



Udział kobiet w debacie publicznej na podstawie telewizyjnych serwisów informacyjnych

Raport medialny
II kwartał 2021

Wstęp



W styczniu 2013 roku opracowaliśmy badanie „Na szklanym ekranie. Udział kobiet w debacie publicznej na podstawie telewizyjnych serwisów informacyjnych”. Wnioski były wówczas przygnębiające. Wśród osób wypowiadających się w materiałach głównych serwisów informacyjnych kobiety stanowiły zaledwie 24 proc.

Od tamtego czasu minęło ponad 8 lat. W Polsce zmieniła się władza, debata publiczna się spolaryzowała jak nigdy dotąd, a rywalizacja między głównymi stacjami telewizyjnymi nabrała kolorów politycznych i światopoglądowych. Na świecie rozpoczęła się rewolucja #metoo, triumf polityki tożsamościowej, a głos mniejszości i dyskryminowanych grup staje się coraz lepiej słyszalny i ma wpływ zarówno na kształtowanie programów partii politycznych, jak i strategii korporacji. Przez Polskę, pomimo trwającej pandemii Covid-19, przetoczyły się potężne protesty przeciwko orzeczeniu Trybunału Konstytucyjnego i idącemu za nim zaostrzeniu prawa dotyczącego dostępu do aborcji. Kobiety w Polsce wyszły masowo na ulicę w sprzeciwie wobec władzy.

Postanowiliśmy sprawdzić, jak w tej nowej rzeczywistości wygląda obraz Polski i świata w głównych wydaniach serwisów informacyjnych TVP1, Polsatu i TVN. Jak rozkładają się głosy dziennikarzy i dziennikarek? Kto częściej dostaje okazję do komentowania bieżących wydarzeń – kobiety czy mężczyźni? W jakich tematach częściej dostają głos eksperci, a w jakich ekspertki? Tym razem postanowiliśmy zwrócić szczególną uwagę na samą tematykę praw kobiet oraz dyskryminowanych mniejszości. Czy w programach informacyjnych te kwestie są poruszane? Kto i w jaki sposób przedstawia widzom informacje na te tematy?

Do skomentowania wyników badania zapraszamy ekspertki i ekspertów z obszarów medioznawstwa, doradztwa wizerunkowego, dziennikarstwa, socjologii i psychologii społecznej.

Wnioski z naszego raportu publikujemy cyklicznie, co kwartał, licząc, że w danych w końcu zobaczymy więcej równości.

Zespół
PRESS-SERVICE Monitoring Mediów

Główne wnioski z analizy

1. W analizowanym okresie nie odnotowano zmian w stosunku do badania przeprowadzonego w I kw. 2021 r. Proporcje płci osób wypowiadających się w materiałach najpopularniejszych telewizyjnych serwisach informacyjnych są bardzo zbliżone do raportu podsumowującego pierwsze trzy miesiące br. – mężczyźni byli cytowani niemal trzykrotnie częściej (8988; 74%) niż kobiety (3169; 26%).
2. Najczęściej poruszonym tematem w głównych wydaniach programów newsowych była polityka. Udział procentowy kobiet w materiałach poświęconych bieżącym sprawom politycznym zależy od reprezentacji płci na wysokich stanowiskach politycznych w kraju. Najczęściej cytowana polityczka, marszałkini Sejmu Elżbieta Witek pojawiała się w materiałach dziennikarskich 33 razy, podczas gdy wypowiedzi premiera Mateusza Morawieckiego emitowano w 221 newsach. W tym kontekście rodzi się pytanie, czy zajmowanie przez kobiety najważniejszych stanowisk w kraju wpłynęłoby w znacznym stopniu na reprezentację płci w serwisach informacyjnych.
3. Wśród najczęściej wypowiadających się kobiet odnotowano wyłącznie polityczki. Na szczycie rankingu znajduje się marszałkini Sejmu, Elżbieta Witek. Druga pozycja w rankingu należy do Katarzyny Lubnauer, wiceprzewodniczącej Klubu Koalicji Obywatelskiej (26 wypowiedzi). Ewa Leniart, wojewoda podkarpacka i kandydatka Prawa i Sprawiedliwości na prezydentkę Rzeszowa wypowiedziała się w publikacjach 21-krotnie.
4. Niezależnie od redakcji, udział płci żeńskiej w materiałach newsowych nie przekroczył 30%. W Wydarzeniach Polsatu wypowiedzi kobiet stanowiły 29% (1465) cytowań, w Faktach TVN – 25% (1002), natomiast w Wiadomościach TVP1 udział ten wyniósł 22%.
5. Zauważono więcej przedstawicielek płci żeńskiej w roli prowadzących wydania serwisów informacyjnych. W ostatnim kwartale główne wydanie Faktów w stacji TVN prowadziło 3 mężczyzn i 2 kobiety. Największą przewagę prezenterek odnotowano w Polsacie, gdzie na jednego dziennikarza przypadają dwie dziennikarki (2 mężczyzn, 4 kobiety). Podobnie wyglądały proporcje płci prowadzących w Wiadomościach TVP1 - 2 dziennikarki i 1 dziennikarz. Ogółem, w roli osoby prowadzącej wydania serwisów informacyjnych częściej występowały kobiety (68% wszystkich wydań). Pod materiałami reporterskimi częściej pojawiały się nazwiska mężczyzn (75% publikacji).

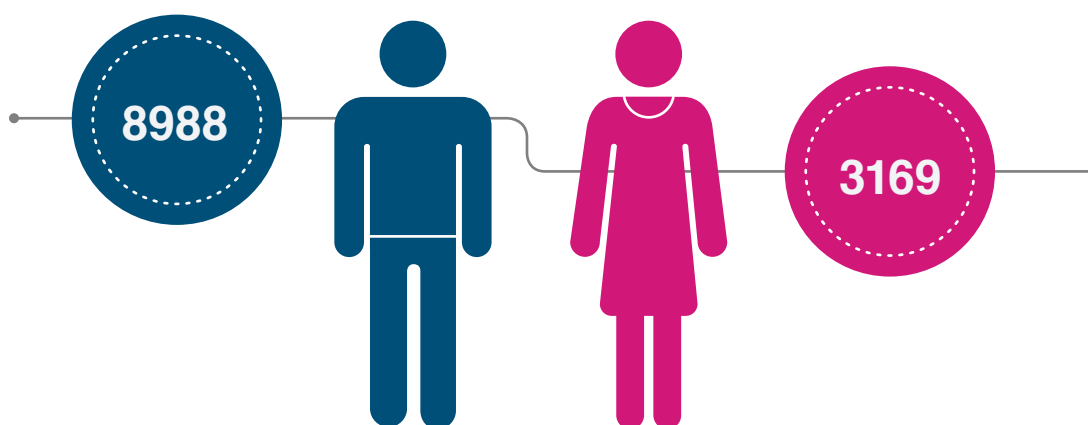
Jedna na cztery

Analiza udziału obecności mężczyzn i kobiet w głównych wydaniach trzech najpopularniejszych serwisów informacyjnych w Polsce nie pokazała znacznej zmiany w stosunku do pierwszych miesięcy 2021 r. **Zdecydowanie częściej w materiałach dziennikarskich zamieszczano wypowiedzi mężczyzn (74%).** Liczba komentarzy udzielanych przez kobiety była o 5 819 niższa i stanowiła 26% wszystkich wypowiedzi.

Udział procentowy obecności mężczyzn i kobiet w serwisach informacyjnych



Obecność mężczyzn i kobiet w serwisach informacyjnych (liczba wystąpień)



Kobiety twarzami serwisów

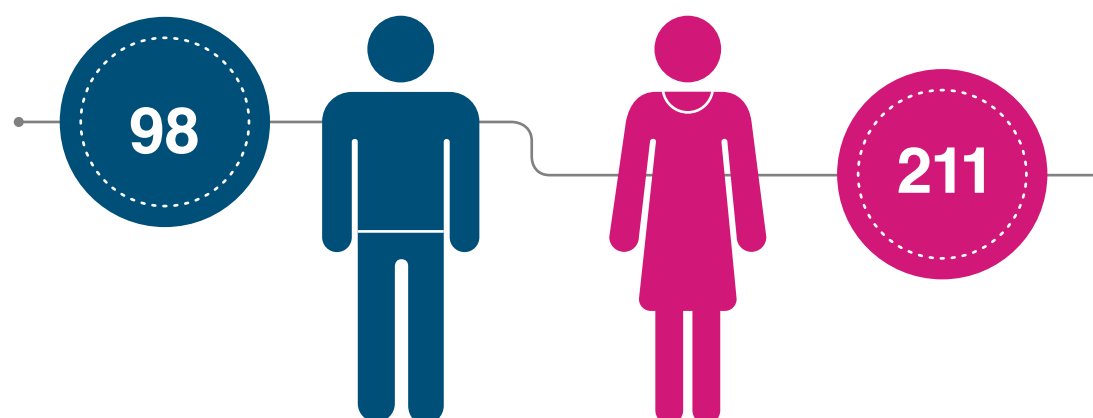
Rozkład płci prowadzących główne wydania programów informacyjnych jest zależny od liczby kobiet i mężczyzn zajmujących stanowisko prezentera lub prezenterki. Nie odnotowano, by w redakcji, w której skład wchodzi więcej kobiet, prowadzenie serwisu częściej przypadało mężczyznom. W badanym okresie najbardziej sfeminizowanym zespołem prezenterów i prezentelek była redakcja Wydarzeń (4 prezenterki, 2 prezenterów).

Sumując wszystkie wydania trzech najpopularniejszych serwisów informacyjnych, **najczęściej twarzami głównych wydań programów informacyjnych były prezenterki (68% wszystkich wydań)**. Mężczyźni prowadzili 98 serwisów, co daje 32% analizowanych wydań. Największą liczbę serwisów w I kwartale poprowadziła Edyta Lewandowska z TVP (43). Udział kobiet prowadzących główne wydanie Wydarzeń wynosił 83%, Wiadomości - 69%, Fakty - 40%.

Płeć prowadzących główne wydania programów informacyjnych - udział procentowy



Płeć prowadzących główne wydania programów informacyjnych



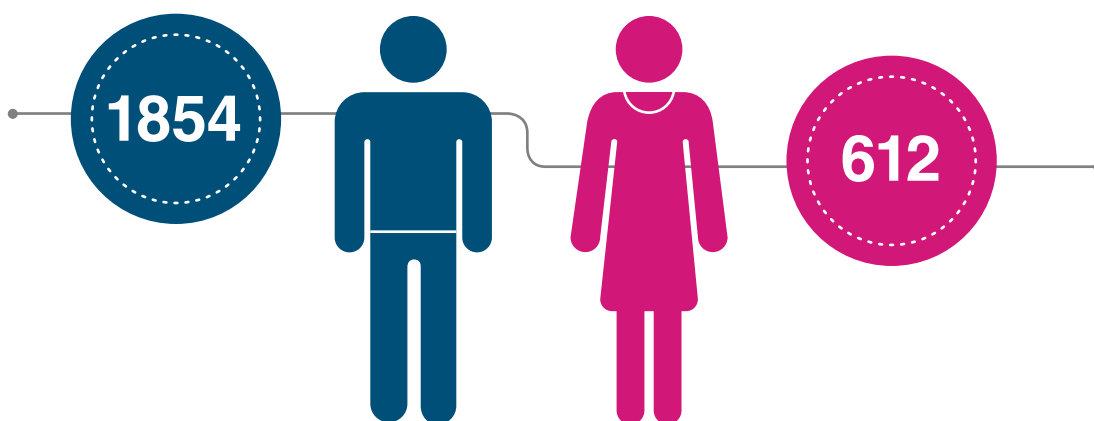
Przewaga dziennikarzy w redakcjach

75% wszystkich publikacji podpisanych imieniem i nazwiskiem stworzyli dziennikarze, natomiast pozostałe 25% zostały przygotowane przez kobiety. Od marca do czerwca materiały redakcyjne firmowało 37 reporterów Faktów (9 kobiet, 28 mężczyzn). Dziennikarki TVN w analizowanym okresie przygotowały 267 newsów (37% wszystkich wyemitowanych materiałów podpisanych imieniem i nazwiskiem). Pod materiałami emitowanymi w Wydarzeniach Polsatu pojawiły się 22 nazwiska kobiet, które odpowiadały za przygotowanie 32% wszystkich publikacji (295). **Największa dysproporcja występowała w Wiadomościach TVP, gdzie materiały autorstwa kobiet stanowiły tylko 6%.**

Płeć autorów reportaży - udział procentowy



Płeć autorów reportaży



Znaczna dysproporcja

Badanie pokazało, że w II kwartale 2021 roku we wszystkich głównych wydaniach serwisów informacyjnych widoczna była znaczna dysproporcja pomiędzy liczbą kobiet i mężczyzn wypowiadających się w materiałach dziennikarskich. Średni udział procentowy kobiet komentujących bieżące wydarzenia dla wszystkich analizowanych programów wyniósł 25%. Poniżej tego poziomu jako jedyne znalazły się Wiadomości TVP, w których 78% wszystkich wypowiedzi należała do mężczyzn. Nieco wyższy był udział kobiet w Wydarzeniach Polsatu (29%).

KOBIETY



Wydarzenia Polsatu



Wiadomości TVP1



Fakty TVN

Komentarz ekspertki

mgr Magdalena Danek
doktorantka, Uniwersytet Jagielloński w Krakowie

Politolożka, doktorantka w Instytucie Nauk Politycznych i Stosunków Międzynarodowych Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie oraz pracownik samorządowy w zespole zajmującym się analizami społeczno-gospodarczymi. Autorka publikacji dotyczących komunikowania politycznego w kontekście nowych mediów, w tym w szczególności mediów społecznościowych. Temat ten stanowi jednocześnie jej wiodący obszar badawczy w przygotowywanej rozprawie doktorskiej.

Esencją funkcjonowania współczesnego społeczeństwa jest informacja, której gromadzenie, przetwarzanie i przesyłanie na niespotykaną dotąd skalę umożliwiają nowoczesne technologie komunikacyjne. Media masowe, w tym telewizja, stanowią kluczowy trybik w tym systemie i główne źródło informacji o świecie. Nie są one jednak biernymi przekaznikami treści, ale podmiotami mającymi niebagatelny wpływ na kształtowanie społecznych opinii i postaw, co znalazło swój wyraz w określaniu ich mianem czwartej władzy.

Wpływ mediów na opinię społeczną czy generalnie postrzeganie rzeczywistości dokonuje się w sposób bardziej bądź mniej bezpośredni. Pierwsza sytuacja odnosi się do selekcji tematów i sposobu ich przedstawiania z wykorzystaniem wartościującego języka, z kolei druga ma miejsce choćby w przypadku dominującej płci respondentów lub gości programów. W tym kontekście dość pesymistycznie należy ocenić wyniki raportu, które jasno pokazują, że wypowiedzi kobiet w głównych wydaniach serwisów informacyjnych trzech wiodących polskich stacji telewizyjnych w II kwartale 2021 r. stanowią jedynie 26% ogółu, choć udział pań w generalnej populacji kraju przekracza przecież 50%.

Jeszcze gorzej wypada reprezentacja kobiet w materiałach dotyczących kwestii politycznych, które stanowią jednocześnie najpopularniejsze tematy badanych programów. W tym przypadku odsetek cytowanych kobiet wyniósł jedynie 16%, co jednocześnie nie odzwierciedla choćby ich faktycznej reprezentacji w parlamencie i rządzie. Według danych Eurostatu wynosiła ona w Polsce 27,7% w 2020 r., plasując tym samym nasz kraj poniżej średniej unijnej (32,7%). Co więcej, w żadnym z objętych badaniem mediów kobiety nie znalazły się w pierwszej dziesiątce najczęściej cytowanych osób.

Wyniki te korespondują ze zrealizowanymi przeze mnie w 2016 r. analizami dotyczącymi programów publicystycznych emitowanych po głównych wydaniach serwisów informacyjnych, według których udział kobiet jako gości programów w poszczególnych miesiącach rzadko przekraczał 20%, a niekiedy spadał nawet poniżej 5%. Medialny obraz rzeczywistości potęguje więc przekonanie o pierwszoplanowej roli mężczyzn w sferze publicznej.

Komentarz ekspertki

Obchodzona trzy lata temu setna rocznica odzyskania przez Polskę niepodległości, a jednocześnie uzyskania przez kobiety praw wyborczych stawia więc pytanie o ich faktyczne zaangażowanie w politykę, której emanacją powinien być czynny głos w debacie publicznej rozgrywanej na medialnej arenie. Wydaje się, że **pomimo powoli, ale jednak zwiększającej się liczby kobiet w Sejmie**, poprzez m.in. wprowadzone w kodeksie wyborczym zmiany związane z zastosowaniem systemu kwotowego, **nadal w wielu przypadkach mamy do czynienia ze zjawiskiem szklanego sufitu, jeśli chodzi o zajmowanie przez nie pierwszych miejsc na listach wyborczych, kluczowych stanowisk we władzach partii politycznych, a w konsekwencji udzielania wypowiedzi mediom.**

Zdecydowanie mniejsza liczba kobiet w porównaniu do mężczyzn w materiałach dotyczących polityki może być pokłosiem zarówno przyzwyczajenia dziennikarzy do zadawania pytań zamkniętemu kręgowi osób piastujących zwykle wysokie stanowiska, jak również działalności samych partii politycznych, które desygnują swoich medialnych reprezentantów według wewnętrznego klucza. Ta wygodna i utarta ścieżka potęguje stereotypowy odbiór debaty publicznej.

W kształtowanym w głowach odbiorców obrazie kobiety nie są brane pod uwagę jako te, które mają coś istotnego do przekazania w kluczowych dla życia społecznego kwestiach, jak choćby bieżąca polityka, czy kryzys wywołany przez pandemię COVID-19. Konsekwencją może być niska rozpoznawalność kobiet zaangażowanych w politykę, co ma później przełożenie na wyniki w wyborach. Podnoszenie świadomości polityków, dziennikarzy i wydawców w tym zakresie jest kluczowym warunkiem zwiększania odpowiedniej reprezentatywności płci w świecie zmediatyzowanej polityki.

Nr 1

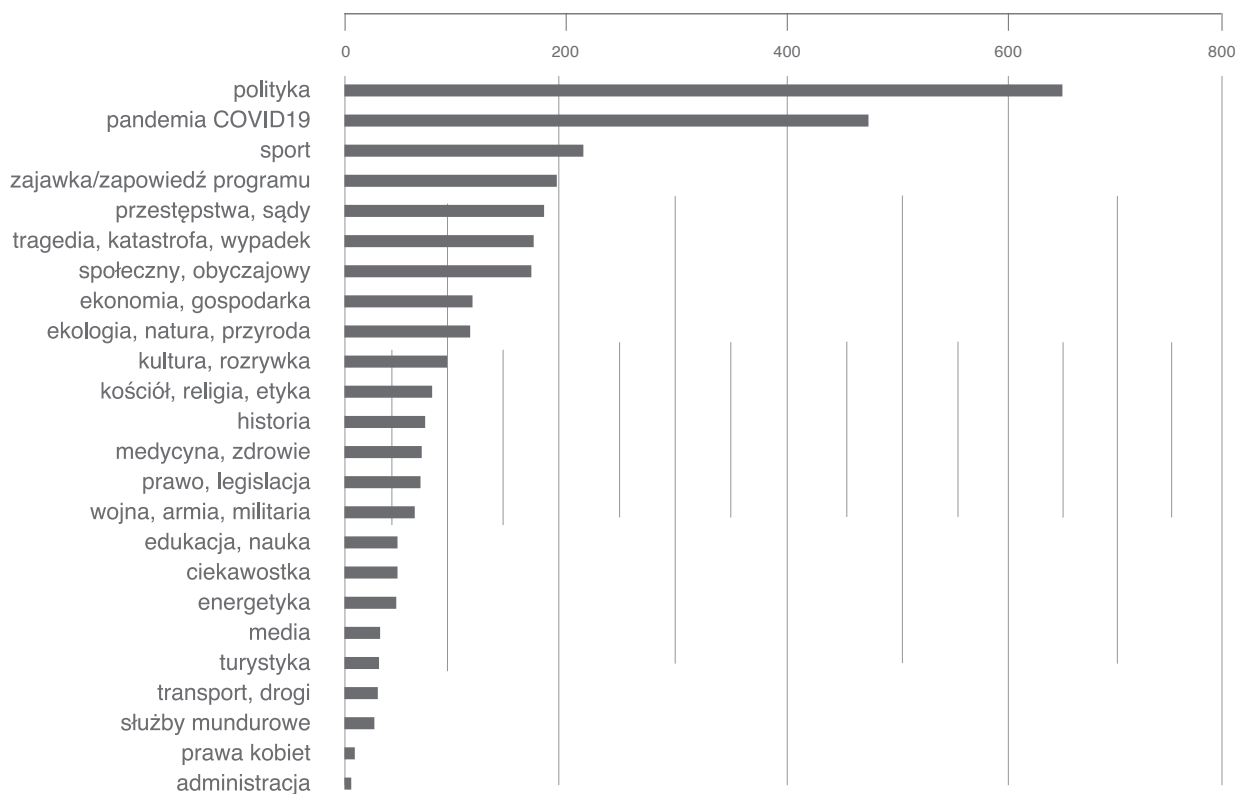
polityka

Najważniejszym tematem poruszonym w materiałach emitowanych podczas głównych wydań serwisów informacyjnych była polityka (22% materiałów). Informowano przede wszystkim o założeniach Nowego Ładu, kilkukrotnych wyborach kandydata na stanowisko Rzecznika Praw Obywatelskich i ratyfikacji Krajowego Planu Odbudowy. Wzmiankowano także o wyborach prezydenta miasta w Rzeszowie. Wśród najważniejszych tematów związanych z polityką międzynarodową znalazła się sytuacja polityczna Białorusi.

Na drugim miejscu uplasowały się publikacje dotyczące pandemii COVID-19. W II kwartale w kontekście koronawirusa najczęściej wspomniano o szczepieniach przeciwko wirusowi oraz rozwiązaniach systemowych dla osób zabezpieczonych przez zakażeniem tj. paszportach covidowych.

Niemal wcale nie podejmowano tematu praw kobiet i mniejszości – odsetek publikacji w tym kontekście wyniósł 0,3% wszystkich materiałów. Relacjonowano Paradę Równości w Warszawie, cytowano wypowiedź Jarosława Kaczyńskiego na temat aborcji i tweet Krystyny Pawłowicz krytykującej stworzenie bezpiecznego środowiska dla transpłciowego dziecka w jednej ze szkół.

Liczba materiałów w podziale na tematy

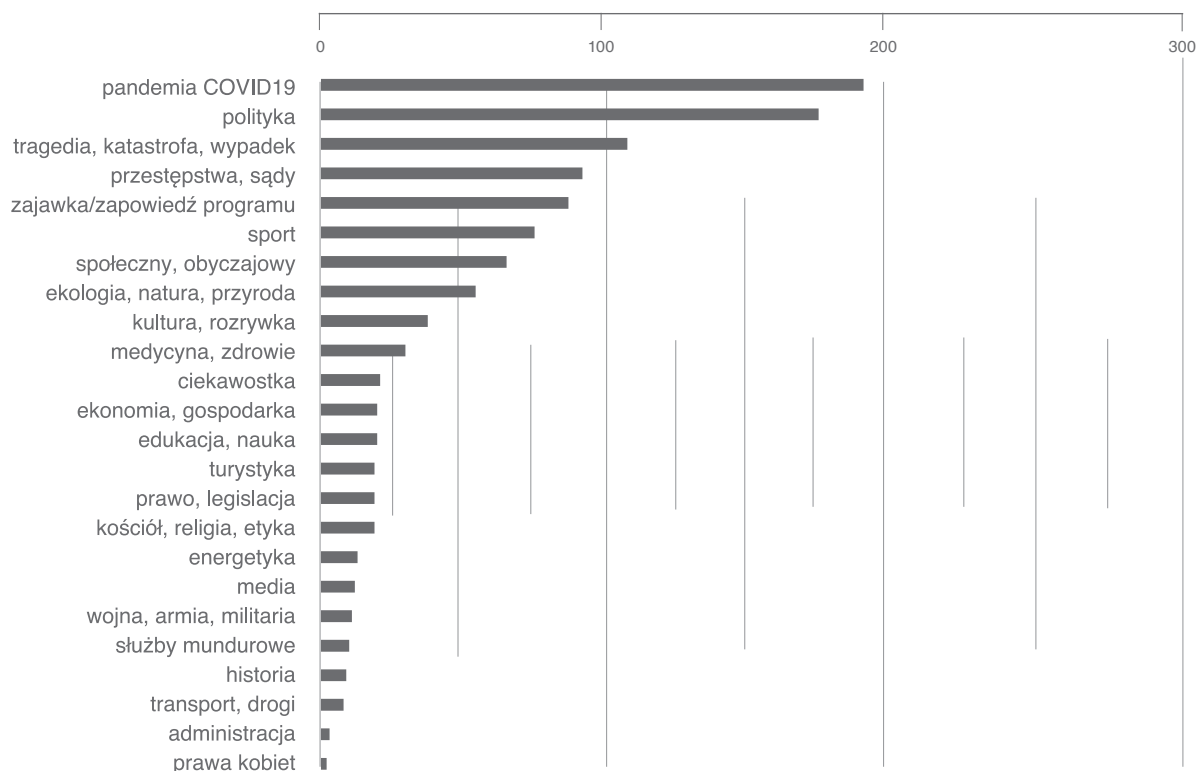


Tematyka materiałów Polsat

Najczęściej poruszany tematem w Wydarzeniach była pandemia COVID-19 (17% publikacji). Emitowano materiały informujące o organizacji i przebiegu szczepień przeciwko wirusowi, znoszeniu obostrzeń, rozprzestrzenianiu się wariantu Delta i paszportach covidowych. Zidentyfikowano 15% materiałów o tematyce politycznej. W tym kontekście najczęściej poruszany zagadnieniem był Krajowy Plan Odbudowy oraz wybór Rzecznika Praw Obywatelskich.

Materiały dotyczące praw kobiet oraz zagadnień związanych z mniejszościami stanowiły zaledwie niecałe 0,01% przekazu. O ochronie osób nieletnich mówiono w materiale dotyczącym projektu zwiększenia kar dla sprawców przestępstw o charakterze pedofilskim. W publikacji dotyczącej włączenia postulatów Lewicy do Krajowego Planu Odbudowy cytowano komunikat Strajku Kobiet stawiający Lewicy ultimatum oraz wypowiedź Klementyny Suchanow: "Lewica sprzedała kraj za puste obietnice".

Liczba materiałów Polsatu w podziale na tematy



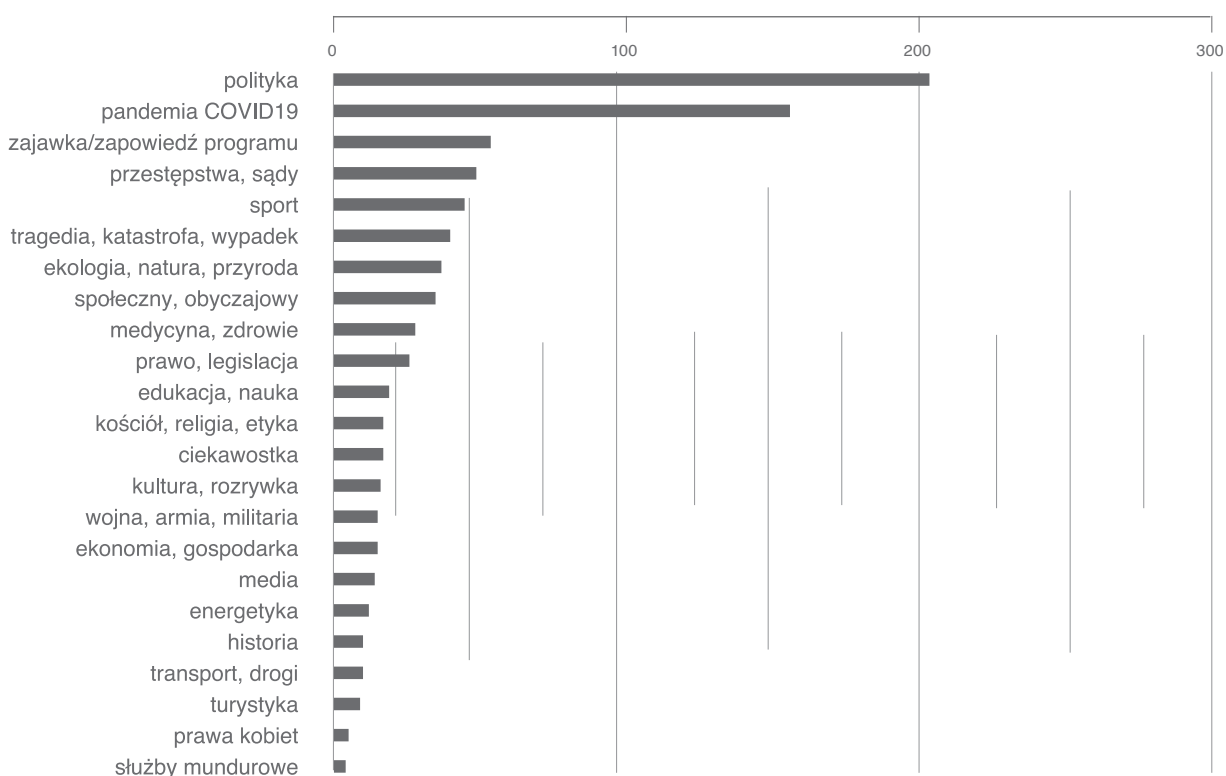
Tematyka materiałów TVN

Zagadnienia polityczne zdominowały także tematykę newsów w głównym wydaniu Faktów. Koncentrowano się na polskiej scenie: komentując m.in. kolejne próby wyboru Rzecznika Praw Obywatelskich, założenia Polskiego Ładu, tematy wewnątrzpartyjne. Na drugie miejsce w analizowanym kwartale spadła pandemia COVID-19 – 19% materiałów. Najważniejsza okazała się kwestia szczepień, znoszenia obostrzeń. Uwagę zwrócił również rozprzestrzeniający się wariant Delta.

Materiały poświęcone prawom kobiet oraz zagadnieniom związanym z mniejszościami znalazły się na zdecydowanie dalszym planie. W zaledwie kilku materiałach komentowano kwestię aborcji i jej uregulowania w polskim prawodawstwie – pretekstem stała się wypowiedź Jarosława Kaczyńskiego, który oznajmił, że „twierdzenie, jakoby aborcja była zakazana to bzdura – średnio rozgarnięty człowiek może ją sobie bowiem bez problemu załatwić za granicą”. Z komentarzy przedstawicielek Federacji na Rzecz Kobiet i Planowania Rodziny, inicjatywy „Aborcyjny Dream Team” oraz ginekolożki Anny Parzyńskiej ze Szpitala Bielańskiego w Warszawie wyłonił się zdecydowanie inny obraz: życie wielu Polak zmieniło się po wyroku „Trybunału Julii Przyłębskiej”, który praktycznie zakazał wykonywania aborcji.

W materiale padło sformułowanie, że kwestia aborcji to „polityczna gierka”, „służba zdrowia w Polsce nie działa”, a „Jarosław Kaczyński ma gdzieś wszystkie osoby, które potrzebują wsparcia medycznego lub psychologicznego”. Przypomniano, że obecny stan prawny zakazuje wykonywania aborcji, gdy płód obciążony jest ciężkimi wadami. Poruszono również temat transpłciowości – przyczynkiem stał się tweet Krystyny Pawłowicz, która wskazała dziecko transpłciowe dziwiąc się, że szkoła nazywa je „tak, jak ono chce”, czyli żeńskim imieniem.

Liczba materiałów TVN w podziale na tematy



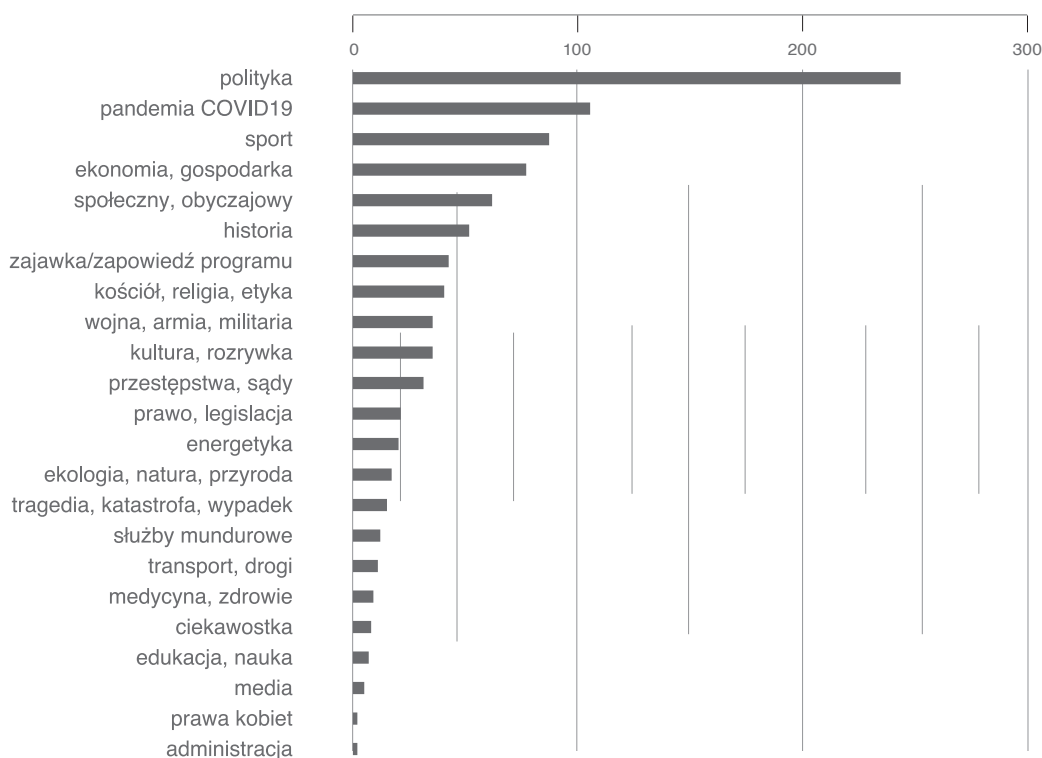
Tematyka materiałów TVP1

Podobnie jak w ubiegłym kwartale, najwięcej miejsca w Wiadomościach poświęcono tematom politycznym.

Poruszono między innymi kwestie ratyfikacji Krajowego Planu Odbudowy, powrotu Donalda Tuska do krajowej polityki oraz agresywnych działań Federacji Rosyjskiej. Istotnym tematem były także zagadnienia związane z pandemią COVID-19, a w szczególności organizacją Narodowego Programu Szczepień. Można jednak zauważyć wyraźną dysproporcję w ilości materiałów na powyższe tematy – kwestię polityki poruszało aż 240 newsów, natomiast pandemii już tylko 104, co zapewne spowodowane jest stopniowym łagodzeniem obostrzeń, a także oswojeniem się z sytuacją epidemiczną zarówno twórców serwisu, jak również jego odbiorców.

Trzecim pod względem liczby materiałów tematem okazał się sport. Większość publikacji na jego temat ukazała się pod koniec analizowanego okresu i była związana z zmaganiem Reprezentacji Polski w piłce nożnej na EURO 2020. Ważny, choć znacznie rzadziej prezentowany w serwisie temat, stanowiły także wydarzenia historyczne. Materiały te poruszały między innymi kwestie ludobójstwa Ormian w Turcji, akcji AB (Nadzwyczajnej Akcji Pacyfikacyjnej) czy kompleksu bunkrów z czasów II Wojny Światowej. Wiadomości również chętnie upamiętniały wiele rocznic – powstania w Getcie Warszawskim, wybuchu elektrowni jądrowej w Czarnobylu, czy lądowania w Normandii.

Liczba materiałów TVP1 w podziale na tematy



Tematyka materiałów TVP1

Temat praw kobiet został natomiast poruszony wyłącznie w dwóch materiałach (w serwisach z 30.04 oraz 25.06). Pierwszy z nich dotyczył zakłócenia modlitwy w intencji Radia Maryja i Telewizji Trwam przez aktywistkę LGBT+, która jak wskazywał autor reportażu „zachowywała się prowokacyjnie, wyraźnie chcąc zdenerwować grupę spokojnych, starszych ludzi”. Działanie kobiety przerwała jedna z uczestniczek modlitwy, padając do jej stóp i prosząc o pojednanie. Autor reportażu podsumowujący wydarzenie wskazywał, iż lewicowi aktywiści często dopuszczają się tego rodzaju prowokacji, mających podłoże ideologiczne – przykład stanowiły materiały archiwalne ze Strajku Kobiet, który został nazwany „protestami osób domagających się aborcji na życzenie”. Fragmenty były wyraźnie tendencyjne - w materiale użyto bowiem wyłącznie przebiegów, w których dochodzi do aktów wandalizmu, a ze strony protestujących padają przekleństwa i wulgaryzmy.

Tematem drugiego materiału dotyczącego praw kobiet było przyjęcie przez Unię Europejską dokumentu uznającego aborcję za prawo człowieka. Serwis informacyjny TVP wskazywał go jako przejaw radykalizmu, a przerywanie ciąży utożsamiał z pozbawieniem fundamentalnego prawa do życia. W materiale padały wyrażenia – „zacierzowanie lewicowych formacji”, „sprzeciwianie się podstawowym wartościom” czy „zabijanie nienarodzonych dzieci”. Ponownie użyto tendencyjnych archiwaliów zarejestrowanych podczas protestów Strajku Kobiet, a sam tytuł materiału „Kto chce zabijać nienarodzone dzieci?” zapowiadał jego konserwatywny charakter. Wiadomości TVP1 sugerowały w przekazie zagrożenie dla wartości chrześcijańskich i obyczajowości.

Temat praw kobiet i mniejszości

Temat praw kobiet i mniejszości w badanym okresie był bardzo rzadko podejmowany przez media. Poruszane tematy zostały wyszczególnione w podsumowaniach tematyki przekazu każdej ze stacji.

Liczba materiałów poruszająca kwestie związane z prawami kobiet i mniejszościami

2

Wydarzenia
Polsatu

5

Fakty
TVN

2

Wiadomości
TVP1

Komentarz ekspertki

dr hab. Monika Kaczmarek-Śliwińska,
Uniwersytet Warszawski, Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii

Ekspert, doradca i trener w obszarze budowy wizerunku, relacji z mediami, konstruowania strategii oraz zarządzania sytuacjami kryzysowymi.

Wnioski z raportu dotyczące II kwartału z jednej strony nie zaskakują brakiem zmiany, a z drugiej strony właśnie ten brak zmiany jest denerwujący.

Może rodzić się pytanie o to, czy warto badać, analizować, poświęcać trud, czas, jeśli nie ma zmiany? Według mnie warto, ponieważ realna zmiana ma szansę zajść wówczas, gdy odbiorcy-społeczeństwo otrzyma odpowiedni zasób informacji pokazujący i objaśniający, że może i powinno być inaczej.

Bardzo wyraźnie widać, że kluczowym tematem serwisów informacyjnych jest polityka, a wyniki raportu w wyraźny, edukacyjny wręcz sposób pokazują, jak duże przełożenie obecności kobiet w polityce ma na ich obecność w mediach. Przecież występowanie tematów politycznych to zarówno i szefowie partii, klubów, czołowi przedstawiciele ugrupowań partyjnych, osoby pełniące funkcje publiczne (szczególnie te najwyższe i eksponowane), jak również doradcy, eksperci, komentatorzy. Mamy tutaj wielość różnych ról i niestety one wszystkie w większości są męskimi. I podobna sytuacja ma miejsce w prawie wszystkich tematach pojawiających się w mediach.

Pytanie, które zawsze mnie nurtuje to „czy kobietom nie proponuje się obecności w mediach, czy może same z niej rezygnują?”

Pierwsza sytuacja – kobiety pomija się w rolach komentatorek i ekspertek (a przecież jest ich sporo) czy pełniących funkcje (to jest trudniejsze i nie zawsze na szczęście możliwe) – jest pytaniem do przedstawicieli mediów, dziennikarzy. Czy korzystając ze swoich kontaktów zwracają uwagę na płeć? Z czego wynika częstsze zapraszanie mężczyzn? Czy tylko i wyłącznie z poziomu eksperta? Czy rzeczywiście mężczyźni są o tyle lepsi, o ile częściej są zapraszani? Jestem bardzo ciekawa odpowiedzi na te pytania, ponieważ często w gronie komentujących widzimy te same twarze, więc mogłoby okazać się, że problem nie jest nawet w jakimś celowym i świadomym omijaniu kobiet, ale zwykłym lenistwie, aby „urozmaić” grono ekspertów.

Druga sytuacja – kobiety mają propozycje ze strony mediów, ale same rezygnują z udziału – niestety też się zdarza i jest pokłosiem odbicia w ogóle sytuacji wielu kobiet na niwie społecznej - zawodowej i prywatnej. Kobiety rezygnujące z wypowiedzi dla mediów czy udziału w programach medialnych podają różne powody. Raz argumentem jest brak doświadczenia, bo przecież gdzie mają je nabywać, jeśli nie były wcześniej zapraszane czy proponowane ze strony swoich organizacji, firm itp.? Jest więc stres przed udziałem, słabym występowaniem czy wręcz kompromitacją, a przecież wiadomo, że ćwiczenie czyni mistrza i nawet początkowe wpadki są drogą do coraz lepszej prezentacji.

Komentarz ekspertki

Czasami argumentem jest także niechęć do innych uczestników spotkania w mediach – kobiety nie zawsze chcą uczestniczyć w debatach, rozmowach, gdy adwersarzem jest lub są osoby znane z agresywnego języka, niekulturalnego zachowania, braku szacunku do interlokutorów (a czasami wręcz jedynie do interlokuterek). Media „lubią” takie „barwne” osoby, ponieważ zapewniają show, ale wchodzenie z nimi w szranki na antenie mediów jest ryzykowne, bo – jak w jednym z powiedzeń o dyskusji z takimi osobami – potrafią osoby kulturalniejsze pokonać doświadczeniem.

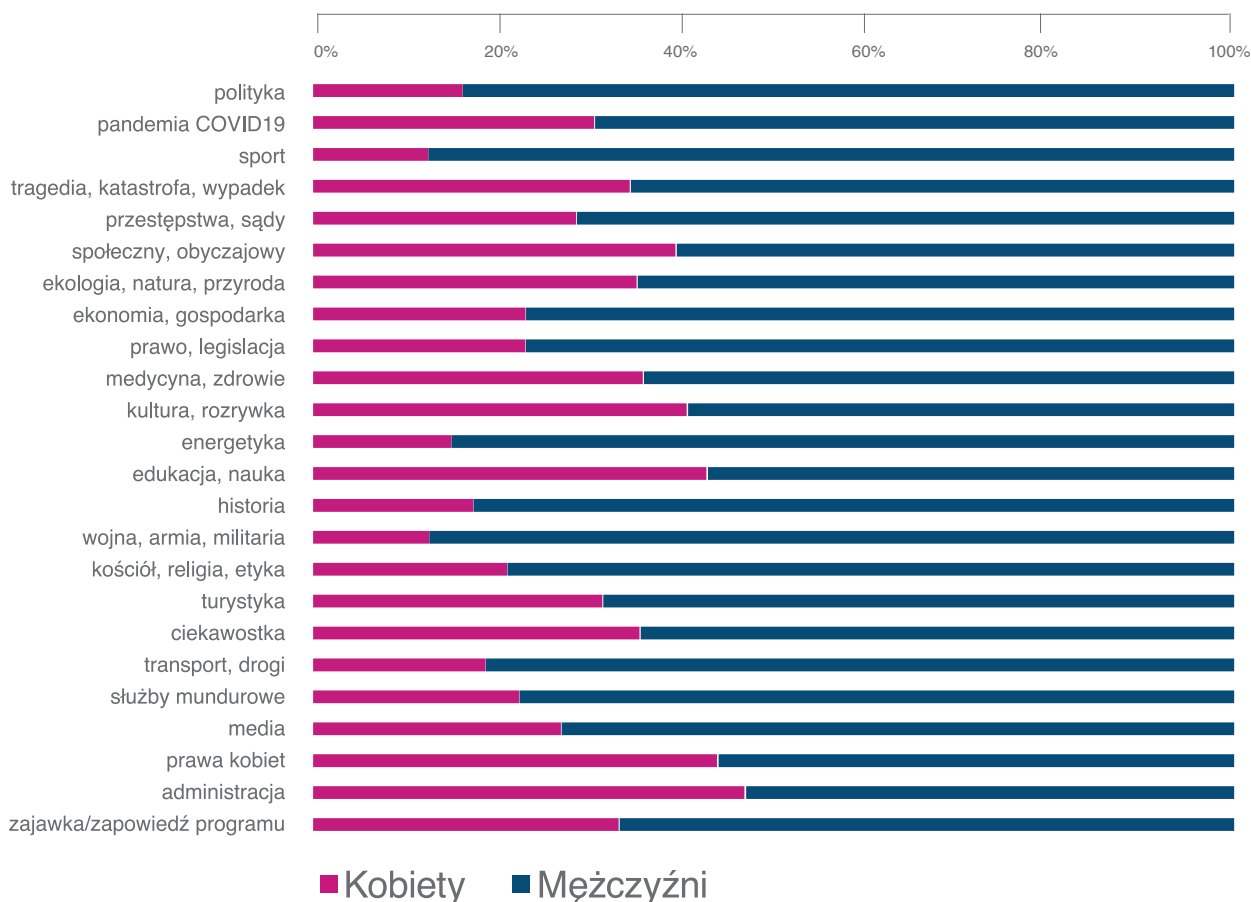
I wreszcie czasami argumentem do rezygnacji z udziału w mediach są obowiązki rodzinne i domowe. Wciąż wiele kobiet organizuje te sfery prawie lub wyłącznie samodzielnie, bierze na swoje barki, a narzucona rola społeczna jest i obciążająca, i jednak dająca wytłumaczenie przed samą sobą. Tutaj zmiany będą chyba zachodzić najwolniej.

Reasumując, wnioski z analizowanego raportu nie napawają optymizmem, ale powinny być argumentem do podejmowania wysiłków, aby zmieniać sytuację. Warto poddać analizie co możemy zrobić w swoim otoczeniu, a następnie robić to – wspierać, wspomagać, pokazywać i udowadniać, że naprawdę wiele projektów zyskuje, gdy włączamy naszą różnorodność.

Tematyka materiałów

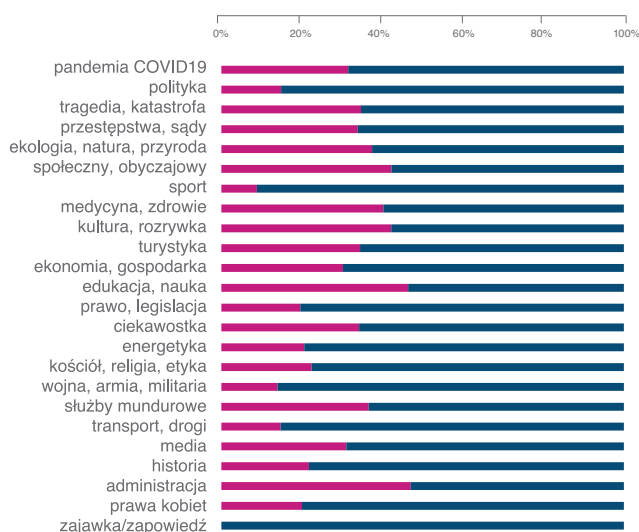
W materiałach serwisów informacyjnych nadal można zaobserwować zdominowanie przekazu przez mężczyzn – to właśnie oni wypowiadają się najczęściej, niezależnie od poruszanej tematyki. W analizowanym okresie, procentowy udział kobiet był najwyższy w materiałach związanych z administracją, prawami kobiet oraz edukacją i nauką – choć należy podkreślić, że nawet tutaj wypowiedzi osób płci żeńskiej stanowią niewiele ponad 40 proc. Kobiety częściej zabierały głos w temacie kultury i rozrywki, a także komentując kwestie społeczne i obyczajowe. Najrzadziej żeńskie wypowiedzi cytowano natomiast w materiałach na temat armii i militariów oraz sportu. Podział ten podkreśla **schematyczny wybór rozmówców** przez autorów materiałów oraz minimalizuje rolę kobiet w kształtowaniu różnorodnego, interdyscyplinarnego przekazu medialnego.

Tematyka wypowiedzi kobiet i mężczyzn w materiałach

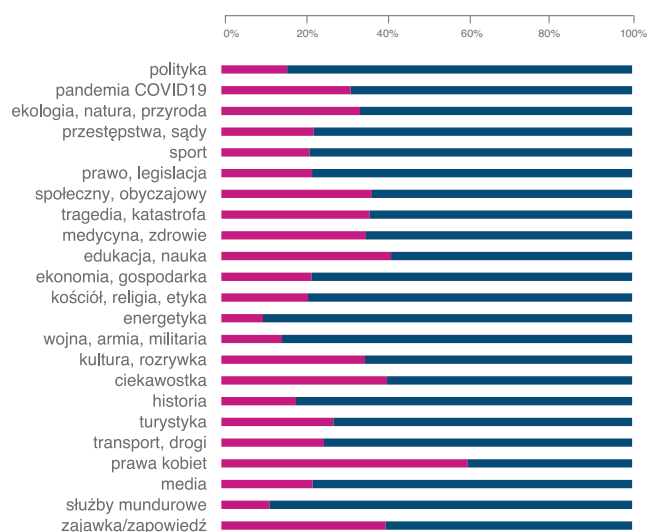


Tematyka materiałów w podziale na redakcje

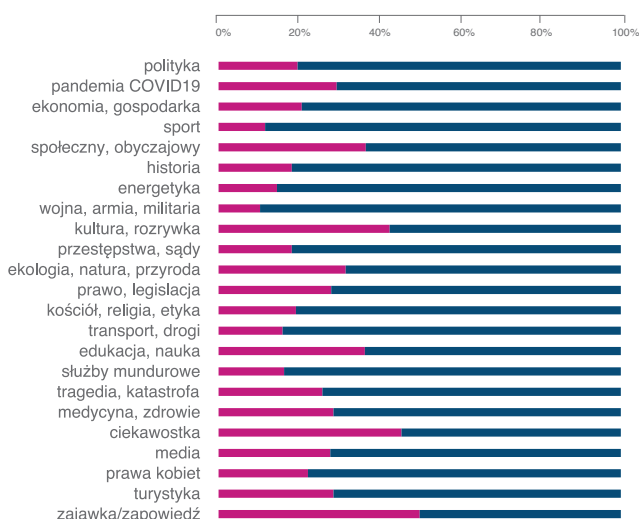
Tematyka wypowiedzi kobiet i mężczyzn w materiałach Polsatu



Tematyka wypowiedzi kobiet i mężczyzn w materiałach TVN



Tematyka wypowiedzi kobiet i mężczyzn w materiałach TVP

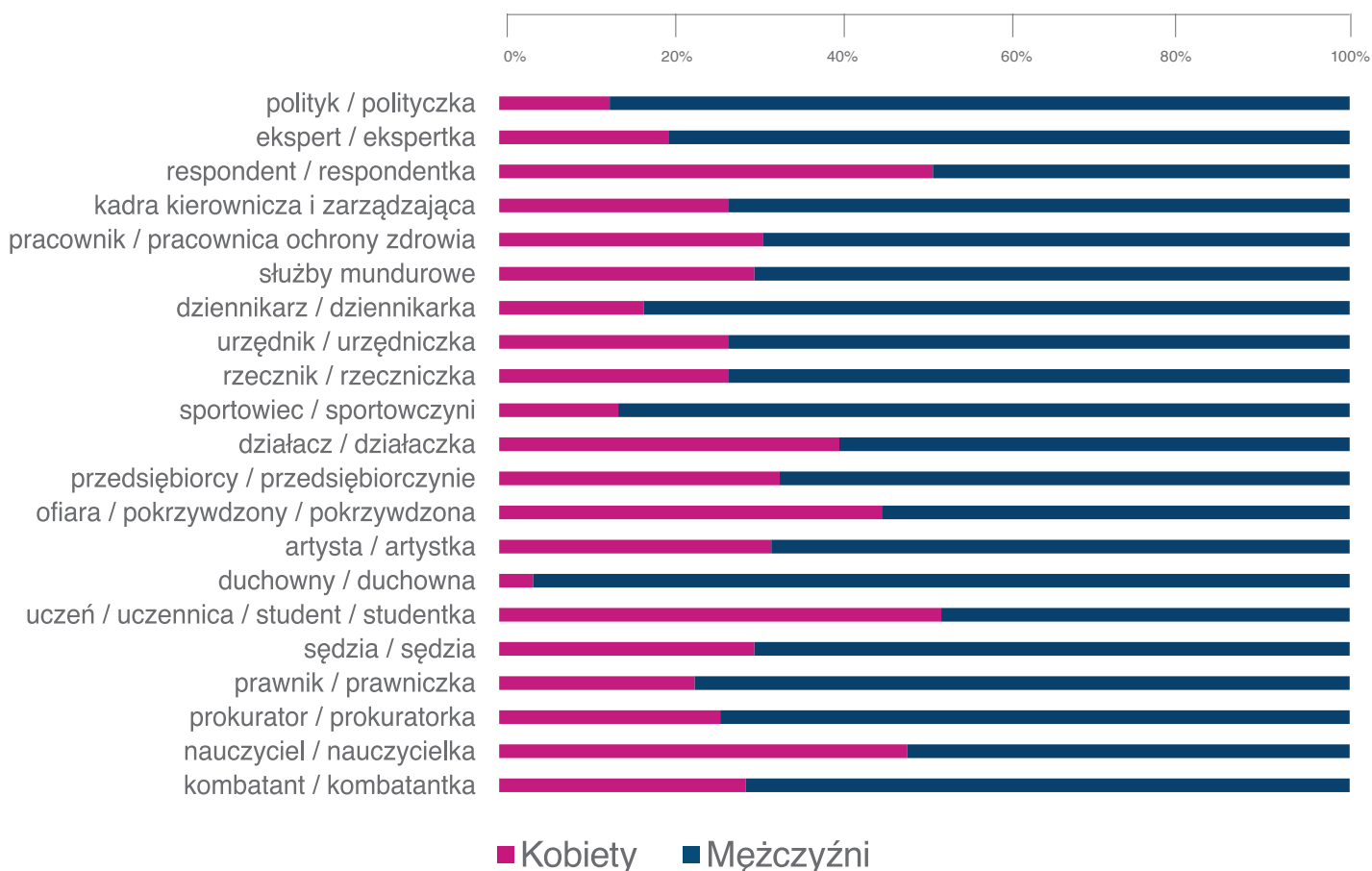


■ Kobiety ■ Mężczyźni

Pełnione funkcje lub status wypowiadających się

W II kwartale bieżącego roku, kobiety, wypowiadające się w głównych wydaniach programów informacyjnych, to uczennice i studentki - 52%, respondentki (niejednokrotnie anonimowe) - 51% oraz nauczycielki - 48%. Stosunkowo często zabierały także głos ofiary i pokrzywdzone - 45%, a także działaczki społeczne - 40%. Wypowiadający się mężczyźni, to przedstawiciele stanu duchownego - 96%, politycy - 87%, a także sportowcy - 86%. Dużą grupę stanowili także dziennikarze - 83% oraz eksperci - 80 %.

Osoby wypowiadające się w materiałach w podziale na płeć



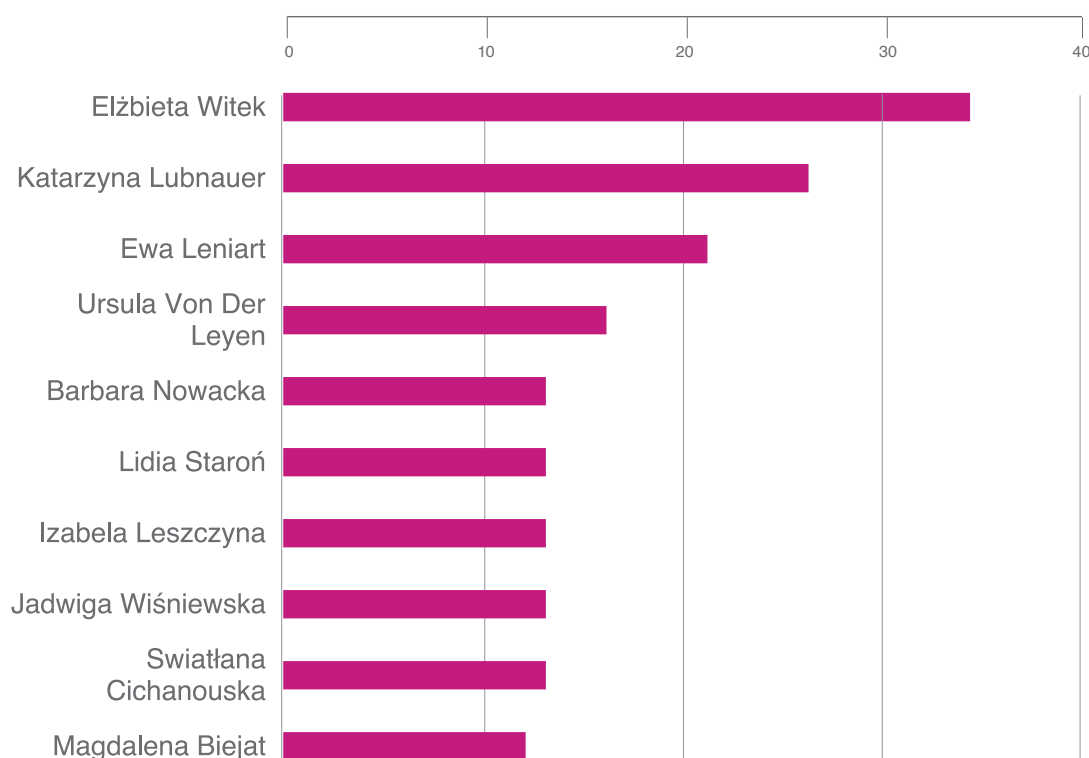
Najczęściej pojawiające się kobiety

W II kwartale bieżącego roku lista dziesięciu najczęściej wypowiadających się kobiet ograniczała się wyłącznie do polityczek, zważywszy na zdominowanie przekazu serwisów informacyjnych przez politykę. Spośród kobiet podpisanych imieniem i nazwiskiem, najczęściej wypowiadała się marszałkini Sejmu Elżbieta Witek, która komentowała przede wszystkim kwestie związane z organizacją wyborów kopertowych, założeniami Polskiego Ładu, czy działaniami opozycji. Wypowiedzi marszałkini Sejmu najczęściej cytowane były w Wiadomościach – polityczka pojawiła się w 19 materiałach.

Na drugiej pozycji znalazła się Katarzyna Lubnauer – posłanka Nowoczesnej, która wypowiadała się między innymi w kwestii rozłamu w Zjednoczonej Prawicy, wyborów w Rzeszowie oraz stanowiska opozycji w sprawie ratyfikacji Europejskiego Funduszu Odbudowy. Polityczka najczęściej była cytowana przez serwis informacyjnym TVN.

Kolejną najczęściej pojawiającą się kobietą w materiałach była natomiast Ewa Leniart – wojewoda podkarpacka, kandydująca w wyborach na prezydentkę Rzeszowa. Również i jej wypowiedzi najczęściej cytował serwis Fakty. Wśród dziesięciu najczęściej wypowiadających się kobiet znalazły się także dwie zagraniczne polityczki – Przewodnicząca Komisji Europejskiej Ursula Von Der Leyen oraz białoruska działaczka Swietłana Cichanouska.

Najczęściej pojawiające się kobiety w materiałach serwisów informacyjnych



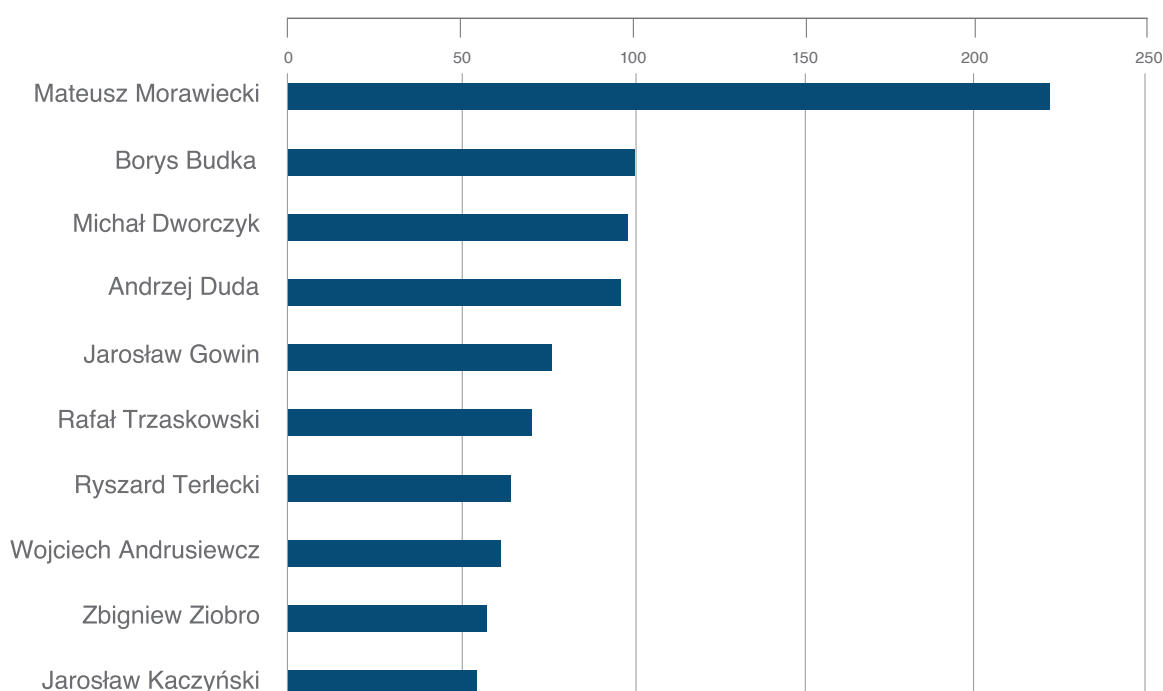
Najczęściej pojawiający się mężczyźni

W II kwartale 2021 roku, wśród dziesięciu najczęściej wypowiadających się mężczyzn znaleźli się wyłącznie polscy politycy. Zważywszy na zdominowanie przekazu serwisów informacyjnych przez wątki polityczne, najczęściej pojawiającymi się mężczyznami byli przedstawiciele Zjednoczonej Prawicy oraz postowie opozycji.

Politykiem, który regularnie zabierał głos w głównych wydaniach programów był premier Mateusz Morawiecki, komentujący między innymi założenia Polskiego Ładu, organizację Narodowego Programu Szczepień oraz sytuację wewnątrz Zjednoczonej Prawicy. Wypowiedzi premiera najczęściej cytowane były w Wydarzeniach (96 materiałów).

Na miejscu drugim uplasował się Borys Budka – przewodniczący Platformy Obywatelskiej. Jego wypowiedzi, również najchętniej przytaczane przez serwis informacyjny Polsatu (38 publikacji), dotyczyły między innymi wizji PO na politykę zagraniczną, konfliktu wewnątrz Zjednoczonej Prawicy, czy wyborów na prezydenta Rzeszowa. Trzecim najczęściej pojawiającym się mężczyzną był natomiast Michał Dworczyk, szef kancelarii premiera, oraz pełnomocnik rządu ds. narodowego programu szczepień. Zgodnie z zajmowanym stanowiskiem, wypowiadał się on przede wszystkim na temat organizacji i harmonogramu Narodowego Programu Szczepień. Również jego wystąpienia najczęściej cytowały Wydarzenia (43 materiały).

Najczęściej pojawiający się mężczyźni w materiałach serwisów informacyjnych



Reprezentacja płci w materiałach o polityce

Konsekwencją zdominowania polskiej polityki przez mężczyzn jest wyraźna dysproporcja w reprezentacji płci w materiałach na najczęściej poruszany temat w serwisach informacyjnych w II kw. **Tylko 16% wszystkich cytatów, które pojawiały się w doniesieniach o bieżących sprawach politycznych należało do kobiet. Politykę komentowali przede wszystkim mężczyźni (2 426 podpisanych wypowiedzi).** Mniejszy udział płci żeńskiej wystąpił tylko w publikacjach o energetyce (15%), sporcie (13%) i militariach (13%). Na kobiety powoływano się ponad pięć razy rzadziej (431 podpisanych wypowiedzi).

Różnica pomiędzy skalą reprezentacji kobiet w serwisach informacyjnych poszczególnych stacji jest niewielka. W materiałach Faktów i Wydarzeń odsetek reprezentacji kobiet wynosił po 15%, natomiast w Wiadomościach – 20% (z czego liczba kobiet anonimowo wypowiadających się w materiałach o polityce emitowanych przez TVP stanowiła drugą najliczniejszą grupę i wynosiła 39 osób, co daje 22% wypowiedzi wszystkich przedstawicieli płci żeńskiej cytowanych w Wiadomościach w tym temacie).

Udział obecności mężczyzn i kobiet i w materiałach na temat polityki

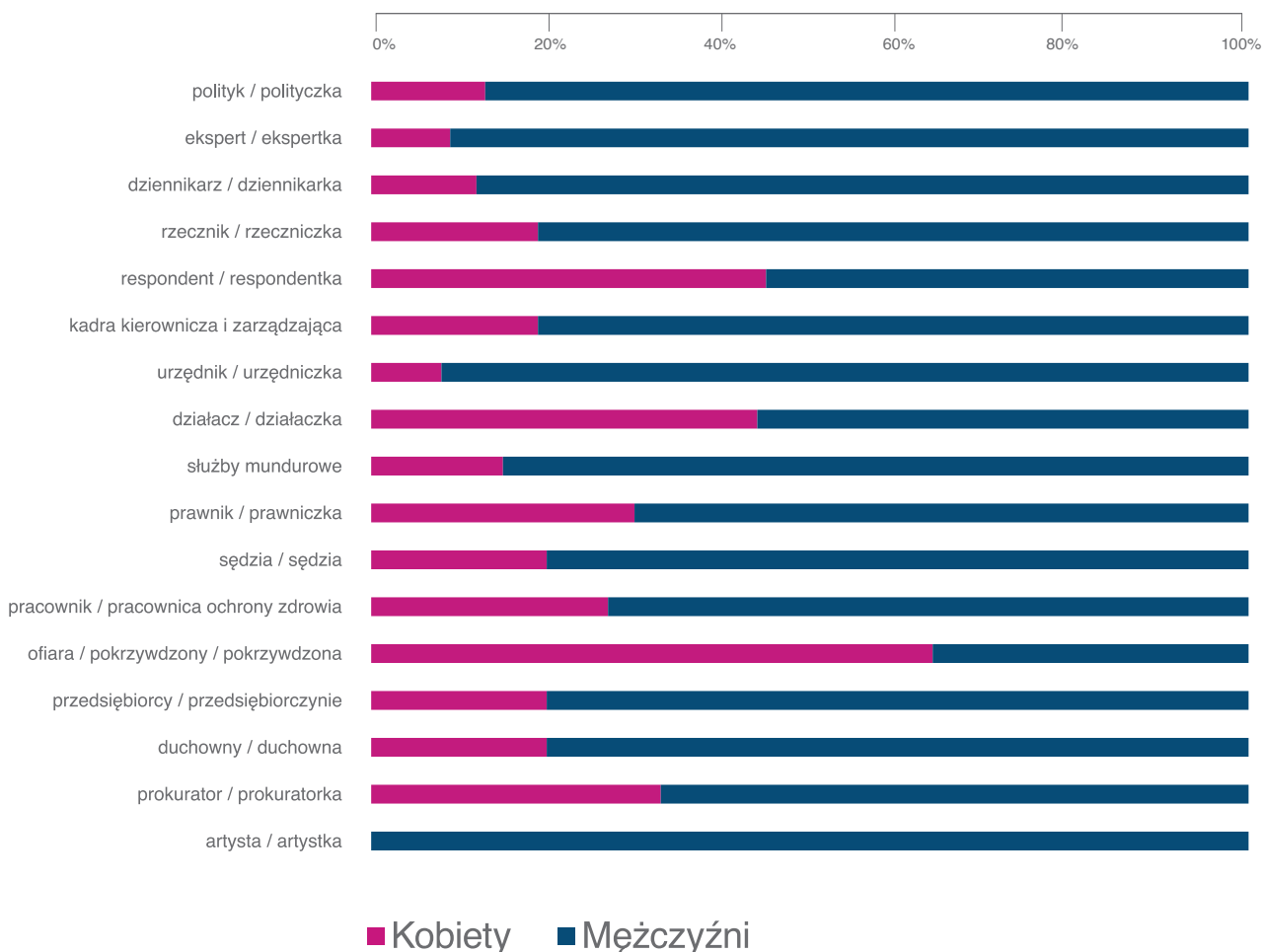


Funkcje / status osób występujących w materiałach o polityce

Następstwem zmaskulinizowania polityki jest zdecydowana przewaga mężczyzn wypowiadających się w materiałach newsowych – bieżące wydarzenia mężczyźni komentowali aż 1 763 razy, natomiast kobiety cytowano 274 razy. Mężczyźni również dominują wśród ekspertów – ich wypowiedzi przywoływano 201 razy. Z pomocy eksperckiej przedstawicielek płci żeńskiej korzystano 21-krotnie, co daje 9% udział w wypowiedziach specjalistów z zakresu polityki w analizowanym okresie.

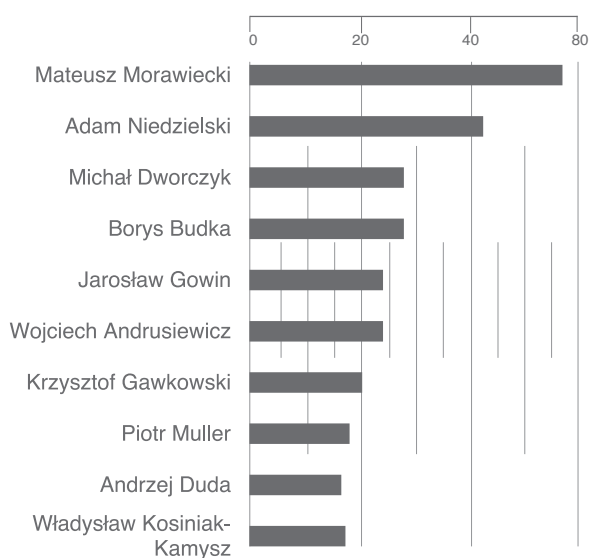
Z rozkładu procentowego w kategoriach osób pełniących określone funkcje lub posiadających określony status wynika, że w grupie „Ofiara, pokrzywdzony / pokrzywdzona” to właśnie kobiety stanowiły zdecydowanie większą część (8 kobiet, 4 mężczyzn). Patrząc na wartości liczbowe, w publikacjach o polityce najliczniej pojawiały się kobiety pełniące funkcje polityczne (247 polityczek, 1762 polityków).

Funkcje/status osób wypowiadających się na temat polityki w podziale na płeć

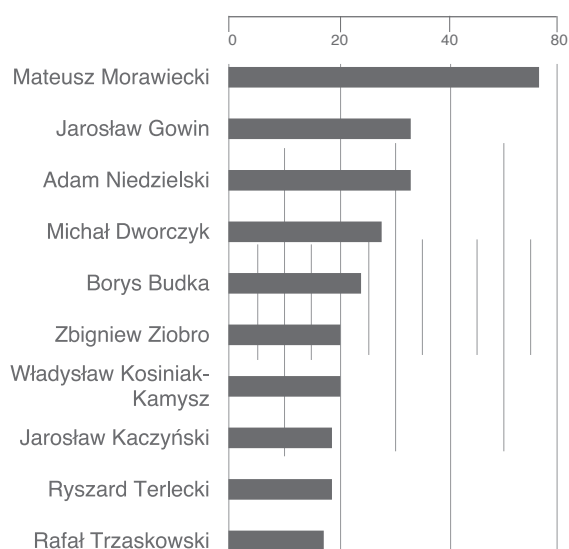


Najczęściej pojawiające się osoby

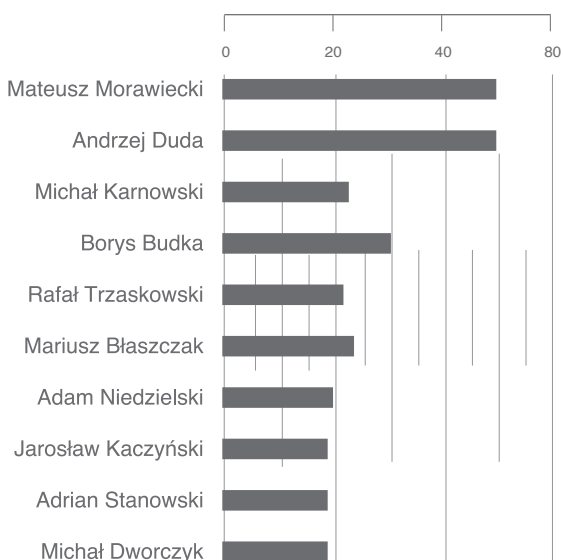
Najczęściej pojawiające się osoby w materiałach serwisów informacyjnych Polsatu



Najczęściej pojawiające się osoby w materiałach serwisów informacyjnych TVN



Najczęściej pojawiające się osoby w materiałach serwisów informacyjnych TVP



Metodologia

Na podstawie materiałów telewizyjnych zebranych z głównych wydań codziennych programów informacyjnych emitowanych na antenie Polsatu (Wydarzenia), TVP1 (Wiadomości) i TVN (Fakty) w okresie od 1 kwietnia do 30 czerwca 2021 roku, opracowano raport mający na celu ocenę reprezentacji płci w serwisach informacyjnych.

Badanie medialne

01. Reprezentacja kobiet wśród osób tworzących główne wydania serwisów informacyjnych oraz wypowiadających się w poszczególnych materiałach.
-

Główne wydania serwisów informacyjnych

02. Wydarzenia I Polsat News
Fakty I TVN 24
Wiadomości I TVP 1
-

Prawa kobiet i mniejszości

03. W badaniu zwrócono szczególną uwagę na kwestie związane z prawami kobiet oraz mniejszościami.

Metodologia

Agencja informacyjna PRESS-SERVICE Monitoring Mediów przygotowała analizę zawartości głównych wydań trzech najbardziej popularnych telewizyjnych serwisów informacyjnych: Faktów TVN, Wiadomości TVP1, Wydarzeń Polsatu, jakie zostały wyemitowane w II kwartale 2021 roku.

Łącznie od 1 kwietnia do 30 czerwca 2021 roku zbadano 268 głównych wydań serwisów informacyjnych.

Każde analizowane wydanie zostało podzielone na materiały medialne, którym nadano kolejność. Wszystkie wydania programów informacyjnych zbadano ze względu na: podejmowane tematy, płeć prowadzących, autorów materiałów, osób wypowiadających się oraz pełnionych przez nie funkcji. Ze szczególną uwagą przyjrzano się ponadto zagadnieniom związanym z prawami kobiet oraz mniejszości. Imię, nazwisko, pełniona funkcja lub status oraz płeć każdej osoby, której wypowiedź została wyemitowana w analizowanych materiałach medialnych została odnotowana w badaniu. Jeśli realizatorzy nie podpisali imieniem i nazwiskiem osoby wypowiadającej się w serwisie – analitycy odnotowali jej płeć, pełnioną funkcję/status oraz brak podpisu.

Zgromadzone dane poddano analizie ilościowej oraz jakościowej.

Na potrzeby badania przyjęto, że:

- Materiał medialny to pojedyncza, samodzielna publikacja zapowiedziana przez prowadzącego, następnie wyemitowana podczas wydania, najczęściej podpisana imieniem i nazwiskiem dziennikarza – autora materiału. Materiały bez podpisu autora zostały zakwalifikowane jako materiały odredakcyjne.
- Osoba wypowiadająca się to osoba, której rzeczywista wypowiedź została wyemitowana w serwisie informacyjnym. Analitycy odnotowywali również wypowiedzi archiwalne. W badaniu nie odnotowano natomiast wypowiedzi parafrazowanych, czy cytowanych na infografikach.
- Prowadzący program to osoba prezentująca poszczególne materiały medialne na żywo, zwykle w studiu programu.
- Autor materiału to osoba, która stworzyła dany materiał – podpisana imieniem i nazwiskiem osoba odpowiedzialna za prezentowane treści.
- Płeć oznacza płeć biologiczną.
- Materiały uwzględniające prawa kobiet i mniejszości to materiały medialne, w których omawiany temat był podejmowany.

Metodologia

Każdemu materiałowi medialnemu został przyporządkowany jeden z poniższych tematów:
 Polityka – materiały dotyczące polskiej lub zagranicznej polityki

- Tragedia, katastrofa, wypadek – materiały, w których informowano o wypadkach, tragediach, katastrofach, np. wypadek uliczny, katastrofa śmigłowca
- Pandemia COVID19 – materiały związane z pandemią koronawirusa, np. liczba zakażonych, obostrzenia, program szczepień
- Medycyna, zdrowie – materiały komunikujące o tematach medycznych, zdrowotnych, np. wprowadzenie nowego leku, sytuacja w polskiej ochronie zdrowia
- Przestępstwa, sądy – materiały informujące o popełnionych przestępstwach, sprawy związane z sytuacją w sądownictwie
- Społeczny, obyczajowy – materiały informujące o zagadnieniach społecznych i obyczajowych, np. pomoc dla rodzin
- Ekologia, natura, przyroda – materiały podejmujące tematykę związaną z ekologią, naturą, zwierzętami, np. traktowanie zwierząt, ochrona rzadkich gatunków
- Ekonomia, gospodarka – materiały pochylające się nad problemami związanymi z ekonomią, gospodarką, np. budżet państwa, sytuacja na rynku pracy
- Sport – materiały dotyczące tematów sportowych np. reprezentacja Polski w piłce nożnej, zmiana trenera, rozgrywki
- Kultura, rozrywka – materiały dotyczące kultury, rozrywki, programów własnych stacji, artystów
- Historia – materiały poruszające informacje dotyczące historii Polski i świata
- Kościół, religia, etyka – materiały podejmujące tematy związane z kościołem, etyką, religią, np. trwające święta kościelne
- Transport, drogi – materiały informujące o transporcie, np. stan polskich dróg, nowa obwodnica
- Prawo, legislacja – materiały dotyczące ustanawiania prawa
- Wojna, armia, militaria – materiały poruszające kwestie związane z obronnością, armią, militariami
- Media – materiały dotyczące sytuacji medialnej np. problemy polskich mediów
- Ciekawostka – materiały, które mają charakter rozrywkowy, nie dotyczą ważnych wydarzeń z Polski i świata
- Edukacja, nauka – materiały dotyczące kształcenia i nauki, np. edukacja zdalna, pensje nauczycieli
- Służby mundurowe – materiały komunikujące na temat wszelkich służb mundurowych, np. podwyżki dla policjantów
- Turystyka – materiały dotyczące tematyki związane z branżą turystyczną
- Administracja – materiały dotyczące administracji, tematów związanych ze sprawami urzędowymi
- Motoryzacja – materiały dotyczące motoryzacji
- Energetyka – materiały związane z branżą energetyczną
- Zajawka/zapowiedź programu – materiały będące zapowiedzią kolejnej części programu

Metodologia

Każda osoba wypowiadająca się została sklasyfikowana pod względem imienia i nazwiska (lub braku podpisu), płci oraz funkcji lub statusu (na podstawie podpisu realizatorów). Wśród wyróżnionych funkcji znalazły się:

- Artysta / artystka – kiedy osoba wypowiadająca się jest reprezentantem/ reprezentantką zawodów artystycznych, np. aktor/ aktorka, pisarz/ pisarka
- Duchowny / duchowna – kiedy osoba wypowiadająca się jest reprezentantem/ reprezentantką stanu duchownego
- Działacz / działaczka – kiedy osoba wypowiadająca się jest reprezentantem/ reprezentantką organizacji charytatywnej, fundacji, akcji, inicjatywy społecznej
- Dziennikarz / dziennikarka – kiedy osoba wypowiadająca się jest reprezentantem/ reprezentantką zawodów związanych z mediami, np. reporter/ reporterka, korespondent/ korespondentka, publicysta/ publicystka
- Ekspert / ekspertka – kiedy osoba wypowiadająca się jest reprezentantem/ reprezentantką specjalistycznej dziedziny, np. epidemiolog/epidemiolożka, ekonomista/ekonomistka, politolog/politolożka, amerykanista/ amerykanistka
- Kadra kierownicza i zarządzająca – kiedy osoba wypowiadająca się jest reprezentantem/ reprezentantką kadry zarządzającej, np. dyrektor/ dyrektorka, kierownik/ kierowniczką
- Kombatant / kombatantka – kiedy osoba wypowiadająca się uczestniczyła w działaniach zbrojnych
- Nauczyciel / nauczycielka – kiedy osoba wypowiadająca się zajmuje się pracą dydaktyczno-wychowawczą
- Ofiara / pokrzywdzony / pokrzywdzona – kiedy osoba wypowiadająca się posiada status ofiary przestępstwa lub pokrzywdzonej / pokrzywdzonego
- Oskarżony / oskarżona – kiedy osoba wypowiadająca się była oskarżonym/ oskarżonym w przestępstwie
- Polityk / polityczka – kiedy osoba wypowiadająca się pełni funkcje polityczne, np. poseł/ posłanka, prezydent/ prezydentka
- Pracownik / pracownica ochrony zdrowia – kiedy osoba wypowiadająca się reprezentuje zawody medyczne
- Prawnik / prawniczka – kiedy osoba wypowiadająca się jest specjalistą/ specjalistką z zakresu prawa
- Prokurator / prokuratorka – kiedy osoba wypowiadająca się pełni funkcję prokuratora/ prokuratorki
- Przedsiębiorcy / przedsiębiorczynie – kiedy osoba wypowiadająca się prowadzi działalność gospodarczą.
- Respondent / respondentka – kiedy osoba wypowiadająca się była pytana o opinię na wybrany temat (respondenci/ respondentki często nie są podpisywani)
- Rzecznik / rzeczniczka – kiedy osoba wypowiadająca się reprezentuje daną firmę, instytucję
- Sędzia / sędzia – kiedy osoba wypowiadająca się pełni funkcję sędziego, sędzi
- Służby mundurowe – kiedy osoba wypowiadająca się reprezentuje służby mundurowe
- Sportowiec / sportowczyni – kiedy osoba wypowiadająca się uprawia zawodowo sport
- Uczeń / uczennica / student / studentka – kiedy osoba wypowiadająca się pobiera naukę na etapie podstawowym lub ponadpodstawowym lub kształci się na etapie studiów wyższych
- Urzędnik / urzędniczka – kiedy osoba wypowiadająca się reprezentuje dany urząd

Wspieramy komunikację biznes marketing

PRESS-SERVICE
Monitoring Mediów Sp. z o.o.

ul. Marcelesińska 14
60-801 Poznań

Oddział w Warszawie
ul. Chmielna 85/87
00-805 Warszawa

+48 61 66 26 005
biuro@psmm.pl
www.psmm.pl