**Coraz więcej feminatywów w mediach. Oto wyniki raportu PSMM Monitoring & More**

**Z roku na rok media chętniej używają feminatywów. W ciągu ostatnich 3 lat aż trzykrotnie wzrosła częstotliwość słowa „menedżerka”, a „naukowczyni” aż sześciokrotnie. Jednak co ciekawe, w liczbie mnogiej nadal rzadko stosuje się rodzaj niemęskoosobowy. Jak media mówią o kobietach? PSMM Monitoring & More opracował raport, w którym przygląda się feminatywom w mediach.**

**Trend powoli się zmienia, wciąż jednak widać dysproporcję**

Porównując dane z trzech ostatnich lat widać, że coraz częściej mówi się o „naukowczyniach” (niemal sześciokrotnie), „wykładowczyniach” (czterokrotnie), „menedżerkach” (blisko trzykrotny wzrost) i „prezeskach” (dwukrotny wzrost w porównaniu do roku 2020).

Dysproporcja jest jednak wciąż znacząca. Formy męskie nadal są używane częściej – zwłaszcza w profesjach związanych z zarządzaniem czy polityką, co dobrze obrazują dane liczbowe z 2022 roku. Słowo „marszałek” było użyte aż 380 razy więcej niż „marszałkini”, a „senator” 82 razy częściej niż „senatorka”. Jeśli chodzi o stanowiska kierownicze – „prezes” pada 72 razy częściej niż „prezeska”, „menedżer” 21 razy częściej niż „menedżerka”, a „dyrektor” 20 razy częściej niż „dyrektorka”.

**Język przełamuje stereotypy**

Zupełnie inaczej sprawy mają się z zawodami postrzeganymi jako „kobiece”. Znacznie częściej w mediach pada określenie „pielęgniarka” niż „pielęgniarz” (w 2022 roku było to 146 909 vs. 3 909, czyli 38 razy więcej). Na przestrzeni czasu nie widać jednak dużych dysproporcji w używaniu słowa „nauczycielka”, bowiem jest ono mocno ugruntowane w języku. Media swobodnie korzystają z tych form, które są już utarte. Widać jednak trend stosowania gramatycznie poprawnych form stanowisk zajmowanych przez kobiety.

– *Ekspozycja kobiet w mediach jest równie ważna jak język, którym opisuje się ich obecność w przekazach. Korzystanie z żeńskich form stanowi istotny element przełamywania stereotypów o obecności kobiet w obszarach wyraźnie zmaskulinizowanych. W ostatnich latach polityczki są coraz częściej opisywane formami żeńskimi. Na podstawie różnicy w częstotliwości występowania męskiego (poseł) i żeńskiego rodzaju (posłanka) tego rzeczownika w 2022 r. i 2020 r. można domniemywać, że media coraz częściej stosują poprawną formę wobec kobiet. Podobnie jest w przypadku senatorek. Popularnością nie cieszy się jednak marszałkini. Mimo sprawowania tej funkcji przez kobiety w polskim parlamencie od 2019 r. (marszałkini i wicemarszałkini), w ostatnich trzech latach częściej pisano o marszałkach* – twierdzi Jagoda Wojtasiewicz, analityczka PSMM Monitoring & More.

**Co z liczbą mnogą?**

Choć tendencja do stosowania form żeńskich jest rosnąca, widać, że w przypadku stosowania liczby mnogiej media znacznie rzadziej używają obu określeń. Słowo „Marszałkowie” zostało użyte w 2022 roku aż 2613 razy częściej niż „marszałkinie”, a „wykładowcy” 138 razy częściej niż „wykładowczynie”. Spośród wszystkich analizowanych określeń najczęściej padało w formie żeńskiej „pielęgniarki” (149 493 razy), „nauczycielki” (43 249 wystąpień) i „posłanki” (43 116 razy).

**Ponad 5 tysięcy publikacji w trzy lata**

Autorki i autorzy badania przyjrzeli się również popularności samego hasła „feminatywy” w mediach. W ciągu trzech lat w prasie, radiu i internecie powstało na ten temat 5291 publikacji, a ich ekwiwalent reklamowy wyniósł ponad 67 milionów złotych.

– *Na przestrzeni lat 2020-2022 najczęściej o formach żeńskich wzmiankowały redakcje internetowe noizz.pl, zycie.hellozdrowie.pl i wyborcza.pl. Ze wszystkich analizowanych materiałów największym dotarciem (1 243 526 kontaktów) cieszył się materiał w RMF FM, z kolei w internecie był to artykuł „Peaches Gastro Girls: Chcemy w końcu oddać scenę gastro dziewczynom” zamieszczony na serwisie onet.pl (dotarcie do 334 766 kontaktów)* – podsumowuje Jagoda Wojtasiewicz.

Zainteresowanym tematem wizerunku kobiet polecamy raport o ekspertkach w debacie publicznej PSMM Monitoring & More: >> https://psmm.pl/wp-content/uploads/2022/07/wizerunek-kobiety-w-debacie-publicznej-na-podstawie-telewizyjnych-serwisow-informacyjnych-raport-medialny-i-xii-2021.pdf

**Osoba do kontaktu:**

Katarzyna Popławska

Kierownik działu marketingu i PR

kom: +48 697 410 680

kpoplawska@psmm.pl

PSMM Monitoring &amp; More

60-801 Poznań, ul. Marcelińska 14

www.psmm.pl

www.twitter.com/PSMMonitoring

www.facebook.com/PSMMonitoring

Katarzyna Pastuszka

Publicon Services Sp. z o.o.

Managing Partner

kom: +48 607 512 254

k.pastuszka@publicon.pl