**Komentarz ekspertki**

****

**Jagoda Wojtasiewicz – analityczka PSMM Monitoring & More**

Ekspozycja kobiet w mediach jest równie ważna jak język, którym opisuje się ich obecność w przekazach.

W ubiegłym roku opublikowaliśmy raport, w którym przedstawiliśmy wnioski badania [„Wizerunek kobiet w debacie publicznej w 2021 na podstawie głównych wydań trzech największych serwisów informacyjnych”](https://psmm.pl/wp-content/uploads/2022/07/wizerunek-kobiety-w-debacie-publicznej-na-podstawie-telewizyjnych-serwisow-informacyjnych-raport-medialny-i-xii-2021.pdf)

Zakres analizy w III i IV kw. 2021 rozszerzyliśmy o dodatkową kategorię - stosowanie feminatywów przez redakcje telewizyjne. Założyliśmy, że korzystanie z żeńskich form stanowi element przełamywania stereotypów o obecności kobiet w obszarach wyraźnie zmaskulinizowanych.

Badanie wykazało, że w drugiej połowie 2021 r. rodzaj męski wobec kobiet najczęściej stosowała redakcja Wydarzeń (41 proc.). Szczególną dysproporcję zauważyliśmy w podpisach kobiet pełniących funkcje polityczne, służących w sformalizowanych jednostkach lub zajmujących stanowiska kierownicze. Często pojawiał się *europoseł* zamiast *europosłanki, natomiast* z ugruntowanych w języku radnych i przewodniczących Wydarzenia korzystały swobodnie. *Dyrektorki, prezeski, członkinie zarządu i kierowniczki* podpisywano przeważnie bez żeńskich form. Natomiast na najwyższy 45 proc. udział feminatywów w podpisach kobiet pojawiających się w głównym wydaniu Faktów złożyła się wysoka liczba żeńskich rzeczowników wśród *kierowniczek, sportowczyń i medyczek.*

Dyskusja o zasadności korzystania z feminatywów jest widoczna w mediach tradycyjnych od kilku lat. W 2021 roku pojawiło się 2,2 tys. artykułów poruszających tę kwestię o łącznym dotarciu 2,5 mln - prawie o 1,5 tys. więcej publikacji niż w roku poprzedzającym. Na przestrzeni lat 2020-2022 najczęściej o formach żeńskich wzmiankowały redakcje internetowe *noizz.pl, zycie.hellozdrowie.pl i wyborcza.pl*. Największe dotarcie o wysokości 8,8 mln kontaktów z odbiorcami odnotowały publikacje zawierające frazę *feminatyw* zamieszczone w tym okresie przez *onet.pl*.

Korzystanie z gramatycznie poprawnych form stanowisk zajmowanych przez kobiety widać w trendach używania feminatywów przez redakcje. W ostatnich latach polityczki są coraz częściej opisywane formami żeńskimi. *Posłanka* w 2021 r. pojawiła się w niemal o 30 proc. większej liczbie publikacji niż w 2020 r. 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 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*.

W grupach związanych z edukacją wyższą częściej pojawia się fraza *wykładowczyni*. Zmiana jest szczególnie widoczna na tym przykładzie – różnica między 2020 r. i 2022 r. wynosi 10 tys. publikacji, w których użyto formy żeńskiej. Tendencję do chętniejszego korzystania z feminatywów widać przy kierowniczych stanowiskach i wysokich funkcjach w strukturach biznesowych. W 2022 r. pojawiło się 44,5 tys. publikacji z frazą *prezeska* – dwa razy więcej niż dwa lata wcześniej. Redakcje w ubiegłym roku niemal trzykrotnie częściej stosowały formę *menadżerka* niż w 2020 r. W 2022 r. odnotowaliśmy też o 28 tys. więcej publikacji zawierających rzeczownik *dyrektorka* niż na początku analizowanego okresu.