

Kobiety w programach informacyjnych

Tradycyjne postrzeganie ról społecznych wyznaczone płcią jest faktem zobiektywizowanym w postaci stereotypów kobiet i mężczyzn. Dotyczy ono wszystkich aspektów i sfer życia społecznego, tak w wymiarze prywatnym, jak i publicznym. Teoria ról społecznych Eagly mówi, że stereotypy kobiet i mężczyzn kształtują się (częściowo) poprzez obserwowanie poszczególnych osób podczas pełnienia przez nie ich ról społecznych (1987)¹. Dalej teoria ta głosi, że obserwując przedstawicieli różnych płci wykonujących odmienne czynności tj. mężczyzn jako zorientowanych na pracę zawodową i świat zewnętrzny, a kobiety jako opiekunki gospodarstwa domowego i rodziny, kształtujemy wobec innych i siebie oczekiwania zgodne z przejętą rolą rodzajową. Problematyka rodzajowej tożsamości i społecznej reprezentacji płci jest obecna w badaniach reprezentowanych głównie przez studia genderowe, które rozumieją płęć w kontekście kulturowym². Pojmowana jest ona jako zachowania i postawy uważane w danym społeczeństwie za właściwe dla danej płci. Internalizacja norm i zachowań społecznych związanych z płcią rozpoczyna się od intensywnej socjalizacji w grupach pierwotnych, które poprzez tak proste zabiegi, jak różnicowanie kodu kolorystycznego (różowy dla dziewcząt, niebieski dla chłopców), zabawki (odpowiednio lalki i samochody), język (delikatny, emocjonalny i socjocentryczny *versus* egocentryczny, instrumentalny, twardszy), aktywność (zajęcia kształtujące umiejętności społeczne, np. językowe i umilające kontakty społeczne *versus* sport i zajęcia manualne), czy ukierunkowanie zainteresowań wyznaczają społecznie pożądane zachowania dziewczynek i chłopców.

Tego rodzaju oddziaływanie grup pierwotnych wzmocniane jest przez działania grup i instytucji socjalizacji wtórnej, szczególnie przez media masowe. Tradycyjnie kobiety i mężczyźni prezentowani są w telenowelach. Sukces tego rodzaju produkcji, także w Polsce, jest konsekwencją tego, że prezentują one mit utraconej wspólnoty opartej na *wyobrażeniu tradycyjnej postawy wobec domu rodzinnego jako ostoji społecznych wartości i wzorów*³. Dom rodzinny w takim wyobrażeniu to dom, w którym role kobiet i mężczyzn są ściśle określone. Domeną kobiet jest sfera prywatna, domowa. Ich obowiązki związane są z dbałością o codzienne funkcjonowanie rodziny, wspieranie ambicji członków rodziny, pomoc i zaangażowanie w sytuacjach zwykłych i trudnych. Realizacja zawodowa czy ewentualna działalność w sferze publicznej związana jest z obszarami typowymi dla stereotypowego wyobrażenia o zainteresowaniach kobiet i stanowi w pewnym sensie przedłużenie ich domowych preroga-

¹ K. Deaux, M. Kite, *Stereotypy płci*, w: *Kobiety i mężczyźni: odmienne spojrzenia*, red. B. Wojciszke, GWP, Gdańsk 2002, s. 354–376.

² L. Brannon, *Psychologia rodzaju*, GWP, Gdańsk 2002; *Interdyscyplinarne studia nad płcią. Od polaryzacji płciowej do polaryzacji rodzajowej*, red. A. Hulewska, A. Jasielska, M. Ziarko, Wydawnictwo Fundacji Humaniora, Poznań 2009; M. Środa, *Kobiety i władza*, WAB, Warszawa 2009.

³ A. Kisieleska, *Klan i Klan – czyli świat serialu telewizyjnego*, w: *Intermedialność w kulturze końca XX wieku*, pod red. A. Gwóźdźa, S. Krzemień-Ojaka, Trans Humana, Białystok 1998, s. 237.

tyw. Zawodowo czynne bohaterki telenowel, jeśli mają rodzinę (męża, dzieci) są zatem pielęgniarzkami, nauczycielkami, sekretarkami itp. Bohaterki wkraczające w zawodowe obszary postrzegane jako męskie (biznes, instytucje finansowe, zarządzanie) to kobiety najczęściej niezrealizowane w sferze prywatnej, samotne, nieumiejące ułożyć sobie życia osobistego, nieszczęśliwe, niejednokrotnie sukces zawodowy traktujące jako kompensację lub możliwość odegrania się za niepowodzenia prywatne na innych. Mężczyzna angażuje się w sferę publiczną, jest żywicielem rodziny, ma ambicje i cele wykraczające poza świat domu. Jego satysfakcja jest wspomagana przez kobiety w takim stopniu, w jakim jest jej nagrodą.

Ten stereotyp jest jeszcze bardziej widoczny w przekazach reklamowych. Dominujące archetypy to kobieta domowa i bogini seksu, przy czym role te są rozłączne⁴. Kobiety domowe, *aby dogodzić mężczyznom i dzieciom, smarują kromki chleba margaryną, pieką ciasta i z dumą kładą je na środku stołu, gotują zupy z proszku [...] wręczają maluchom jogurty i słodycze*⁵, bogini seksu *musi charakteryzować się odpowiednio atrakcyjnym wyglądem (duży biust, zgrabna figura, długie nogi), wyzywającym makijażem, ubiorem*⁶.

Interesujące jest w świetle powyższego zbadanie, czy programy informacyjne portretują kobiety w podobnie tradycyjny sposób. Zmiany społeczno-obyczajowe znajdują niewielkie odbicie w ofercie rozrywkowej telewizji ogólnotematycznych, zatem warto sprawdzić, jak to wygląda w przypadku informacji.

Jednym z podstawowych zadań mediów masowych, tak w ocenie badaczy, jak i odbiorców mediów, jest dostarczanie informacji. Funkcja informacyjna ma polegać na prezentowaniu pełnego, złożonego, wszechstronnego opisu rzeczywistości oraz zdarzeń w niej występujących. Jednak, co stwierdził już Harald Lasswell⁷, nie występuje ona w oddzieleniu od funkcji korelacji i transmisji kultury. Media poprzez dobór prezentowanych spraw, interpretowanie i komentowanie wydarzeń przyczyniają się przede wszystkim do powstawania w umysłach odbiorców określonych ram poznawczych, które wykorzystywane są do oglądu i rozumienia rzeczywistości.

Tworzenie ram poznawczych dokonuje się poprzez pozycjonowanie określonych problemów obecnych w dyskursie publicznym, którego media są głównym uczestnikiem i zasadniczym kanałem. Poruszanie pewnych spraw i pomijanie innych wynika zaś z przyjętych przez redakcje kryteriów selekcji. Odnosi się to do działań wszystkich instytucji medialnych, niezależnie od tego, jaki rodzaj działalności prowadzą i jaka problematyka dominuje w ich produkcjach.

Kategoria selekcji informacji związana jest z modelem topologicznym Kurta Lewina, który wprowadza kategorię gatekeeperów, odpowiedzialnych za regulowanie przepływu informacji w systemie społecznym. W przypadku komunikowania masowego funkcje te pełnią redaktorzy naczelni, wydawcy, producenci, właściciele mediów⁸, bądź, w zależności od zakresu swobody działania – pojedynczy dziennikarze. Jednak, gdy mowa o programach informacyjnych, to głównym decydującym jest wydawca. W wyniku dokonanej selekcji, w mediach powstaje pewien obraz rzeczywistości społecznej, który jest nośnikiem znaczeń.

⁴ C. M. Renzetti, D. J. Curran, *Język i mass media: znaczące płaszczyzny komunikacji*, w: *Kobiety, mężczyźni i społeczeństwo*, red. C. M. Renzetti, D. J. Curran, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005.

⁵ *Psychologiczne mechanizmy reklamy*, red. D. Doliński, GWP, Gdańsk 2003, s. 147.

⁶ R. Nowacki, *Reklama*, Difin, Warszawa 2006, s. 234.

⁷ H. Lasswell, *The Analysis of Political Behaviour: An Empirical Approach*, Kegan, Trench, Trudner, and Co., London 1948.

⁸ T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, PWN, Warszawa 1996, s. 59.

Jednak media nie są wyizolowane społecznie, odbijają raczej nawyki myślowe i struktury poznawcze już istniejące, zatem znaczenia w nich tworzone są w dużej mierze pochodną wiedzy powszechnej. Jak pisał John Fiske, odbiorcy są twórcami przekazów masowych w tym sensie, że jeśli treść ma dotrzeć do publiczności, musi zawierać informacje ją interesujące. *Ale zawartość jest nie tylko przedmiotem przekazu; jest także sposobem, w jaki przedmiot jest traktowany. W obrębie kultury istnieją wzory uczuć, postaw, wartości, które obecne są w przekazach publikowanych przez media. Przekazy te ponownie wchodzą do kultury, z której wyrosły, kultywując ten wzór myślenia i odczuwania*⁹.

Nie ma powodów zakładać, że programy informacyjne odbiegać będą od tego schematu. Jako hipotezę roboczą przyjęto zatem, że kobiety w programach informacyjnych przedstawiane będą w rolach, w których tradycyjnie widzi je społeczeństwo.

Metoda

Do analizy obecności kobiet w wiodących polskich programach informacyjnych wykorzystano metodę ilościowej analizy treści¹⁰. Obecność kobiet rozumiano dwojako: kobiety jako twórczyni materiałów w programach informacyjnych i kobiety jako uczestniczki relacjonowanych wydarzeń. W pierwszym przypadku badano liczbę i temat relacji przygotowanych przez kobiety – reporterki i częstość występowania ich w roli prowadzących programy informacyjne. Drugi aspekt badań dotyczył kobiet – uczestniczek historii relacjonowanych w programach informacyjnych. W szczególności analizie poddano role, w których występowały kobiety – bohaterki materiałów informacyjnych.

Analizie poddano siedem wydań programów informacyjnych emitowanych w dniach od 19 do 26 lutego 2010 r. przez telewizję publiczną – „Wiadomości” TVP i telewizję komercyjną – „Fakty” TVN oraz sześć wydań od 7 do 13 lutego 2011 r. Wybór tygodni, z których pochodzi materiał badawczy, był losowy, można zatem założyć, iż prezentowane wydania są typowe dla codziennej praktyki wspomnianych redakcji. Jedynym wydarzeniem, które mogło istotnie zaważyć na zawartości programów informacyjnych w 2010 roku były trwające w tym czasie zimowe igrzyska olimpijskie. Jednakże miały one nikły wpływ na badany problem, widoczny zasadniczo w tym, że jednym z polskich bohaterów tych igrzysk była biegaczka, co znalazło odbicie w statystyce.

— „Wiadomości” TVP1 – 74 materiały 2010 r., 97 – 2011;

— „Fakty” TVN – 63 materiały 2010 r., 49 – 2011.

Jednostkę badawczą stanowiła relacja dotycząca jednej historii. W przypadku „Wiadomości” TVP1 analizie poddano 74 materiały z 2010 r. i 97 z 2011 r., w przypadku „Faktów” TVN było ich odpowiednio 63 i 49. Analizując rolę kobiet – twórczyń materiałów emitowanych w programach informacyjnych, brano pod uwagę dwie zmienne: autora relacji i temat relacji. W drugim przypadku wyodrębniono następujące kategorie: polityka, ekonomia, historie o zwykłych ludziach, sprawy społeczne, wypadki, kultura popularna, sport. Sprawy zwykłych ludzi dotyczyły historii, które związane były z konkretnymi ludźmi, miały wymiar jednostkowy i nie miały konsekwencji dla szerokiej publiczności, przy tym mogły wzbudzić ciekawość swoją dramatycznością, niecodziennością lub z innych powodów. Do kategorii spraw

⁹ K. Deaux, M. Kite, op. cit., s. 74.

¹⁰ Badania przeprowadzono przy współpracy Bogusława Skupina i Marcina Smury, którzy kodowali materiały stanowiących przedmiot analizy.

społecznych zaliczono tematy interesujące i ważne dla wszystkich, mogące mieć konsekwencje dla procesów społecznych, nie związanych z polityką i gospodarką. Kategoria wypadki obejmowała różnego rodzaju wypadki, przestępstwa i inne nagłe wydarzenia o charakterze negatywnym. Warto zauważyć, że kategoria ta mogła w jakiejś mierze pokrywać się ze sprawami zwykłych ludzi, stąd autorka badania arbitralnie decydowała o ich zaszeregowaniu przyjmując, że wypadki miały charakter spot news¹¹. Analizując rolę kobiet – uczestniczek relacjonowanych wydarzeń, brano pod uwagę następujące możliwości: kobieta – polityk (niezależnie od sześcibla uprawiania polityki), ekspert, osoba pełniąca funkcje publiczne (w organach administracji, organizacjach społecznych, prawnicy, przedstawiciele instytucji państwowych, prawnicy itp.), dziennikarka (pracująca w innych redakcjach niż badane, często pełniąca w gruncie rzeczy rolę ekspertów), zwykła osoba oraz osoba znana (celebrity). W badaniu przeprowadzonym w 2010 r.¹², w przypadku tzw. zwykłych kobiet wprowadzono również podkategorię ofiary, tzn. pokrzywdzonej w relacjonowanej sprawie. W prezentowanym badaniu kategorię tę rozbudowano poprzez wprowadzenie dodatkowych zmiennych, które umożliwiły określenie, jak prezentowane są kobiety – ofiary: jako aktywne w rozwiązywaniu problemów, czy jako pasywne, podporządkowujące się wydarzeniom.

„Wiadomości” TVP1 i „Fakty” TVN

„Wiadomości” i „Fakty” to dwa najpopularniejsze telewizyjne programy informacyjne w Polsce. Ich średnią oglądalność (AMR) oraz udział w rynku (SHR) w badanych okresach przedstawia tabela 1.

Tabela 1

	AMR luty 2010 mln	SHR luty 2010 %	AMR luty 2011 mln	SHR luty 2011 %
Wiadomości 19.30	4 910 173	31,23	4 655 081	29,18
Fakty 19.00	4 392 349	29,20	4 794 368	31,60

Źródło: wirtualnemedi.pl, dostęp: 12.04.2011.

„Wiadomości” są programem informacyjnym o długiej tradycji, sięgającej roku 1956, emitowanym niezmiennie o godz. 19.30. Do 1989 roku szandarowy program telewizji państwowej, traktowany jako główne narzędzie oficjalnej propagandy, zmieniał się wraz ze zmianą statusu tworzącej go stacji. W 1993 roku, po wejściu w życie ustawy o radiofonii i telewizji, dotychczas państwowa telewizja zyskała status nadawcy publicznego, który miał ją uchronić przed próbami sterowania jej działaniami przez polityków i bezpośrednią polityczną kontrolą. Dość szybko jednak okazało się, że zapisy ustawowe, np. dotyczące powoływania członków rad nadzorczych mediów publicznych i ich zarządów, interpretowano w sposób umożliwiający uczynienie telewizji publicznej przedmiotem gry politycznej. Częste zmiany

¹¹ G. Tuchman, *Making News. A Study in the Construction of Reality*, The Free Press, London 1978.

¹² D. Piontek, *Women in television news programmes*, w: *The Participation of Women in the Media and in Politics*, eds. I. Andrzejewicz, A. Balczyńska-Kosman, Wyd. WNPiD, Poznań 2010, s. 159–168.

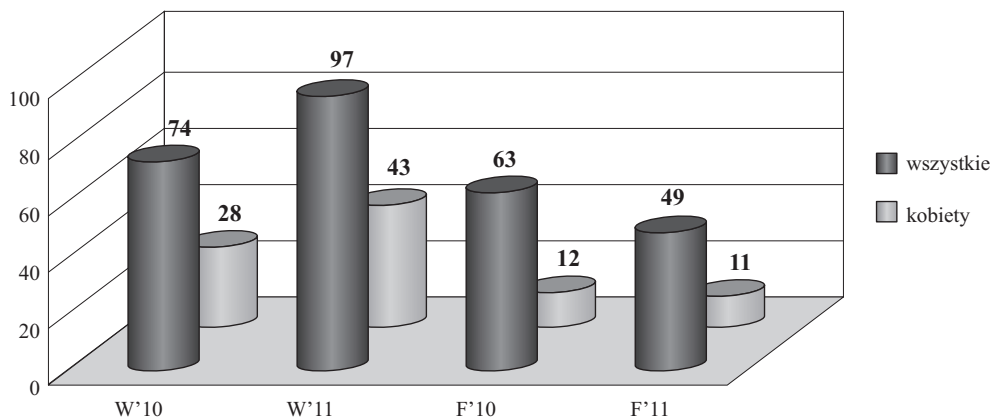
kadry zarządzającej, w tym szefów programów informacyjnych, prezentujących i promujących odmienne koncepcje polityczne i programowe, wpłynęły na jakość programów informacyjnych tak w sensie zawartości, jak i technicznym. Pojawienie się na rynku konkurenta w postaci nadawcy komercyjnego, który także w obszarze programów informacyjnych chciał konkurować z telewizją publiczną, dość szybko, zgodnie z zasadą kontrastu, obnażyło słabości tej ostatniej.

„Fakty” pojawiły się we wrześniu 1997 roku. Miały ambicje odebrać widzów „Wiadomościom”, stąd pomysł emisji również o 19.30. Od początku różniły się mniej sformalizowanym językiem, wykorzystaniem wielu środków formalnych nowych w polskich warunkach, wprowadzaniem historii zwykłych ludzi oraz standardami technicznymi. Wzorem dla twórców „Faktów” były amerykańskie programy informacyjne głównych sieci naziemnych i satelitarnych, które znacząco różniły się od wzorca stworzonego w Polsce przez telewizję publiczną. Po kilku miesiącach godzinę emisji zmieniono na 19.00, ze względu na przyzwyczajenia widzów, które okazały się trudne do zmiany, ale „Fakty” sukcesywnie zwiększały swoją widownię i doganiały „Wiadomości”. Jednak, co ważne z punktu widzenia perspektywy badacza mediów, to „Fakty” stały się liderem innowacji technologicznych i zmian standardów dziennikarskich, które przejmowane są przez inne programy informacyjne, w tym telewizji publicznej. Bezsporny sukces „Faktów” jest oczywiście efektem innej strategii zarządzania w przedsiębiorstwie komercyjnym, strategii długofalowej i konsekwentnie realizowanej przez zarząd mający jasno określony cel marketingowy.

Wyniki

W badanym okresie wystąpiła wyraźna dysproporcja w liczbie materiałów przygotowanych przez kobiety i mężczyzn w obydwu redakcjach (wykres 1).

Wykres 1. Liczba materiałów przygotowanych przez kobiety-reporterów „Wiadomości” i „Faktów” 2010 i 2011



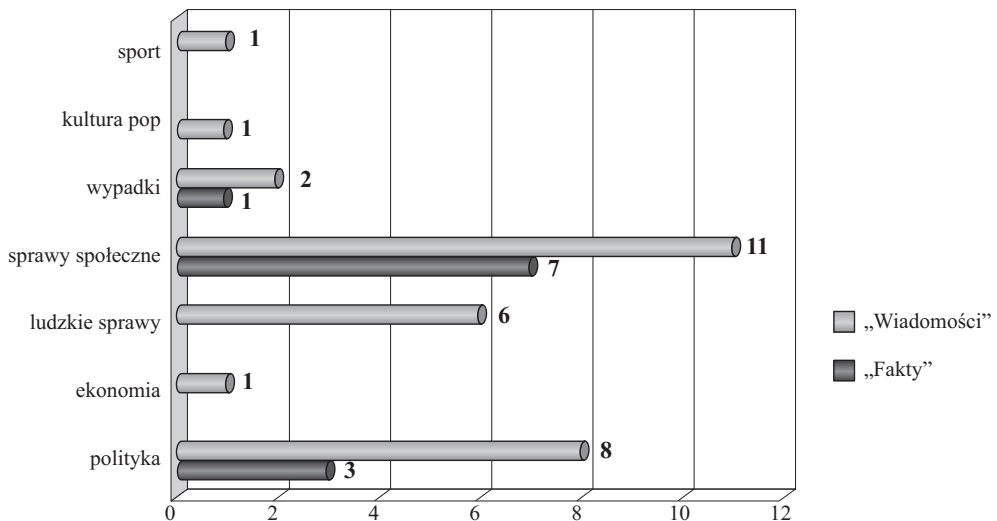
Źródło: Opracowanie własne.

Zdecydowanie częściej materiały przygotowane przez kobiety reporterki emitowane były w „Wiadomościach”, choć i tu przeważały materiały mężczyzn (materiały kobiet stanowiły

w lutym 2010 r. 37,8% ogólnej liczby w porównaniu z „Faktami” – 19,4%, zaś w lutym 2011 r. – odpowiednio 44,3% i 22,4%). Można powiedzieć, że jest to pochodną liczby pracujących w obu redakcjach kobiet¹³, jednak udział ten nie jest proporcjonalny. Znając realia polskich mediów, trudno zakładać, że jest to rezultat świadomej polityki redakcji. Zresztą nie należy w tej kwestii dopatrywać się konieczności stosowania jakiegos rodzaju parytetu, należy zakładać, że wydawcy nie kierują się płcią reporterów tylko znaczeniem informacji i jakością przygotowanych przez nich materiałów.

Interesujące wydaje się stwierdzenie, czy istnieje rodzaj specjalizacji reporterów co do tematów przez nich realizowanych, i – jeśli taka specjalizacja występuje, to czy odpowiada ona stereotypowo pojmowanym zainteresowaniom kobiet i mężczyzn. W lutym 2010 r. reporterki „Wiadomości” przygotowały materiały związane z wszystkimi, poza kulturą popularną, tematami wyszczególnionymi w badaniu, reporterki „Faktów” zaś zajęły się polityką, sprawami społecznymi, wypadkami i kulturą popularną (wykres 2).

Wykres 2. Tematy materiałów kobiet-reporterów „Wiadomości” i „Faktów” 2010



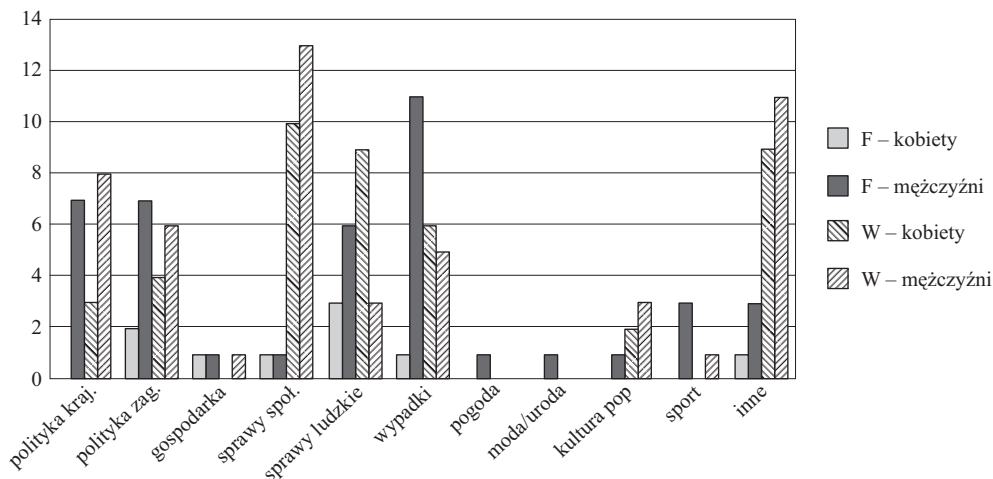
Źródło: Opracowanie własne.

Wykres 3 przedstawia tematy, którymi zajęły się reporterki w lutym 2011 r., przy czym porównano tematykę ich materiałów z tematyką materiałów przygotowanych przez mężczyzn. Domeną reporterek okazały się sprawy ludzkie i społeczne, choć dziennikarki „Wiadomości” zajmowały się w badanym okresie również tematyką polityczną.

Zatem i w tym przypadku również widać interesujące różnice pomiędzy analizowanymi programami, jednak o ich przyczynach trudno wnioskować przy tak małej próbie. Warto zauważyć, że w całej populacji badanych materiałów w obydwu programach najwięcej materiałów kobiet-reporterów dotyczyło spraw społecznych, a w przypadku „Wiadomości” także historii o zwykłych ludziach. W każdym programie jednak, co warto podkreślić, w żadnej

¹³ W redakcji „Faktów” TVN wśród aktualnie zatrudnionych reporterów jest 5 kobiet i 18 mężczyzn; w „Wiadomościach” zaś 7 kobiet i 9 mężczyzn.

Wykres 3. Tematy materiałów reporterów „Wiadomości” i „Faktów” 2011



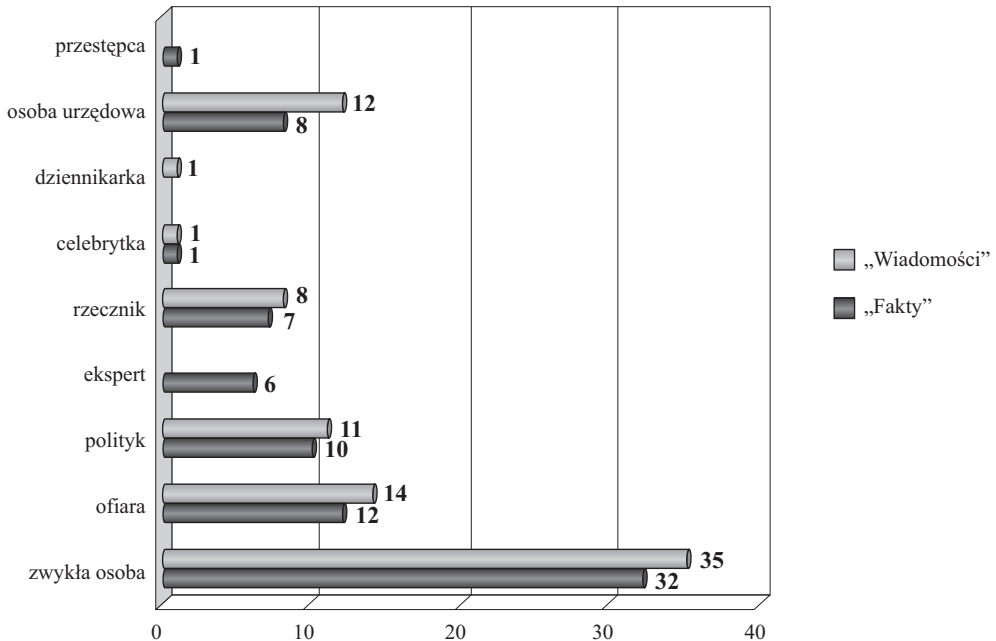
Źródło: Opracowanie własne.

z kategorii spraw relacje dziennikarek nie stanowiły większości. Można jednak stwierdzić, że istnieje specjalizacja nie tyle kobiet, ile konkretnych reporterów w domenie polityki. Wszystkie trzy materiały z „Faktów” związane z polityką przygotowała ta sama reporterka, podczas gdy w „Wiadomościach” materiały polityczne przygotowały trzy dziennikarki. Wśród dziennikarzy w ogóle występuje specjalizacja, która często jest efektem ich pozadziennikarskiego przygotowania, choć, co wynika z długotrwałej obserwacji programów informacyjnych, także stereotypowego podziału na tematy „typowo” męskie i kobiece. Wśród reporterów zajmujących się sprawami polityki i gospodarki zdecydowanie dominują mężczyźni, podobnie, jak wśród dziennikarzy sportowych. Warto dodać, że jedyna relacja sportowa zrealizowana przez dziennikarkę „Wiadomości” (2010) dotyczyła nie tyle rywalizacji sportowej, ile nastrojów w polskiej reprezentacji na Igrzyska Olimpijskie w Vancouver.

W badanych okresach rolę prowadzących programy informacyjne pełnili głównie mężczyźni, choć i tu widać różnice pomiędzy „Wiadomościami” i „Faktami”. W przypadku pierwszego z programów dwa na siedem wydań w 2010 r. i dwa na sześć w 2011 r. prowadziły kobiety, w przypadku drugiego przyjęto zasadę, że wydania sobotnie i niedzielne prowadzi para prezenterów: kobieta i mężczyzna. Jednak dłuższa obserwacja programów informacyjnych wskazuje, że takie rozłożenie proporcji między kobietami i mężczyznami jako samodzielnymi gospodarzami wydań programów informacyjnych było dość przypadkowe, gdyż obydwa programy mają stały skład prowadzących złożony z dwóch kobiet i dwóch mężczyzn.

W przyniatającej przewadze bohaterami newsów byli mężczyźni, w 2011 roku w „Wiadomościach” wystąpiło ich 224 w porównaniu z 78 kobietami, zaś w „Faktach” odpowiednio 215 i 69. Interesujące wyniki przyniosła analiza ról kobiet-aktorów relacjonowanych w programach informacyjnych historii. Wykres 4 pokazuje, że w lutym 2010 r. kobiety będące bohaterkami wydarzeń to zdecydowanie najczęściej zwykłe osoby, głównie matki, borykające się z przeciwnościami losu. Na 35 takich prezentacji w „Wiadomościach” i 32 w „Faktach” były one przedstawiane odpowiednio 14 i 12 razy jako ofiary wydarzeń losowych, najczęściej opiekunki dzieci chorych, nie znajdujące pomocy w instytucjach społecznych do tego powołanych.

Wykres 4. Role kobiet w jednostkach informacji w „Faktach” i „Wiadomościach” 2010



Źródło: Opracowanie własne.

Oprócz matek chorych dzieci wystąpiły również matki dzieci prześladowanych w szkole, matka, której (pochopnie, zdaniem relacjonującego) odebrano dziecko, matka umierającej córki, wyrodna matka oraz matka sportswomenki odnoszącej sukcesy, ale poszkodowanej na zimowych igrzyskach 2010 (chodzi o Petrę Majdi, słoweńską biegaczkę narciarską). Ponadto zwykłe kobiety to ofiary powodzi, żona zabitego policjanta, ofiary zwolnień, uczestniczki manifestacji przeciw zwolnieniom. Jednoznacznie pozytywny wydzwięk miała historia o 18-latce, która została rodziną zastępczą dla rodzeństwa, choć i to było efektem tragicznego zdarzenia – śmierci rodziców. Jedynym materiałem poświęconym sprawie ważnej społecznie, w którym bohaterem była kobieta, była relacja dotycząca Alicji Tysiąc, która uzyskała korzystny wyrok sądowy w sprawie przeciwko katolickiemu tygodnikowi „Gość Niedzielny”¹⁴ („Wiadomości” z 19.02.2010). Wyraźnie widać, że obydwa dzienniki informacyjne w podobny sposób reprezentują rzeczywistość społeczną, w której głównymi bohaterkami są kobiety.

W omawianym okresie kobiety-politycy były obecne w 21 (w sumie) relacjach obydwu programów informacyjnych, przy czym nie można mówić w tym wypadku o 21 różnych paniach. Trzy posłanki opozycyjnej partii Prawo i Sprawiedliwość wypowiadały się na temat prac parlamentarnej komisji śledczej (jedna z nich jest jej członkiem) i spraw polityki rodzin-

¹⁴ Alicja Tysiąc skutecznie zaskarżyła państwo polskie do Trybunału Praw Człowieka w Strasburgu o niemożliwość jej skorzystania z prawnie istniejącej możliwości dokonania aborcji ze względu na zagrożenie zdrowia. Po tym wyroku media katolickie w Polsce, a szczególnie „Gość Niedzielny” pisały o zabójczyni, która od laickiej Europy otrzymała finansowe zadośćuczynienie za chęć zamordowania własnego dziecka. Alicja Tysiąc stała się symbolem walki kobiet o przestrzeganie praw kobiet wynikających z restrykcyjnej ustawy antyaborcyjnej.

nej, jedna z pań to przewodnicząca Związku Polaków na Białorusi, kolejna to Catherine Ashton, Wysoki Przedstawiciel UE ds. Wspólnej Polityki Zagranicznej i Bezpieczeństwa, wreszcie minister zdrowia, która pojawiła się w związku ze strajkiem pielęgniarek. Zdecydowana większość materiałów, w których występowały kobiety-politycy nie dotyczyła zatem tzw. twardej polityki, ale dziedzin, które związane są z kwestiami tradycyjnie stanowiącymi domenę kobiet (rodzina, edukacja, zdrowie). Wyjątkiem była Catherine Ashton, która z racji sprawowanego stanowiska wypowiadała się w sprawie stosunku Unii Europejskiej do polityki rządu Białorusi wobec organizacji polonijnej. Andżelika Borys, reprezentująca represjonowany związek, odwiedziła w badanym okresie Polskę, gdzie przyjmowana była m.in. przez prezydenta RP oraz pojechała do Brukseli, aby tam zabiegać o zainteresowanie. Materiałów na ten temat, z obu paniami jako ich bohaterkami było w obydwu programach w sumie cztery.

W lutym 2011 r. spośród wszystkich ról dominowała kobieta polityk, to jednak w ogólnej liczbie występujących pań polityczki raczej nie były widoczne. Ich obecność związana była głównie z powstaniem nowej inicjatywy politycznej, na czele której stanęła kobieta. Problemy Polska jest Najważniejsza (PJN) z utrzymaniem zainteresowania wyborców były treścią wypowiedzi polityków, w tym kobiet, podobnie, jak stale powracający temat katastrofy smoleńskiej. Co interesujące, wypowiedzi kobiet-polityków częściej były merytoryczne niż personalne, co nie jest regułą w odniesieniu do mężczyzn.

Skromna obecność kobiet w rolach politycznych w programach informacyjnych jest odbiciem ich uczestnictwa w polityce. W 22-osobowej Radzie Ministrów zasiada 5 kobiet w randze ministra. Kierują resortami: edukacji narodowej; nauki i szkolnictwa wyższego; pracy i polityki społecznej; rozwoju regionalnego; zdrowia¹⁵. W Sejmie kobiety stanowią 20%, w Senacie 8% składu. Swą aktywność parlamentarzystki przejawiają głównie w komisjach zajmujących się sprawami edukacji, zdrowia, zabezpieczenia socjalnego rodzin itp. Zatem nie dziwi, że w tych obszarach zabierają głos, co następnie relacjonują media. Nie można tym samym takiej reprezentacji kobiet w programach informacyjnych przypisywać tendencyjności mediów. Odzwierciedlają one dość wiernie rzeczywistość. Refleksja powinna dotyczyć tego, jakie czynniki determinują publiczne zaangażowanie kobiet i ich wybory co do obszarów publicznej aktywności. Duże znaczenie ma tu z całą pewnością stereotypowe postrzeganie ról kobiet, niezależnie od tego, czy związane są ze sferą prywatną, czy publiczną.

Polskie programy informacyjne są w dużym stopniu upolitycznione, sprawy gospodarki zwykle nie są ich głównym tematem. Jednak gdyby ekonomia częściej pojawiała się w relacjach dziennikarzy, można założyć, że nie wpłynęłoby to na liczniejszą obecność kobiet w programach informacyjnych. W Polsce 45% pracujących zawodowo stanowią kobiety¹⁶, mają częściej niż pracujący mężczyźni wykształcenie wyższe i średnie, rzadko jednak pełnią najwyższe funkcje kierownicze w firmach, w których są zatrudnione. Najczęściej zdarza się to w przypadku firm małych (28,3%), rzadziej w średnich (20%), najrzadziej zaś w firmach dużych (16,6%). Bohaterami relacji mediów są zazwyczaj trzy kategorie osób: sprawujące funkcje publiczne (w tym politycy), eksperci, zwykli ludzie. Sprawy gospodarcze, jeśli są przedmiotem zainteresowania dziennikarzy, omawiane są z udziałem tych aktorów, którzy zajmują wysoką pozycję w tej dziedzinie i ekspertów.

W roli ekspertów kobiety wystąpiły w badanym okresie 6 (2010 r.) i 3 (2011 r.) razy. Za każdym razem ich wypowiedzi dotyczyły spraw socjalnych i rodziny. Były to pedagogy, psy-

¹⁵ Dane na dzień 12.04.2010 r.

¹⁶ Cytowane tutaj i w kolejnym zdaniu dane dotyczące pracy zawodowej za: GUS, *Aktywność ekonomiczna ludności Polski za III kwartał 2009 r.*

cholożki, specjalistki od prawa rodzinnego. Podobnie rzecz miała się w przypadku kobiet występujących jako osoby reprezentujące różne instytucje. Do tego stopnia często pełniły funkcję rzecznika prasowego, że zdecydowano tę kategorię pokazać osobno. Kobiety były rzecznikami różnych instytucji, m.in. rejonowych komend policji, Ministerstwa Spraw Wewnętrznych i Administracji, Polskiego Zakładu Ubezpieczeń Społecznych (największej ubezpieczeniowej firmy w Polsce), przewodniczącego Parlamentu Europejskiego, czy sądów. Funkcja rzecznika prasowego wymaga pewnych umiejętności, szczególnie komunikacyjnych, w tym dużej sprawności werbalnej, empatii, umiejętności rozmowy, perswazji i negocjacji, opanowania i odpowiedzialności. Są to umiejętności o charakterze socjocentrycznym, które w procesie socjalizacji przekazywane są przede wszystkim dziewczętom. Nie od dziś wiadomo, że we wszystkich profesjach związanych z public relations i rzecznikowaniem kobiety odnoszą większe sukcesy niż mężczyźni.

Poza grupą rzeczników prasowych, kobiety obecne w materiałach obydwu programów informacyjnych reprezentowały instytucje bardzo sfeminizowane. Głównie były to szkoły, związki zawodowe pielęgniarek, ośrodki pomocy społecznej, dom dziecka. Wyjątkiem była pani pełniąca funkcję dyrektora zarządu dróg w jednym z województw.

Kobiety w rolach prywatnych to głównie matki i świadkowie dziejących się wydarzeń. Dość często przedstawiane są w roli ofiar sytuacji i bezdusznych urzędników, choć w większości wypadków starają się aktywnie działać na rzecz polepszenia swojej sytuacji. Działanie takie polega jednak głównie, jak można odnieść wrażenie, na zainteresowaniu mediów, co skutecznie ułatwia załatwianie spraw w rozmaitych instytucjach.

Kobiety, które zajmują się polityką, są rzadko obecne nie tylko w programach informacyjnych, ale także i publicystycznych. Kongres Kobiet przeprowadził monitoring wiodących programów publicystycznych radiowych i telewizyjnych, z którego wynikało, że w badanych 5 tygodniach kobiety stanowiły jedynie 14,6% zaproszonych gości (129 na 885 osób)¹⁷. Dodać należy, że średnia ta została podniesiona dzięki temu, że wśród monitorowanych audycji był „Babilon” TVN24, którego gośćmi są z założenia kobiety (w każdym odcinku cztery). Audycja reklamuje się hasłem „damski punkt widzenia” i tym samym tworzy już wrażenie, że damski punkt widzenia jest z zasady odmienny od męskiego. Widać w tym odzwierciedlenie rozpowszechnionego sądu, który można określić mianem determinizmu biologicznego: o sądach osób decyduje ich płeć, a nie szeroko rozumiane doświadczenie i pozycja społeczno-kulturowa. Tymczasem widać, że wśród zaproszonych gości bywają istotne różnice w poglądach, zatem to nie płeć determinuje ogląd rzeczywistości i światopogląd. Program, co warto dodać, prowadzi mężczyzna.

Analizując zawartość programów informacyjnych wiodących stacji telewizyjnych pod kątem obecności w nich kobiet, można odnieść wrażenie, że nie tyle pokazują one rzeczywistość, ile odbijają one i utrwalają wyobrażenia o tym, która płeć które role powinna pełnić w sferze publicznej. Kobiety współprzygotowujące programy informacyjne są młode (najczęściej w przedziale 25–35) i zajmują się głównie sprawami społecznymi i sprawami zwykłych ludzi. Rzadziej niż mężczyźni są wydawcami i reporterami; parytet istnieje tylko w zespole prowadzących. Wśród bohaterów relacji telewizyjnych dominują kobiety wypełniające role zawodowe, które najczęściej należą do tzw. zawodów kobiecych. Ogromna zmiana społeczna zainicjowana w 1989 r. wpłynęła na zmianę sposobów wypełniania ról społecz-

¹⁷ www.stowarzyszeniekongreskobiet.pl/services/blog/6a0105360932be970b0133f23fd202970b/search?filter.q=kobiety, dostęp: 12.06.2011.

nych związanych z płcią (aktywność zawodowa kobiet, ich większa niezależność, wchodzenie w obszary dotychczas zarezerwowane dla mężczyzn). Tendencje te nie znajdują jednak odbicia w reprezentacji kobiet w programach telewizyjnych. Warto obserwować, czy ten tradycyjizm nadal będzie wyróżnikiem polskich programów informacyjnych.

Bibliografia

- Brannon L., *Psychologia rodzaju*, GWP, Gdańsk 2002.
- Deaux K., Kite M., *Stereotypy płci*, w: *Kobiety i mężczyźni: odmienne spojrzenia*, red. B. Wojciszke, GWP, Gdańsk 2002, s. 354–376.
- Psychologiczne mechanizmy reklamy*, red. D. Doliński, GWP, Gdańsk 2003.
- GUS, *Aktywność ekonomiczna ludności Polski za III kwartał 2009*.
- Fiske J., *Introduction to Communication Studies*, Routledge, London 1990.
- Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, PWN, Warszawa 1996.
- Interdyscyplinarne studia nad płcią. Od polaryzacji płciowej do polaryzacji rodzajowej*, red. A. Hulewska, A. Jasielska, M. Ziarko, Wydawnictwo Fundacji Humaniora, Poznań 2009.
- Kisielewska A., *Klan i Klan – czyli świat serialu telewizyjnego*, w: *Intermedialność w kulturze końca XX wieku*, pod red. A. Gwóźdźa, S. Krzemień-Ojaka, Trans Humana, Białystok 1998.
- Lasswell H., *The Analysis of Political Behaviour: An Empirical Approach*, Kegan, Trench, Trudner, and Co., London 1948.
- Nowacki R., *Reklama*, Difin, Warszawa 2006.
- Piontek D., *Women in television news programmes*, w: *The Participation of Women in the Media and in Politics*, eds. I. Andruszkiewicz, A. Balczyńska-Kosman, Wyd. WNPiD, Poznań 2010, s. 159–168.
- Renzetti C. M., Curran D. J., *Język i mass media: znaczące płaszczyzny komunikacji*, w: *Kobiety, mężczyźni i społeczeństwo*, red. C. M. Renzetti, D. J. Curran, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005.
- Środa M., *Kobiety i władza*, WAB, Warszawa 2009.
- Tuchman G., *Making News. A Study in the Construction of Reality*, The Free Press, London 1978.

Summary

Women in News Programs

The stereotypes that concern the roles determined by one's sex convey the traditional understanding of the place, role and activity of men and women in society. The paper analyzes the leading Polish news programs in respect of female presence. This presence was defined in a two-fold manner: women as the authors of material in news programs and women as participants of the events reported. In the first case, the number and subjects of reports prepared by female reporters was analyzed and the frequency with which they act as anchors of news programs. The second aspect of the research concerned female participants of stories covered in news programs. The analysis in particular concerned the roles which female protagonists of news reports played. A working hypothesis assumed that women in news programs will be presented in their traditional roles as perceived by society. The analysis corroborated this assumption. Female reporters more frequently than male reporters covered social topics and the stories of ordinary people, i.e. the realms that are traditionally perceived as female, while female protagonists of the events covered most often played the private roles of mothers, wives

or witnesses. The professional roles of women included politicians related to the social sectors (labor and social care, education, health) or press spokeswomen. The conclusion of the paper is that the news programs of the leading TV stations do not show the reality but rather reflect and reinforce the image of which sex should play which roles in the public domain.