

Aleksandra Hulewska

Instytut Nauk Ekonomicznych i Społecznych, Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu

Słowa kluczowe: polska telewizja publiczna, programy publicystyczne, *gender mainstreaming*, stereotypy związane z płcią

Keywords: Polish Television (TVP), journalistic programs, gender mainstreaming, gender-related stereotypes

CZY POLSKA TELEWIZJA PUBLICZNA PRZESTRZEGA ZASADY GENDER MAINSTREAMING? RAPORT Z BADAŃ

Wprowadzenie – cel podjętych badań

Zadanie w postaci eliminowania nierówności społecznych, w tym nierówności pomiędzy płciami, wiele współczesnych państw traktuje priorytetowo (są to w szczególności kraje wysoko rozwinięte). Mimo to na świecie wciąż obserwujemy zróżnicowanie szans kobiet i mężczyzn w kluczowych dziedzinach życia społecznego. Dowodzą tego statystyki. Przykładowo, z corocznego raportu wykonanego przez centrum badawcze działające przy Światowym Forum Ekonomicznym wynika, że tzw. *Global Gender Gap Index* w 2017 r. wyniósł 68%¹. Oznacza to, że przeciętna kobieta na świecie ma 68% szans przeciętnego mężczyzny na dostęp do takich dziedzin życia, jak: zatrudnienie, edukacja, zdrowie czy polityka. Najlepiej wypada pod tym względem wskaźnik dotyczący zdrowia (95%), najsłabiej – politycznej partycypacji (zaledwie 23%).

Od początku istnienia Unii Europejskiej za jeden z kluczowych elementów polityki wspólnotowej przyjęto zasadę równości szans oraz niedyskryminacji kobiet i mężczyzn we wszystkich dziedzinach życia społecznego. Unia „zwalcza wykluczenie społeczne i dyskryminację oraz wspiera sprawiedliwość społeczną i ochronę socjalną, równość kobiet i mężczyzn, solidarność między pokoleniami i ochronę praw dziecka”². Traktat ustanawiający Wspólnotę przewiduje również możliwość

¹ <https://www.weforum.org/reports/the-global-gender-gap-report-2017> (dostęp: 14.12.2017).

² <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=celex%3A12012E%2FTXT> (dostęp: 14.12.2017).

podjęcia przez państwa członkowskie specjalnych działań na rzecz grup dyskryminowanych³.

Bardzo ważnym elementem europejskiej polityki równościowej jest tzw. zasada *gender mainstreaming* (w polskich opracowaniach stosuje się także termin polityka równości płci). Jest 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 dokumentach końcowych IV Światowej Konferencji ONZ w Sprawie Kobiet. Od tej pory *gender mainstreaming* stała się głównym mechanizmem wdrażania polityki równości płci na świecie (oprócz strategii uwłasnowolnienia kobiet – *women's empowerment*)⁴. 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”⁵. Jego główne postanowienia wciąż pozostają aktualne. We wstępie do obecnie obowiązującej Strategii na rzecz Równości Kobiet i Mężczyzn (2010–2015) czytamy:

W wielu obszarach wciąż istnieją jednak nierówności w traktowaniu płci (...). Brak równości kobiet i mężczyzn jest pogwałceniem praw podstawowych. Bardzo negatywnie wpływa (...) również na gospodarkę i prowadzi do niedostatecznego wykorzystywania bogactwa talentów kobiet. Tymczasem równość płci może być atutem ekonomicznym i gospodarczym. Aby osiągnąć (...) inteligentny, trwały i sprzyjający włączeniu społecznemu wzrost, należy częściej i skuteczniej wykorzystywać potencjał i umiejętności kobiet. (...). Równość jest jedną z pięciu wartości, na których opiera się Unia. Celem Unii jest dążenie we wszystkich podejmowanych przez nią działaniach do równości kobiet i mężczyzn⁶.

Jak pokazują wyniki przytoczonych na wstępie studiów zrealizowanych przez centrum badawcze Światowego Forum Ekonomicznego, wdrażanie strategii *gender mainstreaming* jest szczególnie istotne w dziedzinie polityki. Okazuje się, że przeciętna kobieta ma 23% szans przeciętnej mężczyzny na zajmowanie wysokich stanowisk politycznych i udział w rządzeniu państwem. Sytuacja ta najprawdopodobniej stanowi pokłosie wielowiekowego wykluczania kobiet z życia publicznego. Jak powszechnie wiadomo, większość Europejki uzyskała prawa wyborcze dopiero w pierwszej, a zdarza się, że także w drugiej (Szwajcaria – 1971, Liechtenstein – 1984) połowie XX w. Niwelowanie negatywnych skutków wielowiekowej dyskryminacji kobiet w życiu publicznym jest traktowane przez kraje Wspólnoty Europejskiej priorytetowo, czego wyrazem jest m.in. wprowadzenie obowiązku umieszczania kobiet na listach wyborczych. Inicjatywom o charakterze instytucjo-

³ *Ibidem*.

⁴ <http://genderstudies.pl/index.php/czym-jest-gender-mainstreaming/> (dostęp: 14.12.2017).

⁵ <http://aei.pitt.edu/3991/1/3991.pdf> (dostęp: 14.12.2017).

⁶ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52010DC0491:PL:NOT> (dostęp: 14.12.2017).

nalnym towarzyszą również akcje mające na celu wywołanie zmian w mentalności Europejczyków, by zmienić oparte na stereotypach i uprzedzeniach płciowych postrzeganie kobiet oraz mężczyzn⁷.

Wydaje się, że ważną rolę w powyższym procesie mają do odegrania środki masowego przekazu, które w znacznym stopniu wpływają na kształtujący się w umysłach publiczności obraz świata⁸, a zatem również na przekonania, poglądy i oczekiwania odnoszące się do kobiet i mężczyzn. Przekaz medialny może wspierać realizację założeń równościowych, ale może też ten proces osłabiać. Niestety, jak wynika z badań zrealizowanych przez Szymona Ossowskiego i Dorotę Piontek, kobiety zdecydowanie za rzadko biorą udział w telewizyjnych programach publicystycznych, stanowiąc jedynie 30% zaproszonych gości⁹. Również dane z monitoringu wiodących (radiowych i telewizyjnych) programów publicystycznych przeprowadzonego przez Kongres Kobiet dowodzą, że przedstawicielki płci żeńskiej to jedynie 14,6% gości¹⁰.

Wdrażania zasady równości płci należało oczekiwać przede wszystkim od mediów publicznych – ze względu na ich misję¹¹. 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 społecznej¹².

Widać zatem wyraźnie, że pluralizm, tj. m.in. uwzględnianie w debacie publicznej głosów wszystkich grup społecznych, w tym także grup mniejszościowych, jest jednym z kluczowych elementów misji mediów publicznych. Pojawia się więc pytanie: czy misja publiczna – w aspekcie dbania o sprawiedliwy udział polityczek i polityków w programach publicystycznych – jest przez TVP realizowana? Przeprowadzone przez autorkę niniejszego artykułu badania pilotażowe, których celem było ustalenie, czy w wybranych programach publicystycznych TVP z udziałem gości polityków kobiety były wystarczająco reprezentowane, kazały udzielić na powyższe pytanie odpowiedzi przeczącej. W dalszej części niniejszego artykułu zostały przedstawione wyniki badań będących rozwinięciem wspomnianego pilotażu.

⁷ M. Fuszara, *Polityka i karnawał, czyli nowy ruch kobiecy w Polsce*, „Societas/Communitas” 2008, vol. 2(4)–1(5), s. 157–172.

⁸ T. Goban-Klas, *Diagnoza medialna jako fundament opisu stanu mediów*, w: *Media.pl Badania nad mediami w Polsce*, red. T. Bielak, G. Ptaszek, Kraków 2016, s. 52–69.

⁹ S. Ossowski, D. Piontek, *Co tam, panie, w polityce? Politycy w programach publicystycznych*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2014, vol. 57, nr 2, s. 234–250.

¹⁰ D. Piontek, *Kobiety w programach informacyjnych*, „Przegląd Politologiczny” 2011, nr 1, s. 121–132.

¹¹ D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2007, s. 78–79.

¹² <http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU19930070034> (dostęp: 14.12.2017).

Metoda

Celem opisywanych w niniejszym opracowaniu badań było zweryfikowanie hipotezy głoszącej, iż w programach publicystycznych emitowanych przez polską telewizję publiczną polityczki są niedoreprezentowane. Do sformułowania powyższego założenia upoważniały rezultaty pilotażu, które wskazywały na znaczną dysproporcję kobiet i mężczyzn biorących udział w programach publicystycznych TVP w okresie obchodów Międzynarodowego Dnia Kobiet (próba celowa). Wyniki badań pilotażowych zostały opublikowane w odrębnym artykule¹³.

Do rozwiązania problemu badawczego¹⁴ wykorzystano metodę ilościowej analizy zawartości¹⁵. Materiał badawczy stanowiły programy publicystyczne z udziałem polityków, wyemitowane w telewizji publicznej (TVP) w dwóch wyłonionych losowo przedziałach czasu, tj.: 9–15 stycznia 2017 i 11–17 września 2017.

Zarówno w styczniu, jak i we wrześniu 2017 r. TVP wyemitowała następujące programy publicystyczne z udziałem zaproszonych gości – polityków (zestawienie w kolejności alfabetycznej): „Bez retuszu”, „Forum”, „Gość Wiadomości”, „Kwadrans polityczny”, „Minęła dwudziesta”, „Studio Polska”, „Warto rozmawiać”, „Woronicza 17”. Poza tym w styczniu pojawiły się także „Południk Wildsteina” oraz „24 minuty z Krzysztofem Skowrońskim”. Ponieważ oba te programy po raz ostatni wyemitowano w czerwcu 2017 r., wykluczono je z ostatecznej próby. Z próby wyłączono także program „Studio Polska” (jako że jego formuła uniemożliwiła dokonanie ostrego podziału na gości i widzów) oraz jeden odcinek programu „Gość Wiadomości” (nie brali w nim udziału politycy). Ostatecznie przeanalizowano 39 programów, w których wzięło udział 83 gości – polityczek i polityków.

Wyniki

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

Zawarte w tabeli dane dowodzą, że udział polityczek i polityków w analizowanych programach był niejednakowy. Przeważającą większość gości stanowili mężczyźni (81,92%), kobiety natomiast pozostawały w mniejszości (18,08%). W strategię *gender mainstreaming* w największym stopniu wpisywał się program „Kwadrans polityczny”, a w najmniejszym „Bez retuszu”.

¹³ A. Hulewska, *Równa reprezentacja kobiet w mediach? Obecność polityczek w programach publicystycznych TVP – doniesienie wstępne*, „Polityka i Społeczeństwo” 2017, 4(15), s. 180–188.

¹⁴ J. Brzeziński, *Metodologia badań psychologicznych*, Warszawa 1997.

¹⁵ M. Lisowska-Magdziarz, *Analiza zawartości mediów: przewodnik dla studentów*, Kraków 2004; W. Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa 2008.

Tabela 1. Liczba gości – polityczek i polityków

Tytuł programu	Liczba gości mężczyzn	Liczba gości kobiet
„Bez retuszu”	4	0
„Forum”	11	1
„Gość Wiadomości”	10	4
„Kwadrans polityczny”	6	4
„Minęła dwudziesta”	20	4
„Warto rozmawiać”	6	1
„Woronicza 17”	11	1
Suma	68	15
Proc.	81,92	18,08

Źródło: opracowanie własne na podstawie analizy programów publicystycznych.

W kolejnym etapie analizy dokonano pomiaru czasu wypowiedzi polityczek i polityków, którzy gościli we włączonych do próby programach (tabela 2).

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

Tytuł programu	Czas wypowiedzi gości	Czas wypowiedzi mężczyzn	Czas wypowiedzi kobiet
„Bez retuszu”	1 739 sek.	1 739 sek.	0 sek.
„Forum”	4 844 sek.	4 452 sek.	392 sek.
„Gość Wiadomości”	9 122 sek.	6 412 sek.	2710 sek.
„Kwadrans polityczny”	6 926 sek.	4 293 sek.	2633 sek.
„Minęła dwudziesta”	9 132 sek.	7 585 sek.	1547 sek.
„Warto rozmawiać”	5 693 sek.	4 851 sek.	842 sek.
„Woronicza 17”	3 986 sek.	3 624 sek.	362 sek.
Suma	41 442 sek.	32 956 sek.	8486 sek.
Proc.	100,00	79,52	20,48

Źródło: opracowanie własne na podstawie analizy programów publicystycznych.

Jak pokazuje powyższe zestawienie, w analizowanym materiale mężczyźni mieli do dyspozycji zdecydowanie więcej czasu antenowego (79,52%) niż kobiety (20,48%). W żadnym z programów czas wypowiedzi polityczek nie był zbliżony do czasu, który wykorzystali politycy.

Porównując proporcję liczebności kobiet i mężczyzn w próbie celowej (pilotaż)¹⁶ (74,14% – mężczyźni, 25,86% – kobiety) z proporcją w próbie losowej (81,92% –

¹⁶ Tydzień, w którym obchodzono Międzynarodowy Dzień Kobiet.

mężczyźni, 18,08% – kobiety), a także proporcję czasu wypowiedzi polityków i polityczek w próbie celowej (74,34% – mężczyźni, 25,66% – kobiety) z proporcją w próbie losowej (79,52% – mężczyźni, 20,48% – kobiety), należy stwierdzić, że w tym drugim wypadku sytuacja kobiet okazała się jeszcze mniej korzystna niż w pierwszym. Jak widać, poczynione w pilotażu założenie, iż w tygodniu obchodów Międzynarodowego Dnia Kobiet (próba celowa) kobiety mają większą szansę gościć w mediach i otrzymać więcej czasu na wypowiedź, okazało się trafne. Biorąc jednak pod uwagę zarówno zapisy tzw. ustawy kwotowej, jak i zasadę *gender mainstreaming* obecność kobiet w próbie pilotażowej należy uznać za niewystarczającą.

Zakończenie

Zaprezentowane w niniejszym opracowaniu badania pokazały, że w analizowanych programach publicystycznych wyemitowanych w TVP polityczki stanowiły grupę mniejszościową. Odsetki zarówno liczby kobiet, jak i czasu ich wypowiedzi okazały się znacząco mniejsze niż proporcja przewidziana w ustawie kwotowej. Jest to zatem rezultat niesatysfakcjonujący z perspektywy przyjętej przez Unię Europejską polityki równości płci.

Analizując możliwe konsekwencje powyższego stanu rzeczy, warto przywołać klasyczne studia empiryczne zrealizowane przez George'a Gerbnera¹⁷. Jak wykazał badacz, częstotliwość i kontekst pokazywania kobiet w telewizji oddziałuje na postawy i przekonania odbiorców na temat znaczenia przedstawicielek płci żeńskiej w różnorodnych dziedzinach życia społecznego. Kobiety pojawiają się na ekranie telewizora znacznie rzadziej niż mężczyźni. Zdecydowanie częściej w porównaniu do mężczyzn są zaś pokazywane w roli ofiar przemocy. Wszystko to wpływa na powstanie w umysłach widzów specyficznego (nieadekwatnego do rzeczywistości) obrazu żeńskiej części społeczeństwa – jako grupy mniej znaczącej i jednocześnie zdecydowanie słabszej niż mężczyźni¹⁸.

W tym kontekście wyniki zaprezentowanych w niniejszym artykule badań wydają się niepokojące. Na podstawie odkryć Gerbnera można (analogicznie) stwierdzić, że polscy widzowie – obserwując na ekranach telewizyjnych odbiorników głównie polityków płci męskiej zabierających głos w ważnych dla kraju sprawach – mogą odnieść wrażenie, iż życie publiczne, władza, podejmowanie strategicznych dla rozwoju państwa decyzji itp. jest dziedziną mężczyzn. To z kolei może utrwalać stereotypowy podział świata na sferę publiczną (traktowaną jako domenę mężczyzn) i sferę prywatną (uznaną za domenę kobiet), a także – na zasadzie błędnego koła –

¹⁷ G. Gerbner, *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 1995, s. 126.

¹⁸ *Ibidem*, s. 132–135.

utrzymywać kobiety w getcie tradycyjnych ról i utrudniać im polityczną partycypację. Jeśli dodać do tego wyniki zrealizowanych w Polsce badań nad zawartością podreżników szkolnych pod kątem prezentowanych w nich ról związanych z płcią¹⁹, wzorcami kobiecości i męskości w telewizyjnych spotach reklamowych²⁰, obrazem kobiet w wybranych tytułach prasowych²¹ itp., to należy stwierdzić, iż w zakresie wyrównywania szans kobiet i mężczyzn w przestrzeni medialnej nadal pozostaje wiele do zrobienia.

Wnioski dla praktyki społecznej, jakie wyłaniają się z zaprezentowanych w artykule badań, wydają się jednoznaczne. Media publiczne (w tym – najpopularniejsza wśród nich telewizja), chcąc w sposób rzetelny realizować misję publiczną, winny zadbać o większy udział kobiet polityczek w emitowanych na przez siebie programach. Biorąc pod uwagę cytowane wcześniej ustalenia George’a Gerbnera, zalety takiego rozwiązania mogą mieć ogromną wartość dla niwelowania społecznych nierówności nie tylko w dziedzinie polityki.

Bibliografia

Publikacje zwarte

Brzeziński J., *Metodologia badań psychologicznych*, Warszawa 1997.

Fuszara M., *Polityka i karnawał, czyli nowy ruch kobiecy w Polsce*, „Societas/Communitas”, 2008, vol. 2(4)–1(5).

Gerbner G., *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 1995.

Goban-Klas T., *Diagnoza medialna jako fundament opisu stanu mediów*, w: *Media.pl. Badania nad mediami w Polsce*, red. T. Bielak, G. Ptaszek, Kraków 2016.

Hulewska A., *Równa reprezentacja kobiet w mediach? Obecność polityczek w programach publicystycznych TVP – doniesienie wstępne*, „Polityka i Społeczeństwo” 2017, 4(15).

Hulewska A., *Wzorce kobiecości i męskości w reklamach telewizyjnych skierowanych do dzieci*, w: *Wokół problemu płci i gender*, red. T. Rzepa, Szczecin 2011.

Lisowska-Magdziarz M., *Analiza zawartości mediów: przewodnik dla studentów*, Kraków 2004.

McQuail D., *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2007.

Ossowski S., Piontek D., *Co tam, panie, w polityce? Politycy w programach publicystycznych*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2014, vol. 57, nr 2.

Pankowska D., *Wychowanie a role płciowe*, Gdańsk 2005.

Piontek D., *Kobiety w programach informacyjnych*, „Przegląd Politologiczny” 2011, nr 1.

¹⁹ D. Pankowska, *Wychowanie a role płciowe*, Gdańsk 2005.

²⁰ A. Hulewska, *Wzorce kobiecości i męskości w reklamach telewizyjnych skierowanych do dzieci*, w: *Wokół problemu płci i gender*, red. T. Rzepa, Szczecin 2011.

²¹ A. Szwed, *Obraz kobiet we współczesnej prasie narodowej*, w: *(Nie)obecność kobiet w przestrzeni publicznej*, red. M. Pataj, Toruń 2014.

Pisarek W., *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa 2008.

Szwed A., *Obraz kobiet we współczesnej prasie narodowej*, w: *(Nie)obecność kobiet w przestrzeni publicznej*, red. M. Pataj, Toruń 2014.

Źródła internetowe

<http://aei.pitt.edu/3991/1/3991.pdf> (dostęp: 14.12.2017).

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=celex%3A12012E%2FTXT> (dostęp: 14.12.2017).

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=celex%3A12012E%2FTXT> (dostęp: 14.12.2017).

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52010DC0491:PL:NOT> (dostęp: 14.12.2017).

<http://genderstudies.pl/index.php/czym-jest-gender-mainstreaming/> (dostęp: 14.12.2017).

<http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU19930070034> (dostęp: 14.12.2017).

<http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20110340172> (dostęp: 14.12.2017).

<https://www.weforum.org/reports/the-global-gender-gap-report-2017> (dostęp: 14.12.2017).

Streszczenie

Artykuł prezentuje wyniki badań, których celem było ustalenie, czy polska telewizja publiczna realizuje politykę równości płci w odniesieniu do liczby polityczek i polityków zapraszanych do programów publicystycznych oraz czasu wypowiedzi gości. Badania zrealizowano metodą analizy zawartości na próbie 39 programów publicystycznych TVP z udziałem polityków. Analiza materiału pokazała, że stosunek liczby uczestniczących w programach gości płci męskiej (81,92%) do liczby gości płci żeńskiej (18,08%), a także czasu wypowiedzi polityków (79,52%) do czasu, w którym głos zabierały polityczki (20,48%), nie spełniały kryteriów zasady *gender mainstreaming*, a także nie odzwierciedlały proporcji płci przewidzianej w tzw. ustawie kwotowej²² gwarantującej kobietom i mężczyznom 35% miejsc na listach wyborczych.

DOES POLISH TELEVISION FOLLOW THE GENDER MAINSTREAMING PRINCIPLES? RESEARCH REPORT

Summary

The article presents the results of research aimed at determining whether Polish Television implements the policy of gender equality with regard to the number of both female and male politicians invited to journalistic programs and the duration of their speeches. The research has been carried out using the method of content analysis on a sample of 39 TVP journalistic programs with the participation of politicians. The analysis of the data showed that the ratio of the number of males (81.92%) participating in the programs to the number of females (18.08%) did not meet the criteria of the gender mainstreaming principles. In addition, the duration of male politicians' speeches (79.52%) turned out to be much higher than the time allotted to female politicians (20.48%). The research also proved that the gender ratio stipulated in the so-called Quota Act that guarantees 35% of seats for males and females on the electoral lists, respectively, was not observed.

²² <http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20110340172> (dostęp: 14.12.2017).