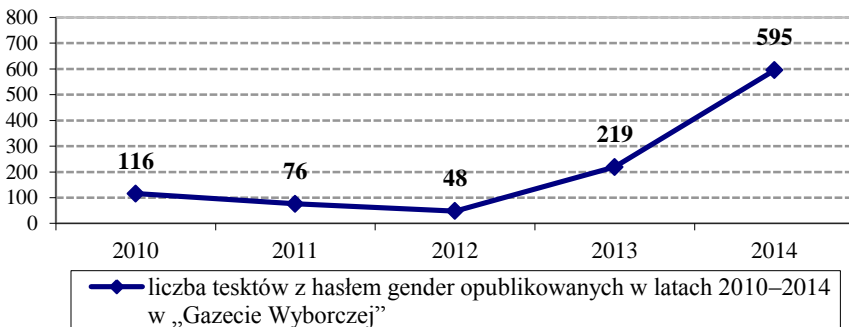
Analiza frekwencyjna wykazała, iż w latach 2010–2014 na łamach wybranego dziennika można odnaleźć 1054 teksty, w których pojawiło się hasło *gender*, z czego 35% ukazało się w wydaniu głównym, 50% w dodatkach lokalnych oraz 15% w pozostałych dodatkach (5,6% Wysokie Obcasy, 3,8% Duży Format, 5,6% inne dodatki). Odsetek tekstów z angielskim określeniem płci społeczno-kulturowej, względem wszystkich tekstów publikowanych w badanym okresie w „Gazecie Wyborczej”, wzrósł z poziomu 0,07% w 2010 roku do 0,5% w 2014 r.

Na wykresie 1, prezentującym liczbę tekstów zawierających termin *gender* opublikowanych w poszczególnych latach w „Gazecie Wyborczej”, widać nie tylko tendencję wzrostową, ale także niebagatelny skok przypadający na dwa ostatnie lata, w których opublikowano łącznie 77% wszystkich artykułów poddanych analizie (21% w roku 2013 i 56% w roku 2014).

---

<sup>1</sup> *Gender* oznacza „płeć społeczno-kulturową” i jest to pojęcie używane dla nazwania różnic między płciami, będących efektem procesu socjalizacji oraz bazujących na cechach społecznych i kulturowych, które są odmienne dla różnych kultur.

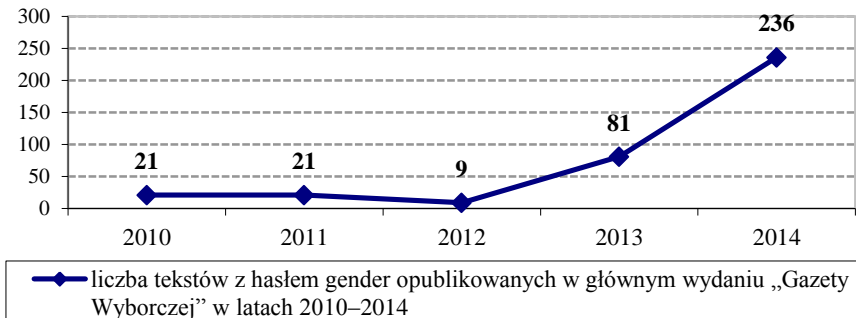
W pierwszym półroczu 2015 r. (1 stycznia – 30 czerwca 2015 r.) na łamach „Gazety Wyborczej” pojawiło się 165 tekstów, w którym wystąpił termin gender (58 razy w głównym wydaniu, 75 razy w dodatkach lokalnych, 32 razy w stałych dodatkach). Przykład „Gazety Wyborczej” pozwala stwierdzić, iż zagadnienie płci społeczno-kulturowej coraz częściej uwiadcza się w medialnych przekazach. Idąc dalej, można prognozować, iż wzrost „obecności” gender w polskim dyskursie publicznym, między innymi dzięki medialnemu pośrednictwu, zostanie podtrzymany.



**Wykres 1. Gender w „Gazecie Wyborczej” w latach 2010–2014**

Źródło: analiza własna. Wartości podano w liczbach bezwzględnych.

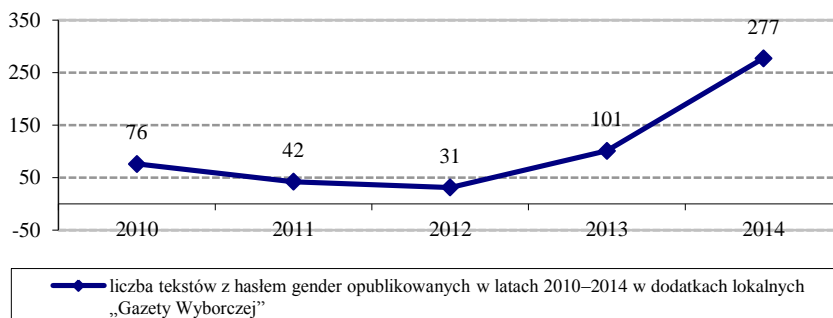
Jak już wcześniej wskazano, 35% tekstów poddanych analizie (368) znalazło się w wydaniu głównym „Gazety Wyborczej”, a więc z założenia tekst był dostępny każdemu czytelnikowi dziennika. Wykres 2 to graficzna prezentacja liczby artykułów z terminem gender przypadających na poszczególne lata w głównym wydaniu badanej gazety. Szczególny skok widać w ostatnim roku, kiedy opublikowano 64% wszystkich analizowanych tekstów z głównego wydania. Tym samym zainteresowanie tematem płci społeczno-kulturowej w 2014 r. zdecydowanie wzrosło.



**Wykres 2. Gender w głównym wydaniu „Gazety Wyborczej” w latach 2010–2014**

Źródło: analiza własna. Wartości podano w liczbach bezwzględnych.

Przegląd dodatków lokalnych również odsłonił wzrost zainteresowania tematyką gender w poszczególnych latach (wykres 3). W roku 2014 opublikowano 53% wszystkich tekstów z dodatków lokalnych poddanych analizie. Najczęściej (76 razy) badany termin pojawił się w dodatku poznańskim „Gazety Wyborczej”. Natomiast w latach 2010–2014 wyłącznie dziennikarze przygotowujący teksty dla dodatku lokalnego w Bielsku-Białej nie pisali o płci społeczno-kulturowej (tabela 1).



**Wykres 3. Gender w dodatkach lokalnych „Gazety Wyborczej” w latach 2010–2014**

Źródło: analiza własna. Wartości podano w liczbach bezwzględnych.

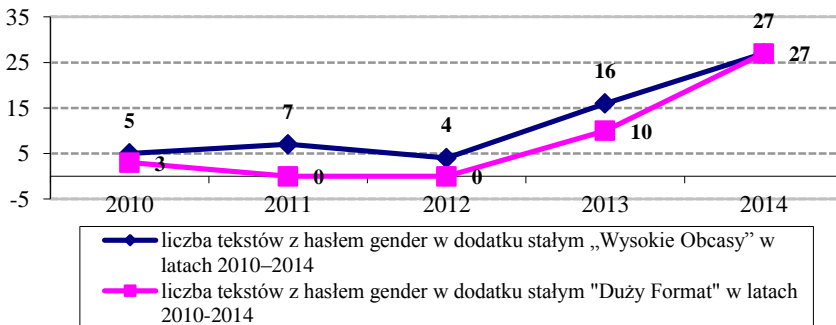
**Tabela 1. Teksty z hasłem gender w dodatkach lokalnych „Gazety Wyborczej” w latach 2010–2014. Analiza ilościowa**

Dodatek lokalny „Gazety Wyborczej”	Teksty		Dodatek lokalny „Gazety Wyborczej”	Teksty		Dodatek lokalny „Gazety Wyborczej”	Teksty	
	liczba	%		liczba	%		liczba	%
GW Białystok	29	5,5	GW Lublin	41	7,8	GW Rzeszów	8	1,5
GW Bielsko-Biała	0	0	GW Łódź	63	12	GW Szczecin	35	6,6
GW Bydgoszcz	17	3,2	GW Mazowsze (Płock)	3	0,6	Gazeta Stołeczna	64	12,2
GW Częstochowa	8	1,5	GW Olsztyn	7	1,3	GW Toruń	8	1,5
GW Katowice	25	4,7	GW Opole	10	1,9	GW Trójmiasto	35	6,6
GW Kielce	15	2,9	GW Poznań	76	14,4	GW Wrocław	34	6,5
GW Kraków	25	4,7	GW Radom	15	2,9	GW Zielona Góra	9	1,7

Źródło: analiza własna. Liczba to wartość bezwzględna dla oznaczenia ilości tekstów z hasłem gender opublikowanych w latach 2010–2014 w poszczególnych dodatkach lokalnych „Gazety Wyborczej”. Dane procentowe to odsetek tekstów z hasłem gender w poszczególnych dodatkach lokalnych względem ogólnej liczby tekstów lokalnych z hasłem gender w latach 2010–2014.



Wraz z „Gazetą Wyborczą” ukazują się dodatki, w tym 9 dodatków stałych („Wysokie Obcasy”, „Duży Format”, „GazetaPraca.pl”, „Ale Historia”, „Gazeta Komunikaty”, „Palce Lizać”, „Gazeta Dom”, „Gazeta Telewizyjna”, „Co Jest Grane”, „Wysokie Obroty”), w których również pisano o gender w badanym okresie. W sumie analizowany termin „za gości” w dodatkach „Gazety Wyborczej” 187 razy, z czego 59 razy w „Wysokich Obcasach” i 40 razy w „Dużym Formacie”. Przytoczone wartości dokładnie obrazuje wykres 4 oraz tabela 2. Do szczegółowych analiz wybrano dwa stałe dodatki, w których opublikowano ponad połowę (53%) z ogółu tekstów ze słowem gender wyselekcjonowanych ze wszystkich dodatków „Gazety Wyborczej” z lat 2010–2014. Ponadto warto zwrócić uwagę, iż dodatek „Wysokie Obcasy”, ukazujący się w każdą sobotę i niedzielę, to ta część przestrzeni „Gazety Wyborczej”, w której dosyć często publikują osoby związane z feministycznym środowiskiem, dla którego, jak wskazano w pierwszej części artykułu, tematyka gender ma szczególne znaczenie. W tym miejscu trzeba nadmienić, iż na rynku wydawniczym funkcjonuje miesięcznik „Wysokie Obcasy Extra”, wydawany przez Agora S.A., w którym temat płci społeczno-kulturowej nieraz był poruszany w wielu różnych odsłonach. Drugi z wybranych stałych dodatków, czyli „Duży Format”, to rozpowszechniany w czwartki magazyn, proponujący czytelnikowi reportaże, teksty społeczne, kulturalne i historyczne.



Wykres 4. Liczba tekstów z hasłem gender w wybranych dodatkach stałych „Gazety Wyborczej” w latach 2010–2014

Źródło: analiza własna. Wartości podano w liczbach bezwzględnych.

Tabela 2. Liczba tekstów z hasłem gender w pozostałych dodatkach „Gazety Wyborczej” w latach 2010–2014

2010 rok – 22	2011 rok – 5	2012 rok – 3	2013 rok – 15	2014 rok – 43
---------------	--------------	--------------	---------------	---------------

Źródło: analiza własna. Wartości podano w liczbach bezwzględnych.

Powyższy wykres (4) pokazuje przyrost liczby tekstów zawierających słowo gender w wybranych dodatkach stałych „Gazety Wyborczej”, czyli „Wysokich Obcasach” i „Dużym Formacie”. W ostatnim analizowanym roku wartości liczbowe obydwu dodatków zrównały się, osiągając wskaźnik w wysokości 27, co w sumie stanowi ponad połowę (55%) wszystkich artykułów opublikowanych na łamach dwóch dodatków w latach 2010–2014. Widać również, iż częściej płeć społeczno-kulturowa staje się przedmiotem zainteresowań osób publikujących w „Wysokich Obcasach” niż w „Dużym Formacie”, choć dla drugiego z wymienionych dodatków wzrost liczby artykułów z hasłem gender w latach 2013–2014 jest ponad dwunastokrotny w porównaniu z latami 2010–2012. Dane zawarte w tabeli 2 dowodzą, iż termin gender był w dodatkach szczególnie popularny w dwóch latach krańcowych analizy, czyli 2010 i 2014 (74% wszystkich jednostek ze słowem gender opublikowanych w pozostałych dodatkach „Gazety Wyborczej” z wyłączeniem „Wysokich Obcasów” i „Dużego Formatu”). Podsumowując wyniki analizy ilościowej, można jednoznacznie stwierdzić, iż hasło gender, obecne w różnych tematach, ukazywane w licznych odsłonach, z wielu perspektyw i punktów widzenia, coraz częściej przyciąga uwagę dziennikarzy.

### **Gender w „Gazecie Wyborczej” w latach 2010–2014 – analiza tematyczna**

Badania aspektów tematycznych pozwoliły wskazać tematy, które niemal automatycznie generowały pojawienie się terminu gender w publikacjach „Gazety Wyborczej” w latach 2010–2014. Oczywiście, niektóre teksty można było zaklasyfikować do dwóch, a nawet kilku kategorii jednocześnie, jednakże poszukiwano dominującego wątku tematycznego i na tej podstawie każdą jednostkę badawczą przyporządkowywano do jednego wyodrębnionego zagadnienia.

Rezultaty przeprowadzonych analiz – zaprezentowane w tabeli 3 – pokazują, w jakich kontekstach i przy okazji jakich tematów w publikacjach „Gazety Wyborczej” pojawiał się termin gender. Na przestrzeni pięciu lat kilka tematów stało się okazją do szczególnie mocnego ekspozowania „genderowego pierwiastka”. Redakcja „Gazety Wyborczej” poświęciła najwięcej uwagi stanowisku Kościoła katolickiego w sprawie płci społeczno-kulturowej oraz samej ideologii gender (T. Cykla „Gender oficjalny wróg Kościoła” 21 grudnia 2013 r.).

**Tabela 3. Klucz kategoryzacyjny zastosowany w analizie zawartości badanych egzemplarzy „Gazety Wyborczej” z lat 2010–2014**

Tematyka publikacji, w których pojawiał się termin gender	Liczba analizowanych jednostek, w których gender występuje w danym kontekście tematycznym	Odsetek danego tematu w grupie wszystkich analizowanych jednostek z terminem gender	Analizowana tematyka w poszczególnych badanych latach
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Kościół	91	25,3%	2010 r. – 0 2011 r. – 0 2012 r. – 2 2013 r. – 31 2014 r. – 58
Polityka	68	19%	2010 r. – 3 2011 r. – 4 2012 r. – 0 2013 r. – 11 2014 r. – 50
Kultura/sztuka/nauka	45	12,5%	2010 r. – 8 2011 r. – 5 2012 r. – 3 2013 r. – 8 2014 r. – 21
Edukacja	35	9,8%	2010 r. – 1 2011 r. – 0 2012 r. – 0 2013 r. – 9 2014 r. – 25
Równość płci	32	9%	2010 r. – 7 2011 r. – 9 2012 r. – 0 2013 r. – 7 2014 r. – 9
Inne	27	7,5%	2010 r. – 1 2011 r. – 0 2012 r. – 0 2013 r. – 5 2014 r. – 21
Wybory	19	5,3%	2010 r. – 0 2011 r. – 0 2012 r. – 0 2013 r. – 1 2014 r. – 18

1	2	3	4
Gender	18	5%	2010 r. – 0 2011 r. – 0 2012 r. – 0 2013 r. – 6 2014 r. – 12
Konwencja o zapobieganiu i zwalczaniu przemocy wobec kobiet i przemocy domowej	13	3,6%	2010 r. – 0 2011 r. – 0 2012 r. – 3 2013 r. – 2 2014 r. – 8
LGBT i seksualność	7	1,9%	2010 r. – 1 2011 r. – 0 2012 r. – 0 2013 r. – 0 2014 r. – 6
Stereotypy	4	1,1%	2010 r. – 0 2011 r. – 2 2012 r. – 1 2013 r. – 1 2014 r. – 0

Źródło: analiza własna na podstawie zebranych materiałów. Z analizy wyłączono listy do redakcji.

Można wysunąć wniosek, iż Kościół w Polsce od 2012 r. stał się podmiotem zaangażowanym w publiczny dyskurs na temat społeczno-kulturowych aspektów płci. Wystarczy przeczytać tytuł artykułu, aby poznać opinię hierarchów Kościoła na temat analizowanego zagadnienia, często określanego mianem „wróg Kościoła”. Zaangażowanie przedstawicieli religii katolickiej w zwalczanie gender było wyraźnie podkreślane w dzienniku. Dziennikarze „Gazety Wyborczej” informowali między innymi o listach Episkopatu odczytywanych podczas mszy, w którym duchowni prezentowali stanowisko Kościoła w tym zakresie (D. Wielowieyska „Gender na niedzielę, czyli swego rodzaju list polskich biskupów” 30.12.2013 r.). Można powiedzieć, że „medialną twarzą” Kościoła katolickiego w sporze o gender stał się ks. Dariusz Oko, którego wypowiedzi cytowano na łamach analizowanego dziennika (M. Orłowski „Ks. Oko: Ateiści winni największych zbrodni” 23.10.2014 r.). Autorzy publikujący dla „Gazety Wyborczej” w swoich tekstach polemizowali z poglądami głoszonymi przez ks. Oko (M. Olejnik „Gender, czyli metoda siania grochu w zimie” 24.01.2014 r.) i przez innych hierarchów Kościoła (J. Bator „Gender biskupa Michalika” 14.12.2013 r.). Ukazywano udział podmiotów życia religijnego w „wojnie ideologicznej” przeciwko gender (J. Suchecka, K. Brzezińska „Episkopat zlustrował

elementarz, my – katechizm” 13.11.2014 r.) oraz ich zaangażowanie w dyskusję na temat płci społeczno-kulturowej przy okazji wielu innych kwestii absorbujących opinię publiczną, jak np. edukacja seksualna, aborcja, konwencja o przeciwdziałaniu przemocy, która – jak donosiły media – nie uzyskała poparcia Kościoła, właśnie z powodu zapisu dotyczącego płci społeczno-kulturowej (K. Wiśniewska „Episkopat nie chce konwencji o zwalczaniu przemocy” 19.12.2012 r.).

Katalog innych tematów ukazujących stosunek Kościoła katolickiego do gender, zaprezentowany w „Gazecie Wyborczej”, jest szeroki i składa się z następujących elementów: a) pedofilia wśród duchownych (E. Siedlecka „Pedofilia niszczy i nas, i Kościół” 21.10.2013 r.); b) młodzież rezygnująca z religii z powodu stosunku Kościoła do seksu (T. Cykła „Pożegnanie z religią” 24.12.2013 r.); c) klerykałizm polskiego społeczeństwa (A. Klich „Na polski klerykałizm i święty Boże nie pomoże” 12.04.2014 r.); d) wybory w Episkopacie (D. Wielowieyska, T. Cykła „Episkopat konserwatywny, ale nie rydzkowy” 14.03.2014 r.); e) obraz gender w mediach katolickich (J. Turnau „Dżendery, te cholery” 28.03.2014 r.). Postać papieża Franciszka, zwierzchnika Kościoła katolickiego, również pojawiła się w kontekście stosunku świata katolickiego do badanej kwestii, np. T. Bielecki „Papież Franciszek leje miód na konserwatywne serca” (18.11.2014 r.). Należy podkreślić, iż Ojciec Święty to „najaśniejsza twarz katolickiego świata” i najbardziej pozytywnie przedstawiany reprezentant Kościoła manifestujący swoje poparcie dla równości płci uwidoczniony na łamach „Gazety Wyborczej”. Dziennikarze informowali również o inicjatywie kobiet działających w Kongresie Kobiet, polegającej na wystosowaniu listu do papieża w sprawie równości kobiet w Polsce (A. Kondzińska „Franciszek odpisał kobietom” 5.03.2014 r.). Pogłębione analizy pokazały, iż większość tekstów opublikowanych w „Gazecie Wyborczej” w kontekście relacji Kościół – gender miało negatywny wydźwięk (63%). Duchownych często przedstawiano jako osoby walczące z gender, choć w wielu przypadkach nierozumiejące istotny płci społeczno-kulturowej.

Podobny, negatywny wydźwięk miały teksty poświęcone krucjacie przeciwko gender kierowanej przez posłankę Beatę Kempę (O. Szpunar, A. Jurek „Jak Kempa walczy z gender” 9.01.2014 r.). Podkreślano na łamach dziennika nieprzychylnie stanowisko partii PiS względem gender (A. Kondzińska „Zakleszczony PiS” 31.12.2014 r.). Właśnie kontekst polityczny to drugi dominujący wątek powiązany z analizowanym tematem. Teksty ukazujące relacje świat polityki a kwestie płci społeczno-kulturowej mają w większości wydźwięk negatywny (68%), dotyczy to zwłaszcza opisywanego podejścia rządu do problematyki równości płci. Pozytywny motyw polityczny można dostrzec w publikacjach poświęco-

nych pełnomocnikowi rządu ds. równego traktowania, którym w 2014 r. została Małgorzata Fuszara, osoba mocno związana z feministycznym środowiskiem oraz gender studies, dlatego nominacja wzbudziła protesty środowisk prawniczych, co opisano w „Gazecie Wyborczej” (A. Kondzińska „Gender wchodzi do rządu” 23.07.2014 r.). Zasadniczo obecność kobiet w świecie polityki, dostęp przedstawicielek płci żeńskiej do władzy to kwestia stająca się przyczynkiem „gender dyskusji” na łamach „Gazety Wyborczej”, szczególnie intensywnej po nominacji na premiera Ewy Kopacz (A. Kublik „Męskie nie jest uniwersalne” 24.02.2014 r.). Dziennikarze wykazywali nierówny udział kobiet w życiu politycznym, pisali o zaletach partycypacji politycznej przedstawicielek płci żeńskiej, podkreślając stopniowy wzrost zaangażowania Polek w politykę. Klauzula sumienia (E. Siedlecka „Lekarze w służbie pychy” 30.05.2014 r.) i ustawa równościowa (E. Siedlecka „Ustawa równościowa bez genderu” 24.04.2014 r.) – to kolejne wątki polityczne wzbudzające opinię publiczną, wywołujące gorące dyskusje i kierujące po raz kolejny uwagę społeczeństwa na gender.

Przysłuchując się debacie politycznej towarzyszącej wyborom, można zauważyć, że gender to tzw. temat dyżurny, zastępczy, stale aktualny podczas kampanii wyborczych, co potwierdziły artykuły publikowane w „Gazecie Wyborczej” przy okazji wyborów samorządowych (S. Klauziński „Cóż wiemy o samorządach? Wciąż zdecydowanie za mało” 8.11.2014 r.) i do Parlamentu Europejskiego (A. Kublik „Celebryci w eurowyborach to naganiacze głosów” 8.02.2014 r.). Teksty zawierające ten wątek miały w większej części wydźwięk negatywny (68%), a to sygnalizuje stosunek redakcji do sposobu poruszania delikatnego zagadnienia płci społeczno-kulturowej podczas toczących się kampanii wyborczych.

Następnym tematem ożywiającym publiczną debatę, zwłaszcza w 2014 r., była ratyfikacja konwencji o przeciwdziałaniu przemocy wobec kobiet. W dziennikarskich relacjach „Gazety Wyborczej” informowano czytelnika o otwartej wojnie parlamentarnej prawej i lewej strony sceny politycznej, co uwierzytelniają tytuły artykułów, np. R. Grochał „Będzie batalia o konwencję” (5.12.2014 r.). Ukazywano stanowiska zwolenników ratyfikacji (np. środowisk feministycznych) oraz podmiotów zgłaszających uwagi czy zastrzeżenia względem dokumentu (np. środowisk prawniczych). Biorąc pod uwagę pozyskane dane można stwierdzić, iż redakcja prezentowała neutralne (61%) bądź pozytywne (31%) spojrzenie na konwencję. Niewielki odsetek tekstów sklasyfikowanych jako negatywne to materiały, w których dziennikarze uwidaczniali stanowisko niektórych polityków względem unijnego dokumentu. Podobny obraz sporu w tej sprawie przedłożono w książce *Gender mainstreaming w polskim dyskursie medialnym na przykładzie debaty nad*

*Konwencją o przeciwdziałaniu i zwalczaniu przemocy wobec kobiet i przemocy domowej* pod redakcją A. Frątczak, w której autorzy pokazali, jak wyglądał toczący się w tej sprawie dyskurs w różnych polskich mass mediach.

Sztuka, kultura i nauka „dotykające” zagadnień związanych z gender to jeden z popularniejszych tematów, których obecność w „Gazecie Wyborczej” wykazała analiza zawartości (12,5%). Poza dziełami pobudzającymi do rozważań nad różnymi aspektami płciowości (T. Sobolewski „Zanussi w czyścicu” 3.12.2014 r.) na łamach dziennika prezentowano wytwory kontrowersyjne, wywołujące protesty niektórych środowisk (I. Szymańska „Nieżyły macie burdel w tej Warszawie” 8.03.2014 r.). Około 73% artykułów w tym obszarze miało neutralny wydźwięk, gdyż dziennikarze ograniczali się do relacjonowania odbywających się wystaw, przedstawień oraz publikowali wywiady z artystami. Niewiele tekstów wiążących zagadnienie płci społeczno-kulturowej z szeroko rozumianą sztuką miało negatywny kontekst (16%). Dla przykładu można wskazać artykuł dedykowany filmowej postaci Jamesa Bonda, który w ostatniej produkcji jest według redakcji mniej męski niż we wcześniejszych edycjach przygód Agenta 007. Podobnie nieprzychylny kontekst odnaleziono w tekście dotyczącym popularnego programu telewizyjnego „Rolnik szuka żony”, gdyż autor dziennikarskiego materiału wytknął producentom stereotypowe potraktowanie postaci kobiecych.

Wielu współczesnych badaczy traktuje różnice płciowe jako punkt wyjścia do analiz stereotypów przypisywanych kobietom i mężczyznom. Tożsame zagadnienie zainteresowało dziennikarzy „Gazety Wyborczej” publikujących w latach 2010–2014. Na łamach dziennika pisano o reklamach seksistowskich (E. Siedlecka „Czy przeproszą za seksistowską reklamę?” 3.10.2011) i utrwalających negatywne stereotypy (E. Radziszewska „Robię dobrze i inne takie” 25.10.2011 r.), a także o szablonowym postrzeganiu kobiet za kierownicą (A. Sobczak „W zimie baba jeździ lepiej” 16.12.2013 r.), czy ubieraniu dzieci w kolory zwyczajowo odpowiadające konkretnej płci (O. Woźniak „Niebieski czy różowy” 10.01.2014 r.). Z łatwością można dostrzec stosunek dziennikarzy „Gazety Wyborczej” do stereotypowego patrzenia na płęć, który w przypadku 75% tekstów poruszających ów wątek był negatywny.

Trzecim istotnym zagadnieniem, w które „wpleciono” tematykę gender, była edukacja rozumiana wielowymiarowo, obejmująca różne szczeble kształcenia. W tej kategorii można wyliczyć następujące elementy obecne w przekazach analizowanego dziennika:

a) Walka z gender w przedszkolach to głównie neutralne opisy lokalnych przypadków (np. M. Żuchowicz „Koniec równości przedszkolaków w Piotrowicach” 16.01.2014 r.) sprzeciwiania się idei tzw. równo-

ściowych przedszkoli, czyli tych, które realizują programy równościowe. Najgłośniejszą sprawą na tej płaszczyźnie była awantura relacjonowana w ogólnopolskich mediach, mająca miejsce w jednym z przedszkoli na Górnym Śląsku (A. Malinowska „Atak gender na Śląsk” 30.12.2013 r.).

b) Decyzją Ministra Edukacji przygotowano bezpłatny elementarz dla klas pierwszych szkoły podstawowej i przy okazji tej sprawy po raz kolejny w publicznym dyskursie pojawiło się zagadnienie płci społeczno-kulturowej (J. Suchecka „Elementarz z uprzedzeniami” 9.04.2014 r.).

c) Edukacja seksualna stała się zarzewiem gorącej dyskusji, w której nie zabrakło odwołań do gender (J. Suchecka „Edukacja a nie seksualizacja” 13.02.2014 r.).

d) Informacja na temat placówek oświatowych realizujących programy równościowe po raz kolejny ożywiła zainteresowanie problematyką płci społeczno-kulturowej (J. Suchecka „Mamo, czy jestem zaszczerpiona na gender?” 11.12.2013 r.).

e) Medialne doniesienia dotyczące gender dotknęły również szkolnictwo wyższe. Dziennikarze „Gazety Wyborczej” pisali o ekscesach na polskich uczelniach podczas wykładów na temat gender (P. Wroński „Dyskusje naukowe i nienaukowe” 12.12.2013 r.).

f) Redakcja informowała o istnieniu szkół dofinansowanych ze środków unijnych, gdzie o chrześcijańską moralność dba Opus Dei (B. Mikołajewska „Opus Dei walczy z gender za pieniądze z Unii” 21.01.2014 r.) oraz o jednostkach szkolących kobiety w zakresie wykonywania żeńskich, stereotypowych ról.

g) Przewodniczący Komisji Europejskiej José Manuel Barroso miał otrzymać tytuł doktora honoris causa UJ, jednakże inicjatywa została oprotestowana przez część profesorów, którzy uznali nominowanego za promotora ideologii gender (B. Kuraś, O. Szpunar „Kosz od UJ, bo Barroso promuje gender” 7.05.2014 r.). To kolejny aspekt tematyczny na styku gender i szeroko rozumianej edukacji prezentowany na łamach „Gazety Wyborczej”.

Tematów związanych z edukacją, uwzględniających kontekst płci społeczno-kulturowej, można wskazać dużo, ale ich charakter jest raczej podobny i ukazuje negatywne stanowisko polskiego społeczeństwa względem gender. W publikowanych tekstach widać zróżnicowane podejście dziennikarzy do tego wątku. Neutralne stanowisko można dostrzec m.in. w relacjach z zamieszek na jednej z uczelni w Poznaniu, które wzniecono z powodu wykładu na temat gender, przez pozytywne opinie wyrażające zasadność prowadzenia wychowania seksualnego wśród polskiej młodzieży, po negatywne opisy działań podejmowanych przez niektóre jednostki walczące z realizacją programu „równościowe przedszkole”.



Gender, pojawiający się pryzmat równości płci, to również popularny temat analizowanych publikacji „Gazety Wyborczej”. „Lekceważenie problematyki równouprawnienia charakteryzuje w zasadzie wszystkie media – bez względu na nadrzędny ich cel (informacja, rozrywka czy sensacja). Analizując media z perspektywy równości płci, wyraźnie widać, że reprodukują one androcentryczne ramy dominującego wzoru kultury, gdzie to, co męskie, stanowi normę, a to, co kobiece – jej gorszą wersją lub mniej istotnym dodatkiem” (Kowalczyk, Piotrowska, Zierkiewicz 2007: 110). Badanie tekstów wykazało, iż redakcja z całą pewnością opowiada się za równouprawnieniem, zaś negatywny wydźwięk aż 47% tekstów w tym obszarze to wynik tego, iż na łamach dziennika krytykowano różnorodne przejawy nierówności płci w Polsce. Wyliczono przykładowe, wciąż jeszcze „żywe” i obserwowalne formy nierówności, dyskryminacji, jak: niski poziom korzystania przez kobiety z biernego prawa wyborczego, brak prawa do aborcji i antykoncepcji, nierówności na rynku pracy. Podkreślano także bierność władz w zakresie zrównywania pozycji kobiet i mężczyzn na wszystkich płaszczyznach życia społeczno-politycznego.

Gender jest nieodłącznie kojarzone z feminizmem, co jak napisano na początku artykułu, ma swoje uzasadnienie. W związku z tym w dziennikarskich doniesieniach o działalności ruchów feministycznych (A. Urazińska „Nasz plakat, nasz wybór, nasze doniesienie” 12.03.2010 r.), w tym także o inicjatywach znanej polskiej organizacji Kongres Kobiet (R. Grochal „Rzeczpospolita Babska” 7.03.2011 r.), może się czytelnik natknąć na słowo gender. Dziennikarze sygnalizowali, że stosunek społeczeństwa do środowisk feministycznych jest nieprzychylny (A. Kublik „Feministka? Niechętnie” 4.01.2014 r.). Materiały dotyczące feminizmu w dużej części były przygotowywane przy współpracy z przedstawicielkami środowisk kobiecych, które na łamach „Gazety Wyborczej” udzielały wywiadów oraz publikowały własne, autorskie materiały (np. Agnieszka Graff, Kinga Dunin). Oczywiście, słowa feministek na temat płci społeczno-kulturowej miały pozytywną wymowę, jednakże sami dziennikarze starali się zachować neutralność, co można było zauważyć w ich tekstach.

Materiały, w których gender był centralną częścią rozważań, miały pozytywny (56%) lub neutralny (39%) wydźwięk i zwykle było tutaj widać naukowe podejście do zagadnienia (A. Kublik „Dr Duda: Gender to wyobraźnia, a nie przebieganki” 16.01.2014 r.), często wyrażane przez zwolenniczki feminizmu. W grupie ekspertów wypowiadających się na temat płci społeczno-kulturowej dominowały kobiety reprezentujące środowiska naukowe, np. Inga Iwasiów, Magdalena Środa, Halina Bort-

nowska, Agnieszka Graff, Kinga Dunin, Monika Płatek. Na łamach dziennika można odnaleźć eksplikacje wyrażające naukowe rozumienie gender:

a) „Gender to kategoria badawcza, która rozpowszechniła się w humanistyce, naukach społecznych i seksuologii w latach 70. ubiegłego wieku [...] znaczy po prostu «rodzaj». Kobiecość i męskość występują w różnych odmianach, czyli rodzajach. A te są zmienne kulturowo i historycznie» (Joanna Bator „Gender Biskupa Michalika” GW 13.12.2013 r.);

b) „proponuję za każdym razem, gdy ktoś w Polsce użyje nazwy «ideologia gender», przekładać to na pojęcie «ideologia równości, wolności i tolerancji» – zespół idei nowoczesnego społeczeństwa, powstałych w europejskim oświeceniu” (Adam Kalbarczyk „Co to jest «ideologia gender»? Nowe narzędzie walki stworzone przez Kościół” GW 5.12.2013 r.);

c) „Gender to studia nad równością płci, w polityce – to równouprawienie, a nie program zrównania płci w ich biologicznych cechach, przerabiania chłopców na dziewczynki” (Dominika Wielowieyska „Kozłowska-Rajewicz: Gender to nie zagłada cywilizacji” GW 7.01.2014 r.).

Na łamach „Gazety Wyborczej” czasami pisano o gender w nieco lżejszym tonie. Dziennikarze wspomnieli o gender w bajkach dla dzieci (K. Pawłowska-Salińska „Od Calineczki do rozwodu” 12.02.2012 r.), pierwszych Polkach uczestniczących w skokach narciarskich (P. Wilkiewicz „Gender przyleciał do Lillehammer” 6.12.2013 r.), o oprostowaniu ekspozycji w Centrum Naukowym Kopernik pokazujących strefy erogenne człowieka (D. Bartoszewicz „Seks z Kopernika stymuluje prawicę” 5.11.2013 r.) oraz o wygranej Conchity Wurst w Eurowizji (P. Wroński „Oczy Tuska, oczy Conchity” 17.05.2014 r.).

Przeprowadzone badania zawartości wszystkich analizowanych materiałów dotyczących gender opublikowanych na łamach „Gazety Wyborczej” w latach 2010–2014 pozwoliły sklasyfikować teksty poddane eksploracji na: neutralne (43%), pozytywne (11%) i negatywne (46%). Artykuły poruszające wątek polityki i wyborów w powiązaniu z gender, w których dziennikarze koncentrowali się na brakach w zakresie polityki równościowej i stosunku polskich polityków do zagadnienia gender, miały najbardziej negatywny profil. Materiały publicystyczne, przygotowywane przez przedstawicielki środowisk feministycznych oraz niektórych ekspertów, wyrażały opinię konkretnej osoby, autora czy rozmówcy udzielającego dziennikarzowi wywiadu. Do tej grupy można wliczyć większość tekstów, w których społeczno-kulturowe aspekty płci były tematem samym w sobie, a to prawdopodobnie wpłynęło na ich pozytywny wydźwięk (56%). Dziennikarze zaś koncentrowali się na neutralnym informowaniu, podejmując wysiłek ukazania tematów z wie-

lu perspektyw oraz wielowątkowo. Sztuka/kultura/nauka to zagadnienie, które w kontekście gender udało się zaprezentować najbardziej bezstronnie (73%).

**Tabela 4. Płeć dziennikarzy piszących na temat gender na przykładzie publikacji „Gazety Wyborczej”**

Rok analizy	Kobieta	Mężczyzna
2010 r.	81%	19%
2011 r.	84%	16%
2012 r.	89%	11%
2013 r.	53%	47%
2014 r.	57,5%	42,5%
Razem	60,1%	39,9%

Źródło: analiza własna na podstawie zebranych materiałów. Wartość procentowa oznacza odsetek kobiet i mężczyzn, którzy w danych latach pisali na łamach badanego dziennika na temat gender.

Rezultaty badań zgromadzone w tabeli 4 pozwalają wysunąć twierdzenie, iż kobiety częściej zajmują się tematem gender niż mężczyźni, ponieważ ponad 60% materiałów opublikowanych na łamach „Gazety Wyborczej” w badanym okresie przygotowały dziennikarki. Ponadto, jak już sygnalizowano wcześniej, eksperci wypowiadający się na łamach dziennika w zakresie badanego problemu to również w wielu przypadkach kobiety, choć „w rolach ekspertów zdecydowanie częściej występują mężczyźni. Podobnie częściej zapraszani są w roli komentatorów programów publicystycznych. Kobiety wypowiadają się wtedy, gdy poruszana problematyka dotyczy «typowo kobiecych» tematów” (Kowalczyk, Piotrowska, Zierkiewicz 2007: 110). A zatem czy gender to temat kobiet? Jedynie szerokie, pogłębione badania pozwolą jednoznacznie i precyzyjnie odpowiedzieć na tak postawione pytanie. Na podstawie danych zaprezentowanych w powyższej tabeli można wnioskować, iż udział mężczyzn w przygotowywaniu publikacji na temat płci społeczno-kulturowej, ukazywanej w bardzo wielu odsłonach, wzrósł z 19% w 2010 r. do prawie 40% w roku 2014.

Podsumowując rezultaty analizy zawartości „Gazety Wyborczej” z lat 2010–2014, należy zaznaczyć, iż podano przykłady tych spraw, kwestii, tematów, których prezentacja na łamach dziennika najczęściej wprowadzała termin gender. Patrząc z perspektywy światopoglądowej, można zaryzykować stwierdzenie, iż redakcja badanego tytułu jest „pro-gender”. W analizowanym okresie łatwo wskazać teksty ukazujące pozytywne stanowisko feministek (A. Graff, M. Środa, J. Bator) czy sympatyków ruchów feministycznych względem gender. Wprawdzie starano

się prezentować opinie środowisk prawicowych oraz Kościoła katolickiego, żywo zaangażowanego w omawianą „wojnę światopoglądową”, jednak wydźwięk tych tekstów jest inny, bardziej negatywny, polemiczny i pobłażliwy. Jednocześnie niewątpliwą zaletą były publikacje, w których naukowcy zgłębiający zagadnienie gender przedstawiali swój osąd, wyjaśniali niuanse, odpowiadali na pytania dziennikarzy, gdyż w ten sposób przybliżali czytelnikom znaczenie płci społeczno-kulturowej.

### **Podsumowanie**

Analiza zawartości medialnych przekazów to ważny wycinek badań medioznawczych, umożliwiający opis wpływu mass mediów na społeczeństwo i indywidualne postawy. Oddziaływanie wielu dodatkowych zmierzających utrudnia precyzyjne określenie skali wpływu mediów, jednakże rezultaty przeprowadzonych badań wykazały, że gender to temat coraz częściej „zaznaczający swoją obecność” w polskim dyskursie medialnym.

Z całą pewnością można stwierdzić, iż współczesna polemika na temat gender jest w Polsce mocno spolaryzowana. Ścierają się ze sobą dwa skrajnie różne stanowiska, konserwatywne walczące z gender, reprezentowane przez prawicowe ruchy, partie i Kościół katolicki oraz stanowisko postępowe stające w obronie gender, reprezentowane przez grupy lewicowe i środowiska feministyczne.

Przysłuchując się rozmowom tzw. zwykłych obywateli, można odnieść wrażenie, że nie rozumieją znaczenia terminu gender. Owszem, funkcjonują obiegowe, medialne, zasłyszane interpretacje pojęcia płci społeczno-kulturowej, jednakże w większości przypadków odbiegają one, i to w sposób zasadniczy od wyjaśnienia naukowego. Społeczne opinie na temat gender w wielu przypadkach są tak samo silnie opozycyjne, jak opinie prawicy i lewicy prezentowane w mass mediach. Zagadnienie płci społeczno-kulturowej jest uwikłane w trudne kwestie światopoglądowe, natury etycznej, bardzo kontrowersyjne i wzbudzające olbrzymie emocje, dlatego nie tylko bardzo trudno wypracować wspólne stanowisko w tej sprawie, ale nawet przyjęcie precyzyjne, naukowe, pozbawione ładunku emocjonalnego wyjaśnienie, czym jest płeć społeczno-kulturowa. Między innymi ze względu na skomplikowany charakter „genderowego wątku” – będącego przedmiotem zainteresowań przedstawicieli wielu środowisk, którzy ukazują gender z uwzględnieniem różnorodnych perspektyw oraz z wykorzystaniem urozmaiconych metod badawczych – należy nadal zgłębiać zasygnalizowaną w artykule materię, odkrywając kolejne wątki i odpowiadając na następne, rodzące się pytania badawcze.

## Bibliografia

- Bernstein A., 2002, *Representation, Identity and the Media* [w:] *The media book* edited by Ch. Newbold, O. Boy-Barrett, H. Van den Blick, Arnold, London.
- Czego Polacy szukają w internecie? Oto 10 najpopularniejszych hasel w Google w 2014 roku <http://www.polityka.pl/galerie/1603173,10,czego-polacy-szukaja-w-internecie-oto-10-najpopularniejszych-hasel-w-google-w-2014-roku.read> (21.08. 2015).
- Gromowska-Melosik A., Melosik Z., 2005, *Wprowadzenie* [w:] C.M. Renzetti, D.J. Curran, *Kobiety, mężczyźni i społeczeństwo*, Warszawa.
- Kowalczyk I., Piotrowska J., Zierkiewicz E., 2007, *Środki masowego przekazu* [w:] *Polityka równości płci Polska 2007. RAPORT*, red. B. Chołuj, Warszawa.
- Krasuska K., 2014, hasło *gender* [w:] *Encyklopedia gender. Płeć w kulturze*, red. M. Rudaś-Grodzka, K. Nadana-Sokołowska, A. Mrozik, K. Szczuka, K. Czeczot, B. Smoleń, A. Nasiłowska, E. Serafin, A. Wróbel, Warszawa.
- Leszczyńska K., Dziuban A., 2012, *Pomiędzy esencjalizmem a konstruktywizmem. Płeć (kulturowa) w refleksji teoretycznej socjologii – przegląd koncepcji*, „Studia Humanistyczne AGH”, t. 11/2.
- Lünenborg M., Maier T., 2013, *Gender Media Studies. Eine Einführung*, Konstanz – München.
- Michalczyk S., 2008, *Spoleczeństwo medialne. Studia z teorii komunikowania masowego*, Katowice.
- Mizielińska J., 2006, *Płeć. Ciało. Seksualność od feminizmu do teorii queer*, Kraków.
- Najbardziej opiniotwórcze polskie media w 2014 roku, *Analiza częstotliwości cytowania poszczególnych mediów przez inne media na podstawie przekazów prasowych, telewizyjnych i radiowych z okresu od 1 do 31 stycznia 2014 roku*, Warszawa, luty 2014, Instytut Monitorowania Mediów, [http://www.imm.com.pl/sites/default/files/raporty/raport\\_najbardziej\\_opiniotworcze\\_media\\_01\\_2014.pdf](http://www.imm.com.pl/sites/default/files/raporty/raport_najbardziej_opiniotworcze_media_01_2014.pdf) (24.08.2015).
- Richardson N., Wearing S., 2014, *Gender in the Media*, New York.
- Sierakowski S., 2014, *Gender. Przewodnik Krytyki Politycznej*, Warszawa.
- Spada czytelnictwo dzienników ogólnopolskich. Na czele „Fakt” przed „Gazetą Wyborczą” i „Super Expressem” <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/spada-czytelnictwo-dziennikow-ogolnopolskich-na-czele-fakt-przed-gazeta-wyborcza-i-super-expressem> (24.08.2015).
- Titkow A., 2011, *Kategoria płci kulturowej jako instrumentarium badawcze i źródło wiedzy o społeczeństwie* [w:] *Gender w społeczeństwie polskim*, red. K. Slany, J. Struzik, K. Wojnacka, Kraków.
- Zabratańska K.E., 2014, *Kobiety w przestrzeni medialnej i politycznej na Ukrainie* [w:] M. Pataj (*Nie*)obecność kobiet w przestrzeni publicznej, red. nauk. M. Pataj, Toruń.