

COLLEGIUM CIVITAS
Instytut Socjologii im. Edmunda Wnuk-Lipińskiego

Obszar nauk społecznych
Dziedzina: nauki społeczne
Dyscyplina naukowa: socjologia
Specjalność: socjologia mediów

mgr Katarzyna Sobczak

**Kobiety polityki w mediach. Analiza obecności polityczek
w polskiej prasie opiniotwórczej w 2012 roku**

**Women of politics in the media. The analysis of the presence of
female politicians in the opinion-forming Polish press in 2012.**

Praca doktorska
napisana pod kierunkiem
dr hab. Agnieszka Kampka

Warszawa 2019

Streszczenie pracy doktorskiej

Praca podejmuje problematykę znaczenia płci kulturowej w zapośredniczonej medialnie polityce. Jej głównym celem jest analiza przekazów zamieszczonych w czołowych tygodnikach opiniotwórczych w 2012 roku (*Wprost*, *Newsweek* i *Polityka*) w wymiarze ilościowym oraz jakościowym. Analiza ilościowa została przeprowadzona łącznie na 150 numerach periodyków i miała odpowiedzieć na pytanie o to, czy i jak często pojawiały się w nich polityczki i politycy. Analizy uwzględniają nie tylko liczbę przekazów, w których pojawiają się ludzie polityki, ale również ich tematykę, objętość, umiejscowienie w tygodniku, płeć autora (lub autorów), liczbę i powierzchnię towarzyszących im zdjęć oraz powierzchnię reklam. Badanie zaprojektowane zostało w taki sposób, by możliwe było porównanie wyników ustaleń dla polityków i polityczek oraz ustalenie, czy płeć dziennikarza różnicuje otrzymywane wyniki. Ostatecznie analiza miała odpowiedzieć na pytanie o to, czy istnieją uniwersalne wzory i tendencje we wszystkich trzech analizowanych tygodnikach, co wskazywałoby na znaczenie płci jako zmiennej różnicującej. Na podstawie materiału badawczego nie odnotowano stałych trendów za wyjątkiem udziału kobiet wśród postaci oraz udziału kobiet wśród ludzi polityki. Jest to przesłanka ku temu, by poszukiwać innych zmiennych wyjaśniających niż płeć ludzi polityki lub ludzi mediów.

Do badania jakościowego wybrane zostały wszystkie artykuły i wywiady z polskimi polityczkami opublikowane w analizowanym okresie, a jako materiał porównawczy posłużyły artykuły i wywiady z politykami pełniącymi podobne do polityczek funkcje. Analiza wywiadów pozwoliła zdefiniować role, jakie przyjmują dziennikarze oraz opisać katalog technik, jakimi posługują się w celu tworzenia wyobrażeń o rozmówcach. Jednocześnie wykrystalizował się również zestaw technik stosowanych przez rozmówców w celu ratowania wizerunku, jego zmiany lub ponownego tworzenia. Jakościowa analiza wywiadów i artykułów pozwoliła również opisać wizerunki polityczek i polityki jako pola aktywności, różnice w sposobach przedstawiania kobiet i mężczyzn działających w polityce oraz znaczenie sfery prywatnej w rozmowach z ludźmi polityki obu płci. Na podstawie analizowanego materiału usystematyzował się również katalog zachowań i cech, które powinna posiadać polityczka, by nie być ocenianą negatywnie.

The summary of the doctoral thesis

The dissertation addresses the importance of the gender issue in the media-mediated politics. The main aim of the thesis is to analyse the news published in the leading opinion-making weeklies in 2012 (*Wprost*, *Newsweek*, and *Polityka*) using qualitative and quantitative methods. The quantitative analysis was carried out in total on 150 issues of periodicals and its purpose was to answer the question of whether and how often female and male politicians appeared in the media. The analyses take into account not only the number of messages in which politicians appear, but also the subject, volume, location, sex of the author, or authors, the number and area of accompanying photos, and the area of advertising. The study was designed in such a way that it would make the comparison of the results for female and male politicians possible and that it would determine whether the gender of the journalist differentiates the obtained results. Ultimately, the aim of the analysis was to answer the question of whether there are universal patterns and trends in all three analysed weeklies, which would indicate the importance of gender as a differentiating variable. On the basis of the research material, it could be stated that there were no stable trends except for the participation of women in the population and the participation of women among politicians. This is the premise to look for explanatory variables other than the sex of politicians or journalists.

All the articles and interviews with Polish politicians which were published in the analysed period were selected for the qualitative study. As a comparative material, the articles and interviews with male politicians acting similarly to female ones were used. The analysis of the interviews was crucial in defining the roles that journalists assume and in describing the catalogue of techniques they use to form impressions about their interlocutors. A set of techniques used by interlocutors to save their image, change it, or re-create it was also made clear. The qualitative analysis of interviews and articles made it possible to describe the images of female politicians and politics as a field of activity, differences in the ways of presenting women and men of politics, and the importance of the private sphere in conversations with politicians of both sexes. On the basis of the analysed material, the catalogue of behaviours and traits that a female politician should have in order not to be assessed negatively was also systematised.

Spis treści

Wstęp	7
1 Płeć w ujęciu kulturowym	15
1.1 Teoretyczna eksplanacja nierówności płci	20
1.2 Kobiety i mężczyźni w kulturze Polski	28
2 Kobiety, mężczyźni i polityka	44
2.1 Kobiety na szczeblach władzy	45
2.1.1 Kobiety w strukturach lokalnych i regionalnych	47
2.1.2 Kobiety w strukturach centralnych	48
2.1.3 Kobiety w strukturach ponadpaństwowych	56
2.1.4 Kobiety-prezydentki i kobiety-premierki	57
2.2 Przeszkody i bariery w dostępie do stanowisk politycznych	60
2.2.1 Bariery systemowe	61
2.2.2 Instytucjonalne	63
2.2.3 Relacje interpersonalne	67
2.2.4 Społeczne	69
2.2.5 Strukturalne	70
2.2.6 Kulturowe	71
2.2.7 Dodatkowe bariery na najwyższych stanowiskach politycznych	78
3 Media i polityczki	79
3.1 Media, demokracja i kobiety	82
3.2 Kobiety w przekazach medialnych	89
3.3 Polityczki w przekazach medialnych	98
3.4 Elementy kształtowania wizerunku w mediach	123
4 Równość, płeć i media – analiza statystyczna	131
4.1 Definicje i miary	134
4.1.1 Kategorie dotyczące artykułów	136
4.1.2 Kategorie zastosowane w analizie zdjęć	145
4.2 Statystyka jednostek prasowych	146
4.3 Rozmówcy, bohaterowie i eksperci	150
4.4 Statystyka zdjęć	162
4.4.1 Liczba zdjęć	162
4.4.2 Powierzchnia zdjęć	179
4.4.3 Umiejscowienie zdjęć	182
4.4.4 Powierzchnia zdjęć w jednostkach z ludźmi polityki jako głównymi bohaterami	184
4.4.5 Bohaterowie zdjęć	188

5	Polityczki i politycy w relacjach prasowych. Analiza dyskursu.....	188
5.1	Działacze polityczni jako rozmówcy	190
5.1.1	Elementy strukturalne w wywiadach.....	194
5.1.2	Semiotyka fotografii.....	196
5.1.3	Tematyka wywiadów.....	199
5.1.4	Techniki dziennikarskie.....	202
5.1.5	Strategie rozmówczyń	219
5.1.6	Problematyka płci w wywiadach.....	228
5.1.7	Obraz polityki w wywiadach.....	237
5.1.8	Wizerunki polityczek w wywiadach.....	239
5.1.9	Polityczki jako rozmówczynie a politycy jako rozmówcy – analiza porównawcza.....	241
5.2	Polityczki jako bohaterki jednostek prasowych	258
5.2.1	Sposób nazywania bohaterek	261
5.2.2	Cytowanie.....	269
5.2.3	Fotografie jako elementy znaczące.....	272
5.2.4	Związki rodzinno-partnerskie i życie prywatne	275
5.2.5	Droga do polityki.....	277
5.2.6	Sukcesy i porażki.....	282
5.2.7	Powody tworzenia artykułów	300
5.2.8	Osobowość i wizerunek.....	303
5.2.9	Płeć jako czynnik umiejscawiający w świecie	317
6	Podsumowanie	321
7	Bibliografia	346

Wstęp

Celem niniejszej pracy jest analiza kontekstu społecznego, z którym mierzyć się muszą kobiety dążące do pełnienia najważniejszych stanowisk w państwie. Media tradycyjne i elektroniczne stanowią współcześnie główne źródło wiedzy o świecie, ponieważ wraz z rozwojem i ewolucją społeczeństwa doświadczenie indywidualne przestało być wystarczające. Wiedza czerpana z mediów stanowi podstawowy element poznania i współtworzy obraz świata. Media w znacznym stopniu określają, jakie fakty docierają do ludzi, a w efekcie oddziałują również na to, jak postrzegamy rzeczywistość i – w konsekwencji – w jaki sposób postępujemy.

Jeżeli media kształtują wyobrażenia o świecie oraz mają wpływ na przekonania i postawy z samego faktu dystrybucji i ramowania informacji, to w rzeczywistości tworzą również struktury, w których poruszają się jednostki i które – zinternalizowane – limitują bądź stymulują działania ludzi. Z tego powodu niezwykle istotne są analizy przekazów medialnych pod kątem potencjału dynamizowania lub ograniczania działań społecznych oraz motywowania i demotywowania do podjęcia określonych typów aktywności. W zależności od tego, jakie wartości przekazywane są w mediach, jak traktowane oraz jak przedstawiane są postacie należące do poszczególnych grup wiekowych, społecznych lub zawodowych, w społeczeństwie może wzrastać lub spadać chęć do zajmowania określonych pozycji lub aktywnej działalności na danym polu.

Z tego względu spojrzenie na medialny wizerunek kobiet działających w polityce wydaje się kluczowe dla zrozumienia kontekstu ich aktywności. Choć od przyznania kobietom praw wyborczych minęło stulecie¹, kwestia równouprawnienia i uczestnictwa kobiet w życiu publicznym na równych prawach z mężczyznami wciąż pozostaje kontrowersyjna. Chociaż kobiety stopniowo zajmują coraz wyższe pozycje zawodowe, nierówności wciąż są obecne. Polityka wydaje się pozostawać polem działalności zarezerwowanym dla mężczyzn, pomimo iż przez ostatnie lata na czele rządów w Polsce stały kobiety. Siła stereotypowych przekonań jest tak duża, że obie panie premier – zarówno Ewa Kopacz, jak i Beata Szydło – określane były mianem marionetek w rękach mężczyzn (zob. Brzoza 2017; Dziennik.pl 2015, Newsweek.pl 2015; Flückiger 2014; Niezależna.pl 2014).

Jeśli wyjść od obecnego w literaturze przedmiotu założenia, że sfera działalności politycznej jest najsilniej kojarzona z mężczyznami (zob. rozdz. 2.2.), można powiedzieć, że jej

¹ Toczą się dyskusje, czy nadanie praw kobietom było naturalną kolejną rzeczą (Roux 2010), czy zostały one przez wywalczone (Kongres Kobiet 2018).

przemiana wskazywałoby na obecność znaczących zmian w kulturze i stanowiłaby ich zwieńczenie. Sukcesywna i systematyczna analiza sposobu postrzegania kobiet działających w polityce może zatem pomóc w gruntownym zrozumieniu przekształceń kultury oraz wskazaniu, czy stereotypy istotnie ulegają wyrugowaniu. Możliwy jest również scenariusz, wedle którego równouprawnienie pod względem np. obyczajowym oraz partycypacyjnym to dwie odmienne strony medalu, w których zmiany zachodzą niezależnie od siebie – nierówności w jednej sferze mogą zanikać, w innej zaś utrzymywać się lub rosnać.

Aby zrozumieć kontekst społeczno-kulturowy, w badaniach mediów nie można ogniskować uwagi wyłącznie na kampaniach wyborczych, jak przyjęło się to czynić dotychczas. Wprawdzie dostarczają one ciekawego materiału i stanowią wdzięczne pole do badań, ale ich analiza przypomina analizę ustawek celebrytów z dziennikarzami – oczywisty jest fakt, że jakiegokolwiek, nawet najbardziej drobiazgowe badanie, ogniskujące się wyłącznie na takim wydarzeniu, nie dostarczy wiedzy o faktycznych modelach relacji obu grup. Analogicznie, kampanie wyborcze stanowią przedstawienia tworzone na potrzeby chwili, a na ich podstawie nie można wnioskować o polityce jako takiej. Wydarzenia mające miejsce w okresie kampanii wyborczych niosą wiele informacji na temat kultury, oczekiwań społecznych oraz czynionych przez specjalistów od marketingu politycznego i PR-u założeń odnośnie do wspomnianych oczekiwań społecznych, ale nie mówią wiele o właściwej polityce, mającej miejsce w okresie poza kampanią.

Erving Goffman (2008) posłużył się metaforą teatru i podzielił świat na scenę i kulisy. Uwzględniając tę terminologię i delikatnie ją modyfikując, można stwierdzić, że pozostając w sferze kampanii wyborczych, przemówień i spotów pozostajemy w ramach tego, co określa się mianem *sceny*. Termin ten może obejmować również niejawne ustalenia (np. proces tworzenia list wyborczych), ale wszystko to dzieje się w *widocznym* okresie czasu. Widzialność jest cechą definicyjną kampanii. Gdy kończy się kampania, wkraczamy za *kulisy* – rozpoczyna się codzienność, praca i obowiązki, zaś *widzialność* zaczyna odnosić się przeważnie tylko do czołowych postaci. Okres powyborczy jest zanedbywany w badaniach społecznych. Ogniskując uwagę jedynie na niewielkich wycinkach rzeczywistości, jakimi są kampanie, traci się z oczu nieustanny proces kształtowania opinii i przekonań dotyczących polityki oraz subtelne zmiany w tym zakresie. Chociaż kampanie i sposoby ich medialnej prezentacji mają znaczący wpływ na to, jak postrzegana jest polityka, poglądy kształtowane są przez całą kadencję, a proces ten jest ignorowany lub analizowany pobieżnie i chaotycznie.

Celem rozprawy jest wypełnienie tej luki i przeanalizowanie sposobów, w jakie prezentowane i traktowane są w mediach kobiety działające w polityce z chwilą, gdy opadną

kampanijne emocje. Niniejsza praca ma za zadanie sięgnąć do codzienności i wskazać, jak postrzegane są polityczki w mediach – czy wciąż jako *paprotki*, czy może jednak jako profesjonalistki? Czy fakt wygrania wyborów i otrzymanie legitymizacji do sprawowania władzy skłania do bardziej profesjonalnego podejścia do kobiet ze strony dziennikarzy? Czy istnieją różnice w sposobie rozmowy z działaczami politycznymi zależnie od ich płci i czy uwidaczniają się stereotypy? Czy w polityczkach widzi się przedstawicielki społeczeństwa, aktywne podmioty posiadające prawo do wyrażania woli wyborców, czy też mało znaczące, anonimowe postacie albo marionetki w rękach mężczyzn? Czy kobiety działające w polityce zawłaszczają sferę publiczną, czy też wraz z nimi do polityki wkracza sfera prywatna? Między innymi na te pytania staram się udzielić odpowiedzi w dalszej części pracy.

Chociaż skłaniam się ku przekonaniu, że najlepsze wyniki analiz jakościowych osiąga się z chwilą, gdy wychodzi się od teorii ugruntowanej, bez wstępnych założeń i oczekiwań, poruszenie tematyki *gender* samo w sobie implikuje pewne aprioryczne założenia. Przede wszystkim – kierując się ustaleniami literatury przedmiotu (zob. rozdz. 1. i 2.) – założyłam, że w polskiej kulturze wciąż istnieją nierówności pomiędzy kobietami i mężczyznami, jednak ich poziom i zasięg w przekazach medialnych ma zostać ustalony w toku badań. Założenie o istnieniu nierówności pomiędzy płciami należy wyrazić *explicite*, ponieważ pojawiało się ono na każdym etapie badania: od ustalania wskaźników dla badań ilościowych począwszy, a na uwzględnieniu płci autorów wywiadów i artykułów skończywszy.

Celem badania jest również zweryfikowanie ustaleń poczynionych w ramach dotychczasowych badań, których wnioski zaprezentowane zostały w trzech pierwszych rozdziałach. Niniejsza praca ma pozwolić odpowiedzieć na pytania o to, czy medialne wizerunki kobiet działających w polityce przesycane są stereotypami, tak jak wizerunki kobiet w ogóle oraz czy istnieje różnica pomiędzy sposobami przedstawiania poszczególnych polityczek i jeśli tak, to z czego ona wynika. Ważna jest także refleksja nad tym, czy sposób prezentowania postaci jest uniwersalny, czy też zależny od medium – jest to w rzeczywistości próba znalezienia odpowiedzi na pytanie o to, czy *gender* w istocie jest zmienną wyjaśniającą, czy jedynie wygodną i modną kategorią eksplanacyjną, która jednak niewiele tłumaczy. Innymi słowy: czy *gender* rzeczywiście ma znaczenie?

Rozprawa ta ma stanowić także refleksję nad szeroko rozumianym kontekstem medialnym i społeczno-politycznym oraz przeszkodami, z którymi muszą zmierzyć się kobiety dążące do aktywnej działalności politycznej. Prowadzenie podobnych badań w dłuższej perspektywie czasowej pozwoliłoby lepiej zrozumieć zachodzące zmiany kulturowe. Co więcej, porównanie tych zmian z poziomem partycypacji kobiet na najwyższych szczeblach

władzy oraz z wynikami prowadzonych dotychczas badań dotyczących codziennego funkcjonowania polityczek w parlamencie mogłoby odpowiedzieć na pytanie o wzajemne zależności pomiędzy kulturą, obecnością z mediach i praktyką życia codziennego.

Istnieją przesłanki aby sądzić, że kobiety nie są chętne do działalności na szczeblu centralnym dlatego, iż mają wrażenie, że Sejm nie jest miejscem, z którego można poprawić byt jednostek, a jedynie polem nieustannych przepychanek, intryg i knowań (Fuszara 2007). Ponieważ zdanie takie wyrażały działaczki lokalne, można uznać, że ich opinie pochodzą z mediów, nie zaś z bezpośredniego doświadczenia. Dowodzi to, iż komunikaty medialne – ich kształt, wymowa i przekaz – mogą mieć duże znaczenie dla udziału kobiet w polityce na szczeblu centralnym. Jeśli zdeterminowane do działania dla dobra innych kobiety nie są chętne do uczestnictwa na wyższym szczeblu niż lokalny, to – pominąwszy wszystkie pozostałe przeszkody – nawet pojawienie się czy zwiększenie parytetów nie przyniesie jakościowej zmiany. W efekcie wciąż, zamiast o zdeterminowanych polityczkach, będzie mowa o *wypełniaczkach list wyborczych*.

Poruszenie zagadnienia kobiet w polityce od strony przekazów medialnych jest przedsięwzięciem trudnym, a główną przeszkodę stanowi niewielka liczba publikacji poświęconych temu zagadnieniu, zwłaszcza że nie sposób przekładać ustaleń badaczy zagranicznych na grunt polski ze względu na odmienną specyfikę organizacji sceny politycznej². Literatura zagraniczna może zatem stanowić wskazówkę, ale nie należy się kierować jej ustaleniami ani traktować ich jako obowiązujących również w polskim kontekście kulturowym i społeczno-politycznym.

Najczęściej podejmowane przez polskich badaczy tematy wydają się dotyczyć twardych zagadnień: procentowego udziału we władzy i poziomu partycypacji (zob. Druciarek, Niżyńska 2013; Niżyńska 2013; Fuszara 2013a; Fuszara 2013e; Fuszara 2013g; Druciarek, Fuszara, Niżyńska, Zbieranek 2012; CBOS 2006) oraz barier na drodze do polityki (zob. Fuszara 2013a; Fuszara 2011; Zaworska-Nikoniuk 2010; Nalewajko 2010; Pacześniak 2010; Radiukiewicz 2010; Musiał-Karg 2009; Sznajder 2009; Fuszara 2007; Siemieńska 2003a; Brodzińska 2009). Sporadycznie analizuje się sposób traktowania polityczek przez kolegów-polityków (Post 2010, Fuszara 2007) oraz kwestie łączenia działalności politycznej z obowiązkami wynikającymi z ról prywatnych (Cibowska 2012, Kinowska 2010, Kinowska 2009; Fuszara 2007). Analizy problematyki obecności polityczek w polskich mediach ograniczają się do zagadnień dotyczących wizerunków, spotów wyborczych i – rzadziej – debat

² Na przykład nie wydaje się słuszne porównywanie często analizowanych wyborów do Senatu w Stanach Zjednoczonych z polskimi wyborami parlamentarnymi.

przedwyborczych (Bulawka 2013; Rekosz 2013a; Rekosz 2013b; Betkiewicz 2010; Eckert 2010; Kluczyńska 2010; Zaworska-Nikoniuk 2010; Pacześniak 2009b; Pacześniak 2006).

Analizy występowania polityków w mediach poza kampanią wyborczą (lub w kontekście innych niż wspomniane przekazów) są podejmowane sporadycznie, a jeśli już się pojawiają, to najczęściej przyjmują raczej charakter luźnej rozprawy, odnotowującej pewne dostrzeżone trendy, niż systematycznego badania tego zjawiska (zob. Zbieranek 2013; Krzyżanowska 2012; Suska 2005). Przeważnie są one wybiórcze i mało konkluzywne. Problem stanowi również fakt, iż brakuje opracowań analizujących występowanie polityków w mediach z uwzględnieniem ich płci, do których można byłoby odnosić refleksje poczynione dla polityczek, oraz fakt, że to, co męskie, wciąż wydaje się być uniwersalne i neutralne. Przykładem może być szereg publikacji dotyczących tworzenia „wizerunku polityka”, nieuwzględniających efektów, jakie omawiane zabiegi mogą przynosić kandydatom obojga płci (zob. Pawełczyk 2012; Leszczuk-Fiedziukiewicz 2010).

Utrudnieniem wpisanym w analizy mediów jest również sposób prowadzenia polityki – polityka polska to polityka liderów, którymi pozostają mężczyźni. Zmieniło się to z dniem 22.09.2014, kiedy Ewa Kopacz, jako druga kobieta w historii III RP, objęła urząd premiera. Również po wyborach parlamentarnych z 2015 roku premierem została kobieta, Beata Szydło. W przyszłości analizy tekstów medialnych umożliwią zestawienie wniosków dla premierów i premierek, dotychczas jednak przewaga mężczyzn oraz fakt sprawowania przez nich najwyższych urzędów, nieuchronnie prowadziły do częstszego ich pokazywania w mediach i umacniały ich symboliczną przewagę w sferze polityki. Siła stereotypów uwidoczniła się we wspomnianych już opiniach, iż panie premier, zamiast liderkami, były jedynie marionetkami.

Ponieważ media mają wpływ na sposób postrzegania świata (i samych polityków) przez odbiorców, kwestia medialnej *widzialności* wydaje się kluczowa. Zdaniem Cezarego Trutkowskiego, dla wielu wyborców działalność publiczna musi być poddana osądowi społecznemu, a zdarzają się nawet opinie, że zawęża się ona do tego, co jest pokazywane w mediach i na czym ogniskuje się uwaga opinii publicznej (Trutkowski 1999).

Należy zwrócić również uwagę na fakt, iż choć problem płci i wizerunku kobiet w mediach jest dość szeroko omawiany w literaturze przedmiotu (Sobczak 2014a; Arcimowicz 2013; Graff 2013; Ciaputa 2011; Haratyk, Haratyk, Rams 2011; Kijewska 2010; Dziemba 2009; Bator 1998; Kuryłek 1997; Sawa-Czajka 1997; Wasilewska 1997; Goban-Klas 1985), nie wiąże się on z analizą położenia polityczek, lecz kobiet w ogólności. Takie ujęcie nie pozwala w sposób bezpośredni na wnioskowanie o sposobie postrzegania kobiet działających w polityce, zaś pośrednie wnioski mogą prowadzić do konkluzji, że polityczki w mediach nie

są zauważane, akceptowane lub pożądane. Wizerunek medialny kobiety, odzwierciedlający przypisywane jej role, zadania i cechy, ma znaczenie dla akceptacji pań na stanowiskach politycznych, gdyż przypisywane im atrybuty mogą pozostawać w zgodzie lub w sprzeczności z wyobrażeniami na temat idealnego polityka. Z tego powodu w analizach wizerunków medialnych polityczek niezbędne jest uwzględnienie wizerunku kobiety, jednak ograniczenie kontekstu jedynie do tego fragmentu byłoby niewybaczalne z naukowego punktu widzenia.

Równie istotne, jak medialny sposób postrzegania kobiet, są warunki społeczne, w których kobiety (nie)sięgają po władzę, utrudniające lub ułatwiające im polityczną karierę. Składają się na nie stereotypy i oczekiwania obecne się w mediach, *genderowy* podział pracy oraz partycypacja w sferach zarobkowej i publicznej (wydaje się, że kwestie związane z pracą zarobkową cieszą się szczególnym zainteresowaniem badaczy płci kulturowej). Na znaczenie tak ujętego kontekstu wskazuje również Zbigniew Bauer, pisząc iż „[t]o, jak prezentuje się przywódców światowych [ale również krajowych – K.S.], jest bowiem pochodną ogólnych reguł gry politycznej, związanej z kolei z systemem społeczno-politycznym danego kraju i miejscem zajmowanym w tym systemie przez media masowe” (Bauer 1988, 11). Dopiero tak ujęty kontekst społeczny pozwala wyciągać wnioski z analiz mediów, gdyż nie tylko sprzyja pełniejszemu zrozumieniu tego problemu, ale umożliwia również prześledzenie, czy problemy kobiet próbujących działać w polityce są poruszane w mediach i czy *status quo* związany z niedoreprezentacją kobiet na stanowiskach związanych z władzą jest kwestionowany, czy też przeciwnie – traktowany jako naturalny i niewymagający legitymizacji. Pozwala to również wnioskować o sposobie definiowania problemów kobiet: czy z perspektywy mediów problemem kobiet jest niemożność realizacji ich ambicji politycznych, czy też zaniedbywanie domu i rodziny oraz niespełnianie oczekiwań społecznych.

W myśl słów Tomasza Goban-Klasa, że „[t]ak niestety już jest w sferze społecznej, iż ten, kto od razu przystępuje do rozważania szczegółów, bez rozważenia podłoża, ogólnych ram, w których się one mieszczą, skazany jest na niepowodzenie, wyciąganie fałszywych bądź mylących wniosków ze swych empirycznych danych” (Goban-Klas 1985, 21-22), w niniejszej rozprawie empiryczne analizy poprzedzone zostały wstępem teoretyczno-kontekstowym. Ponieważ celem pracy nie jest koncentracja na liczbowym, procentowym uczestnictwie kobiet w polityce, lecz na ich obecności, wizerunku i sposobie traktowania przez przedstawicieli świata mediów, niezbędne jest omówienie problematyki *gender*, o czym traktuje rozdział pierwszy. Zostało w nim omówione o rozróżnienie *sex* – *gender* oraz teoretyczna eksplanacja nierówności płci, a podsumowanie stanowi analiza kontraktu płci w kulturze Polski.

Rozdział drugi odnosi się do instytucjonalnego tła dla dalszych rozważań, a więc do poziomu partycypacji kobiet w polityce. Analizuję udział kobiet na wszystkich szczeblach władzy, z najważniejszymi funkcjami w państwie włącznie. Omawiam także motywację, która skłania kobiety do podejmowania politycznej kariery. Najistotniejszym elementem tego rozdziału jest analiza przeszkód i barier, które pojawiają się na drodze kobiet do władzy. Typologia ta nie tylko systematyzuje rozproszoną wiedzę zawartą w literaturze przedmiotu, wprowadzając jednocześnie pomijane dotąd, acz bardzo istotne kategorie. Znalazła ona odzwierciedlenie w analizach empirycznych, gdyż starałam się ustalić czy, i jeśli tak, to które elementy i w jaki sposób poruszane są w mediach, oraz czy sposób ich przedstawiania jest zgodny ze stanem faktycznym, czy też stanowi dziennikarską (nad)interpretację i kreację rzeczywistości.

Rozdział trzeci odnosi się do zagadnień związanych z mediami. Wskazuję, jakie są medialne obrazy kobiety oraz kobiety-polityka i w jakiej relacji do siebie pozostają. Ponieważ w analizach istotne jest określenie stosunku dziennikarza do polityczki, omawiam role dziennikarzy oraz narzędzia i zabiegi przez nich stosowane w celu wywarcia pożądanego skutku (ustalenia kierunku rozmowy, sugerowanie sposobu postrzegania rozmówcy przez odbiorców, itp.). Istotny jest również sam przekaz oraz jego cechy, takie jak strona na której został umieszczony, długość i objętość, oraz wzajemne relacje tych elementów. Analizy empiryczne przeprowadzone zostały w oparciu o tygodniki opinii i w związku z tym największy nacisk został położony na właściwości i możliwości mediów drukowanych.

W rozdziale czwartym omówiony został dobór materiałów do analiz oraz sposób jego uporządkowania. Przedstawiłam również wstępną analizę zebranych danych w wymiarze ilościowym, przykładając szczególną uwagę do aspektu porównawczego. Poddane analizie zostały takie zmienne, jak liczebność artykułów poświęconych politykom i polityczkom, liczba oraz pochodzenie bohaterów tychże artykułów oraz zmienne pozwalające na bardziej pośrednie wnioskowanie: częstotliwość pojawiania się reklam w omawianych artykułach oraz ich objętość. Porównałam również m.in. liczbę zdjęć polityczek i polityków oraz częstotliwość pojawiania się na nich głównych bohaterów artykułów.

Rozdział piąty zawiera wyniki analiz jakościowych. Pierwsza część rozdziału poświęcona została wywiadom i odpowiada na pytania o techniki stosowane w celu wywarcia określonego wrażenia zarówno przez dziennikarza, jak i rozmówcę, prezentuje analizę fotografii, różnice w traktowaniu polityków obu płci oraz ich wizerunki. Omówiony został także obraz polityki, który wyłania się z wywiadów, jak również kwestia tego, czy i w jaki sposób, podkreśla się znaczenie płci rozmówcy. Druga część rozdziału poświęcona została

artykułom i porusza takie zagadnienia, jak obecność kwestii osobistych, wyglądu, drogi do polityki, sukcesów i porażek oraz wizerunków. Wskazane zostały różnice pomiędzy artykułami napisanymi przez różne składy autorskie nie tylko w powyższych wymiarach, ale także w odniesieniu do tego, czyje wypowiedzi – kobiet czy mężczyzn – przytaczano częściej, oraz w jaki sposób wspomniano o postaciach pojawiających się w analizowanych tekstach.

Rozdział szósty stanowi podsumowanie analiz oraz ich interpretację w świetle obecnego stanu wiedzy z omawianego zakresu. Wskazałam również szereg pytań, które wykrystalizowały się w trakcie badań oraz obszary i zagadnienia, które powinny zostać poddane dalszym, systematycznym analizom.

1 Płeć w ujęciu kulturowym

Problematyka *gender* jest obecnie zagadnieniem popularnym, choć często opacznie rozumianym: mylnie utożsamiana jest z propagowaniem transseksualizmu i transwestytyzmu, a nawet z pedofilią. Twierdzenia te pobrzmiwają w mediach, wygłaszane przez społeczne i polityczne elity, a wielokrotnie powtarzane, kształtują wyobrażenia odbiorcy o temacie. Z tego względu uważam, iż zabranie głosu w dyskusji nad znaczeniem *gender* jest niezbędne.

Biologiczne dowody świadczą na niekorzyść dychotomicznych kategoryzacji, pozwalając wnioskować o stopniowości i płynności płci biologicznej oraz o jej społecznej konstrukcji (Ranzetti i Curran 2008, Dulko 2003, Kessler 1990). Prekursorskie okazały się badania Margaret Mead, opisujące kultury, w których kobiecość i męskość definiowane były antytetycznie względem kultury Zachodu (Mead 1986), oraz analizy Roberta Stollera, wskazujące na możliwość rozdzielenia pomiędzy płcią biologiczną a kulturowo zdefiniowanymi przejawami płci (Ranzetti i Curran 2008, Arcimowicz 2013). W efekcie konieczne stało się ukucie terminu pozwalającego zredefiniować relacje i problemy społeczne. Pojęcie *gender* zostało po raz pierwszy użyte przez Roberta Stollera w wydanej w 1968 roku pracy pt. *Sex and Gender: On the Development of Masculinity and Femininity*. Na gruncie feministycznym natomiast termin ten pojawił się w 1972 roku, w pracy Ann Oakley pt. *Sex, Gender and Society* (Arcimowicz 2013, Bradley 2008, Titkow 2007).

Rozróżnienie *sex-gender* opiera się na dychotomii natura-kultura: płeć biologiczna opisuje biologiczne i dziedziczne³ cechy człowieka, natomiast *gender* to jej *kulturowa nadbudowa* (Titkow 2007; zob. też Butler 1990), w rozumieniu Ann Oakley odnosząca się do „społeczno-kulturowych aspektów bycia mężczyzną lub kobietą, a więc do tego, jak społeczeństwo określa normy męskości i kobiecości” (Bradley 2008, 27). Krzysztof Arcimowicz definiuje *gender*⁴ jako „zestawy ról, zachowań i cech przypisywane przedstawicielom poszczególnych płci oraz sposoby myślenia o kobiecości i męskości w danej kulturze” (Arcimowicz 2013, 40). *Gender*, kształtowana zarówno społecznie jak i politycznie (Bradley 2008), zdaniem Anny Titkow stanowi „zespół atrybutów i zachowań oczekiwanych od kobiety i mężczyzny oraz postrzeganych jako przydatne w ich społecznym funkcjonowaniu”

³ Można uznać, że również dziedziczenie warunkowane jest społecznie i prowadzi do biologicznego utrwalenia kulturowych preferencji, obowiązujących w danym momencie historii, np. kanonu urody.

⁴ Każdorazowo, gdy w niniejszej pracy poruszone zostanie zagadnienie płci, będzie ona rozumiana jako *gender* i określana terminami: *płeć kulturowa*, *płeć* (jak to czyni także Harriet Bradley; Bradley 2008) lub *gender*. Unikam stosowania terminu *rodzaj*, uznając iż nie ma on odpowiednich konotacji i stosowanie go może powodować chaos pojęciowy. Zakładam ponadto, iż pojęcie *gender* – sądząc po jego obecności w licznych publikacjach (Slany, Struzik i Wojnicka 2011, Szacka 2011, Bielecka 2009, Iwasiów 2004) oraz w mediach – przyjęło się na gruncie nauki i kultury polskiej, zatem w dalszej części pracy nie będzie wyróżniane kursywą.

(Titkow 2007, 27; zob. też Szacka 2011). Krystyna Slany, Justyna Struzik i Katarzyna Wojnicka twierdzą, że kategoria płci kulturowej „[u]kazuje, jak płeć jest powiązana z kulturą, ekonomią, polityką, jak konstruowana jest przez określone relacje społeczne i stosunki władzy, jak odzwierciedla się w podziale prac na produkcyjne i reprodukcyjne, na wyznaczanie tego, co męskie i kobiece” (Slany, Struzik i Wojnicka 2011, 7; zob. też Collier i Yanagisako 2007).

Wprowadzenie do nauki pojęcia *gender* nie tylko otwiera pole dla nowych badań i świeżego spojrzenia na dotychczasowe problemy, ale pozwala również uświadomić sobie płynność tak rozumianej płci. Zdaniem Carol Tavis, „nie istnieje nic *esencjalistycznego* – to znaczy uniwersalnego i różnicującego [*varying*] – w naturach kobiet i mężczyzn. Cechy osobowe, zdolności, wartości, motywacje, role, marzenia i pragnienia: wszystko to różni się w zależności od kultury oraz historii i warunkowane jest czasem i miejscem (...)” (Tavis 1992, 21, tłum. własne; zob. też Inglehart i Norris 2009, Brenner 2007, Lorber 1994). Barbara Szacka rozwija tę myśl, pisząc iż *gender* „(...) kieruje uwagę na zmienność w czasie i przestrzeni pojęcia męskości i kobiecości, wzorów mężczyzny i kobiety, treści ich ról oraz oczekiwań społecznych kierowanych pod ich adresem oraz składnia do namysłu nad ich współczesną postacią jako historycznie powstałą, a więc taką, która może być kształtowana zgodnie z uznanymi wartościami, a tym samym uprawomocnia dążenia do jej zmiany” (Szacka 2011, 20).

Judith Butler w miejsce dychotomicznie i statycznie rozumianej płci biologicznej zaproponowała koncepcję płci *performatywnej*, procesualnej, tworzonej w toku życia (Butler 1990, Bradley 2008). Performatywna płeć nie jest tworem zastanym i statycznym, w który wpasować się muszą ludzie, lecz jest konstruowana, dekonstruowana i rekonstruowana przez aktorów społecznych, a zatem płynna, tworzona w toku interakcji oraz zmienna w czasie i przestrzeni, osadzona w kontekście społecznym. Koncepcja performatywnie rozumianej *gender* jest bliska również współczesnym badaczom w Polsce, m.in. Annie Titkow (Titkow 2007). Nie istnieje obiektywna *kobiecość* ani *męskość*, lecz są one nieustannie odgrywane przez członków społeczeństw zgodnie z obowiązującymi i reprodukowanymi w danej kulturze wzorami (Dąbrowska 2010). *Gender* rozumiana jest zatem jako proces.

Inaczej *gender* definiuje Judith Lorber (Lorber 1994), postrzegając ją jako instytucję, stanowiącą jeden z głównych sposobów organizacji życia społecznego. Procesualne rozumienie *gender* uwypukla znaczenie interakcji w procesie uczenia się oczekiwań społecznych i właściwych sposobów zachowania jako reakcji na nie. Sprofilowane *genderowo* wzory interakcji regulują seksualność, rodzicielstwo i pracę na każdym etapie życia człowieka, a za odstępstwa od nich grożą formalne i nieformalne sankcje społeczne. Zdaniem Izy Kowalczyk, Joanny Piotrowskiej i Edyty Zierkiewicz, „[r]eprodukowanie utartych wzorców (...) [odbywa

się] na zasadach inercji, a podtrzymywane jest sankcjami symbolicznymi (np. wykluczeniem z dyskusji z powodu używania języka równościowego) i psychicznymi (np. wzrostem poczucia zagrożenia u odbiorców, dla których nierówności płciowe są oczywiste i naturalne)” (Kowalczyk, Piotrowska i Zierkiewicz 2009, 155).

Jako system stratyfikacyjny, gender przyznaje wyższą pozycję mężczyznom niż kobietom pochodzącym z tej samej klasy i rasy. Dominacja ta zostaje ujęta w kategorii hegemonii, postrzeganej jako jedyny możliwy i niepodważalny sposób myślenia. Judith Lorber (1994) twierdzi, że siła hegemonii dominującej ideologii genderowej jest tym większa, że proces jej implementacji i podtrzymywania jest niedostrzegalny, a wszelkie odmienne wyobrażenia o rzeczywistości są nie do pomyślenia. Jako że mężczyźni są cenieni wyżej od kobiet, ich praca również podlega tak ukierunkowanej walidacji (zob. też Rosaldo 1974). Zdaniem Henryka Domańskiego „[p]rawidłowością jest, że w najważniejszych wymiarach stratyfikacji społecznej mężczyźni sytuują się na ogół wyżej od kobiet” (Domański 2011, 251). W tym kontekście gender legitymizuje zróżnicowane statusy kobiet i mężczyzn, organizuje życie seksualne i emocjonalne oraz określa genderowy podział pracy w domu i poza nim. Istnieją zawody odpowiednie i nieodpowiednie dla każdej płci, przy czym te kojarzone z mężczyznami cechują wyższe płace niż prace zarezerwowane dla kobiet i w przeciwieństwie do nich wiążą się z autorytetem i władzą (Lorber 1994). Oznacza to, że gender nie tylko określa wzory zachowań i ról odpowiednich dla kobiet i mężczyzn, ale jednocześnie reguluje niemal każdy aspekt życia. Gender – zdaniem Judith Lorber – jest strukturą.

Pozostając w kręgu dychotomicznego rozumienia płci i jednocześnie nadając mu nowy wymiar, Sandra Bem wskazała na istnienie jednostek androgynicznych, posiadających zarówno cechy męskie, jak i kobiece⁵ (Titkow 2007). Jednostki te cechuje „wyższa samoocena, niezależność sądów, otwartość”, uznawane za cechy „niezbędne dla funkcjonowania we współczesnych warunkach” (Titkow 2011, 47). Pomimo tego, w społeczeństwie polskim podział cech na męskie i kobiece wciąż wydaje się silnie zakorzeniony, a cechy właściwe jednej płci są piętnowane w przypadku drugiej (zob. rozdz. 1.2.).

Należy jednak zadać pytanie o źródło i treść pojęć *kobiecości* i *męskości*. Co decyduje o tych wzorcach? Kto lub co nadaje im kształt? Czy cechy posiadane przez kobiety są z tej racji uznawane za kobiece, czy należy sięgnąć do wiedzy potocznej i stereotypów przy ich formułowaniu? Skąd wiemy, że wzorce te się zmieniają? Czy aby o tym rozsądzić należy przeprowadzić badanie respondentów, czy może języka oraz przekazów kulturowych?

⁵ W myśli społecznej pojawia się nowy paradygmat: kobieta i mężczyzna nie są już postrzegani jako dwa bieguny kontinuum, lecz zaczyna dominować idea komplementarności i androgyniczności (Wiktorska-Święcka 2009b).

Przyjmuję założenie, że o znaczeniu terminów *kobiecość* i *męskość* należy wnioskować na podstawie stereotypów⁶ oraz przekazów kulturowych, odzwierciedlenie zaś znajdują w opiniach i działaniach jednostek. Zakładam zatem, że cechy *kobiece* i *męskie* są za takie uznawane z racji społecznego konsensusu (często nieuświadomionego), a nie dlatego, że jednostki je przejawiają⁷. Stąd kolejna teza, iż wyobrażenia o *kobiecości* i *mękości* są wytwarzane społecznie, niezależnie od rzeczywistych zachowań i preferencji, czego przykładem mogą być działania amerykańskiego *backlashu* w kwestii mody i opór konsumentek względem nich (Faludi 2013). Co więcej, cechy uważane za *kobiece* i *męskie* mogą istnieć w świadomości ludzi niezależnie od przejawianych zachowań i doświadczeń: mogą być wartościami deklarowanymi i uznawanymi, ale niekoniecznie realizowanymi lub odczuwanymi (Ossowski 1967). Zakładam zatem, że ankieta weryfikująca natężenie cech nie musi być miarodajna, gdyż respondenci mogą kierować się wyobrażeniami na temat oczekiwań ankietera, wiedzą na temat oczekiwań społecznych (np. związanymi z celami badania) lub społecznym skryptem płci (stereotypem). Rzetelniejsze wnioski uzyskać można poprzez bezpośrednie analizy zachowań i działań zarówno w procesie obserwacji, jak i analizy dyskursu. Z badań Arkadiusza Rojczyka⁸ wynika, iż w kwestionariuszach „badani potwierdzili znane im opinie panujące w społeczeństwie, (...) natomiast priming ujawnił ich właściwą sumę doświadczeń z tą cechą” (Rojczyk 2012, 112).

Istotne jest również podkreślenie, że wzorców kobiecości i mękości może być kilka, czasem względem siebie sprzecznych⁹. Należałoby zatem mówić o wzorcach wyłaniających się ze stereotypów i z wiedzy potocznej, z języka jako systemu, z deklaracji konkretnych osób i wreszcie z bezpośrednich działań jednostek i instytucji (rozumianych również dyskursywnie).

⁶ „Stereotypy płci to konstelacje właściwości psychicznych i behawioralnych, które w danej kulturze są przypisywane z większą częstotliwością jednej płci” (Wiktorska-Święcka 2009b, 26). Mogą one funkcjonować na poziomie jawnym, gdy płeć staje się podstawą do dyskryminacji, oraz ukrytym, gdy nieświadomie traktuje się ludzi odmiennie ze względu na płeć, odnosząc się do tego, co dla danej płci typowe (Wiktorska-Święcka 2009b). Susanne Baer dzieli stereotypy na *związane z płcią*, a więc przekonania o tym, jakie są kobiety i mężczyźni, oraz *ze względu na płeć*, odnoszące się do działań podejmowanych z powodu posiadanych stereotypów (Sarata 2011).

⁷ Panuje przekonanie, że miejscem kobiety jest dom i powinna ona koncentrować wszystkie swoje wysiłki w jego obrębie, choć patrząc z perspektywy historycznej tylko nieliczne kobiety w Polsce rzeczywiście zajmowały się wyłącznie domem i dziećmi (Walczeńska 2012). Zdaniem Zbigniewa Drąga, „stereotyp (...) niewiele w sumie ma wspólnego z tym, co naprawdę dzieje się na poziomie rzeczywistości społecznej. Pokazuje też, jak dyskurs na temat określonych zjawisk czy procesów społecznych niewiele wspólnego ma z tymi właśnie zjawiskami i procesami” (Drąg 2011, 280), choć ma potencjał kształtowania wyobrażeń.

⁸ W badaniu tym na ułamek sekundy pokazywano badanym nazwę cechy, po której wyświetlano imię. Ich zadaniem było jak najszybsze rozpoznanie, czy było ono męskie czy żeńskie. Indywidualne doświadczenie ujawniło się w działaniu, nie w ankiecie, która odzwierciedliła powszechne przekonania.

⁹ Z analiz Anny Pacześniak wynika, że kobiety w Parlamencie Europejskim swoim zachowaniem zaprzeczają stereotypom, co jednak może być postrzegane jako wyjątek od reguły i nie musi wpływać na dotychczasowe przekonania (Pacześniak 2006). Innym przykładem może być też kultura jawańska, w której współistnieją z pozoru wykluczające się przekonania odnośnie do kobiet i mężczyzn (Brenner 2007).

Elementy te mogą być zbieżne, rozbieżne lub sprzeczne, a analiza zależności mogłaby ujawnić ciekawe powiązania.

W celu usystematyzowania rozważań dotyczących gender przyjmuję następujące jej rozumienie: płeć kulturowa obejmuje arbitralne, konwencjonalne różnice między płciami, nierozzerwalnie powiązane z płcią biologiczną i nadbudowane na niej. Różnice te są zmienne geograficznie, społecznie i historycznie. Wzory genderowe są normatywne i obejmują wyobrażenia na temat kobiecości i męskości dominujące w danej kulturze. Stanowią punkt odniesienia dla oczekiwań społecznych, ułatwiają funkcjonowanie i adaptację do społeczeństwa oraz strukturyzują i porządkują codzienne życie, sprzyjając poczuciu bezpieczeństwa. Ich złamanie może skutkować nie tylko zaburzeniem relacji i komunikacji, ale nawet destabilizacją społeczeństwa. Ponieważ są to wzory obowiązujące i uznane za dominujące, ich realizacja jest oczekiwana. Są one objęte kontrolą społeczną i instytucjonalną: jednostki ich nieprzestrzegające narażone są na ocenę, ostracyzm społeczny, a nawet sankcje karne (Chibowska 2012, Fuszara 1995). Istnienie mechanizmu kar i nagród implikuje powiązanie gender z władzą, przez którą jest ona konstruowana i nadzorowana.

Gender jest internalizowana i odtwarzana w relacjach społecznych. Stanowi nieustający proces i zmienia się w toku życia jednostek, co pozwala wpisać ją w koncepcje płynnej rzeczywistości (Bauman 2006) i refleksyjnej tożsamości (Giddens 2010). Gender należy także rozumieć jako strukturę *per se* oraz element makrostruktury. Uznając rację Piotra Sztompki (2006) w zakresie stawiania się społeczeństw, należy stwierdzić, że wzorce genderowe stanowią ramę dla społecznych działań, które jednocześnie oddziałują zwrotnie na strukturę, zmieniając ją i kształtując. Strukturalny sposób rozumienia gender umożliwia zrozumienie położenia kobiet i mężczyzn w takich dziedzinach, jak polityka, ekonomia i kultura.

Wprowadzenie kategorii gender do nauk społecznych miało swoje konsekwencje. Po pierwsze, zmienił się sposób myślenia o płci: zaczęto odchodzić od jej rozumienia jako czegoś naturalnego i niezmiennego na rzecz podkreślenia społecznej i płynnej konstrukcji. Po drugie, położono nacisk na zróżnicowane płciowo doświadczenia ludzi i grup społecznych, włączając w obszar zainteresowań zbiorowości dotychczas marginalizowane. Po trzecie, zaczęto analizować położenie kobiet w szerszym kontekście społecznym, co sprzyja nie tylko lepszemu zrozumieniu sytuacji kobiet, ale również dostrzeżeniu niekorzystnego położenia mężczyzn w pewnych wymiarach (Karasiewicz i Kosakowska 2009). Po czwarte, uwzględnienie gender umożliwiło dostrzeżenie kumulujących się czynników wykluczających, takich jak wiek, etniczność czy orientacja seksualna (Ranzetti i Curran 2008). Po piąte, rozwój refleksji genderowej podważył argumentację naturalistyczną, stwarzając możliwość

reorganizacji społeczeństwa w celu pełnego wykorzystania jego potencjału, tj. zezwolenia na swobodny rozwój jednostek bez ingerencji kultury, w miejsce rugowania lub wzmacniania różnic (Wilson 1998, Szacka 2011). W opinii Sandry Lee Bartky „[r]odzimy się mężczyznami lub kobietami, ale nie rodzimy się męscy albo kobiece” (Lee Bartky 2007, 52).

1.1 Teoretyczna eksplanacja nierówności płci

Zrozumienie kontekstu społeczno-kulturowego wymaga spojrzenia z dystansu, które zapewnia podejście teoretyczne. Problematyka gender w sferze publicznej nie może być właściwie rozumiana bez analizy znaczenia płci w społeczeństwie, jego źródeł oraz efektów. Jedynie analiza uwzględniająca tak nakreślony kontekst może odpowiedzieć na pytanie o źródła określonego sposobu portretowania polityczek w mediach oraz o to, czy zmiana jest możliwa.

Funkcjonalistyczna naturalizacja różnic płciowych oraz ich racjonalizacja w kategoriach ekonomiczno-seksualnych na długie lata zdominowała myśl socjologiczną (Titkow 2007). Przekonanie o naturalnej i nieuchronnej różnicy płci oraz związanej z nią predyspozycji i predestynacji do pełnienia odmiennych ról społecznych było widoczne w teorii ról płciowych Talcotta Parsonsa i Roberta Balesa (Parsons i Bales 1956). Zgodnie z nią, „w uprzemysłowionym społeczeństwie kapitalistycznym istniała (...) konieczność specjalizacji ról, ponieważ różne funkcje społeczne wymagały różnych cech osobowościowych. Role *instrumentalne*, jakie pełnili mężczyźni, wiązały się z funkcjonowaniem w bezwzględnym świecie gospodarczej konkurencji. A zatem mężczyźni musieli być agresywni, bezwzględni i racjonalnie myślący. Kobiety natomiast musiały spełniać w rodzinie role *ekspresywne* (...)” (Bradley 2008, 29). Role te były opozycyjne, a jakakolwiek zmiana porządku społecznego byłaby destrukcyjna dla społeczeństwa, które wyłącznie dzięki płciowemu podziałowi ról mogło działać w sposób niezachwiany i efektywny¹⁰.

Claire Ranzetti i Daniel Curran twierdzą, że „[j]eden zestaw cech lub zachowań jest zwykle, nawet jeśli tylko milcząco, przyjmowany za nadrzędny wobec drugiego, przy czym ten drugi prawie zawsze kojarzony jest z kobiecością” (Ranzetti i Curran 2008, 48). Zdaniem Carol Tavis sięgnięcie do argumentów naturalistycznych umacnia pozycję mężczyzn: „[w] interesie tych, którzy dominują, leży podtrzymywanie istnienia różnic, które czynią ich odmiennymi od pozostałych i wyprowadzanie ich z *surowej dyktatury natury* przy jednoczesnym ukrywaniu istoty niesprawiedliwych układów społecznych, które przynoszą im korzyści” (Tavis 1992, 240; cyt. za Ranzetti i Curran 2008, 48).

¹⁰ Koncepcję funkcjonalistyczną krytykowano za upraszczanie sposobu działania społeczeństwa, sprowadzanie go wyłącznie do męskiej jego części oraz unifikację zbiorów kobiet i mężczyzn. Nie uwzględniano również kumulujących się czynników, jak rasa i pochodzenie klasowe (Ranzetti i Curran 2008; Titkow 2007).

Marksistowska teoria feministyczna źródła nierówności i ucisku kobiet upatruje w pracy zarobkowej i kapitalizmie uprzywilejowującym mężczyzn (Ranzetti i Curran 2008; Lorber 1994). Zdaniem przedstawicieli tego nurtu¹¹ kobiety niezarabiające lub zarabiające mniej od mężczyzn są od nich ekonomicznie zależne, przez co nie są traktowane z szacunkiem. Jednocześnie ich praca reprodukcyjna – zajmowanie się domem i dziećmi – nie jest uznawana za pracę *per se* lub jest uznawana za pracę bezwartościową i nieopłacaną, co obniża jej status i odbiera kobietom przywileje przynależne pracownikom. Z wartościowania i podziału prac na produkcyjne i reprodukcyjne wyłonił się podział na sferę publiczną i prywatną (Slany 2011).

W XX wieku Ann Oakley, Kate Millet, Juliet Mitchell i Gayle Rubin połączyły płec kulturową z obserwowaną przez nie nierównością społeczną dotyczącą kobiet. Powołały one do życia teorię patriarchatu¹², który w ich przekonaniu był systemem dominacji mężczyzn – odwzorowywał on ideologiczny podział na lepsze-męskie i gorsze-kobiece, delegitymizując wszelkie niepasujące do wzorca *dewiacje* (Bradley 2008). Ważne jest, że to mężczyźni jako jednostki uprzywilejowane wyznaczyli poślednią rolę kobiety (Środa 2005). Taka upłciowiona wersja systemu społecznego została nazwana przez Gayle Rubin *systemem sex/gender* i wskazana jako jedna z jego opcji (Bradley 2008).

Bliska idei patriarchatu jest koncepcja męskiej dominacji autorstwa Pierre’a Bourdieu (Bourdieu 2004). Wskazuje ona na istnienie społecznej dominacji mężczyzn nad kobietami, osiąganą nie za pomocą przemocy fizycznej, lecz środków symbolicznych, co czyni koncepcję tę szczególnie interesującą z perspektywy niniejszej pracy. Owa *przemoc symboliczna*, jak twierdzi jej autor, jest „przemocą delikatną, niewyczuwalną i niewidoczną nawet dla jej ofiar, przemocą, wywieraną głównie czysto symbolicznymi kanałami komunikacji i wiedzy oraz niewiedzy, poprzez nieświadome przyzwolenie, a wreszcie za pośrednictwem uczuć” (Bourdieu 2004, 8). By istnieć, musi być legitymizowana również przez osoby zdominowane (zob. też Llewelyn-Davies 2007), ponieważ zarówno dominujący, jak i zdominowani uznają określone normy i wartości. Ten męski porządek społeczny ogólnie rzecz biorąc nie wymaga uzasadnienia: „androcentryzm narzuca się jako neutralny i nie wymagający dyskursywnej legitymizacji” (Bourdieu 2004, 18), choć obecnie męska dominacja przestaje być oczywista.

Porządek społeczny jest „olbrzymią machiną symboliczną wprowadzającą w życie i zatwierdzającą męską dominację, na której on sam jest oparty” (Bourdieu 2004, 18). Składa się na niego również sprofilowany genderowo podział pracy, z precyzyjnym określeniem

¹¹ Feminizm nie jest nurtem jednolitym, należy raczej mówić o wielu feminizmach (zob. Slany 2011, Kijewska 2010, Ranzetti i Curran 2008; Lorber 1994).

¹² Także Cora Kaplan mówi o *patriarchalnym* porządku, z językiem jako integralną częścią (zob. Spender 1998).

aktywności akceptowalnych w przypadku obu płci oraz miejsc i czasu jej wykonywania. Wpisana jest w niego opozycja tego, co męskie – a zatem publiczne, należące do „rynku” – i kobiece – domowe, prywatne (zob. też Rosaldo 1974), a źródła takiego podziału można odnaleźć już w starożytności (Krzyżanowska 2012). „Do sfery męskiej aktywności – jak pisał Pierre Bourdieu – umiejscowionej po stronie tego, co zewnętrzne, oficjalne, publiczne, prawe (...) należy spełnianie czynów szybkich, niebezpiecznych i spektakularnych (...). Kobiетom przeciwnie (...) powierzone są prace domowe, prace ze sfery prywatnej - *niewidocznej*, zakryte, nie przynoszące zaszczytu” (Bourdieu 2004, 42). Kobiety nie mają możliwości rozwoju poza przeznaczoną im kulturowo sferą, co prowadzi do potwierdzania w ich oczach owej społecznie przypisanej, rzekomo naturalnej tożsamości. Ronald Inglehart i Pippa Norris dopuszczają możliwość, iż „z powodu hegemonicznego panowania ideologii patriarchalnej (...) wzmacnianej przez proces socjalizacji w rodzinie, szkołach, organizacjach religijnych i mediach, kobiety (...) cierpią na problem *falszywej świadomości* swych rzeczywistych potrzeb” (Inglehart i Norris 2009, 54).

W zdominowanym przez mężczyzn świecie kobiety definiowane są w kategoriach *bytów negatywnych*, przez swoje wady i braki¹³. Od najmłodszych lat uczone są podległości, spełniania męskich oczekiwań (a nawet ich antycypowania), pomniejszania swoich osiągnięć i wartości. Zajmują mniej przestrzeni od mężczyzn, przyjmują pozycje zamknięte, unikają spojrzeń w oczy i dotyku, choć istnieją po to, by być oglądane i podziwiane (zob. też Lee Bartky 2007). Powinny być *kobiece*, a zatem „uśmiechnięte, podległe, uważne, dyskretne, wycofane” (Bourdieu 2004, 82). Zdaniem Sandry Lee Bartky istnieją trzy kategorie praktyk związanych z ciałem: mające na celu wytworzenie ciała o określonym rozmiarze i kształcie, normujące sposób poruszania ciała i ujmujące ciało jako powierzchnię ozdobną. Wykorzystując te trzy strategie mężczyźni mają władzę nad kobietami w sensie symbolicznym, tj. okazują dominację we wspomnianych obszarach (Lee Bartky 2007), oraz praktycznym, gdyż to mężczyźni, z racji zajmowanych pozycji w instytucjach kulturotwórczych, określają większość standardów (Krzyżanowska 2012). Zdaniem Magdaleny Środy to mężczyźni „skonstruowali świat publiczny, rynki pracy, reguły dystrybucji dóbr, zasady politycznej gry” (Środa 2005, 7), gdzie kobiece ciało i wygląd są przedmiotami zainteresowania i rozważań (zob. rozdz. 5.1.2.).

Definiowanie męskości w opozycji do kobiecości prowadzi do nieustannego ich potwierdzania. Istnienie tzw. *podwójnych standardów*, wedle których to, co wartościowe i pożądane w odniesieniu do mężczyzn, jest pomniejszane, deprecjonowane i krytykowane

¹³ Ogólnym brakiem może być *brak męskości* (Llewelyn-Davies 2007), czyli brak cech utożsamianych z mężczyznami (Spender 1998).

w przypadku kobiet, gwarantuje stabilność waloryzacji tego, co męskie. Sandra Lee Bartky (2007) uważa, że kultura zachodnia deprecjonuje wszystko, co kobiece.

Zjawiska wyuczone w androcentrycznym świecie mogą – zdaniem Pierre’a Bourdieu (2004) – istnieć długo po zniesieniu męskiej dominacji, gdyż wciąż aktywny pozostaje mechanizm samowykluczania się kobiet z przestrzeni zarezerwowanych dotychczas tylko dla mężczyzn. Przypomina to panoptikon Jeremy’ego Bentham’a, w którym każda kobieta „zmieniła się w podmiot kontrolujący sam siebie, w jednostkę oddaną nieustannemu nadzorowi nad samą sobą. Ten nadzór nad sobą samą to forma posłuszeństwa patriarchatowi” (Lee Bartky 2007, 71). Koncepcja panoptikonu łączy się z przemocą symboliczną, gdyż „[d]ominacja lub przemoc symboliczna oznacza sytuację, w której zdominowani postrzegają samych siebie z perspektywy widzenia grupy dominującej – za pośrednictwem tak zwanego **efektu przeznaczenia** uruchamianego przez naznaczającą kategoryzację, a szczególnie inwektyw, co prowadzi do wymuszonego przyjęcia **prawomocnych** (...) kategorii widzenia (...)” (Bourdieu 2004, 142), które w konsekwencji stanowią ramę odniesienia dla oceny jednostkowych działań. *Mainstream* stanowi zatem ideologię, która „jest tak potężna nie tylko dlatego, że jest nasza, ideologią jesteśmy my sami – język i mechanizmy za pomocą których tworzymy strukturę samych siebie i rozpoznajemy, kim jesteśmy” (Allison 2007, 148; zob. też Kochanowski 2011). Doskonale konkludują powyższe rozważania Pippa Norris i Ronald Inglehart. pisząc iż „kobiety ogranicza nie tylko społeczeństwo – one same, z wyboru, ograniczają swoje szanse” (Inglehart i Norris 2009, 152), a dzieje się to przy udziale sfery symbolicznej, a zatem również przekazów medialnych, poddanych analizie w niniejszej pracy.

Zjawisko backlashu opisywane przez Susan Faludi (2013), jest blisko związane z przemocą symboliczną autorstwa Pierre’a Bourdieu. W centrum jego zainteresowań znajdują się szeroko rozumiane wytwory kultury oraz media, podejmujące działania reakcyjne wobec obserwowanych postępów ruchu kobiecego. Reakcja, zdaniem Susan Faludi, pojawiała się za każdym razem, gdy kobiety były o krok od wywalczenia dla siebie praw i coraz bliższe osiągnięcia równości. Za każdym razem media wieściły tragiczne konsekwencje kobietom nierealizującym oczekiwanych od nich ról żony i matki. Nie liczono się z naukowymi dowodami, selekcjonowano materiał prezentowany odbiorcom tak, by ukazać pożądany punkt widzenia, ignorowano badania przeczące głoszonym tezom i nie przykładano wagi do jakichkolwiek sprostowań. Reakcja początkowo posługiwała się autorytatywnymi, nasyconymi statystykami przekazami, jednak z czasem uległa przekształceniu w bardziej społeczną wersję: zaczęto zastępować suche dane opiniami *prawdziwych* kobiet – same

zainteresowane (czasem będące wyłącznie kreacjami literackimi) przekonywały na łamach pism i w telewizji, że wybrały dom zamiast kariery, a wybór ten uczynił je szczęśliwymi.

W każdej fali reakcji głoszone, że wraz z wiekiem szanse kobiet na małżeństwo spadają gwałtownie, kreowano trend *braku mężczyzn*, przedstawiano singielki jako stare panny, odbijające mężów kochającym żonom, a pracę poza domem obarczano winą za *epidemię niepłodności* (choć zdaniem badaczy miała wpływ wręcz odwrotny). Podczas gdy w czasach wolnych od reakcji niezwiązane z nikim kobiety były cieszącymi się życiem singielkami, reakcja przedstawiała je jako psychicznie chore, samotne wiedźmy, dla których ratunkiem może być tylko mąż i domek z ogródkiem (zob. też Graff 2012).

Artykuły zamieszczane w prasie „nie tyle relacjonowały zachodzące zjawiska, ile sprawiały, że określone zjawiska zaczynały istnieć” (Faludi 2013, 183). Naukowcy w statystykach odnotowywali zmianę zgodną z linią reakcji dopiero po około roku od rozpoczęcia promowania pożądanых idei w opisany wyżej sposób. Kobiety zaczynały odczuwać potrzebę (jak to opisała jedna z nich: *wewnętrzny głos*), by postąpić zgodnie ze stawianymi przed nimi oczekiwaniami dopiero w wyniku kontaktu z reakcyjnymi przekazami, zasiewającymi lęk i niepokój w ich umysłach. Reakcja posługiwała się przemocą symboliczną, a media wywierały wpływ na działania społeczne.

Jak wynika z przytoczonych koncepcji, gender jest nierozzerwalnie związana z władzą i przemocą symboliczną, która przejawia się przede wszystkim w języku. Rolę języka w tworzeniu ładu społecznego podkreśla w swojej koncepcji dyskursu Michel Foucault. Dyskurs jest w tym ujęciu narzędziem sprawowania władzy i wywierania wpływu społecznego, a władza manifestuje się w dyskursie. W społeczeństwie ścierają się ze sobą dyskursy, z których najczęściej jeden jest dominujący, związany z elitami. Zdaniem Magdaleny Dąbrowskiej „[o]pinia publiczna i mentalność jest formowana przez dyskurs publiczny, który z kolei w znacznym stopniu kontrolowany i tworzony jest przez różnego rodzaju elity. Z tego powodu można uznać, że korzenie wielu przesądów i uznanie dla istniejących nierówności często mają początek w samych elitach” (Dąbrowska 2010, 210), wciąż zdominowanych przez mężczyzn.

Uwzględniając omówione ramy teoretyczne widać, iż media, instytucja kluczowa dla podjętych badań, stanowi istotne ogniwo w procesie stawiania się społeczeństwa. Media nie tylko przekazują informacje, ale przede wszystkim są źródłem ideologii – mogą utrzymywać męską dominację, podejmować działania reakcyjne i propagować funkcjonalny podział ról wyjaśniając – argument ten pojawia się dość często – że problemy dzieci i młodzieży wynikają z nieobecności matek w domu, a zatem z faktu zaniedbywania przez nie przypisanych im ról.

Treści ról wyznaczanych kobietom i mężczyznom przez kulturę wpajane są od najmłodszych lat w procesie socjalizacji¹⁴, która zdaniem Geerta Hofstede następuje w obrębie konkretnego narodu, przez co różnice w zbiorowym zaprogramowaniu kulturowym mają charakter narodowy, uwzględniający właściwą mu tradycję i kulturę (Buć 2009, Hofstede 2007). Zdaniem Henryka Domańskiego, „nierówności płci kształtują się w wyniku nabywania przez kobiety i mężczyzn częściowo odmiennych, a częściowo nierównych zasobów, lokujących ich na niejednakowych pozycjach; z kolei z niejednakowymi pozycjami związane są niejednakowe *nagrody*, dostęp do dóbr materialnych, orientacje i szanse życiowe” (Domański 2011, 251).

W procesie socjalizacji kształtowane są wzorce, którymi posługują się ludzie w codziennym życiu, wzmacniane z pokolenia na pokolenie i utrwalane w procesie dorastania (Eckert 2010, Inglehart i Norris 2009; Kosiewicz-Wawrzonkowska 2009, Wiktorska-Święcka 2009c, Ranzetti i Curran 2008). W początkowej fazie socjalizacji najistotniejszą rolę odgrywa rodzina i modele w niej realizowane (Domański 2011, Wiktorska-Święcka 2009c), wraz z wiekiem jednak wzrasta znaczenie tzw. *znaczących innych* – przyjaciół, grup rówieśniczych, współpracowników oraz religii, która „działa jako jeden z najważniejszych czynników socjalizacji, ponieważ określa normy społeczne i wartości moralne związane z równością płci w każdym społeczeństwie i wpływa na poparcie dla feminizmu (...). Rola Kościoła w tym procesie jest podobna do roli innych ważnych czynników socjalizacji, takich jak rodzina, społeczność, szkoła, miejsce pracy czy mass media” (Inglehart i Norris 2009, 62-63). Zdaniem Ulricha Becka wszystkie społeczne instytucje są *upłciowione* i skutkują *upłciowieniem* jednostek i relacji między nimi (Bradley 2008).

Mówiąc językiem Pierre’a Bourdieu (2004): socjalizacja jest procesem narzucania habitusu za pomocą przemocy symbolicznej, która realizowana jest również poprzez język, rozumiany przez Neila Postmana jako najpotężniejsze narzędzie ideologiczne (Postman 2004). Nie ma konsensusu, czy język jest narzędziem odbijającym ludzkie doświadczenie (Łozowski 2012), czy też jest tym, co owo doświadczenie współtworzy (Lakoff 2011, Lakoff i Johnson 2010, Wittgenstein 2010; Whorf 2002, Lakoff 2001, Sapir 1978). Przemysław Łozowski twierdzi, że język nie kształtuje relacji płci, lecz służy jedynie opisowi tego, co jest doświadczane przez jego użytkowników: „nie należy widzieć tzw. wyznaczników płci

¹⁴ W literaturze rozróżnia się niekiedy socjalizację i wychowanie, wskazując na celowy, zamierzony i świadomy charakter tego drugiego procesu (Wiktorska-Święcka 2009c). Jednocześnie uznaje się, że socjalizacja, rozumiana również jako proces rozwoju osobowości i przystosowania człowieka do społecznego działania (Tillmann 2013), ma wymiar zarówno celowy, jak i niezamierzony, co pozwala ująć je jako jeden i ten sam proces (Szacka 2008).

w systemie języka, tylko symbole relacji społecznych. Te relacje mogą być zaburzone, chore, anachroniczne czy asymetryczne, ale to nie język je takimi czyni, tylko ci, którzy języka używają jako środka wyrazu własnego doświadczenia” (Łozowski 2012, 89-90). Odmienne tę kwestię postrzega Julie Land, podkreślając znaczenie języka jako zasobu znacząco wpływającego na sposób postrzegania nie tylko samych siebie, ale także innych (Land 2009). Rozumiany jest on zatem nie jako transparentne narzędzie służące do wyrażania doświadczenia, ale jako czynnik owo doświadczenie warunkujący, ukierunkowujący uwagę na wybrane aspekty rzeczywistości i przysłaniający inne.

Dale Spender (1998) zajmuje pośrednie stanowisko, uznając iż rozprawianie na temat tego, czy język odbija, czy tworzy rzeczywistość społeczną, jest dylematem nierozwiązywalnym. Jej zdaniem należy dostrzec, iż język wprawdzie jest tworzony przez ludzi, lecz jednocześnie strukturyzuje świat. Muriel Schulz również jest zdania, że język stanowi odbicie kultury w której powstaje i funkcjonuje oraz stanowi źródło wiedzy o społeczeństwie, przyczyniając się do kultywowania postaw leżących u jego podstaw (Schulz 1981). Bliskie jest mi rozumienie języka w ujęciu Dale Spender i Muriel Schulz, z którego wynika, że język może warunkować sposób myślenia i postrzegania świata także w zakresie gender, przez co zasługuje na szczególną uwagę.

Zdaniem Dale Spender (1998) w hierarchicznie zorganizowanym społeczeństwie, zbudowanym w oparciu o koncepcje przywódców (*leaders*) i kierowanych (*followers*), nie dziwi fakt, iż język kobiet kojarzony jest z podległością. Zdaniem tej badaczki w interesie społeczeństwa męskiej supremacji leży kultywowanie stereotypowego sposobu postrzegania kobiecego języka, będącego „środkiem, za pomocą którego kobiety mogą być wykluczane z pozornie ‘obiektywnych’ powodów, a ich opresja tłumaczona przy użyciu ‘racjonalnych’ argumentów” (Spender 1998, 10; tłum. własne).

Angelina Rusinek i Konrad Żyśko stawiają tezę, zgodnie z którą „język przedstawia płcie w różny sposób, głównie na poziomie leksyki i frazeologii, ale również ze względu na organizację gramatyczną samego języka. Użycie języka pomaga konstruować tożsamości, definiuje obszar reprezentacji oraz określa sposoby komunikowania się kobiet i mężczyzn jako podmiotów społecznych” (Rusinek i Żyśko 2012, 119; zob. też Grochola-Szczepanek 2008, Fras 2005). Aldona Wiktorska-Świećka uważa, iż „na różnych płaszczyznach języka

(gramatyka, leksyka, słowotwórstwo, frazeologia) wizerunek kobiet jest zawsze gorszy od wizerunku mężczyzn” (Wiktorska-Świąćka 2009b, 40)¹⁵.

Dale Spender stawia tezę, że „[m]ęskość jest formą neutralną: zakłada się, że świat jest męski tak długo, aż nie udowodni się, że jest inaczej” (Spender 1998, 20). Formy męskie stosowane są nie tylko do opisu zróżnicowanych zbiorów, ale również jako zbiorowe nazwy ogólniejszych kategorii społecznych (Grochola-Szczepanek 2008) – co nosi nazwę *językowej niewidzialności kobiet* (Szpyra-Kozłowska i Winiarczyk 2012) – i często budzą skojarzenia tylko z jedną płcią (Dąbrowska 2008). Zjawisko to jest tak daleko idące, że od wieków użycie męskiej formy *man* konotuje mężczyzn i przyczynia się do rozdzielania obu płci na wielu poziomach życia społecznego (Phillips 2014, Ranzetti i Curran 2008). Istnieje również językowy podział na to, co męskie i pozytywne [*male* albo *plus male*], oraz na to, co kobiece i negatywne [*minus male*] (Spender 1998). Początkowo neutralne, sformułowania opisujące kobiety stopniowo nabierają coraz bardziej negatywnego znaczenia, co nosi nazwę *semantycznego umniejszenia* [*semantic derogation*] (Schulz 1981). Pełni ono dwojaką rolę: bierze udział w marginalizacji kobiet i jednocześnie pomaga ją ocenić (Bulawka 2013).

W toku socjalizacji kobiety i mężczyźni uczą się odmiennie posługiwać językiem oraz nabywają nieco inne zasoby słownictwa, co jest związane z oczekiwaniami wobec każdej płci. Zdaniem Kwiryny Handke (Handke 2009) oraz Marina Yaguello (Handke 2012) istnieją dwa główne sposoby komunikowania się, bazujące na stereotypach: styl *męski* jest nastawiony na fakty, rzeczowy i cechuje go „używanie anegdot i języka szorstkiego; posługiwanie się grą słów o charakterze seksualnym; upodobania do przekleństw i zniewag; bogaty słownik (zakresy: technika, polityka, życie intelektualne, sport itp.); quasi-monopol na wystąpienia publiczne; kontrolowanie rozmów w grupach mieszanych; wyłączność form komunikacji rytualnej i skodyfikowanej; dyskurs autokratyczny; znaczny stopień kreatywności” (Handke 2012, 143-144). Styl *kobiecy*, nastawiony na emocje i uczucia, cechują zaś „puryzm; niekreatywność upodobanie do hiperboli; opanowanie zasobu językowego właściwego dla grup mniejszościowych, niepewność w wypowiedaniu się na tematy spoza kręgu własnej bezpośredniej aktywności; hiperpoprawność; niezdolność do pojęć abstrakcyjnych” (Handke 2012, 144; zob. też Aries 1996). Zdaniem Robin Lakoff kobiety uczą się zarówno posługiwania językiem męskim, jak i kobiecym, między którymi muszą odpowiednio się przełączać (Lakoff 1980). Twierdzi się również, iż kobiety inaczej używają języka: częściej wykazują się

¹⁵ Przykładem może być powiedzenie *stawić czoło, zrobić coś po męsku, nie być jak baba – zachowywać się jak baba* (Szacka 2008). Także związki frazeologiczne (np. *prawdziwy mężczyzna*) sugerują, że kobieta jest kimś gorszym, a nacechowane określenia (np. *babochłop*) podkreślają różnice między płciami (Graff 2011).

twórczością i kreatywnością językową (różnice w tym zakresie można zaobserwować już u szóstoklasistów; Winiarczyk 2012), częściej niż mężczyźni wyrażają niepewność oraz podkreślają i stopniają słowa (*naprawdę, rzeczywiście, bardzo*), rzadziej stosują wulgaryzmy, a ich wypowiedzi są bardziej emocjonalne (Dziemba 2009, 76; Handke 2009). Zdaniem Robin Lakoff język kobiet w sposób symboliczny odzwierciadla ich brak władzy (Aries 1996, 104).

1.2 Kobiety i mężczyźni w kulturze Polski

Aby zrozumieć sposób traktowania polityczek przez przedstawicieli instytucji medialnych oraz zabiegi autoprezentacyjne samych zainteresowanych należy omówić kontekst społeczno-kulturowy z uwzględnieniem gender. Niektórzy badacze (Bulawka 2013) jako tło dla analiz wizerunków medialnych polityczek przytaczają wyłącznie kult Maryi Dziewicy i ideał matki-Polki, posiłkując się alegorią Polski jako kobiety. Uważam jednak takie ujęcie za niewystarczające, gdyż podejmowana problematyka wymaga nie tylko zrozumienia wierzeń religijnych i historii, ale również funkcjonujących współcześnie stereotypów i oczekiwań społecznych, sposobu organizacji sfery prywatnej i publicznej oraz kwestii ekonomicznej. Zgodnie z założeniami feminizmu marksistowskiego, aktywność zawodowa jest pierwszym szczeblem na drodze kobiet do działalności politycznej, a ograniczenia odnotowywane w tym wymiarze przekładają się na aktywność polityczną, której zostanie poświęcony rozdział 2.

Polska w 2013 roku zajmowała 54. miejsce spośród 136 poddanych analizie krajów pod względem wskaźnika Gender Gap Index¹⁶ (GGI=0,703). Najbliżej równości plasują się w Polsce dziedziny edukacji i opieki zdrowotnej (GGI $\geq$ 0,98), zaś najbardziej nierówna okazała się polityka (GGI=0,179; World Economic Forum 2013). Wynika z tego, że kobiety działające w polityce wciąż muszą się liczyć z faktem, że pozostaje ona domeną mężczyzn.

Według danych European Institute of Gender Equality (EIGE 2013a), Gender Equality Index¹⁷ w 2010 roku¹⁸ dla Polski wynosił 44,1 i plasował się poniżej średniej dla Unii Europejskiej (UE: 54). W Polsce największe dysproporcje występują w odniesieniu do czasu wolnego, pożytkowanego na bezpłatną opiekę nad dziećmi, domem i osobami starszymi (Pol: 27,6; UE: 45,5) oraz kontakty społeczne, w tym również sport, uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych oraz działalność charytatywną (Pol: 15,8; UE: 33). Na drugim miejscu plasuje się władza. O ile w przypadku władzy w dziedzinie ekonomii przewyższamy

¹⁶ Bada nierówności w wymiarze: "Partycypacji Ekonomicznej, Osiągnięć Edukacyjnych, Zdrowia i Długości Życia oraz Władzy Politycznej" (World Economic Forum 2013, 4). Wartość 1 oznacza pełną równość.

¹⁷ Składa się z sześciu wymiarów: pracy, finansów, wiedzy, czasu, władzy, zdrowia.

¹⁸ Dane na stronie EIGE pokazują nieco inne wartości, ale tendencja się nie zmieniła – w 2015 roku w dalszym ciągu plasowaliśmy się poniżej średniej dla UE (o 10 punktów). Największe zmiany zaszły w odniesieniu do sfery ekonomicznej i politycznej, gdzie odnotowaliśmy około 4-punktowy wzrost od 2010 roku (EIGE 2018).

średnią europejską (Pol: 34; UE: 29), o tyle w przypadku władzy politycznej pozostajemy w tyle (Pol: 35,1; UE: 49,9; EIGE 2013a; zob. też OECD 2017). W odniesieniu do ministerstw, składu parlamentu i zgromadzeń regionalnych Polska plasuje się poniżej średniej dla UE (EIGE 2013b). Według stanu na rok 2015 Gender Equality Index w Unii Europejskiej wynosił średnio 66,2, a dla Polski plasował się poniżej średniej (56,8). Kwestia obecności kobiet na pozycjach decyzyjnych jest problemem całej Unii, gdyż proces równouprawnienia spowalnia, a w niektórych państwach członkowskich można dostrzec oznaki regresu (EIGE 2014, 2018).

Istotnym elementem makrostrukturalnym dla obowiązującego kontraktu płci jest historia, obejmująca nie tylko typ ustroju politycznego¹⁹ (Inglehart i Norris 2009) i zakres swobód obywatelskich²⁰ (Inglehart, Norris i Welzel 2002), ale również doświadczenia z przeszłości, takie jak zabory i powstania (Titkow 2007) oraz *pomyślność gospodarcza* (Inglehart i Norris 2009), ponieważ wzrost zamożności sprzyja pojawianiu się wartości postmaterialistycznych²¹. Globalizacja pozwala na dyfuzję kulturową, odnoszącą się również do wzorów płciowych (Graff 2013) oraz poglądów i ideologii²², natomiast powiązana z nią globalizacja może skutkować ich radykalizacją w odpowiedzi na napływające idee liberalizacyjne (Jarecka-Stępień 2009). Radykalizacja często odnosi się do kwestii religijnych²³, które zdaniem wielu badaczy wydają się najsilniej determinować sposób traktowania kobiet i stawiane przed nimi oczekiwania²⁴ (Krzyżanowska 2012, Benson i Stangroom 2011, Inglehart i Norris 2009, Kowalska 2009, Szwed 2009a, Wiktorska-Święcka 2009c, Wiktorska-Święcka 2009d, Środa 2005, Inglehart, Norris i Welzel 2002). Kościół kultywuje „dogmat zasadniczej niższości kobiet” (Bourdieu 2004, 103), które „tracą wszędzie tam, gdzie wizja społeczeństwa jest budowana na religijnej hierarchii bytów, wśród których kobieta gra poślednią i usługową rolę” (Środa, Kobiety i władza 2012, 266). Również regulacje

¹⁹ Kraje postkomunistyczne cechuje mniejsze poparcie dla idei równości niż kraje o podobnym poziomie rozwoju.

²⁰ W parlamentach krajów przestrzegających praw człowieka i zapewniających wolność polityczną zasiada większy odsetek kobiet, niż w krajach o mniejszym poziomie wolności.

²¹ Tzw. *cicha rewolucja*. W Polsce, będącej u progu XXI w. krajem industrialnym, nie dokonał się jeszcze zwrot w kierunku omawianych wartości (Inglehart i Flanagan 1987, Pacześniak 2009, Inglehart, Norris i Welzel 2002, Chibowska 2012, Inglehart i Norris 2009).

²² „Dla francuskich myślicieli schyłku XIX stulecia, takich jak Gustav Le Bon, kobieta była uosobieniem tłumu, oznaczała istotę lękliwą, bez wykształconej tożsamości, niestabilną emocjonalnie, pozbawioną zdolności twórczych, reprezentującą to, co nieświadomione. (...) Wszystkie te cechy wykluczały kobiety w sposób naturalny i oczywisty z aktywnego uczestnictwa w sferze publicznej” (Werbner 2007, 96-97).

²³ Nie można pominąć również mitów, stanowiących ważne źródło informacji o kontrakcie płci (Huong 2009).

²⁴ Kraje świeckie i protestanckie bardziej sprzyjają równouprawnieniu niż kraje katolickie (Sznajder 2009). Na początku XXI wieku Polska uzyskała ponad 80 punktów na 100, co pozwoliło na zaklasyfikowanie jej do grona krajów religijnych. Okazała się też najbardziej religijnym państwem Unii Europejskiej (Inglehart i Norris 2009). W 2015 roku 94,4% Polaków wyznawało wiarę rzymskokatolicką (GUS 2015). W myśl teorii przemiany wartości normy kulturowe są bardzo powoli modyfikowane pod wpływem świeckich tendencji społecznych (Inglehart i Norris 2009).

prawne²⁵ i cechy demograficzne oddziałują na kształt wzorów genderowych. Z badań wynika, że najsilniejsze poparcie dla równości płci występuje w młodszych pokoleniach (Inglehart i Norris 2009; zob. też Hoodfar 2007), wśród kobiet lepiej wykształconych i mniej religijnych.

Zdaniem Hanny Bulawki²⁶ (2013) dzieje historyczne Polski, w połączeniu z dominującą religią, doprowadziły do ukształtowania się wzorów Maryi Dziewicy i Matki Polki, które do dziś są obecne w świadomości Polaków. Mit Matki Polki nakładał na kobiety obowiązek reprodukcji kultury polskiej i wychowywania dzieci, łącząc je z motywem cierpienia i poświęcania samych siebie oraz własnego szczęścia na rzecz kolektywu i narodu. Ten motyw, zdaniem autorki, obserwować można było również w czasach PRL-u, który wytworzył pokrewny mit – matki-pracownicy, gdy kobiety również „ignorowały ich własne potrzeby, żeby służyć rodzinie i narodowi. (...) Dyskurs Matki Polki nie tylko wąsko zdefiniował kobiecą przestrzeń poprzez nadanie priorytetu kobiecej funkcji reprodukcyjnej i wychwalanie rodzinności, [ukazanych] jako koszt kobiecej wolności, ale również pomógł utrzymać narodowy stereotyp polskiej kobiety jako osoby silniej i gotowej do poświęceń. Co więcej, wraz z katolickim modelem kobiecości, etos Matki Polki obdarzył kobiety specjalnym rodzajem godności, który jak sądzi wiele osób, zapobiega dostrzeżeniu przez nie wzorów dyskryminacji (...)” (Bulawka 2013, 46-47; tłum. własne). W tym ujęciu symboliczne wywyższenie kobiet poprzez okazywanie szacunku i galanterii jest specyficzną cechą kultury polskiej. Zdaniem Natalii Krzyżanowskiej współcześnie obok stereotypu Matki Polki istnieje postkomunistyczny topos matki gastronomicznej²⁷ oraz opozycyjny względem nich, kapitalistyczny ideał bezwzględnie racjonalnej kobiety sukcesu (Krzyżanowska 2012).

Zdaniem Jeana-Paula Roux kobiety miały udział w historii na jej zapleczu, poprzez wychowanie i naukę dzieci, co określa jako *specyficzną kobiecą metodę* (Roux 2010). Anna Titkow (2007, 1995) uważa, że kobiety w Polsce odróżniają się od kobiet zachodnich właśnie

²⁵ Prawo, ustanawiane dla równości, w wyniku dużych zmian społecznych (Zielińska 2011, Slany 2011, Chibowska 2012) lub w przypadku niedostatecznego zrozumienia kontekstu społecznego (Hoodfar 2007), może prowadzić do wzrostu nierówności lub – jako instytucja z definicji różnicująca – utrwalać różnice (Zielińska 2011). Może również istnieć rozdźwięk między prawem a jego realizacją społeczną (Gąciarz 2011, 314). Unia Europejska wprowadziła obowiązek uwzględniania kwestii płci w każdym aspekcie działania państwa, *gender mainstreaming* (Ornacka i Mańka 2011, Krzyżanowska 2012, Latoch-Zielińska i Morawska 2012, Pacześniak 2009e).

²⁶ Wkład tej badaczki dla zrozumienia polskiego kontekstu społecznego oraz wizerunku polityczek w mediach jest nieoceniony. Praca pt. *Gender Representations in the Polish Press. A Feminist Critical Discourse Study* prezentuje najdokładniejszą znaną autorce analizę wizerunku polityczek w mediach i ze względu na szczególną wartość poznawczą będzie w niniejszej pracy wielokrotnie przywoływana.

²⁷ Postać decyzyjna w sprawach posiłków, niezastąpiona w kuchni, gdzie wszystko wie najlepiej. Infantyлізуje rodzinę, by być dla niej niezbędną (np. najlepiej podgrzeje). Uznaje kuchnię za swój bastion, a krytykę jedzenia za atak na nią samą. Skupia się na kuchni i jadalni kosztem innej aktywności (Walczeńska 2016). Przypisanie kobiety do kuchni stanowi realizację strategii izolacji opisaną przez George’a Gerbnera. Wskazywał on, że „[G]dy już zostaną wyizolowane, media zachęcają kobiety, żeby nie pozwoliły nikomu wprowadzić nieuprawnionych zmian [*tamper with*] w ich uświęcone prawo do rządzenia *ich miejscem*” (Gerbner 1978, 48; tłum. własne).

z powodu ich historycznej roli (szczególnie w okresie zaborów; zob. też Walczewska 2012). Polki stanowiły centralne ogniwo transmisji kultury. W okresie PRL były niekwestionowanymi menedżerkami gospodarstw domowych, z czego – zdaniem Anny Titkow – były dumne. Owa teoria menedżerskiego matriarchatu zakłada, że aktywizacja zawodowa „podtrzymała i wzmocniła tradycyjny wzór oparty na cnotach opiekuńczo-podtrzymujących, odwołujących się do poświęcenia i etyki troski”, a ponadto, „zgodnie z głęboko zakorzenionym w naszej kulturze wzorem, kobiety nie oczekiwały szczególnych gratyfikacji za swoje dodatkowe obciążenie, którym było podjęcie pracy zawodowej” (Titkow 2007, 64-65). Zdaniem Anny Titkow kobiety nie odczuwały dramatycznego konfliktu ról, gdyż nauczone były stawiać rodzinę na pierwszym miejscu, co było zgodne z obowiązującym wzorem, propagującym poświęcenie i heroizm. Traktowane nierówno na rynku pracy, w domu znajdowały potwierdzenie swojego znaczenia, samooceny i poczucia władzy, a sytuacja społeczna, w której funkcjonowały, nie była postrzegana przez nie jako dyskryminująca (Domański 1992). Nie wszyscy badacze jednak, włącznie z autorką rozprawy, zgadzają się z taką interpretacją²⁸ (zob. Chibowska 2012, Orzeł 2010, Phillips 2003b).

Zdaniem Anny Titkow (2007) w krajach postkomunistycznych przeciążenie pracą było przez kobiety postrzegane jako powód do dumy i menedżerski sukces, gwarantujący dominację w rodzinie. Należy jednak rozważyć, czy doświadczanie syndromu *superkobiety*²⁹ rzeczywiście może mieć takie skutki, jakie wymieniła badaczka. Uważa ona, że kobiety przywykły do rozbieżności statusów pomiędzy wykształceniem i pozycją w strukturze, a menedżerski matriarchat jako sposób organizacji życia był dla nich nagradzający. Moim zdaniem przypomina to raczej syndrom *zadowolonego niewolnika* (Domański 1992). Anna Titkow argumentowała również, że mężczyźni nie dominowali w sferze publicznej, gdyż zarówno oni, jak i kobiety nie byli dopuszczani do szeroko pojętej władzy, pozostającej w rękach Partii³⁰.

²⁸ Renata Siemieńska kwestionuje tezę, jakoby praca zawodowa była tak jednoznacznie postrzegana (Chibowska 2012). Nie można zapominać o wewnętrznym zróżnicowaniu kategorii kobiet. Anna Titkow, choć sygnalizuje znaczenie indywidualnych biografii, w rzeczywistości wydaje się je pomijać. Choć z pewnością niektóre kobiety pracę traktowały wyłącznie jako dodatek do życia rodzinnego, niewątpliwie istniały również i takie, które czerpały z niej satysfakcję i poczucie samorealizacji. W połączeniu z dominującym wzorem, nakazującym definiować siebie w oparciu o sferę życia prywatnego, mogło to rodzić wyrzuty sumienia i poczucie zaniedbywania rodziny, prowadząc do intensyfikacji prac na rzecz domu i jednocześnie wzmacniać syndrom *superkobiety* (zob. Post 2010).

²⁹ Koncepcja autorstwa Marjorie Hansen-Shaevitz; *superkobieta* podejmuje wiele ról, często pozostających w konflikcie. Nie zaniedbuje ani sfery prywatnej, ani publicznej, co prowadzi do przeciążenia pracą i pogorszenia jej kondycji psychicznej (Eckert 2010). Przeciążenie pracą związane z podwójnym etatem (Sznajder 2009), skutkujące spadkiem efektywności zarówno w domu, jak i w pracy (Kinowska 2010), nazywane jest *podwójną alienacją kobiet* (Błazek, Chryk-Gawrychowska i Kaźmierczak 2009). Trudno oczekiwać, by w dłuższej perspektywie czasu postawiona w takiej sytuacji kobieta mogła czuć się szczęśliwa czy dumna.

³⁰ Ten sposób argumentacji, utrzymujący iż kobiety nie były w gorszej pozycji, gdyż mężczyźni działający w sferze publicznej i tak dostępu do realnej władzy nie mieli, jest niesprawiedliwy. Należy zauważyć, że jeśli udział we władzy byłby realny, to *ex definitione* uprzywilejowani byłiby mężczyźni i tak właśnie się stało

Badaczka nie uwzględniła jednak faktu, że dominacja mężczyzn we władzach kultywowała wyobrażenia o politykach jako mężczyznach, oraz tego, że Partią dowodzili mężczyźni, a nie kobiety. Z tego względu argumentacja Anny Titkow wydaje się chybiona.

Agnieszka Graff (2011) sądzi, że w okresie PRL kobiety były znacznie bardziej wyemancypowane niż dziś: miały możliwość pracy w męskich zawodach i zasiadały w parlamencie. Zdaniem Eleonory Zielińskiej w okresie komunizmu uchylono wiele niekorzystnych dla kobiet przepisów, przyznano im równe z mężczyznami prawa we wszystkich sferach życia, wydano regulacje ochronne w zakresie zatrudnienia, obowiązywało liberalne prawo aborcyjne. Regulacje te pozwoliły na przejście do trzeciego etapu drogi do równości płci w prawie³¹ (Zielińska 2011). Natalia Krzyżanowska okres PRL postrzega jednak jako „interludium, w którym choć zakłada się całkowitą równość kobiet i mężczyzn w laickim społeczeństwie, to pozostaje ona jedynie w sferze postulatów i uchwał partyjnych, którym w żaden sposób nie udało się zmienić tradycyjnego postrzegania roli i miejsca kobiet w społeczeństwie”, a sama ideologia partyjna nakładała na kobiety obowiązek pracy na drugim, domowym etapie (Krzyżanowska 2012, 146; zob. też Fidelis 2010, Siemieńska 2003a). W kulturze ujmowano ten okres metaforycznie, jako *Seksmisję* z odwróconym porządkiem ról, negując go w latach 90. XX wieku i odbierając kobietom znaczną liczbę wcześniej przynależnych im praw (Graff 2013, Środa 2012, Graff 2011).

Ostatecznie okres PRL ukazywany jest jako *babski*, jako ustrój, który dążąc do efektywnego wykorzystania zasobów ludzkich wyemancypował kobiety, wprowadzając je na rynek pracy i na wielu polach zrównując je z mężczyznami (Środa 2012). Traktorzystki stały się symbolem upadku kobiecości i rodziny oraz zagrożeniem dla społecznego, tradycyjnego ładu. Zdaniem Magdaleny Środy „szyderstwa z kobiet na traktorze, podobnie jak drwiny: *Ludwiku, do rondla*, mają przypomnieć obywatelom wolnej Polski, że nici z emancypacji i dawne stereotypy znowu obowiązują oraz że każdy, by nie być wyśmianym, powinien znać przypisane jego płci miejsce” (Środa 2012, 329).

Być może faktycznie problemy kobiet wypływają z poprzedniego ustroju, gdyż zanegowanie ówczesnego ładu pociągnęło za sobą negację wszelkich jego konotacji, czyli

w okresie transformacji. Mężczyźni – z racji większej ilości wolnego czasu i obecności w sferze publicznej – mieli nieproporcjonalnie większe szanse niż kobiety na to, by dążyć do uzyskania pozycji związanych z władzą. W okresie najliczniejszej partycypacji (tj. w latach 1980-1985) kobiety stanowiły 23% parlamentarzystów, a ich odsetek w PRL wahał się od 4% do 23%, spadając wraz ze wzrostem poziomu realnej władzy (Fuszara 2007).

³¹ W pierwszym etapie różnice międzypłciowe służyły legitymizacji nierówności i podległości kobiet, na etapie drugim kładzie się większy nacisk na podobieństwa niż różnice i dąży do inkluzji kobiet. Trzeci etap to powrót do idei różnic, które – w przeciwieństwie do etapu pierwszego – służą traktowaniu adekwatnemu do potrzeb. Istnieje jednak niebezpieczeństwo, że przechodząc do trzeciego etapu wróci się z do pierwszego (Zielińska 2011).

także zacierania się ról płciowych (przynajmniej na niektórych płaszczyznach), na co wpływ miał niewątpliwie także zwrot ku Kościołowi w okresie III RP. Jak mówi Magdalena Środa: „dekomunizacja (...) oznaczała bowiem deemancypację. Wolność i równość zostały zastąpione przez rzekomo naturalne powołanie kobiet, a o tym, co kobieta robić powinna, a czego nie, zaczął decydować Kościół” (Środa 2012, 369-370), postrzegany przez niektóre badaczki zagraniczne jako baza polskości (Land 2009). Anna Titkow konkluduje, że „[n]igdy dotąd [do okresu transformacji] tendencje do zahamowania procesu zaistnienia kobiet w sferze publicznej, ich uobywatelnienia, nie były tak jednoznaczne i rygorystycznie przedstawione i realizowane” (Titkow 2007, 71). Eric Hobsbawm we wstępie do monografii pt. *The Invention of Tradition* stwierdził, że „[t]radycje, które wydają się lub uważane są za odwieczne, często powstały dość niedawno lub zostały wynalezione” (Hobsbawm 2000, 1; tłum. własne). Podobne zjawisko wydaje się istnieć w odniesieniu do roli kobiet w Polsce, gdzie traci się z oczu rys historyczny i ekonomiczną konieczność wykonywania przez nie pracy (nie pracowały przeważnie kobiety z wyższych klas społecznych; Walczewska 2012), naturalizując mit odwiecznie poświęconej rodzinie pani domu.

W okresie transformacji ustrojowej nastąpiły *prorodzinne* zmiany, które ograniczyły prawa kobiet, a „powrotowi do ustroju kapitalistycznego w sferze ekonomicznej oraz procesowi demokratyzacji życia politycznego, dających się obserwować we współczesnej Polsce, towarzyszy[ła] jawna tendencja do przywrócenia tradycyjnego, patriarchalnego modelu rodziny, nadwątłego poprzez rozbudzone przez państwo socjalistyczne aspiracje kobiet do samorealizacji w życiu publicznym. Konsekwencją tego będzie wyłączenie (ekskluzja) kobiet ze sfery publicznej (...)”³² (Zielińska 2011, 104). Z drugiej strony jednak można usłyszeć głosy, że problemy i nierówności kobiet są nie tyle efektem upadku komunizmu, ile jego dziedzictwem (Bergmann 2009, 46), okres ten bowiem z jednej strony umożliwił kobietom wejście na rynek pracy, lecz z drugiej umocnił rolę kobiety jako gospodyni domowej, obciążając ją pracą na dwa etaty (Fidelis 2010, Titkow 2007).

Jestem zdania, że okres PRL sprzyjał emancypacji kobiet i pobudził ich aspiracje zawodowe, jednak pomimo otwarcia możliwości w sferze ekonomicznej w dalszym ciągu sfera prywatna pozostawała ich domeną. Nie jestem przekonana, czy w istocie PRL „umocnił rolę kobiety jako gospodyni domowej”. Przychylam się raczej do stwierdzenia, że po prostu ją kultywował, a działo się tak dlatego, że zabrakło działań na rzecz szerszej zmiany społeczno-

³² Teza dotycząca *rozbudzonych aspiracji* polskich kobiet w okresie powojennym stoi w sprzeczności z tezą Anny Titkow dotyczącą braku aspiracji zawodowych i ogniskowaniu uwagi na gospodarstwie domowym, stanowiąc argument przeciwko teorii menedżerskiego matriarchatu.

kulturowej w zakresie redystrybucji obowiązków domowych i zaangażowania mężczyzn w tę sferę, które były z podejmowane w krajach skandynawskich³³ (Pacześniak 2006). Kobiety, jako jedyne odpowiedzialne za dom, pomimo wkroczenia na rynek pracy nie mogły porzucić przypisywanych im obowiązków i czuły się za nie odpowiedzialne, co skutkowało syndromem *superkobiety*. Za słuszne uznają również twierdzenie, że w okresie transformacji zanegowano całe dziedzictwo poprzedniego ustroju, w tym również emancypację kobiet.

Zwrot ku wartościom religijnym, silnie wpływającym na wzory genderowe (zob. *Załącznik* rozdz. 1.), w okresie transformacji nie pomagał w równoważeniu pozycji kobiet i mężczyzn (zob. Krzyżanowska 2012, Środa 2012, Graff 2011, Buć 2009, Sznajder 2009). Pomimo oficjalnych dążeń do wyrównania szans i możliwości płci wyrażanych w regulacjach Unii Europejskiej (Goworko-Składanek 2013; Branka 2005), wciąż nieoficjalnie podejmuje się działania mające skłonić kobiety do powrotu do domu – to one zwalniane są jako pierwsze, otrzymują niższe pensje, ogranicza się liczbę przedszkoli (Gąciarz 2011, Desperak 2009, Mazur-Łuczak 2009), a od 2016 roku prowadzi się politykę wspierającą wielodzietne rodziny (program 500+). Przejawem takich działań jest również opublikowanie podręczników szkolnych przedstawiających obie płcie w stereotypowych rolach, mające miejsce już po ratyfikowaniu unijnych dokumentów dotyczących propagowania równości płci (Szpyra-Kozłowska i Winiarczyk 2012). O stosunku kolejnych rządów do kwestii równouprawnienia kobiet oraz o umiejętności obchodzenia przepisów związanych z emancypacją świadczy też (dziś już w zasadzie nieobecne) stanowisko rządowego rzecznika do spraw rodzinnych i kobiecych³⁴, powstałe po konferencji ONZ w Nairobi w 1985 roku (Pacześniak 2010). Takie przewartościowanie, plus koszty transformacji, które płaciły w pierwszej kolejności kobiety (Waniek 2010, Lisowska 2009), skutkowało zepchnięciem ich do sfery domowej.

³³ W Szwecji regulacje prawne idą w parze z działaniami na rzecz zmiany kulturowej, zapoczątkowanej przez nurt feministyczny w latach 60. i 70. XX w. przekonaniem o tym, iż kobiety i mężczyźni są tacy sami. Stało się to podstawą do jednoczesnego rozpatrywania kwestii aktywności zawodowej i odpowiedzialności za rodzinę i dzieci (Pacześniak 2006).

³⁴ Początkowo urząd ten nosił nazwę Pełnomocnika ds. Kobiet, następnie Kobiet, Rodziny i Młodzieży; Rodziny i Kobiet, a ostatecznie jedynie Rodziny. SLD przemianowało go na Pełnomocnika ds. Równego Statusu Kobiet i Mężczyzn, a za rządów PiS został on zlikwidowany i przeniesiony do Departamentu ds. Kobiet i Rodziny w Ministerstwie Pracy i Polityki Społecznej. W kadencji PO urząd ten utworzono ponownie, nadając mu nazwę Pełnomocnikiem Rządu ds. Równego Traktowania, lecz zakres jego obowiązków nie współgrał z założeniami: Elżbieta Radziszewska, rzeczniczka w latach 2008-2011 (w latach 2011-2014 funkcję pełnomocnika pełniła Agnieszka Kozłowska-Rajewicz) stwierdziła, że problem kobiet do jej priorytetów nie należy (Krzyżanowska 2012, Łukaszewicz 2011; Zielińska 2011, Dąbrowska-Szulc 2009). Na początku stycznia 2016 roku PiS zlikwidowało stary i utworzyło nowy urząd, Pełnomocnika Rządu ds. Społeczeństwa Obywatelskiego i Równego Traktowania, który powierzono Wojciechowi Kaczmarczykowi. Zabieg ten został w mediach okrzyknięty mianem *likwidacji* dawnego stanowiska i tworzenia jego *atrasy* (Dobrowolska, 2016).

Zdaniem Krzysztofa Arcimowicza (2013), który analizował polskie seriale, w 1990 roku w serialu *W labiryncie* dominowały tradycyjne wyobrażenia o kobietach i mężczyznach, a trend ten, choć w mniejszym natężeniu, widoczny był również na przełomie XX i XXI wieku. Michelle Perrot twierdzi, że wizerunki kobiet, „tworzone przez mężczyzn, z pewnością więcej mówią nam o lękach i marzeniach autorów niż o samych bohaterkach. Kobiety są wyobrażane, stwarzane; rzadziej – opisywane i ukazywane bezpośrednio” (Perrot 2009, 13). Małgorzata Fuszara kulturę zdominowaną przez silnie zakorzenione w tradycji stereotypy określa mianem *kultury męskiej przewagi* (Fuszara 2013c). Stereotypy kobiet opisują je jako osoby uczuciowe, opiekuńcze, łatwo nawiązujące relacje, uległe i skłonne do poświęceń, mężczyźni zaś postrzegani są jako silni, stanowczy, zdecydowani i zdolni do podejmowania decyzji, przedsiębiorczy, skłonni do konkutowania ze sobą, kompetentni i dominujący (Sarata 2011, Wiktorska-Święcka 2009d, Fras 2005, Wasilewska 1997, Gawor i Mandal 2007), co ma wpływ na treści przypisywanych im ról (Kosiewicz-Wawrzonkowska 2009), przy czym role męskie dominują nad kobiecymi (Lisowska 2009a).

Zdaniem Anny Titkow w praktyce społecznej zestaw cech przejawianych przez kobiety ulega stopniowemu przeobrażeniu z przypisanej im *etyki troski* na rzecz cech przydatnych do *przebijania szklanego sufitu* (Titkow 2011, Titkow 2007). Stereotypowe postrzeganie płci wciąż ma jednak duże znaczenie, a „[k]obiecość skonstruowana jest jako *gorsza odmiana płci*” (Kochanowski 2011, 79). W rzeczywistości nietrudno odnaleźć dowody świadczące o tym, iż to mężczyźni posiadają cechy przypisywane kobietom, które z kolei okazują się bardziej konkretne, rozsądne i opanowane (Środa 2012, Post 2010). Dale Spender (1998) postawiła tezę, że punktem wyjścia dla stereotypu gadatliwej kobiety nie jest porównanie z mężczyznami, lecz z ciszą. Kobiety nie są osądzone na podstawie męskich norm, ale w odniesieniu do ideału milczącej kobiety, a zatem niewidocznej – również w polityce. Jak wynika z przeprowadzonych przeze mnie analiz (zob. rozdz. 5.1.), umiejętność zabierania głosu w dyskusji, wyrażania poglądów oraz ich obrony jest w przypadku kobiet wyraźnie dostrzegana. Anna Pacześniak wskazuje jednak na niebezpieczeństwo, że doniesienia o zachowaniach kobiet sprzecznych ze stereotypami, potraktowane jako wyjątki od reguły, mogą skutkować ich utrwaleniem (Pacześniak 2006). Nawet wyniki badań naukowych nie rugują stereotypowych przekonań, niejednokrotnie kultywowanych przez sam dyskurs naukowy³⁵.

³⁵ Zdaniem Carol Lee Bacchi, podejmując temat obowiązków domowych „wszelkie wnioski sprowadzają się do stwierdzenia, że należy coś zrobić, aby *pomóc* kobietom w wypełnianiu *ich* obowiązków domowych. *Kobiety* i wpływ środowiska domowego są nadal przedstawiane jako *problemy*, natomiast stosunek mężczyzn do domu i rodziny, oraz wartość aktywności pozarynkowej pozostają poza analizą” (Bacchi 2003, 65). Także skala oceny płci psychologicznej autorstwa Alicji Kuczyńskiej definiuje kobiecość poprzez wrażliwość, troskliwość,

W literaturze uznaje się istnienie tzw. *cnót obywatelskich*, które obejmują „braterstwo, solidarność, akceptację równych praw, zaufanie, respektowanie dobra wspólnego, kooperację, przestrzeganie wspólnie ustalonych reguł, podmiotowe traktowanie obywateli” (Wnuk-Lipiński 2005, 105). Zdaniem Natalii Krzyżanowskiej (2012) cnoty te tradycyjnie nie są udziałem kobiet. W perspektywie historycznej kobiety nie były postrzegane jako obywatelki (nazwanie ich *współobywatelkami* mogło uchodzić za postępowe) i stanowiły raczej, z racji przypisywanych im cech, tło i pomoc dla męskich działań (Walczewska 2012). W języku polskim uderza różnicowanie płciowe pojęć *obywatel* i *obywatelka* oraz uznawanie formy męskoosobowej za właściwą do opisu zbiorowości złożonej z przedstawicieli obu płci (Land 2009). Zdaniem Magdaleny Środy kluczowy jest fakt, że „[g]dy [mężczyźni] mówili o *powszechnej* wolności i równości, to zawsze mieli namysli wyłącznie męską część społeczeństwa, choć traktowano ją jako uosabiającą społeczeństwo całe” (Środa 2005, 7).

Przypisywane mężczyznom opanowanie i niezależność, wraz z przekonaniem o ich większej inteligencji, stanowią podstawę dla ujmowania mężczyzn jako ekspertów. Męczyzna utożsamiany jest z rozumem, a kobieta z sercem (Kosiewicz-Wawrzonkowska 2009, Seklecka 2009), dlatego to mężczyzna wydaje się *naturalnym* kandydatem na przywódcę i eksperta, co widoczne jest również w mediach. Mężczyźni dominują jako uczestnicy dyskusji odnoszących się do kwestii społecznych, politycznych, sportowych i naukowych. Zagadnienia, w których wypowiadają się kobiety dotyczą urody, ubioru, kulinariów, plotek, seksu, rodziny i domu, co sugeruje, że właśnie tu wyczerpuje się krąg ich zainteresowań. Kobiety częściej niż mężczyźni występują w reklamach (Kosiewicz-Wawrzonkowska 2009), często wykorzystujących kojarzone z kobiecością konotacje erotyczne (Bator 1998; Schulz 1981).

Oś podziału i siła płci jako zmiennej różnicującej jest szczególnie widoczna w przypadku profilowanych kanałów telewizyjnych. O ile na Zachodzie cezura wyznaczana jest tematyką związaną z hobby i czasem wolnym, o tyle w Polsce wyraźnie rysuje się rozróżnienie na kanały kobiece (np. TVN Style) i męskie (np. TVN Turbo; Kowalczyk, Piotrowska i Zierkiewicz 2009). Analizy prowadzone w ramach projektu *Aktywizacja społecznoekonomiczna kobiet na poziomie lokalnym i regionalnym* pozwalają wyciągnąć wniosek, iż „[m]edia automatycznie dokonują segregacji/podziału rzeczywistości na *męską*

łagodność, kokieterijność, dbałość o wygląd, gospodarność, poczucie estetyki, gderliwość, czułość, uczuciowość, delikatność, naiwność i poświęcanie się. Męskość cechuje: dominacja, niezależność, chęć rywalizacji i sukcesu, umiejętność przebicia się, decyzyjność, arogancja, wysportowanie, poczucie humoru, perswazyjność, pewność siebie, samowystarczalność, otwartość na świat zewnętrzny i nowe doznania seksualne, spryt. Neutralność cechują: odpowiedzialność, przyjacielskość, wiarygodność, tolerancyjność i sympatyczność (Titkow 2011). Nie jestem przekonana, czy wszystkie te cechy są neutralne, czego przykładem może być wiarygodność, stereotypowo przypisywana mężczyznom. Stereotypy wkradają się również do opisów procesów biologicznych (Martin 2007).

i *kobieca*, przy czym stereotypowo za rzeczywistość męską uważa się świat polityki, gospodarke, sport, motoryzację, technikę, którym towarzyszy przedstawianie pięknych i młodych modelek w seksualnych kontekstach, natomiast świat kobiecy to świat domu, rodziny, mody, urody, relacji społecznych” z czego wynika, że „[m]ężczyzn interesować ma sport, polityka i erotyka, przemoc w filmach, a kobiety – seriale obyczajowe i miłosne oraz programy poradnikowe (np. kulinarne)” (Kowalczyk, Piotrowska i Zierkiewicz 2009, 155). Jak wskazuje Dominika Kosiewicz-Wawrzonkowska, „środki masowego przekazu przyczyniają się do reprodukcji stereotypów i uprawomocniają tym samym ten porządek” (Kosiewicz-Wawrzonkowska 2009, 96). Pasem transmisyjnym kultury są również wspomniane polskie telesagi, które kultywują wyróżnione powyżej rozbieżności (Arcimowicz 2013).

Stereotypy i przekonania dotyczące płci, znajdujące odzwierciedlenie na każdym etapie życia jednostki, są kształtowane w procesie socjalizacji. Obraz kobiety i mężczyzny powstaje w początkowych fazach życia dziecka, gdy może ono pomagać mamie w kuchni lub ojcu przy samochodzie³⁶ (Środa 2012, Andruszkiewicz 2009, Tomczak 2009). W procesie socjalizacji „dziewczynki uczą się życzliwości, posłuszeństwa, bierności i troski o innych; chłopcy socjalizują się do ról osób niezależnych, przebojowych, egoistycznych. Stąd to właśnie chłopcom łatwiej odnaleźć się na rynkach pracy, w świecie, gdzie należy być dyspozycyjnym i konkurencyjnym. Dziewczynkom zaś wmawia się, że najlepiej realizują się w takich rolach, jak żona i matka, czy zawodach takich, jak pielęgniarka czy nauczycielka” (Środa 2005, 11). Z tezą tą zgadza się Anita Kucharska-Dziedzic, twierdząc że „socjalizacja kobiet w Polsce (...) buduje postawę podporządkowaną i służebną w rodzinie i w społeczeństwie (...) [a] u polskich kobiet faworyzowane i wzmacniane są: łagodność, bierność, uległość – również w roli seksualnej, konformizm, bezkonfliktowość, posłuszeństwo i niezaradność, a kobiecość rozumiana jest jako postrzeganie siebie jako słabej i niezaradnej bez wsparcia mężczyzny” (Kucharska-Dziedzic 2009, 217). Podział na zachowania męskie i kobiece w przeszłości kultywowany był również w toku sprofilowanej płciowo edukacji, gdzie młode kobiety uczyły się być kobiecymi, co oznaczało niebycie męskimi i niezachowywanie się jak chłopcy³⁷. Szkoły dla dziewcząt kształtowały stereotypowo kobiece cechy, jak uległość, karność i posłuszeństwo (Okley 2007). Istniały także (i istnieją do dziś) szkoły i uniwersytety nastawione na kształcenie chłopców i mężczyzn, tworzących po ich ukończeniu męski krąg wsparcia (Pacześniak 2006).

³⁶ Niektóre feministki przyznają, że impulsem do rewizji poglądów było towarzyszące im od dziecka poczucie nierówności i wykluczenia zajęć będących domeną chłopców.

³⁷ Odnosiło się to także *męskich* gier, co widoczne jest do dziś np. w odniesieniu do piłki nożnej.

Wyniesiony z domu podział obowiązków w okresie szkolnym wzmacniają podręczniki, ukazujące kobiety w tradycyjnych rolach (Fuszara 2007, Siemieńska 1997). Wynika z nich, że „mama jest bardzo kochana i niezbędna, ale dość nudna i nieciekawa, a czasami męcząca, a tato jest fajny i z nim nudzić się nie można” (Szpyra-Kozłowska i Winiarczyk 2012, 312). „Kobieta-mama występuje tu w dwóch charakterystycznych rolach - *strażniczki domowego ogniska* oraz *urządzenia wielofunkcyjnego*. Po pierwsze, jest ona nieodłącznym elementem domu rodzinnego, uosobieniem dobra, ciepła, opiekuńczości i piękna. Po drugie, kobieta-matka i jej archetyp – kobieta-babcia – zostaje sprowadzona do wykonywania codziennych, rutynowych czynności” i zawsze odgrywa rolę *zadowolonego niewolnika* (Buć 2009, 60-61). W porównaniu do kobiety, mężczyzna w rodzinie jest jedynie dodatkiem, nie odgrywa znaczącej roli. Najczęściej pracuje i znajduje się poza domem, a gdy wraca, nie ma obowiązków, lecz kojarzy się z rozrywką. O wadze mężczyzny świadczy rola eksperta: „przypisano im takie cechy jak erudycja, wszechstronność i inteligencja” (Buć 2009, 61).

Różnica widoczna jest także w podziale zadań właściwych dzieciom – w podręcznikach dziewczynki piorą i sprzątają, chłopcy zaś grają w piłkę i gry komputerowe. Te pierwsze są bierne, zachowawcze i rozważne, podczas gdy chłopcy są aktywni, gotowi do podejmowania ryzyka i zdobywania doświadczenia. O ile dziewczynki zdają się być „nudnymi i banalnymi”, o tyle chłopcy „ujawniają szerokie zainteresowania, są bardziej spostrzegawczy i interesujący” (Buć 2009, 61-62; zob. też Szpyra-Kozłowska i Winiarczyk 2012). W tej samej konwencji, zgodnie ze stereotypowymi oczekiwaniami, przedstawiane są odpowiednie dla każdej płci zawody, co stwarza fałszywe przekonanie, że kobiety mają mniejsze możliwości wyboru (Szpyra-Kozłowska i Winiarczyk 2012). Okazuje się, że sami nauczyciele mają skłonność do posługiwania się stereotypami podczas pracy z dziećmi (Wiktorska-Święcka 2009c), a pisane w formie męskoosobowej podręczniki w mogą budzić konsternację młodszych dziewczynek odnośnie do tego, czy polecenia dotyczą również ich (Szpyra-Kozłowska 2012).

Podział ról wyuczony w dzieciństwie znajduje odzwierciedlenie w dorosłym życiu i strukturach społecznych w postaci hierarchii zawodów i segregacji zawodowej³⁸ (Domański 2011, Sarata 2011, Maddock 2003) oraz deprecjonowania prac kobiecych. Zdaniem Henryka Domańskiego i Zofii Jacukowicz, kobiety godzą się na niższe stawki gdyż mają „mniejszą siłę

³⁸ Istnieją dwa wymiary segregacji zawodowej: horyzontalna, dotycząca podziału zawodów na męskie i kobiece, oraz wertykalna, odnosząca się zajmowanych przez kobiety i mężczyzn pozycji w hierarchii zawodowej oraz barier i dystrybucji awansów. Ta druga związana jest także ze stereotypową oceną kompetencji pracowników w miejsce realnych predyspozycji (Sarata 2011, Andruszkiewicz 2009, Wiktorska-Święcka 2009a).

negocjacyjną i przetargową” (Lisowska 2009a, 20), a w razie problemów zakładów pracy kobiety wciąż są zwalniane jako pierwsze (Środa 2012).

Dostęp do części zawodów kobiety uzyskały dopiero w okresie wojen światowych, gdy zabrakło męskich rąk do pracy (Środa 2012, Sznajder 2009), lecz po ich zakończeniu były zwalniane, by przywrócić stanowiska mężczyznom, którym, jak się uważa, pracę odbierają po dziś dzień (Andruszkiewicz 2009). Kobiety pracują w innych zawodach niż mężczyźni, a powodem segregacji zawodowej, przynajmniej w pewnym stopniu, były regulacje prawne obowiązujące jedynie kobiety. Jeszcze w roku 1966 kobiety nie miały dostępu do ponad 90 zawodów, w tym kierowcy autobusu i nurka (Lisowska 2009a). Co więcej, zdaniem Pierre’a Bourdieu, kobiety „nie wykonują tego samego **zawodu**, wykonując tę samą **pracę**”. Autor twierdzi, że „[m]imo długotrwałej batalii o uznanie kobiecych kwalifikacji i zmian technologicznych, które doprowadziły do ich całkowicie nowej dystrybucji między mężczyznami i kobietami, praca jest w dalszym ciągu dzielona tak, by umniejszyć znaczenie pracy kobiet w utrzymać nadrzędną wartość pracy mężczyzn” (Bourdieu 2004, 75-76), czego dowodzi także nierówna dystrybucja stanowisk i awansów³⁹. Jak wynika z danych Women’s Media Center, nawet udział dziennikarek prasowych od końca lat 90. pozostaje względnie stabilny: oscyluje w okolicach 37%, choć w roku 2013 odnotowano niewielki spadek (około 0,6%; Women’s Media Center 2014).

Niezwyczajnie istotny jest brak męskich odpowiedników kobiecych zawodów (np. w przypadku przedszkolanki, sprzątaczk i gospodyni domowej⁴⁰, a wyobrażenie o Billu Clintonie jako *pierwszej damie* budzi konsternację; zob. Mann 2016, Zaslove 2016) oraz kobiecych odpowiedników zawodów męskich (nie ma *ministerki*, jest *pani minister*). Nie znamy określeń *żona stanu*⁴¹ czy *premierka* (Graff 201), a określenie *polityczka* jest względnie nowe (nie wspominając o wyszydzanym określeniu *ministra*). Niemal każdy z damskich odpowiedników sugeruje niższą pozycję pełnionej funkcji (czasem brzmi ironicznie lub

³⁹ W literaturze określa się to mianem *szklanych domów*. *Szklana winda* i *szklane ruchome schody* określają zjawisko awansu mężczyzn na wyższe pozycje w hierarchii kobiecych zawodów; *leпка podłoga* odnosi się do kobiecych zawodów, które wiążą się z niskim dochodem i prestiżem oraz nie dają szans na awans; *szklane ściany* opisują zawody pomocnicze względem zawodów męskich (sekretarki, asystentki), w których nie ma możliwości podnoszenia kwalifikacji i choć kobiety *widzą* stanowiska kierownicze, w praktyce nie mają szans ich zająć. Zjawisko *szklanego sufitu* odnosi się do barier awansu, które dla kobiet pracujących w zawodach męskich kończą się znacznie szybciej niż w przypadku mężczyzn pracujących w zawodach kobiecych (Gąciarz 2011, Sarata 2011, Andruszkiewicz 2009, Borowska i Branka 2005).

⁴⁰ Zaobserwowałam ostatnio symptomy być może nowego trendu, by określenie *gospodyni domowa* używać na określenie kobiety lub mężczyzny wykonujących czynności domowe. W czerwcu 2014 roku takie znaczenie w programie śniadaniowym TVN nadał mu prezenter, twierdząc że „jest początkującą gospodynią domową”.

⁴¹ Po wygranych przez Donalda Trumpa wyborach prezydenckich w 2016 roku, w których konkurował z Hillary Clinton, pojawiały się w internecie komentarze, że Pierwsza Dama *wciąż pozostanie kobietą*.

szyderczo, co związane jest z nacechowaniem kobiecych odpowiedników męskich form⁴²; Bulawka 2013, Bobrowski 2012, Dąbrowska 2008, Grochola-Szczepanek 2008, Fras 2005). Również respondenci wskazują na znaczenie języka w procesie deprecjonowania kobiet: „[z]daniem respondentek język polski jest językiem skoncentrowanym na mężczyznach” (Wojnicka 2009, 385). Często kobiety na wysokich stanowiskach nie chcą, by używano wobec nich sfeminizowanych określeń. Nawet w Partii Kobiet nie są one używane (Dąbrowska-Szulc 2009). Pierre Bourdieu nazywa to *podwójnym standardem*, gdy „[o]kreślane prace stają się szlachetne, wartościowe i trudne, gdy są wykonywane przez mężczyzn, a okazują się nieznaczące, niewarte dostrzeżenia, łatwe i powierzchowne, gdy ich wykonawczyniami są kobiety” (Bourdieu 2004, 75).

Zdaniem Jeana-Paula Roux dewaluacja elementów kojarzonych z kobietami wynika z tego, że kobiety w każdym wymiarze starają się upodobnić do mężczyzn. Oznacza to, że zawody uważane za kobiece są mniej wartościowe i poważane dlatego, że same zainteresowane starają się odchodzić od nich na rzecz karier typowo męskich (Roux 2010, 12). Uważam, że takie rozumowanie pomija fakt, że kobiety zawsze były podporządkowane a zawody im przypisywane – niedoceniane⁴³. Jean-Paul Roux miałby rację, gdyby od zarania dziejów profesje wartościowano identycznie niezależnie od gender, natomiast różnice zaczęłyby być notowane z chwilą rozpoczęcia się procesu resegregacji zawodowej (zob. Sarata 2011). Teza ta jednak stoi w sprzeczności z wiedzą naukową. Widać zatem, że to nie ucieczka kobiet do zawodów zmaskulinizowanych spowodowała umniejszenie znaczenia zawodów sfeminizowanych, lecz ich niska pozycja, stereotypowe przekonania i słabe wynagrodzenie z racji upośledzenia wszystkiego, co kojarzone z kobiecością, zmuszały do ucieczki z tego zakłętego kręgu. W rzeczywistości to etykietowanie zawodu jako *kobiecego* jest powodem spadku jego prestiżu: znaczący wzrost odsetka kobiet w zawodach ongiś *męskich* skutkuje naznaczeniem ich jako *kobiecych* i gwałtownym odpływem mężczyzn, któremu „towarzyszy wyraźny spadek wynagrodzenia za ich wykonywanie oraz obniżanie się ich społecznego prestiżu” (Sarata 2011, 273; zob. też Perrot 2009). Dale Spender, odwołując się do poglądów Julii Stanley, zwraca uwagę na to, iż „[k]iedy kobiety usiłują wykroczyć poza mniej cenione sfery, które są im przypisywane, nie dołączają do grupy tych, którzy cieszą się pozytywnym statusem, ponieważ niosą swoją kobiecość, *minus maleness*, ze sobą” (Spender 1998, 20).

⁴² Zatrudniając mężczyznę na *kobiecym* stanowisku dąży się do *odfeminizowania* jego nazwy (np. *asystent* w miejsce *sekretarki*), co wskazuje na semantyczną degradację zawodów kobiecych (Wiktorska-Święcka 2009b).

⁴³ Co często uzasadniano twierdzeniem, że głównym żywicielem rodziny jest mężczyzna, podczas gdy kobieta zarabia tylko na swoje wydatki (Lisowska 2009a, 19) zapominając o tym, że niejednokrotnie kobiety są jedynymi żywicielkami rodzin.

Gdyby zawody kobiece traciły na znaczeniu z racji przechodzenia kobiet do zawodów męskich, spadek prestiżu prowadziłyby do nadwyżki podaży stanowisk *kobiecych* i braku popytu na nie, a zawody męskie przestałyby być kojarzone z którąkolwiek płcią i stałyby się neutralne płciowo. Jednocześnie – w myśl teorii Daviesa i Moora – zawody ongiś sfeminizowane z konieczności nabrałyby prestiżu i wzrosła by gratyfikacja finansowa, aby zachęcić potencjalnych pracowników do ich podjęcia, przez co mogłyby stać się atrakcyjne dla kandydatów obu płci. Tak się jednak nie dzieje, zatem tezę Jeana Paula Roux można obalić. Uważam natomiast, że to niski prestiż, niewielki dochód, chęć samorealizacji poza gospodarstwem domowym, niedobory finansowe oraz poczucie niespełnienia i osamotnienia w domu spowodowały, że kobiety zaczęły poszukiwać swojego miejsca w innych zawodach. Opór mężczyzn przed rosnącym odsetkiem kobiet może zaś być spowodowany obawą przed utratą prestiżu poważanych, *męskich* zawodów, co wskazuje na siłę stereotypowych przekonań.

Wyjaśnień gorszej pozycji kobiet na rynku pracy jest wiele. Należy podkreślić, że pracodawcy podczas rekrutacji kierują się stereotypami w ocenie pracowników (Sarata 2011). Pracodawcy, ekonomiści i politycy wskazują na to, iż to same kobiety wybierają zawody umożliwiające im łączenie ról matek i pracownic, co ich zdaniem świadczy o przedkładaniu macierzyństwa nad pracę zawodową, która przynosi mniejsze zyski, ale jednocześnie nie wymaga zaangażowania (Andruszkiewicz 2009, Lisowska 2009a). Równocześnie uważa się, że kobiety wolą prace łatwiejsze i czyste (prace wykonywane przez kobiety są za takie uważane; Lisowska 2009a), zatem zawody bardziej wymagające, *męskie*, są dla nich nieodpowiednie i nie będą z nich zadowolone (Andruszkiewicz 2009). Jak podsumowuje Pierre Bourdieu, pracę kobiet cechuje „mniejsze w porównaniu z męskim wynagrodzenie, otrzymywanie mniej prestiżowej pracy mimo jednakowego dyplomu uniwersyteckiego, częstsze zagrożenie bezrobociem i niepewnością zatrudnienia, częstsza praca w niepełnym wymiarze godzin” (Bourdieu 2004, 110).

Takie wyjaśnienie współgra z dominującym w naszej kulturze przekonaniem o kobiecej naturze i przynależności kobiet do sfery domowej, jednocześnie je umacniając. Badacze feministyczni dostrzegają kulturowe uwarunkowania czynionych przez kobiety wyborów i zadają pytanie, czy kobiety chcą, czy też muszą porzucać karierę na rzecz rodziny (praca na część etatu wyklucza rozwój zawodowy). Zdaniem Elżbiety Korolczuk, „mimo zmian kulturowych, poświęcenie przez kobietę osobistego rozwoju czy pracy na rzecz rodziny jest w polskim kontekście kulturowym zrozumiałe, czy wręcz oczywiste, zaś zaniedbywanie dzieci na rzecz pracy i kariery – zdecydowanie potępiane” (Korolczuk 2009, 50), co nie ułatwia rozpoczęcia i aktywnego prowadzenia działalności politycznej. W tym ujęciu dostrzega się brak

odpowiednich regulacji i pomocy ze strony państwa dla kobiet, które chcą piąć się po szczeblach kariery.

Dodatkową barierę stanowi brak kobiet na wysokich stanowiskach w przeszłości – współczesne kobiety muszą wykazać się o wiele wyższymi od mężczyzn kwalifikacjami, by udowodnić swoją przydatność i kompetencję. W związku z przekonaniem, że kobiety są mniej kompetentne do sprawowania władzy niż mężczyźni, podwyższa się standardy, którym muszą sprostać, by móc ubiegać się o pozycje związane z władzą. Zdaniem Katarzyny Wojnickiej „[k]obieta musi być lepsza niż mężczyzna, bo tylko wtedy może być doceniona czy zauważona przez pracodawcę” (Wojnicka 2009, 384). W polityce kobiety muszą nieustannie udowadniać swoje kompetencje, a każda pomyłka, nawet najdrobniejsza, odczytywana jest jako dowód ich braku (Chibowska 2012, Eckert 2010). Stereotypy napędzają zjawisko szklanego sufitu i ograniczają dostęp kobiet do stanowisk kierowniczych (Andruszkiewicz 2009, Lisowska 2009a).

Problematyka stanowisk kierowniczych jest w istocie bardzo ciekawa. Jak wskazuje Iwetta Andruszkiewicz, kobiety posiadają cechy pożądane u kadry menedżerskiej, a mimo to stanowiska te wciąż przypadają w udziale mężczyznom (Andruszkiewicz 2009). Badanie CBOS z 2006 roku pokazało, że połowa ankietowanych sądzi, iż kobiety powinny pełnić więcej stanowisk kierowniczych w rządzie niż pełnią obecnie, 45% podobnie wypowiada się o ich udziale kierownictwie partii politycznych, a 40% twierdziło tak w odniesieniu do administracji państwowej (CBOS 2006). W 2013 roku odsetki te minimalnie wzrosły, trzyprocentowy spadek odnotowano jedynie w przypadku udziału w rządzie (CBOS 2013b).

Na przeszkodzie rozwoju karier kobiet stoją przekonania, że awansują dzięki motywacji i szczęściu oraz że do niektórych zawodów nie posiadają predyspozycji. Powszechnie sądzi się także, że kobieta nie musi pracować, gdyż posiada źródło utrzymania w postaci męża, a jeśli do pracy idzie, to wystarczy jej niewielka pensja na własne wydatki (Andruszkiewicz 2009). Kobiety realizujące się zawodowo, zwłaszcza na najwyższych stanowiskach, są negatywnie oceniane i postrzegane jako egoistyczne i ambitne za wszelką cenę (Eckert 2010).

Powiadają się, że kobieta będąca gospodynią domową *nie pracuje*, jej działalność jest całkowicie niewidoczna (Perrot 2009)⁴⁴. Jak wskazuje Magdalena Środa, praca kobiety w zaciszu domowym, chociaż pozbawiona prestiżu, jest pracą na wielu etatach i w wielu zawodach jednocześnie, a mimo to nie jest doceniana ani opłacana, gdyż nie jest wykonywana w sferze publicznej, ale prywatnej. Nie podnosi jej wagi nawet fakt, że osobie postronnej

⁴⁴ Seyla Benhabib twierdzi, że kobiety oraz sferę ich działalności od sfery publicznej odgradza *matowe szkło*, czyniąc ją tym samym niewidoczną (Krzyżanowska 2012).

należałaby się za tę pracę pensja⁴⁵ – matka jest kulturowo zobligowana do nieodpłatnej pracy na rzecz swojej rodziny. Kobieta nie pracuje, ale *krząta się* (Środa 2012, Budrowska 2009). Pracujące kobiety nierzadko odczuwają syndrom *superkobiety* – czują się zobligowane do bycia najlepszymi, by zrekompensować rodzinie swoją nieobecność spowodowaną pracą zawodową (Kinowska 2010). Potrzeba bycia najlepszą, *Perfekcyjną Panią Domu* dotyczy nie tylko kobiet pracujących, ale również tych *niepodlegających* stosunkom pracy i wiąże się nie tylko z presją, by wszystko robić najlepiej, ale jednocześnie by najlepiej wyglądać (Środa 2012).

Idea domu jako środowiska naturalnego kobiety jest tak silnie zinternalizowana, że nawet najmniejsze jej zaniedbanie (lub wrażenie zaniedbania) powoduje wyrzuty sumienia i poczucie źle spełnianego obowiązku. Wprawdzie coraz mniej osób uważa, że kobieta powinna zredukować swoją aktywność życiową wyłącznie do domu i rodziny (85% w 1992 roku i 69% w roku 2002, Siemieńska 2011; w 2013 roku 39% osób uważało, że praca kobiety przynosi rodzinie więcej zysków niż strat, zaś 12% że więcej strat niż korzyści, a opinie kobiet i mężczyzn były zbieżne; CBOS 2013a), lecz wciąż znaczący jest odsetek osób przekonanych o tym, że praca kobiet przynosi szkodę małym dzieciom (72% w 1992 roku i 41% w roku 2005; Siemieńska 2011). Badania wskazują również, że kobiety zarabiające więcej od swoich mężów czują się temu winne i pomimo zmiany w zakresie roli głównego żywiciela rodziny, same wykonują wszystkie czynności tradycyjnie kobietom przypisywane (Knapik 2010). Badanie CBOS przeprowadzone w 2018 roku potwierdziło, że większość obowiązków domowych wciąż wykonują kobiety (CBOS 2018). Wypomina się także kobietom odnoszącym sukcesy, że osiągnęły to kosztem rodziny (Brodzińska 2009).

Z drugiej strony, pozostanie w domu i całkowite oddanie się *babskiej krzątaninie* oraz dzieciom powoduje pogorszenie samopoczucia, wrażenie bycia niepotrzebną i osamotnioną (zwłaszcza, gdy dzieci założą własne rodziny), a w wieku emerytalnym skutkuje brakiem środków do życia lub uzależnieniem od męża (Friedan 2012, Środa 2012). Jak wskazuje Magdalena Środa, „to właśnie dramat amerykańskich kobiet z klasy średniej wywołał silną falę feminizmu. Była ona skutkiem, a nie – jak się często sądzi – przyczyną kryzysu tradycyjnego modelu *domowej kobiecości*” (Środa 2012, 316-317). Podważa to przekonania o niechęci kobiet do pracy zarobkowej (Andruszkiewicz 2009). Sposób, w jaki kultura wpływa na sytuację kobiet w polityce, zostanie omówiony w rozdziale 2.2.6.

Bardziej szczegółową analizę czynników makrostrukturalnych oddziałujących na gender w Polsce Czytelnik znajdzie w rozdziale 1. Załącznika.

⁴⁵ Podejmuje się rozważania nt. możliwych sposobów wyceniania domowej pracy kobiet (zob. Paczeński 2009d)

2 Kobiety, mężczyźni i polityka

Przytoczone powyżej ustalenia mają duże znaczenie dla życia politycznego. Oglądając posiedzenia Sejmu lub czytając relacje ich dotyczące można usłyszeć nawoływania, by poseł mówił *po męsku* lub żeby *był mężczyzną* (Graff 2011). Wydaje się, że polityka to dziedzina na wskroś męska – do takich wniosków prowadzą refleksje wielu badaczy (Środa 2012, Graff 2011, Szpunar 2010). Małgorzata Fuszara uważa nawet, że „zawód polityka jest (...) najbardziej zamkniętym zawodem w Polsce” (Fuszara 2013b, 132). Zdaniem Michelle Zimbalist Rosaldo, „[k]obiety mogą być ważne, posiadające władzę i wpływowe, ale wydaje się, że w porównaniu do mężczyzn w ich wieku i z ich pozycją społeczną, wszędzie posiadają mniej powszechnie akceptowanej [*generally recognized*] i kulturowo cenionej władzy [*authority*]” (Rosaldo 1974, 17; tłum. własne).

Zdaniem Michelle Rosaldo, niezwykle istotne jest rozróżnienie pomiędzy władzą, rozumianą jako zdolność wymuszania posłuszeństwa [*gain compliance*], a legitymizacją do sprawowania władzy. Twierdzi ona, że mężczyźni posiadają władzę nad kobietami, kulturowo uzasadnione prawo do posłuszeństwa i podporządkowania ze strony kobiet, a taki sposób postrzegania kultywują nawet badacze społeczni. Postrzegają oni męską władzę jako oczywistą i skłonni są akceptować *męską* perspektywę, w świetle której władza sprawowana przez kobiety postrzegana jest jako manipulacyjna, powodująca problemy i chaos, nieuprawniona lub wręcz nieistotna (Rosaldo 1974, 21). Urszula Kluczyńska uważa, że wciąż powszechne jest „szkodliwe dla kobiet założenie, iż sfera polityki jest obszarem męskim”⁴⁶, co implikuje tezę, zgodnie z którą „wejście w nią jest stereotypowo określane jako zaprzeczenie kobiecości” (Kluczyńska 2010, 62-63). W społeczeństwie polskim, w którym podział ról na męskie i kobiece wciąż jest wyraźny, a polityka ujmowana jest jako pole męskiej aktywności, trudno oczekiwać zmiany w sposobie mówienia i myślenia o polityce w kierunku współpracy, kooperacji i porozumienia, gdyż te kojarzona jest z kobietami (Eckert 2010, Buć 2009). Uznanie ich za nadrzędne musiałoby prowadzić do gloryfikacji cech kobiecych, sprzecznego z patriarchalną kulturą. Stawiam zatem tezę, że ewolucja polityki w kierunku współpracy i deliberacji oraz zogniskowanie na meritum wymaga rewizji stereotypów, co otworzyłoby szersze możliwości działalności politycznej dla kobiet, *odpłciawiając* politykę.

⁴⁶ Identyczną konkluzję przyniosła dokonana przeze mnie analiza dzienników telewizyjnych, w efekcie której ustaliłam, iż o polityce najczęściej mówi się jak o wojnie, sporcie drużynowym z wyraźnym liderem, grze, teatrze i rozrywce. Wnioski zostały zaprezentowane w referacie pt. „Wizerunek polityków i polityki w mediach”, wygłoszonym na konferencji pt. *Mechanizmy obietnic* w Łodzi w październiku 2012 roku. Analiza przeprowadzana została w oparciu o *Fakty TVN* i *Wiadomości TVP1* w okresie przed wyborami i po wyborach parlamentarnych z 2011 roku (zob. też Bulawka 2013, Street 2006).

2.1 Kobiety na szczeblach władzy

Zdaniem Pauliny Sekuły „udział kobiet w procesach decyzyjnych należy traktować jako jeden ze wskaźników demokratyczności systemu politycznego” (Sekuła 2011, 107). Władza najczęściej kojarzy się z parlamentem i rządem, ale w istocie można mówić o trzech jej poziomach: centralnym, regionalnym i lokalnym (zob. Brodzińska-Mirowska 2010), które odnoszą się do władzy krajowej, natomiast wraz z postępującą integracją regionalną pojawia się dodatkowy szczebel: ponadpaństwowy. W tym rozdziale przeanalizuję uczestnictwo kobiet na każdym poziomie, dodatkowo przyglądając się prezydentkom i premierkom, oraz opiszę czynniki motywujące i demotywujące kobiety do działalności politycznej. Ponieważ moja praca ogniskuje się na szczeblu centralnym, pozostałe poziomy zostaną potraktowane jako tło, niezbędne dla zarysowania pełnego kontekstu społecznego i jego przemian.

Zdaniem Małgorzaty Fuszary największą motywacją kobiet do rozpoczęcia politycznej kariery jest chęć zrobienia czegoś dla innych⁴⁷, a ten cel najlepiej realizuje się na lokalnym szczeblu (Fuszara 2007). Dla kobiet „[w]ładza nie jest (...) celem, a jedynie środkiem wiodącym do niego. Natomiast mężczyźni wręcz przeciwnie – za cel stawiają sobie zdobycie władzy oraz zajęcie jak najważniejszych stanowisk” (Eckert 2010, 270-271). Z wywiadów z posłankami wynika, że najistotniejsza jest ambicja, wbrew pozorom niebędąca rzadkością w przypadku kobiet, jak również potrzeba samorealizacji i wykazania się (Nalewajko 2010).

Kobiety decydujące się rozpocząć karierę polityczną obierają odmienne sposoby realizacji tego celu. Dorota Zaworska-Nikoniuk (2010) wyróżniła siedem sposobów kobiecego zaistnienia w polityce. Pierwszym jest *maskulinizacja*, przejawiająca się ztracaniem cech kobiecych na rzecz cech kojarzonych z męskością – tę drogę obrała Margaret Thatcher. Druga strategia nosi nazwę *strategii kota Klakiera* i opiera się na konformizmie oraz popieraniu męskich inicjatyw. Trzecia, *strategia pozostawania w cieniu* (zob. też Środa 2012), oznacza przebywanie w towarzystwie znaczącego mężczyzny, dzięki czemu można zaistnieć medialnie. Strategia czwarta, *szyi która kręci głowę*, oznacza realizację własnych celów poprzez inną osobę, przeważnie mężczyznę, i przyczynia się do budowy kariery politycznej figuranta zamiast decydującej o kształcie działań kobiety. Piąta *strategia pozornego feminizmu* to głoszenie haseł zaskarbiających sympatię kobiet i faktyczna realizacja postulatów w taki sposób, by służyły partyjnym kolegom. *Nonkonformizm* (zob. też Środa 2012), szósta strategia, oznacza niezależne budowanie kariery w oparciu o własne projekty, bez względu na poparcie

⁴⁷ Przez polityków „polityczne przywództwo [postrzegane jest] jako służące głównie osiągnięciu prestiżu, władzy i profitów (a więc podejmują [oni] działania podporządkowane dobru własnemu)” (Gawor i Mandal 2007, 82).

mężczyzn z tym zakresie. Ostatnia strategia to próba stworzenia (i wykreowania) własnej partii kobiecej, głoszącej hasła tradycyjnie kojarzone z kobiecością, odnoszące się do rodziny i dzieci. Magdalena Środa dodaje ósmą strategię: pracować, aż zostanie się dostrzeżoną (Środa 2012)

Uważam, że pierwszych pięć strategii osadzonych jest w ramach porządku męskiej dominacji i porządek ów utrwała, przez co grupę tę zbiorczo nazwę *przyjmowaniem męskich reguł gry*. Strategia szósta to moim zdaniem *strategia niezależności politycznej*, a siódmą określe mianem *strategii genderowej*, gdyż opiera się na tradycyjnie definiowanych różnicach.

Ewa Dąbrowska-Szulc twierdzi, iż posłanki mogą pełnić role egzemplarzy pokazowych, tub propagandy partyjnej, pragmatyczek odgrywających napisane dla nich role, wypełniaczek list wyborczych, zasłużonej obsługi zaplecza i ideowych samotniczek (może pokrywać się z szóstą i siódmą ścieżką kariery w ujęciu Doroty Zaworskiej-Nikoniuk) lub wspomagane są przez dyskurs radiomaryjny (Dąbrowska-Szulc 2009). Zdaniem Małgorzaty Fuszary kobieca droga do władzy przebiega w jeden z trzech sposobów: albo dzięki wieloletniej działalności w organizacjach, albo jest to kariera mimo woli, albo też jest konsekwencją tradycji rodzinnej.

Robert Putnam sformułował prawo wzrastającej dysproporcji (zwane prawem Putnama; Brodzińska-Mirowska 2010), zgodnie z którym wprost proporcjonalnie do wzrostu szczebli władzy wzrastają dysproporcje w zakresie wykształcenia i zamożności pomiędzy elitami a całym społeczeństwem. Oznacza to, że skład elit lokalnych jest najbardziej zbliżony do składu społeczeństwa, elit regionalnych nieco bardziej odmienny, podczas gdy skład elit krajowych najbardziej od niego różny. Odnosi się to również do udziału kobiet i mężczyzn we władzy – zdaniem Patrycji Eckert „[j]uż dawno udowodniono fakt, iż im wyższy szczebel władzy tym mniejsza liczba aktywnych kobiet” (Eckert 2010, 270).

Zdaniem Barbary Brodzińskiej-Mirowskiej w Polsce obserwujemy inny trend: „[p]olski model rekrutacyjny wygląda nieco inaczej, bowiem nie występuje tu dysproporcja *wzrastająca*. W Polsce silna dysproporcja zaczyna się już na najniższym szczeblu władzy. Innymi słowy już elity lokalne różnią się od składu społecznego. Osoby o niższym statusie nie mają więc możliwości zdobycia doświadczenia, co zupełnie wyklucza je z gry politycznej” (Brodzińska-Mirowska 2010, 115 zob. też Środa 2005). Zdaniem wspomnianej badaczki nie tylko powoduje to eliminację dobrych kandydatów, ale może prowadzić do ich samowykluczania jako osób gorszych, nienadających się i w ich przeświadczeniu nie do zaakceptowania przez wyborców. W elitach lokalnych przeważają zatem starsi mężczyźni, przeważnie dobrze wykształceni.

2.1.1 Kobiety w strukturach lokalnych i regionalnych

Jeśli kobiety decydują się na udział w polityce, najczęściej jest to polityka na szczeblu lokalnym, co może mieć związek z kobiecym nastawieniem na rozwiązywanie problemów (*problem solving*) w miejsce budowania instytucji (*institution-building*; Siemieńska 2003b). Dzieje się tak dlatego, iż „działanie kobiet ma częściej lokalny charakter z założenia, bowiem dotyczy spraw dla nich ważniejszych i konkretnych. Ponadto działalność kobiet na szczeblu lokalnym cieszy się większą akceptacją społeczną. Poza tym kobietom łatwiej połączyć aktywność polityczną na własnym terenie z wykonywaniem jej pozostałych ról społecznych” (Brodzińska-Mirowska 2010, 117; zob. też Pieśniewska 2005). Może wpływać na przeważnie lepsza ocena władz lokalnych niż centralnych oraz przekonanie, że na lokalnym szczeblu przynależność i polityka partyjna mają mniejsze znaczenie (Fuszara 2013g).

W wiejskiej społeczności z władzą wiąże się stanowisko sołtysa, na którym stopniowo notuje się wzrost liczby kobiet, jednakże nie jest on jednoznaczny z większą konkurencyjnością czy większym udziałem kobiet we władzach. Zdaniem Małgorzaty Fuszary (2017) tendencja ta skorelowana jest z odpływem mężczyzn na lepsze i bardziej odpowiedzialne stanowiska. W efekcie kobiety obejmują te pozycje, których mężczyźni już nie chcą, co określane jest jako zjawisko *przemieszczenia prestiżu*. Współcześnie funkcja sołtysa jest najniższą z publicznych funkcji i rzadko wiąże się z profitami – często szeroko pojęte nakłady przewyższają zyski. W takiej sytuacji mężczyźni celują wyżej, a najniższe i najbardziej niewdzięczne pozycje pozostają dla kobiet. Co więcej, sołtyski odczuwają dyskryminację z racji tego, że są kobietami, a podobne odczucia towarzyszą kobietom zajmującym pozycje radnych.

Tabela 1. Udział kobiet we władzach samorządowych po wyborach ⁴⁸				
Data wyborów	Rada gminy	Rada miasta na prawach powiatu	Rada powiatu	Sejmiki wojewódzkie
16-11-2014	27,37%	27,63%	19,18%	23,06%
21-11-2010	25,26%	26,54%	17,77%	22,64%
12-11-2006	21,28%	23,18%	16,63%	17,65%
27-10-2002	17,78%	23,04%	15,89%	14,26%
11-10-1998	15,69%	19,86%	14,88%	10,88%

Na wszystkich szczeblach władzy odnotowuje się stopniowy wzrost odsetka kobiet, choć najmniej licznie reprezentowane są one w radach powiatów, najliczniej zaś w radach miast na prawach powiatów oraz radach gmin (zob. Tabela 1.). Pomimo rosnącego udziału

⁴⁸ Opracowanie własne na podstawie oficjalnych statystyk (GUS 2015, GUS 2012, GUS 2008, GUS 2006, GUS 2000). Dane na dzień wyborów. Nie opublikowano jeszcze statystyk dla wyborów z 2018 roku. Warto podkreślić, że w wyborach tych kandydatki do rad stanowiły 41% wszystkich kandydatów, natomiast w na wyborach wójta, burmistrza i prezydenta jedynie 18% (PKW 2018).

i akceptacji dla działających lokalnie kobiet, wciąż większy odsetek stanowią one w organach stanowiących niż wykonawczych (Fuszara 2013g). Małgorzata Fuszara uważa, że wzrost udziału kobiet we władzach lokalnych nie będzie jednolity, a dysproporcje skorelowane będą z wielkością miejscowości: w dużych ośrodkach można oczekiwać niwelowania różnic płci, jednak w małych będą się one utrzymywać, a nawet pogłębiać (Fuszara 2013c).

2.1.2 Kobiety w strukturach centralnych

Pod pojęciem struktury centralnej rozumiem obie izby parlamentu wraz z rządem, jednak dla jasności wywodu omówię najpierw partycypację kobiet w parlamencie, by następnie przejść do kwestii udziału kobiet w rządach. Problem premierek i prezydentek zostanie potraktowany oddzielnie, gdyż są to pozycje wiążące się z większą władzą lub symboliką, zauważane na światowej scenie politycznej i stanowiące szczyt politycznej kariery.

Zanim kobieta otrzyma parlamentarny mandat, zazwyczaj przynależy do partii politycznej. Anna Pacześniak wyróżnia kilka ról, które pełnią kobiety w partiach politycznych, a przez to również w parlamencie: mają one łagodzić wizerunek partii (stanowią jej ozdobę, przez co bywają nazywane *paprotkami*), mogą być *narzędziem* przeznaczonym do atakowania oponentów (co uprawomocnia stereotypowe wyobrażenia o kobietach; ich wypowiedzi określa się mianem *jazgotu* i *siania zamętu*), mają pełnić funkcję *pracowitych pszczołek*, wykonujących gros żmudnej, acz niezbędnej pracy, stanowić wąsko wyspecjalizowane zaplecze eksperckie i świadczyć usługi seksualne. Co więcej, zdaniem niektórych polityków, wartości wnoszone przez kobiety to „więcej ciepła, piękna i uroku” (Pacześniak 2010, 258-259).

2.1.2.1 Parlament

Stanowiska kierownicze w partiach (Nalewajko 2010), jak i w kraju wciąż pozostają w rękach mężczyzn. Po wyborach w 2011 roku pierwszym marszałkiem Sejmu została kobieta – Ewa Kopacz. W polskiej historii kobiety pełniły funkcje wicemarszałek Sejmu i marszałek Senatu (Kamola-Cieślik 2009). Po roku '89 udział kobiet w Sejmie drastycznie spadł, co związane było z uzyskaniem przez Sejm realnej władzy (Fuszara 2007). Pomimo, iż kobiety w latach 80. upatrywały w *Solidarności* nadziei na zmianę ich sytuacji, w rzeczywistości symbolicznie oddzielono walczących mężczyzn i przeszkadzające im w tym kobiety (kontekst słynnego hasła: *Kobiety, nie przeszkadzajcie nam, my walczymy o Polskę*; Bulawka 2013, Krzyżanowska 2012)⁴⁹. Zgodnie z tym, co zostało już powiedziane w rozdziale 1.2., okres

⁴⁹ Z drugiej strony warto podkreślić, że zdaniem Małgorzaty Fidelis „[p]rzywódcy Solidarności zauważali, że kobiece protesty były wyjątkowo skuteczne. (...) cały ruch Solidarności często posługiwał się językiem protestów kobiet (...)” (Fidelis 2010, 272).

transformacji był okresem usuwania z pola widzenia zarówno kobiet, jak i ich problemów oraz podejmowania decyzji o nich bez nich. Głosem kobiet w konstytuującym się parlamencie była Parlamentarna Grupa Kobiet, dążąca do eliminacji nierówności płci, zwiększenia partycypacji politycznej i poprawy warunków życia kobiet. W III kadencji Sejmu posłanki AWS otrzymały odgórny zakaz zasilania jej szeregów (Waniek 2010).

Udział kobiet w Senacie jest względnie stały, natomiast w Sejmie od początku III RP sukcesywnie rósł, by na ponad dekadę ustabilizować się na poziomie 20% (zob. Tabela 2.). Po wyborach w 2011 roku wzrósł ponownie do niecałych 24%, by w 2015 roku przekroczyć 27%. Można domniemywać, iż miało to związek z wprowadzonymi od 2011 roku kwotami na listach wyborczych na poziomie 35%, choć wbrew pozorom nie jest to rozwiązanie nowe.

W Polsce jednym z pierwszych ugrupowań przyznających kobietom minimum 30% miejsc na listach wyborczych było SLD (Tomczak 2009). Platforma Obywatelska, oprócz ustawowych regulacji, wprowadziła zasadę nakazującą umieścić przynajmniej jedną kobietę na pierwszych trzech miejscach i dwie w pierwszej piątce, co nazywane bywa *zasadą 3+2* (Danek 2017, Pacześniak 2010). W wyborach z roku 2015 partia Nowoczesna umieszczała przynajmniej jedną kobietę w pierwszej trójce (Danek 2017). Istnieje przekonanie że zauważalna, jakościowa zmiana w sposobie rządzenia i podejmowanych kwestiach musi zostać poprzedzona zmianą ilościową. Przyjmuje się, że istnieje tzw. *masa krytyczna* – poziom od 30% (Fuszara 2011, Dąbrowska-Szulc 2009) do 35% (Druciarek i Niżyńska 2013) udziału kobiet⁵⁰ – a jej przekroczenie wprowadza jakościową zmianę, skutkującą przykładaniem większej wagi do kwestii powszechnie kojarzonych z kobietami. Wydaje się, że Polska pomału zbliża się do osiągnięcia tego pułapu – widoczny jest wyraźny trend w kierunku włączania większej liczby kobiet do władz, zwłaszcza Sejmu.

Tabela 2. Udział kobiet w organach władzy III RP w poszczególnych kadencjach ⁵¹									
Sejm									
Kadencja	'89-'91 ⁵²	I	II	III	IV ⁵³	V	VI	VII	VIII ⁵⁴
Procent	13%	9,57%	13,04%	13,04%	20,22%	20,43%	20,43%	23,91%	27,17%
Liczba	X	44	60	60	93	94	94	110	125
Senat ⁵⁵									
Kadencja	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX ⁵⁶
Liczba	6%	8%	13%	12%	23%	13%	8%	13%	13%

⁵⁰ Niektórzy badacze twierdzą, że już 20% udział kobiet pozwala wpływać na decyzje (Chibowska 2012).

⁵¹ Opracowanie własne na podstawie: GUS 2013, BKS 2012, BKS 2011, GUS 2007, GUS 2006.

⁵² Na podstawie: Fuszara 2013e.

⁵³ Wybory do IV kadencji Sejmu i V kadencji Senatu odbywały się na nieco innych zasadach niż poprzednie wybory: SLD, UP i UW wprowadziły wewnętrzne regulacje kwotowe rzędu 30% (Fuszara 2013f).

⁵⁴ Opracowanie własne na podstawie: *Dane o posłach wg stanu na dzień wyborów* (Sejm RP 2015).

⁵⁵ Senat uznawany jest w Polsce za mało istotny, przez co został potraktowany marginalnie (zob. Fuszara 2013d).

⁵⁶ Na podstawie *Dane o senatorach wg stanu na dzień wyborów* (Senat RP 2015).

Istotne wydają się zmiany personalne w Sejmie w trakcie VII kadencji⁵⁷. PO była jedyną partią dążącą do wyrównania proporcji płci: z sejmowej reprezentacji tej partii od rozpoczęcia kadencji do dnia 13.08.2014 odeszło pięć kobiet, lecz włączono siedem pań, dwie zapewne w zastępstwie mężczyzn. Reprezentacja kobiet w PiS zmniejszyła się o dwie, zaś w SLD o jedną kobietę. Ostatecznie na dzień 13.08.2014 w Sejmie zasiadało 109 kobiet.

Tabela 3. Doświadczenie parlamentarne posłanek VII kadencji Sejmu

Liczba kadencji	Liczba kobiet (doświadczenie w Sejmie i Senacie)	% wszystkich kobiet	Procent skumulowany	Liczba kobiet (doświadczenie tylko w Sejmie)	% wszystkich kobiet
1	35	32,11%	100,00%	37	33,94%
2	28	25,69%	67,89%	28	25,69%
3	28	25,69%	42,20%	27	24,77%
4	14	12,84%	16,51%	13	11,93%
5	2	1,83%	3,67%	2	1,83%
6	1	0,92%	1,83%	1	0,92%
7	1	0,92%	0,92%	1	0,92%

Źródło: opracowanie własne w oparciu o stronę www.sejm.gov.pl z dnia 13.08.2014

32% posłanek VII kadencji debiutowało w Parlamencie, dla 26% polityczek była to 2 lub 3 kadencja, a niespełna 4% kobiet pełniło tę rolę po raz czwarty (Tabela 3.). Doświadczenie parlamentarne w Sejmie lub Senacie posiadało łącznie prawie 68% posłanek.

Po wyborach w 2015 roku liczba posłanek wzrosła – w 2018 roku w Sejmie zasiadało 131 kobiet⁵⁸ (28,49% polityków). Dla niemal 46% polityczek jest to pierwsza kadencja (różnica 14 pkt. proc. względem roku 2014; Tabela 4.), zmniejszył się udział kobiet dla których jest to 2 lub 3 kadencja (o 10-13 pkt. proc.), relatywnie mniej jest też najbardziej doświadczonych posłanek (1,7 razy mniejszy udział kobiet, dla których jest to przynajmniej 6 kadencja). W VII kadencji Sejmu 16,5% posłanek pełniło tę funkcję po raz 4, a w VIII kadencji odsetek

Tabela 4. Doświadczenie parlamentarne posłanek VIII kadencji Sejmu

Liczba kadencji	Liczba kobiet (doświadczenie w Sejmie i Senacie)	% wszystkich kobiet	Procent skumulowany	Liczba kobiet (doświadczenie tylko w Sejmie)	% wszystkich kobiet
1	60	45,80%	100,00%	62	47,33%
2	21	16,03%	54,20%	21	16,03%
3	17	12,98%	38,17%	17	12,98%
4	20	15,27%	25,19%	20	15,27%
5	9	6,87%	9,92%	8	6,11%
6	3	2,29%	3,05%	2	1,53%
7	0	0,00%	0,76%	0	0,00%
8	1	0,76%	0,76%	1	0,76%

Źródło: opracowanie własne w oparciu o stronę www.sejm.gov.pl z dnia 16.11.2018

⁵⁷ Analiza własna na podstawie danych ze strony www.sejm.gov.pl według danych na dzień 13.08.2014.

⁵⁸ Analiza własna na podstawie danych ze strony www.sejm.gov.pl według danych na dzień 16.11.2018. 6 kobiet objęło urząd w trakcie kadencji, każda zastąpiła mężczyznę.

ten wzrósł do 25%⁵⁹. Kobiety te mogą zostać uznane za *polityków zawodowych* (Chibowska 2012). Obserwujemy zatem istotny spadek kobiet polityczek z jakimkolwiek doświadczeniem parlamentarnym i niewielki wzrost liczby tych, dla których jest to 4, 5 lub 6 kadencja.

Jak widać, liczebność polityczek nie idzie w parze z ich doświadczeniem. O ile w latach 90. parlamentarzystki przeważnie miały już wcześniej styczność ze sferą publiczną związaną z rozmaitymi działaniami społecznymi (Fuszara 2007), o tyle współcześnie w polityce pojawiają się kobiety nieposiadające doświadczenia politycznego (np. Jagna Marczułajtis), a w coraz większym stopniu liczy się znane nazwisko⁶⁰.

W Europie w największym stopniu o równouprawnienie dbają kraje skandynawskie i to właśnie tam polityczki są najliczniejsze – na dzień 1. sierpnia 2014 udział kobiet w parlamentach krajów nordyckich wynosił 42,1%, podczas gdy średnia światowa (dla obu izb łącznie) była o połowę niższa (21,9%). Najwięcej kobiet było w niższej izbie parlamentu w Rwandzie (63,8%), Andorze (50%) i na Kubie (48,9%). Szwecja (45%) zajmuje 4. miejsce na świecie, zaś Polska (24,3%) plasuje się na 58. pozycji (Inter-Parliamentary Union 2014). W krajach basenu Morza Śródziemnego udział kobiet we władzach jest niższy (Sznajder 2009).

Dane te wydają się być zgodne z podziałem na kultury męskie i kobiece, dokonany przez Geerta Hofstede (Hofstede 2007; zob. też Klimowicz 2009, Maddock 2003). Stwierdził on, iż w krajach uważanych za kobiece większą wagę przykładają się do kwestii socjalnych a kobiety mają w nich wyższą pozycję niż w krajach męskich. Role społeczne postrzegane są jako wymienne, a stereotypy płci są dość słabe. Kraje męskie za istotniejsze uznają kwestie militarne, a opieka socjalna uznawana jest w nich za mniej ważną. Hołdują takim wartościom, jak rywalizacja, stwarzając kulturową presję osiągnięć i robienia kariery, podczas gdy kraje kobiece skłaniają się ku współpracy i akceptują brak wysokich zawodowych aspiracji obywateli. Wydaje się, że Polska ma bardziej męski charakter. Zdaniem Aldony Wiktorskiej-Święckiej „wskaźnik płci w Polsce skupia się na wartościach uważanych za tradycyjnie męskie, czyli na konkurowaniu, osiągnięciach, władzy i kontroli, a według badań polskie społeczeństwo jest w dużo większym stopniu nastawione na podkreślanie różnic między płciami niż przeciętne europejskie i światowe” (Wiktorska-Święcka 2009d, 18).

W Zjednoczonej Europie więcej kobiet zasiada we władzach ustawodawczych krajów Starej Piętnastki niż w krajach, które wstąpiły do wspólnoty od 2004 roku – w krajach Starej

⁵⁹ Wzrost ten wynika z większego udziału kobiet, dla których jest to 4 (o niemal 2,5 pkt. proc.), 5 (o 5 pkt. proc.) lub 6 kadencja (o 1,4 pkt. proc.).

⁶⁰ Wskazują na to także telewizyjne dzienniki informacyjne, które w okresie kampanii wyborczej 2011 pytały: „czy znane nazwisko będzie trampoliną do sejmu?”.

Unii stanowią średnio 29% parlamentarzystów, w krajach Europy Środkowowschodniej zaś zaledwie 16%. Najwięcej kobiet w parlamencie w skali krajowej jest w państwach skandynawskich: w Danii, Finlandii i Szwecji, gdzie uśredniony ich udział wynosi 42%. W roku 2008 jedynie w siedmiu spośród krajów Starej Piętnastki kobiety stanowiły mniej niż 30% parlamentarzystów, w czterech poniżej 20% i w żadnym ich poziom nie spadł poniżej 10%. Ponadto w dwóch krajach przekroczył 40%, a Holandia była tego bliska (39%). W krajach przyjętych po 2004 roku w tym samym czasie największy odsetek udziału kobiet wynosił 23% (na Litwie), pułap 20% został osiągnięty w pięciu (w tym w Polsce), a mniejszy niż 10% udział kobiet objawiał się w dwóch (Rumunia i Malta; Musiał-Karg 2009). Choć do niedawna Polska plasowała się na końcu listy krajów Unii Europejskiej pod względem liczby posłanek (Peszyński 2009), obecnie wciąż jest za większością krajów Starej Piętnastki, ale przoduje wśród pozostałych krajów Unii Europejskiej. W 2012 roku Polska wciąż plasowała się poniżej średniej (24%) dla Unii Europejskiej (Fuszara 2013h). Obecnie znajduje się na 58. miejscu na świecie (Inter-Parliamentary Union 2018; zob. też OSCE 2014).

Magdalena Musiał-Karg dowodzi, że taki podział wynika z izolacji od Zachodniej Europy krajów Europy Środkowej i Wschodniej, co uniemożliwiało czerpanie wzorców z krajów Starej Piętnastki. Wprawdzie w czasach poprzedniego ustroju w polskim parlamencie zasiadało więcej kobiet niż obecnie, pozycja ta nie niosła ze sobą zbyt wielu gratyfikacji, a skład personalny miał możliwie najwierniej odwzorowywać skład społeczeństwa. Drugim powodem takiego podziału Europy jest odmiennosc wzorców rodziny. Magdalena Musiał-Karg twierdzi, że w Środkowej i Wschodniej Europie rodzinę zakładało się zaraz po ukończeniu szkoły, a najistotniejszą rolę w życiu kobiety była rola matki i żony (Musiał-Karg 2009).

2.1.2.2 *Rząd*

Udział kobiet na stanowiskach ministerialnych wciąż jest niewielki, choć notuje się tendencję wzrostową (Paczeński 2010). Pierwszą w historii kobietą na stanowisku ministerialnym była Constance Markiewicz jako minister pracy w rządzie Irlandii, mianowana w 1919 roku⁶¹ (Galligan i Buckley 2010). W 1999 roku w skali światowej kobiety zarządzały jedynie 8,7% ministerstw, a do roku 2007 ich udział wzrósł do 15,2%⁶² (WEDO 2007).

Obecność kobiety na stanowisku lidera kraju może być skutecznym sposobem zwiększania udziału kobiet w rządzie. Premierka Norwegii, Gro Harlem Brundtland, w 1986 roku powołała *rząd kobiet* – zdaniem Małgorzaty Fuszary pierwszy rząd, w którym tak licznie,

⁶¹ Nie przełożyło się to na udział kobiet, kierujących 80 lat później 3 z 15 ministerstw (Galligan i Buckley 2010).

⁶² Udział kobiet we władzy wykonawczej jest zróżnicowany przestrzennie: w 2007 roku w Europie Zachodniej wynosił 28%, podczas gdy w Afryce Północnej jedynie 4%.

bo aż w 50% reprezentowane były kobiety⁶³ (Fuszara 2013f). Zdaniem Pameli Paxton i Melanie Hughes, to Michelle Bachelet, prezydentka Chile, była pierwszą kobietą, która obsadziła kobietami połowę ministerstw, a prezydentka Finlandii, Tarja Halonen, doprowadziła do utworzenia pierwszego zdominowanego przez kobiety rządu (55% stanowisk powierzono kobietom; liczba ta jednak jest zbyt mała by mówić o *feminizacji*⁶⁴). W Niemczech i Argentynie, gdzie władzę sprawują Angela Merkel i Christina Kirchner, kobiety przewodzą 40% ministerstw (Paxton i Hughes 2010). Silna liderka, działająca politycznie od dłuższego czasu może budować *kulturę sprzyjającą równości płci*, w której stereotypy zostają przezwyciężone, a kobiety przestają być w polityce czymś niezwykłym (Fuszara 2013c).

Na przestrzeni lat 1968-1992 w 15 krajach Europy Zachodniej udział kobiet we władzy wykonawczej wzrósł z 3% do 13% (WEDO 2007). W roku 1994 w krajach tych kobiety stanowiły przeciętnie 16% ministrów, by w 2004 osiągnąć udział rządu 23% (Galligan i Buckley 2010). Z analiz przeprowadzonych przez Magdalenę Musiał-Karg (2009) wynika, że w roku 2008 średni odsetek kobiet w rządach w krajach Starej Piętnastki wynosił 31%, w Europie Środkowowschodniej zaś był niemal o połowę niższy (17%). Wśród krajów Starej Piętnastki UE ponad połowa ministerstw obsadzona była kobietami w Finlandii (55%), w siedmiu krajach otrzymały one minimum 38% tek, jedynie w trzech ich udział nie

⁶³ Yvonne Galligan i Fiony Buckley twierdzą, że pierwszym rządem, w którym zrównano proporcje kobiet i mężczyzn był w 1994 roku rząd Szwedzki, a równowagę utrzymywano przez przynajmniej 15 lat, czego wyrazem był 45% udział kobiet w rządzie w roku 2009. Podobny poziom odsetka kobiet od lat 90. XX w. utrzymywały Norwegia i Dania, w rządzie Finlandii w styczniu 2009 zasiadało zaś 60% kobiet (Galligan i Buckley 2010).

⁶⁴ Udział kobiet we władzach często określa się mianem *feminizacji*, co moim zdaniem doskonale wpisuje się w ideologię patriarchalną. W literaturze mówiąc o *feminizacji* ma się zwykle na myśli albo nadreprezentację i dominację kobiet, albo neutralny, procentowy ich udział (np. w strukturze zawodowej, zob. Chibowska 2012, Pacześniak 2006) albo – sporadycznie – sposób postrzegania jakiegoś elementu w odniesieniu do cech stereotypowo kojarzonych z kobietami, podrzędności oraz braku autonomii (zob. Maddock 2003; Adler 1999 za: Chibowska 2012). W odniesieniu do polityki nawet nieznaczny procent kobiet w organach władzy określa się jako *feminizację*, a rządy z udziałem kobiet na poziomie 30% uznaje się za *sfeminizowane*. Nie mówi się jednak o *zmaskulinizowanych* władzach, co skłania do wyciągnięcia wniosku, że dyskurs ten – dowodząc nierówności płci – jednocześnie ową nierówność legitymizuje, przyznając prymat mężczyznom. Pojęcie *feminizacji* implikuje kobiecą dominację, co jest rażąco niezgodne ze stanem faktycznym (nie istnieją kraje, w których kobiety wyraźnie dominują w organach władzy, zaś te, w których proporcje kobiet są zbliżone, są światowymi ewenementami, czego przykładem może być rząd Finlandii). Nie uwzględnia się również rysu historycznego, gdyż jednorazowy wzrost odsetka kobiet, nawet gdyby wynosił on 80%, nie świadczy o *feminizacji*, którą należy rozpatrywać jako trend, a nie incydent. Jeśli względnie równy udział obu płci jest *feminizacją*, to znaczy, że neutrum i punktem odniesienia jest męczyzna – nie mówimy o *maskulinizacji* gdy mężczyźni mają połowę (nie mówiąc już o 30%) stanowisk, ale w przypadku kobiet – tak. Sam dyskurs zatem umacnia stereotypy, które w założeniu próbuje rugować. Uważam zatem, że o *feminizacji*, podobnie jak o *maskulinizacji*, można mówić w y ł ą c z n i e wtedy, gdy odsetek osób jednej płci z n a c z ą c o przewyższa odsetek osób drugiej płci, a trend ten utrzymuje się w dłuższej perspektywie czasowej. Z tego względu dyskurs *feminizacji* (zacierający problem *maskulinizacji*) używany w odniesieniu do liczby kobiet u władzy jest nie na miejscu. Należałoby raczej mówić o *wyrównywaniu proporcji płci*, a liczbę kobiet i ich stosunek względem liczby mężczyzn określać po prostu mianem *odsetka/udziału kobiet* (albo *indeksu równości płci*, obliczanego jako stosunek liczebności jednej płci do drugiej). Termin *feminizacja*, podobnie jak *maskulinizacja*, stosować będę konsekwentnie do opisu z d e c y d o w a n y c h dysproporcji płciowych na korzyść jednej bądź drugiej strony, stałych w pewnym odstępie czasu, zaś proces błędnie określany mianem *feminizacji*, czyli wzrost odsetka kobiet w polityce nazywać będę *niwelowaniem dysproporcji płciowych*.

przekraczał 20% (najmniej w Portugalii 11% i Grecji 12%; w Irlandii 19%), a w pozostałych pięciu krajach udział kobiet w rządzie wahał się od 20% do 28%. W krajach Europy Środkowowschodniej najwięcej kobiet w rządzie zasiadało w Polsce i na Łotwie (po 26%), jedynie w 7 krajach ich udział osiągał lub przekraczał 20%, a w trzech krajach wynosił od 17% (Słowenia) do 11% (Czechy, Słowacja; w Rumunii i na Cyprze kobiet nie było wcale).

Pamela Paxton i Melanie Hughes (2010) podkreślają fakt, iż samo uczestnictwo nie wystarczy, istotne są również typy ministerstw przydzielanych kobietom. Ministerstwa finansów i spraw zagranicznych zazwyczaj pozostają w bliższej kooperacji z premierem i stanowią punkt centralny rządu (tzw. *wewnętrzne* [inner] gabinety; Galligan i Buckley 2010), podczas gdy ministerstwa zdrowia, rodziny czy edukacji są mniej prestiżowe, *miękkie* (tzw. *zewnętrzne* [outer]; Galligan i Buckley 2010; zob. też Lisowska 2009a, Sznajder 2009, Fuszara 2007), przez co wzrasta prawdopodobieństwo obsadzenia ich kobietami⁶⁵. Badaczki dostrzegają jednak trend polegający na stopniowym wzroście liczby kobiet na ważnych pozycjach państwowych (np. Condoleezza Rice, Madeleine Albright, Hillary Clinton), choć nawet w najliczniej reprezentującym kobiety rządzie Finlandii mężczyźni wciąż dzierżą władzę w zakresie finansów, obrony oraz polityki zagranicznej. Widoczne są jednak pewne oznaki przełamywania stereotypów, zwłaszcza w Europie, gdzie w kilku krajach kobiety objęły pieczę nad tymi ministerstwami (Galligan i Buckley 2010). Same polityczki twierdzą jednak, że *męskie* ministerstwa nie leżą w kręgu ich zainteresowań ze względu na problematykę (Bulawka 2013; zob. też Dąbrowska-Szulc 2009, Fuszara 2007).

Wśród polskich ministrów nie ma wielu kobiet, a jeśli już są, to przeważnie piastują stanowiska związane z tradycyjnie rozumianymi kobiecymi dziedzinami – jak oświata, szkolnictwo wyższe czy służba zdrowia (Musiał-Karg 2009). W historii III RP do roku 2008 funkcje ministra pełniły 24 kobiety. Niektóre z nich, jak Barbara Blida, Zyta Gilowska, czy Anna Fotyga funkcję ministerialną obejmowały kilkakrotnie. W całej historii był tylko jeden rząd, Jana Olszewskiego, w którym żadne ministerstwo nie zostało powierzone kobiecie. Jak konkluduje Małgorzata Kamola-Cieślik, „w latach 1989-2008 kobiety najczęściej kierowały ministerstwami: finansów (H. Wasilewska-Trenkner, T. Lubińska, Z. Gilowska), sprawiedliwości (H. Suchocka, B. Piwnik), sztuki i kultury (I. Cywińska, J. Wnuk-Nazarowa) oraz edukacji narodowej (K. Łybacka, K. Hall). Natomiast A. Kamela-Sowińska oraz A. Fotyga były pierwszymi kobietami, który, podlegały resorty wcześniej kierowane wyłącznie przez mężczyzn” – Skarbu Państwa i Spraw Zagranicznych (Kamola-Cieślik 2009, 115).

⁶⁵ Za kobiece uważane są: zdrowie, szkolnictwo, opieka nad dziećmi oraz kwestie związane z rodziną (Lisowska 2009a, Sznajder 2009, Fuszara 2007), co jest zbieżne z przekonaniem respondentów (Siemieńska 2011).

Warto odnotować, że kobiety kierowały również nietypowymi z punktu widzenia stereotypów płci resortami. Co istotne, tylko cztery kobiety zasiadające w Radzie Ministrów miały mandat poselski (I. Jaruga Nowacka, E. Kopacz, K. Łybacka, H. Suchocka; Kamola-Cieślik 2009). W rządzie drugiej polskiej pani premier, Ewy Kopacz, mianowanej na ten urząd 22 września 2014 roku, zasiadało pięć kobiet: Joanna Kluzik-Rostkowska jako minister Edukacji Narodowej, Lena Kolarska-Bobińska jako minister Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Małgorzata Omilanowska jako Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Teresa Piotrowska jako minister Spraw Wewnętrznych oraz Maria Wasiak jako minister Infrastruktury i Rozwoju⁶⁶. Stanowiły one 28% wszystkich ministrów (było ich 18, nie licząc Ewy Kopacz jako premiera). W rządzie Beaty Szydło, trzeciej w historii III RP pani premier (objęła urząd po wyborach w 2015 roku) również zasiadało pięć kobiet: Elżbieta Rafalska jako Minister Rodziny, Pracy i Opieki Społecznej, Anna Streżyńska jako minister Cyfryzacji, Anna Zalewska jako minister Edukacji Narodowej, Beata Kempa oraz Elżbieta Witek (Szefowe Kancelarii Prezesa Rady Ministrów)⁶⁷. Stanowiły one 24% wszystkich ministrów (łącznie 21, nie licząc Beaty Szydło jako premiera). W rządzie Mateusza Morawieckiego, utworzonym w grudniu 2017 roku, na dzień 16.11.2018 zasiadało 6 kobiet: Beata Kempa jako wicepremier, Teresa Czerwińska jako minister finansów, Jadwiga Emilewicz jako minister przedsiębiorczości i technologii, Elżbieta Rafalska jako minister rodziny, pracy i polityki społecznej, Anna Zalewska jako minister edukacji oraz Beata Kempa jako minister odpowiedzialna za pomoc humanitarną i sprawy uchodźców (TVN24 2017). Można uznać, że teza, iż kobietom przypadały przede wszystkim resorty związane ze społeczeństwem i kulturą (WEDO 2007) znajduje potwierdzenie w polskich realiach.

Z badania przeprowadzonego przez CBOS w 1998 roku (CBOS 1998)⁶⁸ wynikało, iż polityczki nie były powszechnie rozpoznawane. Jedynie pięć pań zostało wymienionych przez więcej niż 10% ankietowanych, przy czym dwie osiągnęły rozpoznawalność powyżej 21%: Hanna Suchocka (73%) i Hanna Gronkiewicz-Waltz (51%). Aż 32% respondentów wymieniło tylko jedno nazwisko pomimo, iż można było wymienić dziesięć. 61% wymieniło nie więcej niż dwa nazwiska, a 79% nie więcej niż trzy. Tylko 12% badanych potrafiło wskazać

⁶⁶ Według danych z oficjalnej strony <https://www.premier.gov.pl/>, dane na dzień 26.09.2014.

⁶⁷ Według danych z oficjalnej strony <https://www.premier.gov.pl/>, dane na dzień 08.12.2016.

⁶⁸ W 1998 roku przeprowadzono jedyną sondę dotyczącą rozpoznawalności konkretnych polityczek, pt. *Najpopularniejsze kobiety w polskiej polityce* (CBOS 1998). Tematyka kobiet oraz polityki (klucz wyszukiwania składał się z dwóch słów: „kobiety” oraz „polityce”) nie została więcej poruszona tak wyraźnie. Z nowszych badań, posiłkując się wymienionym kluczem, udało się odnaleźć jeszcze dwa raporty: *Opinie o polityce rządu wobec kobiet* (CBOS 2002) oraz *Parytety prawną gwarancją większego udziału kobiet w polityce* (CBOS 2010), ale żaden z nich nie wskazuje na to, czy polityczki są rozpoznawane i jeśli tak, to jakie nazwiska są wymieniane.

cztery nazwiska, a pięć lub więcej pamiętało jedynie 8% respondentów. Gdyby podobne badania przeprowadzono obecnie, z pewnością wyniki byłyby odmienne. Niestety nie ma takich analiz, więc jedynym wskaźnikiem, pośrednim, może być widzialność medialna kobiet. Z tego względu poczynione w tej pracy analizy są bardzo istotne.

2.1.3 Kobiety w strukturach ponadpaństwowych

Z badań wynika, iż Polacy wybory do Parlamentu Europejskiego uznają za najmniej ważne (CBOS 2014b), a o podejściu takim świadczy również frekwencja: w roku 2004 do urn poszło jedynie 20% osób uprawnionych do głosowania (Druciarek i Niżyńska 2013), w 2009 roku 24,53% (PKW 2009), a w 2014 roku nieznacznie spadła i wynosiła 23,83% (PKW 2014)⁶⁹. Zdaniem badaczy, w wyborach tych większość deputowanych otrzymuje mandat z pierwszego miejsca, co powoduje, że „wybory europejskie są silnie upartyjnione i niewiele mają wspólnego ze świadomym głosowaniem na kandydata najlepiej odpowiadającego oczekiwaniom wyborcy” (Druciarek i Niżyńska 2013, 34-35).

W Parlamencie Europejskim w roku 2008 zasiadało przeciętnie 31% kobiet, przy czym większy odsetek z ramienia krajów Starej Piętnastki niż z krajów Europy Środkowowschodniej. Widoczne jest także zróżnicowanie w obrębie samej Europy Zachodniej, co spowodowane jest zapewne kulturą i religią (Hiszpania i Portugalia), oraz tradycją i przekonaniami (w Wielkiej Brytanii polityka tradycyjnie jest domeną mężczyzn). Kraje Nowej Unii mają wśród swoich przedstawicieli 29% kobiet, przy czym Polska (poza Cyprzem i Maltą, które w ogóle nie mają swoich przedstawicielek) posiadała najmniej reprezentantek: zaledwie 13%. Dla porównania, łotewskie polityczki stanowią aż 69% eurodeputowanych Łotwy (Musiał-Karg 2009).

Według danych na dzień 1. sierpnia 2014 roku w Parlamencie Europejskim najwięcej kobiet, bo aż 61,5%, zasiadało z ramienia Finlandii. Poziom 50% osiągnęły lub przekroczyły również Szwecja (55,6%) i Estonia (50,0%). Polska znajdowała się na 25. miejscu z reprezentacją kobiet rzędu 22%, a mniej kobiet w swoim składzie miały tylko reprezentacje Czech (18,2%) i Malty (0%). Ogólna liczba kobiet w PE wynosi 35,2% (Inter-Parliamentary Union 2014). Wynika z tego, że udział Polek w PE jest niższy nie tylko od europejskiej średniej, ale również od udziału pań w polskim parlamencie, jednak stopniowo rośnie.

W 2017 roku europarlamentarzystki stanowiły 37,4% deputowanych i 35,7% wiceprzewodniczących. W Prezydium Parlamentu Europejskiego były też dwie kwestorki (40% kwestorów), natomiast w Grupie Wysokiego Szczębla ds. Równości Płci i Różnorodności

⁶⁹ Dla porównania, w wyborach parlamentarnych w 2018 roku wzięła udział ponad 51% uprawnionych do głosowania (PKW 2015).

znalazł się 1 mężczyzna i 6 kobiet. 3 kobiety przewodniczyły lub współprzewodniczyły grupom politycznym (27,3%) i połowie wszystkich Komisji (Parlament Europejski 2017).

2.1.4 Kobiety-prezydentki i kobiety-premierki

Istotną kwestią dla niniejszej pracy jest pozycja premiera i prezydenta. Współcześnie coraz więcej kobiet piastuje najwyższe stanowiska państwowe (zob. Sekuła 2011). Panią prezydent Irlandii od 11 listopada 1997 jest Mary McAleese, a prezydentką Finlandii od 1 marca 2000 roku jest Tarja Halonen (Musiał-Karg 2009). W Europie stanowisko premiera pełniła Julia Tymoszenko (w roku 2005 i od 18 grudnia 2007 do 11 marca 2010 roku) oraz pozostająca na tym stanowisku do dziś premier Niemiec Angela Merkel (od 22 listopada 2005). Mimo to, kobieta prezydent wydaje się być jedynie marzeniem przyszłości (Środa 2012), choć Hillary Clinton w 2016 r. stanęła przed szansą objęcia tego urzędu w Stanach Zjednoczonych.

Pierwszą przywódczynią państwa zdaniem Pameli Paxton i Melanie Hughes (2010) była Sirimavo Bandaranaike, dzierżąca władzę na Sri Lance od 1960 roku, a od tego czasu najwyższe stanowiska państwowe do początku XXI wieku objęły jedynie 34 kobiety. Wspomniane badaczki dokonują rozróżnienia pozycji związanych z władzą w zależności od jej zakresu: uznają one, że czołowe pozycje w państwie zależą od systemu władzy: prezydenckiego, parlamentarnego i mieszanego. Podkreślają, że nieuzasadnione jest rozpatrywanie kobiet jako liderów w sytuacji, gdy zajmują one pozycje nieimplikujące realnej władzy, a zatem pozycje premierów w systemach prezydenckich lub prezydentów w parlamentarnych⁷⁰ – pozycje takie określiłabym mianem *pozbawionych władzy liderów* (*powerless leaders*). Mimo braku realnej władzy, kobiety pełniące czołowe funkcje państwowe uważane są za istotne ze względów symbolicznych (*symbolic leaders*), ponieważ „zwłaszcza w krajach, w których reprezentacja kobiet jest szczególnie mała, kobieta na ceremonialnej pozycji lidera może powodować zwiększenie pewności siebie kobiet” (Paxton i Hughes 2010, 326) i stanowić dla nich inspirację oraz wzór do naśladowania.

Podział władzy pojawia się w systemach mieszanych⁷¹, których czołowe postacie określe mianem *współdzielących władzę liderów* (*semi-power leaders*), pełnię władzy zaś dzierży prezydent w systemie prezydenckim i premier (kanclerz) w parlamentarnym

⁷⁰ A także w systemie dyktatorskim, jak w przypadku Elisabeth Domitien w Środkowej Republice Afryki, pełniące tę funkcję w latach 1975-1976. Dwóm prezydentkom Irlandii, Mary Robinson (1990-1997) i Mary McAleese (1997-2011) nie przysługiwało nawet prawo zgłaszania projektów legislacyjnych.

⁷¹ We Francji zakres władzy premiera zależy od partii z której pochodzi. Jeśli jest to partia inna niż partia urzędującego prezydenta, premier posiada znaczny zakres władzy. Jeśli jednak pochodzą z tego samego ugrupowania, wtedy władza premiera jest znacząco ograniczona. Edith Cresson, premierka Francji z lat 1990-1992, pochodziła z tej samej partii co François Mitterrand (Paxton i Hughes 2010).

(np. premierka Gro Harlem Brundtland w Norwegii, pełniąca tę funkcję w latach 80. i 90. XX wieku), których określe mianem *liderów posiadających pełnię władzy* (*full-power leaders*). Wspomniane wcześniej 34 kobiety sprawowały władzę na najwyższych stanowiskach i pełniły funkcję *liderów posiadających pełnię władzy*.

Niedobór kobiet na czołowych stanowiskach, zdaniem Pameli Paxton i Melanie Hughes, ma doniosłe znaczenie praktyczne. Liderzy narodu – *the faces of a nation*, jak określają ich autorki – odgrywają znaczącą rolę symboliczną zarówno na poziomie krajowym, jak i międzynarodowym. „Jeżeli twarze te są w przytłaczającej większości męskie, utrwała to ideę zgodnie z którą nawet jeśli kobiety w coraz większym stopniu partycypują w polityce jako aktywistki lub legislatorki, są niezdolne lub z jakiegoś powodu niegotowe aby przewodzić” (Paxton i Hughes 2010, 321; tłum. własne). Kobięce *twarze narodu* mogą przełamywać opór kobiet przed politycznym zaangażowaniem, stanowiąc wzorce do naśladowania.

Pierwsze kobiety obejmowały stanowiska premierów w takich krajach, jak Sri Lanka (premierka Sirimavo Bandaranaike w latach 1960-1965 oraz 1970-1977), Indie (premierka Indira Ghandi w latach 1966-1977 oraz 1980-1984), Izrael (premierka Golda Meir w latach 1969-1974) czy Argentyna (prezydentka Izabela Perón w latach 1974-1976). Margaret Thatcher, premier Wielkiej Brytanii z lat 1979-1990, była piątą kobietą na pozycji lidera w historii i najdłużej sprawującą swój urząd kobietą w XX wieku. W 2005 roku Angela Merkel jako kanclerz Niemiec została 27. kobietą w historii piastującą stanowisko związane z realną władzą (Paxton i Hughes 2010). Chociaż wśród tych krajów nie znalazła się Polska, Pippa Norris wskazuje, że Hanna Suchocka, urzędująca od 10 lipca 1992 do 26 października 1993, była 21. przywódczynią w historii (Norris 2003). Władzę sprawowały zarówno kobiety zamożne i społecznie uprzywilejowane (Sirimavo Bandaranaike, Indira Ghandi), jak i pochodzące z biednych rodzin (Margaret Thatcher, Golda Meir); młode (Benazir Bhutto, 35 lat) i leciwe (Janet Jagan, 77 lat), dobrze i słabo wykształcone (Paxton i Hughes 2010). Ponad 74% kobiet objęło władzę w społeczeństwach rozwijających się⁷².

Pamela Paxton i Melanie Hughes wskazują na trzy główne drogi do najwyższych stanowisk politycznych (Paxton i Hughes 2010). Pierwsza z nich i właściwa tym rejonom, w których władza kobiet jest najmniej oczekiwana i prawdopodobna, związana jest z koligacjami rodzinnymi i w związku z tym proponuję ją określić mianem *sukcesji dynastycznej* (*dynasty succession*). Indira Ghandi (Indie) czy Corazon Aquino (Bangladesz) objęły władzę odpowiednio po zmarłym ojcu i mężu⁷³. Nie tylko wdowy (*widow's walk*

⁷²Uwzględniając tylko liderki bez koligacji z mężczyznami związanymi z polityką, odsetek ten wyniósłby 53%.

⁷³ W Azji każda kobieta na stanowisku związanym z omawianą władzą jest częścią dynastii.

to power), ale również i mężatki obejmują władzę po członkach swojej rodziny niezależnie od tego, czy odbywa się to poprzez sukcesję bezpośrednią, czy też demokratyczne wybory, czego przykładem jest Cristina Kirchner w Argentynie. Niektóre kobiety z racji powiązań z polityką poprzez krewnych lub własną aktywność (np. Indira Ghandi) w momencie objęcia władzy były już obeznane z politycznym światkiem, inne zaś (Sirimavo Bandaranaike) nie miały z polityką wiele wspólnego. Scheda po zmarłym członku rodziny była postrzegana jako kontynuacja jego polityki i tradycji do tego stopnia, iż zdarzało się, że nową liderkę proklamowano afirmując jej poprzednika. Pozycja niektórych kobiet (Indira Ghandi, Benazir Bhutto) była tak silna, że ich sukcesorami zostawali mężczyźni: odpowiednio syn i mąż.

Drugim sposobem dojścia do władzy jest wspinanie się po kolejnych szczeblach aktywności społecznej i politycznej kariery, co określe mianem *kariery politycznej* (*political career*). Ten typ kariery przypisać możemy Goldzie Meir i Margaret Thatcher. Ta droga jest właściwa kulturze zachodniej. Trzeci typ kariery politycznej polega zaś na dojściu do władzy w sytuacjach destabilizacji ładu społeczno-politycznego, co proponuję nazwać mianem *ścieżki rewolucyjnej* (*revolution patch*). Przykładem może być kariera Lydii Gueiler Tejada w Boliwii, jednak w takich przypadkach okres piastowania objętego urzędu może być bardzo krótki. Pamela Paxton i Melanie Hughes uważają, że „gdy kobiety są umieszczane na pozycjach liderek podczas okresów istotnych [*substantial*] społecznych przemian, może to być spowodowane sposobem ich postrzegania jako symboli pojednania” (Paxton i Hughes 2010, 325; tłum. własne), co widoczne było w okresie Brexitu w Wielkiej Brytanii, gdy ustąpił David Cameron, a jego miejsce zajęła Theresa May. Postrzeganie kobiet jako symboli pojednania wydaje się potwierdzać fakt, iż zdaniem Mary Caprioli i Marka Boyera spośród dziesięciu międzynarodowych kryzysów na przestrzeni lat 1960-1990, w które uwikłane były państwa przewozone przez kobiety, żaden nie został przez nie zapoczątkowany. Jeśli jednak toczyła się wojna, liderki potrafiły podjąć zdecydowane działania wojenne (Paxton i Hughes 2010).

W Polsce pozycję premiera zajmuje tradycyjnie lider zwycięskiej partii, zatem kobieta, aby otrzymać to stanowisko, musi wspiąć się na sam szczyt partyjnej hierarchii. Nie jest to zadanie łatwe, gdyż na przeszkodzie stoją liczne, kumulujące się bariery (szerzej w następnym podrozdziale). Na urząd prezydenta kraju natomiast dotychczas kobiety kandydowały rzadko i nie cieszyły się poparciem (przykład stanowią Hanna Gronkiewicz-Waltz⁷⁴ i Henryka Bochniarz). Zdaniem Patrycji Eckert w Polsce „nadal kobieta-premier, kobieta-prezydent wzbudzają wiele kontrowersji i są traktowane na najwyższych stanowiskach

⁷⁴ Hanna Gronkiewicz-Waltz dwa razy z rzędu pełniła jednak funkcję prezydenta Warszawy.

jako swoiste *dowody iluzji*, czyli coś nadzwyczajnego, niespotykanego” (Eckert 2010, 277). Pomimo to, 22 września 2014 roku Ewa Kopacz została mianowana premierem III RP, a po wyborach w 2015 roku stanowisko to przypadło w udziale Beacie Szydło. Nie sposób jednak odczytywać tej zmiany jako sukcesu kobiet, gdyż komentarze medialnie nie pozostawiały wątpliwości, że prawdopodobnie obie panie są jedynie marionetkami bądź to byłego premiera Donalda Tuska, bądź prezesa PiS Jarosława Kaczyńskiego. Ponadto zarzucano Ewie Kopacz, że nie ma wizji jak poprowadzić kraj (Flückiger 2014).

2.2 Przeszkody i bariery w dostępie do stanowisk politycznych

Jak ujęła to Ruth Pratt, amerykańska senatorka, „gdy mężczyzna wkracza do polityki najmniejszej uwagi nie przykładą się do tego, że jest on mężczyzną. Gdy kobieta kandyduje do urzędu bardziej interesujący staje się fakt, iż jest ona kobietą niż jej kwalifikacje do pracy, której szuka” (Braden 1996, 31; cyt. za Bulawka 2013, 79). Agnieszka Graff twierdzi, że „tylko mężczyzną jest się w polityce *po prostu*, kobieta musi się ze swojej obecności w sferze władzy wytłumaczyć”⁷⁵ (Graff 2011, 50), jest uważana za *innego, obcego, intruza* (Bulawka 2013, Paczeński 2009f). Zdaniem Renaty Siemieńskiej „[u]dział kobiet życiu publicznym w roli decydentów budzi większy sprzeciw niż ich obecność na rynku pracy, co pokazuje dobitnie, że o ile wiele społeczeństw pogodziło się już z tym ostatnim faktem, polityka ciągle jeszcze jest postrzegana jako domena aktywności mężczyzn” (Siemieńska 2003a, 235). Michelle Perrot podsumowuje: ze „wszystkich barier granice polityki były w każdym państwie najtrudniejsze do pokonania. Jako ośrodek decydowania i serce władzy, polityka stanowiła domenę i sprawę męską” (Perrot 2009, 190).

Podczas gdy bariery związane z wyjściem poza sferę domową i rozwojem zawodowym są uniwersalne dla kobiet (zob. rozdz. 1.2.; Wiktorska-Święcka 2009a), kobiety aspirujące do stanowisk politycznych spotykają się z dodatkowymi przeszkodami i to właśnie im poświęcony został niniejszy podrozdział. W Polsce w latach 1993-2000 wśród kobiet wzrosło przekonanie, że kobietom trudniej niż mężczyznom odnieść sukces w polityce (odpowiednio 64% i 78%; Fuszara 2007). W latach 90. kobiet w polityce było zbyt mało, by nastąpiła jakościowa zmiana, ale słyhać głosy, że sama ich obecność powoduje, że tematy dotyczące kobiet i kojarzone z nimi pojawiają się w debacie publicznej (Fuszara 2007). Na przestrzeni lat 1992-2002 odsetek ankietowanych uważających, że mężczyźni nadają się do polityki bardziej niż kobiety spadł o 20 punktów procentowych (Szpunar 2010).

⁷⁵ Badania spotów wyborczych z 2011 r. prowadzą do wniosku, że jeśli kandydat wspominał o swojej płci i wskazywał płynące z niej atuty, to zawsze była to kobieta (Rekosz 2013a). Płeć okazuje się być zmienną różnicującą, przy czym za naturalne uznawane jest bycie mężczyzną.

Respondenci, wskazując na bariery utrudniające kobietom uczestnictwo we władzy, na pierwszym miejscu wymieniali obowiązki związane z życiem prywatnym, dalej bariery stawiane przez mężczyzn (w tym faworyzowanie kolegów i obawa przed konkurencją ze strony kobiet), tradycję i stereotypy, zgodnie z którymi rządzić mają mężczyźni, przekonanie o niechęci i braku zainteresowania kobiet polityką oraz cechy osobowe, takie jak uległość, delikatność i brak przebojowości (Fuszara 2013f, Fuszara 2011).

Można wskazać kilka głównych grup powodów, dla których kobiet w strukturach władzy jest wciąż niewiele. Przede wszystkim wskazuje się znaczenie czynników **kulturowych** (zwane także społecznymi; Cwalina i Falkowski 2006), a zatem socjalizacji, religii i dominujących przekonań odnośnie do kobiet i mężczyzn oraz pełnionych przez nich ról (Sekuła 2011, Brodzińska-Mirowska 2010, Szpunar 2010, Musiał-Karg 2009, Fuszara 2007, Matland 2003). Istotne są również czynniki **socjoekonomiczne** (zwane także ekonomicznymi [Cwalina i Falkowski 2006] lub strukturalnymi [Sekuła 2011; Inglehart i Norris 2009]), obejmujące status społeczno-ekonomiczny, w tym również wykształcenie (Musiał-Karg 2009), oraz **polityczne** (zwane także instytucjonalnymi; Sekuła 2011, Inglehart i Norris 2009), obejmujące system polityczny i wyborczy oraz działalność i ideologię partii (Brodzińska-Mirowska 2010, Musiał-Karg 2009, Cwalina i Falkowski 2006, Matland 2003). Małgorzata Fuszara (2007) wyróżniła ponadto szeroko rozumiane **powody historyczne**.

Typologię zasługującą na odrębne omówienie wskazała Dorota Zaworska-Nikoniuk (2010), która podzieliła czynniki warunkujące udział we władzach na **wewnętrzne**, odczuwane subiektywnie przez kobiety i **zewnętrzne**, obiektywne. Do wewnętrznych badaczka zaliczyła czynniki kulturowe i socjoekonomiczne, zaś zewnętrzne obejmują czynniki polityczne oraz kulturowe, w tym rzadszą prezentację kobiet w mediach i zadawanie pytań nacechowanych stereotypami genderowymi.

Uwzględniając wspomniane typologie, wyróżniam następujące grupy czynników: **systemowe, instytucjonalne, personalne, społeczne, ekonomiczne i kulturowe**. Ponieważ moim celem jest analiza sytuacji kobiet, uwagę ogniskuję jedynie na przeszkodach dotyczących ich w szczególności sposób (przeszkody odnoszące się do obu płci zostały pominięte).

2.2.1 Bariery systemowe

Czynniki systemowe odnoszą się do prawa i systemu wyborczego, oddziałujących na poziom partycypacji kobiet w organach władzy. Najbliższą tej grupie, acz nie w pełni się z nią pokrywającą, będą czynniki polityczne. Kobiety w polskiej polityce pojawiały się wtedy, gdy jej znaczenie malało, zniknęły zaś wraz ze wzrostem **zakresu realnej władzy** (Środa 2012,

Fuszara 2011, Szpunar 2010, Fuszara 2007, Cwalina i Falkowski 2006). Trend ten jest uniwersalny przynajmniej dla krajów postkomunistycznych (Fuszara 2013e).

Dla udziału kobiet we władzach istotny jest typ ordynacji wyborczej. W wyborach **otwartych** decyduje liczba głosów oddanych na danego kandydata, w wyborach **zamkniętych** natomiast mandat przypada odpowiedniej liczbie kolejno umieszczonych na liście osób (Pacześniak 2006). Chociaż kobiety mają większe szanse na wejście do Sejmu w wyborach otwartych, efekt może być odwrotny od oczekiwanego: kandydaty kobiet mogą zostać odrzucone⁷⁶ (Pacześniak 2009c, Matland 2003). W Polsce wybory do organów centralnych przebiegają według zasady list zamkniętych, wybory do sejmików wojewódzkich natomiast według list otwartych (Niżyńska 2013). Statystyki wskazują (zob. rozdz. 2.1.), że wybory parlamentarne wygrywa większy odsetek kobiet niż wybory do sejmików, sugerując występowanie innych barier lub niechęć wyborców do głosowania na kobiety.

Prawdopodobieństwo umieszczenia kobiet na liście wyborczej oraz przyznania im *biorących* miejsc wzrasta w systemie **proporcjonalnym**⁷⁷. W systemach **jednomandatowych** każda partia wystawia jednego kandydata⁷⁸ i wzrasta prawdopodobieństwo, że nominację otrzyma mężczyzna. W wyborach proporcjonalnych natomiast zwiększa się liczba kandydatów, co sprzyja kobietom, zwłaszcza gdy wystąpi tzw. *efekt infekcji*, a zatem adaptacji polityki jednej partii przez inną (Fuszara 2013f, Zbieranek 2013, Pacześniak 2006, Matland 2003).

Progi wyborcze wpływają pozytywnie na uczestnictwo kobiet w polityce, zwiększając liczbę mandatów przypadających poszczególnym partiom, dzięki czemu prawdopodobieństwo otrzymania mandatu przez umieszczone na dalszych pozycjach kobiety wzrasta. Istnieje jednak niebezpieczeństwo, że małe partie, w których kobiety mogłyby być licznie reprezentowane, nie przekroczą wymaganych progów wyborczych (Pacześniak 2009c, Matland 2003).

System kwotowy, gwarantujący kobietom 35% miejsc na listach wyborczych, pod pewnymi względami jest **dysfunkcyjny**: nie reguluje kwestii przyznawania kobietom odległych miejsc na listach, nie dających szans na wygraną (Posyłek 2015; Fuszara 2013c, Krzyżanowska 2012) ani przydzielania ich do okręgów z góry przegranych (określę to mianem *geografii zwycięstwa*; zob. rozdz. 2.2.2.). Istotna jest również *wartościowość* okręgu, czyli liczba mandatów do podziału: wraz z jej wzrostem wzrastają szanse kobiet na wygraną (Matland 2003).

⁷⁶ Np. w odpowiedzi na sukcesy wyborcze (np. w Norwegii). System otwarty zwalnia partie z odpowiedzialności za udział kobiet we władzach, którą ponoszą w systemie zamkniętym (Pacześniak 2006, Matland 2003).

⁷⁷ W krajach rozwijających się systemy proporcjonalne na ogół nie sprzyjają kobietom (Matland 2003).

⁷⁸ Przykładem takich wyborów w Polsce są wybory do Senatu, przy czym wyraźnie widać (zob. rozdz. 2.1.2.1.), iż udział kobiet w Senacie jest dwukrotnie mniejszy niż w Sejmie.

2.2.2 Instytucjonalne

Czynniki instytucjonalne obejmują sposób organizacji partii politycznych: ideologię, mechanizmy dystrybucji władzy i pracy, sposób prowadzenia kampanii wyborczych oraz skłonność do podejmowania kwestii dotyczących kobiet. Wnioskując na podstawie proporcji płci na listach wyborczych w 2011 roku, wydaje się, że **ideologia partyjna**⁷⁹ nie ma większego wpływu, co może być zasługą wprowadzonego systemu kwotowego. Różnice widoczne są jednak w odniesieniu do sposobu prezentowania kobiet w spotach wyborczych: zdaniem Małgorzaty Fuszary kontekst, w którym przedstawiano kobiety, był odmienny w zależności programu partii⁸⁰. Wprawdzie panie były prezentowane w kontekście zawodowym, ale oprócz tego pojawiał się również kontekst rodzinny, religijny i pomocowy, co nie miało miejsca w przypadku mężczyzn. Kontekst polityczny był niezwykle rzadki (Fuszara 2007).

Kultura wewnątrzpartyjna określa warunki dla aktywności kobiet i sposobu ich traktowania. Według Su Maddock kulturę typu *klub gentlemana* cechują tradycyjne oczekiwania względem ról genderowych i choć kobiety nie muszą być niedoceniane, rola matki, żony i pani domu wydaje się równoważna zawodowej. W kulturze *koszar* kobiety są „kontrolowane i tyranizowane. Jest to kultura autorytarna, w której wszyscy, którzy są inni, odsuwani są od wysokich stanowisk” (Maddock 2003, 82-83), co dobrze opisuje sytuację kobiet w polityce. Kultura *szatni* zachęca do postrzegania kobiet jako obiektów seksualnych, a kultura *niedostrzegania płci*, uważana za przyjazną kobietom skupiającym się na karierze zawodowej, zakłada tożsamość męskich i kobiecych doświadczeń, uprzywilejowując mężczyzn i za punkt odniesienia biorąc ich punkt widzenia (Maddock 2003). Wszystkie te podejścia utrudniają kobietom działalność polityczną. Kobiety wykonują również większość **mozolnej pracy**, nie mając czasu ani możliwości wypłynięcia (Krook, Childs 2010). Ewa Dąbrowska-Szulc określa takie kobiety mianem *zashużonej obsługi zaplecza* (Dąbrowska-Szulc 2009).

Według Małgorzaty Fuszary pogłębione analizy wskazują, iż „to nie wyborcy preferują mężczyzn, a partie polityczne dyskryminują kobiety” (Fuszara 2011, 126; zob. też Fuszara 2013a, Chibowska 2012, Siemieńska 2011), umieszczając je na **odległych miejscach** na listach i w efekcie pozbawiając szans na wejście do parlamentu (Marszałek-Kawa 2010, Nalewajko 2010, Pacześniak 2010; Peszyński 2009, Sznajder 2009, Wojnicka 2009, Fuszara 2007). Jest

⁷⁹ Konserwatystki narażone są na krytykę, gdyż ich działalność przeczy głoszonym ideałom (Bergmann 2009).

⁸⁰ „Najbardziej uderzająca może tu być różnica między na przykład Kongresem Liberalno-Demokratycznym, gdzie kobiety w 1993 r. były ukazywane na tle nowoczesnych biur, a Ojczyzną, która kobietę prezentowała jako matkę z niepokojem i samotnie oczekującą (...) w domu na dzieci” (Fuszara 2007, 105).

to związane z *samoodtwarzaniem się władz*, czyli niechęcią do rezygnowania z ubiegania się o reelekcję oraz dużą rozpoznawalnością czynnych polityków (Fuszara 2013h). Kobiety na odległych miejscach nie zagrażają obecnym politykom (czyli głównie mężczyznom), a wymóg kwot jest spełniony. Idea suwakowego rozmieszczenia, choć przez niektórych pozytywnie oceniana, nie jest szczególnie popularna (Sznajder 2009). Zdaniem Filipa Raciborskiego kobiety umieszczone na pierwszych miejscach otrzymują przeciętnie większy procent głosów niż mężczyźni, a ranga głosów przez nie uzyskiwanych była przeciętnie o 0,7 wyższa od pozycji na liście (Raciborski 2005). Co więcej, siła/potencjał wyborczy kobiet⁸¹ bywa wyższy od potencjału mężczyzn (Siedlecki 2013).

W systemie **biurokratycznym**, normowanym przez szereg jasno sprecyzowanych reguł, kobiety mają większe szanse na start i sukces wyborczy niż w przypadku systemów opartych na **patronacie**, gdzie często decyduje lojalność (Matland 2003). „Jedynki” zazwyczaj zajmują osoby wskazywane przez liderów, przeważnie mężczyźni, a system ustalania kolejności nie jest przejrzysty (Fuszara 2013c). Choć jedną z naczelnych zasad jest posiadanie doświadczenia w zakresie pełnienia funkcji parlamentarnych i wynik uzyskany w ostatnich wyborach, często czynione są odstępstwa na rzecz mężczyzn (Fuszara 2013b, Fuszara 2013d).

Dla kolejności na liście może mieć znaczenie również **poziom wyborów**: kobiety stanowią mniejszy odsetek „jedynek” na listach do Parlamentu Europejskiego niż w wyborach krajowych, co zdaniem Małgorzaty Druciarek i Aleksandry Niżyńskiej może „wynikać z tego, że mandat deputowanego wiąże się ze zdecydowanie wyższym uposażeniem niż mandat posła lub senatora” (Druciarek i Niżyńska 2013, 34). Nieobecność kobiet na pierwszych miejscach odbiera także przywileje z tym związane: dofinansowanie kampanii i czas antenowy, które przypadają w udziale mężczyznom (Fuszara 2013a, Fuszara 2013b, Fuszara 2013h).

Wspomniana w kontekście dysfunkcji systemu kwotowego **geografia zwycięstwa** również ma znaczenie: kobiety delegowane są do okręgów uznawanych z góry za stracone. W wyborach parlamentarnych z 2011 r. przykład stanowiła Katarzyna Piekarska, usunięta z jedynki warszawskiej na rzecz Ryszarda Kalisza, umieszczona jako jedynka w okręgu, z którego mandatu nie otrzymał żaden poseł SLD⁸² (Fuszara 2013a). Istnieje także tendencja

⁸¹ Liczony jako „iloraz odsetka mandatów do odsetka miejsc na listach” (Siedlecki 2013, 87).

⁸² Twierdzi się, że okręgi miejskie są dla kobiet przychylniejsze niż wiejskie (Matland 2003). Pojawia się jednak pytanie, czy jest to związane z preferencjami wyborców, czy wyobrażeniami partii. Być może ludność wsi chętniej głosuje na partię o tradycyjnych poglądach, ludność miasta zaś na bardziej prorównościowe ugrupowania. Z drugiej strony, może być również tak, że aby sprostać wyobrażonym oczekiwaniom, decydenci kierują się stereotypami i chętniej umieszczają kobiety w okręgach miejskich niż wiejskich. Ta kwestia wymaga analiz.

do umieszczania kobiet na listach w tych samych okręgach, by nie stanowiły zagrożenia dla mężczyzn, lecz rywalizowały między sobą (Fuszara 2013b; Fuszara 2013h).

Na listach niechętnie umieszcza się zasłużone polityczki, co sugeruje chęć utrzymania wizerunku kobiety jako osoby niekompetentnej do sprawowania władzy (Paxton i Hughes 2010, Radiukiewicz 2010). Zdaniem Małgorzaty Fuszary „wprowadzane są do polityki kobiety, które nie mają żadnych doświadczeń, co potwierdza tezę, że *kobiety na polityce się nie znają*” (Fuszara 2011, 129). Tezy te potwierdzają wyniki moich analiz (zob. rozdz. 2.1.2.1.). Poszukuje się kandydatek **niezagrożających** męskiemu „politycznemu establishmentowi”, a zatem „wykluczane są z list kobiety, które zdobyły już wysoką pozycję (...), które mają polityczne zasługi” (Fuszara 2011, 128). Kobiety włącza się „do polityki jako istoty innego gatunku (lub o innym powołaniu)” (Środa 2012, 341) – przeważnie mają poprawić wizerunek partii i łagodzić obyczaje, ignorują sprawy kobiece lub stanowią jedynie zaplecze eksperckie bez wyższych aspiracji (Środa 2012, Fuszara 2011). W pewnym stopniu rolę kobiet można przyrównać do roli politycznego *rekwizytu* (Jakubowski 2012), *narzędzia* (Bulawka 2013) lub *egzemplarza pokazowego* (Dąbrowska-Szulc 2009), co odnosi zarówno do wyglądu⁸³ (zob. rozdz. 2.2.6.), jak i budowy skojarzeń związanych z ideami równościowymi. Na listach umieszczane są również kobiety, które twierdzą, że nie chcą wygrać wyborów, a jedynie dać się poznać lub robią to dla dobra partii, by sztucznie zwiększyć liczbę kobiet (Fuszara 2013b). Za Ewą Dąbrowską-Szulc można je określić mianem *wypełniaczek list wyborczych*⁸⁴, co stanowi kolejną dysfunkcję systemu kwotowego (Dąbrowska-Szulc 2009).

Kobietom utrudnia się prowadzenie kampanii już na szczeblu lokalnym, nie informując o planowanych wydarzeniach, usuwając z list (Fuszara 2011, Fuszara 2007) i zaklejając plakaty (Fuszara 2013b). Walka kobiety o uzyskanie lepszego miejsca od zaproponowanego może drażnić partyjnych kolegów i skłaniać ich do działań dywersyjnych, a wtedy nawet pierwsze miejsce nie gwarantuje sukcesu (Fuszara 2013b). Kobiety są odstraszone od kandydowania lub atakowane oszczerstwami odnoszącymi się do życia prywatnego (zob. rozdz. 2.2.6).

Z badań wynika, że w kampaniach praktycznie nie ma tematów poruszanych przez przedstawicieli tylko jednej płci, lecz pojawiają się dysproporcje w częstości ich podejmowania (Fuszara 2007). W kampanii wyborczej z 2011 roku, analizowanej przez Emilię Rekosz, kobiety „nie mówią o polityce zagranicznej i dumie narodowej”, ale „częściej niż mężczyźni mówią o polityce prorodzinnej, a mężczyźni częściej niż kobiety o polityce zdrowotnej

⁸³ Kobieta w polityce, zwłaszcza ładna, jest bardziej wystawiona na ataki. Zdaniem Magdaleny Środy mniej urodziwa kobieta nie byłaby narażona na podobną krytykę, jak Joanna Mucha. *Dzień dobry TVN*, 08.11.2012 r.

⁸⁴ W taki sposób określiła się podczas wywiadu sama polityczka (Nalewajko 2010)

i edukacyjnej” (Rekosz 2013, 232-233). Dotyczy to również działalności ministerialnej: Raewyn Connell twierdzi, że „[n]ielicznym kobietom, które docierają na ten szczybel władzy, powierza się ministerstwa opieki społecznej lub edukacji. Mężczyźni kontrolują podatki, inwestycje, technologie, stosunki międzynarodowe, policję i wojsko” (Connell 2013, 17). Zdaniem Anne Philips zachodnie „demokracje uprzywilejowują białych mężczyzn, którzy stanowią zdecydowaną większość polityków i definiują zakres problemów, jakimi zajmuje się polityka” (Phillips 2003a, 12). Kobietom jest trudniej zaistnieć, ponieważ zakłada się, że poważny polityk podejmuje kwestie męskie⁸⁵ (Zaworska-Nikoniuk 2010). Poruszanie przez kobiety kwestii kobiecych skutkuje marginalizacją, zaś podejmowanie męskich naraża na ostrzejszą krytykę. Zainteresowanie kwestiami kobiecymi ze strony mężczyzny może jednak pozytywne wpłynąć na jego wizerunek (Środa 2012, Graff 2011, Dziemba 2009).

Duże znaczenie w procesie kreowania polityków mają **media**. Zdaniem Pippy Norris są one „[j]ednym z czynników, które mogą sprzyjać powstawaniu barier na każdym szczeblu kariery politycznej kobiet” i wymagają dalszej, pogłębionej analizy (Norris 2003, 131). Badaczka twierdzi, że „przekaz mediów może mieć wpływ na udział kobiet w życiu politycznym, ponieważ środki masowego przekazu umacniają społeczne stereotypy ról i płci, co z kolei wpływa na kształtowanie aspiracji kobiet i mężczyzn oraz na postawy kluczowych graczy sceny politycznej, takich jak sponsorzy kampanii wyborczych, aktywiści partyjni oraz elektorat” (Norris 2003, 131-132). Robert Entman podkreśla znaczenie kontekstu wydarzeń i kryje się w tym założenie, że media mogą bardziej pozytywnie przedstawiać podmioty postrzegane jako popularne i posiadające władzę, co pozwala im na większą swobodę działania i wypowiedzi, bez obaw o ocenę ze strony elektoratu (Entman 2007).

Niezwykle istotnym problemem jest dezinformacja. 17 września w 2011 roku, w okresie kampanii wyborczej, w dzienniku *Fakty TVN* Krzysztof Skórzyński powiedział: „Pomysł parytetów swój praktyczny test przejdzie 9. października, bo to tylko po ogłoszeniu wyborów okaże się, czy to tylko więcej pań chce do polityki, czy też wyborcy chcą więcej pań w polityce”. To wygłoszone w ogólnopolskim programie informacyjnym zdanie zawiera nieprawdziwe informacje i wypacza rzeczywistość. Nie tylko ukazuje kobiety jako mające swoje widzimisię odnośnie do uczestnictwa w polityce, ale również implikuje tezę, że liczba kobiet w parlamencie zależy wyłącznie od wyborców. Zgodnie z tezą Renaty Siemieńskiej, w systemach zamkniętych, a właśnie taki system obowiązuje w wyborach do Sejmu, wyborcy mają znikomy wpływ na skład personalny organów władzy (zob. rozdz. 2.2.1). Co więcej,

⁸⁵ Dziedziny *kobiece* pierwsze padają ofiarami cięć budżetowych. Mężczyźni są przekonani, że nie pozwolą one się wybić, umocnić swojej pozycji ani zyskać *splendoru*, więc nie chcą ich zajmować (Pacześniak 2010).

dziennikarz wykazał się ignorancją i propagował mylne przekonanie dotyczące systemu wyborczego: parytet rozumiany jest jako równy udział obu płci w gremiach decyzyjnych (Marszałek-Kawa 2010). W Polsce obowiązują kwoty, które nie determinują składu gremiów, lecz wyznaczają procentowy udział kobiet na liście wyborczej, dając jedynie możliwość ubiegania się o mandat (Sejm RP 2011).

Istotne wydaje się linia ideologiczna medium, co podkreśla Zbigniew Bauer. Jego zdaniem „[n]awet wtedy, gdy przywódca jest osobowością interesującą, prasa reprezentująca odmienną orientację polityczną będzie się starała eksponować przede wszystkim negatywne strony tej osobowości i pomniejszać walory pozytywne” (Bauer 1988, 12). Nie bez wpływu pozostaje także prawo właścicieli mediów do decydowania o celach instytucji i treści przekazów, system redakcyjny i opinie współpracowników oraz dziennikarzy konkurencyjnych mediów (Pawlas-Czyż 2008, Jabłoński 2007). Znaczenie przekonań i poglądów dziennikarzy budzi dyskusję. Z jednej strony argumentuje się, że nie mają one wpływu na sposób przedstawiania polityków (Uscinski i Goren 2011, Entman 2010), z drugiej zaś wskazuje się na ich doniosłe znaczenie na każdym etapie przygotowywania materiałów (Schulz 1995). Zdaniem Winfrieda Schulza, z którym się zgadzam, dziennikarze mogą umniejszać albo gloryfikować znaczenie wydarzenia lub tematu (*rezonans selektywny*) lub też cytować *wygodnych świadków*, których opinie są zbieżne z ich własnymi przekonaniami (Schulz 1995, 70). Sabina Pawlas-Czyż w swoich badaniach dowiodła, iż poglądy dziennikarza wpływają na oczekiwania stawiane ludziom polityki: osoby o bardziej egalitarnych przekonaniach są mniej skłonne do postrzegania ich jednowymiarowo ze względu na płeć i wydają się skłaniać w kierunku androgynii, podczas gdy tradycyjne poglądy sprzyjają dychotomicznym, stereotypowym oczekiwaniom stawianym bohaterom sceny politycznej (zob. rozdz. 3.3.; Pawlas-Czyż 2008; zob. też Fridkin Kahn 1994).

2.2.3 Relacje interpersonalne

Relacje interpersonalne, nieobecne w żadnej z wcześniej wymienionych typologii, są niezwykle ważne. Nie plasują się one po stronie kultury ani instytucji (choć są osadzone w ich kontekście), lecz dotyczą bezpośrednich relacji między polityczkami a ich rodzinami i innymi politykami. Obejmują również przekonania samych zainteresowanych.

Polityczki dostrzegają męską solidarność w działaniach politycznych i działania w kierunku *zalatwienia baby* (Brodzińska 2009). Często są lekceważące zachowania wobec kobiet: pomijanie ich, nieudzielanie im głosu, traktowanie grupowo a nie indywidualnie, lekceważenie ich opinii, uznanie za mniej inteligentne, zwracanie się do nich w sposób

mentorski, protekcyjny i pobłażliwy, umniejszający ich znaczenie oraz zasługi, używanie zdrobnień, prawienie pseudo-komplementów, udzielanie pseudo-przyjacielskich rad, pseudo-opiekuńcze obejmowanie i podszyte erotyzmem traktowanie (Fuszara 2013b, Fuszara 2011, Post 2010, Wojnicka 2009, Alvesson i Billing 2003).

Brak kobiecej solidarności jest problemem bezpośrednio odczuwanym przez kobiety (Post 2010, Titkow 2007). Zdarza się, że polityczki nie tylko nie są zainteresowane inkluzją kobiet do sfery publicznej, ale często są temu przeciwne bardziej niż mężczyźni (Środa 2012). Ponieważ same musiały dowieść swoich kompetencji, przeciwstawiają się włączaniu do polityki kobiet, które na to nie zapracowały. Są oddanymi strażniczkami *status quo* (Sarata 2011, Dąbrowska-Szulc 2009) i często nie dostrzegają nierówności. Kulturę, w której kobiety działają w ramach męskich wzorców i je reprezentują Małgorzata Fuszara nazywa *kulturą ślepa na pleć* (Fuszara 2013c). Gdy kobiet na ważnych stanowiskach jest niewiele, ich prestiż wzrasta – Carolyn Heilbrun nazwała je mianem *token women*⁸⁶. Będąc widocznymi, stanowią argument na rzecz równouprawnienia i oddalenia zarzutów o dyskryminację płciową (Sarata 2011). Kobiety, które mogłyby i chciałyby być mentorkami są nieliczne⁸⁷.

Kobiety uważają, że nie nadają się do polityki, ponieważ są za mało inteligentne, nie wierzą w siebie i nie widzą szans powodzenia podjętych działań (Środa 2012, Fuszara 2011, Brodzińska 2009, Sznajder 2009, Tomczak 2009). Zdaniem Pierre’a Bourdieu taki tok myślenia stanowi samospełniające się proroctwo, prowadzące od przekonania o braku kompetencji do rzeczywistych jej przejawów, co autor określa mianem *wyuczonej bezradności* (Bourdieu 2004; zob. też Klimowicz 2009). Koresponduje ona ze wspomnianym wcześniej prawem Putnama i kwestią samowykluczania się kobiet z działalności politycznej, a przecież „to właśnie poczucie skuteczności politycznej oraz dobra samoocena są cechami, które charakteryzują osoby zaangażowane w politykę. Z założenia ludzie, którzy uważają własne działanie za mało skuteczne, niemające przełożenia na konkretny obszar działania, rzadziej podejmują działalność polityczną”⁸⁸ (Brodzińska-Mirowska 2010, 126).

Badania wskazują na to, iż kobiety aktywne politycznie w znacznie większym stopniu niż mężczyźni przejawiają zachowania kojarzone z mężczyznami i osobami działającymi politycznie (Brodzińska-Mirowska 2010). Koresponduje to z tezą Pierre’a Bourdieu związaną

⁸⁶ Zdaniem Małgorzaty Fuszary terminem *token women* nazywa się panie, których wymiana na mężczyznę nie wpłynęłaby na sytuację kobiet, gdyż reprezentują one męski sposób działania i zastane interesy (Fuszara 2013c).

⁸⁷ Przykładem może być Zyta Gilowska, która wprowadziła do polityki Joannę Muchę.

⁸⁸ Pomimo braku wiary można podjąć działania polityczne, które – jeśli okażą się skuteczne – mogą prowadzić do wzrostu samooceny i poczucia sprawczości. Jeśli jednak działania są świadomie podjęte w celu podniesienia poczucia własnej wartości i eliminacji słabości, zazwyczaj nie są one skuteczne (Brodzińska-Mirowska 2010).

z reprodukcją kapitału społecznego (Bourdieu 2012), przez co można oczekiwać iż kobiety, które pokonają wyboistą drogę i osiągną polityczny sukces, będą lepszymi politykami niż mężczyźni, co przyczyni się również do wzmocnienia pozytywnych wzorców i stanie się inspiracją dla kolejnych generacji polityczek. Może to prowadzić do *odpłciowienia* polityki.

Kobiety często przejawiają przypisywaną im *fasadową skromność*, skłaniającą do umniejszania swoich osiągnięć (Dąbrowska-Szulc 2009) i rozpoczynania politycznej kariery *mimo woli* zamiast *z własnej woli* (Sznajder 2009, Fuszara 2007). Polityczki często przyznają, że idą do polityki za czyjąś namową (Fuszara 2013d, Andruszkiewicz 2009, Brodzińska 2009, Fuszara 2007) lub decyzja o kandydowaniu bywa nawet narzucana (Nalewajko 2010). W okresie PRL aktywistki nie określały siebie mianem *działaczek*, lecz *żon prześladowanych działaczy*, którzy nie mogli kontynuować rozpoczętego dzieła (Bulawka 2013, Graff 2011). Problem ten doskonale ilustrują słowa Bernadetty Darskiej: „[k]obiecie bowiem nie wypada przyznawać się do tego, że chce osiągnąć sukces. Stereotypowym typem zdobywcy jest przecież mężczyzna i do dla niego zarezerwowana jest walka” (Darska 2010, 174).

By piąć się po szczeblach kariery posłanki nie mogą negocjować działań partii ani jej liderów, powinny przejawiać koncyliacyjny styl działania, mimo iż nie łączy się on z wyższymi pozycjami. Liczy się lojalność; krytycyzm, dociekliwość i aktywność, cenione u mężczyzn, są wadami (Nalewajko 2010). Pojawia się dysonans: by odnieść sukces należy być męską, lecz by mieć po temu sposobność, należy przejawiać cechy *kobiece*. Posłanki mają podporządkowywać się liderom, co stawia je w pozycji marionetek (Post 2010), lecz na ile jest to zasada znajdująca zastosowanie wyłącznie w stosunku do kobiet, pozostaje kwestią otwartą.

2.2.4 Społeczne

Wielu kobietom brakuje akceptacji ich działalności ze strony bliskich (Sznajder 2009) a partnerstwo w związku jest konieczne, by móc udzielać się społecznie i politycznie (Kinowska 2010, Fuszara 2007). Wsparcie rodziny ułatwia start i wspinanie się po szczeblach politycznej kariery, motywując i dając siłę do dalszego działania (Fuszara 2013c, Knapik 2010).

Ograniczony udział kobiet w strukturach władzy, nawet na najwyższych szczeblach, wiąże się z obciążeniem ich obowiązkami rodzinnymi i pracą na przynajmniej dwóch etatach (CBOS 2018; Fuszara 2013c, Brodzińska-Mirowska 2010, Dąbrowska-Szulc 2009, Phillips 2003b). Choć model rodziny wydaje się ewoluować ku bardziej partnerskim relacjom, sprzyjającym społecznej i politycznej aktywności kobiet (Siemieńska 2011, Brodzińska-

Mirowska 2010), badania ukazują, że kobiety i mężczyźni odmiennie definiują pojęcie *równości*⁸⁹.

By nie czuć się zależnymi od swoich partnerów i móc podjąć decyzję o samorealizacji w sferze polityki, kobiety powinny być względnie niezależne finansowo. Pomocne już na poziomie lokalnym jest posiadanie szerokiego grona znajomych, jednak kobiety dysponują mniejszą ilością wolnego czasu, który mogłyby przeznaczyć na budowanie i podtrzymywanie relacji interpersonalnych. Akceptujący aspiracje partnerek mężczyźni mogą aktywizować własny kapitał społeczny. Istotna jest również *zasiedzialość*: znane nazwisko lub liczna rodzina, jednak kobiety narażone są na utratę dotychczasowych kontaktów z racji zmiany miejsca zamieszkania po ślubie. Lokalna aktywność kobiet (np. w szkole) może prowadzić do akumulacji kapitału społecznego (Fuszara 2013c), podobnie jak działalność w organizacjach pozarządowych, stanowiąca istotne źródło pewności siebie i doświadczenia, niezbędnych podczas kandydowania na stanowiska obieralne (Matland 2003).

2.2.5 Strukturalne

Zdaniem Susan Welch „stereotyp politycznie pasywnych kobiet jest po prostu nieprawdziwy. Jak[o] całość kobiety uczestniczą w polityce w tym samym stopniu, co mężczyźni gdy kontrolowane są czynniki strukturalne i sytuacyjne”, natomiast „[p]owodem tego, że wskaźniki zagregowane wskazują na niższy poziom partycypacji kobiet w polityce niż mężczyzn, są nie tyle tradycyjne wyobrażenia o kobiecej roli w polityce, ale głównie fakt pozostawiania kobiet poza kategoriami osób partycypujących w polityce, tj. aktywnymi zawodowo oraz legitymizującymi się wyższym wykształceniem” (Welch 1977, 726-728; cyt. za Chibowska 2012, 30). Podkreślić należy, że Polki są lepiej wykształcone niż Polacy, choć w Sejmie różnica jest prawie niewidoczna (Betkiewicz 2010).

Na znaczenie struktury wskazuje także Jan Garlicki twierdząc, iż „partycypacja polityczna zaczyna być w Polsce bardzo silnie uwarunkowana statusem społecznym, materialnym i zawodowym. Warstwy lepiej wykształconych, zamożniejszych i posiadających dobrą pracę uczestniczą w polityce częściej, bardziej systematycznie i to we wszystkich właściwie dostępnych formach” (Garlicki 2005, 171-172; cyt. za Chibowska 2012, 32; zob. też Bourdieu 2004), a nierówności dostrzegają również posłanki (Radiukiewicz 2010). Aktywność

⁸⁹ Za modelem tym opowiada się więcej kobiet niż mężczyzn. Równość może być pozorna lub powierzchowna, gdyż więcej mężczyzn niż kobiet twierdzi, że osiągnęli w swoich rodzinach taki podział obowiązków. Świadczyć to może o odmiennym wyobrażeniu na temat partnerskiego podziału ról – mężczyźni za taki mogą uważać nawet niewielki wzrost ich zaangażowania, podczas gdy dla kobiet może to być zbyt mało, by mówić o równości. Kobiety wciąż przeznaczają na prace domowe zdecydowanie więcej czasu niż mężczyźni, którzy cieszą się większą ilością czasu wolnego (Chibowska 2012, Siemieńska 2011; zob. też rozdz. 1.2.).

publiczna wymaga zaspokojenia podstawowych potrzeb, a bieda jest tak silnie sprofilowana, że mówi się wręcz o jej *feminizacji* (Grotowska-Leder i Kudlińska 2011). Kobiety zarabiają mniej niż mężczyźni (Chibowska 2012), co przekłada się na możliwości sfinansowania kampanii i istotnie wpływa na ocenę szans powodzenia w wyborach (Matland 2003).

2.2.6 Kulturowe

Czynniki kulturowe obejmują szeroko pojętą kulturę, która może w sposób bezpośredni wpływać na poziom przygotowania kobiet do pełnienia politycznych ról (*the supply-side of the equation*) oraz kryteria pozwalające na wyłonienie odpowiednich kandydatów (*the demand-site*). Pośrednio wpływa na cały instytucjonalny kontekst, warunkujący np. adaptację rozwiązań kwotowych w praktyce (Inglehart, Norris i Welzel 2002).

Zdaniem Pippy Norris, badania „dowodły wielokrotnie, że opinia publiczna formułuje swe oczekiwania oraz oceny kandydujących kobiet i mężczyzn na podstawie stereotypów płci” (Norris 2003, 136). Zdaniem Adrianny Chibowskiej „partycypację polityczną kobiet w Polsce ograniczają tradycyjne poglądy polskiego społeczeństwa, definiujące kobiecość przez pryzmat zobowiązań macierzyńskich, (...) utrudniające im efektywne funkcjonowanie w przestrzeni politycznej” (Chibowska 2012, 240; zob. też Kępa 2013, Środa 2012, Eckert 2010, Knapik 2010, Marszałek-Kawa 2010, Radiukiewicz 2010), a przekonanie to głoszą nawet polityczki (Brodzińska-Mirowska 2010, Dąbrowska-Szulc 2009). Działalność polityczna wpływa na psychikę kobiet, świadcząc o głębokiej internalizacji stereotypowych wzorów (Kinowska 2010, Kinowska 2009). Wyraźnie widoczne są *podwójne standardy* (Chibowska 2012). Jak wskazuje Wojciech Peszyński: „inaczej ocenia się kobietę-polityka niż mężczyznę” – na karierę kobiet patrzy się przez pryzmat kosztów rodziny (Peszyński 2009, 192). Powiada się, że działalność publiczna powinna być dostępna dla osób (kobiet!) bezdzietnych lub z dorosłymi dziećmi, co wymusza ich *opóźniony start*, niemalże uniemożliwiając osiągnięcie czołowych pozycji w hierarchii władzy (Fuszara 2013b, Fuszara 2007, Suska 2005). Kobieta, zdaniem niektórych polityczek, nie powinna stawiać sobie zbyt ambitnych celów, gdyż może to zachwiać delikatną równowagą między karierą a rodziną⁹⁰ (Knapik 2010). Współcześnie wzrasta partycypacja kobiet w sferze publicznej (tzw. *trzeci etat*; Fuszara 2013c), podobnie jak jej akceptacja społeczna (Sekuła 2011, Brodzińska 2009), jednak sfera ta „zachowała swój męski charakter” (Klimowicz, Paczeński i Wiktorska-Święcka 2009, 10).

⁹⁰ W przypadku mężczyzn brak takiego dylematu, istnieje przyzwolenie na karierę i samorealizację (Eckert 2010).

Podwójne standardy odnoszą się również do działań ludzi polityki, czego przykładem jest popełnianie gaf. Zdaniem islandzkiej prezydentki Vigdis Finnbogadóttir, mężczyznom są one wybaczone lub ignorowane, zaś w przypadku kobiet urastają do rangi wielkiego problemu (Paxton i Hughes 2010). Odmienne definiuje się także zarzuty w okresie kampanii wyborczych: kandydatom zarzucano rozwiązłość i niewywiązywanie się z ról matek, co miało podważać ich kwalifikacje do pełnienia (*kobiecych*) ról w sferze polityki. Mężczyźni z tak sprofilowaną *czarną kampanią* nie mieli do czynienia (Fuszara 2013c), co jest istotne, gdyż zdaniem Marka Leary'ego dla przywódców politycznych lub kandydatów na takie stanowiska niezwykle ważne są nie tylko kompetencje, umiejętność wzbudzania sympatii, siła i zdolność do onieśmiania innych, ale również moralność (Cwalina i Falkowski 2006, Leary 1999).

Działalność polityczna jest skrojona na męską miarę, a ideałem polityka jest mężczyzna (Bourdieu 2004). Badania wskazują, że za politycznie najważniejsze uznawane są dziedziny i cechy męskie, podczas gdy kobiece okazały się mieć najmniejsze znaczenie (Banwart 2010, Cwalina i Falkowski 2006). Elektorat przekonany jest o większej kompetencji mężczyzn do sprawowania władzy (Pacześniak 2010, Pacześniak 2009f). Choć odsetek respondentów przypisujących cechy kluczowe dla polityków wyłącznie mężczyznom maleje od lat 90., wciąż uważają oni, że kobiety lepiej sprawdzają się w dziedzinach kobiecych, a mężczyźni w męskich, uznawanych za polityczne: m.in. w ekonomii, polityce zagranicznej i wojskowości (Siemieńska 2011, Banwart 2010, Szpunar 2010, Devitt 2002). Wskazują na to także badania Shirley Rosenwasser z przełomu lat 80. i 90.⁹¹ (Cwalina i Falkowski 2006).

W praktyce sejmowej stereotypy ulegają jednak zachwianiu. Według Barbary Post z wywiadów z posłankami wynika, iż „kobiety funkcjonujące w sferze polityki – w porównaniu z mężczyznami – są **bardziej** pracowite, konsekwentne, rozsądne, spokojne, zdecydowane, cierpliwe, wnikliwe oraz **mniej** podatne na korupcję, brutalne, zacierzwione czy *skłonne do gadulstwa po próżnicy*” (Post 2010, 22). Cechuje je większa determinacja w działaniu, zaangażowanie i poczucie odpowiedzialności oraz elastyczność w kwestii zmiany postaw pod wpływem mocnych argumentów (Knapik 2010). Posłanki postrzegają siebie jako bardziej konkretne i zdecydowane od mężczyzn, zabierające głos wtedy, gdy rzeczywiście mają coś do powiedzenia, choć uważają się również za emocjonalne (Post 2010). Nieschematyczne zachowanie może być jednak problematyczne, co dostrzega Hanna Bulawka, twierdząc że „nawet największy poziom kobiecego sukcesu i władzy może nie być wystarczający,

⁹¹ Przedstawiono dwóch kandydatów na prezydenta: kobietę i mężczyznę, których życiorysy różniły się, w zależności od badania: wyłącznie nazwiskiem, tytułem lub nazwiskiem albo liczbą podanych informacji.

by uchronić kobiety przed szkodliwym efektem społecznego stygmatu, pochodzącego z pogwałcenia genderowych schematów zachowania” (Bulawka 2013, 172; tłum. własne).

Badania Agnieszki Gawor i Eugenii Mandal (2007) pokazują, że z polityczkami kojarzone są takie cechy, jak ambicja, upór, wysokie poczucie własnej wartości, poczucie humoru, inteligencja i zadowolenie z życia. Ich zdaniem istnieje 5 podtypów stereotypu polityczki – cechuje ją silna psychika, aktywność, moralność i atrakcyjność. Zdaniem badanych mężczyzn jest ona również dojrzała w sensie wieku, zaś zdaniem kobiet – samotna i bez rodziny. Autorki badania wskazują równocześnie na idealizację raczej niż realność tego obrazu.

Polityczki wpisują się jak widać w męski porządek i przyjmują zastane reguły, co skutkuje maskulinizacją (Fuszara 2013c, Sarata 2011, Banwart 2010, Brodzińska 2009, Dziemba 2009, Wojnicka 2009, Gidengil i Everitt 2003). Z tego względu „działalność polityczna stanowi więc proces powielający patriarchalne struktury władzy, którym z założenia się opiera” (Bolach 2010, 36). *Kobiecość* to „zawsze bierność, pasywność, słabość, inercja, bezsilność – nikt nie pozwoliłby sobie na dołączenie takiego ogona deprecjonujących znaczeń osobie posiadającej władzę”. Nie gloryfikuje się przydatnych cech *kobiecych*, lecz „szuka się zamienników, lub (...) mówi się wprost o męskości (męskiej sile, męskiemu zaangażowaniu, męskiej dumie i waleczności) tkwiących w opisywanych podmiotach politycznych” (Bolach 2010, 33), co implikuje również wiarygodność (Radiukiewicz 2010). Mężczyzna w polityce postrzegany jest jako „prawdziwy i autentyczny (...) jedyny możliwy do przyjęcia”, kobieta zaś stanowi „podróbkę, niepełną imitację niedoścignętego wzoru” (Bolach 2010, 39). Warto zaznaczyć, że o ile trudno znaleźć pozytywne określenie mężczyzny z cechami kobiecymi, o tyle kobieta posiadająca przymioty męskie bywa postrzegana pozytywnie – jako *baba z jajami, swój chłop, prawdziwy mężczyzna* (Eckert 2010). Ostatecznie jednak „mężczyźni poczytuje się za cnotę, gdy w miarę możliwości wypiera swoje cechy kobiece, a kobiecie ma się za złe, jeśli jest męska” (Kosiewicz-Wawrzonkowska 2009, 91; zob. Ross i Comrie 2012).

Zdaniem Moniki Bolach dotychczasowy brak kobiet w polityce skutkował mitologizacją kobiet z obawy przed ich nagłym wtargnięciem. „Powstał więc zbiór deprecjonujących i infantylizujących racji i stwierdzeń, z których zlepiąca została wizja podmiotu – niedomogi (...) z założenia skonstruowanego tak, by wymagał wykluczenia ze sfery politycznej” (Bolach 2010, 37). Taka strategia legitymizowała nieobecność kobiet i gwarantowała względne bezpieczeństwo pozycji mężczyzn. Kwestionowanie kompetencji, zdolności a nawet inteligencji stanowi istotną barierę implikującą wątpliwość, czy kobiety mogą być równie dobrymi politykami jak mężczyźni (Fuszara 2011; zob. też Chibowska 2012). Rozważa się również na ile będą one reprezentowały głównie swoją płęć, jednak zgodnie

z wynikami australijskich badań obawy te są bezpodstawne: kobiety w pierwszej kolejności reprezentują swoje partie, dalej wyborców i dopiero na końcu płeć (Szpunar 2010).

Patrycja Eckert wymienia cztery główne komponenty związane z płcią, które mają znaczenie dla wizerunku polityka: wygląd zewnętrzny, temperament, sposób uprawiania działalności politycznej oraz zdolności komunikacyjne. Kobiety oceniane są w oparciu o dwa pierwsze (zob. też Fuszara 2011, Paczeński 2009b, Norris 2003), zaś mężczyźni o dwa ostatnie elementy (Eckert 2010). Agnieszka Gawor i Eugenia Mandal (2007) w swoich badaniach pokazały, że dwa pozostałe wymiary również mają znaczenie dla wizerunku polityczki⁹², wskazały również na znaczenie płci badanych jako zmiennej różnicującej oceny⁹³.

Zdaniem Janiny Fras mężczyźni „oceniani są przede wszystkim ze względu na przymioty umysłu, kobiety – ze względu na moralność i wygląd” (Fras 2005, 212). W przypadku kobiet wygląd zewnętrzny może przysłaniać lub całkowicie odwracać uwagę od tego, co zostało zakomunikowane. Pierre Bourdieu twierdzi, że bycie kobietą oznacza bycie widzianą (Bourdieu 2004): wygląd często łączy się z pojęciem kobiecości, a „[b]ycie *kobieca* oznacza bowiem trzymanie się z daleka od działań i właściwości, które mogą funkcjonować jako oznaki męskości. I tak na przykład powiedzenie o kobiecie polityku, że jest kobieca, jest jedną z najsubtelniejszych form zanegowania jej prawa do dysponowania tak męskim atrybutem, jakim jest władza” (Bourdieu 2004, 117). Jednocześnie wskazuje on, że „dostęp do pozycji związanych z jakąkolwiek władzą lokuje kobiety w sytuacji *double bind*; gdy zachowują się jak mężczyźni, narażają się na utratę *kobiecości*, kwestionują bowiem naturalne prawo mężczyzn do zajmowania pozycji, z których wypływa władza; z kolei zachowując się kobieco, wywołują wrażenie bycia nie na miejscu czy niezdolności do sprawowania władzy” (Bourdieu 2004, 84; zob. też Bulawka 2013). Wizerunkowa funkcja może skłaniać kobiety do baczniejszego doboru garderoby, gdyż zbyt dowolny strój, makijaż czy fryzura mogą sugerować bycie powierzchowną i pozbawioną kompetencji. *Dress code* obowiązujący mężczyzn jest prostszy i bardziej jednoznaczny: ciemny garnitur, (biała lub niebieska) koszula i krawat⁹⁴ (Eckert 2010, Cwalina i Falkowski 2006). Być może z powodu zróżnicowania

⁹² Zdolności komunikacyjne – radzenie sobie z problemami, umiejętności negocjacyjne i łatwość w nawiązywaniu kontaktów – określiły mianem *kompetencji*, a sposób uprawiania polityki – delegacje, obecność na balach i wydarzeniach kulturalnych – jako czynności. Podkreśliły również znaczenie motywacji i działania dla dobra innych dla wizerunku kobiety-polityczki.

⁹³ Kobiety częściej niż mężczyźni podkreślały inteligencję polityczek i kojarzyły je z garsonkami, doceniały łatwość radzenia sobie z problemami i nawiązywania kontaktów. Częściej też podkreślały znaczenie działalności politycznej (delegacji i uczestnictwa w wydarzeniach) oraz walki o prawa obywateli.

⁹⁴ Zmiana stylu ubioru przez Jacka Kuronia z dżinsów i koszuli na ubiór godny *gentlemana* nie zjednała mu sympatii, gdyż uznano to za próbę *przebrania się*. Jego pierwotny strój był odbierany jak odbicie osobowości, przez co przysparzał mu sympatii (Cwalina i Falkowski 2006).

kobiecy strój jest bardziej widoczny i częściej oceniany (jako np. zbyt: nudny, ekstrawagancki, sexy, infantylny lub przeciwnie: za mało sexy; Bulawka 2013, zob. też Gawor i Mandal 2007). Zdaniem Anny Pacześniak „[k]obiecość ciągle kojarzy się z cielesnością i kobiety politycy nie stanowią tu wyjątku. Są one nieustannie i jakby mimochodem rozliczane ze swej atrakcyjności, a metafory związane ze sferą seksu same garną się na język” (Pacześniak 2010, 269).

Od końca XX w. pojawił się nowy fenomen kulturowy, który Brian McNair określił jako *kulturę striptizu*. Dosłowne i metaforyczne obnażanie się nie tylko jest dozwolone, ale wręcz oczekiwane (McNair 2002). Zdaniem Michelle Perrot „[k]obieta to wygląd zewnętrzny” (Perrot 2009, 54). Fenomen ten widoczny jest także w polskiej sferze publicznej: kandydatki na posłanki obnażają swoje ciała na plakacie Polskiej Partii Kobiet czy w spocie Katarzyny Lenart (Wprost 2011). James Devitt twierdzi, że „jeżeli cechy personalne kandydujących kobiet są prezentowane kosztem przedstawiania w sytuacjach problemowych, mogą one być postrzegane jako nieposiadające legitymizacji potrzebnej do działania w sferze publicznej, gdzie plany ekonomiczne są znacznie bardziej cenione niż odpowiedni strój” (Devitt 2002, 449; tłum. własne).

Znaczącą rolę odgrywają media, „utrwalają[ce] stereotyp, że kobiety są zainteresowane głównie wyglądem. Już samo definiowanie kobiet jako płci pięknej sugeruje wymagania jakie przed nimi stoją” (Walerjan 2010, 188). Kobieta to przede wszystkim nogi (Graff 2011, Mrozowski 2001). Zdaniem Robin Lakoff przedstawianie kobiet aspirujących do wysokich stanowisk publicznych w seksualnym kontekście jest najlepszą metodą ich dyskredytowania, gdyż ukazuje je jako służące, a nie konkurentki oraz kwestionuje zasadność poważnego ich traktowania (Lakoff 2009). Anna Pacześniak podkreśla, że „[d]ziennikarze sejmowi oraz parlamentarzyści tworzą rankingi najseksowniejszych posłanek, skupiając uwagę wyłącznie na ich walorach cielesnych. Niektórzy sprawiają wrażenie, iż oczekują, że partyjne koleżanki będą w polityce tylko po to, by cieszyć męskie oko”, a przywódczynię pokroju Hanny Suchockiej określają mianem *kobietonów*, z którymi nikt nie chciałby się należeć na bezludnej wyspie. Oceniają je nie przez pryzmat kompetencji, lecz relacji intymnych (Pacześniak 2010, 267)⁹⁵. Wygląd fizyczny jest mieczem obosiecznym: „nieszczęściem jest, jeśli kobieta polityk jest atrakcyjna, bo kłóci się to z powagą funkcji, którą pełni. Paradoksalnie jednak, jeśli urody jej brak, jej działalność polityczna bywa odczytywana jako reakcja na frustrację, spowodowaną brakiem urody. Tak naprawdę każde jej działanie będzie interpretowane jako zbyt lub przeciwnie – niekobiece” (Szpunar 2010, 47; zob. też Eckert 2010). Uroda umniejsza znaczenie

⁹⁵ Pojawia się zatem pytanie o hasło *prywatne jest polityczne* i rozdział obu sfer życia: męska prywatność zdaje się silniej oddzielona od działalności politycznej niż kobieca, która wydaje się nierozdzielnie z nią związana.

kobiet zmuszając do udowadniania swoich umiejętności oraz stanowi alternatywę względem obowiązków, wiedzy i sukcesów. Również wiek ma znaczenie: młodsza kobieta budzi bardziej pozytywne skojarzenia niż starsza kobieta i młody mężczyzna, a poziomem sympatii dorównuje starszemu mężczyźnie (Kluczyńska 2010). Piękna i niekompetentna kobieta jest obiektem drwin i obnaża motywy partii (przykład Magdaleny Ogórek, SLD, wybory w 2015 r.).

Kobiety sięgające po władzę, zwłaszcza nieurodzone, mogą zostać napiętnowane jako dążące do destabilizacji społecznego ładu feministki. Kobieta w polityce musi zatem posiadać cechy uznawane za męskie, jednocześnie udowadniając swoją kobiecość (Środa 2012, Kluczyńska 2010, Buć 2009, Sznajder 2009). Dawniej zaangażowane politycznie kobiety przedstawiano jako karykatury mężczyzn (z monokłami, brodą lub cygarem; Pawlak-Hejno 2014, Perrot 2009, Werbner 2007), a ich działania trywializowano i delegitymizowano (Ashley i Olson 1998). Niechęć do feministek przekłada się na kobiety posądzane o hołdowanie prorównościowym ideałom, przez co sama działalność polityczna może być stygmatyzująca. Zdaniem Ewy Dąbrowskiej-Szulc odcinanie się od feministycznych postulatów oraz lekceważące wypowiedzi o feministkach bez wiedzy o ich działaniach stanowią strategię sejmowego przetrwania. Kobiety unikają również zachowań skutkujących nadaniem im etykiety agresywnych (Dąbrowska-Szulc 2009), muszą więc odpowiednio zbalansować wizerunki polityka i kobiety, będąc pod obserwacją mediów (Banwart 2010).

Wizerunek polityki, zdaniem Partycji Eckert, związany jest z transmisją wzorców rodziny do przestrzeni pozarodzinnej: „[m]odel rodziny przenoszony jest do sfery publicznej oraz do polityki. Ta z kolei jest uważana za całkowicie męską domenę, do której kobiety nie mają dostępu” (Eckert 2010, 271). Wydaje się, że polityka ma budować męskie ego: zdaniem Pierre’a Bourdieu (Bourdieu 2004) chłopcy *grają w politykę* aby udowodnić lub zasymulować, że są mężczyznami. Panuje przekonanie, że polityka to brutalna i pełna agresji profesja, która nie jest domeną wrażliwych i delikatnych kobiet, lecz silnych i rywalizujących mężczyzn (Chibowska 2012, Wawrowski 2009, Fuszara 2007, Gawor i Mandal 2007)⁹⁶. „Od polityka wymaga się niezależności, agresywności, stanowczości, co jednoznacznie kojarzy się z cechami przypisywanymi mężczyznom” (Eckert 2010, 271; zob. też Moore i Dewberry 2012) Politycy często posiadają cechy makiaweliczne i postrzegani są jako „zachowujący dystans emocjonalny wobec innych (niski poziom empatii), niepoddający się prośbom i naciskom –

⁹⁶ Polityków często cechuje wzór zachowania typu A: „(...) silna potrzeba osiągnięć, silne tendencje rywalizacyjne, potrzeba uznania, skłonność do nieustannego angażowania się w różnego rodzaju aktywności, impulsywnego i szybkiego działania (...)” (Gawor i Mandal 2007, 80-81).

o ile nie widzą w tym osobistej korzyści” (Gawor i Mandal 2007, s. 81). Kobiety nie chcą uczestniczyć w polityce rozumianej jako brutalna, partyjna gra/wojna na wyniszczenie, w której uczestniczą *bezwzględni gracze* (Brzoza 2017; Fuszara 2013c, Marszałek-Kawa 2010, Gawor i Mandal 2007). W rozgrywkę włączają się media, dążące do konwergencji walki i pojedynku z farsą i błazenadą (Golinowski 2012), tworząc nową polityczną rolę: *harcownika*: „to żołnierz, rycerz wychodzący na ochotnika by stoczyć indywidualny pojedynek (na ogół przed wielką bitwą) mogący stać się drogą do sławy i honoru” (Pawelczyk 2012, 10). Obecnie kampania wyborcza stała się *kampanią permanentną*, przekształcając się w kampanię polityczną, łączącą kampanię wyborczą z prowadzeniem polityki (Churska-Nowak i Fojutowski 2012), zbliżającą się do *politainment* (Bauer 2010). Prowadzi to do krystalizacji niepożądanych postaw wobec polityki: śmiechu, zażenowania, pogardy i obojętności⁹⁷ (Churska-Nowak i Fojutowski 2012). Z drugiej jednak strony, im bardziej polityka postrzegana jest jako partyjna przepychanka i odchodzi od ideału merytorycznej dyskusji, tym bardziej wzrasta sympatia dla tych polityków, którzy kierują się wiedzą i rozważą, dzięki czemu zyskują poparcie również kobiety, niezależnie od przynależności partyjnej (Paczeński 2010).

Nie bez znaczenia jest także brak inspirujących wzorców (Dąbrowska-Szulc 2009). Kobiety pełniące najważniejsze funkcje „stanowią wzór kobiety polityka, przekonują o kompetencjach kobiet, zmieniają świadomość i stereotypy płci, a tym samym pociągają za sobą niejednokrotnie [ich] awans[e]”, budując nowy wzór efektywnej kobiety (Fuszara 2013c, 76). Michelle Perrot (2009) wskazuje na istnienie zjawiska *milczenia źródeł*, czyli ignorowania i braku informacji o kobietach działających w nietypowych kontekstach, czy wręcz niszczenia dokumentów. Co prawda istnieją zarówno zagraniczne (Żelazna Dama⁹⁸), jak i polskie wzorce (Danuta Hübner), lecz są one nieliczne⁹⁹ lub mało znane. Kobiety w historii pojawiały się najczęściej w tle, jako wsparcie mężczyzn (Roux 2010). Działaczki społeczne i kobiety walczące o równe prawa kojarzone są dziś z feminizmem i z racji tego wykreślane z kart historii, znane pod zbiorczą nazwą *sufrażystek*, a historia kobiet jest historią zapomnianą

⁹⁷ Badania potwierdzają celność metaforycznego sposobu rozumienia polityki: 51% pytanym określa wzajemny stosunek konkurentów jako walkę, 22% jako rywalizację sportową, a jedynie 14% jako kooperację (Churska-Nowak i Fojutowski 2012). Atrakcyjność polityki powoli spada, a jej wizerunek uległ pogorszeniu (EIGE 2014). Znaczący wpływ na to w opinii respondentów mają media: spadek zainteresowania polityką jest pogłębiany przez nagłaśnianie konfliktów i walkę polityczną, stanowiące sedno medialnego wizerunku polityki (Trutkowski 1999).

⁹⁸ Określenie to konotuje osobę silną, asertywną feministkę, twardą i zdolną do stosowania przemocy, niemal superkobietę (Bulawka 2013). Przydomek Żelazna Dama nadano Margaret Thatcher.

⁹⁹ Zdaniem Natalii Saraty „łatwość, z jaką przychodzi wskazywanie kobiet zajmujących wysokie stanowiska czy pełniących ważne funkcje publiczne, jest tylko pozornym dowodem równości – sama ona stanowi dowód na to, jak bardzo kobiety wyróżniają się z męskiego tła, ich wyrazistość, specyficzność dowodzą, jaką rzadkość stanowią” (Sarata 2011, 275).

(Solarzka 2016, Dąbrowska-Szulc 2009, Perrot 2009). To nie pomaga kobietom w budowaniu pewności siebie i wiary w swoje możliwości.

2.2.7 Dodatkowe bariery na najwyższych stanowiskach politycznych

Przed kobietami na stanowiskach ministrów i głów państw przeszkody się kumulują. Skład rządu najczęściej dobierany jest spośród parlamentarzystów (choć, jak wskazałam w rozdziale 2.1.2.2., w Polsce nie jest to regułą, a zdarzały się rządy, w których zdecydowana mniejszość kobiet-ministrów była posłankami), a zatem naturalną konsekwencją mniejszej liczby kobiet w parlamencie jest ich mniejszy udział we władzach (Paxton i Hughes 2010; także partyjnych: Sekuła 2011). Po drugie, nawet jeśli kobieta do rządu się dostanie, najczęściej otrzymuje ministerstwa mniej znaczące. Zdaniem Paxton i Hughes (2010; zob. też Pacześniak 2006, Suska 2005) związane jest to ze sprofilowaną płciowo pracą w komisjach: kobietom przypadają *miękkie* zagadnienia, mężczyznom zaś związane z ważniejszymi sprawami, przez co mogą zdobywać niezbędne dla ministerialnych posad doświadczenie, które nie staje się udziałem kobiet.

Istotny jest także styl przywództwa, bardziej znaczący niż styl uprawiania polityki (zob. Domaradzka 2009). „Tradycyjnie efektywne przywództwo jest związane z agresją, współzawodnictwem, dominacją i decyzyjnością” (Paxton i Hughes 2010, 328), a zatem przymiotami męskimi, choć Monika Klimowicz wskazuje na wyniki badań dowodzące, że w normalnych warunkach pracy nie ma różnicy między kobietami a mężczyznami w tym zakresie (Klimowicz 2009). Przybieranie męskiego stylu przywództwa może skutkować natomiast negatywną oceną kobiet ze strony wyborców¹⁰⁰ (Paxton i Hughes 2010).

¹⁰⁰ Przybranie kobiecego stylu może mieć nieprzewidywalne skutki, czego dowodzą negatywne oceny wizerunków Hanny Gronkiewicz-Waltz (Środa 2012, Pacześniak 2010) i Segolene Royal (Eckert 2010) oraz skutkujący wyborczym sukcesem, macierzyński wizerunek Ellen Johnson-Sirlead (Paxton i Hughes 2010). Z drugiej strony, zbyt *męski* wizerunek także może mieć negatywne skutki, czego doświadczyła Hillary Clinton (Bulawka 2013).

3 Media i polityczki

Problematyka mediów jest zagadnieniem bardzo ciekawym, ale także dość skomplikowanym. Nie tylko nie ma wśród badaczy zgody w ocenie możliwości oddziaływania mediów na odbiorców, ale problem pojawia się również podczas prób ustalenia związków przyczynowych. Z jednej strony można zakładać, iż media wpływają na sposób myślenia i postrzegania świata przez odbiorców, z drugiej zaś można również argumentować, iż poglądy te od początku są zbieżne, gdyż ludzie poszukują mediów spełniających ich oczekiwania, także w wymiarze ideologiczno-aksjologicznym. Jakkolwiek problematyczne zdaje się rozstrzygnięcie powyższego dylematu, można stwierdzić, że przekazy medialne mają swój udział w tworzeniu kultury, stanowiącej źródło wiedzy o świecie. Harold Lasswell podkreślał znaczenie mediów w procesie transmisji dziedzictwa kulturowego (Lasswell 2007), a Doris Graber mówiła wręcz o intencjonalnej manipulacji (Graber 2010). Badania wykazały, że już kilkuletnie dzieci, które częściej od rówieśników oglądały telewizję, wykazywały większą pewność odnośnie do tego, jakie prace i zadania leżą w gestii kobiet, a jakie mężczyzn (Siemieńska 1997).

Nie wszystkie media posiadają identyczny potencjał oddziaływania na jednostki. Jednym z najważniejszych czynników warunkujących ich potencjalny wpływ jest pokładane w nich zaufanie (zob. Sztompka 2007). Takie gatunki medialne, jak serwisy informacyjne czy filmy dokumentalne cieszą się większą wiarygodnością niż seriale czy filmy fabularne, a dzieje się tak nie tylko za sprawą zawartości, ale również sposobu prezentacji (Street 2006). Istotny jest również kanał, którym podąża przekaz: potencjalnie duże znaczenie mają te media, które pozostają w kręgu tradycyjnych sposobów nadawania¹⁰¹. Do takich mediów należą telewizja, prasa i radio, przy czym telewizja i radio mają nad odbiorcą tę przewagę, iż serwowane przez nie treści odbierane są *ad hoc*, w kolejności nadawania (pomijam problem zappingu) i nie wymagają wysiłku ze strony odbiorcy (Toeplitz 2006). Czytanie/przegląd prasy natomiast może być tyleż selektywny, co chaotyczny. Z drugiej jednak strony, przekazy prasowe mają dłuższy okres oddziaływania (od jednego dnia do nawet kilku miesięcy), uzależniony od tego, jak często sięga się po daną pozycję i ile razy (oraz w jakich warunkach) czyta się ten sam artykuł. Przekazy nadawane w radiu i telewizji cechuje efemeryczność i bez zastosowania

¹⁰¹ Od nadawcy do odbiorcy, z ewentualnym odroczonym sprzężeniem zwrotnym. W internecie dostępne są komentarze, mogące osłabiać siłę oddziaływania przekazów, zwłaszcza gdy są krytyczne. Możliwa jest tu również manipulacja przekazem, niedostępna dla mediów tradycyjnych: można przedstawić informacje w sposób kontrowersyjny, mający wywołać dyskusję i w efekcie propagować odmienny od prezentowanego punkt widzenia.

dodatkowego sprzętu (np. nagrywarki) nie sposób do nich powrócić¹⁰². Odmienny jest także typ przekazywanych komunikatów: o ile media audiowizualne prezentują świat za pomocą obrazowych, budzących emocje, wyrwanych z kontekstu migawek, o tyle prasa ma większy potencjał w zakresie prezentowania wzbogaconych o tło, wielowymiarowych, pełnych informacji oraz abstrakcyjnych idei. Cechy przekazów zbiegają się z oczekiwaniami publiczności: w radiu i telewizji widzowie częściej szukają rozrywki, zaś w mediach drukowanych – informacji (Siemieńska 1997). W tym kontekście wskazuje się, że telewizja nie tylko zmieniła sposób prezentowania i odbioru polityki, ale także definicję zadań liderów oraz ocenę tego, kto w pierwszej kolejności powinien ubiegać się o urząd (Hart 1999).

Potencjalna siła oddziaływania uaktywnia się przy każdym kontakcie z przekazem. Można zakładać, że światopogląd odbiorcy będzie stopniowo upodabniał się do światopoglądu medialnego wraz ze wzrostem częstości kontaktu z nim. Prawdopodobieństwo ta, zweryfikowana przez George'a Gerbnera, została nazwana *teorią kultywacji* (Baran i Davis 2007). Chociaż nie uwzględnienia ona cech demograficznych i procesu odbioru przekazu, badania zdają się potwierdzać jej założenia¹⁰³. Z teorią kultywacji wiążą się również tzw. *luki recepcyjne* i zjawisko *danych z jednego źródła*, w myśl których światopogląd odbiorcy staje się tym bardziej homogeniczny i spójny z ideologią mediów, im bardziej jednolitą wizję rzeczywistości oferują odbierane przez jednostkę komunikaty. Brak kontaktu z odmiennymi punktami widzenia (np. odmiennymi ideologicznie mediami) ogranicza znajomość kontrargumentacji i alternatywnych eksplanacji, zawężając tym samym perspektywę odbiorcy (Pratkanis i Aronson 2008). Efekt ten potęguje tzw. *współbrzmienie*, czyli spójność przekazu płynącego z mediów z doświadczeniami widzów (Baran i Davis 2007).

Zgodnie z koncepcją Alberta Bandury, już sam kontakt z przekazem może prowadzić do modelowania postaw w zależności od działań i sympatii do bohaterów programów medialnych (Baran i Davis 2007, Kubicka i Kołodziejczyk 2007, Siemieńska 1997). Jak wynika z badań Paula Lazarsfelda, istotne dla sposobu odbioru są grupy (oraz ich liderzy, zwani *liderami opinii*; zob. też Siapera 2010), w których ludzie się obracają, co określa się mianem *teorii dwustopniowego odbioru* (Baran i Davis 2007). Współcześnie, w społeczeństwie jednostek (Riesman 2011) przekazy medialne mają większą moc oddziaływania na ludzi ze względu na spadek znaczenia tradycyjnych wspólnot lokalnych, osłabienie więzi grupowych

¹⁰² Współcześnie przekazy te są publikowane w sieci, jednak jest to zależne od wydawcy.

¹⁰³ W polskiej rzeczywistości społecznej, pomimo iż poglądy telewidzów odbiegają od rzeczywistego obrazu świata, teoria ta wydaje się wyjaśniać jedynie niewielki procent różnic (Kubicka i Kołodziejczyk 2007).

i ewolucję w kierunku *Gesellschaft* (Street 2006). W efekcie obraz prezentowany w mediach kształtuje opinie widzów (również o polityczkach) nie przechodząc przez filtr społeczny.

Z perspektywy niniejszej pracy istotna wydaje się także koncepcja *dwutorowości przekazu* autorstwa Richarda Petty'ego i Johna Cacioppo, zgodnie z którą uznaje się, iż media mogą oddziaływać na ludzi na dwa sposoby: apelując do rozumu lub do emocji (Szymków-Suziarska 2012, Cwalina i Falkowski 2006, Wojciszke 2006). Duże znaczenie dla drogi, którą podąży komunikat mają takie zmienne, jak pora kontaktu z przekazem czy cechy osobowe (Kenrick, Neuberg i Cialdini 2006). Można oczekiwać, że komunikaty prasowe powinny podążać centralną, telewizyjne zaś obwodową drogą perswazji. Obrazy mają potencjał przekierowywania przekazu na drogę obwodową za sprawą pobudzenia emocjonalnego. W przypadku centralnej, ośrodkowej drogi można oczekiwać, że zmiany postaw będą trwalsze, stabilniejsze i odporniejsze na kontrargumentację niż postawy wykształcone w efekcie oddziaływania peryferyjnego, cechujące się efemerycznością i zmiennością (Fortuna 2004). Należy pamiętać, że w procesie odbioru istotne są również takie zmienne, jak charakterystyka społeczno-demograficzna odbiorcy, jego przekonania, kontekst społeczno-przestrzenny odbioru oraz motywacja (Kenrick, Neuberg i Cialdini 2006, Street 2006, Wojciszke 2006).

Jedną z funkcji wypowiedzi, również tych prezentowanych w mediach, jest funkcja impresywna, powiązana z perswazją (Wierzbicka, Wolański i Zdunkiewicz-Jedynak 2008). Zakłada się, że przekazy medialne są konstruowane w sposób celowy i świadomy: John Street twierdzi, że niezbędne jest postawienie pytania *dlaczego* powstał konkretny artykuł i *dlaczego* akurat takie, a nie inne zdjęcia zostały w nim zamieszczone (Street 2006). Pozwala to odbiorcy doszukiwać się w każdym przekazie intencji nadawcy (dziennikarza, pisma, redakcji) lub mu ją przypisać bez względu na rzeczywiste zamierzenia autora. Zabieg ten, w połączeniu z *ethosem* dziennikarza jako osoby wiarygodnej i kompetentnej, legitymizuje punkt widzenia zaprezentowany w artykule (Sobczak 2014a).

W kolejnych podrozdziałach przeanalizuję znaczenie mediów w kontekście polityczno-kulturowym oraz zaprezentuję medialne wizerunki kobiety i polityczki, wskazując na ich podobieństwa i różnice. Można założyć, że medialny wizerunek kobiety będzie zbieżny z wizerunkiem kobiety w kulturze (zob. rozdz. 1.2.), jednak należy zadać pytanie o to, czy polityczki przedstawiane będą w kontekście swojej kobiecości, czy też działalności publicznej (zob. rozdz. 2.2.6.). Ostatni podrozdział stanowi próbę zestawienia technik, którymi posługują się twórcy przekazów medialnych w celu wywarcia zamierzonego wrażenia.

3.1 Media, demokracja i kobiety

Zdaniem Ronalda Ingleharta, Pippy Norris i Christiana Welzela, jeśli większość obywateli nie posiada praw politycznych, to nie możemy mówić o demokracji (Inglehart, Norris i Welzel 2002). Duża dysproporcja między składem demograficznym społeczeństw a gremiami decyzyjnymi stanowi dowód na to, iż niektóre głosy są tłumione (Phillips 2003a). Krzysztof Ołdakowski postrzega media jako źródło wiedzy o świecie do tego stopnia, że brak informacji w nich oznacza brak istnienia (Ołdakowski 2010). Z tego powodu „[m]edia, jako instytucja demokratyczna, powinny pracować na rzecz złagodzenia nierówności genderowych w reprezentacji poprzez traktowanie kandydatek i kandydatów w podobny sposób” (Uscinski i Goren 2011, 892). Nawet w Pekińskiej Platformie Działania jako cel strategiczny J.2 przyjęto zasadę, w myśl której należy „[p]romować zrównoważony i niestereotypowy obraz kobiety w mediach” (UNIC Warsaw 2003).

Media odgrywają znaczącą rolę w procesach demokratycznych chociażby dzięki temu, że stanowią główne źródło informacji (nie tylko z dziedziny polityki; Siemieńska 1997, Schulz 1995). Zdaniem Jamesa Careya media i demokracja są dla siebie nawzajem niezbędne i stanowią dwie nazwy na to samo (Carey 2000). Alexis de Tocqueville uważał, że prasa stanowi warunek współdziałania i krystalizacji opinii oraz tworzenia grup ideologicznych we współczesnym mu społeczeństwie. Ferdinand Tönnies dostrzegał potencjał prasy w zakresie budowania więzi społecznej oraz postrzegał ją jako element niezbędny dla postępu technicznego i intelektualnego. Charles Cooley widział w prasie potencjał wytwarzania solidarności grupowej w wielkich zbiorowościach i uważał, że stwarza ona warunki dla powstania nowej indywidualności, wynikającej nie z alienacji, ale z możliwości wyboru spośród różnaitości komunikowanych treści (Kłoskowska 2005). Znaczenie dla kształtowania się opinii społecznej podkreśla również Winfried Schulz, wskazując na podstawie badań, że różni aktorzy i tematy¹⁰⁴ mają nierówne szanse na zaistnienie w medialnym dyskursie: szansa ta zależna jest wprost proporcjonalnie do statusu społecznego i zakresu posiadanej władzy. Członkowie dużych partii politycznych i przedstawiciele władzy wykonawczej mają większe szanse medialnego zaistnienia niż członkowie parlamentu, opozycji oraz małych i nowych partii (Schulz 1995). Ma to związek z przekonaniem „co jest normalne i akceptowalne w społeczeństwie. W produkcji wiadomości obejmuje to przekonania odnośnie do hierarchii

¹⁰⁴ Zdaniem Johna Streeta tematy poruszane w kampaniach wyborczych mają więcej wspólnego z tym, co politycy uznają za ważne, niż z tym co za istotne uważa społeczeństwo (Street 2006).

dostępu, do tego kto ma prawo zabrać głos, jakie są kluczowe instytucje polityczne i jakie zachowanie jest *akceptowalne*” (Philo 2014, 5).

Odnosząc się do idei *gazety totalnej* autorstwa Daniela Hallina można powiedzieć, że współcześnie coraz częściej przekazy mają służyć reklamie zamiast budowaniu społeczeństwa obywatelskiego (Street 2006; Hallin 2000). Można zaobserwować trend w dziennikarstwie określany mianem *epoki postobiektywizmu*: dziennikarz nie jest już zobligowany do obiektywności, lecz powinien jasno przedstawiać swoje poglądy, aby odbiorcy uzyskali ramy interpretacyjne umożliwiające zrozumienie i ocenę (Jakubowicz 2013; zob. też Curran 2007). Wydaje się, że odejście od ideału obiektywności jest niezgodne z podstawowymi założeniami demokracji, w której „zakłada się, że żadna grupa czy układ interesów nie są systematycznie przedkładane nad inne, a informacje udostępniane obywatelom są dokładne i bezstronne” (Street 2006, 14). Zdaniem Johna Streeta dziennikarz ma prawo otwartego wyrażania opinii (czemu może służyć felieton), ale w przypadku relacji z wydarzeń powinien trzymać się faktów i neutralnie opisywać konkurujące ze sobą stanowiska. W praktyce można jednak zaobserwować odchodzenie od sprawozdawczości i ideału reportera na rzecz komentowania posunięć i roli krytyka (często w formie rozrywkowej, wykorzystującej drwinę i szyderstwo). „Stronniczość mediów oznacza przede wszystkim, iż działania dziennikarzy prowadzą do powstania artykułów i programów faworyzujących jeden światopogląd kosztem innych, tym samym wzmacniają jeden układ interesów, a osłabiają układ alternatywny. (...) W równym stopniu odnosi się ono [pojęcie stronniczości] do różnych systemów wartości, sposobów przedstawiania kobiet i mężczyzn, obrazów grup etnicznych, krajów i narodów” (Street 2006, 14; zob. też Entman 1996).

Ideologiczne przekonania stanowią podstawę dla wnioskowania o stronniczości także z perspektywy Johna Thompsona, który wymienia reifikację jako jeden z jej przejawów¹⁰⁵. Media prezentują świat jako naturalnie uporządkowany, odmawiają racji podmiotom dążącym do zmiany (Street 2006), postrzegany jako zagrożenie dla społecznego ładu i oddają głos środowiskom popierającym *status quo*. Określając takie działania mianem *nastawienia proestablishmentowego*, Lance Bennett wskazuje trzy towarzyszące mu zasady konstruowania informacji: dramatyzację, personalizację oraz fragmentaryzację (Płudowski 2008).

¹⁰⁵ Johna Thompsona cztery tryby komunikowania stronniczości: uzasadnienie jednej wersji (poparcie opinii publicznej, eksperta lub autorytetu), zatajenie (ukrycie określonych stosunków społecznych, np. przypisanie winy jednostce za efekt działania procesów społecznych), rozdrobnienie (ukazywanie grup jako przeciwstawne, podczas gdy w rzeczywistości mają wspólny cel) oraz reifikacja (Street 2006).

Przygotowując artykuł, dziennikarz może posługiwać się jednostronnymi opiniami oraz przypisywać odmienne znaczenie tematowi w zależności nie od ich faktycznej doniosłości społecznej, lecz od subiektywnych preferencji. Dążenie do widzialności medialnej skutkuje organizacją tzw. *pseudo-wydarzeń* – wydarzeń inscenizowanych w celach sprawozdawczych: manifestacji, wizyt państwowych, konwentów, itp. (Schulz 1995), mogących nabrać nowego znaczenia jako *wydarzenia medialne* (Dayan i Katz 2008). *Pseudo-wydarzenia* mogą być przez nieprzychylnie im media przemilczane, co stoi w sprzeczności z przyświecającymi im założeniami. Zdaniem Daniela Boorstina, autora tego pojęcia, mogą one wywołać efekt samospełniającego się proroctwa: organizowane w celu poprawy wizerunku, w istocie mogą prowadzić do efektu odmiennego od zamierzonego (Boorstin 2012; zob. też Viens 2014).

Todd Gitlin wskazuje na spadek znaczenia prasy. Dotychczas ceniona, prasa staje się mniej atrakcyjna i przegrywa w konkurencji z bardziej interaktywnymi i nasyconymi wizualnością mediami, w których odbiorcy mogą selekcjonować przekazy zgodnie z własnymi preferencjami (Gitlin 2009). Media, zdaniem Bogusławy Dobek-Ostrowskiej (Dobek-Ostrowska 2011; zob. też Jakubowicz 2013, McQuail 2008), pełnią kilka zasadniczych funkcji: informacyjną, edukacyjną, kontrolną (*watchdog*), promocyjną, orędownika/adwokata oraz stanowią platformę do debaty publicznej. Umożliwianie debaty publicznej jest bardzo istotną funkcją, a jej realizacja pozwala na artykulację różnych punktów widzenia, opinii i poglądów. Równie istotna z perspektywy niniejszej pracy jest funkcja promocyjna, określająca medialne możliwości prezentacji kandydatów, partii i ich programów. Obecność w mediach jest niezbędna dla zaistnienia polityka¹⁰⁶, co podkreśla Małgorzata Bogunia-Borowska. Twierdzi ona, że pozycja i wartość polityków, podobnie jak celebrytów, zależy od stopnia ich widzialności w mediach, ponieważ to, co widzialne, kształtuje postawy (Bogunia-Borowska 2012). John Street twierdzi, iż „[c]asem można odnieść wrażenie, że ‘polityka’ to jest *właśnie* to, co pojawia się w telewizji czy prasie, że w życiu politycznym liczy się tylko wizerunek: ci, którzy mają władzę nad obrazem, panują nad rzeczywistością; nie mamy już prawdziwej polityki, mamy politykę wirtualną” (Street 2006, 5; zob. też Pratkanis i Aronson 2008).

Zdaniem Jespera Strömbäcka (2008) pojęcie *mediatyzacji* nie powinno być mylone z pojęciem *mediacji*, polegającej tym, że media stają się głównym kanałem transmisji informacji i metodą komunikacji między rządzącymi a rządzonymi, mediatyzacja jest natomiast procesem przebiegającym fazowo. Pierwsza faza mediatyzacji tożsama jest z procesem mediacji i obejmuje „stopień, w którym media są uważane za najważniejsze lub dominujące

¹⁰⁶ W jednym z badań respondent przyznał, że „obecność w głównym wydaniu dziennika znaczy więcej niż pół roku spotkań z objazdami po kraju” (Trutkowski 1999, 39).

źródło informacji dotyczących polityki i społeczeństwa” (Strömbäck 2008, 234). Druga faza obejmuje wzrost niezależności mediów i kierowanie się medialną logiką w miejsce politycznej. Media przestają być przekaznikiem informacji preferowanych przez rozmaite źródła, a zaczynają same wnioskować o tym, co jest odpowiednie, uwzględniając przy tym jedynie ich własną perspektywę: biorąc pod uwagę takie czynniki jak format, normy, wartości i profil widowni. Pociąga to za sobą wzrost profesjonalizacji, pragmatyki i komercjalizacji. Trzecia faza to dalszy wzrost znaczenia i niezależności mediów do tego stopnia, że politycy i inni aktorzy społeczni zmuszeni są dostosować się do nich. Wzrasta również znaczenie umiejętności zarządzania informacjami. W tej fazie „media stały się tak istotne, że ich formaty, zawartość, gramatyka i rytm – logika mediów – stały się tak perswazyjne, że – co najważniejsze – żaden społeczny aktorzy potrzebujący interakcji z publicznością lub możliwości wpływania na opinię publiczną nie mogą ignorować mediów i nie adaptować się do logiki mediów” (Strömbäck 2008, 238). W tym kontekście „[z]apośredniczona medialnie rzeczywistość jest ważniejsza od prawdziwej rzeczywistości w tym sensie, że to zapośredniczona rzeczywistość jest tym, do czego ludzie mają dostęp i na co reagują” (Strömbäck 2008, 238) i z tego względu wydaje się, że „przekazywane przez media obrazy *rzeczywistości* zapewne mają wpływ na sposób postrzegania *rzeczywistości* przez ludzi” (Strömbäck 2008, 230). Replikacja zapośredniczonej rzeczywistości wydaje się działać na zasadzie samospełniającego się proroctwa z racji braku alternatywnych rzeczywistości, które mogłyby być kształtowane przez logiki znacząco odmienne od medialnej. W efekcie ludzie działają w obrębie medialnych faktów.

W czwartej fazie aktorzy społeczni i polityczni adaptują się do logiki mediów i ich wartości, internalizują je i włączają do procesów rządzenia. W tym kontekście można mówić nawet o *kolonizacji* polityki do tego stopnia, że logika mediów i logika polityczna stają się nierozróżnialne. W takim ujęciu media nie tylko mają znaczenie dla wyobrażeń o świecie, ale również stają się punktem odniesienia dla działań politycznych, ukierunkowanych na medialność (Strömbäck 2008). Zdaniem Winfrieda Schulza, „[g]dy partie przystosowują swą aktywność w kampanii do *logiki mediów*, tzn. do wartości informacyjnych i form przedstawiania w mediach, zwłaszcza zaś telewizji, zmienia to jednocześnie charakter walki wyborczej”. Co więcej, „[r]ealna egzystencja polityków jest dla wyborców i tak drugorzędna, o wiele ważniejsza jest ich egzystencja w mediach oraz ich tam przekazywany image. O ich charakterze, ich politycznych zdolnościach i działaniach mogą sobie wyborcy wyrobić wyobrażenie z reguły tylko na podstawie egzystencji w mediach” (Schulz 1995, 74). W analogiczny sposób media oddziałują na sposób postrzegania przedstawicieli wszystkich grup społeczno-zawodowych, a zatem również i kobiet dążących do działalności politycznej.

W kontekście niniejszej pracy istotny jest potencjał mediów w zakresie tworzenia wyobrażeń o społeczeństwie, a zatem kreowania jego obrazu w umysłach odbiorców. Walter Lippmann (1998) twierdził, iż spojrzenie w przeszłość pozwala zrozumieć, jak bardzo nasza wiedza o społecznym środowisku i otoczeniu jest zapośredniczona pomimo tego, iż w nim żyjemy. Zwracał on uwagę na fakt, że ludzie wierzą w prawdziwość docierających do nich informacji, traktując je tak, jakby same w sobie były rzeczywistością. Jego zdaniem wielcy ludzie mają zazwyczaj dwie odmienne osobowości: publiczną i prywatną, a biografie często opisują nie tyle osoby, ile uwzniośnione wyobrażenia o nich. Jedynym odczuciem odnoszącym się do zdarzenia, którego ludzie osobiście nie doświadczyli, jest to, które pojawiło się jako jego mentalny obraz, co implikuje powstanie tzw. *pseudo-środowiska*, choć działanie podejmowane w oparciu o bodźce z niego płynące ma miejsce w rzeczywistości (*real environment*). „Musimy założyć, że to, co robi każdy człowiek, bazuje nie na bezpośredniej i pewnej wiedzy, ale na obrazach stworzonych przez niego lub jemu danych” (Lippmann 1998, 25).

Podobne założenia przyświecają *modelowi soczewki* autorstwa Ergona Brunswika. Zgodnie z tym modelem wyborca nie ma bezpośrednich informacji na temat polityka, widzi jedynie elementy otoczenia stanowiące soczewkę, przez którą ów polityk będzie postrzegany (Cwalina i Falkowski 2006; Brunswik 1956). W tym ujęciu doniesienia i wizerunki medialne odgrywają decydującą rolę w procesie *wyobrażania sobie* kandydata na podstawie wyglądu, zachowania oraz informacji o jego działalności i umiejętnościach. Koncepcje *soczewki*, *pseudo-środowiska*, *obrazów w głowach* oraz idee *hiperrzeczywistości* (Baudrillard 2005) i *hiperrealności* (Eco 1996), z którymi korespondują *pseudo-wydarzenia* dowodzą, że obraz medialny nie stanowi lustrzanego odbicia rzeczywistości, lecz aktywnie ją kreuje. Choćby był skrajnie nierealistyczny, staje się on dla odbiorców ich *światem życia* i determinuje ich aktywność: „[s]posób w jaki ludzie wyobrażają sobie świat determinuje co w każdym poszczególnym momencie ludzie robią. Nie determinuje tego, co ludzie osiągną. Determinuje ich wysiłki, uczucia, nadzieje a nie ich osiągnięcia i rezultaty” (Lippmann 1998, 25-26).

W tym duchu Lippmann definiuje propagandę jako „wysiłek żeby zmienić obraz na który ludzie reagują, żeby zastąpić jeden społeczny wzór innym” (Lippmann 1998, 26). Jego zdaniem świat, z którym ludzie muszą się zmagać, jest poza zasięgiem, jest niedostrzegalny. Z tego względu musi on być „eksplorowany, opisywany i wyobrażany”, a człowiek „stopniowo tworzy dla samego siebie, w swojej głowie, godny zaufania obraz świata będącego poza jego zasięgiem” (Lippmann 1998, 29). Zdaniem Jurgena Habermasa komunikacja, także zapośredniczona medialnie, jest niezbędna do powstania sfery publicznej (Habermas 2007), co implikuje tezę, że również sfera publiczna jest *wyobrażona* i medialnie *wykreowana*.

Logiczną konkluzją wynikającą z powyższego toku myślenia jest stwierdzenie, że „[t]elewizja i Internet nie są już lustrami, w których odbija się społeczeństwo, wręcz odwrotnie – życie społeczne staje się imitacją rzeczywistości ekranu (media jako główne źródło życiowych doświadczeń jednostki). W konsekwencji mamy do czynienia z kształtowaniem się kultury upozorowania, w której rzeczywistość społeczna miesza się z medialną, bez granicy rozróżnialności” (Melosik 2007, 47; cytata za: Zaworska-Nikoniuk 2010, 181). Należałoby do listy znaczących mediów dodać również i prasę, która „kreowała i kreuje wizerunki kobiet (również mężczyzn) w zależności od potrzeb społecznych, będąc środkiem perswazji politycznej i edukacyjnej” (Zaworska-Nikoniuk 2010, 183).

Świat zapośredniczony medialnie i bezpośrednio doświadczany przenikają się. Media mają potencjał kreowania rzeczywistości, która staje się hiperrzeczywistością pełną symulaków (Baudrillard 2005). „Ta hiperrzeczywistość medialna zastępuje rzeczywistość realną, a doświadczenie zdobyte poprzez kontakt z mediami, zastępuje rzeczywiste ludzkie doświadczenie. Media stają się współcześnie jednym z najpotężniejszych środowisk socjalizacyjnych, ich nadobecność powoduje utratę dystansu współczesnego człowieka do emitowanego za ich pomocą przekazu” (Zaworska-Nikoniuk 2010, 181-182). Media kształtują także przekonania dotyczące wydarzeń światowych, struktury społeczeństw i wszelkich społecznych zjawisk (Bagiński 2004). Można wręcz uznać, że hiperrzeczywistość zastępuje starą i się nową realnością, co wcale nie jest zjawiskiem niezwykłym – każdy element kultury w momencie swojego powstania stanowił symulakrum i dopiero po upowszechnieniu się stał się elementem nowej rzeczywistości społecznej (Sobczak 2014b).

Zdaniem Krzysztofa Teodora Toeplitza „media kształtują zachowania zbiorowisk ludzkich, a nawet wyznaczają charakter kultury. Przynoszą one również przesłania bardziej jednoznaczne, myśli i idee, których sens nie jest obojętny. Łączy się on w sposób całkowicie jednoznaczny z obszarem (...) władzy”¹⁰⁷ (Toeplitz 2006, 46). George Gerbner mówi wprost, iż „[k]ultura jest systemem przekazów kultywujących obrazy pasujące do ustanowionej struktury relacji społecznych. Z tego względu wiodącą jej funkcją jest podtrzymywanie oporu wobec zmiany. Funkcjonuje by skłonić ludzi do uznania życia za dobre a społeczeństwa za sprawiedliwe niezależnie od tego, jak sprawy mają się naprawdę” (Gerbner 1978, 47; tłum. własne). Obecnie media realizują zasadę *ukrytej perswazji*, która „nie polega na lansowaniu konkretnych poglądów o charakterze politycznym czy społecznym, lecz stara się kształtować postawy obyczajowe i zasady życiowe zgodne z interesami kręgów rządzących i decyzyjnych.

¹⁰⁷ Krzysztof Toeplitz uważał, że współczesna prasa realizuje raczej interesy grup kapitałowych i reklamodawców, niż jest głosem niezależnej opinii grupowej czy partyjnej.

Zasady te prezentowane są odbiorcom jako *naturalne*, wynikające z porządku świata, których nikt *normalny* nie zamierza kwestionować, zaś odstępstwo od nich jest anomalią i świadectwem dewiacji. Nagrodzona pokora, zaufanie autorytetom, dyscyplina i hierarchia w rodzinie są najczęściej spotykanymi modelami, na których popularyzowaniu skupia się *ukryta perswazja* warstw posiadających” (Toeplitz 2006, 78-79; zob. też rozdz. 1.2.).

Zdaniem Ireneusza Bobrowskiego „poglądy nasze są uzależnione od tekstów, z którymi się w życiu spotykamy” (Bobrowski 2012, 20). Siła oddziaływań mediów jest tym większa, iż składają się nań wypowiedzi implikujące ocenę: „[w]ypowiedź językowa nie odzwierciedla rzeczywistości w sposób lustrzany, ale ją interpretuje” (Laskowska 2012, 137), a każda interpretacja ma u swoich źródeł jakąś ideologię (Street 2006). W tym kontekście istotne jest negocjowanie znaczeń pomiędzy przekazem a odbiorcą (czy też inaczej: nadawcą i odbiorcą), przyznające widzom pewną autonomię w procesie dekodowania: „[r]zeczywistość ofiarowana przez media jest produktem negocjacji pomiędzy instytucjami medialnymi, przekazami i odbiorcami” (Kijewska 2010, 182). Istotny jest zatem sposób odbioru, mogący być w pełni zgodny z oczekiwaniami nadawcy (*dekodowanie preferowane*), częściowo z nimi zgodny (*dekodowanie negocjowane*) lub sprzeczny (*dekodowanie opozycyjne*; Mrozowski 2001).

Z tej perspektywy odmienne sposoby portretowania kobiet i mężczyzn w mediach są przejawem stronniczości oraz faworyzują patriarchalny, oparty na męskiej dominacji model rzeczywistości społecznej (zob. rozdz. 1.2.), a dziennikarze – świadomie lub nie – są obrońcami zorientowanych na mężczyzn norm, wartości i poglądów. Co więcej, utrzymywanie podobnego tonu przez różne media sprzyja powstawaniu luk recepcyjnych i może – w myśl teorii kultury – prowadzić do unifikacji obrazu świata odbiorców w danym względzie. Analiza sposobu przedstawiania kobiet i mężczyzn w mediach nie tylko może ujawnić poziom stronniczości mediów, ale również – poprzez wskazanie ewentualnych płaszczyzn, na których owa nierówność się przejawia – stanowić przyczynek do dyskusji nad problemem i prowadzić do zmian w kierunku sprzyjającym społeczeństwu obywatelskiemu. Twierdzę, że upodobnienie się wizerunków obu płci może prowadzić do upowszechnienia się obrazu kobiet jako profesjonalistek i osób decyzyjnych, co w efekcie może tworzyć klimat społecznej akceptacji dla ich udziału we władzy zarówno z perspektywy społeczeństwa, jak i indywidualnych aspiracji. Pojawia się analogia do dialektycznego procesu zmiany rzeczywistości społecznej poprzez język: zdaniem Dale Spender zmiana języka prowadzi do zmiany społecznej, która w efekcie potęguje i napędza ten proces. Badaczka twierdzi, że nie ma sensu czekanie na samorzną zmianę społeczną i *wyparowanie* patriarchalnego porządku gdyż, jeśli nawet

miałyby miejsce, nie dokonałyby się w sposób akceptowalny przez feministki (Spender 1998). Jest to zbieżne z pojęciem *krytycznego oporu* Davida Couzens Hoy'a (2004).

Wyniki analizy mogą również dowieść obiektywności mediów, co w kontekście oczywistych przejawów nierówności w społeczeństwie (zob. rozdz. 1.2.) skłaniałoby do rewizji założeń dotyczących znaczenia mediów w procesie socjalizacji i poszukiwania pozamedialnych źródeł takiego stanu rzeczy¹⁰⁸.

3.2 Kobiety w przekazach medialnych

Zdaniem Barbary Kijewskiej naukowcy współcześnie zakładają, że „media jako ogólnodostępny kanał transmisji wartości kulturowych, rozrywki i źródła bieżącej informacji ignorują, marginalizują lub trywializują kobiety i ich interesy, kobiety są albo nieobecne albo przedstawiane w sposób stereotypowy, z zaakcentowaniem seksualnej atrakcyjności, bądź podczas wykonywania prac domowych” (Kijewska 2010, 176-177). Zdaniem Johna Streeta „[p]o pierwsze, o kobietach pisze się mniej niż o mężczyznach; po drugie, opisy kobiet odnoszą się do ich wyglądu lub do mężczyzn w ich życiu (nie przyznaje się im samodzielnej egzystencji). Taki sposób przedstawiania jest wyrazem określonych poglądów ideologicznych” (Street 2006, 19). W świetle literatury przedmiotu staje się również widoczne, że media „reprodukuje (...) androcentryczne ramy dominującego wzoru kultury, gdzie to, co męskie, stanowi normę, a to, co kobiece – jej gorszą wersję lub mniej istotny dodatek” (Kowalczyk, Piotrowska i Zierkiewicz 2009, 153). Przedstawiciele ruchu feministycznego twierdzą, że media „są instytucją podtrzymującą patriarchalne wartości i wzory kultury: deprecjonujące kobietę, wyznaczając jej miejsce *obok mężczyzny*” (Kijewska 2010, 176).

Kobiety, które zdaniem Magdaleny Środy częściej od mężczyzn poszukują *luster*, a zatem większe znaczenie ma dla nich jaźń odzwierciedlona, bardziej od mężczyzn wzorują się na tym, co widzą w mediach (Środa 2012). Obserwacja upiękuszonych kreacji medialnych (Elżbieta Oleksy kulturową tendencję do upiększania określiła terminem *glamorization*; Oleksy 1997) skutkuje krystalizacją wyobrażeń i wymagań zawartych w pojęciu *kobieta*, często bazujących na stereotypach. Narzucają one sposób myślenia nie tylko o innych, ale także o sobie: w badaniach dowiedziono, że „oglądanie telewizji może mieć wpływ zarówno na poziom samooceny jednostki, jak i na bardziej ogólną percepcję kategorii kobiecości i męskości” (Ranzetti i Curran 2008, 227). Prezentowane w mediach wzory relacji i zachowań

¹⁰⁸ Warto rozważyć, na ile poglądy odbiorców wpływają na wybór określonych mediów, jak silny jest wpływ odbieranych przekazów i czy (a jeśli tak, to od czego zależy) sprzeczne z przekonaniami odbiorcy artykuły – w myśl koncepcji *inokulacji* (szczepienia) autorstwa McGuire'a (Wojciszke 2006, 242-243) – będą skutkowały utwierdzeniem czytelnika w swoich poglądach i uodpornieniem na inne, czy też przeciwnie – przekonają go.

oraz standardy wyglądu są internalizowane (Children Now 1997) i służą jako źródło wiedzy w procesie tzw. *socjalizacji antycypującej*, czyli dostosowywania się potencjalnego członka do grupy, do której aspiruje (Goban-Klas 2009, Sztompka 2006, Oyster 2002).

Jowita Kuryłek (1997) uważa, że wszystkie czasopisma, świadomie lub nie, starają się „kreować pewien obraz człowieka, wzór zachowania, sposób ubierania, bycia a nawet myślenia” (Kuryłek 1997, 41). Jeśli ów wzorzec zostanie zaakceptowany, istnieje prawdopodobieństwo, że będzie on naśladowany. Przekazy medialne dostarczają odbiorcom modeli (zob. rozdz. 3.1.), zgodnie z którymi mogą oni kształtować własne postawy i zachowania oraz tworzą „pewną nową rzeczywistość, próbując przekonać nas, jakie są kobiety i jacy są mężczyźni (...) zawiera[ją] więc w sobie społeczne i kulturowe oczekiwania wobec obu płci” (Rusinek i Żyśko 2012, 119).

W emitowanej we wrześniu 2014 roku reklamie pewnej znanej marki samochodów rozważano, kim mógł być kierowca: aktorką, biznesmenem lub głową rodziny, albo wioził „koleżankę z pracy lub kandydatkę na koleżankę”. Ta reklama uwidoczniła kilka fenomenów: po pierwsze, to mężczyźni stać na dobre auta, podczas gdy tylko kobieta-aktorka zarabia tyle, by móc sobie na nie pozwolić albo jedynie ona była zainteresowana posiadaniem tak wspaniałego samochodu (skojarzenie: aktorka to celebrytka). Wniosek: kobieta zadowolona się gorszym standardem, mężczyźni natomiast jest wymagający. Po drugie, to mężczyźni są głową rodziny i zajmują najważniejsze pozycje społeczne, podczas gdy kobieta jest niewidoczna (chyba, że jest aktorką). Po trzecie, to mężczyźni prowadzą pojazdy i to oni wożą kobiety, które – po czwarte – są od nich zależne i – po piąte – oceniane ze względu na wygląd. Reklama ta w ciągu kilkunastu sekund oddała wiele z obowiązujących przekonań.

Zdaniem Izabeli Kowalczyk, Joanny Piotrowskiej i Edyty Zierkiewicz „[w]yniki analizy środków masowego przekazu z perspektywy równości płci (prasa codzienna, kolorowe czasopisma, radio, telewizja) prowadzą do jednoznacznej opinii: zasada równego traktowania kobiet i mężczyzn nie jest przez nie uwzględniana. Problematyka kobiet oraz mniejszości wciąż jest w mediach nieobecna lub obecna sporadycznie. (...) O samym równouprawnieniu pisze się zdecydowanie za mało, sensacyjnie, upraszczająco, wręcz lekceważąco, głównie w komentarzach dziennikarskich. Ta praktyka jest powszechna zarówno w mediach publicznych, jak i prywatnych” (Kowalczyk, Piotrowska i Zierkiewicz 2009, 151). W raporcie dotyczącym pozycji kobiet w polskim społeczeństwie wskazuje się, iż „w mediach informacyjnych podejmowane są głównie tzw. tematy *neutralne*, czyli polityczno-gospodarcze, brakuje zaś ich analizy z perspektywy równości płci. Również stosunek mediów do równouprawnienia pozostawia wiele do życzenia. Powszechne jest utożsamianie

problemów kobiet z tematyką społeczną, traktowanie tematów kobiecych i męskich jako jakościowo różnych, a także gettoizacja i marginalizacja problemów kobiet i mniejszości” (Kowalczyk, Piotrowska i Zierkiewicz 2009, 151-152).

Claire Renzetti i Daniel Curran twierdzą, że informacje dotyczące kobiet, ich działań lub wydarzeń z ich udziałem oceniane są jako drugorzędne i nie warte miana *newsów*, przez co publikowane są na mniej prestiżowych szpaltach. Wyjątkiem od tej reguły są doniesienia z życia kobiet znanych, uplasowanych wysoko w strukturze zawodowej albo uwikłanych w romanse i związki z ważnymi mężczyznami. Co więcej, jeśli w *newsach* pojawia się postać żeńska, zwykle wyraźnie podkreśla się jej płeć, wygląd i powiązania społeczne (stan cywilny, koligacje rodzinne; Ranzetti i Curran 2008). Zdaniem Renaty Siemieńskiej „[k]obiety pokazywane w wiadomościach, to przeważnie ofiary wypadków i przemocy lub osoby związane z mężczyznami zajmującymi wysokie pozycje w strukturach władzy. Co więcej, gdy działalność kobiet jest w ogóle pokazywana, to w sposób trywializujący sensowność ich działań z punktu widzenia społecznej użyteczności” (Siemieńska 1997, 14; zob. też Pietkiewicz 1997). Chociaż dziś teza o trywializacji działań kobiet wydaje się nadużyciem widać, iż działalność pań oscyluje wokół problemów społecznych i dziedzin tradycyjnie kojarzonych z kobiecością.

Bycie kobietą nie idzie w parze z kompetencjami. „Ekspertyzy są zdecydowanie częściej formułowane przez mężczyzn, rzadziej w rolach ekspertek występują kobiety. W programach publicystycznych w roli komentatorów najczęściej występują mężczyźni; kobiety zapraszane są wtedy (ale nie jest to regułą), gdy poruszana problematyka jest *typowo kobieca*. Zdarza się, że o problemach istotnych dla kobiet wypowiadają się mężczyźni/eksperci w danych dziedzinach. Jednak w drugą stronę nie dostrzegamy tej prawidłowości” (Kowalczyk, Piotrowska i Zierkiewicz 2009, 153; zob. też Hulewska 2017, Kijewska 2008). Podobnego zdania jest Joanna Wójcik, która twierdzi, że „[e]kspertka w polskiej prasie to, niestety, nadal rzadkość. Kobiety rzadko proszone są o zajęcie stanowiska w istotnych kwestiach (...) Jeżeli w artykule występuje specjalistka, to najczęściej wypowiada się ona na tematy dotyczące rodziny” (Wójcik 2009, 169). Joanna Bator zauważa, że w reklamie kobiety mogą występować w rolach autorytetów, jednak wykonują typowo kobiece, opiekuńcze zawody; mogą być również pokazywane jako osoby posiadające wiedzę niedostępną mężczyznom, lecz o małym znaczeniu społecznym (przyrządzanie ciast instant), jako ekspertki postrzegane w krzywym zwierciadle, zdolne do oceny jakości maszynki do golenia lub też jako profesjonalistki w sugerującym prestiż otoczeniu, które jednak nie wiąże się z reklamowanym produktem (np. lakieru do paznokci; Bator 1998).

Wypowiedzi kobiet są przytaczane rzadziej niż wypowiedzi mężczyzn: w *The New York Times* 65% cytatów pochodziło od mężczyzn, a jedynie 19% od kobiet (w 17% nie udało się ustalić źródła). Wypowiedzi kobiet nie przeważają w żadnej dziedzinie tematycznej, zaś jest ich najmniej w kontekście informacji politycznych (80 względem 367 wypowiedzi mężczyzn) i światowych (62 względem 337; Layton i Shepard 2013).

Brak ekspertek w mediach jest równie symptomatyczny, jak język przekazów. Joanna Wójcik jest zdania, że „[a]naliza tygodników i dzienników nie pozostawia wątpliwości: uwzględnianie żeńskich odpowiedników zawodów, stanowisk, funkcji i ról społecznych nadal należy do wyjątków. Nawet w przypadkach, w których użycie żeńskiej formy wydaje się oczywiste, gdyż bezsprzecznie występuje ona w języku polskim i jest zgodna z prawidłami słowotwórstwa, jest ona często zastępowana męskim odpowiednikiem” (Wójcik 2009, 168). Jeśli przyglądać się poszczególnym periodykom z osobna, to „[w]śród tygodników wyróżnia się (...) nieznacznie *Polityka*, w której zdarzają się sporadycznie takie wyrażenia, jak: astronomka, seksuolożka czy członkini. Najgorzej prezentują się *Wprost* i *Przekrój*, w których ignorowanie żeńskich form jest normą. Ogólnie jednak we wszystkich monitorowanych dziennikach i tygodnikach nagminnie unika się żeńskich odpowiedników. Płeć osoby publikującej wydaje się tu być bez znaczenia” (Wójcik 2009, 168). Wraz ze wzrostem znaczenia stanowiska spada „akceptacja dla żeńskiej formy. Przeprowadzona analiza nasuwa wniosek, że język mediów zamiast przełamywać stereotypy, cementuje je” (Wójcik 2009, 169). Stan rzeczy jednak nie dziwi, ponieważ określenia żeńskie odbierają powagę i kompetencje i same kobiety nie są chętne do ich stosowania (zob. rozdz. 1.2.). Używanie żeńskich określeń funkcji i zawodów może zatem, zamiast prowadzić do wzrostu znaczenia kobiet, w istocie je umniejszać. Pozornie prorównościowe media mogą zatem kultywować tradycyjny sposób postrzegania miejsca kobiet i mężczyzn w społeczeństwie.

Zdaniem Renaty Siemieńskiej, niezależnie od tego, czy badacze dostrzegają zmianę wzorów płciowych w mediach, czy też nie, zgadzają się, że środki masowego przekazu nie pomagają wykroczyć poza stereotypowe wizerunki, niejednokrotnie czyniąc kobiety jeszcze bardziej podległymi, pozbawianymi władzy i kontroli nawet w sferze domowej. Dzieje się tak poprzez wprowadzenie mężczyzn w zakres działalności tradycyjnie zarezerwowanej dla kobiet bez równoczesnego wyrównywania statusów w sferze publicznej (Siemieńska 1997). Można powiedzieć, że kryzys męskości pojawia się w sytuacji, w której kobiety wkraczają na rynek pracy anektując dla siebie zarezerwowaną dla mężczyzn działalność i odbierając im płaszczyznę wyznaczającą ich *Ja*. Uważam, że nie dostrzega się jednak kryzysu kobiecości z chwilą, gdy mężczyźni w mediach obrazowani są jako wspaniali ojcowie i panowie

domów¹⁰⁹, a zatem odbierają kobietom ich *kobiecy* przestrzeń. W takim kontekście jedynym sposobem podkreślania kobiecości¹¹⁰ pozostaje erotyzacja i seksualizacja.

Iluzja równouprawnienia skrywa totalne oblicze patriarchalnej kultury. Zdaniem Daniela Currana i Claire Ranzetti, portretowanie seksu jest odmienne w zależności od antycypowanego odbiorcy: w przypadku prasy kobiecej osadzone jest w relacjach dwojga ludzi, w prasie męskiej zaś jest depersonalizowane i reifikowane (Ranzetti i Curran 2008), czyniąc z kobiety przedmiot. Barbara Pietkiewicz stwierdziła, że „większość prezentowanych kobiet stanowią *girlsy*, kobiety uwodzone i gwałcone” (Pietkiewicz 1997, 57). W mediach panie pełnią przeważnie jedną z dwóch ról: kochanki lub matki (Lewiński 2008). Pierwsza ukazywana jest przez pryzmat swojej seksualności i fizyczności, druga zaś – całkowicie asekualna – opiekuje się domem, mężem i dziećmi. Analizy Moniki Wasilewskiej (1997) wskazują, że 34% kobiet w reklamach pełniło pod koniec XX wieku rolę kochanki, a 55% - matki. Role te są zazwyczaj rozłączne, bohaterki reklam rzadko pełnią jednocześnie role rodzinne i pracują zawodowo (8% postaci żeńskich).

Chociaż wydawcy wielu czasopism dostrzegają zmianę mentalności kobiet w kierunku samorealizacji i pewności siebie, badania dowodzą, że pod koniec XX w. nie miało to znaczenia dla profilu magazynów, utrzymywanych w niezmiennych konwencjach. Współcześnie równość definiowana jest przez media w oparciu o sferę seksualności, co stwarza jedynie pozory równego traktowania¹¹¹ (Ranzetti i Curran 2008). W centrum wszechświata pozostają mężczyźni, których kobiety powinny zadowalać. W reklamach są głównie beneficjentami prac kobiet (prania, prasowania, gotowania i usługiwania), a gdy wykonują prace tradycyjnie przypisywane płci przeciwnej, przedstawiani są jako śmieszni, zniewieściali i niemęscy (Pawlas-Czyż 2008). Zdaniem Renaty Siemieńskiej portrety kobiet i mężczyzn w reklamach w ostatniej dekadzie XX w. bazowały na stereotypowych oczekiwaniach w odniesieniu do pełnionych ról, wykonywanych czynności i otoczenia (Siemieńska 1997).

Magdalena Środa (2012) opisuje trzeci typ wizerunku, bizneswoman¹¹², choć wciąż jest ona oceniana ze względu na wygląd. „Wizerunek kobiety interesu – jak napisała Joanna Mazur-Łuczak – pojawił się w polskiej rzeczywistości nieoczekiwanie, uderzając w nieśmiertelny

¹⁰⁹ Jednocześnie kobietę w takich przekazach często przedstawia się jako bezradną i nierozgarniętą, czego przykładem może być reklama pewnego leku przeciwbólowego, który kobiecie musiał podać mężczyzna.

¹¹⁰ W wymiarze indywidualnym kobiety, w celu obrony swojego *Ja*, mogą jeszcze silniej podkreślać, co jest ich domeną (efekt *matki gastronomicznej*). Medialny obraz mężczyzny kompetentnego w zakresie obowiązków domowych może skutkować wzmocnieniem tradycyjnych przekonań zakorzenionych w świadomości kobiet

¹¹¹ Zdaniem George’a Gerbnera „seksualne wyzwolenie może być używane jako fortel w celu seksualnej wykorzystywania” (Gerbner 1978, 48). *Podkopanie pozycji* jest jedną z trzech taktyk oporu względem zmiany.

¹¹² Szerszą i bardziej precyzyjną klasyfikację wizerunków kobiet proponuje Joanna Bator (Bator 1998).

obraz *Matki-Polki* i *dzielnej ofiary*, której priorytety były do tej pory określone jasno – dom i rodzina przede wszystkim, praca zawodowa wykonywana z obowiązku, w celu wspomżenia domowego budżetu. *Businesswoman* podkreśla tymczasem nadrzędną wartość pracy w swoim życiu, jest ambitna i chętna do podnoszenia kwalifikacji. By osiągnąć tak ważny dla niej sukces zawodowy, kobiety biznesu doksztalają się, kończą rozmaite kursy i uzyskują uprawnienia” (Mazur-Łuczak 2009, 119). Badaczka ta jednak zwraca uwagę na pewną polską specyfikę twierdząc, że „obraz polskiej *businesswoman* zawsze był nieco *rozmiękczony*”, ponieważ propagując go, „zawsze podkreślano znaczenie rodziny” (Mazur-Łuczak 2009, 121). Obecnie „[w] prezentowanym przez mass media wizerunku kobiety sukcesu brakuje jakichkolwiek wad, ludzkich słabości i niedociągnięć. Kobieta jest odważna, wie czego pragnie od życia, doskonale zarabia, jest zadbana i bardzo kocha swoją rodzinę”. Z tego względu „[p]ieniądze nie są dla takiej kobiety najważniejsze, nie stanowią celu samego w sobie – istnieją bowiem wartości wyższe, takie jak chociażby macierzyństwo. Rola matki i zadanie wychowania dzieci traktowane są jako niezwykle ważne doświadczenia w życiu każdej kobiety. Przeważająca większość prezentowanych w mediach kobiet sukcesu posiada dzieci i otwarcie o tym mówi, nawet gdy nie pozostają z mężczyzną w trwałych i sformalizowanych związkach” (Mazur-Łuczak 2009, 119-120). Ich życie zatem wciąż obraca się głównie wokół uczuć, domu, męża i dzieci (Ranzetti i Curran 2008), zatem nawet bizneswoman podlegają stereotypom.

Renata Siemieńska uważa, że obraz kobiet w PRL przechodził od ideału robotnicy do kobiety tradycyjnej, w zależności od sytuacji społeczno-ekonomicznej (Siemieńska 1997). W prasie opiniotwórczej z lat osiemdziesiątych XX wieku widoczne były dwa obrazy kobiet: konspiratorki lub żony konspiratorów oraz wyczekujące w kolejkach, objuczone torbami panie domów. W prasie z roku 1992 roku można było przeczytać, że „[m]dłości budził stereotyp Matki-Polki z Sienkiewicza. Pod rządami prawicy odbywa się niby-powrót do niby-tradycji z sankcją kościoła”¹¹³ (Sawa-Czajka 1997). Obecnie model Matki-Polki lansowany jest jako odwieczny, co sugeruje *tradycję wynalezioną* (Hobsbawm i Ranger 2008). Warto dodać, że w okresie PRL w komiksach postaci kobiece były nieliczne i zazwyczaj bierne, pojawiały się przeważnie wtedy, gdy sytuacja stawała się patowa. Wspierały siły dobra i stanowiły gwarancję dobrych wyborów dokonywanych przez mężczyzn (Haratyk, Haratyk i Rams 2011).

Aldona Wiktorska-Święcka uważa, że obraz kobiety w mediach koresponduje ze stereotypami również w odniesieniu do cech osobowych (zob. też Siemieńska 1997). Badaczka ta twierdzi, że w latach 90. kobiety rzadziej pojawiały się w najlepszym telewizyjnym

¹¹³ Artykuł A. Górnickiej, „Panny, wdowy i rozwódki”, *Polityka*, 1992, nr. 11.

czasie antenowym, pełniły drugoplanowe role, były przeważnie młodsze i mniej dojrzałe od mężczyzn, szybciej od nich się starzały, a wraz z wiekiem ukazywane były jako nieporadne. Młode kobiety najczęściej spełniały rygorystyczne wymogi piękna: były szczupłe, atrakcyjne, epatujące seksualnością i skoncentrowane na wyglądzie¹¹⁴ (Wiktorska-Święcka 2009c; zob. też. Kijewska 2008).

Kobiety w filmach i serialach realizują przeważnie stereotypowo przypisywane im role matek i żon, rzadko podważających autorytety mężów (Arcimowicz 2013). Przeważnie nie pracują lub ich praca stanowi wątek marginalny (wiadomo, że pracują, ale nie wiadomo gdzie). Jeśli wymienia się zawód, to przeważnie należy on do tzw. *profesji kobiecych*. W tym kontekście można przywołać hipotezę *symbolicznego unicestwienia kobiet*¹¹⁵: „media są zaangażowane w symboliczne unicestwienie kobiet poprzez ignorowanie kobiet pracujących, albo trywializowanie kobiety poprzez ograniczenie jej działań do domowego ogniska” (Kijewska 2010, 177). Zdaniem Małgorzaty Radkiewicz, kobiety w komediach z lat 80. pełniły role *satelity* (wiernej żony pracującej w domu), *kobiety ekscentrycznej* (odróżniającej się od przeciętnego członka społeczeństwa, narażającej się na ostracyzm), *wyrodnej córki* niespełniającej oczekiwań rodziny lub *kobiety sukcesu*, postaci niekonwencjonalnej, zazwyczaj nie traktowanej poważnie (Ciaputa 2011). Irmiona Wawrzyczek zwraca uwagę na to, że wiele komedii romantycznych z przełomu XX i XXI w. stanowiło pochwałę tradycyjnych wartości, jednocześnie wskazując na pozorną tylko atrakcyjność życia realizującej się zawodowo singielki (Wawrzyczek 2012). Elżbieta Oleksy twierdzi jednak, dostrzegając nierówności uwieczniane na wielkim ekranie, że filmy tworzone przez najmłodszą generację reżyserów są kobietom przychylne (Oleksy 1997). Zdaniem Elżbiety Sawy-Czajki, w latach 90. pojawiały się seriale (*Sieć, Thelma i Louise, Nagi instynkt*), które dominację i siłę utożsamiały z kobietami, zaś mężczyzn przedstawiano w nich jako słabych i nijakich (Sawa-Czajka 1997). Obecnie, jak wynika z danych Nowojorskiej Akademii Filmowej, jako bohaterki filmów kobiety znacznie rzadziej (15%) pełnią główną, pozytywną rolę i rzadziej się wypowiadają, a przywódcy polityczni tylko w 15% są płci żeńskiej (Layton i Shepard 2013).

¹¹⁴ Kobiętom narzuca się ściśle określony kanon wyglądu. Z historycznego punktu widzenia kobiety traktowane były jak dzieci: kodeks napoleoński podległość kobiet uzasadniał ich dziecięcnością (Środa 2012), uznając mężatkę za wieczyście małoletnią (Orzeł 2010). Współcześnie istnieje kulturowy, kultywowany medialnie nacisk na fizyczne upodobnienie kobiety do dziewczynki (np. poprzez depilację).

¹¹⁵ Termin ten, ujęty przez George’a Gerbnera, „wskazuje sposoby, w które poślednie traktowanie przez media może przyczyniać się do społecznego upośledzenia i w które symboliczna nieobecność w mediach może usuwać grupy i jednostki z publicznej świadomości” (Means Coleman i Chivers Yochim 2014; zob też: Ciaputa 2011, Norris 2003, Tuchman 1978).

Dążąc do uosobienia ideału piękna, kobiety legitymizują stosunek podległości i akceptują reguły narzucone im przez patriarchalną kulturę. Według Sandry Lee Bartky (2007) dzieje się tak, ponieważ kobiety nie chcą zrezygnować z nagród otrzymywanych za posłuszeństwo mężczyznom. Zaniechanie rygorystycznych praktyk, takich jak depilacja czy dieta, jest nieustannie odnotowywane, otyłość i widoczne oznaki starzenia są piętnowane, a w przypadku znanych kobiet (np. celebrytek, aktorek oraz m.in. polityczek) ocenia się również strój. Wartość kobiety wydaje się wyznaczać nie to, kim jest, lecz to, jak wygląda. Nie może zatem dziwić, że kobiety porównują się ze sobą i widzą w sobie nawzajem rywalki (Marszałek-Kawa 2010, Mazur-Łuczak 2009). Prezentowane w mediach, panie „dobierane są wg. kryteriów urody, w przeciwieństwie do mężczyzn, których wiek i uroda nie mają specjalnego znaczenia, a raczej ich pozycja społeczna i poglądy” (Pietkiewicz 1997, 57).

Media, obok utwierdzania *status quo* (zob. *zjawisko konsonansu*; Pawlas-Czyż 2008), mają potencjał zmiany społecznej, co dostrzega Barbara Kijewska. Jej zdaniem „główny zarzut stawiany mediom, a przede wszystkim telewizji, przez badaczy feministycznych związany jest z założeniem, że media legitymizują i uwierzytelniają dominującą patriarchalną ideologię. Jednakże z drugiej strony dostrzegana jest potencjalna emancypacyjna wartość mediów jako nośników kobiecej perspektywy: przedstawiając alternatywne obrazy, ukazując źródła opresji kobiet, zróżnicowane wizerunki, z którymi kobiety odbiorcy mogą się identyfikować czerpiąc przyjemność lub odczytywać zgodnie ze swoimi przekonaniami” (Kijewska 2010, 177). Media mogą zatem socjalizować jednostki do pełnienia przypisanych im ról lub stanowić przyczynek do zmiany zastanego porządku społecznego. „Mogą one wywierać znaczący wpływ na realne życie polskich kobiet, tworząc określone konstrukcje kobiecości, kreując ich tożsamość, ucząc strategii adaptacyjnych bądź emancypacyjnych” (Zaworska-Nikoniuk 2010, 182). Z badań wynika jednak, że media utrzymują *status quo*, a dyskurs medialny raczej powiela stereotypy niż prowadzi do ich odrzucenia (Kowalczyk, Piotrowska i Zierkiewicz 2009).

Kobiety otwarcie głoszące emancypacyjne ideały uznawane są za feministki i dyskredytowane przez dziennikarzy. Dyskredytacja jest wymieniana przez George’a Gerbnera jako jedna z taktyk opierania się zmianom, także tym dotyczącym statusu kobiet (Gerbner 1978). Zdaniem Ewy Dąbrowskiej-Szulc, do programów na żywo zapraszane są jednocześnie feministki oraz zagorzali przeciwnicy tego punktu widzenia (zwłaszcza Janusz Korwin-Mikke), co ma prowadzić do efektownego wybuchu ideologicznego konfliktu (Dąbrowska-Szulc 2009). Jest to zabieg celowy, mający przyciągnąć widzów i dostarczyć im rozrywki oraz dyskredytować skrajne stanowiska. Spór ideologiczny w tym kontekście jest sporem o wartości i dość łatwo może przekształcić się w spór personalny (zob. koło konfliktu

Moore'a; Idziak 2014). Zdaniem wspomnianej badaczki dylemat feministek odnosi się do tego, czy mają one być *dziwadłami* uczestniczącymi w takich programach, czy też powinny zająć się czymś pożytecznym, pozostawiając tę przestrzeń „etatowym mizoginom medialnym” (Dąbrowska-Szulc 2009, 177). W mediach amerykańskich (szczególnie w okresie *backlashu*) feministki przedstawia się jako marginalną, nieakceptowaną społecznie grupę, której działania powodują problemy społeczne i personalne wielu kobiet (Faludi 2013, Ranzetti i Curran 2008).

Feministki, jako że głoszą postulaty równości płci, są krytykowane: „[p]atriarchalni adwersarze medialni wyszydzą działania *wojujących feministek*. Starają się wykazać bezsens działań na rzecz *równości płci*” (Dąbrowska-Szulc 2009, 181) przeciwstawiając je wypowiedziom *zwykłych kobiet* i głosząc tradycyjne, kobiece sposoby rządzenia (*miękkie sterowanie*, mit *szyi kręcącej głową*). Co więcej, każde działanie mające na celu zmniejszenie dyskryminacji kobiet uzyskuje etykietkę *agresywnego* (Dąbrowska-Szulc 2009). Zdaniem Agaty Młodawskiej (Młodawska 2009) w dyskursie prasowym¹¹⁶ kobieta to wciąż żona i matka, a feminizm postrzegany jest jako dążący do zniszczenia starego porządku i destabilizacji całego społecznego ładu. Ideologia feministyczna jest demonizowana, a feministki deprecjonowane (ukazywane jako szalone, dziecinne i irracjonalne), przeciwstawiane *normalnym* kobietom, reprezentującym jedyny możliwy, tradycyjny, *normalny* porządek.

Dla niniejszej pracy bardzo istotny jest profil *Wprost*. Z badań Agaty Młodawskiej (Młodawska 2009) wynika, że promuje on nierówności między płciami, opierając je na *naukowych* dowodach. Dyskurs tego tygodnika sięga po dowody biologiczne, wszelkie odstępstwa od *normy* traktując jako aberracje, a nie argumenty na rzecz plastyczności ludzkiej natury. Feminizm dla *Wprost* to zagrożenie, a feministki to śmieszne, infantylne histeryczki. Podkreśla się emancypacyjną wartość polskiej historii i kultury (w kontekście Matki Boskiej), odpierając argumenty na rzecz *ideologicznych mód z Zachodu*. Propagowane tradycyjne role kobiet i mężczyzn uznawane są zatem jako specyfika kultury polskiej.

Media skierowane są do odpowiednich grup odbiorców, którymi z założenia są mężczyźni; kobiety stanowią obiekt męskiej obserwacji: „[m]ężczyźni patrzą na kobiety. Kobiety postrzegają siebie jako obserwowane” (Berger 1972, 47). Według Tomasza Goban-Klasa badania wskazują, że „często pokazywane postacie są zazwyczaj nośnikami wartości, które w danym okresie historycznym aktualnie dominują” (Goban-Klas 2009, 205). Wprawdzie można – posługując się przekazami medialnymi jako wskaźnikiem – zaobserwować stopniowe

¹¹⁶ Badania na podstawie *Gazety Wyborczej*, *Wprost* i *Naszego Dziennika*.

zmiany w tym względzie, jednak wciąż nie są one na tyle znaczące, by mówić o zmianie podstawy społecznego ładu na bardziej prorównościową. Obraz kobiety w mediach w kulturze polskiej w pierwszych dekadach XXI wieku wciąż pozostaje tradycyjny.

3.3 Polityczki w przekazach medialnych

Ponieważ polityczki są kobietami, w niniejszym podrozdziale należy spodziewać się nawiązań do wcześniejszych ustaleń, opisanych stereotypów i mechanizmów. Nie sposób omawiać kwestii medialnego obrazu kobiet działających w polityce równocześnie ze wzorami genderowymi obowiązującymi w kulturze lub z obrazem kobiety, ponieważ spowodowałoby to chaos. Niniejszy rozdział ma odpowiedzieć na pytanie o to, czy polityczki prezentowane są w mediach inaczej niż kobiety w ogólności (zob. rozdz. 3.2.), czy też w sposób analogiczny oraz czy portretowanie polityków i polityczek jest podobne, czy też uwarunkowane płcią. Z tego względu nawiązanie do omówionych w poprzednich rozdziałach kwestii jest niezbędne.

Zdaniem Zbigniewa Bauera za pomocą prasy i telewizji (a obecnie również internetu) można kształtować nie tylko opinie i poziom sympatii do poszczególnych polityków, ale również poglądy na temat całej *piramidy* politycznej, której dany polityk jest częścią. Dotyczy to nie tylko hierarchicznych zależności personalnych, ale również holistycznie rozumianych mechanizmów i stosunków politycznych, a proces ten nabiera znaczenia wraz z widocznym i wciąż postępującym procesem *personalizacji* (Bauer 1988; zob. też Fridkin Kahn 1994). Oznacza to, iż sposób postrzegania poszczególnych polityków przekłada się na opinie widzów na temat polityki *in genere*. Również wizerunek polityczek, choćby było ich zaledwie kilka, może mieć znaczenie nie tylko dla sposobu postrzegania pola politycznego *per se*, ale również miejsca kobiet w jego obrębie. W efekcie działania dziennikarzy oddziałują na społeczną percepcję kobiet-polityków, wpływając na poziom jej legitymizacji i akceptacji społecznej oraz bezpośrednio decyzje kobiet w zakresie biernego prawa wyborczego, tj. decyzji o starcie w wyborach. Dobrze podsumowuje ten problem Sabina Pawlas-Czyż twierdząc, iż „[o]d tego czy oraz w jaki sposób zaistnieją oni [kobiety i mężczyźni] w świecie medialnym, od kontekstu, w jakim są umiejscawiani, od szczególnie eksponowanych w przekazie ich cech, umiejętności czy posunięć będą zależeć w dużej mierze budowane od dzieciństwa wyobrażenia o miejscu kobiet i mężczyzn w polityce i znaczeniu przypisywanym im w tym obszarze aktywności”. Przekonania budowane na tej podstawie „wywierają istotny wpływ na zachowania i postawy członków społeczeństwa nie tylko wobec kobiet już pełniących te funkcje, ale też ewentualnych kandydatek na ważne stanowiska. Niewątpliwie współdecydować będą również

o przekonaniach jednostek co do zasadności oraz stopnia własnego zaangażowania w życie polityczne” (Pawlas-Czyż 2008, 39-40).

Zdaniem Hanny Bulawki media kierują się logiką obrony męskości: przekazy medialne uwidaczniają głęboko zakorzeniony w społeczeństwie niepokój związany z kobietami sprawującymi władzę, spowodowany ich nieograniczonym dostępem do kluczowych pozycji z nią związanych. Kobiety, wkraczając w przestrzeń politycznego przywództwa, zagrażają męskiej tradycyjnej tożsamości. Ustępowanie zaś miejsca kobietom ze strony mężczyzn postrzegane jest jako przejaw zniewieściałości i słabości (Bulawka 2013). W tym kontekście obrona pozycji politycznych wydaje się być jednocześnie obroną prawdziwej męskości.

Tradycyjna ideologia może objawiać się mniejszą liczbą poświęconych kobietom artykułów i wzmianek, czyniąc je mniej widocznymi, a wyborców mniej skłonnyymi do oddania na nie głosu (Fridkin Kahn 1994). Może ona co prawda mieć mniejsze znaczenie (choć nie musi) w przypadku osób znanych, jak liderzy partii czy kandydaci na prezydentów, ale wciąż nie pozostaje bez znaczenia (Ross i Comrie 2012). Nie ulega wątpliwości, że kobiety nie tylko stanowią mniejszość kandydatów i polityków w poszczególnych organach władzy (zob. rozdz. 2.1.), ale również rzadziej pojawiają się w mediach i są mniej widoczne od pełniących analogiczne funkcje mężczyzn (Norris 2003). Pomimo tego Barbara Pietkiewicz twierdzi, że w latach 90. XX wieku kobiety zajmujące wysokie stanowiska polityczne, rzeczniczki premierów i parlamentarzystki (H. Suchocka, H. Gronkiewicz-Waltz, E. Łętowska, B. Labuda, Z. Kuratowska, B. Blida) często gościły na ekranach (Pietkiewicz 1997).

Badania okładek tygodników z lat 2014-2015, przeprowadzone przez Katarzynę Brzozę (2017) pokazały, że kobiety jako jedyne bohaterki pojawiły się na 13% okładek (mężczyźni na 51%), zaś wspólnie z mężczyznami na 36% (mężczyźni na 75%). W trzech czasopismach szczególnie istotnych z perspektywy niniejszej pracy – w *Newsweeku*, *Polityce* i *Wprost* – okładki z kobietami stanowiły odpowiednio 16%, 19% i 21%, z mężczyznami 57%, 37% i 47%, zaś z bohaterami obojga płci 20%, 31% i 24%. Z badań tych wynika również, iż postacie kobiece to w 45% osoby anonimowe, które nie zostały przedstawione ani nie są powszechnie znane (*Newsweek*: 65%, *Polityka*: 61%; *Wprost*: 32%). Anonimowe kobiety częściej pojawiały się na okładkach z samymi kobietami (55%) niż wtedy, gdy towarzyszyli im mężczyźni (39%).

Z badań tych wynika również, iż polityczki na okładkach czasopism w latach 2014-2015 to przede wszystkim osoby rozpoznawalne, pełniące istotne funkcje. Mimo to okładki z polityczkami stanowiły zaledwie 11,5% wszystkich okładek, a politycy pojawiali się trzykrotnie częściej (ponad 30%). Porównując te dane z widocznością kobiet i mężczyzn (zob. rozdz. 3.2.) można powiedzieć, że polityczki pojawiały się trzykrotnie rzadziej niż kobiety

w ogóle, a politycy dwu i półkrotnie rzadziej niż mężczyźni. Z badań tych wynika również, że na okładkach wśród kobiet o ustalonej tożsamości 58% to polityczki¹¹⁷. Warto odnotować, że zdaniem autorki tych badań „[k]obiety polityki najczęściej uwidaczniano na okładkach prawicowo-konserwatywnych tygodników *W sieci* (23) i *Gazeta Polska* (22)” (Brzoza 2017, 92). Uwzględniając tygodniki *Newsweek*, *Wprost* i *Politykę* okazało się, że najwięcej polityczek na okładkach było we *Wprost* (17), na drugim miejscu znalazła się *Polityka* (12), a na trzecim *Wprost* (6). Na wszystkich analizowanych okładkach dominowały Ewa Kopacz (35%) i Beata Szydło (18%). Rzadziej pojawiały się takie postacie jak Elżbieta Bieńkowska (6%), Agata Duda (6%), Barbara Nowacka (5%), Magdalena Ogórek (5%), Anna Komorowska (4%), Krystyna Pawłowicz (4%), Angela Merkel (3%), Maria Kaczyńska (2%), Anna Grodzka (2%) i Barbara Jaruzelska (2%). Wyniki nie dziwią, jako że był to okres rządów Ewy Kopacz (w tym konstituowania nowego rządu) oraz kampanii wyborczych: prezydenckiej i parlamentarnej.

Z drugiej strony, zdaniem Anny Pacześniak, kobietom w polityce „łatwiej się wyróżnić”, gdyż „[z] faktu że zdecydowanie rzadziej niż mężczyźni pełnią funkcje przywódców, wynika ich większa atrakcyjność medialna. W programach informacyjnych mówi się o tym, co nieoczekiwane, nowe i rzadko spotykane, a ten warunek w przypadku kobiet na szczytach władzy jest spełniony” (Pacześniak 2009b, 171; zob. też Fridkin Kahn 1994). Wprawdzie Pippa Norris akceptuje powyższe założenie odnoszące się do atrakcyjności kobiet jako zjawiska niecodziennego, lecz jej badania wskazują na nieco inną tendencję. Media, jak wynika z analiz, poświęcają mężczyznom-przywódcom więcej czasu niż kobietom. Badaczka ustaliła, iż średnia liczba relacji poświęconych Margaret Thatcher w monitorowanym okresie była mniejsza, niż liczba relacji odnoszących się do Johna Majora. Sama autorka zaznacza, że do wyników poczynionej przez nią analizy należy podchodzić z rezerwą ze względu na jej ograniczony zasięg, lecz zaobserwowaną różnicę uważa za istotną (Norris 2003). Z drugiej strony jednak podkreślam, iż medialna widzialność kobiet to tylko jeden z elementów¹¹⁸, istotny jest również sposób ich przedstawiania kształtujący sposób postrzegania (Uscinski i Goren 2011). Zdaniem Anny Pacześniak „[k]obiety są w telewizji pokazywane rzadziej niż mężczyźni, a dysproporcja jest jeszcze większa w programach publicystycznych dotyczących polityki. Jako ekspertów proponuje się zwykle widzom mężczyzn i to oni przeważnie kształtują opinie, komentują wydarzenia, wytyczają kierunek debat” (Pacześniak 2009b, 172). Wydaje

¹¹⁷ Po 10% stanowią kobiety związane z dziennikarstwem i kulturą, a 8% z Kościołem.

¹¹⁸ Prócz widzialności istotne są również ocena stanowisk i opinii kandydatów w poszczególnych kwestiach, przekonanie o ich osobowości, ocena szans na wygraną i partia z ramienia której startują.

się, że nawet czołowe przywódczynie (np. Angela Merkel, Cristina Kirchner) nie są portretowane pozytywnie (Sobczak 2014a).

Zdaniem Pippy Norris z dotychczas przeprowadzonych badań wynika, iż „informacje na temat polityki były segregowane pod kątem płci: kwestie *męskie*, takie jak polityka zagraniczna, obronność kraju, gospodarka i rolnictwo były omawiane w mediach znacznie szerzej niż kwestie *kobiece* – a więc polityka społeczna, ochrona środowiska czy prawa mniejszości. Ponadto, w relacjach prasowych dotyczących kandydatek częściej poruszano kwestie *kobiece*, a w artykułach prezentujących kandydatów skupiano się raczej na sprawach *męskich*” (Norris 2003, 137). Sposób przedstawiania kandydatów przez media jest bliższy sposobom prowadzenia kampanii i tematami podejmowanymi przez mężczyzn niż kobiety. Jeśli media ogniskują uwagę na tematach istotnych dla kandydatów płci męskiej, wyborcy mogą odnieść wrażenie, iż są oni bardziej kompetentni od swoich konkurentek w kluczowych kwestiach (Fridkin Kahn 1994). Duże znaczenie przy tym ma relacja polityka z prasą: jeśli stosunki te są napięte, można oczekiwać surowszych komentarzy (Ross i Comrie 2012).

Nie tylko tematyka pozostawała sprofilowana płciowo, Pippa Norris jest zdania, że „[k]obietom częściej przypisywano także cechy osobiste kojarzone z tradycyjnymi stereotypami na temat kobiet” (Norris 2003, 137). Co więcej, ukazywanie „przywódczyń jako podobnych do siebie, z pominięciem różnic, dowodzi, że media prezentują kobiety przez pryzmat stereotypów płci (Norris 2003, 138). Tendencja ta była widoczna również w tytułach artykułów z tygodników opinii na początku lat 90. XX w., które odnosiły się do sfer, działań i przedmiotów tradycyjnie kojarzonych z kobietami, pomimo iż traktowały o polityczkach (*Taniec z ciupagą, Przepis na władzę, Siódmy garnitur*, teksty autorstwa polityczek: *Szkoła makijażu, Grzech alegacji*). Pomimo tego, według statystyk zamieszczonych we *Wprost*, w lipcu 1995 r. Hanna Gronkiewicz-Waltz zajęła 2. miejsce w rankingu popularności polityków i otrzymała 12% poparcia w rankingu wyborczym (Sawa-Czajka 1997).

Sonia Szczepańska uważa, że dziennikarze zadają kobietom pytania odnoszące się nie do ich kompetencji, osiągnięć czy predyspozycji, lecz do życia prywatnego. Co więcej, ironicznie komentują ich przedwyborcze inicjatywy i wydają się kwestionować zasadność ich politycznej działalności (Szczepańska 2002 za: Zaworska-Nikoniuk 2010). Badania dowodzą, że kobiety startujące w wyborach częściej niż mężczyźni ukazywane są przez pryzmat ich cech osobowych i życia prywatnego: w przypadku kobiet częściej informuje się o stanie cywilnym

i potomstwie oraz opisuje się wygląd i charakter¹¹⁹. Okazało się jednak, że nawet zajmowanie urzędu nie chroni kobiet przed spersonalizowanym sposobem opisu¹²⁰ (Devitt 2002, Ross i Comrie 2012), a problem ten doskonale ilustruje fotografia powołanej na urząd premiera Wielkiej Brytanii Theresy May, opublikowana na portalu informacyjnym sieci BBC (Stamp 2016). Pani premier jest na niej obejmowana i całowana w skroń przez mężczyznę (odbiorca może domniemywać, że jest to jej życiowy partner). Wydaje się ona raczej ulubienicą w ramionach ukochanego niż nową panią premier i poważną polityczką. Mężczyzn częściej przedstawia się w odniesieniu do kwestii zawodowych: profesji, doświadczenia i osiągnięć, co umacnia stereotypy (Szczepańska 2002 za: Zaworska-Nikoniuk 2010).

Prasa rzadko ukazuje kobiety jako indywidualności, skupiając się raczej na ich kolektywnym ujęciu jako legislatorek. Można usłyszeć głosy, iż opis w kategoriach personalnych nie zawsze musi być mniej korzystny, a ocena kandydatek oparta na utartych wzorach genderowych może być pozytywna dla kobiet (Devitt 2002, Aday i Devitt 2001, Fridkin Kahn 1992). Pomimo tego, artykuły odnoszące się do zagadnień merytorycznych i problemowych zazwyczaj są nagradzające dla kandydata, ponieważ prezentują go jako poważnego i ważnego (Heldman, Carroll i Olson 2000), a także częściej odnoszą się do kwestii istotnych w danej kampanii, nawet jeśli są to problemy *miękkie* (Fridkin Kahn 1994). Z badań przeprowadzanych w 1998 roku w czterech amerykańskich stanach wynika, że kandydaci i kandydatki opisywani byli w zbliżonej liczbie sprawozdań (zob. też Devitt 2002, Aday i Devitt 2001), przy czym ich liczbę lepiej niż płeć wyjaśniało to, czy sprawowali oni urząd¹²¹ (zob. też Fridkin Kahn 1992). Badania Kim Fridkin Kahn wskazały, iż duże znaczenie ma poziom wyborów: o ile w przypadku wyborów do Senatu o kobietach traktowało mniej sprawozdań niż o mężczyznach (więcej w odniesieniu do wyścigu wyborczego¹²²), w przypadku wyborów gubernatorskich liczba relacji była zbliżona. Kobietom poświęcano również mniej reportaży problemowych niezależnie od poziomu wyborów, pomimo iż poświęciły one w swojej kampanii tym kwestiom więcej czasu niż mężczyźni (Fridkin Kahn 1994).

¹¹⁹ Może to być zróżnicowane zależnie od typu prasy – zdaniem Doroty Zaworskiej-Nikoniuk dziennikarze pracujący dla magazynów luksusowych za ważniejszy uznają *wygląd* (ubiór i makijaż są w wywiadach omawiane jako pierwsze), zaś udział w życiu publicznym plasuje się na dalszym planie (Zaworska-Nikoniuk 2010).

¹²⁰ Kim Fridkin Kahn twierdzi, iż kandydaci obu płci częściej we własnej kampanii odnoszą się do swoich cech niż czynią to dziennikarze w reportażach (Fridkin Kahn 1994).

¹²¹ Media poświęcają im więcej uwagi i miejsca, lecz w ich ocenie pomaga również schemat/prototyp polityka pełniącego daną funkcję (Fridkin Kahn 1992). Jeśli kandydat, niezależnie od płci, piastuje dany urząd zbyt długo (np. Helen Clark), media mogą potrzebować nowych twarzy (Ross i Comrie 2012).

¹²² Sprawozdania te były jednak bardziej nieprzychylnie kobietom: przedstawiały je jako mające mniejsze szanse na wygraną od mężczyzn, przy czym znów trend ten był wyraźniej widoczny w wyborach senackich.

Z analiz wynika również, że cytaty kobiet są niereprezentatywne dla ich rzeczywistych wypowiedzi i sprawiają wrażenie, że panie są bardziej agresywne niż wynikałoby to z przebiegu całej rozmowy. Co więcej, przytaczanie wypowiedzi kandydatek na gubernatorki rzadziej niż w przypadku mężczyzn wsparte jest dowodem lub wyjaśnieniem nawet, jeśli argumenty popierające tezę kandydatki zostały zaprezentowane przez nią samą. Istnieje również tendencja do parafrazowania wypowiedzi kandydatek: podczas gdy znaczącą większość wypowiedzi mężczyzn cytowano dosłownie, jedynie 44,5% wypowiedzi kobiet zostało zaprezentowanych w analogiczny sposób (Aday i Devitt 2001).

Z analiz wynika, że informacje odnoszące się do profesjonalnych działań kobiet stanowią niespełna 40% wszystkich wiadomości o nich, zaś w przypadku mężczyzn oscylują w okolicach 60%. Użycie odniesień personalnych jest nieco bardziej zrównoważone, choć nieznacznie częściej kwestie rodzinne pojawiają się w opisach kandydatów niż kandydatek (Aday i Devitt 2001), co może być spowodowane chęcią stworzenia ciepłego i opiekuńczego wizerunku. Przytoczone przez Caroline Heldman, Susan Carroll i Stephanie Olson badania wskazują, iż opis wyglądu Elizabeth Dole w kampanii z 1999 roku pojawiał się w 16,7% wszystkich poświęconych jej artykułów¹²³ i często były to głosy krytyczne. Odwołania do przynajmniej jednej cechy osobowej i wzmianka o mężu pojawiły się w 61%-62% artykułów, przy czym w niemal połowie przypadków o mężu wspomniano w pierwszej z trzech części reportażu. Wypowiedzi męża (w przypadku Elizabeth Dole: byłego kandydata na prezydenta) mogły nie tylko podważać jej niezależność, ale również obniżyć jej szanse na wygraną, jeśli byłyby niepochlebne, co również miało miejsce. Niemal tyle samo pogłębionych artykułów poświęconych bohaterce poruszało kwestie problemowe (57,4%), jak i osobiste. Wprawdzie liczba artykułów krytycznych dla kandydatów była zbliżona, jednak krytyka kampanii Elizabeth Dole była szczególnie personalna i negatywna. Co więcej, prawie 64% wszystkich historii zawierało odniesienie do faktu, iż jest ona kobietą, a niemal 46% zawierało ramę *pierwszej kobiety* (zob. dalsza część rozdziału). Ponad dwukrotnie więcej negatywnych określeń Elizabeth Doyle pojawiło się w artykułach, w których była jedną bohaterką, w porównaniu z artykułami odnoszącymi się do kilku kandydatów jednocześnie, przy czym proporcje pozytywnych epitetów były podobne (Heldman, Carroll i Olson 2000). Pomimo nierówności w sposobie przedstawiania kandydatów obojga płci, kandydatki częściej opisywano w odniesieniu do ich zawodowych osiągnięć niż cech osobowych (Devitt 2002).

¹²³ W artykułach dotyczących wielu kandydatów jednocześnie odsetki te były mniejsze.

Polityczki prezentowane są w kontekście macierzyństwa, co zdaniem Hanny Bulawki może prowadzić do przeniesienia kobiecych ról domowych do polityki: „[Elżbieta] Jakubiak jest prezentowana jako opiekuńcza, współczująca i pełna zrozumienia, co skłania czytelnika do postrzegania jej raczej jako prywatnego opiekuna mężczyzn niż poważną i kompetentną liderkę” (Bulawka 2013, 109; tłum. własne). Co więcej, teksty prasowe implikują przekonanie, że polityczny sukces kobiet jest uzależniony od wypełniania przez nie przypisywanych im tradycyjnie obowiązków, a konformistki mogą liczyć na znalezienie się w kręgu uprzywilejowanych. Kierowanie się stereotypami przez dziennikarzy skutkuje przeniesieniem dwóch głównych ról pełnionych przez kobiety w mediach (zob. rozdz. 3.2.) na grunt polityczny i „portretowaniem liderek jako osób prywatnych, czy to jako matek (Elżbieta Jakubiak), czy infantylnych kochanek (Jolanta Szczypińska), które podważają ich publiczny wizerunek jako ekspertów i politycznych autorytetów” (Bulawka 2013, 111; tłum. własne).

Sposób przedstawiania kandydatów (niezależnie od ich doświadczenia politycznego) w kategoriach tradycyjnej męskości zwiększa prawdopodobieństwo postrzegania ich przez wyborców jako potencjalnych zwycięzców. Wizerunek zgodny ze stereotypami skutkuje również w przypadku osób ubiegających się o reelekcję przypisaniem im genderowo sprofilowanych cech, zgodnych ze sposobem portretowania. Wyborcy kierują się stereotypami w sytuacji niedoboru informacji: częściej w przypadku kobiet (rzadziej pełniących najważniejsze funkcje polityczne) niż mężczyzn, kandydatów niż urzędujących polityków i w przypadku braku określonych informacji w artykule (Fridkin Kahn 1992).

Analiza przeprowadzona przez Caroline Heldman, Susan Carroll i Stephanie Olson obejmująca artykuły z okresu wyborczego w Stanach Zjednoczonych z 1999 roku dowodzi, iż Elizabeth Dole, chociaż w sondażach opinii publicznej zajmowała mocną, drugą pozycję (za Georgem Bushem), była rzadziej wspominana w artykułach i poświęcono jej mniejszą ich część niż George’owi Bushowi i mniej popularnemu Johnowi McCainowi. Pojawiło się również mniej artykułów traktujących wyłącznie o niej w porównaniu do liczby podobnych jednostek poświęconych obu wspomnianym politykom. Jej nazwisko rzadziej niż nazwiska konkurentów wspominane było w artykułach jako pierwsze lub drugie. Pomimo podobieństwa w poruszanej tematyce między Dole a Bushem, istotny okazał się sposób opisu: o ile Bush ukazywany był jako pewny zwycięzca, w przypadku Dole informowano o spadku jej popularności i nikłych szansach na wygraną oraz podkreślano nieumiejętność zdobycia niezbędnych funduszy (co mogło stanowić samospełniającą się przepowiednię). Z analiz wykrystalizowały się również dwa jej wizerunki: ciężko pracującej, inteligentnej

i utalentowanej polityczki oraz przesadnie ostrożnej, sztucznej perfekcjonistki, pozbawionej znaczenia (Heldman, Carroll i Olson 2000).

Różnice pojawiają się także w sposobie adresowania wypowiedzi oraz wspominania o kandydatach. Dale Spender twierdzi, iż odmienny sposób zwracania się do rozmówców (np. po imieniu lub po nazwisku, z użyciem tytułu lub bez) świadczy o nadawaniu im odmiennych statusów (Spender 1998; zob. też Uscinski i Goren 2011). Nieformalna, imienna prezentacja infantylizuje kandydata i przekłada się w negatywny sposób na jego wizerunek, odbierając nieco powagi, autorytetu i władzy. Badania eksperymentalne prezentujące profesorów obojga płci dowiodły, że w przypadku kobiety wiarygodność i przekonanie o kompetencji były w dużej mierze zależne od tytułu (także w kontekście tytułu *senatora*, zob. Cwalina i Falkowski 2006) a korelacja nie wystąpiła w przypadku mężczyzn. Oznacza to, że sposób nazewnictwa może odgrywać znaczącą rolę dla polityczek (Uscinski i Goren 2011).

Zdaniem Josepha Uscinskiego i Lilly Goren dziennikarze są instruowani, by „używać pełnego tytułu podmiotu oraz jego imienia i nazwiska gdy jest on wspominany po raz pierwszy i by później odnosić się do niego za pomocą nazwiska” i z tego powodu „[j]eśli pojawią się różnice w nazewnictwie skorelowane z płcią kandydata, może to świadczyć o seksistowskim zabarwieniu relacji” (tłum. własne; Uscinski i Goren 2011, 886; zob. też Journalism Education 2014). Badania wskazują, że płeć dziennikarza ma znaczenie w kontekście sposobu opisu polityków i polityczek. Mężczyźni znacznie częściej niż kobiety opisują kandydatów wyłącznie za pomocą imienia, a co więcej, czynią tak znacznie częściej w odniesieniu do kandydatek niż kandydatów. Dziennikarki generalnie częściej niż dziennikarze używały tytułu w odniesieniu do kandydatów obu płci, natomiast dziennikarze nieco częściej niż dziennikarki tytuł przypisywali kobietom (Uscinski i Goren 2011).

Najczęściej dziennikarze odnoszą się do kandydatów obojga płci używając imienia i nazwiska, przy czym w Nowej Zelandii John Key opisywany był w ten sposób w 55% relacji, zaś Helen Clark w 72%¹²⁴. Rozbieżności odnotowano również w odniesieniu do statusu małżeńskiego: o ile polityka określano „Panem Key”, o polityczce wypowiadano się jako o „Pannie Clark”, pomimo iż była ona mężatką (nie używała nazwiska męża). Bezpośredni zwrot po nazwisku był sporadyczny (5% Key, 3% Clark), lecz dwukrotnie częściej nadawano tytuł honorowy mężczyźnie niż kobiecie, pomimo iż była ona urzędującą premierką (3% i 6%; Ross i Comrie 2012). W okresie kampanii prezydenckiej z udziałem Baracka Obamy i Hillary

¹²⁴ Badania przeprowadzono na próbce przekazów prasowych i telewizyjnych, przy czym artykuły prasowe musiały być dłuższe niż 2 akapity, a kandydaci musieli stanowić główny ich temat.

Clinton¹²⁵ równie często określano obu kandydatów po raz pierwszy z użyciem zwrotu Pana/Pani oraz przy użyciu określeń odnoszących się do wyścigu wyborczego i kierowania partią (odpowiednio 2% i 3%). Ponownie najczęściej używano imienia i nazwiska, choć różnica między kandydatami wynosiła jedynie 4 punkty procentowe na korzyść kobiety (59% vs 55%). Hillary Clinton nieco częściej określana była mianem senatora (20% vs 17%) a Barack Obama znacznie częściej opisywany był wyłącznie po nazwisku (10% vs 24%). Zanotowano również różnicę 6 punktów procentowych w częstości zwracania się po imieniu: Clinton przedstawiono w ten sposób w 8% przypadków¹²⁶ zaś Obamę w 2% (Uscinski i Goren 2011).

Zdaniem Doroty Zaworskiej-Nikoniuk „[u]kazywanie kobiet aktywnie uczestniczących w polityce i karier politycznych kobiet w środkach masowego przekazu zmodyfikować może stereotypowe postrzeganie kobiet, a tym samym zniwelować bądź osłabić wymienione wyżej czynniki wewnętrzne i zewnętrzne wykluczające lub marginalizujące polityczną (nie)obecność kobiet. Tymczasem również i środki masowego przekazu przyczyniają się do eliminacji kobiet w życiu politycznym” (Zaworska-Nikoniuk 2010, 183). Ich udział w procesach wykluczania wynika nie tylko z marginalizacji kobiet, ale również ze stawianych im oczekiwań i wymagań, propagowanych wyobrażeń o nich i (nie)chęci nagłaśniania inicjatyw kobiet, zwłaszcza zakończonych sukcesem. Nie bez znaczenia pozostaje także stosunek ludzi mediów do idei równouprawnienia, przejawiający się np. brakiem informacji o zakończonych sukcesem przedsięwzięciach, w miejsce których nagłaśniane mogą być spektakularne porażki lub chybione pomysły (szczególnie przywołujące stereotypy, np. plakaty Polskiej Partii Kobiet).

Z badań Natalii Krzyżanowskiej wynika, że polskie polityczki rzadko pojawiają się w prasie. Nazwiska kobiet stanowiły jedynie 37,2% nazwisk polityków wymienionych w *Trybunie* i 35% w *Gazecie Wyborczej* (GW), a kobiety cytowano w 36,6% artykułach *Trybuny* i 21,6% w GW. W *Trybunie*, w której opublikowano 4 artykuły zogniskowane wokół kobiet, zacytowano 5 Polek i 7 polityczek zagranicznych. W GW, w dodatku regionalnym, pojawiły się zaledwie dwie dwuzdaniowe notatki informujące o spotkaniu z kandydatkami oraz kilkuzdaniowy, krytyczny artykuł o inicjatywie tych kobiet (Krzyżanowska 2012).

Joanna Wójcik dostrzega, że „[z]arówno dziennikarki, jak i dziennikarze chętniej udzielają głosu ekspertom niż ekspertkom. Płeć osoby publikującej nie ma wpływu na to, czy o komentarz proszona jest kobieta czy mężczyzna” (Wójcik 2009, 169). Kwestia cytowalności wydaje się relewantna: choć najczęściej cytowani są mężczyźni, w artykułach poświęconych

¹²⁵ Analizy bazowały na wiadomościach telewizyjnych z najważniejszych stacji naziemnych i kablowych.

¹²⁶ Analizy porównawcze dowiodły, że nie miało to związku ze strategią komunikacyjną Clinton by nazywać siebie po imieniu. Sposób nazewnictwa nie koreluje również z wynikami sondaży ani szacowanymi szansami na wygraną

polityczkom znacząco więcej artykułów autorstwa mężczyzn (38,8%) niż kobiet (20,3%) powołuje się na ekspertki, natomiast w artykułach poświęconych większej liczbie polityków przytaczanie ekspertek jest rzadkością niezależnie od płci dziennikarza (<4%, Heldman, Carroll i Olson 2000; zob. też Devitt 2002, Aday i Devitt 2001). Natalia Krzyżanowska na podstawie wspomnianych badań wysuwa odmienną konkluzję. Jej zdaniem gdy autorem tekstu była kobieta, istniało większe prawdopodobieństwo pojawienia się cytowanych wypowiedzi innych kobiet (Krzyżanowska 2012). W tym kontekście dysproporcja w udziale kobiet i mężczyzn na decyzyjnych stanowiskach w mediach może być jednym z powodów odmiennego portretowania kobiet i mężczyzn (Paczeński 2009b). Pojawia się jednak pytanie, czy wzrost cytowalności kobiet świadczy o wzroście ich znaczenia w kulturze, czy też jest dowodem ich niskiego statusu jako niezasługujących na wypowiedzi mężczyzn¹²⁷.

Polityczki mniej widoczne także w spotach wyborczych. Z badań wynika, że kobiet jest mniej oraz rzadziej i krócej wypowiadają się w kampanii niż mężczyźni (Fuszara 2013h). Małgorzata Fuszara (2007) ustaliła, że w 1997 roku w audycjach przedwyborczych nadawanych w ramach bezpłatnego czasu antenowego kobiety stanowiły od 5% postaci w audycjach przygotowanych przez PSL do 41% w audycjach UP¹²⁸. Wypowiedzi kobiet z pięciu partii stanowiły maksymalnie 10% czasu wszystkich wypowiedzi (w trzech przypadkach nie przekraczały 4%), w trzech partiach stanowiły od 15% do 18%, a jedynie w dwóch przekraczały 25% (26% SLD i 28% KPEiR RP wraz z AWS). Procentowy udział liczby wypowiedzi kobiet był przeważnie wyższy od wyrażonego procentowo czasu wypowiedzi i wahał się od 5% dla PSL do 38% dla KPEiRRP¹²⁹. Kobiety wypowiadały się rzadziej i krócej od mężczyzn (ich wypowiedzi trwały od kilku do kilkunastu sekund), a programy partii zawsze prezentował narrator-mężczyzna (podobnie jak w wyborach parlamentarnych z 2011 roku, zob. Rekosz 2013a). Kolejne badania Małgorzaty Fuszary (2007) wykazały, że w 2001 roku proporcje były jeszcze bardziej niekorzystne dla kobiet¹³⁰ – dwa komitety w ogóle nie uwzględniły ich w swoich przekazach, a w pięciu przypadkach udział postaci żeńskich nie przekroczył 9%¹³¹. W przypadku 6 spośród 9 partii liczba wypowiedzi

¹²⁷ Wizerunek polityka zależy również od tego, kto go opisuje: koalicjanci będą starali się poprawić wizerunek (lub przynajmniej go nie zepsuć), zaś opozycja będzie dążyła do ośmieszenia oraz podkopania pozycji rywala.

¹²⁸ Średnia arytmetyczna wynosiła 21,2%.

¹²⁹ Uśredniony udział liczby wypowiedzi kobiet wynosił 20,6%, natomiast przeciętny czas wypowiedzi 13,1%.

¹³⁰ Przeciętnie kobiety stanowiły 13,67% postaci, a ich wypowiedzi stanowiły 9,13% i zajmowały 8,56% czasu.

¹³¹ Dla PO udział kobiet wynosił 16%, dla Alternatywy 17%, PSL osiągnęło pułap 26% a UW 40%.

mężczyzn nie spadała poniżej 90%¹³², a ten sam poziom w odniesieniu do czasu wypowiedzi osiągnęło aż 8 partii¹³³ (zob. też Fuszara 2011).

Emilia Rokosz przeprowadzwszy analizę spotów wyborczych z okresu kampanii samorządowej w 2010 roku ustaliła, że nie tylko liczba kandydatek jest znacząco mniejsza niż kandydatów (19 kobiet i 51 mężczyzn w paśmie krajowym oraz 52 kobiety i 121 mężczyzn w paśmie regionalnym¹³⁴), lecz również wypowiadały się one krócej (kandydat miał średnio do dyspozycji 9,5 sekundy na wypowiedź, podczas gdy kandydatka 6 sekund). Warto odnotować, że w tej kampanii głos narratora – choć zdarzało się to rzadko – bywał kobiecy, jednak zdaniem badaczki kampanię tę cechował brak refleksji genderowej (Rekosz 2013b). Wydaje się, że poziom wyborów może mieć znaczenie dla płci narratora: o ile narratorki pojawiają się w kampaniach samorządowych (w których istnieje większe przyzwolenie na działalność kobiet, zob. rozdz. 2.2.1.), o tyle niezmiennie notuje się ich brak w kampaniach parlamentarnych, chyba że premierem lub kandydatką na premiera jest kobieta (przykład kampanii z 2015 roku).

Emilia Rekosz poddała analizie również kampanię parlamentarną z 2011 roku. Ustaliła, że w spotach ogólnokrajowych zaprezentowano 37 kandydatek (26,43%) i 103 kandydatów (72,86%), zaś na poziomie regionalnym 81 pań (27%) i 219 panów (73%; Rekosz 2013a). O ile w przypadku wyborów samorządowych w paśmie krajowym udział kandydatek był nieco mniejszy niż w regionalnym, w wyborach parlamentarnych był on bardzo zbliżony. Kobiety wypowiadały się krócej – miały do dyspozycji przeciętnie 80 sekund, podczas gdy panowie niemal dwukrotnie więcej: 156 sekund, co współgra z ustaleniami poczynionymi dla kampanii samorządowej z 2010 roku, jednak ukazuje silniejszą dysproporcję. Zdaniem autorki analiz, widoczne w kampanii „[p]odkreślanie walorów płci kobiecej może się więc wiązać z tym, że kobiety o swoje miejsce w polityce muszą jeszcze walczyć” (Rekosz 2013a, 230).

Zdaniem Pippy Norris kobiety są niemal niewidoczne w programach informacyjnych i na pierwszych stronach gazet. Badania prowadzone pod koniec lat 70. w Stanach Zjednoczonych ukazały, że liczba kobiet w mediach nie przekraczała 13% w 1975 roku i zaledwie 7% w roku 1979. Najczęściej portretowano żony przywódców lub osób publicznych oraz ekspertki w sprawach *kobiecych* (antykoncepcja, aborcja) i pracownice administracji rządowej. W 1979 roku aż 18 z 24 kobiet (75%) przedstawiono jako bezbronne ofiary

¹³² Odsetki pozostawały bardzo zbliżone do udziału kobiet wśród postaci. Alternatywa i PSL zaprezentowały odpowiednio 16% i 15% wypowiedzi kobiet, UW zaś 32%.

¹³³ Jedynie w przypadku UW kobiety wypowiadały się przez 34% czasu.

¹³⁴ Udział kobiet wśród wszystkich postaci w paśmie krajowym wynosił 27,14%, zaś w regionalnym 30,6%.

przestępstw lub klęsk żywiołowych. W kolejnych dekadach odsetek kobiet sukcesywnie rósł, jednak w 1994 roku na 89 kongresmenów, z którymi przeprowadzono wywiady w programach informacyjnych, pojawiło się jedynie 5 kobiet. Pod koniec lat 80. XX wieku w magazynie *Time* kobiety stanowiły 14% postaci na okładkach, przy czym 37% z nich pochodziło ze świata rozrywki, a przywódczynie polityczne, działaczki i urzędniczki stanowiły jedynie 12%. W Europie pod koniec lat 80. XX w. kobiety stanowiły 16% rozmówców w wywiadach dla programów informacyjnych, a polityczki stanowiły ledwie 9% polityków (Norris 2003).

Uzupełnienia tak ujętego rozumienia polityki dostarcza ilościowa analiza bohaterów wiadomości¹³⁵. Okazało się, że zarówno w telewizji publicznej (TVP1) jak i komercyjnej (TVN) ponad 80% bohaterów informacji politycznych stanowili mężczyźni, udział kobiet wynosił 13,72% w TVP1 i 17,33% w TVN. Jeśli ująć liderów partyjnych jako odrębną kategorię z racji politycznego uprzywilejowania (zob. Norris 2003, Schulz 1995), ich słowa w TVP1 stanowią 48% a w TVN 32% wszystkich wypowiedzi. Kwestie mężczyzn niebędących liderami w TVP1 stanowią 37,34% ogółu wypowiedzi, a w TVN zaś niemal połowę (49,49%). Przeciętnie mężczyźni niebędący liderami wypowiadają się w 45,56% wszystkich wypowiedzi, co trudno porównywać ze średnim udziałem kobiet na poziomie 16,16%.

Pokazywane w relacjach odnoszących się do wspomnianej kampanii kobiety rzadko występowały jako autonomiczne polityczki prowadzące własne kampanie i komentatorki bieżących wydarzeń (tak ukazano Małgorzatę Kidawę-Błońską, Annę Fotygę, Beatę Kempę i Ewę Kopacz). Częściej przedstawiano je jako organizatorki spotkań, koordynatorki planu działania (Katarzyna Piekarska), bądź żalące się i narzekające na życie żony i matki. Nawet pozytywne opisy polityczek, odwołujące się jednak do tradycyjnie rozumianej kobiecości, nie tworzą obrazu kompetentnej i zorientowanej na zadanie osoby (Heldman, Carroll i Olson 2000).

Media ukazują i oceniają kobiety przez pryzmat stereotypów (zob. rozdz. 1.2. i 2.2.), jednak problem ten sięga znacznie głębiej, gdyż często wręcz *doszukują* się kobiecości w polityczkach lub kandydatkach na polityczki i właśnie z tej perspektywy komentują ich wygląd, postępowanie i życie prywatne (np. w przypadku Julii Tymoszenko, Tarji Halonen i Angeli Merkel posądzanej o zdradę Helmuta Kohla; Pacześniak 2009b). Kobiety, w przeciwieństwie do mężczyzn, określane są również za pomocą skojarzonych z kobiecością etykietek: o Helen Clark mówiono *Ciocia Helen i Niania Kraju* (Ross i Comrie 2012), Tarję Halonen nazywano *matką narodu* i *mamą Muminka*, a Angelę Merkel okrzyknięto *dziewczynką*

¹³⁵ Analizie poddałam główne wydanie *Wiadomości* TVP1 i *Fakty* TVN z okresu 12.09.2011r - 08.11.2011r. Wyniki analiz przedstawiłam na konferencji pt. „Mechanizmy obietnic” w Łodzi w 2012 roku.

Kohla (Pacześniak 2009b). Hillary Clinton określana była mianem *pierwszej żony*, *kastratorki* i *kobiety-diabła*, a Sarah Palin zyskała przydomek *Caribou Barbie* (Uscinski i Goren 2011). Rozważa się także czy i jak zmieniłby się styl przywództwa, gdyby na czele państwa stanęła kobieta, co miało miejsce w odniesieniu do Ségolène Royal, którą opisywano jako *dziewczęcą* (Eckert 2010). Kompetencje podkopują także określenia typu *laleczka*, *kochanie*, *złotko* (Bulawka 2013).

Fenomen ten nie wywołuje jednak zdziwienia w kontekście słów Zbigniewa Bauera, twierdzącego iż „[o]braz przywódcy danego kraju jest ściśle związany ze stereotypem narodu, państwa i systemu społeczno-politycznego, jaki masowe media konstruują lub tylko powielają na użytek swoich odbiorców, a raczej na użytek konkretnych politycznych tendencji” (Bauer 1988, 12-13). Stereotypowe postrzeganie kobiet nierozzerwalnie splata się jak widać z wyglądem fizycznym, a powiązanie to jest na tyle silne, że „specyficznym sposobem, zarezerwowanym dla mówienia o kobietach zajmujących się polityką, jest także informowanie czytelnika, jak dana osoba wgląda, jakie ma włosy czy głos, czy się uśmiecha, a dopiero w następnej kolejności zamieszczanie opisu jej profesjonalnych umiejętności – sposób ten nie bywa stosowany przy opisie kandydatów” (Krzyżanowska 2012, 220-221; zob. też Pacześniak 2009b, Norris 2003). Polityczki opisywane są jako *piękne* i *atrakcyjne* (także *fotogeniczne*; Eckert 2010), nie brakuje określeń nacechowanych erotyką (*seksowna*, pełna *sex appealu*) oraz zawierających element oceny gustu (*szykowna*; Eckert 2010). Wszystkie te określenia mogą negatywnie odbijać się na reputacji i wizerunku (Bulawka 2013). Media, ogniskując uwagę na kobiecym wyglądzie, męski uznają za transparentny, czego przykładem może być amerykańska kampania z 2012 roku. W jej trakcie media opisywały wygląd Hillary Clinton, choć nie czyniły tego względem żadnego kandydata płci męskiej (Women's Media Center 2012). Pippa Norris uważa jednak praktyki takie za sporadyczne i twierdzi, że mężczyźni i kobiety opisywani są w odniesieniu do tych samych kategorii (Norris 1997 za: Street 2006).

Współcześnie rolę kobiet dobrze oddają dwa popularne określenia: *paprotki* i *egerie*. Określenie *paprotki* wywodzi się z okresu PRL-u, gdy na okrytym obrusem stołem z rzadka (aby nie zasłaniały mężczyzn) ustawiano paprotki; z podobną częstotliwością pojawiały się wówczas kobiety. Określenia *egeria* zaś używa się na określenie inspiratorki, doradczyni, powiernicy i towarzyszkę duchowej męża stanu lub artysty (Dąbrowska-Szulc 2009). Wydaje się, że kobiety obecnie stanowią element dekoracyjny kampanii – mają zdobić, lecz nie przyćmiewać mężczyzn – i rzadko postrzegane są jako poważne kandydatki (warto wspomnieć spot wyborczy konkludowany słowami „naga prawda”). Kobiety wciąż bywają portretowane jako epatujące seksem ofiary, którym mężczyźni muszą iść z pomocą, a ramę tę stosują nawet

politycy (w jednym ze spotów wyborczych kandydat ratował kobietę, która w zamian składała mu dwuznaczną propozycję; jako dżentelmen odrzucił ją, prosząc jedynie o oddanie na niego głosu). Rzecz w tym, że takie przekazy stają się newsami i są przywoływane pomimo upływu czasu. Wymóg widzialności mężczyzn, choć za sprawą kontrowersyjnego przekazu i kosztem kobiet, zostaje osiągnięty. Czasem same kobiety sięgają po budzące kontrowersję przekazy, aby osiągnąć cel (przykład Partii Kobiet, zob. rozdz. 2.2.6.; *kultura striptizu*).

Ponieważ, jak wskazałam w rozdziale 2.2.6, polityka jako dziedzina męska postrzegana jest negatywnie, polityczki mogą zmieniać swój wizerunek na bardziej kobiecy po to, by skorzystać z pozytywnych skojarzeń ze swoją płcią, choć nie zawsze z dobrym skutkiem (Środa 2012, Eckert 2010, Pacześniak 2010, Pacześniak 2009b). Takiej zmiany dokonała zarówno Julia Tymoszenko, jak i Hanna Gronkiewicz-Waltz. Podkreślanie kobiecości może mieć szczególne znaczenie na początku działalności, im dłużej jednak kobiety zajmują najważniejsze pozycje, tym mniejsze znaczenie media zdają się przywiązywać do wyglądu a większej wagi nabiera meritum, zwłaszcza gdy kobieta okazuje się *męska* (Julia Tymoszenko, Angela Merkel; Jędraszczyk 2014, Kęsek 2014, Eckert 2010, Pacześniak 2009b).

Pippa Norris twierdzi, że w opisie cech osobistych liderów stosunkowo rzadko sięga się po stereotypy rodzajowe, a większe znaczenie wydaje się mieć wyobrażenie o polityku *per se*. „Jako politycy – pisze badaczka – większość kobiet jest postrzegana jako ambitne, efektywne i często bardziej skłonne do konfrontacji niż ich rywale” (Norris 2003, 143). W tym miejscu warto jednak podkreślić dwie kwestie: po pierwsze, opis kobiety-liderki przy użyciu męskich cech może wpłynąć negatywnie na jej wizerunek (zob. rozdz. 2.2.7.), zwłaszcza gdy wydają się bardziej *twarde* od mężczyzn. Różnice dostrzegalne są na poziomie leksykalnym: o ile polityczka bywa *agresywną, oschłą karierowiczką*, o tyle polityk jest *ambitnym, bezpośrednim i zorientowanym na cel profesjonalistą* (Bulawka 2013, 157; zob. też Ross i Comrie 2012).

Po drugie zaś pojawia się kwestia definicyjna: z jednej strony możemy mówić o walce implikującej konfrontacyjność i konfliktowość, wartościowanej negatywnie jako element destabilizujący, z drugiej jednak można mówić o walce na rzecz słusznej sprawy lub o walce rozumianej jako ciężka praca. Andrew Goatly zwraca uwagę na rozumienie wojny jako *próby osiągnięcia czegoś w trudnej sytuacji*. W tym kontekście wojna *o coś, w obronie czegoś* albo *na rzecz czegoś* może być odbierana pozytywnie (Goatly 2007 za: Bulawka 2013). Hanna Bulawka przedstawia koncepcję, zgodnie z którą walka w drugim znaczeniu stanowi *naturalne* pole działania kobiet, np. na rzecz osiągnięcia politycznego celu (Bulawka 2013). Badaczka z pewnością ma rację, jednak nie sposób ujmować metafory walki w kontekście pracy i wysiłku jako tożsamej z metaforą walki jako wojny i zmagania, ponieważ z perspektywy stereotypów

walka w tym ostatnim rozumieniu wciąż pozostaje aktywnością męską. Ponadto podjęta przez badaczkę próba wykroczenia poza stereotypy wydaje się nietrafiona, gdyż walka jako praca wpisuje się w tradycyjne przekonania dotyczące kobiet, powodujące, że są one cenione jako asystentki i osoby *od czarnej roboty* (por. rozdz. 2.2.).

Bulawka stawia także tezę, korespondującą z teorią kultywacji (zob. rozdz. 3.), że wraz ze wzrostem częstości ukazywania polityczek w kontekście *męskich* zachowań będziemy obserwować redefinicję ról społecznych, w efekcie czego polityka przestanie być ujmowana jako dziedzina męska. Pozwoli to również na rekonceptualizację pojęć (np. przywództwa autorytarnego) i ich neutralizację w miejsce genderowego sprofilowania (Bulawka 2013).

Teza ta moim zdaniem jest tyleż przekonująca, co myląca. W społeczeństwie z silnie sprofilowanymi stereotypami płci i głęboko zakorzenioną płciową polaryzacją sfery publicznej i prywatnej nie sposób oczekiwać zmiany postrzegania płci w kierunku wskazanym przez badaczkę. Wraz z socjalizacją kobiety nabywają odmienne od męskich umiejętności i w związku z tym ich działania komunikacyjne są różne (Lakoff 2001). W tym kontekście umiejętność stosowania *męskiego* języka wymaga wykroczenia poza ramy swojej płci i wiąże się z maskulinizacją i przyjęciem męskiej normy zachowania, co nie sprzyja postrzeganiu polityki jako neutralnej płciowo, lecz umacnia męskie standardy. O równości można by mówić, gdyby od początku dziewczynki i chłopcy posiadali jednakowe zasoby. Takie ujęcie wskazuje również na to, iż obecnie propagowany styl sprawowania władzy jest jedynym właściwym, pomijane są zatem alternatywne sposoby prowadzenia polityki, uwzględniające działania koncyliacyjne czy deliberację.

Z drugiej strony, teza Hanny Bulawki wydaje się ciekawa. Istotnie, jeśli kobiety częściej wykazywałyby np. cechy autorytarnego przywódcy (zob. *double bind*), mogłoby to prowadzić do zmiany sposobu postrzegania polityki jako działalności właściwej obu płciom. W tym kontekście niezbędne jest przeformułowanie istniejących w społeczeństwie przekonań odnoszących się do kobiet i mężczyzn (w innym przypadku, jak wykazałam wyżej, zjawisko to umocni tradycyjny ład) oraz genderowa neutralizacja procesów socjalizacyjnych, tak aby kobiety z racji swojej płci nie były w gorszej pozycji. Jeśli status obu płci faktycznie ulegnie zrównaniu, to oczywistą konsekwencją będzie postrzeganie kobiet i mężczyzn jako równie uprawnionych do autorytarnego działania. Jednocześnie mężczyźni będą na równi z kobietami uprawnieni do stosowania pokojowych form rozwiązywania konfliktów w miejsce walki.

Można oczekiwać, że wraz z zacieraniem się podziałów genderowych większego znaczenia nabrałyby demokratyczne formy dyskusji w miejsce walki i wojny, co jednocześnie osłabia i odwraca uwagę od autorytarnego przywództwa. Z tego powodu uważam,

iz ukazywanie kobiet w stereotypowo *męskich* rolach może prowadzić do większej ich akceptacji na politycznych stanowiskach, lecz wymagać będzie *męskich* kompetencji, a zatem utrzyma męską dominację. Rzeczywista równość objawiałaby się w tym, iż omawiane w literaturze dwa style przywództwa, demokratyczny i autorytarny, byłyby w mniej więcej równym stopniu stosowane przez reprezentantów obu płci i uznawane za równie pożądane. Co więcej, w kontekście elit politycznych i kultury politycznej należałoby oczekiwać dominacji demokratycznego zarządzania i współpracy, a akceptacja kobiet jako liderów autorytarnych współgrałaby z akceptacją mężczyzn jako liderów demokratycznych.

Obserwowanie wyłącznie pierwszego z tych procesów, na dodatek selektywnego i ograniczonego, to zbyt mało. Niechęć wobec *kobiecych* form sprawowania władzy świadczy o sposobie ich postrzegania i wartościowania jako niewłaściwych i demaskujących brak kompetencji (przykładem jest próba demokratycznej władzy Ségolène Royal; Książkiewicz 2010). W tym kontekście (wybiórcze) pozwolenie kobietom na odgrywanie *męskich* ról umacnia *status quo* i może być postrzegane jako mechanizm rozładowywania napięć w strukturze społecznej dzięki awansowaniu kobiet, które mogą służyć jako wspomniane już *token women* (Domański 2007).

Zdaniem Pippy Norris można zaobserwować zjawisko schematyzacji konstrukcji informacji względem kobiet na stanowiskach liderów, a „[k]onwencje, według których tworzy się wiadomości, dostarczają nam ważnych informacji o tym, czego oczekuje się od przywódczyni” (Norris 2003, 145). Wymieniła ona trzy sposoby (ramy) przedstawiania kobiet: jako *symboli przełomu*, *outsiderów* oraz *autorki zmian*. Strategia symboli przełomu polega na ukazywaniu i etykietowaniu kobiet jako *tych pierwszych*, które osiągnęły dane stanowisko i jest dość często obserwowana¹³⁶ (Bulawka 2013, Heldman, Carroll i Olson 2000). Druga strategia polega na podkreślaniu braku politycznego doświadczenia i konwencjonalnych kwalifikacji kobiet (proces dekwalfikacji) przy jednoczesnym gloryfikowaniu męskich cech dotychczasowych przywódców. Trzecią strategią jest silniejsze niż względem mężczyzn oczekiwanie nadejścia zmian wraz z pojawieniem się kobiety-przywódcy, co może być negatywne w skutkach: „ten sposób prezentacji może kreować fałszywe oczekiwania co do możliwości nowych przywódców a tym samym stawiać kobiety na piedestale, z którego można już tylko spaść” (Norris 2003, 149; zob. też Bulawka 2013).

¹³⁶ Tytuły artykułów brzmią: „A zatem Wielka Brytania ma swoją drugą kobietę premiera (...)” (Nugent, 2016), „Wielka Brytania będzie miała pierwszą kobietę premiera od czasów Margaret Thatcher” (Witte, 2016), „Następny premier Wielkiej Brytanii będzie kobietą” (Onyanga-Omara, 2016; zob. też Hope, McCann, Riley-Smith, 2016).

Analizująca polską prasę (*Newsweek*, *Polityka*, *Wprost*) Hanna Bulawka (2013) twierdzi, że dyskurs feminizacji władzy w Polsce jest niezwykle silny. Wiązał się on ze wspomnianą strategią *symboli przełomu*: dziennikarze ogniskowali uwagę na przesyceniu rządów kobietami, okrzykując każdy kolejny gabinet mianem *najbardziej sfeminizowanego* a prezentowany trend nazywali *kobiecy przełomem*. Pięć kobiet w rządzie było tak znaczącym wydarzeniem, że mówiono o *Matriarchacie Polskiej IV Republiki* (w innej wersji: *IV RP jest kobietą*), a utworzony rząd nazywano *babskim*. Pomimo takiej retoryki, w istocie rząd Jarosława Kaczyńskiego dokonał znacznie mniejszego kroku w kierunku włączania do rządu kobiet niż jego poprzednik, Kazimierz Marcinkiewicz. Retoryka ta implikuje zagrażającą obecnemu łaadowi kobiecą inwazję, opisywaną w kategoriach wojny. Podkreśla to wojenną naturę kobiecej partycypacji politycznej i stawia je w pozycji agresora. „Patrząc z tej strony – konkluduje badaczka – raczej nie są one [polityczki] postrzegane jako partnerki w procesach politycznych, lecz raczej jako intruz, pogwałcający sferę publiczną swoimi nieuprawnionymi działaniami (‘kobiece uderzenie’, ‘kobieca ofensywa’ itp.)” (Bulawka 2013, 86).

Zdaniem Hanny Bulawki (2013) niemal nieobecny jest dyskurs prezentujący wzrastający udział kobiet jako *drogę do bardziej reprezentatywnej demokracji* lub *logiczny krok w kierunku społeczeństwa równości*. Polityczki ukazywane są w prasie jako przedmioty (*tools*) mające poprawiać wizerunek partii i stanowić rozwiązanie jej problemów (topos użyteczności). Kobiety opisywane są jako przedmioty w męskim posiadaniu (np. aniołki Kaczyńskiego, okręt flagowy partii), co symbolicznie umniejsza ich osiągnięcia merytoryczne. Badaczka zwraca uwagę, że zabiegi takie nie są specyfiką polską, ale pojawiają się również w Wielkiej Brytanii. Kobiety przedstawiane są jako bierne obiekty męskiej działalności (mogą zostać wybrane, otrzymać coś), a zabiegi takie bez wątpienia ukazują męskich liderów jako bardziej wpływowych i kompetentnych do sprawowania władzy od kobiet: „(...) znaczna część dziennikarskich reportaży wykazuje tendencję do deaktywowania a przez to uprzedmiotawiania nie tylko kobiet, ale całej politycznej aktywności kobiet” (Bulawka 2013, 101).

Nie wszystkie polityczki są jednak przedstawiane jako bierne obiekty, z czym wiąże się wspomniane już pojęcie *walki*. Zdaniem Hanny Bulawki Zyta Gilowska portretowana była jako sędzia piłkarski mający zdolność wręczania żółtych kartek, przez co przypisano jej zdolność korygowania działań innych politycznych graczy poprzez ostrzeżenia, krytykę i karanie niezgodnych z zasadami zagrań. Z jednej strony metafora polityki jako sportu pozwala zatem podkreślić profesjonalizm polityczki jako liderki i kluczowego rządowego autorytetu, z drugiej zaś łączy ją z takimi cechami, jak zaangażowanie, entuzjazm i chęć współzawodnictwa. Należy jednak wyraźnie podkreślić, że legitymizacja jej uczestnictwa odbywa się w odniesieniu

do męskich cech i dyskursu sportowego, który dodatkowo wymiar ten umacnia (Bulawka 2013). Zdaniem Aarona Moore'a i Davida Dewberry'ego (2012) sport odgrywa w polityce doniosłą rolę: umożliwia ukazanie polityka jako *prawdziwego mężczyzny* i umacnia jego polityczny wizerunek. Zdaniem tych badaczy kobiety mogą uczestniczyć w polityce i budować swój wizerunek właśnie w oparciu o męskie cechy oraz kojarzoną z nimi aktywność, czego przykładem jest Zyta Gilowska. Wydaje się zatem, że polityka wciąż jest zdominowana przez jedną płć (lub przynajmniej ściśle z nią kojarzona), a maskulinizacja kobiet w polityce jest niezbędna dla rozwoju politycznej kariery.

Władzę, za Maxem Weberem definiowaną jako zdolność narzucania własnej woli innym (Weber 1946, 180), Amy Allen (2011) określa to mianem *władzy nad kimś*. Tak rozumiana, władza może przejawiać się również na poziomie działań komunikacyjnych poprzez okazywanie uznania, korygowanie wypowiedzi czy wydawanie poleceń (Bulawka 2013). Zdaniem Hanny Bulawki (2013) Zyta Gilowska prezentowana była w dyskursie medialnym jako poważny krytyk i najwyższej rangi autorytet. Efekt ten osiągnięto poprzez dyskurs oporu i agresywny język, co wydaje się być typowe dla osób posiadających władzę.

Warto nadmienić, że niezależnie od płci osoba posiadająca większą władzę jest bardziej skłonna przerywać wypowiedzi oraz okazywać dominację w sposób werbalny i niewerbalny (Carli 1990). Instrumentalne użycie agresji zastosowane zostało w procesie kształtowania medialnego wizerunku Zyty Gilowskiej jako osoby zdolnej do publicznego upokorzenia i ukarania winnych. Zdaniem Hanny Bulawki taki sposób ukazywania kobiet prowadzi do zaburzenia koncepcji kobiecego i męskiego stylu przywództwa na rzecz przywództwa neutralnego, którego narzędziami będą wspomniane techniki (Bulawka 2013).

Spoglądając na medialną kreację Gilowskiej wydaje się, iż jest ona przedstawiana jako niekwestionowany autorytet i przysługuje jej prawo do publicznego karcenia mężczyzn. Pojawia się jednak pytanie, czy tak prezentowany wizerunek uwzględnia płć polityczki, czy też pojawia się w kontekście jej maskulinizacji. Wydaje się, że legitymizacja do karcenia polityków wypływa z postrzegania tej polityczki nie jako kobiecej, lecz jako męskiej i z tego względu nie prowadzi do zaburzenia ról społecznych. O ile, jak już była mowa, media doszukują się w polityczkach kobiecości, Gilowska wydaje się być traktowana na równi z mężczyznami. Za pozorną równością może kryć się pochwała męskiej dominacji, w której kobieta może zaistnieć o tyle, o ile stosuje męskie standardy, w tym agresję. Jak wspominałam wcześniej, skojarzenie mężczyzn z władzą implikuje ich wyższość. Hipotetycznie należałoby oczekiwać, że w kulturze kobiecej agresja nie będzie pożądaną i cenioną metodą okazywania władzy, co ma miejsce w kulturach męskich (zob. rozdz. 2.1.) i jednocześnie utrwała *status*

quo. Należałoby również rozważyć, dlaczego akurat Gilowską sportretowano w taki sposób i czy nie ma to związku z profilem pisma. Z jednej strony należałoby docenić fakt przypisania kobiecie takiej rangi, z drugiej zaś obawy może budzić utrzymywanie patriarchalnego *status quo* i – wbrew tezie Hanny Bulawki – męskiego stylu przywództwa jako pożądanego. Sama badaczka wskazuje, iż oczekuje się od polityków, że będą antagonistyczni oraz nastawieni na walkę i rywalizację z innymi parlamentarzystami (Bulawka 2013).

W podobny sposób ukazana została Julia Pitera, również rzadko przedstawiana w odniesieniu do swojej płci: metaforycznie, jako szeryf rodem z dzikiego zachodu. Określona została mianem *głównego twardziela* rządu, co także bazuje na męskich standardach. Niemniej jednak Hanna Bulawka (2013) wyraźnie podkreśla, że Pitera była traktowana jako agresywny i dążący do konfliktu rywal, ukazywana jako super-agentka, lecz kwestia ta pozostaje w moim odczuciu sporna. W prasie Pitera została ukazana jako *awanturnica* i krzykaczka wpadająca w *furię*, niszcząca tych, na których się *zawęźmie*, a to w żaden sposób nie stawia jej w roli strażniczki demokracji. W tym kontekście być może należałoby pojrzeć na *super-wizerunek* Pitery w nieco innym, bardziej ironicznym świetle. Niewątpliwie jednak ponownie widoczny jest *męski* wizerunek posłanki jako walecznego *samotnego jeźdźcy*, cechującego się męskimi przymiotami, takimi jak bezkompromisowość czy brak empatii (wydaje się, że w tym przypadku są oceniane jako negatywne). Nie można jednak nie dostrzec w niej typowo *kobiecych* cech, jak kłótniowość i emocjonalność, konotowana podnoszeniem głosu i wykrzykiwaniem na wizji. Hanna Bulawka uważa, iż „[p]oprzez definiowanie polityczek jako żarliwych, emocjonalnych i bardzo skupionych na ogólnikach, polskie media przyczyniają do podtrzymywania stereotypu *irracjonalnej kobiety*” (Bulawka 2013, 111).

Hanna Bulawka (2013) zwraca też uwagę na odmienną ocenę Gilowskiej i Pitery uwzględniając pewien pozornie mało znaczący aspekt, jakim są żarty. Zdaniem Janet Holmes (2006) umiejętność opowiadania dowcipów jest tradycyjnie przypisywana mężczyznom i mogłaby rozwiązywać konflikt pomiędzy pozycją lidera i kobiecością. Bulawka (2013) argumentuje na rzecz takiego właśnie rozumienia, zgodnie z którym Gilowska prezentowała się jako inteligentna, zabawna i dobra oratorka. Być może to właśnie opanowanie i umiejętne komentarze przysporzyły Gilowskiej sympatii, której zabrakło oschłej i impulsywnej w oczach dziennikarzy Piterze.

Relacje z wydarzeń związanych z polityczkami tworzone są w specyficzny sposób – wykorzystują schematy znane z bajek, w ramach których kobiety ukazywane są w tradycyjnie przypisywanych im rolach. Takie ujęcie sprawia, że profesjonalizm bohaterek jest „publicznie dekonstruowany, rekontekstualizowany i weryfikowany” (Bulawka 2013, 176). Opierając się

na typologii Wing Bo Tso (Wing 2010), Hanna Bulawka (2013) wyróżnia kilka odmiennych typów wizerunków kobiet w mediach: piękną i delikatną, ale jednocześnie silną, *teflonową księżniczkę*¹³⁷, niewinnego *Kopciuszka*, knującą i odstręczającą *czarownicę*, oportunistyczną *uwodzicielkę*, *panią domu*, *pannę młodą* oraz *matkę*, uzupełniając typologię o postać *ekscentryczki*. Wszystkie zawierają element oceny i działając niczym stereotypy, przekazują wiedzę o szerszym społecznym kontekście. „Tendencja polskiej prasy do definiowania kobiecych ról publicznych w sposób analogiczny do ról, które tradycyjnie pełnią w otoczeniu domowym grozi ‘wertikalną segregacją’ – relegowaniem kobiet-profesjonalistek do mniej uprzywilejowanych i mniej istotnych obszarów, co jest praktyką powszechnie obserwowaną w instytucjach parlamentarnych” (Bulawka 2013, 184; tłum. własne).

Wizerunek *pani domu* przekłada się na opis polityczki jako organizatorki życia publicznego w sposób analogiczny do domowego (zaopatrywanie gości w drinki, wysyłanie zaproszeń) i lingwistycznie implikuje brak władzy politycznej. *Księżniczka*, *Kopciuszek*, *panna młoda* i *uwodzicielka* są natomiast rolami wymagającymi uzupełnienia o podmiot męski, a zatem nie są samodzielne, lecz definiowane w oparciu o mężczyznę. Co więcej, postać uwodzicielki, z którą można powiązać epatowanie seksualnością, nacechowana jest negatywną oceną moralną, a *teflonowa księżniczka* wciąż jest *zbyt kobieca*, by zostać zaakceptowaną w politycznym świecie. Wszystkie role zatem wymagają obecności innych aktorów społecznych i pozostają w kręgu tradycyjnych przekonań. „Obsadzanie mężczyzn w rolach dowódców wojskowych lub kapitanów drużyn sportowych zwiększa siłę ich instytucjonalnej władzy. Stanowi to rażący kontrast do wysoce nieformalnych i prywatnych kategoryzacji kobiet w polityce, co symbolicznie wywołuje efekt braku kwalifikacji” (Bulawka 2013, 203).

W rozdziale 2.2.2. wskazałam, że jedną z barier ograniczających udział kobiet w sferze politycznej są poglądy dziennikarzy. Na początku tego rozdziału nadmieniłam, iż owe indywidualne afiliacje i przekonania znajdują odzwierciedlenie w procesach selekcjonowania informacji oraz wpływają na sposób przedstawienia bohaterów. Z tego względu przekonania dziennikarzy odnośnie do posiadanych przez polityków i polityczki cech wydają się istotne dla dalszych rozważań. Chociaż poglądy autorów nie są przedmiotem niniejszej pracy, w analizach uwzględniłam kwestię ich płci. Zarysowanie tego, w jaki sposób dziennikarze i dziennikarki postrzegają ludzi polityki i jakie przynosi to efekty wydaje się istotne dla dalszych rozważań.

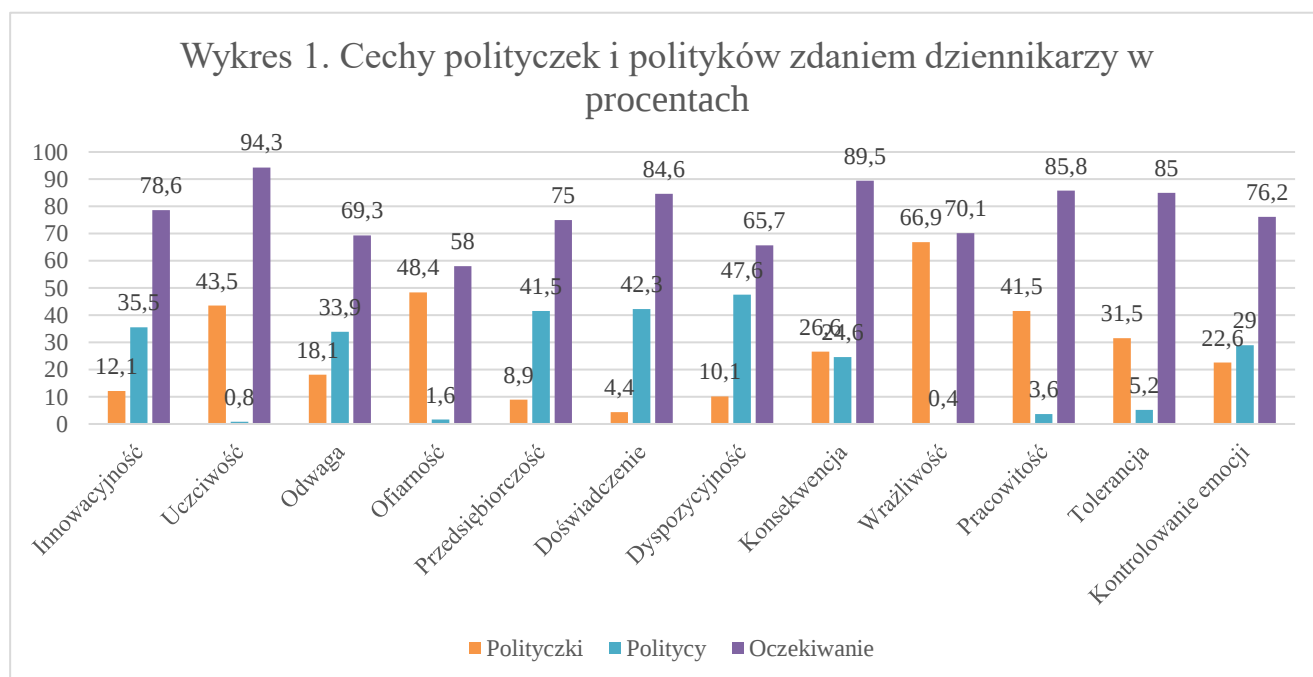
Z badań Sabiny Pawlas-Czyż (2008) wynika, iż zdaniem dziennikarzy polityczki cechują się stereotypowymi przymiotami: wrażliwością, ofiarnością, uczciwością,

¹³⁷ Wing Bo Tso wskazuje wyłącznie na jej delikatną stronę natury.

pracowitością, tolerancją i konsekwencją. Wbrew oczekiwaniom aż 22,6% respondentów wskazało na umiejętność kontrolowania emocji jako cechę polityczek. W przypadku polityków najczęściej dostrzegano dyspozycyjność, doświadczenie, przedsiębiorczość, innowacyjność, odwagę, kontrolowanie emocji oraz konsekwencję. Uczciwość w przypadku polityków została wskazana przez mniej niż 1% respondentów. W przeciwieństwie do kobiet, mężczyźni nie są ofiarni, wrażliwi, pracowici ani tolerancyjni (zob. Wykres 1.).

Na Wykresie 1. widoczna jest waga poszczególnych czynników, oszacowana na podstawie częstości wskazań dziennikarzy. Jednymi z najbardziej pożądanых cech są uczciwość, doświadczenie, konsekwencja, pracowitość i tolerancja. Jedynie w przypadku jednej z tych cech, doświadczenia, kobiety oceniane są gorzej od mężczyzn. Należy odnotować znaczenie wrażliwości, której politycy zdaniem dziennikarzy nie posiadają wcale, zaś obecność tej cechy u polityczek wydaje się współbrzmieć z oczekiwaniami.

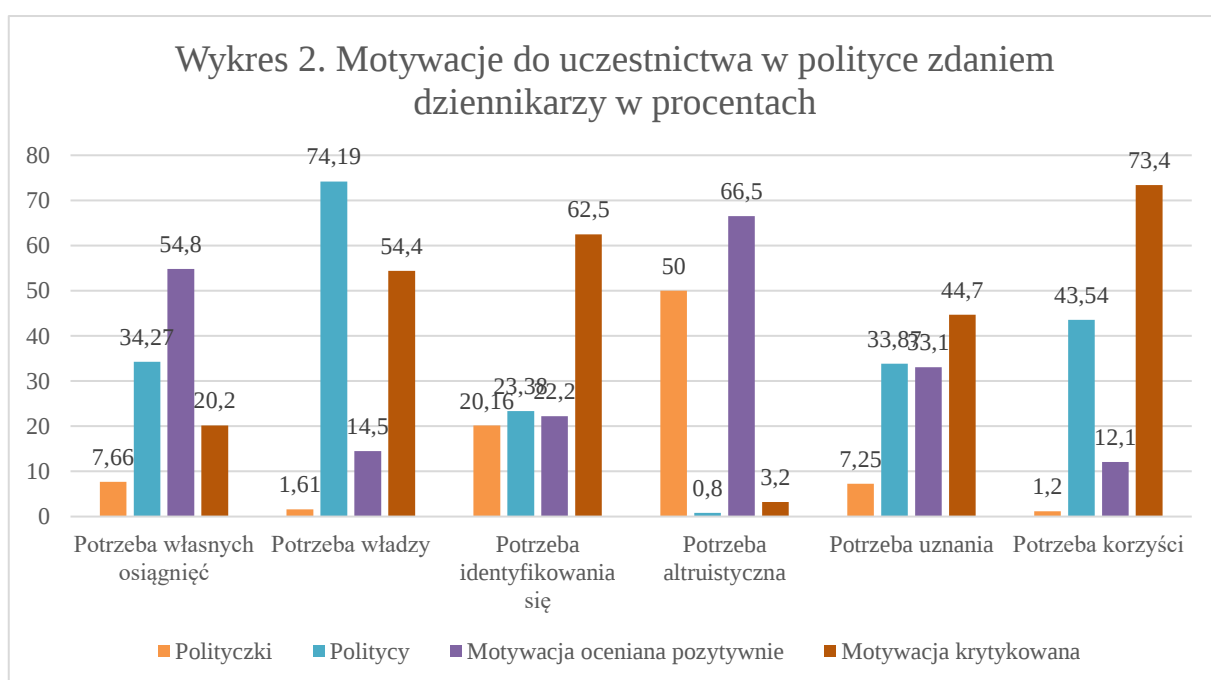
Pomimo, iż kobiety w oczach dziennikarzy wydają się spełniać najważniejsze kryteria dobrego polityka znacznie lepiej od mężczyzn, nie są one postrzegane jako odpowiednie



Wykres 1. Źródło danych: (Pawlas-Czyż 2008, 68, 71, 86)

kandydatki na polityczki (zob. rozdz. 2.2.6.). Pojawia się tutaj paradoks, doskonale wyjaśniany teoriami genderowymi (zob. rozdz. 1.2.): chociaż kobiety posiadają najważniejsze dla polityka cechy, są oceniane jako gorsze, ponieważ w mentalnym obrazie polityki to mężczyzna jest uprawniony do obejmowania tych pozycji i to mężczyzna jest w stanie sprostać brutalnej politycznej grze (zob. Wykres 3.). Otwiera to drogę dla tłumaczenia ekskluzji kobiet ze świata polityki jako pola aktywności niegodnej czystych moralnie dam (Bulawka 2013).

Podobnie kształtuje się opinia na temat posiadanych przez kobiety i mężczyzn umiejętności. O ile wyższość kobiet nad mężczyznami została uznana przez dziennikarzy w kwestii zdolności do kooperacji i współpracy (41,5% wskazań na kobiety, 13,7% na mężczyzn), o tyle umiejętności organizatorskie, szybkiego podejmowania decyzji, racjonalnej argumentacji i obrony swoich racji, zdobywania poparcia, egzekwowania realizacji postanowień oraz syntetycznego myślenia cechują mężczyzn¹³⁸. Jeśli jednak przyjrzymy się ocenie umiejętności pod kątem ich znaczenia dla politycznego funkcjonowania, okaże się, że najbardziej ceniona była właśnie umiejętność współpracy (85,1% wskazań). Pozostałe zdolności oscylowały w przedziale od 7,8% do 77% wskazań. Wydaje się zatem, że znów to przymioty kojarzone z kobietami są w świetle postulatów najistotniejsze.



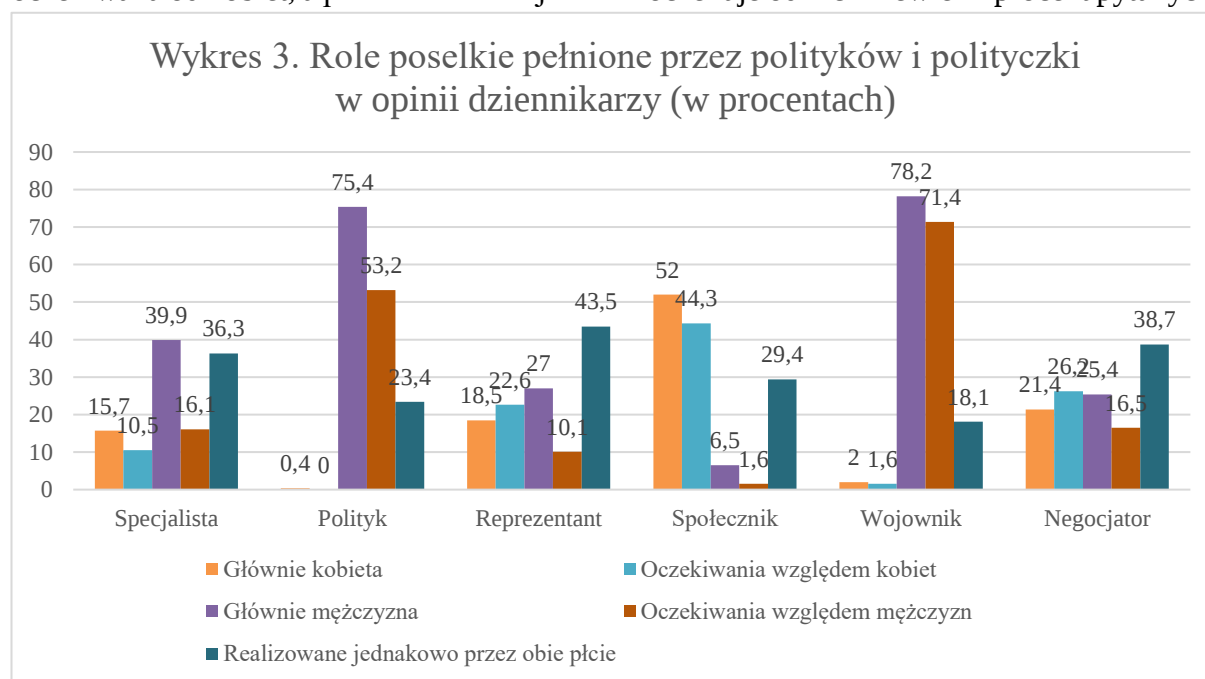
Wykres 2. Źródło danych: (Pawlas-Czyż 2008, 76, 77, 91, 92)

Tradycyjne przekonania różnicujące płeć widoczne są również w kontekście postrzeganych przez dziennikarzy motywacji do podejmowania politycznej działalności, co obrazuje Wykres 2. Polityków motywują ich zdaniem dążenia indywidualistyczne: potrzeba własnych osiągnięć, władzy, uznania i korzyści, polityczki zaś do działalności politycznej skłaniają wartości wspólnotowe (altruizm). Tylko potrzeba identyfikowania się wydaje się podobnie często przypisywana przedstawicielom obu płci, pozostałe cechy układają się w dualistyczny, bazujący na stereotypach model przeciwieństw. Autorka analizy, Sabina Pawlas-Czyż twierdzi, iż tak ujęte motywacje przypisywane mężczyznom odpowiadają

¹³⁸ Nie ma możliwości porównania odsetków wskazań wymienionych cech jako właściwości polityczek, gdyż badaczka nie przytacza żadnych danych procentowych na ten temat. Pozostaje jedynie wierzyć na słowo, iż rzeczywiście wskazań tych było mniej, lecz nie sposób oszacować ich proporcji względem siebie.

społecznemu postrzeganiu polityki jako zindywidualizowanej walki o władzę i korzyści, co jednak oceniane jest negatywnie tak przez społeczeństwo, jak i dziennikarzy. Z danych wynika także, że motywacje przypisywane mężczyznom w większości są krytykowane (prócz potrzeby osiągnięć), natomiast altruizm kojarzony z kobietami jest pożądanym. Jednak to wciąż mężczyźni utożsamiani są z polityką, czego dowody przytoczyłam w poprzednim rozdziale.

Wykres 3. przedstawia role, które politykom przypisują dziennikarze. Badani mogli wskazać, czy role te realizowane są przeważnie przez kobiety (*Głównie kobieta*), przez mężczyzn (*Głównie mężczyzna*), czy też jednakowo przez obie płcie. Rola społecznika jest przypisywana przede wszystkim kobietom (choć 30% respondentów uważa, że realizują ją jednakowo obie płcie) i jest ona od nich wymagana silniej niż od mężczyzn (od których niemal wcale się jej nie oczekuje). Role polityków dbających o interesy własnego ugrupowania i wojowników broniących swoich racji realizują w odczuciu dziennikarzy niemal wyłącznie mężczyźni (choć około 20% badanych wskazuje na jednoczesną ich realizację przez obie płcie) i role te są też od nich oczekiwane. Znamienny jest fakt, że rola polityka w ogóle nie jest oczekiwana od kobiet, a pełnienia roli wojownika oczekuje od nich niewielki procent pytanym.



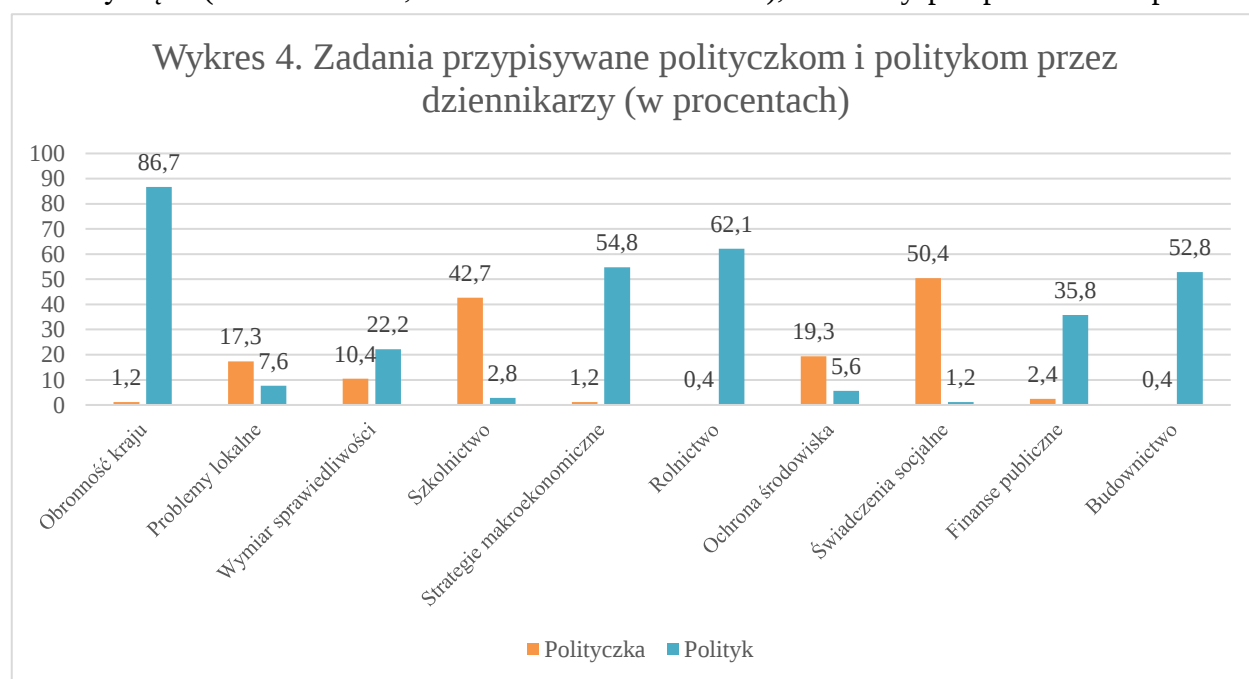
Wykres 3. Źródło danych: (Pawlas-Czyż 2008, 80, 82, 98)

Wydaje się też, że dwukrotnie częściej oczekuje się od kobiet niż od mężczyzn, że będą reprezentantkami społeczeństwa, co wskazuje na silnie sprofilowane płciowo oczekiwania pod względem wymiarów indywidualizm – kolektywizm.

W badaniach Sabiny Pawlas-Czyż znajduje potwierdzenie również podział na dziedziny damskie i męskie. Wykres 4. przedstawia zróżnicowanie zadań, których realizacji oczekuje się od przedstawicieli obu płci. Większość kategorii jest silnie zdeterminowana płciowo, jednak

badaczka nie przedstawia rozkładu procentowego dla odpowiedzi wskazujących, że przedstawiciele obu płci powinni troszczyć się o daną dziedzinę, wspomina jedynie, że ponad połowa badanych uznała, że szkolnictwo powinno leżeć w kręgu zainteresowań tak polityków, jak i polityczek. Pomimo to, różnice w oczekiwaniach zobrazowane na wykresie są istotne: znaczący odsetek badanych troskę o wspomniane dziedziny przypisywał wyłącznie jednej płci. Do zadań kobiet należy troska o świadczenia socjalne, szkolnictwo, środowisko i kwestie lokalne, zaś w gestii mężczyzn pozostaje obronność kraju, ekonomia i finanse, rolnictwo, budownictwo oraz wymiar sprawiedliwości. Można oczekiwać, zgodnie z psychologicznymi heurystykami (Kenrick, Neuberg i Cialdini 2006), niezauważania działań niezgodnych z oczekiwaniami lub świadomego ich pomijania, co oznacza, że wizerunek kobiet kształtować będzie odbijający się w tych opiniach podział na dziedziny i zadania męskie oraz kobiece, implikujący dewaluację *miękkich, kobiecych* obszarów (zob. rozdz. 2.2.).

Badania nie udzielają jednoznacznej odpowiedzi na to, czy płeć wpływa na sposób opisu polityczek. Zdaniem Hanny Marii Bulawki to spod pióra kobiet wyszły najsurowsze artykuły ich dotyczące (Bulawka 2013; zob. też Pietkiewicz 1997), a analizy przeprowadzone przez



Wykres 4. Źródło danych: (Pawlas-Czyż 2008, 94, 96)

Caroline Heldman, Susan Carroll i Stephanie Olson wskazują, że artykuły autorstwa dziennikarek znacznie częściej ukazują kobiety w kontekście płci, relacji małżeńskich i wyglądu oraz podkreślają ich marginalne znaczenie w kampanii. Dziennikarze częściej wspominali o problemach finansowych kampanii i opisywali polityczki w odniesieniu do ich cech osobowych, polityków zaś w odniesieniu do charakterystyk profesjonalnych. Dziennikarki

były bardziej skłonne od dziennikarzy, by stosować ramę personalną niż zawodową tak wobec kobiet, jak i mężczyzn (Devitt 2002, Aday i Devitt 2001), poświęcały także więcej uwagi *miękkim* tematom i częściej podkreślały *kobiece* cechy w artykułach poświęconych kandydatkom (Heldman, Carroll i Olson 2000; zob. też Fridkin Kahn 1996).

Wnioski odnoszące się do polityczek są generalnie zbieżne ze sposobem ukazywania kobiet w ogóle (zob. rozdz. 1.2. i 3.2.). Wyniki badań i analiz były wielokrotnie weryfikowane w procesach badawczych i w większości nie budzą wątpliwości. Problem polega jednak na tym, że poruszane zagadnienia najczęściej oscylują wokół kampanii wyborczej, a to zbyt mało, by zrozumieć położenie kobiet w polityce. Zdaniem Winfrieda Schulza również okres między wyborami jest niezwykle ważny, gdyż „kandydaci — zwłaszcza już piastujący jakieś stanowisko polityczne — są dostrzegani przez media na długo przed właściwą kampanią wyborczą. Ta obecność w mediach wiedzie z reguły do tego, że najliczniejsi wyborcy mają ukształtowane wyobrażenia i rozbudzone sympatie lub antypatie już na początku kampanii wyborczej, na co partie mogą oddziaływać tylko z wielkim trudem”¹³⁹ (Schulz 1995, 75).

Analizy okresu między-wyborczego, jeśli już są prowadzone, rzadko są systematyczne i holistyczne, przeważnie stanowią jakościowy opis obserwowanych zjawisk. Próby zrozumienia sposobu traktowania i opisu polityczek przez dziennikarzy powodują kolejne problemy. Można domniemywać – choć wyniki badań nie są jednoznaczne – że kwestie rodzinne częściej podnoszone są w rozmowach z kobietami, a pomijane w rozmowach z mężczyznami. Można także sądzić, że kobiety mogą być traktowane przez dziennikarzy jako mniej inteligentne i kompetentne niż mężczyźni – analogicznie do sposobu ich traktowania przez kolegów partyjnych (Post 2010). Wydaje się jednak, że tematyka kobiet i mężczyzn jest analizowana niezależnie od siebie, a analizy dotyczące mężczyzn-polityków w zasadzie nie istnieją. W analizach dotyczących kobiet to, co męskie utożsamiane jest z tym, co neutralne. Trudno opisywać problemy kobiet bez szerszego spojrzenia na problemy mężczyzn.

Opisując niewłaściwe traktowanie kobiet odnosi się je do domniemanego ideału, zapominając, że również politycy płci męskiej mogą być traktowani odmiennie od poczynionych założeń. Brakuje opracowań porównujących sposoby odnoszenia się dziennikarzy do ludzi polityki i stosowania zabiegów językowych mających na celu przeforsowanie pożądanego punktu widzenia. Należy jednocześnie założyć, że każdy rozmówca (także dziennikarz) posiada określone poglądy wpływające na sposób postrzegania rzeczywistości i taktowania aktorów społecznych. Może się okazać, że to nie płeć warunkuje

¹³⁹ Więcej o rozważaniach relacji media-kampania wyborcza pisze John Street (Street 2006).

sposób pisanie o politykach – być może krytyczniej ocenia się osoby hołdujące innej ideologii niż przyjęta w czasopiśmie, a pozostające w ideowej zgodzie – łagodniej.

Pytanie, które pozostaje otwarte, brzmi: w jaki sposób ocenia się mężczyzn? Być może w podobny, warunkowany politycznymi sympatiami, lub z definicji surowo, bez względu na przynależność partyjną. Czy mężczyźni ocenia się krytyczniej niż kobiety, gdy kontrolowane są wszystkie możliwe do koordynowania zmienne, czy wręcz przeciwnie? Ustalenia takie pozwoliłyby przyjrzeć się kwestii polityczek od nieco innej strony, bez zakładanego *a priori* gorszego traktowania kobiet z racji ich kobiecości. Pomimo zatem, iż uwzględniam obecne w literaturze przedmiotu ustalenia, zakładam, że mogą istnieć inne niż płeć zmienne, mogące wpływać, wyjaśniać lub zapośredniczać dysproporcje w założeniu związane z płcią.

Kwestię polityczek w mediach doskonale podsumowują Karen Ross i Margie Comrie: „choć niektóre badania sugerują, że w perspektywie czasowej nastąpiła pewna poprawa w zakresie reportażu [*coverage*] dotyczących polityczek, w większości pozostają one nieustannie naznaczone jako ‘inne’ przez media i w medialnym dyskursie. Wciąż dodaje się przedrostek ‘kobieta’ dla podkreślenia ich różnicy względem tradycyjnego (męskiego) polityka, ich znaczenie wciąż jest umniejszane [*undermined*] nieustanną fascynacją ich fryzurami, stylem ubioru i relacjami małżeńskimi [*conjugal relations*], a ich poglądy polityczne są wciąż w większości ignorowane” (Ross i Comrie 2012, 971; tłum. własne).

3.4 Elementy kształtowania wizerunku w mediach

Janusz Golinowski twierdzi, że „[w] rękach dziennikarzy znajdują się środki umożliwiające manipulowanie świadomością milionów ludzi” (Golinowski 2012, 120), a media „stają się w coraz większym stopniu polem na którym tworzy się i jest reprodukowana władza symboliczna” (Golinowski 2012, 130). W rękach dziennikarzy skupia się zatem potencjał zmiany lub zachowania obecnego ładu. Zdaniem Anny Pacześniak media „wywierają wpływ na opinię publiczną przez selekcję tematów, konstruowanie dyskusji na ich temat i kontrolowanie przebiegu debaty” (Pacześniak 2009b, 170). Badacze przypisują im *władzę dyskrecyjną* [*discretionary power*], ponieważ media odgrywają decydującą rolę w formowaniu agendy (Semetko i inni 2011) nie określając co odbiorca ma myśleć, lecz o czym (teoria *agenda setting* autorstwa Maxwella McCombs’a i Donalda Shawa; McCombs i Shaw 1972; zob. też Kligler-Vilenchik, Tsfaty i Meyers 2014). Walter Lippmann twierdzi, że „[k]ażda gazeta, kiedy trafia do czytelnika, jest rezultatem całej serii wyborów dotyczących tego, jak poszczególne elementy mają zostać wydrukowane i na jakiej pozycji, jak wiele miejsca każda

z nich powinna zająć, jakie wyróżnienie każda powinna posiadać. To nie są obiektywne standardy. To są konwencje” (Lippmann 1998, 354).

Ustalanie agendy medialnej implikuje wartościowanie i ocenę: informacje przedstawiane na początku uznawane są za najistotniejsze, a odbiorcy skłonni są uznawać wszystkie przedstawione wiadomości za ważne z samego faktu poświęconego im czasu (Płudowski 2008, Cwalina i Falkowski 2006), co nawiązuje do koncepcji technopolu Neila Postmana (2004). Jego zdaniem w świecie przeładowanym informacjami instytucje społeczne, w tym również media, kontrolują i selekcionują przepływ informacji, szczególnie pod względem istotności. Winfried Schulz uważa, że „[c]hodzi tu o takie cechy wydarzeń jak np. negatywność, zaskoczenie, personifikacja, status przynależności do elity, społeczna ważność, bliskość kulturowa — według których orientują się dziennikarze przy wyborze i opracowywaniu wiadomości”. Sprofilowana „[o]rientacja podług kryteriów wartościowania wiadomości prowadzi do tego, iż rzeczywistość mediów jest formowana przez konflikty i kontrowersje, że z wydarzeń ukazuje się tylko momenty kulminacyjne i tylko *powierzchnię* akcji manifestującej się w publicznym działaniu aktorów, że ogólnie biorąc powstaje bardzo fragmentaryczny obraz rzeczywistości” (Schulz 1995, 69). Dokonywanie wyborów na każdym etapie powstawania przekazu określane jest mianem *specyficznej kompetencji dziennikarskiej*. Sami dziennikarze odrzucają ideę obiektywizmu mediów, podkreślając że ich praca jest „sztuką odrzucania” (Pawlas-Czyż 2008, 57).

John Street twierdzi, że media mają potencjał oddziaływania na odbiorców w kierunku zmiany postaw, poglądów i postępowania w taki sposób, by korespondowały z prezentowanym światopoglądem, czyniąc to przy pomocy narracji i wpisanej w nią przyczynowości (Street 2006). Uważa on, że „[d]ziennikarze i redaktorzy mogą sądzić, iż odzwierciedlają poglądy swoich odbiorców [tzw. *hipoteza odzwierciedlenia*, zob. Ranzetti i Curran 2008], lecz w istocie sami te poglądy tworzą” (Street 2006, 47). Wiadomości polityczne dla Johna Streeta „są kwintesencją różnorodnych *wydarzeń* dziejących się w świecie. Media nie tylko dokonują wyboru poszczególnych wydarzeń, lecz również nadają im sens. Mają sprawić, aby nie były one obojętne czytelnikom czy widzom, a to wymaga wpisania ich w pewną narrację, opowieść o przemianie społecznej” (Street 2006, 32-33). Proces ramowania zatem polega na podkreśleniu jednych, a ukrywaniu innych elementów, pozwala narzucić pożądaną definicję sytuacji i nierzadko odwołuje się do metafor jako środka obrazowania (Lakoff 2011, Lakoff i Johnson 2010; zob. też Strömbäck 2008). William Gamson i Andre Modigliani wymieniają pięć narzędzi ramowania: metafory, przykłady (zwłaszcza historyczne), slogany, sposób przedstawiania [*depictions*] oraz przedstawienia wizualne (Gamson i Modigliani 1989).

Krzysztof Toeplitz uważał, iż coraz ważniejszym elementem gazet, wypierającym stopniowo słowo pisane, staje się obraz. Obecnie wiele tygodników, w tym i *Polityka*, „zamieniły się w pisma ilustrowane o niewielkim formacie, w których co najmniej równorzędną rolę z tekstem odgrywa fotografia i inne formy prezentacji graficznej” (Toeplitz 2006, 91-92). Atutem fotografii może być „jej autentyzm, dosłowność. Zdanie opisane słowami może być zmyśleniem, zdarzenie sfotografowane z pewnością miało miejsce – tak przynajmniej uważają czytelnicy gazet, niezbyt świadomi możliwości tkwiących w technikach retuszu czy fotomontażu” (Toeplitz 2006, 93). Odbiorcy, zdaniem Toeplitza, nawet jeśli są świadomi możliwości manipulacji obrazem, chcą by prezentowane zdarzenia były zarówno prawdziwe i realne oraz uważają fotografię za dowód autentyzmu zdarzeń (Toeplitz 2006).

Nietrudno o wybiórcze sprawozdania i odpowiednio wykadrowane ujęcia, by stworzyć wrażenie istnienia wybranego zjawiska, co skrzętnie wykorzystywała propaganda (Thomson 2001), a co Jean Baudrillard (2005) określa mianem symulacji. Uważa on, że w ten sposób zostało wykreowane wrażenie autentyzmu wojny w Zatoce, która, zdaniem tego naukowca, istniała jedynie medialnie (Baudrillard 2006). Wpływ obrazu może być potęgowany nieumiejętnością rozumienia tekstów informacyjnych (szczególnie telewizyjnych) oraz brakiem zdolności wyciągania wniosków na ich podstawie, co nosi nazwę *analfabetyzmu funkcjonalnego*. Problem ten może dotyczyć nawet 70% Polaków (Toeplitz 2006).

Jak wynika z badań nad mediami, gdy przekaz werbalny jest niezrozumiały lub niezgodny z prezentowanym przekazem wizualnym (niski poziom redundancji paralelnej), odbiorcy mają skłonność do kierowania się obrazem (Popławski i Francuz 2004). Sprawia to, że fotografia nabiera znaczenia jako źródło informacji. Wybory fotografii *ozdabiających* artykuły, jak się okazuje, są niezwykle istotne. Susan Miller postrzega zdjęcia jako jedne z pierwszych elementów przykuwających uwagę czytelnika, stanowiące kontekst oraz ramę odniesienia dla sposobu rozumienia treści pisanej (Miller 1975).

Ernest Hilgard wskazuje, że wizerunek drugiej osoby możemy odczytywać w oparciu o tzw. *generalizację metaforyczną*, co oznacza, że rysy twarzy mogą sugerować posiadane przez bohatera cechy charakteru (Cwalina i Falkowski 2006). Jeśli dostrzeżemy potencjał fotografii w zakresie modelowania wyglądu (znaczenie ogniskowej, odległości obiektywu od modelu, światła i kątów) okaże się, że zdjęcia tej samej osoby mogą prezentować całkowicie odmienne wizerunki. Można założyć, że podobne symboliczno-metaforyczne znaczenie może mieć tło fotografii, ubiór postaci i wszelkie widoczne elementy składowe. Należy pamiętać, że politycy rozumieją znaczenie tych zmiennych i mogą na nie oddziaływać (zob. Cwalina i Falkowski 2006, Street 2006, Jeziński 2005).

Jean Umiker-Sebeok (1996 za: Siemieńska 1997) wyróżniła kilka wymiarów komunikacji niewerbalnej, wskazujących na decydującą lub podrzędną rolę prezentowanych na obrazie postaci. Pierwszym wyznacznikiem jest *relatywna wielkość ciała i postawa*: osoby dominujące zazwyczaj portretowane są jako większe, przyjmujące postawę dominującą, stojące – najczęściej byli to mężczyźni. Kobiety, jako osoby mniej znaczące, częściej leżały lub siedziały, przy czym mężczyźni przeważnie patrzyli na nie z góry, niezależnie od wzrostu. Drugim elementem jest *psychologiczne wycofanie się* – osoby dominujące portretowane są jako gotowe do działania w przypadku niebezpieczeństwa (także w kontekście zagrożenia ich pozycji), są poważne i gniewne; kobiety przedstawia się natomiast częściej jako radosne i wycofane. Trzecim elementem jest *rytualizacja podporządkowania się* komunikowana uśmiechem i pochyloną postawą (głównie kobiet) względem dominującej, wyprostowanej postawy (przeważnie mężczyzn). *Funkcjonalne podporządkowanie* określa natomiast sytuację, w której jedna osoba jest kontrolowana przez drugą, przy czym to mężczyźni byli postaciami kontrolującymi. *Ulokowanie przestrzenne* obejmuje otoczenie, w którym bohaterowie są portretowani. Zdaniem Jean Umiker-Sebeok, kobiety częściej ukazywane są w prywatnych miejscach domowych (łazienka, sypialnia) a mężczyźni poza domem. O roli podmiotu świadczy również *dotykanie/manipulacja – pasywna/aktywna rola*, a zatem chęć i zdolność do manipulacji przedmiotami i otoczeniem oraz praca w zawodach wymagających aktywności (menedżer), lub też pasywność w kontakcie z otoczeniem (jedynie dotykanie przedmiotów) oraz niewymagająca aktywności praca (nauczycielka, urzędniczka). *Ruch* stanowi ostatni wymiar dominacji-podporządkowania, przy czym badaczka zauważa, że mężczyźni pokonywali większe dystanse i czynili to szybciej niż kobiety.

Elementy te pojawiają się w przekazach w zależności od specyfiki medium: o ile w mediach audiowizualnych odnaleźć można wszystkie lub przynajmniej większość z nich, o tyle media drukowane, z racji wpisanej w nie statyczności, uwzględniają mniejszą ich liczbę. Niemniej jednak analiza omówionych wymiarów jest istotna dla zrozumienia sposobu wartościowania prezentowanych na obrazach postaci i grup społecznych.

Obraz w przekazach medialnych współgra z językiem, który stwarza możliwość przekazywania bardziej skomplikowanych i abstrakcyjnych treści. O zawartości artykułów i reportaży informują nie tylko wiodące obrazy, lecz także nagłówki, będące niezwykle istotnymi elementami kreowania wyobrażeń odbiorców. Pełnią one funkcje symboliczne i tekstualne. Zapoznają one czytelnika z *modelem sytuacji*, podsumowują i oceniają (Bulawka 2013). Tytuł, czy innymi słowy: nagłówek, przez Rolanda Barthesa (1977) uważany jest za istotny element negocjowania znaczeń. *Zakotwiczenie* znaczenia obrazu w tekście pozwala

odbiorcy wybrać odpowiednią, tj. możliwie najbardziej zgodną z oczekiwaniami nadawcy, interpretację tekstu. Dziennikarze mogą przy tym sięgać po klisze językowe (zob. Karwat 2007), które zdaniem Agaty Młodawskiej „są środkami wyrazu mającymi na celu zafałszowanie obrazu rzeczywistości” (Młodawska 2009, 324). Proces negocjowania znaczenia artykułu obejmuje również podtytuł, śródtytuły i lidy oraz nadtytuł i nazwę działu, w którym pojawia się przekaz. Zdaniem Caroline Heldman, Susan Carrol i Stephanie Olson, tytuły są istotne nie tylko dlatego, że definiują temat, lecz z racji faktu, że często są jedynymi elementami artykułów, które rzeczywiście są czytane (Heldman, Carroll i Olson 2000).

Zbigniew Bauer (1988) wskazuje na manipulację stylistyczną stroną przekazu, co określa mianem *charakterystyki językowo-kompozycyjnej*. W tym ujęciu sposób postrzegania bohatera artykułu zależy nakreślonego kontekstu sytuacyjnego, sposobu zestawienia go z innymi postaciami, efektów działania bohatera oraz środków stylistycznych i językowych użytych w prezentowanym czytelnikom materiale. Refleksja tego badacza stanowi doskonale wprowadzenie dla retorycznych i dyskursywnych narzędzi tworzenia przekazów. Wskazane powyżej elementy można opisywać w oparciu o koncepcję toposów: z okoliczności, podobieństwa, przeciwieństwa lub porównania oraz ze związków skutkowych. Istotne w tym kontekście mogą również być toposy z rodzaju i gatunku, wyliczenia części lub też „odwróconego na opak świata” (Bogdanowska 2008).

Nie bez znaczenia dla wymowy przekazu pozostają środki retoryczne i stylistyczne, oraz selekcja leksykalna, dokonywana przez autora. Istotny w procesie konstruowania wyobrażenia o przedmiocie jest sposób jego portretowania, tak w wymiarze piktograficznym, jak i lingwistycznym. Użycie figur retorycznych ma w tym przypadku duże znaczenie. Specyficzną formą metonimii jest somatonimia [*somatonyms*], bazująca na synekdochalnej zamienności części i całości w kontekście ciała (Reisigl i Wodak 2001). Dla przekazu, obok sposobu budowy zdań, istotne jest, czy użyte w nim słownictwo jest potoczne czy oficjalne, ekspresywne czy emocjonalnie neutralne (tzw. nacechowanie ekspresywne), czy są to wyrazy występujące często czy sporadycznie, nowe i modne czy przestarzałe, określenia dosadne (wulgarne) czy eufemizmy. Inną wymowę mają zwroty rodzime niż obcojęzyczne, pojęcia o znaczeniu dosłownym niż metaforyczne, wieloznaczne niż jednoznaczne. Przekaz nabiera innego wydźwięku w zależności od tego, czy w wypowiedzi zastosowano neologizmy oraz wyrazy poetyckie (Wierzbicka, Wolański i Zdunkiewicz-Jedynak 2008). Choć przeważnie, by uniknąć powtórzeń, stosuje się synonimy, hiperonimy oraz hiponimy, powtórzenie może być celowym zabiegiem retorycznym, umożliwiającym podkreślenie wybranego fragmentu.

Wpływ na sposób postrzegania polityka może mieć również taki sposób przedstawiania informacji, z którego wynika, że zdecydowana większość społeczeństwa go popiera lub – w kontekście wyborów – przyznaje mu większe szanse na zwycięstwo (Schulz 1995). Koresponduje to ze społecznym dowodem słuszności Roberta Cialdiniego (2007). Przytaczanie zdania opinii publicznej, sztucznego tworu powstałego jako efekt zsumowania indywidualnych opinii jednostek, wykorzystywane jest jako podstawa dla legitymizacji stronnich opinii oraz selekcji informacji (Ross i Comrie 2012, Street 2006).

Nie bez znaczenia dla odbiorców pozostaje częstotliwość przytaczania cytatów i ich umiejscowienie w artykule sprawiające, że częściej cytowana osoba może być mniej widoczna (Ross i Comrie 2012). Większą możliwość manipulacji przekazem uzyskuje się wraz z parafrazowaniem wypowiedzi niż przytaczając je w dosłownym brzmieniu (zob. rozdz. 3.3.). Wizerunek kształtowany jest również za pomocą przypisywania odpowiedzialności: politycy przypisują sobie odpowiedzialność za pozytywne wydarzenia i zjawiska, zaś zrzekają się jej w odniesieniu do negatywnych (Iyengar 1994). Analogicznie dziennikarz konstruując artykuł może przypisywać jego bohaterom nie tylko odpowiedzialność i motywacje (Street 2006), ale również usprawiedliwiać bądź obarczać winą, zależnie od kontekstu.

Wizerunek zależy również od sposobu, w jaki dziennikarz zwraca się do rozmówcy. Wprawdzie większe znaczenie zjawisko to ma w przypadku debat telewizyjnych i programów publicystycznych, jednak również w analizowanej przeze mnie prasie można doszukać się jego elementów. Rozważając publikowane w prasie wywiady należy zwrócić uwagę na kilka ich cech gatunkowych: po pierwsze, nie są one publikowane jako dokładny stenogram rozmowy, dzięki czemu istnieje możliwość ingerencji w treść: w słownictwo, gramatykę czy wyrażenia. Zdaniem Johna Streeta wywiady na żywo dają przewagę politykom, zaś rozmowy nagrywane – redaktorowi (Street 2006). Po drugie: w dalszym ciągu jest to spisany przebieg rzeczywiście zaistniałej rozmowy (nawet, gdy jest to listowna wymiana symboliczna), przez co należy rozważyć potraktowanie jej jako zapisu konwersacji i uwzględnienie jako źródła dla analizy konwersacyjnej. Po trzecie, zredagowany tekst może być odebrany przez czytelników jako dokładny zapis rozmowy i z tego powodu należałoby właśnie w taki sposób *rozmowę* tę potraktować. Po czwarte, opublikowane mogą zostać jedynie wyselekcjonowane przez dziennikarza wyrywki rzeczywistej konwersacji, które jednakże dla odbiorcy stanowią wywiad *per se*. Po piąte wreszcie, uznając zapis wywiadu prasowego za zapis rozmowy, należy zdawać sobie sprawę, iż tekst przed publikacją przeważnie musi zostać autoryzowany, co oznacza, że rozmówca musi wyrazić zgodę na publikację materiału w takiej postaci, ma zatem wpływ na jego kształt i może domagać się korekty własnych wypowiedzi lub ich sensu.

Rozumiejąc wywiad prasowy w powyższy sposób, należy podkreślić znaczenie dziennikarza dla ostatecznego kształtu wywiadu nie tylko w kontekście podejmowanych tematów i ukierunkowywania uwagi odbiorcy na pożądane kwestie, ale również w odniesieniu do liczby i długości wypowiedzi rozmówców. Dziennikarz również tworzy atmosferę sprzyjającą formalnym lub nieformalnym wypowiedziom oraz odgrywa kluczową rolę w procesach redagowania i przygotowywania do druku.

W kwestii moderowania przebiegiem rozmowy oraz zmiany tematów podstawowym wyborem dokonywanym przez dziennikarza jest sposób zwracania się do rozmówcy. Osoba przeprowadzająca wywiad może zwracać się do interlokutora po imieniu, po nazwisku, z wykorzystaniem obu form lub wskazując na tytuł osoby, z którą rozmawia (zob. rozdz. 3.3.). Podobnych wyborów muszą dokonać zaproszeni goście, gdy zwracają się do siebie nawzajem. Dale Spender twierdzi, że „[j]eżeli jedna strona jest opisywana za pomocą imienia a druga nazwiska i tytułu, zazwyczaj jest to dowód, że jedna strona ma więcej władzy niż druga” (Spender 1998, 26). Jeśli osoby te nie różni pozycja zawodowa, a jedynie płeć, wskazuje to na istnienie pozazawodowej hierarchii, widocznej również w mediach. Podobny efekt uzyskuje się opisując kobiety w odniesieniu do relacji partnerskich, co skłania do rozpatrywania opisywanej osoby jako obiektu seksualnego i własności mężczyzny oraz stanowi przesłankę do wnioskowania o statusie społecznym (Spender 1998). Nie tylko definiuje pozycję względem płci przeciwnej, ale również wskazuje na społeczny kontekst.

Joanna Budkiewicz-Żeberska (2013) zwraca uwagę na to, iż możemy mówić o trzech wzajemnie przenikających się typach zachowań moderatora rozmowy: prośbie, apelu i poleceniu. Różni je stopień kategoryczności wypowiedzi (prośby są najmniej kategoryczne i mogą być zignorowane, podczas gdy polecenia są wypowiedziami o największym poziomie kategoryczności) oraz grzeczności (prośby cechuje największa grzeczność, a polecenia najmniejsza). Zdaniem badaczki, posługiwanie się prośbami i apelami ma u swojego podłoża przekonanie, że rozmówcy będą stosowali się do zasad grzeczności i kultury osobistej, zaś polecenia stanowią próbę (nie zawsze skuteczną) zapanowania nad rozmówcami niechęcącymi podporządkować się pozostałym dwóm typom komunikatów.

Choć badaczka analizuje programy publicystyczne, sądzę iż w kontekście prasowym wymienione typy zachowań również są widoczne, chociażby w przypadku usilnej próby zmiany tematu czy powrócenia do przerwanego wątku. Stosowanie tych strategii – w myśl założenia o ofensywności języka w kontekście dominacji – może wskazywać na stosunek dziennikarza do rozmówcy lub rozmówczyni. Politycy jednak mogą trzymać się własnej koncepcji rozmowy i – ignorując niewygodne lub niechciane pytania dziennikarza – nie dawać

zbić się z tropu (Street 2006). Dziennikarz, dążąc do określonego celu, może posługiwać się *pół-pytaniami* [*semi-questions*] (Bulawka 2013) lub pytaniami-insynuacjami (Karwat 2007) w celu uzyskania zamierzonego efektu. Może on nie tylko uzyskać oczekiwaną odpowiedź, lecz także wywołać odpowiednie wrażenia u odbiorcy, nawet jeśli interlokutor zdecyduje się nie podejmować słownej gry pytającego (sama sugestia zawarta w pytaniu może wpłynąć na wizerunek polityka bez względu na to, czy podejmie on wysunięty przez dziennikarza temat, czy też nie). Dzięki takim strategiom dziennikarz ma możliwość tworzenia klimatu wywiadu, który może być „agresywnie wojowniczy lub nieformalnie plotkarski” (Street 2006, 48).

4 Równość, płeć i media – analiza statystyczna

Od momentu wynalezienia prasy drukarskiej media nieustannie zyskują na popularności, a ich znaczenie dla życia społecznego rośnie. Współcześnie możemy obserwować rewolucję medialną związaną z przechodzeniem od mediów w wersji 1.0 do ich nowego odpowiednika. Media 2.0 – w przeciwieństwie do statycznych poprzedników – są dynamiczne i umożliwiają odbiorcom wpływanie na przekaz, z którym mają do czynienia. Telewizja, choć pozostaje medium o tradycyjnym kierunku nadawania (zob. rozdz. 3.), stopniowo ulega konwergencji – może być zapośredniczona internetowo, a treści w niej prezentowane mogą być tworzone przez społeczeństwo (np. *dziennikarstwo obywatelskie*). W tym kierunku zmierzają również twórcy filmów 2.0, pozostawiający wybór zakończenia widzom (spośród kilku dostępnych wersji). Również prasa oferuje swoją cyfrową wersję, choć *dziennikarstwo obywatelskie* wydaje się w jej przypadku nie mieć dużego znaczenia.

Mimo upowszechniania się *nowych mediów*, media tradycyjne – prasa, radio i telewizja – wciąż pozostają kluczowe. Główny problem w przypadku internetu polega na tym, iż odbiorca musi wiedzieć czego szuka (oraz jak szukać) i aktywnie nawigować po setkach linków. W mediach tradycyjnych przekaz serwowany jest przez instytucje nadawczą, a odbiór odbywa się według przygotowanego przez nadawcę scenariusza¹⁴⁰. Oczywiście istnieje możliwość odrzucenia przekazu (np. odłożenie gazety lub przełączenie kanału), ale nie ma możliwości nawigowania i pogłębiania wiedzy na dany temat za pomocą hipertekstu (można wybrać tematyczny kanał, pismo lub artykuł). Aktywność w internecie wiąże się z aktywną selekcją treści, celowością i wiedzą oraz kompetencjami niezbędnymi do tego, by poszukiwaną informację uzyskać. W przeciwnym razie, pomimo teoretycznie nieskończonej liczby informacji internauta może mieć poczucie pustki informacyjnej z powodu braku kompetencji umożliwiających ich uzyskanie. Stare media pozostają zatem dla wielu osób głównym źródłem informacji, ponieważ zawsze serwują gotowy, niewymagający przekaz.

Nawet w naukach społecznych pojawiają się nierówności. Związane są one z brakiem odpowiedniej reprezentacji kobiet w badaniach, skupianiem uwagi na zdominowanych przez mężczyzn fragmentach życia społecznego, stosowaniem paradygmatów, teorii, pojęć i metod bardziej przekonująco przedstawiających doświadczenia mężczyzn niż kobiet oraz traktowaniem mężczyzn i ich stylów życia jako społecznej normy (Kowalska 2011). Można usłyszeć opinie, iż również polskie media nie są poddawane analizom naukowym w takim stopniu, w jakim powinny być: „[w] Polsce brakuje badań na temat perspektywy równościowej

¹⁴⁰ W przypadku prasy można pomijać kolejne artykuły, ale układ gazety sugeruje kolejność odbioru.

w mediach tak na poziomie przekazu, jak i polityki kadrowej” (Kowalczyk, Piotrowska i Zierkiewicz 2009). Poniższe analizy mają na celu w pewnym stopniu wypełnić tę lukę.

Zdaniem Izy Kowalczyk, Joanny Piotrowskiej i Edyty Zierkiewicz za wskaźniki równości płci można przyjąć „liczbę artykułów w głównych gazetach, które uwzględniają kwestie równości płci; liczbę artykułów włączających równość płci na pierwszych stronach gazet; równą liczbę ekspertek i ekspertów; język wrażliwy na płeć; reklamy promujące równouprawnienie i różnorodność; uwzględnienie problematyki przeciwdziałania przemocy; uwzględnienie równości płci w polityce redakcyjnej; równość płci przyjętą w polityce redakcyjnej jako standard” (Kowalczyk, Piotrowska i Zierkiewicz 2009). Dla dalszych analiz istotna jest liczba artykułów prasowych traktujących o kobietach i mężczyznach działających w polityce, jak również stosunek liczby artykułów o kobietach względem liczby wszystkich artykułów i artykułów poświęconych politykom. Z przeprowadzonych dotychczas badań wynika, że płeć dziennikarza może być istotnym czynnikiem dla wydźwięku artykułu i sposobu portretowania ludzi polityki, zatem również zostanie uwzględniona jako zmienna.

Przyjmując za punkt wyjścia teorię feministyczną należałoby uznać, że podstawą równości medialnej obu płci jest zbliżona proporcja prezentowanych kobiet i mężczyzn. Zdaniem niektórych badaczy udział przedstawicieli obu płci w społeczeństwie idealnej równości przypominałby rozkład normalny. Wynika z tego, że proporcje polityczek i polityków powinny być podobne, ale czy jest to twierdzenie uprawnione i przemawiające za faktyczną równością? Czy tak ujmujące rzeczywistość media w istocie zbliżyłyby się do ideału demokratycznego, czy wręcz go podważyły? Najważniejsze pytanie jednak pojawia się w chwili, gdy stajemy przed wyzwaniem wyznaczenia neutrum: jeśli założymy – co leży u podstaw twierdzenia o równym udziale obu płci – że media powinny odwzorowywać skład społeczeństw, stanie się jasne, że równe proporcje polityczek i polityków byłyby przejawem nierówności (polityczki stanowią niecałe 30% składu Sejmu, zob. rozdz. 2.1.2.). Czy powinny one być zatem bohaterkami jednej trzeciej sprawozdań (określę to mianem *kryterium przedmiotowego*), czy też stanowić jedną trzecią bohaterów (określę to mianem *kryterium podmiotowego*), niezależnie od liczby relacji, w których się pojawiają? Jakiegokolwiek odpowiedzi nie udzielić, nie będzie to odpowiadało połowicznemu, lecz rzeczywistemu ich udziałowi we władzach. Czy nierówne potraktowanie polityczek i częstszy ich udział w relacjach medialnych byłby zatem przejawem nierówności, czy krokiem w kierunku równości? Z drugiej strony należy rozważyć, jaki sposób portretowania kobiet byłby optymalny: w odniesieniu do tradycyjnie kobiecych standardów, czy tradycyjnie męskich? Czy powinny być ukazywane w równym stopniu w obu rolach? Jak w takiej sytuacji powinni być ukazywani mężczyźni?

Podstawą dla dalszych rozważań jest zatem ustalenie norm uznawanych się za neutralne i sprawiedliwe. Wiadomo, że w mediach częściej ukazywani będą prominentni politycy, przeważnie obejmujący *męskie* urzędy. Jest to zgodne z dziennikarskim wartościowaniem informacji i sprzeczne z feministycznymi oczekiwaniami. Czy zatem należy informować o działalności kobiet, nawet jeśli jest ona wyłącznie pracą zakulisową lub nie ma istotnego znaczenia społecznego (zakładam, że taka sytuacja może mieć miejsce), czy pomijać takie informacje na korzyść mężczyzn? Dowartościowywać pomijaną pracę kobiet (nudną z perspektywy odbiorcy), czy też skupiać się na tym, co interesujące? Pokazywać proces wtajemniczania nowych posłanek, czy ukazywać te z wieloletnim doświadczeniem?

Zdaniem Tomasza Piekota można „przyjąć, że dla dzisiejszego człowieka media informacyjne są podstawowym źródłem wiedzy o świecie, ponieważ zawierają – tak jak kiedyś mitologia, religia i literatura – spójny obraz rzeczywistości, który jest mniej lub bardziej dyskretnie upowszechniany” (Piekot 2006, 14). Jeśli pewien obraz świata i rzeczywistości społecznej jest upowszechniany w sposób *dyskretny*, nie należy oczekiwać, że dominujący punkt widzenia zostanie zaprezentowany wprost i z tego względu należy poszukiwać niuansów na pozór niewidocznych. Twierdzę, że analizy można prowadzić na kilku płaszczyznach: mogą być to analizy holistyczne uwzględniające całość zebranego materiału, przedstawiające z dystansu pełen obraz pola badań, czemu służą przede wszystkim statystyki. Po drugie, mogą być to analizy selektywne, obejmujące wybrany z uwagi na określone cechy materiał, poddany dogłębnym badaniom (także porównawczym). Selekcja materiału może przebiegać w sposób horyzontalny – jest to wybór konkretnych rekordów spośród wszystkich zgromadzonych danych – lub wertykalny, przebiegający *pionowo*, niezależnie od poszczególnych rekordów (np. wybór zdjęć z uwagi na daną zmienną, niezależnie od artykułu, w którym się pojawiły).

W dalszej części pracy zostaną przedstawione wyniki poczynionych przeze mnie analiz. Sprawozdanie z badań rozpoczyna analiza holistyczna, ogniskująca się na statystycznym ujęciu zebranego materiału. Ze względu na dużą szczegółowość prezentowanych danych, w dalszej części rozprawy zamieściłam najważniejsze wnioski. Dokładne analizy wraz ze statystykami Czytelnik znajdzie w rozdziale 2. Załącznika.

Po zaprezentowanej analizie holistycznej, w rozdziale 5. przedstawiłam wyniki horyzontalnej analizy selektywnej artykułów oraz wywiadów, obejmującej również dołączone do nich fotografie. Rozdział 6. stanowi zwięźczenie i podsumowanie wyników przeprowadzonych badań.

4.1 Definicje i miary

Do analizy wybrane zostały tygodniki prasowe ze względu na ich cechy charakterystyczne, tj. dłuższy niż w przypadku telewizji i radia (a także prasy codziennej) okres aktualności, związaną z nim możliwość powtórnego kontaktu z przekazem oraz jednakowy przekaz w miejsce spersonalizowanego¹⁴¹ w mediach interaktywnych. Są to też dość istotne media w kontekście opiniotwórczym (CBOS 2014a). Dla wyboru konkretnych tytułów prasowych kluczowe znaczenie miało, by były to opiniotwórcze tygodniki docierające do grona wykształconych odbiorców, poruszające problematykę polityczną. Co więcej, ze względu na specyfikę tematu niniejszej rozprawy, miały one być możliwie najbardziej neutralne i zbieżne ideologicznie i w założeniu prezentować dominujące przekonania obecne w kulturze.

Ponieważ podjęta w niniejszej pracy kwestia nie bywa powszechnie analizowana na gruncie nauki polskiej (wymiarze światowym także nie jest zbadana w sposób wyczerpujący), a mechanizmy i czynniki oddziałujące na sposób prezentacji wiadomości nie są dostatecznie dobrze poznane, podejmowanie analiz porównawczych w oparciu o skrajne ideologicznie tytuły uznałam za niewłaściwe. Wprawdzie udałooby się uchwycić spolaryzowane różnice, lecz wynikałyby one w dużej mierze z profilu gazety i afiliacji jej odbiorców. Moim celem nie była jednak analiza skrajności, lecz tego, co może uchodzić za powszechne – stąd wybór trzech znanych tytułów, posiadających wieloletnią tradycję na rynku prasowym, niemających wyraźnie ukierunkowanej ideologii, docierających do wykształconych odbiorców pochodzących z klasy średniej. Dążyłam do uchwycenia wspólnych elementów oraz subtelnych różnic między tygodnikami względnie podobnymi i opiniotwórczymi.

Analizie poddane zostały trzy spośród najbardziej znanych tygodników opinii w analizowanym okresie: *Wprost*, *Newsweek* oraz *Polityka*. Tytuły te były najczęściej cytowanymi tygodnikami w 2011 roku¹⁴²: uplasowały się na odpowiednio trzecim, czwartym i piątym miejscu wśród wszystkich tytułów prasowych i jako ścisła czołówka wśród opiniotwórczych tygodników i dwutygodników. *Wprost* cytowano 2016 razy, *Newsweek* 2007

¹⁴¹ Nawet jeśli na stronie czasopisma istnieje możliwość czytania wiadomości z bieżących numerów, nie ma pewności, że zostaną one zaprezentowane jednakowo (tj. w otoczeniu identycznych linków i reklam) ani że ich kolejność będzie identyczna jak w numerze drukowanym (lub nawet w e-wydaniu), ponieważ czytelnik może pominąć większość treści w nim zawartych, a zmienne te – między innymi – mogą oddziaływać na sposób odbioru.

¹⁴² W ostatnich miesiącach 2011 roku (Instytut Monitorowania Mediów 2011, Instytut Monitorowania Mediów 2012b) oraz w styczniu 2012 (Instytut Monitorowania Mediów 2012c) wśród tygodników i dwutygodników najczęściej cytowany był *Wprost* (186 cytowań w listopadzie, 118 w grudniu i 177 w styczniu), następnie *Newsweek* (91 cytowań w listopadzie, 83 w grudniu i 119 w styczniu) i *Polityka* (81 cytowań w listopadzie, 61 w grudniu i 72 w styczniu), *Uważam Rze* (74 cytowania w listopadzie, 23 w grudniu i 27 w styczniu) plasowało się na czwartym w listopadzie i piątym w grudniu oraz styczniu miejscu. Należy jednak zaznaczyć, że to dzienniki przeważnie znajdują się w czołowej trójce cytowanych tytułów prasowych w ogóle.

razy, a *Politykę* 1780 razy. *Uważam Rze*, jako czwarty periodyk w rankingu, zacytowano we wspomnianym okresie 691 razy (Instytut Monitorowania Mediów 2012a). W roku 2012 czołówka pozostała bez zmian, jednakże liczba cytowań *Wprost* wzrosła do 2211, zaś *Newsweeka* oraz *Polityki* zmalała odpowiednio do 1414 i 1032 cytowań (*Uważam Rze*, jako czwarty, cytowany był 555 razy). Widocznym trendem jest powolny spadek cytowalności prasy na przestrzeni lat 2008-2012 (Instytut Monitorowania Mediów 2013).

Ostatecznie analizie poddane zostały wspomniane trzy tygodniki – *Wprost*, *Newsweek* oraz *Polityka* – wydawane w roku 2012. Każdy z tygodników liczył 52 numery, przy czym we *Wprost* w analizowanym okresie pojawiły się dwa numery zbiorcze (nr. 17/18, 23.04.2012-06.05.2012 oraz 51/52, 17.12.2012-26.12.2012), *Newsweek* wydał jeden numer zbiorczy (nr. 51/52 17.12.2012-26.12.2012), natomiast w *Polityce* pojawiły się aż trzy wydania zbiorcze (nr. 17/18, 25.04.2012-08.05.2012, nr. 32/33, 08.08.2012-21.08.2012 oraz nr. 51/52, 19.12.2012-01.01.2013). Analizie poddano zatem 50 wydań *Wprost*, 51 wydań *Newsweeka* oraz 49 wydań *Polityki*, co łącznie daje 150 przeanalizowanych tygodników.

Analiza obejmowała wszystkie opublikowane numery, ponieważ głównym celem było uchwycenie wszystkich przekazów traktujących o polityczkach i oszacowanie ich liczby. Ponieważ na podstawie wniosków płynących z literatury przedmiotu oczekiwałam niewielkiej liczby artykułów odnoszących się do kobiet działających w polityce, należało dołożyć wszelkich starań aby ich nie pominąć. W tym przypadku losowy wybór periodyków do analizy mógłby skutkować istotnym zafałszowaniem wyników, co w świetle wyników¹⁴³ jawi się jako groźba realna. Ponadto analiza uwzględniająca wszystkie numery otwiera duże możliwości dla wyciągania właściwych, niezafałszowanych przez niewielką liczbę danych wniosków.

Wybór roku 2012 jako momentu analiz również nie był przypadkowy. Był to okres zagranicznych kampanii wyborczych (Stany Zjednoczone, Francja, Rosja), w których kobiety mogły odgrywać znaczącą rolę, oraz czas powyborczy w Polsce, w którym kampania została już zakończona i można było przyjąć, że nie pojawią się problemy związane z *paprotkami* (zob. rozdz. 3.3). W okresie kampanii wyborczej w mediach może pojawiać się więcej kobiet niż w latach kolejnych. Rok powyborczy jest również momentem, w którym można oczekiwać przedstawiania nowych politycznych postaci, monitorowania ich działań i zainteresowania nowo utworzonym rządem i składem Sejmu. Najczęściej badania ogniskują się na kampaniach wyborczych i pomijają okresy pomiędzy nimi, przez co nie pozwalają dostrzec pełnego obrazu działalności politycznej z perspektywy mediów. W kolejnych latach po wyborach kluczowymi

¹⁴³ Przykładem mogą być wywiady z polityczkami: we *Wprost* przeprowadzono dwa, każdy w innym numerze.

bohaterami sceny politycznej są partyjni liderzy, a funkcje te do niedawna pełnili mężczyźni. Od momentu sygnowania Ewy Kopacz jako drugiej w historii Rzeczypospolitej Polskiej kobiety na urząd premiera można oczekiwać zmian w tym zakresie. Już latem przed wyborami parlamentarnymi w 2015 roku sugerowano, że również w PiS kandydatem na premiera ma zostać kobieta, a po zwycięstwie tej partii obietnicy tej dotrzymano. Pojawia się jednak pytanie – na tę chwilę pozostające bez odpowiedzi – czy przyszłe liderki będą niezależne i autonomiczne, czy też – jak to sugerował nawet jeden z tytułów artykułów poddanych analizie – będą uzależnione od mężczyzn i będą wykonywały ich polecenia. Pytanie, czy objęcie urzędu przez Mateusza Morawieckiego było symboliczny powrotem do polityki męskich liderów. Odpowiedzi na te pytania wymagają badań porównawczych w dłuższej perspektywie czasowej.

Analizując sposoby ukazywania płci w prasie nie można oczekiwać spektakularnych różnic na pierwszy rzut oka. Bez pogłębionych analiz nie sposób ustalić, czy rzeczywiście do dziś kobiety-polityczki ukazują się w sposób odmienny od mężczyzn-polityków. Aby móc w pełni zrozumieć to zagadnienie, należy na początek przyjrzeć się nie tylko zawartości artykułów, ale również ich cechom pozatreściowym. Marshall McLuhan stwierdził niegdyś, że „przekazem jest sam przekąznik” (McLuhan 1975, 45) i w tym duchu przyjmując, że przekąznik, czyli gazeta i jej cechy, mogą nieść informację wykraczającą poza jej zawartość.

4.1.1 Kategorie dotyczące artykułów

Podstawową jednostką analizy obrana została *jednostka prasowa* (określana dalej również jako *jednostka* oraz *przekaz*), definiowana jako:

- a) Samodzielna jednostka zogniskowana wokół określonego tematu, posiadająca własny tytuł (opcjonalnie nadtytuł oraz podtytuł) oraz spójną treść.
- b) Spójny, zbiorczo określony w spisie treści dział tematyczny, zawierający skrót ostatnich wydarzeń, przegląd kultury lub opis nowinek technicznych (np. „Flash”).
- c) Komiks lub infografika obejmująca całą stronę lub stronę wstępną bloku artykułów niebędących dodatkiem tematycznym lub sezonowym, zawierająca istotne dla analizy treści (np. zdjęcia).
- d) Z analizy wyłączone zostały listy do redakcji (za wyjątkiem dłuższych polemik, publikowanych na wzór felietonów lub artykułów) oraz informacje o numerze gazety.

Ponieważ w ramach analizowanych jednostek prasowych można wyróżnić kilka ich typów, przyjęta została następująca klasyfikacja opublikowanych materiałów:

Artykuł – samodzielna jednostka prasowa zogniskowana wokół jasno zdefiniowanego tematu, bohatera lub bohaterów, posiadająca określonego z imienia i nazwiska autora (lub autorów), tytuł, podtytuł oraz spójną treść.

Wywiad – samodzielna jednostka będąca zapisem rozmowy z określoną osobą (lub osobami), podaną z imienia oraz nazwiska osobą zadającą pytania, tytułem oraz podtytułem.

Felieton – najczęściej jednostronicowa (sporadycznie dłuższa) forma wypowiedzi określonego z imienia i nazwiska autora, odnosząca się do wydarzeń bieżących lub kwestii zdaniem autora ważkich, zawierająca jego refleksje; nie zawsze spójna tematycznie.

Fotoreportaż – spójna tematycznie, fotograficzna relacja z wydarzenia, sposobu życia, itp.

Komiks – pojedynczy obraz lub spójne połączenie obrazów, przekazujące określoną treść.

Można wyróżnić trzy rodzaje komiksów: **fotograficzne** – bazujące na prawdziwych fotografiach zestawionych w zamierzony przez autora sposób wraz z podpisami lub dymkami wypowiedzi; **graficzne** – wyłącznie rysunkowe, w których największe znaczenie mają podobieństwo narysowanych postaci do osób znanych (określane najczęściej z uwagi na ich charakterystyczne cechy) oraz podpisy wskazujące na kontekst i sposób odbioru grafiki; **graficzno-fotograficzne** – głównie rysunkowe, lecz w miejsce głów bohaterów wklejono zdjęcia twarzy autentycznych postaci.

Recenzje i aktualności, skrót wydarzeń – spójne, określone zbiorczo w spisie treści działy, zawierające zestawienie ostatnich wydarzeń, informacje kulturalne (także recenzje wytworów kultury) lub opis nowinek technicznych.

Zbiór wypowiedzi – samodzielna jednostka składająca się wyłącznie z wypowiedzi określonych osób na dany temat lub z pewnej okazji (np. życzenia noworoczne).

Zapowiedź – tytułowa strona bloku artykułów (także rankingu), zawierająca tytuł oraz zdjęcia.

Ponieważ, zgodnie z przewidywaniami, najliczniejsze i najistotniejsze okazały się artykuły i wywiady (oraz ze względu na ich specyfikę na tle pozostałych typów przekazów), niniejsza praca ogniskować się będzie głównie na tych dwóch typach. Jednostki prasowe jednak różniły się między sobą podejmowanymi tematami, które zostały skatalogowane następująco:

Biznes i bankowość – działalność firm oraz banków, regulacje bankowe, giełda itp.

Brak kategorii – kategoria przyznawana skrótom wydarzeń, komiksom i felietonom.

Gospodarka i infrastruktura – finanse i budżet (europejski i krajowy), inwestycje państwowe, regulacje finansowe kraju/regionu, infrastruktura (np. drogowa) itp.

Historia – tematyka historyczna.

Inne – jednostki, których tematyki nie sposób określić w oparciu o powyższe kategorie.

Instytucja – działalność i problemy instytucji (prokuratury, ZUS, Kościoła).

Katastrofa w Smoleńsku – artykuły odnoszące się do kwestii katastrofy w Smoleńsku.

Kultura – wytwory kultury, sztuka, muzyka, rzeźba, literatura.

Ludzie – historie konkretnych osób, ich życiorysy i opis doświadczeń, poglądów i działań.

Nauka, technika, środowisko – odkrycia naukowe, technologie, środowisko naturalne.

Polityka – działalność polityczna rozumiana personalnie, jako działania jednostek na arenie krajowej i międzynarodowej, oraz międzynarodowe (stosunki krajowe).

Spółeczeństwo – życie społeczne, przestępstwa, styl życia, tradycje.

Sport – kwestie sportu amatorskiego i zawodowego oraz związków sportowych.

Zdrowie – problematyka zdrowotna, choroby i ich leczenie, refundacja leków itp.

Jednostki prasowe ogniskują się wokół tematów oraz *postaci* (termin ten będzie stosowany na określenie wszystkich osób, które pojawiły się w tygodnikach, niezależnie od charakteru ich wypowiedzi lub wzmianki o nich, o czym niżej). Jeśli w jednostce prasowej pojawiła się wiodąca postać, była ona klasyfikowana jako **rozmówca** (gdy przeprowadzano z nim lub nią wywiad), **bohater** (gdy artykuł traktował o tej osobie) lub **ekspert** (krótka wypowiedź przytoczona jednostce prasowej opisanej tematycznie¹⁴⁴). Sposób wyróżniania rozmówców i ekspertów był oczywisty, natomiast kwestia określania kogoś mianem bohatera okazała się bardziej złożona. Przyjęte zostały następujące zasady wyszczególniania bohaterów, przy czym najistotniejsze reguły wymienione zostały w pierwszej kolejności:

- a) Imię, nazwisko lub pseudonim wymieniony w:
 - a. Nadtytule artykułu
 - b. Tytule artykułu
 - c. Podtytule artykułu
- b) Sugestia w podtytule, że tekst dotyczy danej osoby, a wzmianka o niej nie jest jedynie pretekstem do podjęcia innego tematu.
- c) Zdjęcie główne sugerujące o kim traktować będzie artykuł, powiązane np. z tytułem.
- d) Zogniskowanie uwagi na danej osobie w pierwszym akapicie artykułu.
- e) Konsekwentne nawiązywanie do osoby bohatera w całym artykule.

Modelowy artykuł cechowałyby wszystkie wskazane wyżej elementy, jednak jest to sytuacja idealna. W praktyce wymienione elementy występowały w rozmaitych kombinacjach. Dla uznania, że artykuł odnosi się do przynajmniej jednej osoby, będącej jego bohaterem, wystarczyła obecność jednego z czynników wskazanych powyżej.

¹⁴⁴ Tak określano również rozmówców mikrowywiadów przeprowadzanych w ramach skrótów wiadomości i w sekcjach „recenzje” oraz osoby, których słowa przytaczano w artykułach z kategorii „zbiory wypowiedzi”.

Rozmówcy i bohaterowie stanowili **głównych bohaterów**, z których wykluczyłam ekspertów. Powodem takiej decyzji był fakt, iż ich wypowiedzi stanowiły jedynie głos w dyskusji i były dodatkiem, a nie głównym tematem jednostki prasowej. Kwestię tę warto poddać odrębnej analizie, jednak wykracza ona poza ramy tej pracy. Zaznaczam, że należy odróżnić ekspertów, którym okazjonalnie udzielono głosu w danej sprawie od osób, których wypowiedzi składały się na całą jednostkę, określoną terminem „zbiór wypowiedzi”.

Postacie pojawiające się w artykułach opisywane były za pomocą imienia, nazwiska oraz profesji. Wybór profesji w pierwszej kolejności bazował na informacjach zawartych w artykule, w którym się pojawiały. Jeśli dana osoba opisywana była w odmiennie w różnych jednostkach, decydującym i wiążącym był opis przytoczony w pierwszym przekazie z jej udziałem (kolejność wyznaczały daty ukazania się poszczególnych numerów).

Kluczową dla tej pracy kategorią bohaterów są politycy. Aby zaklasyfikować daną osobę do tej kategorii, musiała ona pełnić funkcje publiczne (radny, burmistrz, poseł, senator, premier, prezydent itp.) bądź to w chwili ukazania się artykułu, bądź też w przeszłości (z tego względu do grona polityków zaliczane były również postacie historyczne). Wydarzenia mające miejsce po opublikowaniu artykułu nie były uwzględniane.

Na szczególną uwagę zasługują aktorzy odgrywający role innych osób, czego przykładem była Meryl Streep grająca Margaret Thatcher w filmie pt. „Żelazna Dama”. Ponieważ zdjęcie ucharakteryzowanej aktorki ukazało się w artykule poświęconym biograficznemu filmowi o brytyjskiej polityczce i towarzyszyła mu historyczna fotografia Żelaznej Damy, zostało ono potraktowane nie jako zdjęcie aktorki, lecz polityczki¹⁴⁵.

Profesje postaci zostały skategoryzowane według poniższych wytycznych:

Aktywiści – działacze społeczni i charytatywni, wolontariusze itp.

Artyści – pisarze, malarze, graficy, projektanci, muzycy, kompozytorzy, dyrygenci.

Ludzie biznesu – związani z biznesem, ekonomią, bankowością, inwestorzy, właściciele firm.

Ludzie ekranu – aktorzy, kabareciarze, showmani, celebryci, modele¹⁴⁶, postaci fikcyjne.

Ludzie filmu – producenci, reżyserzy, scenarzyści, oświetleniowcy, kostiumolodzy itp.

Ludzie mediów – dziennikarze, publicyści, radiowcy, redaktorzy naczelni i dyrektorzy mediów, osoby związane z tworzeniem i dystrybucją treści medialnych.

¹⁴⁵ W analizie fotografii postać widoczna na zdjęciu została opisana zgodnie z rzeczywistością, jako aktorka.

¹⁴⁶ Ludzie związani z modelingiem zostali uwzględnieni w kategorii ludzi ekranu, gdyż czołowe modelki, o których była mowa w przekazach (np. Joanna Krupa, Natalia Siwiec) stały się w pewnym sensie celebrytkami.

Ludzie polityki – osoby określane mianem polityków, pełniące funkcje społeczno-polityczne na szczeblu lokalnym, centralnym lub międzynarodowym do momentu publikacji artykułu.

Mundurowi – służby mundurowe: policjanci, wojskowi, strażacy itp.

Opiekunowie i partnerzy – krewni i opiekunowie (matka/ojciec, córka/syn) oraz partnerzy (mąż/żona, partner/partnerka, konkubina/konkubent, narzeczeni).

Postacie związane z religią – Jezus, księża, papież, zakonnicy i zakonnice, mistycy.

Pracownicy niższego szczebla – robotnicy, osoby na niższych stanowiskach.

Przedstawiciele grup społecznych – młodzież, studenci, osoby niepełnosprawne, imigranci, uchodźcy, kibole, zwykli ludzie, osoby nieznane z zawodu, ofiary przemocy i złych decyzji urzędniczych, oskarżeni lub skazani za popełnione przestępstwa.

Przedstawiciele wolnych zawodów – doradcy, naukowcy, urzędnicy, prawnicy, informatycy, kosmetyczki itp.

Sportowcy – osoby zaangażowane w uprawianie sportu, trenerzy, działacze sportowi.

Niektóre ze wskazanych powyżej kategorii odnoszą się nie tyle do profesji, ile do cech danej osoby lub pełnionej przez nią roli (np. matka czy mąż), lecz wynika to ze specyfiki przedstawiania postaci. Jak już wspomniałam, istotne było to, jak dana osoba została sportretowana w artykule, a nie rzeczywiście wykonywany przez nią zawód (którego często nie dało się ustalić, np. w przypadku matek lub osób ze zmienionymi danymi personalnymi).

Prócz określenia typu artykułu oraz tematyki, rejestrowane były: płeć autora (autorów), liczba zdjęć rozmówców, bohaterów i ekspertów oraz liczba zdjęć głównych bohaterów. Odnotowywałam strony, na których pojawił się artykuł, mierzyłam powierzchnię artykułu w jednostkach kwadratowych (z dotychczasowych badań wynika, że kobiety otrzymują mniejszą powierzchnię niż mężczyźni; Davis 1982) oraz towarzyszących mu reklam.

Kwestia przestrzeni wymaga doprecyzowania. Celem badań było porównanie powierzchni pomiędzy tytułami prasowymi, lecz ich wymiary okazały się różne. Format różnił się nie tylko w zależności od tytułu prasowego, ale nawet w odniesieniu do poszczególnych numerów tego samego periodyka. Z tego względu każdy numer został zmierzony oddzielnie. Szerokość mierzono w dwóch newralgicznych punktach: w $\frac{1}{4}$ oraz $\frac{3}{4}$ objętości, zawsze po prawej stronie, co pozwoliło na oszacowanie średniej powierzchni z uwzględnieniem wahań płaszczyzny wynikających ze specyfiki gazety¹⁴⁷. Miary te określam mianem *uśrednionego wymiaru strony* (wysokość i szerokość) i *uśrednionym polem powierzchni strony*.

¹⁴⁷ Powierzchnia okładki będzie większa niż powierzchnia strony środkowej, co warunkuje format gazety i szycie.

Powierzchnia całkowita (Pc) oznacza liczbę pełnych stron, na których znajduje się jednostka prasowa¹⁴⁸ i obliczana jest jako różnica pomiędzy numerem strony początkowej i końcowej. Ponadto, dla każdego artykułu odnotowano wymiary reklam (*powierzchnia reklam, Pr*¹⁴⁹) oraz powierzchni zajętej przez inne elementy (np. współdzielące stronę artykuły; miary obejmują marginesy). Od pola powierzchni całkowitej odejmowano powierzchnię reklam oraz innych elementów i w ten sposób otrzymywano *powierzchnię netto jednostki (Pn)*, czyli powierzchnię faktycznie poświęconą na artykuł i zdjęcia. Jeśli powierzchnia obejmowała pełną stronę w pionie lub poziomie, wymiar nie był mierzony indywidualnie za każdym razem, lecz w jego miejsce podstawiano uśredniony wymiar strony (wysokość lub szerokość) dla danego numeru periodyka. Aby umożliwić porównywanie, wszystkie pola powierzchni przedstawiono relatywnie jako ułamek *uśrednionego pola strony* dla danego numeru tygodnika¹⁵⁰.

Ponieważ z perspektywy niniejszej pracy możliwość określenia powierzchni artykułów i reklam przypadających poszczególnym kategoriom postaci jest kluczowa, należy ustalić sposób przydzielania powierzchni do konkretnych grup. Najprostszym sposobem byłoby zsumowanie liczby postaci w danym artykule, podzielenie powierzchni przez liczbę postaci oraz przemnożenie powstałej w ten sposób wartości przez liczbę postaci z każdej kategorii zawodowej obecnej w artykule. Takie ujęcie jest proste, lecz błędne, jeżeli uwzględni się ekspertów¹⁵¹. W rzeczywistości nie sposób oszacować przyznanej im powierzchni inaczej, niż poprzez jej zmierzenie, przemnożenie oraz zsumowanie. Wyjątkiem mogą być jednostki określone jako „zbiory wypowiedzi”, gdzie prosta procedura mogłaby być uważana za słuszną z uwagi na fakt, że ten typ jednostki w całości składa się z wypowiedzi (znikną jednak hipotetyczne różnice wynikające z odmiennej długości wypowiedzi). Pozostaje zatem wykluczyć ekspertów podczas szacowania powierzchni dla postaci.

Pojawia się jednak kolejny dylemat: czy sumować liczbę rozmówców i bohaterów, a pole powierzchni jednostki prasowej podzielić przez tę sumę, czy też uznać, że dla każdej

¹⁴⁸ Tak obliczone pole obejmowało swoim zakresem reklamy i inne jednostki, które współlistniały na stronie.

¹⁴⁹ Jeśli reklama nie była prostokątem, jej pole obliczano jako sumę pól składających się na nią figur. Aby móc wprowadzić dane do bazy, konieczne było sprowadzenie wymiarów tak obliczonego pola do dwóch wartości, które pomnożone przez siebie zwróciłyby wartość pola. W takich przypadkach obliczoną powierzchnię reklamy traktowano, jakby było polem prostokąta i przyjmowano umowny wymiar jednego z jego boków. Następnie dzielono przez niego powierzchnię reklamy. Wynik dzielenia był wymiarem drugiego boku.

¹⁵⁰ Jeśli uśredniony wymiar strony hipotetycznego numeru gazety (powiedzmy X-go numeru *Wprost*) liczył 20,5 cm x 28 cm (574 cm²), a przykładowa reklama obejmowała w poziomie pełną stronę, to jej długość nie była mierzona, lecz przyjmowano, że ma ona wymiar odpowiadający uśrednionemu wymiarowi strony, tj. 20,5 cm. Pole powierzchni takiej reklamy (o wysokości 7 cm) wynosiłoby 143,5 cm². Przy takich wymiarach zajmowałaby ona ¼ (25%) strony, co pozwala na porównania między gazetami i tygodnikami niezależnie od ich formatu.

¹⁵¹ Gdyby w kilkustronicowym artykule pojawił się wyłącznie jeden ekspert, to niezależnie od powierzchni jego rzeczywistej wypowiedzi przypisano by mu powierzchnię całego artykułu, gdyby było dwóch: ½ itd.

z grup powierzchni na osobę powinna być liczone niezależnie? W pierwszym przypadku, jeśli pole powierzchni całkowitej zostanie podzielone przez sumę rozmówców i bohaterów, powstanie sytuacja, w której powierzchnia wywiadu z osobą X na temat osoby Y zostanie podzielona między tych dwóch głównych bohaterów. Jednocześnie może to zniekształcać wyniki porównań, ponieważ mimo faktu, iż cały wywiad przeprowadzono z osobą X, zostanie jej przyznane jedynie 50% jego powierzchni. Jednocześnie, choć bohater Y był głównym (i być może jedynym) tematem rozmowy, statystyka przypisze mu mniejszą powierzchnię, co doprowadzi do mylnego wniosku, że w jednostce było dwóch bohaterów.

Ze względu na specyfikę wywiadów oraz postaci przyjęłam, że pole powierzchni na osobę szacowane będzie oddzielnie dla rozmówców i bohaterów (z wykluczeniem ekspertów). Pozwoli to oddać rzeczywisty stosunek długości wywiadu z każdym rozmówcą i powierzchnię poświęconą poszczególnym bohaterom oraz porównać je względem siebie. Skutkiem ubocznym jednak będzie fakt, iż suma powierzchni przypisana postaciom w powyższy sposób nie będzie zgodna z sumą powierzchni ogólnej wszystkich artykułów z głównymi bohaterami.

Jeśli w dalszej części pracy sprecyzowane jest, że miara przypada na osobę, oznacza to, że powierzchnia (całkowita, netto lub reklam) przypadająca danej kategorii postaci podzielona została na jej liczebność. Średnia powierzchnia przypadająca na osobę z danej kategorii zatem to suma ilorazu powierzchni jednostki (P) i liczby występujących w niej postaci (x) pomnożonego przez liczbę postaci z danej kategorii, które pojawiły się w tej jednostce (a) dla wszystkich n jednostek, podzielona przez sumę postaci z analizowanej kategorii ($\sum a$)¹⁵²:

$$Pc/os = \frac{\frac{P_1}{x_1} a_1 + \frac{P_2}{x_2} a_2 + \dots + \frac{P_n}{x_n} a_n}{a_1 + a_2 + \dots + a_n}$$

Powierzchnia średnia artykułu, w którym pojawiają się postacie z danej kategorii (Ps_k), obliczana jest jako suma pełnych powierzchni całkowitych (Pc) wszystkich artykułów, w których pojawia się przynajmniej jedna postać z danej kategorii ($a_i > 0$), podzielona na liczbę tych jednostek (l). W skrócie proces ten przedstawia poniższy algorytm:

$Pc, Ps_k, l = 0;$

$i = 1;$

¹⁵² Jeśli w jednostce liczącej 4 strony jest 5 bohaterów (3 polityków i 2 artystów), to każdemu przypada 4/5 jej powierzchni: politykom przypadnie $0,8 \cdot 3$, a artystom $0,8 \cdot 2$. Jeśli druga jednostka liczyłaby 2 strony i miała 1 bohatera, polityka, to przypadłoby mu w udziale $2/1=2$ strony. Gdyby te dwie jednostki stanowiły cały materiał badawczy, powierzchnia na osobę dla artystów wynosiłaby $0,8 \cdot 2$, zaś dla polityków $(0,8 \cdot 3 + 2 \cdot 1)/4 = 1,1$ strony. Powierzchnia na osobę z danej kategorii zatem obliczana jest jako suma powierzchni przypadających postaciom z danej kategorii we wszystkich jednostkach (n), podzielona przez liczebność danej kategorii (a).

```

until  $i \leq n^{153}$  then {
    jeżeli  $(a_i > 0)$  {
         $Pc = Pc + Pc_i$ ;
         $l++$ ;
         $i++$ } else {  $Pc = Pc; i++$ }
    }

 $Ps_k = \frac{Pc}{l}$ ;

```

W rozważaniach związanych z równością płci pojawia się często postulat wypowiadany *explicite* lub przyjmowany w formie milczącego założenia, że w społeczeństwie równości płci w każdej dziedzinie udział kobiet i mężczyzn plasuje się w okolicach 50%. Istnieją teorie, wedle których media powinny odzwierciedlać skład społeczeństwa, co jednocześnie zakłada dysproporcję w składzie postaci, analogiczną do dysproporcji w społeczeństwie. Inne teorie zaś głoszą, że media powinny niwelować różnice i oddawać głos mniejszościom, aby przedstawić wszystkie punkty widzenia. Mają one również potencjał inicjowania zmian społecznych, przez co powinny przedstawiać postulowany porządek społeczny i tym samym nadawać impuls dla zmian (Jakubowicz 2013). Trudno jednoznacznie rozstrzygnąć w jakich proporcjach powinni zostać ukazani bohaterowie i z tego względu warto uwzględnić dwa wskaźniki: równości względnej oraz równości statystycznej.

Wskaźnik względnej równości (Wr) za podstawę wyznaczania punktu równości przyjmuje udział kategorii podstawowych (w tym przypadku dwóch: kobiet oraz mężczyzn) w całej populacji. Dla ustalenia proporcji kobiet i mężczyzn punkt odniesienia stanowi suma postaci (z wyłączeniem zespołów jako podmiotu wieloosobowego). Jeśli za x przyjąć udział danej kategorii podstawowej w kategorii szczegółowej (np. ludzi polityki: x jako odsetek kobiet wśród ogółu polityków), natomiast za X udział danej kategorii podstawowej w populacji analizowanych postaci (np. X jako procent kobiet wśród rozmówców), to wskaźnik względnej równości można opisać wzorem:

$$Wr = x - X$$

Wskaźnik będzie przyjmował wartości z przedziału $(-1, 1)^{154}$, przy czym $Wr = 0$ wskazuje na idealną względną równość informując, iż skład kategorii szczegółowej odwzorowuje skład populacji lub próbki ($x_1 = X_1$), natomiast sytuacji skrajnej nierówności $Wr_1 = -X_1$.

¹⁵³ Liczba wszystkich analizowanych jednostek prasowych.

¹⁵⁴ Wskaźnik Wr przy dwóch kategoriach podstawowych mógłby przyjąć wartość 1 lub -1 tylko wtedy, gdyby liczebność jednej z kategorii podstawowych wyniosła 100%, przy jednoczesnym udziale w niepustej kategorii szczegółowej na poziomie $x=0\%$ (lub liczebność 0% i $x=100\%$), co jest niemożliwe. Teoretycznie możliwa jest

Na nieco innych założeniach bazuje **wskaźnik statystycznej równości (Sr)**. Punktem wyjścia jest równy udział wszystkich kategorii w populacji, wyznaczany wzorem $\frac{1}{y}$, gdzie y oznacza liczbę kategorii. Jeśli za x przyjąć udział danej kategorii podstawowej w kategorii szczegółowej, wskaźnik statystycznej równości można opisać wzorem:

$$Sr = x - \frac{1}{y}$$

Wartość wskaźnika waha się od $Sr = -\frac{1}{y}$ (dla $x = 0$; brak reprezentacji) do $Sr = 1 - \frac{1}{y}$ (dla $x = 1$; 100% kategorii szczegółowej). O idealnej równości ($Sr = 0$) można mówić wtedy, gdy $x = \frac{1}{y}$. W przypadku wystąpienia dwóch kategorii podstawowych $Sr_1 = -Sr_2$.

Wskaźnik statystycznej równości można zagregować do jednej wartości, nazwanej Indeks statystycznej równości (Isr). Dla dwóch kategorii podstawowych¹⁵⁵ wylicza się go w oparciu o jedną z nich, ponieważ $Isr_1 = -Isr_2$ i $|Isr_1| = |-Isr_2|$. Isr stanowi sumę modułów wskaźników równości statystycznej dla n kategorii szczegółowych (Sr_s) podzieloną przez ich liczbę (n) i pomnożoną przez liczbę kategorii podstawowych ($y = 2$) w celu uzyskania wartości z zakresu od 0 (idealna równość) do 1 (skrajna nierówność):

$$Isr = \frac{|Sr_{s1}| + |Sr_{s2}| + \dots + |Sr_{sn}|}{n} * 2$$

Kolejną miarą jest indeks równego udziału w populacji (Iru), obliczany jako moduł z różnicy udziału kobiet (X_1) oraz mężczyzn (X_2) w danej populacji. Wskazuje on na różnicę pomiędzy jedną a drugą kategorią w populacji lub próbce i przyjmuje wartości od 0 dla pełnej

natomiast sytuacja, w której kategoria podstawowa stanowi $X=0,001\%$ wszystkich postaci, lecz $x=100\%$ kategorii szczegółowej. W takim przypadku nierówność względna wyniosłaby $Wr_1=0,999$ (dla drugiej kategorii podstawowej zaś $Wr_2=-0,999$). Dla dwóch kategorii podstawowych $Wr_1 = -Wr_2$.

¹⁵⁵ Dla dwóch kategorii podstawowych wyliczenie jest prostsze, ponieważ wartość wskaźnika dla jednej kategorii równa się przeciwności drugiej $Isr_1 = -Isr_2$. W przypadku większej ich liczby najpierw trzeba wyliczyć indeks statystycznej równości dla każdej kategorii szczegółowej (Isr_s) złożonej z y kategorii podstawowych. Wzór przedstawia się następująco:

$$Isr_s = \frac{\frac{|Sr_{p1}| + |Sr_{p2}| + \dots + |Sr_{py}|}{y}}{\frac{(y-1) * \frac{1}{y} + 1 * \left(1 - \frac{1}{y}\right)}{y}} = \frac{|Sr_{p1}| + |Sr_{p2}| + \dots + |Sr_{py}|}{(y-1) * \frac{1}{y} + 1 * \left(1 - \frac{1}{y}\right)} * \frac{1}{y}$$

Gdzie Sr_p oznacza wskaźnik statystycznej równości dla poszczególnych kategorii podstawowych w ramach kategorii szczegółowej. Wyliczona zostaje zatem średnia z modułów równości statystycznej dla kategorii szczegółowej w oparciu o składające się na nią kategorie podstawowe, a wartość tą odnosi się do średniej wartości indeksów równości statystycznej w sytuacji skrajnej nierówności (jedna spośród y kategorii stanowi 100%). Następnie Isr_s wyliczone dla n kategorii szczegółowych należy podstawić do wzoru:

$$Isr = \frac{|Isr_{s1}| + |Isr_{s2}| + \dots + |Isr_{sn}|}{n}$$

Indeks Isr przyjmuje wartości od 0 w przypadku idealnej równości do 1 w sytuacji skrajnej nierówności.

równości ($X_1 = X_2$) do 1 dla pełnej nierówności w sytuacji, gdy populacja składa się wyłącznie z dwóch kategorii ($X_1 = 0$ i $X_2 = 1$ lub $X_2 = 0$ i $X_1 = 1$):

$$Iru = |X_1 - X_2|$$

Szczegółowe indeksy powierzchni obliczane są dla powierzchni całkowitej (Ipc), netto (Ipn) oraz reklam (Ipr). Indeks powierzchni całkowitej (Ipc) to suma modułów z różnicy pomiędzy wielkościami powierzchni całkowitej (Pc) dla kategorii podstawowych x_1 i x_2 w każdej z n kategorii szczegółowych, podzielonej przez średnią wartość powierzchni całkowitej dla kategorii szczegółowej (Pc_n). Suma dzielona jest przez liczbę kategorii szczegółowych (n):

$$Ipc = \frac{\frac{|Pc_1x_1 - Pc_1x_2|}{Pc_1} + \frac{|Pc_2x_1 - Pc_2x_2|}{Pc_2} + \dots + \frac{|Pc_nx_1 - Pc_nx_2|}{Pc_n}}{n}$$

Indeksy powierzchni netto (Ipn) i powierzchni reklam (Ipr) obliczane są analogicznie:

$$Ipn = \frac{\frac{|Pn_1x_1 - Pn_1x_2|}{Pn_1} + \frac{|Pn_2x_1 - Pn_2x_2|}{Pn_2} + \dots + \frac{|Pn_nx_1 - Pn_nx_2|}{Pn_n}}{n}$$

$$Ipr = \frac{\frac{|Pr_1x_1 - Pr_1x_2|}{Pr_1} + \frac{|Pr_2x_1 - Pr_2x_2|}{Pr_2} + \dots + \frac{|Pr_nx_1 - Pr_nx_2|}{Pr_n}}{n}$$

Indeks powierzchni (Ip) jest średnią z indeksów powierzchni całkowitej (Ipc), netto (Ipn) i reklam (Ipr). Wskazuje przeciętną siłę nierówności powierzchni jednostek prasowych:

$$Ip = \frac{Ipr + Ipc + Ipn}{3}$$

Indeks równości wielowymiarowej (Irw) jest średnią wyliczaną z indeksu równego udziału (Iru), indeksu równości statystycznej (Irs) oraz indeksu powierzchni (Ip):

$$Irw = \frac{Iru + Irs + Ip}{3}$$

Szczegółowe indeksy powierzchni, Ip oraz Irw przyjmują wartość 0 w sytuacji idealnej równości, a wraz ze wzrostem nierówności wzrasta ich wartość. Ponieważ wyliczane są w oparciu o moduły z wartości, wskazują na siłę nierówności, jednak nie na ich kierunek.

4.1.2 Kategorie zastosowane w analizie zdjęć

W analizie uwzględniono zdjęcia obrazujące ludzi, przedstawionych również na rysunkach, murach i transparentach. Nie uwzględniano jednak fotografii, na których byli oni ledwie widoczni (za wyjątkiem sytuacji, w której stanowili tłum lub nieodzowny element kontekstu, wymagany dla odpowiedniego zrozumienia wymowy zdjęcia) oraz zdjęć

obrazujących pojedyncze części ciała (rękę, nogę itp.; fotografia głowy była traktowana jako portretowa i z tego względu zaliczana do zdjęć obrazujących ludzi).

Spośród tak wyselekcjonowanych zdjęć, do analizy wybrano fotografie przedstawiające polityków, polityczki, kobiety polityków oraz mężczyzn polityczek. Nie uwzględniono jednak zdjęć postaci z powyższych kategorii, jeśli były one umieszczone w jednostce ich autorstwa (wtedy traktowano je jako zdjęcia autorów). Dla każdego zdjęcia wskazano głównych bohaterów, tj. postacie pierwszoplanowe, z adnotacją, czy byli oni również bohaterami jednostki prasowej, w której zamieszczono zdjęcie.

Dla każdego zdjęcia obliczono jego powierzchnię bez uwzględniania marginesów¹⁵⁶. Jeśli zdjęcie nie posiadało wyraźnie zarysowanych granic, wytaczano je poprzez utworzenie możliwie najbardziej dopasowanej do zdjęcia figury, której granica przebiegała nie dalej niż kilka milimetrów od sfotografowanej postaci (istotny był obszar, na którym następowało rozmycie barw). Jeśli zdjęcie obejmowało całą stronę (nawet jeśli stanowiło tło dla tekstu) odnotowano, że miało wymiar pełnej strony. Gdy fotografia w pionie lub poziomie obejmowała całą stronę, stosowano *uśredniony wymiar strony* (zob. rozdz. 4.1.1.). Jeśli szerokość zdjęcia wykraczała poza jedną stronę, wymiar szacowano poprzez dodanie do *uśrednionego wymiaru poziomego strony szerokości*, jaką zajmowało ono na kolejnej stronie.

4.2 Statystyka jednostek prasowych

Badaniu poddane zostały trzy ogólnopolskie tygodniki opinii: *Wprost*, *Polityka* oraz *Newsweek*, czyli łącznie 150 numerów prasowych wydanych w 2012 roku (zob. tabela 5.). We *Wprost* wyróżniono 1 749, w *Newsweeku* 1 667, a w *Polityce* 1 839 jednostek, co oznacza,

że analizom poddano łącznie 5 255 jednostek. Najwięcej postaci oraz jednostek z postaciami ukazało się we *Wprost*, najmniej zaś w *Polityce*.

Tabela 5. Liczba jednostek i postaci w analizowanych tygodnikach w 2012 roku

Nazwa	Liczba jednostek	Liczba postaci	Liczba jednostek z postaciami
<i>Wprost</i>	1 749	1 149	791
<i>Newsweek</i>	1 667	983	760
<i>Polityka</i>	1 839	791	517
Suma:	5 255	2 923	2 068

¹⁵⁶ Jeśli zdjęcie stanowiło inną niż prostokąt figurę, stosowano procedury analogiczne jak w przypadku obliczania powierzchni reklam; zob. rozdz. 4.1.1.).

Tygodniki różniły się między sobą wymiarami, dlatego też możliwie będzie jedynie porównanie powierzchni relatywnej, wyrażonej jako ułamek/procent strony. Aby przybliżyć jednak różnice formatów, tabela 6. prezentuje uśrednione wymiary każdego tygodnika oraz średnią liczbę stron w każdym z nich. Największy format prezentował *Wprost*, nieco mniejsza była *Polityka*, a najmniejszą powierzchnię przeciętnej strony odnotowano w *Newsweeku*. Jednakże to *Polityka* była najobszerniejszym periodykiem, a niewiele ustępował jej *Newsweek*; przeciętny numer *Wprost* liczył 14 stron mniej niż *Polityki* i 13 mniej niż *Newsweeka*.

Tabela 6. Uśrednione wymiary tygodników

Nazwa	Średnia powierzchnia strony	Średnia wysokość	Średnia szerokość	Średnia liczba stron
<i>Wprost</i>	570,21	27,86	20,46	103,18
<i>Newsweek</i>	546,96	26,95	20,30	113,84
<i>Polityka</i>	566,22	27,17	20,84	114,49

We wszystkich czasopismach zdecydowanie dominowały

artykuły, a felietony były liczniejsze od wywiadów (zob. tabela 7.). Spośród innych typów jednostek najliczniejsze okazały się skróty wydarzeń (70 jednostek we *Wprost*, 57 w *Newsweeku* oraz 49 w *Polityce*) oraz aktualności i recenzje (51 jednostek we *Wprost*, 47 w *Newsweeku* oraz 76 w *Polityce*), a we *Wprost* dodatkowo dość liczne okazały się komiksy (66 jednostek).

Tabela 7. Jednostki prasowe w tygodnikach w 2012 roku

Jednostka	<i>Wprost</i>		<i>Newsweek</i>		<i>Polityka</i>	
	Liczba	Udział	Liczba	Udział	Liczba	Udział
Wywiad	177	10,12%	152	9,12%	139	7,56%
Artykuł	907	51,86%	1034	62,03%	1222	66,49%
Felieton	467	26,70%	360	21,60%	349	18,99%
Inne	198	11,32%	121	7,26%	128	6,96%
Suma:	1749	100%	1667	100%	1838	100,00%

W każdym z analizowanych czasopism wśród autorów dominowali mężczyźni (ponad 60%), a różnice ich udziału w poszczególnych tytułach nie przekraczały dwóch punktów procentowych (tabela 8.). Jednostki napisane przez kobiety stanowiły od 20% do 27% wszystkich jednostek¹⁵⁷, a zatem wahania ich udziału były większe niż w przypadku mężczyzn. Skład mieszany pojawiał się sporadycznie (jego udział wahał się od 1,47% do 3,2%).

Tabela 8. Płeć dziennikarzy w analizowanych tygodnikach w 2012 roku

Płeć autora	<i>Wprost</i>		<i>Newsweek</i>		<i>Polityka</i>	
	Liczba	Udział	Liczba	Udział	Liczba	Udział
Kobieta	355	20,30%	457	27,41%	411	22,36%
Mężczyzna	1099	62,84%	1030	61,79%	1168	63,55%

¹⁵⁷ Gdy mowa, iż autorem jest mężczyzna lub kobieta oznacza to, że jednostka została napisana przez przynajmniej jedną osobę tej samej płci. Określenie autorstwa mianem „skład mieszany” wskazuje natomiast na to, iż w gronie autorów wymieniono przynajmniej jednego mężczyznę i przynajmniej jedną kobietę.

Nieznane	239	13,66%	135	8,10%	232	12,62%
Mieszane	56	3,20%	45	2,70%	27	1,47%
Suma:	1749	100,00%	1667	100,00%	1838	100,00%

Przeciętnie największa powierzchnia całkowita jednostki prasowej wystąpiła w *Newsweeku* (nieco ponad 3 strony), a przeciętny przekaz okazał się najkrótszy we *Wprost* (tabela 9.). Największą powierzchnię reklam odnotowano w *Newsweeku*, w którym stanowiła największy odsetek powierzchni całkowitej (9,96%). Podobny odsetek reklam (9,48%) pojawił się w *Polityce*, a najmniejszy (8,42%) – we *Wprost*. *Wprost* odznaczało się najmniejszą powierzchnią netto na jednostkę, choć stanowiła ona największą część powierzchni całkowitej: 89,81%. Nieco większą powierzchnię netto odnotowano w *Polityce*, a największa objętość netto cechowała przekazy z *Newsweeka* (choć stanowiły najmniejszy odsetek powierzchni całkowitej: 88,34%).

Tabela 9. Średnia powierzchnia przypadająca na jedną jednostkę prasową

Powierzchnia	<i>Wprost</i>	<i>Newsweek</i>	<i>Polityka</i>
Całkowita	2,483	3,003	2,769
Reklamy	0,209	0,299	0,263
Netto	2,230	2,653	2,478

Tabela 10. Liczba jednostek według kategorii tematycznych w analizowanych tygodnikach

Tematyka	<i>Wprost</i>		<i>Newsweek</i>		<i>Polityka</i>	
Biznes i bankowość	144	8,23%	104	6,24%	61	3,32%
Brak kategorii	588	33,62%	423	25,37%	386	21,00%
Gospodarka i infrastruktura	64	3,66%	57	3,42%	101	5,50%
Historia	13	0,74%	22	1,32%	90	4,90%
Inne	40	2,29%	20	1,20%	46	2,50%
Instytucja	38	2,17%	63	3,78%	66	3,59%
Katastrofa w Smoleńsku	17	0,97%	17	1,02%	12	0,65%
Kultura	178	10,18%	212	12,72%	259	14,09%
Ludzie	160	9,15%	136	8,16%	42	2,29%
Nauka, technika, środowisko	29	1,66%	103	6,18%	156	8,49%
Polityka	214	12,24%	186	11,16%	172	9,36%
Społeczeństwo	179	10,23%	245	14,70%	369	20,08%
Sport	45	2,57%	49	2,94%	52	2,83%
Zdrowie	40	2,29%	30	1,80%	26	1,41%
Suma:	1749	100%	1667	100%	1838	100%

Spośród jednostek, dla których udało się ustalić tematykę (tabela 10.), we *Wprost* najczęściej podejmowano zagadnienia polityczne (12,24%), kulturowe (10,18%) oraz społeczne (10,23%). Najrzadziej poruszano tematy nawiązujące do historii (0,74%). W *Newsweeku* dominowała problematyka społeczna (14,7%), kulturowa (12,72%) oraz – na trzecim miejscu – polityczna (11,16%), przy czym najrzadziej poruszano tematykę związaną z katastrofą w Smoleńsku (1,02%). W *Polityce* dominowały zagadnienia społeczne (20,08%) oraz kulturowe (14,09%), a polityka znalazła się na trzecim miejscu (9,36%), tuż przed nauką,

techniką i środowiskiem (8,49%). Zagadnienia polityczne podejmowano głównie we *Wprost*, gdzie stanowiły najczęściej poruszany temat.

Tabela 11. Liczba postaci według płci

Płeć	<i>Wprost</i>		<i>Newsweek</i>		<i>Polityka</i>	
	Liczba	Udział	Liczba	Udział	Liczba	Udział
Kobieta	272	23,67%	222	22,58%	178	22,50%
Mężczyzna	867	75,46%	753	76,60%	601	75,98%
Zespół	10	0,87%	8	0,81%	12	1,52%
Suma:	1149	100%	983	100%	791	100%

W analizowanych tygodnikach skład kobiet i mężczyzn okazał się podobny: panowie stanowili ponad $\frac{3}{4}$ wszystkich postaci, a panie około 23% (tabela 11.). W obu przypadkach rozkład był dość zbliżony, a wahania pomiędzy tygodnikami nie przekraczały 1,2 punktu procentowego. Udział zespołów wahał się od 0,81% do 1,52%, zatem był on znikomy¹⁵⁸.

Proporcje jednostek z kobietami i mężczyznami jako postaciami (tabela 12.) również był względnie stały, choć dysproporcje między tygodnikami były nieco wyraźniejsze niż w przypadku liczebności. Jednostki z mężczyznami stanowiły od 81% do 82% (wahania rzędu 1,09 punktu procentowego), zaś z kobietami od 24,21% do 26,31% (wahania rzędu 2,1 pkt.).

Najwięcej osób przypadało na jedną jednostkę w *Polityce* (średnio 1,53 osoby), niewiele mniej we *Wprost* (1,45) a najmniej w *Newsweeku* (1,29), przy czym w każdym z tygodników na jedną jednostkę z postacią męską przypadało więcej panów niż na jedną jednostkę z postacią żeńską pań (różnice były najbardziej wyraźne w *Polityce*). W *Newsweeku* na jeden przekaz przypadało przeciętnie najmniej postaci obu płci, co pozwala wnioskować, że poświęcano im więcej uwagi (w porównaniu z sytuacją, gdy postaci jest więcej).

Tabela 12. Liczba jednostek z postaciami według płci¹⁵⁹

Bohater	<i>Wprost</i>			<i>Newsweek</i>			<i>Polityka</i>		
	Liczba	Udział	Os/art	Liczba	Udział	Os/art	Liczba	Udział	Os/art
Kobieta	206	26,04%	1,32	184	24,21%	1,21	136	26,31%	1,31
Mężczyzna	647	81,80%	1,34	615	80,92%	1,22	424	82,01%	1,42
Zespół	9	1,14%	1,11	8	1,05%	1,00	8	1,55%	1,50
Suma	791	100%	1,45	760	100%	1,29	517	100%	1,53

W każdym tygodniku najliczniejsi okazali się bohaterowie (tabela 13.), przy czym największy ich odsetek zanotowano w *Polityce*, mniejszy w *Newsweeku*, a najmniejszy we *Wprost* (różnica 10,7 pkt. proc.). Udział rozmówców był podobny: we *Wprost*

¹⁵⁸ W materiale badawczym pojawiła się także trzecia kategoria, zespoły muzyczne, która została wyłączona z dalszych analiz. Choć zespoły można zaklasyfikować jako artystów, odmiennie od nich stanowiły podmiot wieloosobowy (często omawiano losy całych zespołów, a nie poszczególnych osób). Z racji ich specyfiki oraz ich znikomej liczebności wykluczono je z dalszych analiz, choć uwzględniono w ogólnej liczbie bohaterów.

¹⁵⁹ Liczebność nie sumuje się do podanej wartości, ponieważ w przekazie mogło pojawić się wiele postaci.

i w *Newsweeku* wynosił 16,28%, w *Polityce* zaś wzrastał do 17,83%. Największy odsetek ekspertów odnotowano we *Wprost*, a najmniejszy w *Polityce*.

Tabela 13. Liczba postaci wg typu postaci¹⁶⁰

Typ bohatera	Wprost		Newsweek		Polityka	
	Liczba	Udział	Liczba	Udział	Liczba	Udział
Rozmówcy	187	16,28%	160	16,28%	141	17,83%
Bohaterowie	769	66,93%	710	72,23%	614	77,62%
Eksperci	193	16,80%	113	11,50%	36	4,55%
Suma:	1149	100%	983	100%	791	100%

Wyniki zaprezentowane w tabeli 14. wskazują, iż niezależnie od tytułu prasowego udział jednostek z postaciami określonego typu jest dość zbliżony. W największej liczbie jednostek pojawili się bohaterowie (wahania około 7,5 pkt. proc.), a liczba jednostek z rozmówcami wahała się od 20% w *Newsweeku* do 27% w *Polityce*. Eksperci pojawili się w niemal 14% jednostek z postaciami we *Wprost* i jedynie w 2,5% jednostek w *Polityce*.

Tabela 14. Liczba jednostek z postaciami wg typu postaci¹⁶¹

Typ postaci	Wprost			Newsweek			Polityka		
	Liczba	Udział	Os/art	Liczba	Udział	Os/art	Liczba	Udział	Os/art
Rozmówcy	177	22,38%	1,06	154	20,26%	1,04	139	26,89%	1,01
Bohaterowie	528	66,75%	1,46	564	74,21%	1,26	374	72,34%	1,64
Eksperci	109	13,78%	1,77	69	9,08%	1,64	13	2,51%	2,77
Suma	791	100%	1,45	760	100%	1,29	517	100%	1,53

4.3 Rozmówcy, bohaterowie i eksperci

Porównawcze statystyki jednostek prasowych, chociaż kreślą tło i kontekst, nie dostarczają wszystkich cennych informacji o analizowanym materiale. Z tego względu analiza musiała zostać przeprowadzona dla każdego periodyka z osobna, a dane zaprezentowano w rozdziale 2. załącznika. Wyniki przedstawiłam dla każdego tytułu prasowego z osobna i uporządkowałam je wedle typów postaci (rozmówców, bohaterów i ekspertów). Taka organizacja pomoże odbiorcy w zrozumieniu wszystkich kluczowych aspektów zagadnienia, systematyzując jednocześnie wnioski płynące z poszczególnych fragmentów i pozwalając uniknąć niejasności. Niniejszy podrozdział zawiera podsumowanie wniosków płynących ze szczegółowych analiz, przedstawionych obszerniej w załączniku.

W trzech analizowanych tygodnikach – we *Wprost*, w *Polityce* oraz w *Newsweeku* – proporcja postaci jest bardzo zbliżona, a różnice niewielkie (oscylują w okolicy 1 pkt. proc.). W każdym z tych czasopism kobiety stanowiły od 22,50% do 23,67% wszystkich postaci,

¹⁶⁰ Liczebność nie sumuje się do podanej wartości, ponieważ w przekazie mogło pojawić się wiele postaci.

¹⁶¹ Liczebność nie sumuje się do podanej wartości, ponieważ w przekazie mogło pojawić się wiele postaci.

a udział mężczyzn wahał się od 75,46% do 76,60% (zespoły stanowiły od 0,81% do 1,52% wszystkich postaci). Względnie stały jest również odsetek jednostek z postaciami, oscylujący w granicach 81%-82% dla mężczyzn i 24%-26% dla kobiet.

We wszystkich trzech omawianych tytułach prasowych politycy są niekwestionowanymi liderami pod względem udziału wśród ogółu postaci. Najbardziej (a i tak o 16,73 pkt. proc. częściej od drugiej kategorii pod względem liczebności) pojawiają się oni w *Newsweeku* (29,35%), częściej w *Polityce* (32,28%; przewaga 17,3 pkt. proc.) a najczęściej we *Wprost* (38,75%, przewaga 25 pkt. proc.). Polityczki w żadnym z periodyków nie stanowią najliczniejszej kategorii, do których w *Newsweeku* i *Polityce* zaliczają się artystki a we *Wprost* kobiety ekranu. We *Wprost* oraz w *Polityce* polityczki są drugą pod względem częstości występowania kategorią, w *Newsweeku* zaś trzecią (liczniejsze od nich są m.in. kobiety opisane przez relacje). We *Wprost*, który wydaje się najbardziej ukierunkowany na politykę, polityczki występują najczęściej i stanowią 18,38% postaci, natomiast w pozostałych tygodnikach ich udział oscyluje w okolicy 13,50%. W *Polityce* i w *Newsweeku* polityczki od najliczniejszej kategorii dzieli niemal 5,6-5,9 pkt. proc., zaś różnice są najmniejsze we *Wprost* (2,6 pkt. proc.).

Dysproporcje pomiędzy udziałem polityczek wśród kobiet i polityków wśród mężczyzn w omawianych tygodnikach są znaczące. Najbardziej zbliżony udział odnotowano w *Newsweeku*, gdzie różnica wynosiła 15,84 pkt. proc., druga pod względem rozbieżności okazała się *Polityka* (z udziałem polityczek o 18,80 pkt. proc. mniejszym niż udział polityków), a największą dysproporcję zaobserwowano we *Wprost* i wynosiła ona 20,37 pkt. proc. Kobiety natomiast zdecydowanie częściej niż mężczyźni opisywano w odniesieniu do ich ról rodzinno-partnerskich: postaci z tej kategorii stanowiły 12,5% postaci kobiet i 0,69% postaci mężczyzn we *Wprost*, 17,57% kobiet i 1,20% mężczyzn w *Newsweeku* i 11,80% kobiet oraz 0,50% mężczyzn w *Polityce*. Różnice pomiędzy kobietami a mężczyznami wynosiły zatem od 11,30-11,81 pkt. proc. w *Polityce* i *Wprost*, do 16,37 pkt. proc. w *Newsweeku*.

Udział polityczek wśród ludzi polityki okazał się względnie stały i wahał się od 11,01% w *Polityce* do 12,95% we *Wprost*. Nieco bardziej zróżnicowany, lecz wciąż wskazujący na uniwersalną tendencję okazał się udział kobiet wśród osób opisanych przez relacje z innymi: postaci żeńskie stanowiły od 81,25% (w *Newsweeku*) do 87,50% (w *Polityce*) postaci z tej kategorii. W żadnej innej kategorii w *Newsweeku* i w *Polityce* kobiety nie uzyskały znaczącej przewagi liczebnej nad mężczyznami. We *Wprost* kategorią sfeminizowaną była również kategoria niższych rangą pracowników, w której kobiety stanowiły 80% postaci.

We *Wprost* przeciętny wywiad okazał się o niemal 0,75 strony obszerniejszy niż jednostka z bohaterem. Choć podobna tendencja uwidoczniła się również w *Newsweeku*, różnica była niewielka i porównywalna z tą obserwowaną w *Polityce*, w której obszerniejsze okazały się jednak jednostki z bohaterami (różnice wynosiły 4%-5% strony).

Udział kobiet we *Wprost* wzrastał wraz z przechodzeniem od rozmówców do ekspertów, lecz trend ten nie został zaobserwowany w pozostałych tygodnikach. We wszystkich omawianych tytułach okazało się jednak, iż grupa ekspertów pod względem udziału kobiet i mężczyzn wykazywała największy poziom równości, zróżnicowany w poszczególnych periodykach: we *Wprost* i *Newsweeku* indeks równego udziału kobiet i mężczyzn wahał się od 0,37 do 0,40, podczas gdy w *Polityce* wyniósł 0,22. Różnice zaobserwowane w odniesieniu do rozmówców i bohaterów okazały się bardziej znaczące, a wartość *Iru* oscylowała w granicach od 0,54 do 0,59 (jedynie dla rozmówców w *Newsweeku Iru* był niższy i wyniósł 0,44). O ile we *Wprost* i w *Polityce* zaobserwowano niewielkie różnice w wartości *Iru* pomiędzy rozmówcami i bohaterami w tych tygodnikach (odpowiednio 0,058 i 0,004; we *Wprost* bardziej nierówne okazały się wywiady, w *Polityce* zaś jednostki z bohaterami), w *Newsweeku* różnica była znacznie większa i wynosiła 0,148, wskazując na większą dysproporcję między płciami w jednostkach z bohaterami.

Faktem jest, że rozmówcy posiadają większą kontrolę nad treścią przekazu i sytuacją wywiadu (aktywnie go współtworzą, zamiast stanowić wyłącznie temat), co wydaje się jednak nie mieć znaczenia dla składu płciowego rozmówców i bohaterów (nie widać stałej tendencji, a różnice są relatywnie niewielkie). Różnica udziału kobiet wśród rozmówców i bohaterów w *Polityce* i we *Wprost* oscylowała w granicach 1,18-1,20 punktu procentowego, natomiast w *Newsweeku* wyniosła 6,63 pkt. proc., przy czym jedynie we *Wprost* kobiety częściej pojawiały się w roli rozmówczyń. Różnica udziału mężczyzn wśród bohaterów i rozmówców wahała się od 0,75 pkt. proc w *Polityce*, przez 3,48 pkt. proc. we *Wprost*, do 6,85 pkt. proc. w *Newsweeku* (tylko w *Newsweeku* mężczyźni częściej byli bohaterami niż rozmówcami).

Odmierna tendencja uwidacznia się w przypadku profesji. We wszystkich trzech tygodnikach zaobserwowano prawidłowość, zgodnie z którą udział polityczek wśród kobiet wzrasta wraz z przechodzeniem od wywiadu do jednostki z bohaterami. W *Newsweeku* różnica wynosi 10,35 pkt. proc., we *Wprost* 12,98 pkt. proc., a w *Polityce* 18,11 pkt. proc. (nie przeprowadzono wywiadu z żadną polityczką). Trend ten widoczny jest także w odniesieniu do polityków, a różnica ich udziału wśród postaci męskich waha się od 16,10 pkt. proc. we *Wprost*, 19,93 pkt. proc. w *Newsweeku* do 24,21 pkt. proc. w *Polityce*.

Politycy zajmują trzecie (*Polityka*), drugie (*Newsweek*) lub pierwsze (*Wprost*) miejsce pod względem liczebności wśród rozmówców, jako bohaterowie zaś zawsze stanowią najliczniejszą kategorię z przewagą około 22 punktów procentowych w *Polityce* i *Newsweeku* i 25,7 pkt. we *Wprost*. Polityczki zajmują szóstą (we *Wprost*, 5,26%) lub siódmą (w *Newsweeku*, 6,67%) pozycję wśród rozmówczyń (0% w *Polityce*) oraz drugą pod względem liczebności kategorię bohaterek we *Wprost* (18,24%) i *Polityce* (18,11%) oraz trzecią w *Newsweeku* (17,02%). Dystans względem najliczniejszych kategorii rozmówczyń waha się od 50 pkt. proc. w *Polityce*, 21,06 pkt. proc. we *Wprost* do 13,33 pkt. proc. w *Newsweeku*. W przypadku bohaterek natomiast wynosi on od 4,97 pkt. proc. w *Newsweeku* i 4,73 pkt. proc. we *Wprost* do 0,79 pkt. proc. w *Polityce*.

Udział polityczek wśród ludzi polityki we *Wprost* oraz w *Polityce* (gdzie nie pojawia się żadna polityczka-rozmówczyni) również wykazuje tendencję do wzrostu wraz ze zmianą typu postaci z rozmówcy na bohatera, jednak w *Newsweeku* widać odwrotną zależność. Ustalenia te utrzymują się także wtedy, gdy pod uwagę wzięty zostanie udział jednostek z polityczkami wśród wszystkich jednostek z ludźmi polityki. Zależności zaobserwowane dla polityków są odwrotne. W efekcie dwa z trzech tygodników wykazują tendencję do zwiększania udziału polityków w wywiadach, gdzie pełnią oni rolę aktywnego podmiotu, bezpośrednio wpływającego na kształt przekazu, jednocześnie zmniejszając udział polityczek.

W gronie ekspertów polityczki nigdy nie pojawiają się częściej od polityków. W *Newsweeku* proporcje są równe (dwie polityczki-ekspertki i dwóch polityków-ekspertów), jednak w pozostałych tytułach prasowych politycy liczebnie dominowali nad polityczkami (w *Polityce* nie pojawia się żadna polityczka). W *Polityce* oraz we *Wprost* politycy-eksperci stanowili większy odsetek mężczyzn niż polityczki-ekspertki wśród kobiet. Prócz *Newsweeka*, w którym zarówno kobiety, jak i mężczyźni związani z polityką wyrazili opinię w dwóch jednostkach, w pozostałych tytułach w większej liczbie jednostek wypowiadali się politycy.

Jeśli spojrzeć na udział kobiet i mężczyzn reprezentujących poszczególne kategorie zawodowe w wśród rozmówców, bohaterów i ekspertów, okaże się, że we wszystkich tytułach prasowych pojawiają się identycznie ukierunkowane zależności. Porównanie wskaźników statystycznej równości pokazuje, że w każdym tygodniku większe nierówności odnotowano dla rozmówców (od $Isr = 0,68261$ w *Newsweeku* do $Isr = 0,73115$ w *Polityce*) niż dla bohaterów (od $Isr = 0,59885$ we *Wprost* do $Isr = 0,66003$ w *Newsweeku*) i ekspertów (od $Isr = 0,53429$ w *Polityce* do $Isr = 0,65568$ we *Wprost*), a za wyjątkiem *Wprost* (gdzie dla ekspertów odnotowano większe nierówności niż dla bohaterów), najbardziej zrównoważoną kategorię stanowili eksperci. Najbardziej zbliżone wartości Isr cechowały

Newsweek (różnica pomiędzy najmniejszą i największą wartością wynosiła 0,08732), większe wystąpiły we *Wprost* (0,12604), a najbardziej zróżnicowana okazała się pod tym względem *Polityka* (0,19687).

Porównując analogiczne wskaźniki dla ludzi polityki należy odnotować, że wśród rozmówców oraz bohaterów uwidoczniły się nierówności większe od tych odnotowanych dla całych populacji bohaterów i ekspertów. Wyłączając ekspertów, dla ludzi polityki najbardziej zrównowazona okazała się kategoria rozmówców w *Newsweeku* ($Isr = 0,71429$), co doskonale wskazuje poziom nierówności w tej kategorii zawodowej, a największe nierówności ($Isr = 1$) odnotowano w wywiadach opublikowanych w *Polityce* oraz we *Wprost* ($Isr = 0,89474$). Największe nierówności dla ekspertów odnotowano w *Polityce* ($Isr = 1$) i tam też różnica pomiędzy wartością odnotowaną dla populacji oraz dla polityków była największa (wskaźnik dla ludzi polityki był o 0,46571 większy niż wskaźnik dla populacji). W *Newsweeku* odnotowano idealnie równy udział polityczek i polityków wśród ekspertów. W *Newsweeku* oraz we *Wprost* nierówności w gronie ekspertów były mniejsze niż w gronie bohaterów i rozmówców, wskaźniki te wskazywały również na mniejszą nierówność wśród ludzi polityki jako ekspertów niż w całej populacji ekspertów.

Uśredniona wartość wskaźnika równości statystycznej (średnia wyciągnięta ze wskaźników dla rozmówców, bohaterów i ekspertów) we *Wprost* wyniosła $Isr = 0,65981$ dla całej populacji oraz $Isr = 0,72433$ dla ludzi polityki. W *Newsweeku* odnotowano dla populacji uśrednioną wartość wskaźnika równą $Isr = 0,64598$, a dla ludzi polityki $Isr = 0,49837$; w *Polityce* zaś wskaźniki te wynosiły $Isr = 0,63710$ dla populacji oraz $Isr = 0,91887$ dla ludzi związanych z polityką. We *Wprost* oraz w *Polityce* uśrednione nierówności odnotowane dla ludzi polityki są większe niż nierówności odnotowane dla całej populacji a najbardziej nierównym tygodnikiem w odniesieniu do działaczy politycznych jest *Polityka*, którą jednocześnie cechują najmniejsze różnice w populacji¹⁶². Niska wartość wskaźnika dla ludzi polityki w *Newsweeku* spowodowana jest ich idealnie równym udziałem wśród ekspertów i nie oddaje pełnego obrazu sytuacji, zwłaszcza że pojawiły się tam tylko 4 postacie, podczas gdy liczebność bohaterów wyniosła 219 osób.

Ze względu na odmienną liczebność postaci w różnych kategoriach należałoby posłużyć się miarą ważoną, czyli przemnożyć poszczególne, odnotowane w każdym tygodniku indeksy dla wszystkich typów postaci (rozmówców, bohaterów i ekspertów) przez procent, jaki dana

¹⁶² Przeciętna wartość uśrednionego wskaźnika statystycznej równości dla populacji postaci okazuje się niemal identyczna, a różnica pomiędzy najbardziej i najmniej równym tygodnikiem wynosi 0,02271.

grupa postaci (rozmówców, bohaterów i ekspertów) stanowi wśród wszystkich ludzi polityki. Suma tych iloczynów stanowić będzie ważoną miarę indeksu statystycznej równości ($WIsr$)¹⁶³. Okazuje się, że ważona wartość indeksu jest podobna w każdym tygodniku, przy czym najniższa we *Wprost* ($WIsr = 0,75556$), nieco większa w *Newsweeku* ($WIsr = 0,76229$), a największa w *Polityce* ($WIsr = 0,77777$). Indeks ważony uwzględniający wyłącznie rozmówców i bohaterów okazuje się niemal identyczny (waha się od $WIsr = 0,77075$ we *Wprost*, przez $WIsr = 0,77340$ w *Polityce*, do $WIsr = 0,77500$ w *Newsweeku*).

Wszystkie wywiady z ludźmi polityki (z wyjątkiem jednego, w *Newsweeku*) zostały przeprowadzone wyłącznie z jedną osobą. O ile liczba postaci w jednostkach z przynajmniej jednym bohaterem działającym w polityce we *Wprost* jest bardzo zbliżona dla kobiet i mężczyzn, w pozostałych tygodnikach na jednostkę z polityczką-bohaterką przypada przeciętnie więcej postaci niż w jednostkach z przynajmniej jednym politykiem-bohaterem, przez co artykuły poświęcone polityczkom w mniejszym stopniu skupiają się na poszczególnych osobach. We wszystkich tygodnikach politykom-bohaterom towarzyszą bardziej zróżnicowane zawodowo postacie niż polityczkom-bohaterkom.

Wywiady z ludźmi polityki pojawiały się na wcześniejszych stronach w *Newsweeku* niż we *Wprost*, natomiast jednostki z bohaterami działającymi w polityce pojawiały się najdalej w *Newsweeku*, nieco bliżej w *Polityce* i najbliżej we *Wprost*. Nie pojawiły się jednak stałe zależności dotyczące umiejscowienia przekazów z polityczkami i politykami, jednakże przeciętnie wszystkie te jednostki pojawiły się w pierwszej połowie tygodnika. We *Wprost* wywiady z politykami częściej pojawiały się na wcześniejszych stronach niż wywiady z polityczkami, chociaż jednostki z bohaterkami-polityczkami publikowano nieznacznie bliżej niż jednostki z politykami-bohaterami. Choć w *Newsweeku* zależność ta ulega odwróceniu (wywiady z polityczkami pojawiają się wcześniej, zaś artykuły z bohaterkami później niż analogiczne jednostki z politykami), dane z *Polityki* odnośnie do bohaterów wydają się ją potwierdzać (artykuły z polityczkami-bohaterkami umiejscowione są wcześniej, a różnica jest bardziej znacząca niż we *Wprost*).

Porównując powierzchnię przypadającą na jedną jednostkę prasową widać, że we wszystkich tygodnikach wywiady i jednostki z bohaterami były obszerniejsze pod względem powierzchni netto dla kobiet niż dla mężczyzn, a tendencja ta – za wyjątkiem wywiadów w *Polityce*, gdzie to mężczyznom przysługiwała większa powierzchnia jednostki –

¹⁶³ $WIsr = Isr_r * x_r + Isr_b * x_b + Isr_e * x_e$, gdzie x_r oznacza udział rozmówców, x_b udział bohaterów a x_e udział ekspertów wśród ludzi polityki. Isr_r oznacza indeks statystycznej równości dla rozmówców, Isr_b dla bohaterów, a Isr_e dla ekspertów.

widoczna była również w odniesieniu do powierzchni całkowitej. We *Wprost* większa powierzchnia reklam przypadała na jednostkę z mężczyzną, w *Newsweeku* z kobietą, zaś w *Polityce* uzależniona była od kategorii przekazu: w wywiadach większą powierzchnię reklam odnotowano w rozmowach z mężczyznami, zaś w jednostkach z bohaterami – gdy pisano o kobietach.

W *Newsweeku* powierzchnia każdego typu była większa, gdy postacią była polityczka, niezależnie od tego, czy była ona rozmówczynią czy bohaterką. W *Polityce* każdy rodzaj powierzchni na jednostkę prasową był większy, gdy bohaterem był polityk niż polityczka (nie pojawił się żaden wywiad z polityczką, więc nie ma możliwości porównania). We *Wprost* natomiast zarówno w przekazach z rozmówcami, jak i bohaterami większą powierzchnię netto notowano dla polityczek, a większą powierzchnię reklam dla polityków. W odniesieniu do powierzchni całkowitej należy podkreślić, że wywiady z politykami były obszerniejsze, w przypadku bohaterów zaś jednostki z polityczkami miały większą powierzchnię całkowitą.

W odniesieniu do powierzchni na osobę okazuje się, że na jednego bohatera-mężczyznę we wszystkich tygodnikach przypadała większa powierzchnia każdego typu niż na bohaterkę-kobietę, a jedynym wyjątkiem okazała się powierzchnia reklam w *Polityce*, gdzie nieznacznie obszerniejsza była powierzchnia przypadająca na kobietę. W wywiadach we wszystkich tygodnikach większą powierzchnię netto odnotowano dla pań, jednak pozostałe powierzchnie były zróżnicowane w zależności od tytułu prasowego. Powierzchnia całkowita w *Newsweeku* oraz w *Polityce* była większa dla kobiet, zaś we *Wprost* większą objętość na osobę notowali mężczyźni. Powierzchnia reklam we *Wprost* i w *Polityce* była większa dla mężczyzn, w *Newsweeku* zaś dla kobiet. O ile zatem w odniesieniu do bohaterów widoczny jest uniwersalny trend, zgodnie z którym większe powierzchnie przypadają w udziale mężczyznom, o tyle w odniesieniu do wywiadów nie widać stałych zależności.

Powierzchnia przypadająca na człowieka polityki jest odmienna dla kobiet i mężczyzn. We *Wprost* i w *Newsweeku* polityczki-bohaterki notują większą powierzchnię całkowitą na osobę niż politycy, zaś wśród rozmówców to politykom przypada większa objętość całkowita w przeliczeniu na osobę. Jako bohaterki i rozmówczynie we *Wprost* oraz bohaterki w *Newsweeku* polityczki notują większą powierzchnię netto niż politycy, jednak jako rozmówczynie w *Newsweeku* – mniejszą od polityków. Polityczki jako bohaterki i rozmówczynie w *Newsweeku* oraz bohaterki we *Wprost* notują większą od mężczyzn powierzchnię reklam na osobę, jednak to politykom-rozmówcom we *Wprost* przypada większy odsetek reklam. W *Polityce* w każdej kategorii powierzchni politykom-bohaterom przypada

większa powierzenia niż polityczkom. Udział reklam w powierzchni całkowitej w większości pokrywa się z powyższymi ustaleniami.

Indeksy powierzchni wskazują na większe zróżnicowanie powierzchni przypadającej kobietom i mężczyznom z poszczególnych kategorii zawodowych w wywiadach niż w jednostkach z bohaterami, i jest to trend odnotowany we wszystkich tygodnikach. Uniwersalne wydaje się również większe zróżnicowanie powierzchni reklam niż pozostałych powierzchni. Za wyjątkiem wywiadów we *Wprost*, gdzie mniej zróżnicowana jest powierzchnia całkowita, w pozostałych przypadkach to powierzchnię netto cechuje najmniejsza nierówność w zależności od płci bohaterów z poszczególnych kategorii postaci.

Dla ludzi polityki w wywiadach odnotowano większe zróżnicowanie powierzchni przypadającej na osobę niż w jednostkach z bohaterami. Oprócz powierzchni przypadającej na bohatera związanego z polityką w *Newsweeku*, największa nierówność cechuje powierzchnię reklam, a powierzchnia netto jest bardziej równomiernie rozdysponowana niż powierzchnia całkowita (za wyjątkiem wywiadów w *Polityce*, gdzie wszystkie te wskaźniki są równe). Warto wspomnieć, że dysproporcje w przypadającej politykom i polityczkom powierzchni całkowitej oraz netto są niewielkie we *Wprost* i w jednostkach z bohaterami w *Newsweeku* (największa wartość indeksu nierówności pojawia się we *Wprost* 0,09059).

W każdym z tygodników wywiady najczęściej przeprowadzali mężczyźni, a ich udział wahał się od 58% w *Polityce* do 63% we *Wprost*. Różnica w liczbie przeprowadzonych przez kobiety wywiadów znacznie przewyższała 5-procentowy rozstrzał widoczny w przypadku mężczyzn: kobiety przeprowadziły 28% wywiadów we *Wprost*, 38% w *Newsweeku* oraz 41% w *Polityce*, a zatem dysproporcja sięga 13 punktów procentowych. Zaskakujące wyniki otrzymuje się, gdy uwzględnione zostaną wyłącznie wywiady z ludźmi związanymi z polityką. W takim ujęciu mężczyźni przeprowadzają 87% wywiadów we *Wprost*, 71% w *Newsweeku* oraz 21% w *Polityce*. Okazuje się, że kobiety stanowią niespełna 8% osób przeprowadzających wywiady we *Wprost*, 29% w *Newsweeku* oraz aż 71% w *Polityce*.

Takie rozbieżności nie występują w przypadku jednostek z bohaterami, których 66% – 67% autorów stanowią mężczyźni i 25%-29,5% kobiety. Ponadto w *Polityce* (o 2,6 pkt. proc.) oraz w *Newsweeku* (o 9,4 pkt. proc.) udział mężczyzn wzrasta z chwilą, gdy pod uwagę wzięte zostają jednostki z ludźmi polityki, natomiast udział kobiet spada o 2 do 8 punktów procentowych. Gdy bohaterami są ludzie polityki, we *Wprost* udział kobiet i mężczyzn wśród autorów spada na rzecz innych składów autorskich, jednak dysproporcja między nimi pozostaje względnie stała. Autorami jednostek z ekspertami również częściej byli mężczyźni niż kobiety, jednak różnice te sięgają od 8 do 13 pkt. proc.

W *Newsweeku* statystycznie dłuższe okazały się wywiady i jednostki z bohaterami autorstwa kobiet niż mężczyzn. We *Wprost* i w *Polityce* uśredniona powierzchnia wywiadu autorstwa mężczyzny okazała się większa niż powierzchnia wywiadu przeprowadzonego przez kobietę, natomiast przeciętny przekaz z bohaterem okazał się dłuższy, gdy jego autorem była kobieta. W każdym przypadku różnica między powierzchniami była większa w wywiadach.

W *Newsweeku* wywiady autorstwa dziennikarek były dłuższe (tak w przeliczeniu na jednostkę, jak i na osobę) niż wywiady dziennikarzy niezależnie od płci ludzi polityki, z którymi zostały przeprowadzone. Jednocześnie wywiady były dłuższe, gdy rozmówczyniami były polityczki niż politycy niezależnie od płci dziennikarza. We *Wprost* wywiady dziennikarzy były dłuższe gdy przeprowadzano je z politykami niż z polityczkami i jednocześnie obszerniejsze niż wywiady przeprowadzane z politykami przez dziennikarki (żadna dziennikarka nie przeprowadziła wywiadu z polityczką). W *Polityce* wywiady przeprowadzone z politykami (brak wywiadów z polityczkami) autorstwa kobiet i mężczyzn są objętościowo identyczne, jednak pod względem powierzchni netto wywiady dziennikarek okazały się dłuższe. W każdym przypadku wywiadam dziennikarzy towarzyszyło więcej reklam i miały one większy udział w powierzchni całkowitej niż w wywiadach autorstwa kobiet.

Porównanie powierzchni całkowitej oraz netto przypadającej na jednostkę z bohaterem w zależności od płci autorów wskazuje, że w *Polityce* i we *Wprost* dłuższe jednostki napisane zostały przez mężczyzn bez względu na płeć człowieka polityki będącego ich bohaterem. Zależność ta występuje również w *Newsweeku*, jednak wyłącznie w odniesieniu do polityczek; dłuższe jednostki traktujące o politykach wychodziły spod pióra kobiet. W niemal wszystkich tygodnikach w jednostkach z bohaterami autorstwa kobiet (oprócz jednostek o politykach w *Newsweeku*) reklamy stanowią większy odsetek powierzchni całkowitej niż w jednostkach autorstwa mężczyzn. We *Wprost* większą powierzchnię reklam polityczki i politycy jako bohaterowie otrzymują, gdy autorkami są panie, w *Newsweeku* zaś gdy panowie. W *Polityce* w jednostkach o polityczkach napisanych przez kobiety pojawiło się więcej reklam, niż gdy autorami byli mężczyźni, natomiast gdy bohaterem był polityk, w jednostkach autorstwa mężczyzn odnotowano większą powierzchnię reklam. We wszystkich tygodnikach jednostki autorstwa dziennikarek były dłuższe pod względem powierzchni całkowitej oraz netto gdy bohaterem był polityk, dziennikarze zaś w dwóch z trzech tygodników więcej miejsca poświęcali polityczkom, jedynie w *Polityce* obszerniejsze były jednostki o politykach.

Po przeliczeniu powierzchni całkowitej oraz netto na jednego bohatera okazało się, że we wszystkich tygodnikach w jednostkach autorstwa dziennikarzy na osobę przypadła

większa powierzchnia niezależnie od płci człowieka polityki. Nie ma jednakże uniwersalnych ustaleń odnośnie do tego o kim – o polityczce czy o polityku – dłuższe jednostki piszą dziennikarze obu płci. We *Wprost* zarówno teksty kobiet, jak i mężczyzn okazały się dłuższe, gdy dotyczyły polityczki, w *Polityce* gdy odnosiły się do polityka, natomiast w *Newsweeku* teksty dziennikarek były dłuższe, gdy dotyczyły polityków, zaś teksty dziennikarzy były dłuższe, gdy odnosiły się do polityczek. Większa powierzchnia reklam oraz ich udział w powierzchni całkowitej na osobę notowane zostały w jednostkach autorstwa kobiet we *Wprost* (za wyjątkiem powierzchni reklam przypadającej mężczyznom) oraz w *Polityce*, zaś w *Newsweeku* (oraz we *Wprost* w odniesieniu do powierzchni reklam) większe objętości oraz odsetki reklam notowano w jednostkach autorstwa mężczyzn.

Częstotliwość podejmowania poszczególnych tematów różniła się w zależności od tygodnika, jednak w każdym periodyku w rozmowach z kobietami znaczące były kwestie personalne i kulturowe, zaś w odniesieniu do mężczyzn polityczne, kulturowe oraz – w dwóch z trzech tygodników – społeczne. W jednostkach z bohaterkami we *Wprost* i w *Newsweeku* najczęściej podejmowano kwestie personalne (w *Polityce* poruszano je sporadycznie), wspólną dla trzech tygodników była również tematyka społeczna. Jednym z częściej poruszanych z kobietami tematów była także polityka (w kontekście której mężczyźni w każdym z tytułów prasowych pojawiali się najczęściej). Eksperci i ekspertki najczęściej występowali w tematach społecznych, jednak we *Wprost* istotne były także kultura i biznes.

Żadna ekspertka-polityczka nie wypowiedziała się w jednostce dotyczącej polityki. Wszyscy bohaterowie związani z polityką najczęściej wypowiadali się na tematy dotyczące pola ich działalności, jednak nie wykrystalizował się uniwersalny trend. Niemal identyczne odsetki działających w polityce bohaterów i bohaterek oraz jednostek prasowych z ich udziałem występowały w *Newsweeku*, częściej i z większą liczbą polityków niż polityczek podejmowano kwestie polityczne we *Wprost*, natomiast w *Polityce* to polityczki częściej niż politycy byli bohaterkami i pojawiły się w większej liczbie jednostek zogniskowanych wokół zagadnień politycznych. Również dla rozmówców nie ujawnił wspólny dla omawianych tygodników wzór. W *Polityce* nie pojawił się żaden wywiad z polityczkami, w *Newsweeku* wszystkie polityczki rozmawiały o polityce, a we *Wprost* żadna nie udzieliła wywiadu na ten temat. Politycy najczęściej omawiali zagadnienia polityczne w każdym analizowanym tygodniku.

Istotne są jeszcze dwie kwestie odnoszące się do tematyki: czy dziennikarze podejmowali odmienne tematy w zależności od ich płci oraz czy tematyka różnicowała powierzchnię jednostki (również z uwzględnieniem płci dziennikarza). Kwestie te zostaną

w niniejszej pracy jedynie zasygnalizowane i w założeniu mają zachęcać do podjęcia dalszych badań, ponieważ mogą mieć znaczenie dla przyznawanych politykom i policzkom powierzchni.

Jedynie w *Polityce* wywiady kobiet (17,54% tematów) częściej niż mężczyzn (13,58%) ogniskowały się wokół zagadnień politycznych (w obu przypadkach temat ten był dopiero trzecią pod względem liczebności kategorią), w pozostałych dwóch periodykach udział zagadnień politycznych w wywiadach przeprowadzanych przez kobiety nie przekraczał 9%, zaś w przypadku mężczyzn nie spadał poniżej 25,5% – wskazuje to na różnicę od 17 do 27 pkt. proc. W *Polityce* zagadnienia polityczne były trzecim najmniej obszernym tematem tak w wydaniu dziennikarzy, jak i dziennikarek, we *Wprost* objętość wywiadów skoncentrowanych na polityce zaliczyć można do przeciętnych, zaś w *Newsweeku* były one najobszerniejsze, gdy zostały napisane przez dziennikarki, zaś uplasowały się na 5. miejscu gdy autorem był dziennikarz. *Newsweek* był również jedynym tygodnikiem, w którym wywiady o tej tematyce prowadzone przez kobiety miały większą powierzchnię od wywiadów mężczyzn.

W *Polityce*, w jednostkach z bohaterami zagadnienia polityczne okazały się najczęściej podejmowanymi zarówno przez dziennikarki, jak i dziennikarzy, a udział tej tematyki był nieznacznie większy wśród przekazów o kobietach. Dziennikarze poświęcali temu zagadnieniu więcej miejsca niż dziennikarki, tematyka ta uplasowała się na 5. pod względem powierzchni miejscu w jednostkach autorstwa mężczyzn i ostatnim w przypadku kobiet. W *Newsweeku* polityka była najczęściej podejmowanym przez mężczyzn zagadnieniem i trzecim w przypadku kobiet (odpowiednio 31% i 16%). Jednocześnie jednostki poświęcone polityce autorstwa kobiet, choć plasujące się dopiero na 5. miejscu pod względem objętości wśród wszystkich jednostek napisanych przez kobiety, okazały się obszerniejsze niż jednostki autorstwa mężczyzn (2. lokata pod względem objętości wśród tematów poruszanych przez mężczyzn). We *Wprost* mężczyźni podejmowali zagadnienia polityczne częściej niż inne tematy, w przypadku kobiet była to druga w kolejności kwestia pod względem częstotliwości jej poruszania. Różnica w podejmowaniu tego tematu między dziennikarzami a dziennikarkami wyniosła jedynie 3 pkt. proc., jednak dla dziennikarzy była to trzecia, a dla dziennikarek czwarta objętościowo kategoria, panowie poświęcali jej także więcej miejsca niż panie.

We *Wprost* i w *Polityce* dziennikarze pisali dłuższe jednostki od dziennikarek (wyjątkiem były jedynie jednostki z bohaterami-politykami), natomiast w *Newsweeku* dłuższe jednostki wyszły spod pióra kobiet¹⁶⁴. Co więcej, w każdej możliwej do porównania tematyce okazuje się, że we *Wprost* i w *Polityce* jednostki napisane przez dziennikarki były dłuższe

¹⁶⁴ Jedynie w przypadku tematyki związanej z katastrofą w Smoleńsku w odniesieniu zarówno do rozmówców, jak i bohaterów związanych z polityką dłuższe jednostki wyszły spod pióra mężczyzn.

wtedy, gdy bohaterem był polityk a nie polityczka (brak danych porównawczych dla rozmówców), w *Newsweeku* natomiast jednostki autorstwa kobiet były dłuższe, gdy dotyczyły polityczek. Mężczyźni we *Wprost* więcej miejsca poświęcali jednostkom z polityczkami (jedynie tematyka personalna była obszerniejsza w odniesieniu do polityków, różnica wynosiła ponad półtorej strony względem jednostek z bohaterką-polityczką autorstwa mężczyzny), w *Newsweeku* w jedynym możliwym do porównania temacie – politycznym – dziennikarze obszerniejsze teksty pisali o polityczkach-rozmówczyniach, zaś w odniesieniu do bohaterów w tematach personalnym oraz społecznym obszerniejsze jednostki odnotowano dla polityczek, a w kontekście katastrofy w Smoleńsku oraz politycznym więcej miejsca dziennikarze poświęcili politykom. W *Polityce* porównanie możliwe było wyłącznie w odniesieniu do bohaterów, gdzie dłuższe jednostki napisane zostały przez dziennikarzy niezależnie od płci człowieka polityki. Dziennikarze obu płci więcej miejsca poświęcili politykom.

W odniesieniu do konkretnych postaci określonych z imienia i nazwiska widoczne jest, iż każda z pięciu polityczek, z którymi przeprowadzono rozmowy, udzieliła wywiadu wyłącznie jeden raz. W odniesieniu do polityków istotna wydaje się konkluzja, iż w żadnym z tygodników czołowi działacze polityczni nie udzielili więcej niż jednego wywiadu. Wśród polityków, którzy wypowiedzieli się więcej niż jeden raz, znaleźli się między innymi dwaj byli prezydenci oraz przewodniczący mniej znaczącej partii.

Bohaterami płci męskiej najczęściej byli premier, przedstawiciele poszczególnych partii politycznych oraz głowy zagranicznych państw. Kobiety zaś były zagranicznymi liderkami, działaczkami polskiej sceny politycznej, piastującymi wyższe stanowiska państwowe (marszałek, minister) i posłanka będąca żoną polityka, który zginął w katastrofie smoleńskiej.

4.4 Statystyka zdjęć

Spśród trzech analizowanych tygodników najwięcej zdjęć zamieszczono we *Wprost* oraz w *Polityce*, zaś dla *Newsweeka* odnotowano aż o tysiąc zdjęć mniej (czyli około 30% zdjęć opublikowanych w pozostałych periodykach; zob. tabela 15.). Najwięcej zdjęć autorów znalazło się we *Wprost* i było ich niemal dwukrotnie więcej niż w *Newsweeku*. Zdjęcia głównych bohaterów najczęściej pojawiały się we *Wprost*, zaś ich udział wśród wszystkich fotografii oscylował w okolicy 35,5% we *Wprost* i w *Newsweeku* oraz 21,5% w *Polityce*. Ludzie działający w polityce najczęściej pojawiali się na fotografiach zamieszczanych we *Wprost* (18,54%) i w *Polityce* (17,84%), najrzadziej zaś w *Newsweeku* (15,07%). Wynika z tego, że choć zdjęcia z głównymi bohaterami stanowiły w *Newsweeku* znaczny odsetek, porównywalny z *Wprost* i większy od *Polityki* o niemal 15 pkt. proc., tygodnik ten cechował także najmniejszy udział fotografii z ludźmi

polityki. W tygodniku *Polityka*, pomimo niewielkiego udziału zdjęć z głównymi bohaterami wśród ogółu fotografii, ludzie związani z polityką pojawiali się na większym odsetku zdjęć niż w innych tygodnikach.

Tabela 15. Liczba zdjęć w tygodnikach

Liczba zdjęć	<i>Wprost</i>	<i>Newsweek</i>	<i>Polityka</i>
Wszystkie	3597	2581	3469
Główni bohaterowie	1283	916	747
Autorzy	793	402	501
Ludzie polityki	667	389	619

Duże znaczenie miała także obecność partnerów życiowych osób związanych z polityką. Istotne jest zrozumienie praw rządzących procesem selekcji fotografii oraz zdefiniowanie roli, jaką w polskim kontekście politycznym odgrywają partnerzy ludzi polityki. Ponieważ współczesna polityka jest zmediatyzowana, relevantny okazuje się ich medialny wizerunek. Pojawia się również pytanie o to, czy partnerzy i małżonkowie chcą być fotografowani oraz czy polska kultura polityczna wymaga ich obecności, czy też nie. Z tego względu należy prowadzić analizy uwzględniające również partnerów politycznych działaczy, jednak głębsza analiza tego zagadnienia wykracza poza założenia powzięte w niniejszej pracy.

W takim ujęciu, uwzględniając zarówno działaczy politycznych, jak i ich partnerów, we *Wprost* wyodrębniono 686 zdjęć, w *Newsweeku* 409 zdjęć, a w *Polityce* 629 zdjęć, co łącznie daje 1 724 zdjęcia. Zdjęcia z ludźmi polityki stanowiły 98,41% zdjęć poddanych analizie w *Polityce*, we *Wprost* 97,23%, a w *Newsweeku* 95,11%.

4.4.1 Liczba zdjęć

Kobiety pojawiają się rzadziej od mężczyzn nie tylko w gronie głównych bohaterów jednostek prasowych (zob. rozdz. 4.2.), ale również i zdjęć, a rozkład ich udziału jest bardzo

podobny we wszystkich tygodnikach. Najmniej kobiet¹⁶⁵ pojawia się na fotografiach w *Polityce* (20,83% postaci), więcej we *Wprost* (27,26%), a najwięcej w *Newsweeku* (32,76%), natomiast udział mężczyzn jest podobny w *Polityce* oraz we *Wprost* (odpowiednio 90,62% oraz 90,09%) a nieco mniejszy w *Newsweeku* (84,84%). Podobnie rozkłada się liczba zdjęć z polityczkami, chociaż nigdy nie przekracza ona 20 pkt. proc.

Najczęściej zdjęcia polityczek zamieszczano w *Newsweeku* (19,32% wszystkich zdjęć), rzadziej we *Wprost* (14,87%) a najrzadziej w *Polityce* (12,88%). Udział polityków w żadnym z tygodników nie spadł poniżej 81% i wahał się od 81,66% w *Newsweeku* do 88,63% we *Wprost* i 89,51% w *Polityce*. Wśród bohaterów zdjęć płci męskiej osoby nietrudniące się polityką pojawiają się sporadycznie (politycy stanowią od 96% w *Newsweeku* do 99% mężczyzn w *Polityce*), natomiast niemal połowa kobiet uwiecznionych na wyselekcjonowanych fotografiach nie zajmowała się polityką (polityczki stanowiły od 55% we *Wprost* do 62% postaci żeńskich w *Polityce*). Dysproporcje te wyjaśnia obecność partnerów życiowych ludzi działających na gruncie polityki: o ile udział mężczyzn polityczek wśród ogółu panów wahał się od 0,32% we *Wprost* do 1,15% w *Newsweeku*, kobiety polityków stanowiły od 25,13% we *Wprost* do 28,24% kobiet w *Polityce*. Wskazuje to na duże znaczenie kobiet polityków w działalności ich partnerów oraz poślednią rolę mężczyzn polityczek, którzy swoim partnerkom niemalże nie towarzyszą. Dla zrozumienia specyfiki polskiej sceny politycznej należy podkreślić, że pojawiające się w tygodnikach kobiety polityków to przede wszystkim drugie połowy liderów zagranicznych. Ponieważ instytucja kobiety polityka (w tym również Pierwszej Damy) w Polsce nie jest szczególnie popularna, tym bardziej nie należy się dziwić medialnej niewidzialności mężczyzn polityczek.

Politycy znacznie częściej niż polityczki pełnią rolę indywidualnych, pierwszoplanowych bohaterów (takich, którym nie towarzyszą inne postacie). Tego typu zdjęcia polityków stanowiły od 60% w *Newsweeku*, 65% we *Wprost*, do 70% wszystkich zdjęć w *Polityce*. Jednocześnie zdjęcia polityczek jako indywidualnych, pierwszoplanowych bohaterek stanowiły od 7,14% we *Wprost* i 7,63% w *Polityce*, do 10,51% wszystkich zdjęć w *Newsweeku*. Zdjęcia, na których pojawili się zarówno politycy, jak i polityczki stanowiły od 3,02% w *Polityce* i 3,67% w *Newsweeku*, do 5,83% we *Wprost*. Fotografie z udziałem przynajmniej dwóch polityków stanowiły od 14% wszystkich zdjęć w *Newsweeku*, do 19% we *Wprost* i 21% w *Polityce*, podczas gdy udział zdjęć z przynajmniej dwoma polityczkami wahał się od 0,58% wszystkich zdjęć we *Wprost* i 0,64% w *Polityce*, do 2,20% w *Newsweeku*.

¹⁶⁵ Tabele prezentujące statystyki zdjęć postaci dla wszystkich jednostek łącznie bez podziału na płeć autorów znajdują się w Załączniku: 3.1.4.1. dla *Wprost*, 3.2.4.1. dla *Newsweeka* i 3.3.4.1. dla *Polityki*.

Statystyki zdjęć, niezależnie od typu jednostki, której towarzyszyły, nie ujawniły uniwersalnych tendencji po uwzględnieniu płci autorów¹⁶⁶. W *Polityce* zdjęcia zamieszczone w jednostkach autorstwa dziennikarzy częściej niż w jednostkach dziennikarek przedstawiały zarówno kobiety (1,16 razy częściej), jak i mężczyzn (1,01 razy częściej), przy czym różnica w odniesieniu do postaci żeńskich była bardziej znacząca i wynosiła 3,35 pkt. proc. Jednostkom autorstwa kobiet we *Wprost* częściej towarzyszyły zdjęcia pań (występowały 1,86 razy częściej niż w jednostkach autorstwa mężczyzn; różnica 16 pkt. proc.), natomiast w jednostkach autorstwa mężczyzn na zdjęciach częściej pojawiali się panowie (1,09 razy częściej niż w jednostkach autorstwa kobiet, różnica 7,35 pkt. proc.). W *Newsweeku* zaobserwowano dokładnie odwrotną tendencję: jednostkom napisanym przez dziennikarzy towarzyszyło więcej zdjęć kobiet niż przekazom napisanym przez dziennikarki (różnica 4,81 pkt. proc.; 1,16 razy częściej), zaś jednostkom autorstwa dziennikarek towarzyszyło więcej zdjęć mężczyzn (różnica 7,69 pkt. proc., 1,09 razy częściej).

W *Polityce* w jednostkach autorstwa dziennikarzy na nieznacznie większym odsetku zdjęć niż w jednostkach dziennikarek pojawiły się tak polityczki, jak i politycy (różnica 0,45-0,77 pkt. proc.). We *Wprost* więcej zdjęć polityczek towarzyszyło przekazom autorstwa dziennikarek (16,95%) niż dziennikarzy (9,82%; różnica 7,13 pkt. proc., 1,77 razy częściej), więcej zdjęć polityków natomiast zamieszczono w jednostkach autorstwa dziennikarzy (92,02%) niż dziennikarek (83,05%; różnica 8,97 pkt. proc., 1,11 razy częściej). W *Newsweeku* tendencja ta uległa odwróceniu: przekazom dziennikarek towarzyszyło więcej zdjęć polityków (87,32%) niż jednostkom dziennikarzy (80,35%; różnica 6,97 pkt. proc., 1,09 razy częściej), natomiast jednostkom autorstwa mężczyzn więcej zdjęć polityczek (21,05%) niż jednostkom autorstwa kobiet (9,86%, różnica 11,19 pkt. proc., 2,13 razy częściej).

We wszystkich tygodnikach uniwersalną tendencją okazał się zatem większy udział zdjęć z mężczyznami, politykami oraz kobietami polityków niż z kobietami, polityczkami oraz mężczyznami polityczek. Dane te sugerują, że przekazy medialne skoncentrowane są na mężczyznach raczej niż na kobietach oraz na politykach niż na polityczkach (kobiety polityków pojawiają się z racji ich powiązań z politykami). We wszystkich trzech tygodnikach również udział zdjęć polityków w roli indywidualnych bohaterów okazał się wielokrotnie większy (6-9 razy większy) niż udział indywidualnych zdjęć polityczek. Gdy pod uwagę wzięć płeć autorów, okazuje się, że w jednostkach dziennikarzy na zdjęciach częściej pojawiają się

¹⁶⁶ Tabele ze statystykami zdjęć postaci dla wszystkich jednostek łącznie zależnie od płci autorów znajdują się w Załączniku: 3.1.4.2. i 3.1.4.3. dla *Wprost*, 3.2.4.2. i 3.2.4.3. dla *Newsweeka* i 3.3.4.2. i 3.3.4.3. dla *Polityki*.

kobiety, polityczki oraz partnerzy ludzi polityki niezależnie od ich płci, natomiast pozostałe kategorie postaci portretowane są rzadziej, niż wynikałoby to ze średniej dla tygodnika zarówno w *Polityce*, jak i w *Newsweeku*. We *Wprost* natomiast (za wyjątkiem zdjęć mężczyzn polityczek, których liczba również przekracza średnią dla *Wprost*) obserwuje się tendencję odwrotną: dziennikarze piszący dla tego tygodnika częściej umieszczają zdjęcia mężczyzn oraz polityków, a rzadziej kobiet, polityczek oraz kobiet polityków.

W przypadku jednostek autorstwa dziennikarek nie obserwuje się stałego wzoru dla wszystkich tygodników, jak to ma miejsce w odniesieniu do tekstów autorstwa dziennikarzy. Co się tyczy udziału zdjęć kobiet i mężczyzn, polityczek i polityków oraz partnerów ludzi polityki we *Wprost*, w każdej z tych kategorii odsetek zdjęć z kobietami wśród wszystkich zdjęć plasuje się poniżej średniej dla tygodnika, zaś w odniesieniu do zdjęć mężczyzn przewyższa ją. W *Newsweeku* dla kobiet i mężczyzn oraz ludzi polityki tendencja jest odwrotna, zaś w odniesieniu do partnerów życiowych identyczna, jak we *Wprost*. W *Polityce* tendencja obserwowana w odniesieniu do ludzi polityki jest identyczna jak we *Wprost* i odwrotna względem *Newsweeka*. Ustalenia dotyczące partnerów życiowych przeczą wzorom dostrzeżonym w pozostałych tygodnikach, a gdy pod uwagę wziąć kobiety oraz mężczyzn, okazuje się, że dla obu grup liczba zdjęć plasuje się poniżej średniej dla tygodnika.

W każdym tygodniku udział zdjęć z politykami wśród zdjęć mężczyzn był zdecydowanie większy (96%-99%) niż udział zdjęć z polityczkami wśród zdjęć kobiet (55%-62%). Kobiety polityków pojawiły się na większym odsetku zdjęć kobiet (25%-28%) niż mężczyźni polityczek względem zdjęć mężczyzn (0,32%-1,15%), a zależność ta utrzymuje się niezależnie od płci autora. We *Wprost* udział zdjęć polityczek wśród wszystkich zdjęć kobiet oraz polityków i mężczyzn polityczek wśród wszystkich zdjęć mężczyzn był większy w jednostkach autorstwa dziennikarzy (średnia różnica wielkości 2,11 pkt. proc.), natomiast większy udział zdjęć z kobietami polityków względem wszystkich zdjęć kobiet odnotowano w jednostkach autorstwa dziennikarek (różnica 2,20 pkt. proc.). Identyczną tendencję zaobserwowano w *Newsweeku*, choć różnica udziału zdjęć polityczek była znacznie wyraźniejsza: w jednostkach autorstwa kobiet polityczki pojawiły się na 33,3%, zaś w jednostkach autorstwa mężczyzn na 61,22% fotografii kobiet. W *Polityce* trend był odwrotny: to w jednostkach autorstwa kobiet zdjęcia polityków (o 0,27 pkt. proc.) oraz mężczyzn polityczek (o 0,65 pkt. proc.) stanowiły większy odsetek zdjęć mężczyzn, a zdjęcia polityczek większy odsetek zdjęć kobiet (o 5,79 pkt. proc.) niż w jednostkach autorstwa mężczyzn, natomiast większy udział zdjęć kobiet polityków (o 8,84 pkt. proc.) wśród zdjęć kobiet odnotowano w przekazach autorstwa mężczyzn.

W jednostkach autorstwa kobiet odnotowano identyczną zależność we *Wprost* oraz w *Newsweeku*: udział zdjęć polityczek wśród wszystkich zdjęć kobiet oraz polityków i mężczyzn polityczek wśród zdjęć mężczyzn był mniejszy, natomiast udział zdjęć kobiet polityków wśród zdjęć kobiet większy od średniej dla tygodnika (tj. bez uwzględniania płci autorów). W *Polityce* zaobserwowano trend odwrotny: udział zdjęć kobiet polityków okazał się mniejszy, zaś udział zdjęć pozostałych kategorii postaci większy od średniej dla periodyku.

W jednostkach autorstwa mężczyzn identyczne zależności ujawniły się w *Polityce* i we *Wprost*, gdzie udział fotografii polityków i mężczyzn polityczek wśród ogółu zdjęć mężczyzn oraz fotografii kobiet polityków wśród zdjęć kobiety był większy, natomiast udział zdjęć polityczek wśród zdjęć kobiet mniejszy od średnich dla tych czasopism. W *Newsweeku* (za wyjątkiem udziału zdjęć z mężczyznami polityczek wśród zdjęć mężczyzn, który również uplasował się powyżej średniej) zależność okazała się odwrotna: udział zdjęć polityczek wśród zdjęć kobiet okazał się większy, natomiast udział zdjęć polityków wśród zdjęć mężczyzn oraz kobiet polityków wśród zdjęć kobiet okazały się mniejsze od średniej dla tego czasopisma.

W wywiadach¹⁶⁷ udział zdjęć kobiet wahał się od około 13% we *Wprost* i w *Polityce* do 26% w *Newsweeku*, natomiast udział zdjęć mężczyzn wynosił 87% w *Newsweeku*, 95% we *Wprost* i 97% w *Polityce*. W odniesieniu do ludzi polityki różnice były bardziej znaczące: wywiadom opublikowanym w *Polityce* nie towarzyszyły żadne fotografie polityczek, a ich udział w pozostałych tygodnikach wahał się od 8,51% we *Wprost* do 17,39% w *Newsweeku*, podczas gdy udział zdjęć polityków nie spadał poniżej 84%. Najmniejszy odsetek fotografii z politykami odnotowano w *Newsweeku*, gdzie stanowiły 84,78% zdjęć zamieszczonych w wywiadach, we *Wprost* ich udział sięgał 93,62%, a w *Polityce* 96,67%. Zdjęcia mężczyzn polityczek pojawiły się jedynie w wywiadach w *Newsweeku* (2,17%), natomiast zdjęcia kobiet polityków stanowiły od 2,17% w *Newsweeku* i 3,9% we *Wprost* do 10% w *Polityce*.

We wszystkich trzech tygodnikach udział zdjęć kobiet i polityczek wśród wszystkich zdjęć w wywiadach był mniejszy od średniego udziału w całym tygodniku, natomiast udział zdjęć mężczyzn i polityków wśród zdjęć towarzyszących wywiadom był od średniej większy. Okazało się również, że we *Wprost* i w *Polityce* zdjęcia kobiet polityków oraz mężczyzn polityczek pojawiają się w wywiadach rzadziej niż w tygodniku jako całości, a w *Newsweeku* powtórzyła się tendencja dotycząca kobiet, mężczyzn i ludzi polityki: zdjęć kobiet polityków było mniej, a zdjęć mężczyzn polityczek więcej, niż wynosiła średnia dla tygodnika.

¹⁶⁷ Tabele ze statystykami zdjęć postaci w wywiadach bez podziału na płeć autorów znajdują się w Załączniku: 3.1.4.4. dla *Wprost*, 3.2.4.4. dla *Newsweeka* i 3.3.4.4. dla *Polityki*.

Zdjęcia polityczek względem wszystkich zdjęć kobiet w wywiadach we *Wprost* oraz w *Newsweeku* stanowiły dokładnie taki sam odsetek: 66,67%, zaś udział zdjęć polityków względem zdjęć mężczyzn w wywiadach wahał się od 97,5% w *Newsweeku* do 98,88% we *Wprost*. W *Polityce* nie opublikowano żadnego zdjęcia polityczki, natomiast politycy pojawili się na każdej fotografii towarzyszącej wywiadam. Kobiety polityków były bohaterkami 75% fotografii kobiet w *Polityce*, 25% we *Wprost* i 8,33% w *Newsweeku*. Mężczyźni polityczek pojawili się w *Newsweeku* na 2,5% wszystkich zdjęć mężczyzn.

Udział zdjęć kobiet w wywiadach przeprowadzanych przez kobiety¹⁶⁸ był zróżnicowany i wahał się od 10,53% w *Polityce* i 22,22% we *Wprost*, aż do 41,67% w *Newsweeku*, podczas gdy udział zdjęć mężczyzn wynosił od 83,33% w *Newsweeku* i 88,89% we *Wprost*, do 100% w *Polityce* (nie zamieszczano żadnego zdjęcia polityczki). Kobiety działające w polityce pojawiły się natomiast na 11,11% fotografii we *Wprost* i 16,67% w *Newsweeku*. Politycy byli bohaterami 77,78% zdjęć w wywiadach dziennikarek we *Wprost*, 83,33% w *Newsweeku* oraz 100% w *Polityce*. W żadnym tygodniku w wywiadzie dziennikarki nie zamieszczono zdjęć mężczyzn polityczek, natomiast udział zdjęć kobiet polityków wahał się od 8,33% w *Newsweeku* do około 11% w *Polityce* i we *Wprost*.

Zdjęcia kobiet w wywiadach autorstwa mężczyzn stanowiły od 10% wszystkich zdjęć we *Wprost* do 20% w *Polityce* i 20,59% w *Newsweeku*, zdjęcia mężczyzn natomiast stanowiły od 88,24% zdjęć w *Newsweeku* i 90% w *Polityce* do 94,94% we *Wprost*. W *Polityce* wywiadam dziennikarzy nie towarzyszyło żadne zdjęcie polityczki, we *Wprost* stanowiły one 6,33%, a w *Newsweeku* 17,65% wszystkich zdjęć towarzyszących jednostkom autorstwa mężczyzn. Zdjęcia polityków stanowiły od 85,29% zdjęć w *Newsweeku* i 90% w *Polityce* do 94,94% zdjęć we *Wprost*. Zdjęcia kobiet polityków nie pojawiły się w wywiadach mężczyzn w *Newsweeku*, we *Wprost* stanowiły 2,53% a w *Polityce* 10% wszystkich zdjęć. W *Polityce* oraz we *Wprost* wywiadam dziennikarzy nie towarzyszyły zdjęcia mężczyzn polityczek, które w *Newsweeku* stanowiły 2,94% wszystkich zdjęć zamieszczanych w wywiadach autorstwa dziennikarzy.

Warto podkreślić, że w wywiadach autorstwa mężczyzn we *Wprost* i kobiet w *Newsweeku* oraz niezależnie od płci autora w *Polityce* odsetek udziału zdjęć mężczyzn i polityków był identyczny (podobnie jak liczebność zdjęć), co wskazuje na to, iż na każdym zdjęciu z mężczyzną znalazł się przynajmniej jeden polityk. W żadnym z tygodników nie pojawiła się podobna zależność w odniesieniu do polityczek, które stanowiły od 62% w *Polityce*, 59% w *Newsweeku* do 54,5% wszystkich zdjęć kobiet we *Wprost*.

¹⁶⁸ Tabele ze statystykami zdjęć postaci w wywiadach zależnie od płci autorów znajdują się w Załączniku: 3.1.4.5. i 3.1.4.6. dla *Wprost*, 3.2.4.5. i 3.2.4.6. dla *Newsweeka* i 3.3.4.5. i 3.3.4.6. dla *Polityki*.

Gdy fotografie towarzyszyły przekazom napisanym przez kobiety (bez rozróżniania typów przekazów¹⁶⁹), udział zdjęć polityczek wahał się od 64% w *Polityce*, 49% we *Wprost* do 33% udziału wśród wszystkich zdjęć kobiet w *Newsweeku*, zaś w przekazach autorstwa mężczyzn od 61% w *Newsweeku*, 58% w *Polityce* do 52,5% we *Wprost*. Wynika z tego, że bez uwzględnia typów przekazów jedynie w *Polityce* udział zdjęć polityczek względem wszystkich fotografii kobiet jest większy, gdy autorką jest kobieta; w pozostałych przypadkach zdjęcia polityczek stanowią większy odsetek zdjęć kobiet w jednostkach autorstwa dziennikarzy. Warto wspomnieć dla porównania, że zdjęcia polityków w każdym tygodniku, niezależnie od płci autora, stanowiły od 95% do 99% wszystkich zdjęć mężczyzn.

W *Polityce* polityczki nie pojawiają się na żadnej fotografii, zaś politycy na wszystkich zdjęciach z mężczyznami w wywiadach. We *Wprost* udział zdjęć polityczek (i kobiet polityków) wśród zdjęć kobiet w wywiadach prowadzonych przez dziennikarki stanowi dokładnie 50%, podczas gdy w *Newsweeku* polityczki pojawiają się na 40% fotografii z kobietami, a kobiety polityków na 20% fotografii z kobietami. We *Wprost* w wywiadach prowadzonych przez dziennikarzy polityczki występują na 62,5% zdjęć, a kobiety polityków na 25%, podczas gdy w *Newsweeku* zdjęcia z polityczkami stanowią 85,71% zdjęć z kobietami, natomiast zdjęcia z kobietami polityków nie pojawiają się wcale. W tych dwóch tygodnikach widoczna jest zatem znacząca zależność: to w jednostkach autorstwa dziennikarzy zdjęcia polityczek stanowią większy odsetek zdjęć kobiet niż w wywiadach autorstwa dziennikarek, przy czym w *Newsweeku* różnica ta jest wyraźniejsza (niemal 46 pkt. proc.) niż we *Wprost* (2,5 pkt. proc.). Zależności te nie pojawiają się w *Polityce*, w której udział zdjęć polityków i polityczek wśród fotografii z mężczyznami i kobietami jest identyczny niezależnie od płci dziennikarza z racji braku fotografii polityczek. Wydaje się jednak, że zdjęcia kobiet polityków częściej towarzyszą wywiadam przeprowadzanym przez dziennikarki niż przez dziennikarzy i jest to trend obserwowany we wszystkich trzech analizowanych tygodnikach.

Podział autorów wywiadów według płci ujawnia dodatkowe wzory: we wszystkich tygodnikach udział zdjęć kobiet wśród wszystkich zdjęć w wywiadach dziennikarzy był mniejszy niż procent zdjęć kobiet we wszystkich typach przekazów autorstwa mężczyzn w danym tygodniku łącznie. Choć tendencja ta widoczna jest w *Polityce* w odniesieniu do fotografii mężczyzn, we *Wprost* oraz w *Newsweeku* wywiadam autorstwa dziennikarzy towarzyszyło więcej zdjęć mężczyzn niż w jednostkach autorstwa dziennikarzy w ogóle. W trzech analizowanych tygodnikach widać również trend dla ludzi polityki: w każdym

¹⁶⁹ Tabele prezentujące statystyki zdjęć postaci zależnie od płci autorów wszystkich jednostek łącznie znajdują się w Załączniku: 3.1.4.2. i 3.1.4.3. dla *Wprost*, 3.2.4.2. i 3.2.4.3. dla *Newsweeka* i 3.3.4.2. i 3.3.4.3. dla *Polityki*.

przypadku w wywiadach autorstwa mężczyzn znajduje się więcej zdjęć polityków i mniej zdjęć polityczek niż we wszystkich jednostkach autorstwa mężczyzn w danym tygodniku. W odniesieniu do zdjęć partnerów życiowych nie widać stałego trendu: we *Wprost* niezależnie od płci autora udział zdjęć tej kategorii postaci w wywiadach był mniejszy niż we wszystkich przekazach autorstwa mężczyzn, w *Newsweeku* udział zdjęć kobiet polityków plasował się poniżej, a zdjęć mężczyzn polityczek powyżej udziału zdjęć we wszystkich przekazach autorstwa mężczyzn, natomiast w *Polityce* odnotowano odwrotną tendencję niż w *Newsweeku*.

W wywiadach autorstwa dziennikarek w *Polityce* i we *Wprost* odnotowano mniejszy, natomiast w *Newsweeku* większy udział zdjęć kobiet niż wynikałoby to ze statystyk dla wszystkich jednostek autorstwa kobiet w danym tygodniku. Odwrotna tendencja ujawniła się w odniesieniu do mężczyzn: w *Polityce* oraz we *Wprost* w wywiadach prowadzonych przez kobiety udział zdjęć mężczyzn przekraczał ich udział we wszystkich jednostkach autorstwa kobiet, natomiast w *Newsweeku* plasował się poniżej wartości odnotowanej dla wszystkich przekazów autorstwa dziennikarek. W odniesieniu do zdjęć ludzi polityki w wywiadach autorstwa kobiet we *Wprost* odnotowano mniejszy udział zdjęć polityczek i polityków niż we wszystkich przekazach autorstwa kobiet; w *Newsweeku* udział zdjęć polityczek w wywiadach przekraczał, a udział zdjęć polityków plasował się poniżej udziału zdjęć z tymi postaciami wśród fotografii we wszystkich jednostkach autorstwa kobiet, zaś w *Polityce* – odwrotnie niż w *Newsweeku* – plasował się poniżej udziału we wszystkich jednostkach autorstwa kobiet dla polityczek i powyżej dla polityków. W *Polityce* oraz we *Wprost* udział zdjęć kobiet polityków w wywiadach przekraczał ich udział wśród wszystkich jednostek autorstwa dziennikarek, natomiast w *Newsweeku* plasował się poniżej tej wartości. Nie odnotowano zdjęć mężczyzn polityczek we *Wprost* ani w *Newsweeku*, podobnie jak w żadnej jednostce autorstwa dziennikarek, w *Polityce* natomiast udział zdjęć tej kategorii postaci w wywiadach był mniejszy od udziału we wszystkich przekazach autorstwa dziennikarek.

Przyjmując za punkt odniesienia liczbę wszystkich zdjęć w wywiadach we wszystkich trzech tygodnikach okaże się, iż nie pojawiają się wyraźne zależności pomiędzy płcią autorów a liczbą umieszczanych zdjęć poszczególnych kategorii bohaterów. We *Wprost* oraz w *Newsweeku* w wywiadach autorstwa dziennikarek zdjęcia kobiet oraz polityczek pojawiają się częściej, natomiast zdjęcia mężczyzn rzadziej niż we wszystkich wywiadach łącznie. W *Polityce* pojawia się odwrotna tendencja. W odniesieniu do ludzi polityki okazuje się, że w *Newsweeku* udział zdjęć polityczek i polityków w wywiadach autorstwa kobiet jest mniejszy niż w wywiadach w ogóle, we *Wprost* zdjęcia polityczek pojawiają się częściej, a polityków zdecydowanie rzadziej od średniej dla wywiadów, natomiast w *Polityce* udział zdjęć polityków

w wywiadach dziennikarek jest większy niż ich udział w wywiadach w ogóle (nie pojawiają się żadne zdjęcia z polityczkami). Uwzględniając partnerów życiowych widać, że we wszystkich tygodnikach w wywiadach prowadzonych przez dziennikarki udział zdjęć z kobietami polityki przekracza ich udział wśród wszystkich zdjęć towarzyszących wywiadam, natomiast udział zdjęć z mężczyznami polityki pozostaje bez zmian (*Polityka* i *Wprost*) lub spada (*Newsweek*).

W wywiadach prowadzonych przez dziennikarzy we *Wprost* oraz w *Newsweeku* udział zdjęć z kobietami plasuje się poniżej, a udział zdjęć z mężczyznami powyżej przeciętnej wartości dla wywiadów w obu tygodnikach, w *Polityce* zależność ta ulega odwróceniu. W *Newsweeku* oraz we *Wprost* odsetek zdjęć polityków w wywiadach autorstwa mężczyzn przekracza średnią dla wszystkich wywiadów, natomiast w *Polityce* tendencja jest odwrotna. Udział zdjęć polityczek w wywiadach dziennikarzy jest zróżnicowany we wszystkich trzech tygodnikach: w *Newsweeku* przekracza średnią dla wywiadów, we *Wprost* plasuje się poniżej jej poziomu, a w *Polityce* okazuje się być równy udziałowi zdjęć tej kategorii postaci w wywiadach w ogóle. Kobiety polityków pojawiają się rzadziej w wywiadach prowadzonych przez mężczyzn niż w wywiadach w ogólności we *Wprost* oraz w *Newsweeku*, zaś ich udział w *Polityce* odpowiada średniej dla wywiadów w tym tygodniku. W wywiadach autorstwa dziennikarzy mężczyźni polityczek pojawiają się na zdjęciach częściej niż we wszystkich wywiadach w *Newsweeku*, zaś równie często we *Wprost* i w *Polityce*.

Zdjęcia kobiet stanowiły od 22,84% w *Polityce*, 28,75% we *Wprost* do 34,42% wszystkich zdjęć zamieszczonych w artykułach¹⁷⁰ w *Newsweeku*, podczas gdy zdjęcia mężczyzn stanowiły od 85% w *Newsweeku*, 89% w *Polityce* do 90% wszystkich fotografii we *Wprost*. Polityczki pojawiły się na 14% zdjęć towarzyszących artykułom w *Polityce*, 14,5% we *Wprost* i 19,5% w *Newsweeku*, podczas gdy politycy byli bohaterami 81% zdjęć w *Newsweeku*, 88% w *Polityce* i 89% we *Wprost*. Kobiety polityków ukazano na 10,7% zdjęć w artykułach w *Newsweeku*, 8,25% we *Wprost* i 6,85% w *Polityce*. Udział zdjęć z mężczyznami polityczek wahał się od 0,5% we *Wprost* i 0,97% w *Newsweeku* do 1,27% w *Polityce*.

We wszystkich tygodnikach udział zdjęć kobiet w artykułach przekraczał udział fotografii kobiet wśród wszystkich zdjęć w danym tygodniku, natomiast udział zdjęć mężczyzn w *Polityce* oraz we *Wprost* był mniejszy od udziału zdjęć mężczyzn wśród ogółu fotografii (choć różnice były niewielkie), jedynie w *Newsweeku* przekraczał on średnią. W *Polityce* oraz w *Newsweeku* udział zdjęć polityczek wśród zdjęć towarzyszących artykułom przekraczał

¹⁷⁰ Tabele prezentujące statystyki zdjęć postaci we wszystkich artykułach łącznie bez podziału na płeć autorów znajdują się w Załączniku: 3.1.4.7. dla *Wprost*, 3.2.4.7. dla *Newsweeka* i 3.3.4.7. dla *Polityki*.

udział fotografii tej kategorii postaci wśród wszystkich zdjęć w tygodnikach, natomiast udział zdjęć polityków plasował się poniżej wartości odnotowanej dla tygodnika (we *Wprost* zależność okazała się odwrotna). We wszystkich tygodnikach udział zdjęć kobiet polityków wśród ogółu zdjęć zamieszczonych w artykułach był większy od ich udziału we wszystkich zdjęciach w tygodniku. Zależność ta pojawiła się również w odniesieniu do udziału zdjęć mężczyzn polityczek we *Wprost* oraz w *Polityce*, natomiast w *Newsweeku* udział zdjęć tej grupy wśród zdjęć w artykułach plasował się poniżej poziomu odnotowanego dla tygodnika.

We wszystkich trzech tygodnikach udział zdjęć kobiet i polityczek okazał się mniejszy w wywiadach, a większy w artykułach, podczas gdy dla mężczyzn i polityków odnotowano zależność odwrotną: w wywiadach pojawiali się oni na zdjęciach częściej niż w artykułach. Nie odnotowano stałej tendencji dla partnerów ludzi związanych z polityką: w *Newsweeku* jest ona identyczna jak w przypadku pozostałych kategorii postaci, w *Polityce* odwrotna, a we *Wprost* niezależnie od płci pojawiają się na większym odsetku zdjęć w artykułach niż w wywiadach.

Udział zdjęć polityczek wśród wszystkich zdjęć kobiet w artykułach waha się od 50,43% we *Wprost* i 56,60% w *Newsweeku* do 61,11% w *Polityce*, podczas gdy udział zdjęć polityków wśród wszystkich zdjęć mężczyzn w artykułach kształtuje się na poziomie od 95,42% w *Newsweeku* do niespełna 99% w *Polityce* i we *Wprost*. Zdjęcia kobiet polityków stanowią w badanych tygodnikach od 29% do 31% wszystkich zdjęć kobiet, a zdjęcia mężczyzn polityczek od 0,6% do 1,43% wszystkich zdjęć mężczyzn w artykułach.

W artykułach napisanych przez dziennikarki¹⁷¹, kobiety pojawiają się na 22,33% zdjęć w *Polityce* i 27,12% w *Newsweeku* oraz 35,19% we *Wprost*, podczas gdy udział mężczyzn waha się od 86,11% we *Wprost* i 87,38% w *Polityce* do 93,22% w *Newsweeku*. Udział zdjęć z polityczkami wśród wszystkich zdjęć w artykułach autorstwa dziennikarek wynosi od 8,47% w *Newsweeku* do 15,53% w *Polityce* i 16,67% we *Wprost*, natomiast udział zdjęć z politykami plasuje się na poziomie od 84,26% we *Wprost* i 86,41% w *Polityce* do 88,14% w *Newsweeku*. Udział zdjęć z kobietami polityków w artykułach autorstwa kobiet wynosi od 3,88% w *Polityce*, 11,11% we *Wprost* do 15,25% w *Newsweeku*, podczas gdy zdjęcia mężczyzn polityczek pojawiają się wyłącznie w *Polityce* (1,94% zdjęć w artykułach napisanych przez kobiety).

W *Polityce* oraz we *Wprost* udział zdjęć kobiet w artykułach napisanych przez dziennikarki plasuje się powyżej udziału zdjęć kobiet wśród wszystkich zdjęć towarzyszących jednostkom autorstwa kobiet w danym tygodniku, natomiast w *Newsweeku* udział ten jest mniejszy niż wartość dla tygodnika. Udział zdjęć mężczyzn w artykułach autorstwa kobiet

¹⁷¹ Tabele prezentujące statystyki zdjęć postaci w artykułach zależnie od płci autorów znajdują się w Załączniku: 3.1.4.8. i 3.1.4.9. dla *Wprost*, 3.2.4.8. i 3.2.4.9. dla *Newsweeka* i 3.3.4.9. i 3.3.4.9. dla *Polityki*.

w *Newsweeku* i we *Wprost* okazał się większy, a w *Polityce* mniejszy niż średni udział w całym tygodniku. We *Wprost* oraz w *Newsweeku* udział zdjęć polityczek w artykułach autorstwa dziennikarek plasuje się poniżej (w *Newsweeku* różnica wynosi 11 pkt. proc.), zaś udział zdjęć polityków powyżej wartości odnotowanych dla wszystkich jednostek napisanych przez kobiety w poszczególnych tygodnikach, natomiast w *Polityce* zależność ta okazała się odwrotna. Również w odniesieniu do partnerów życiowych we *Wprost* oraz w *Newsweeku* udział zdjęć kobiet polityków w artykułach autorstwa dziennikarek plasował się powyżej wartości dla ogółu przekazów napisanych przez kobiety, natomiast udział zdjęć mężczyzn polityczek był zerowy i zbieżny z wartością odnotowaną we wszystkich przekazach autorstwa kobiet. W *Polityce* natomiast pojawiła się odwrotna zależność w odniesieniu do kobiet polityków, których udział okazał się mniejszy, zaś udział mężczyzn polityczek okazał się większy od udziału wśród wszystkich zdjęć opublikowanych we wszystkich przekazach napisanych przez dziennikarki.

Nie ujawniły się stałe wzory opisujące zależności pomiędzy udziałem zdjęć w artykułach napisanych przez dziennikarki a udziałem zdjęć we wszystkich artykułach w danym tygodniku, jednak za każdym razem w dwóch tygodnikach pojawiała się taka sama zależność, zaś w trzecim odwrotna. Okazało się, iż w artykułach napisanych przez dziennikarki, opublikowanych w *Newsweeku* oraz w *Polityce*, odsetek udziału zdjęć kobiet plasował się poniżej odsetka ich udziału we wszystkich artykułach bez uwzględniania kryterium płci, natomiast we *Wprost* plasował się powyżej wartości dla tego tygodnika. W odniesieniu do zdjęć mężczyzn w *Polityce* oraz we *Wprost* ich procent okazał się mniejszy niż we wszystkich artykułach zawartych w tych tygodnikach, natomiast w *Newsweeku* opublikowano ich więcej niż przeciętnie. Zdjęć polityczek w artykułach napisanych przez kobiety było więcej niż wskazywałyby na to ich udział we wszystkich artykułach w *Polityce* oraz we *Wprost*, zaś mniej w *Newsweeku*, natomiast dla polityków większy udział niż przeciętny odnotowano we *Wprost* i w *Newsweeku*, mniejszy zaś w *Polityce*. W odniesieniu do partnerów ludzi polityki okazało się, że w *Newsweeku* i we *Wprost* częściej niż przeciętnie publikowano zdjęcia kobiet polityków, a rzadziej mężczyzn polityczek, w *Polityce* zaś zależność okazała się odwrotna.

Wśród wszystkich zdjęć kobiet zamieszczonych w artykułach autorstwa dziennikarek, zdjęcia polityczek największy odsetek stanowiły w *Polityce* (69,57%), mniejszy we *Wprost* (47,37%), a najmniejszy w *Newsweeku* (31,25%). Udział zdjęć polityków wśród zdjęć mężczyzn w artykułach autorstwa kobiet jest względnie podobny i waha się od 94,55% w *Newsweeku*, 97,85% we *Wprost* do 98,89% w *Polityce*. Mężczyźni polityczek pojawiają się jedynie w *Polityce* (2,22% zdjęć mężczyzn), natomiast kobiety polityków są bohaterkami 17,39% zdjęć kobiet w *Polityce*, 31,58% we *Wprost* i 56,25% w *Newsweeku*. W artykułach

autorstwa dziennikarek polityczki pojawiają się na największym, a kobiety polityków na najmniejszym odsetku zdjęć w *Polityce*, a odwrotny trend obserwuje się w *Newsweeku*. W *Polityce* pojawia się największy odsetek zdjęć z politykami i mężczyznami polityczek.

We *Wprost* oraz w *Newsweeku* udział zdjęć polityczek wśród zdjęć kobiet w artykułach napisanych przez dziennikarki plasuje się poniżej, zaś w *Polityce* powyżej wartości przeciętnej dla wszystkich przekazów autorstwa kobiet w danym tygodniku (bez rozróżniania ich typów). W odniesieniu do zdjęć polityków okazuje się, że w artykułach w *Polityce* oraz w *Newsweeku* ich odsetek wśród wszystkich zdjęć mężczyzn jest mniejszy, natomiast we *Wprost* większy niż ich udział we wszystkich przekazach autorstwa kobiet. We *Wprost* oraz w *Polityce* udział zdjęć kobiet polityków wśród wszystkich zdjęć kobiet zamieszczonych w artykułach napisanych przez dziennikarki jest mniejszy od ich udziału we wszystkich przekazach autorstwa pań, natomiast w *Newsweeku* obserwuje się odwrotną zależność. Udział zdjęć mężczyzn polityczek w *Newsweeku* i we *Wprost* pozostaje bez zmian, a dziennikarki w *Polityce* zamieszczają więcej zdjęć mężczyzn polityczek w artykułach, niż we wszystkich przekazach ich autorstwa.

Porównując udział zdjęć poszczególnych kategorii postaci wśród wszystkich zdjęć z przedstawicielami danej płci zawartymi w artykułach autorstwa dziennikarek z odsetkami dla wszystkich artykułów bez uwzględniania płci autorów okazuje się, że we *Wprost* oraz w *Newsweeku* pojawia się podobna tendencja: udział zdjęć ludzi polityki oraz mężczyzn polityczek plasuje się poniżej, udział zdjęć kobiet polityków zaś powyżej wartości dla wszystkich artykułów, natomiast w *Polityce* zależności są odwrotne.

W artykułach napisanych przez mężczyzn zdjęcia kobiet stanowią od 22,22% we *Wprost* i 24,19% w *Polityce* do 36,10% w *Newsweeku*, natomiast udział zdjęć mężczyzn waha się od 83,40% w *Newsweeku* i 89,52% w *Polityce* do 92,89% we *Wprost*. Polityczki są bohaterkami 10,67% zdjęć we *Wprost*, 13,71% zdjęć w *Polityce* i 21,99% zdjęć w *Newsweeku*, politycy zaś najrzadziej występują na zdjęciach w *Newsweeku* (79,67%), nieco częściej w *Polityce* (88,31%), a najczęściej we *Wprost* (91,56%). Udział partnerów jest bardzo zbliżony we wszystkich trzech tygodnikach i waha się od 7,11% we *Wprost* i 8,47% w *Polityce* do 9,96% w *Newsweeku* w przypadku kobiet polityki oraz od 0,89% we *Wprost* do 1,21% w *Polityce* i 1,24% w *Newsweeku* dla mężczyzn polityczek. Spośród omawianych tygodników we *Wprost* najczęściej pojawiają się mężczyźni i politycy, a najrzadziej kobiety i polityczki, w *Newsweeku* zaś tendencja okazuje się odwrotna.

W artykułach autorstwa dziennikarzy ujawniają się również dość podobne zależności w odniesieniu do udziału zdjęć poszczególnych kategorii postaci względem zdjęć towarzyszących wszystkim przekazom napisanym przez mężczyzn, niezależnie od ich rodzaju.

We wszystkich trzech tygodnikach udział zdjęć kobiet przekracza, a mężczyzn plasuje się poniżej udziału względem ogółu przekazów autorstwa dziennikarzy. We *Wprost* i w *Newsweeku* tendencja ta pojawia się również w odniesieniu do polityczek oraz polityków, podczas gdy w *Polityce* udział zdjęć obu tych kategorii postaci plasuje się poniżej udziału we wszystkich przekazach autorstwa mężczyzn. W *Polityce* i we *Wprost* udział zdjęć partnerów osób działających w polityce niezależnie od płci w artykułach dziennikarzy jest większy niż udział ich zdjęć we wszystkich jednostkach autorstwa mężczyzn w danym tygodniku, natomiast w *Newsweeku* utrzymuje się zaobserwowany wcześniej trend: zdjęcia kobiet polityków pojawiają się częściej, a mężczyzn polityczek rzadziej niż wskazują na to statystyki dla wszystkich jednostek autorstwa mężczyzn.

W artykułach autorstwa dziennikarzy we *Wprost* udział zdjęć kobiet oraz polityczek plasuje się poniżej udziału zdjęć tych postaci we wszystkich artykułach bez rozróżniania płci autorów, natomiast udział zdjęć mężczyzn i polityków przekracza go. W *Newsweeku* obserwuje się odwrotną tendencję: zdjęcia kobiet i polityczek pojawiają się częściej, mężczyzn i polityków zaś rzadziej w artykułach autorstwa dziennikarzy niż we wszystkich artykułach tygodnika łącznie. W *Polityce* zdjęcia kobiet, mężczyzn i polityków pojawiają się częściej, a polityczek rzadziej w artykułach autorstwa mężczyzn niż wynika to ze statystyk dla wszystkich artykułów w tym periodyku. W odniesieniu do partnerów ludzi polityki we *Wprost* i w *Newsweeku* widoczna jest identyczna tendencja: w obu przypadkach zdjęcia kobiet polityków pojawiają się rzadziej, a mężczyzn polityczek częściej w artykułach autorstwa dziennikarzy niż we wszystkich artykułach w tygodniku. W *Polityce* natomiast zależność okazuje się odwrotna.

Udział zdjęć każdej kategorii postaci wśród wszystkich zdjęć w artykułach okazuje się zróżnicowany zależnie od płci. W *Polityce* dziennikarze zamieszczają więcej zdjęć kobiet i mężczyzn, polityków i kobiet polityków, natomiast dziennikarki polityczek i mężczyzn polityczek. We *Wprost* jednostkom autorstwa dziennikarek częściej towarzyszą zdjęcia kobiet, polityczek i kobiet polityków niż jednostkom dziennikarzy, którzy z kolei częściej uatrakcyjnają swoje przekazy zdjęciami mężczyzn, polityków i mężczyzn polityczek. W *Newsweeku* dziennikarki częściej niż dziennikarze publikują zdjęcia mężczyzn, polityków oraz kobiet polityków, zaś dziennikarze częściej zamieszczają zdjęcia kobiet, polityczek (różnica 13,5 pkt. proc.) i mężczyzn polityczek. Widać zatem brak uniwersalnego wzoru, lecz więcej zdjęć z daną kategorią postaci zamieszcza autor tej samej płci w 2 z 3 tygodników.

Zdjęcia polityczek w artykułach autorstwa dziennikarzy stanowią od 48% we *Wprost*, 56,67% w *Polityce* do 60,92% zdjęć kobiet w *Newsweeku*, podczas gdy zdjęcia polityków stanowią od 95,52% w *Newsweeku* do 98,56% we *Wprost* i 98,65% zdjęć mężczyzn w *Polityce*.

Zdjęcia kobiet polityków stanowią od 27,59% zdjęć kobiet w *Newsweeku* do 32% we *Wprost* i 35% w *Polityce*, natomiast zdjęcia mężczyzn polityczek stanowią od 0,96% we *Wprost* do 1,35% w *Polityce* i 1,49% zdjęć mężczyzn w *Newsweeku*.

We wszystkich trzech tygodnikach udział zdjęć polityczek i polityków wśród zdjęć danej płci stanowił mniejszy odsetek w artykułach autorstwa dziennikarzy niż we wszystkich jednostkach napisanych przez mężczyzn, natomiast udział zdjęć z partnerami ludzi polityki niezależnie od płci we *Wprost* i w *Polityce* oraz kobiet polityków w *Newsweeku* przekraczał udział zdjęć tych kategorii postaci wśród wszystkich zdjęć danej płci dla wszystkich jednostek autorstwa dziennikarzy. Jedynie w *Newsweeku* zdjęcia mężczyzn polityczek pojawiały się rzadziej niż we wszystkich przekazach napisanych przez mężczyzn.

W *Newsweeku* udział zdjęć zarówno ludzi polityki obu płci, jak i mężczyzn polityczek wśród fotografii z postaciami danej płci przekraczał udział zdjęć tych kategorii we wszystkich artykułach niezależnie od płci autora, natomiast udział zdjęć kobiet polityków okazał się mniejszy. W *Polityce* zaobserwowano dokładnie odwrotną tendencję, a we *Wprost* udział zdjęć ludzi polityki wśród zdjęć danej płci był mniejszy, a ich partnerów większy, niż udział zdjęć z tymi kategoriami postaci wśród wszystkich artykułów w tym tygodniku.

Porównując udziały zdjęć w artykułach i w wywiadach okazuje się, że we wszystkich trzech tygodnikach dla kobiet i mężczyzn oraz polityków i polityczek ujawnia się identyczna tendencja: większy odsetek zdjęć przedstawielek płci żeńskiej pojawia się w artykułach, zaś większy odsetek zdjęć przedstawicieli płci męskiej w wywiadach. W odniesieniu do partnerów ludzi polityki okazuje się, że w *Polityce* większy odsetek zdjęć kobiet polityków umieszczono w wywiadach, a mężczyzn polityczek w artykułach. W *Newsweeku* zaobserwowano odwrotną zależność, zaś we *Wprost* większy udział zdjęć partnerów obu płci odnotowano w artykułach.

Jeśli wprowadzić płeć autora jako zmienną, okaże się, że we wszystkich tygodnikach zależności zaobserwowane dla dziennikarzy są identyczne, jak te opisane w odniesieniu do wywiadów i artykułów w ogólności. W przypadku dziennikarek zależności są bardziej skomplikowane: w *Polityce* obserwuje się identyczne zależności dla dziennikarzy i dziennikarek, co oznacza, że również kobiety piszące dla tego tygodnika umieszczają większy odsetek zdjęć kobiet, polityczek i mężczyzn polityki w artykułach, natomiast mężczyzn, polityków i kobiet polityki w wywiadach. We *Wprost* w odniesieniu do udziału zdjęć kobiet i mężczyzn obserwuje się identyczną tendencję niezależnie od płci autora: zdjęcia kobiet są częstsze w artykułach, zaś mężczyzn w wywiadach, lecz pozostałe zależności są zróżnicowane: zdjęcia polityków i polityczek częściej pojawiają się w artykułach niż w wywiadach, a odsetki zdjęć z partnerami ludzi polityki pozostają niezmiennione.

W *Newsweeku* w odniesieniu do kobiet i mężczyzn oraz ludzi polityki notuje się odwrotną tendencję w jednostkach autorstwa kobiet i mężczyzn: dziennikarki więcej zdjęć kobiet i polityczek zamieszczają w wywiadach, zaś więcej zdjęć mężczyzn i polityków w artykułach. Zgodnie z trendem dla całego tygodnika oraz dla jednostek autorstwa dziennikarzy w *Newsweeku*, również dziennikarki więcej zdjęć kobiet polityki zamieszczają w artykułach, jednak inaczej niż to miało miejsce w odniesieniu wszystkich jednostek w tygodniku oraz tych napisanych przez dziennikarzy, odsetek zdjęć mężczyzn polityczek w wywiadach i artykułach autorstwa dziennikarek pozostaje bez zmian.

W *Polityce* w artykułach większy odsetek zdjęć niż w wywiadach pojawia się w odniesieniu do polityczek oraz mężczyzn polityczek, zaś mniejszy w odniesieniu do polityków i kobiet polityków. Zależność ta utrzymuje się nawet po uwzględnieniu zmiennej, jaką jest płeć autora i widoczna jest zarówno w odniesieniu do przekazów autorstwa dziennikarek, jak i dziennikarzy. We *Wprost* w przypadku wszystkich wywiadów i artykułów bez uwzględniania płci autorów oraz w odniesieniu do tych napisanych przez mężczyzn obserwuje się identyczną zależność: zdjęcia polityczek i polityków stanowią mniejszy odsetek wszystkich zdjęć danej płci w artykułach niż w wywiadach, natomiast zdjęcia kobiet polityków i mężczyzn polityczek w artykułach pojawiają się częściej. Gdy autorką jest kobieta okazuje się, że zależność dla polityczek jest taka sama: ich zdjęcia stanowią większy odsetek zdjęć kobiet w wywiadach, natomiast w odniesieniu do pozostałych kategorii nie ma zgodności. Gdy autorkami we *Wprost* są dziennikarki, okazuje się, że fotografie polityków większy odsetek zdjęć mężczyzn stanowią w artykułach, natomiast kobiet polityków w wywiadach; w odniesieniu do mężczyzn polityczek nie notuje się żadnej różnicy pomiędzy wywiadami oraz artykułami. W *Newsweeku* zarówno w odniesieniu do wszystkich zdjęć, jak również po wprowadzeniu płci autora jako zmiennej okazuje się, że utrzymuje się niemal identyczna tendencja niezależnie od tego, czy autor jest kobietą czy mężczyzną. Większy udział zdjęć ludzi polityki obu płci oraz mężczyzn polityki pojawia się w wywiadach niż w artykułach, natomiast większy odsetek zdjęć kobiet polityki wśród zdjęć kobiet występuje w artykułach. W jednostkach autorstwa dziennikarek występuje jednak jedna różnica: nie notuje się zmian w odniesieniu do udziału zdjęć mężczyzn polityczek w artykułach oraz w wywiadach, które w obu przypadkach nie pojawiają się wcale.

Jak widać w tabeli 3.1. w Załączniku, w każdym tygodniku rozbieżności pomiędzy udziałem zdjęć określonej kategorii postaci w wywiadach i artykułach oraz ich udziałem wśród wszystkich fotografii zamieszczonych w periodyku są znacznie większe dla wywiadów niż dla artykułów. O ile w artykułach we wszystkich czasopismach pojawiające się rozbieżności

w żadnym przypadku nie przekraczają 2,02 pkt. proc., o tyle w odniesieniu do wywiadów sporadycznie spadają poniżej 2 punktów, sięgając nawet 14,5 pkt. proc. Widać zatem, że w artykułach udział zdjęć analizowanych kategorii postaci zarówno względem wszystkich zdjęć w tygodniku, jak i wśród zdjęć z postaciami danej płci jest bardziej zbliżony do udziału odnotowanego dla wszystkich fotografii niezależnie od typu przekazu niż w wywiadach.

Druga istotna konkluzja wypływająca z analizy rozbieżności wskazuje na to, iż generalnie to dla zdjęć z udziałem bohaterek płci żeńskiej notuje się większe rozbieżności niż dla zdjęć z udziałem mężczyzn, jednak zależność ta jest uniwersalna dla trzech tygodników jedynie w odniesieniu do kobiet i mężczyzn oraz partnerów ludzi polityki. W przypadku polityczek i polityków również we *Wprost* większe różnice notuje się dla pań niż dla panów, jednak w *Newsweeku* zależności te ulegają odwróceniu: większy dystans procentowy dzieli polityków niż polityczki. W *Polityce* w wywiadach większe różnice notowane są dla polityczek a w artykułach – dla polityków. W tym przypadku większa różnica w przypadku polityczek wynika ze znacznie mniejszego odsetka zdjęć w wywiadach niż dla wszystkich jednostek łącznie, podczas gdy w artykułach było ich nieco więcej niż wynikałoby ze statystyki zbiorczej.

Jeśli przeanalizować różnice w udziale zdjęć z postaciami z poszczególnych kategorii względem wszystkich zdjęć z postaciami tej samej płci w artykułach i wywiadach oraz wśród wszystkich zdjęć w tygodniku, okazałoby się, że dostrzeżone powyżej zależności odnaleźć można również w tym przypadku. Za wyjątkiem różnicy odnotowanej we *Wprost* dla kobiet polityków, która okazuje się większa w artykułach, we wszystkich kategoriach postaci w trzech analizowanych tygodnikach większe różnice występują w wywiadach niż w artykułach. Co więcej, są one we wszystkich tygodnikach większe dla polityczek niż polityków i kobiet polityków niż mężczyzn polityczek (za wyjątkiem zdjęć z *Wprost*). Różnice we *Wprost* i w *Newsweeku* wydają się względnie podobne, a największe nierówności można dostrzec w *Polityce*, gdzie różnica udziału zdjęć polityków i mężczyzn polityczek wśród wszystkich zdjęć mężczyzn nie przekracza pomiędzy wywiadem a statystyką dla całego tygodnika 1,25 pkt. proc., natomiast dla kobiet waha się od 47% dla kobiet polityków do 62% dla polityczek.

Gdy do analizy wprowadzi się płeć autora jako zmienną, okaże się, że w jednostkach autorstwa dziennikarek w *Polityce* również bardziej zróżnicowane są wywiady niż artykuły niezależnie od tego, czy uwzględni się jako punkt odniesienia wszystkie zdjęcia w danym typie jednostki, czy też tylko te, na których pojawiają się bohaterowie tej samej płci. W *Newsweeku* również obserwujemy tę zależność, z tą jednak różnicą, że udział zdjęć mężczyzn polityczek jest zerowy. We *Wprost* analizując udział zdjęć wśród wszystkich fotografii w danym typie jednostki widać, że utrzymują się powyższe ustalenia dla fotografii kobiet i mężczyzn oraz

polityczek i polityków, natomiast nie notuje się zmian pomiędzy wywiadami i artykułami w odniesieniu do partnerów ludzi polityki, dla których w obu typach jednostek pojawia się taki sam odsetek fotografii. Udział zdjęć danej kategorii postaci wśród wszystkich zdjęć danej płci wskazuje, że rozbieżności między artykułami i wywiadami w tym tygodniku są większe dla polityków i kobiet polityków w wywiadach, zaś dla polityczek w artykułach.

Za wyjątkiem zdjęć polityków w artykułach napisanych przez dziennikarki we *Wprost*, dla których notuje się większe różnice, w analizowanych tygodnikach udział zdjęć ludzi polityki oraz ich partnerów wśród wszystkich zdjęć w danym typie jednostki względem wszystkich fotografii w tygodniku jest bardziej zróżnicowany dla przedstawicielek płci żeńskiej niż męskiej. W odniesieniu do zdjęć kobiet i mężczyzn identyczne zależności widoczne są we *Wprost* oraz w *Newsweeku*, zaś odwrotne w *Polityce*. We wszystkich artykułach autorstwa kobiet, niezależnie od tytułu prasowego, większe różnice w udziale zdjęć danej kategorii postaci wśród ogółu zdjęć danej płci notuje się dla polityczek niż dla polityków i kobiet polityków niż dla mężczyzn polityczek. W wywiadach we wszystkich tygodnikach pojawiają się identyczne zależności, za wyjątkiem *Wprost*, gdzie większe różnice notuje się dla polityków niż polityczek.

W jednostkach autorstwa mężczyzn we *Wprost* oraz w *Newsweeku* w każdej kategorii postaci większe różnice w udziale zdjęć pomiędzy typem przekazu a wszystkimi zdjęciami w tygodniku notuje się w wywiadach niż w artykułach. Zależność ta pojawia się także w *Polityce*, choć wyjątek stanowią zdjęcia mężczyzn, których udział jest bardziej zróżnicowany względem udziału wszystkich zdjęć w tygodniku w artykułach niż w wywiadach. We wszystkich trzech tygodnikach również udział zdjęć danej kategorii postaci wśród wszystkich zdjęć z postaciami danej płci w danym typie jednostki oraz wśród wszystkich zdjęć w ogóle w tym tytule prasowym jest bardziej zróżnicowany w wywiadach.

Gdy autorami są mężczyźni, we *Wprost* większe różnice pomiędzy odsetkiem udziału wśród wszystkich zdjęć w tygodniku a odsetkami udziału w artykułach i wywiadach notuje się dla zdjęć z postaciami żeńskimi. W *Newsweeku*, za wyjątkiem zdjęć polityków w wywiadach, których udział jest bardziej zróżnicowany niż udział zdjęć polityczek, obserwuje się tę samą tendencję. Jest ona widoczna także w *Polityce*, z tą różnicą, że w artykułach udział zdjęć mężczyzn i polityków jest bardziej zróżnicowany niż kobiet i polityczek. W odniesieniu do udziału zdjęć poszczególnych kategorii postaci wśród zdjęć danej płci w artykułach i wywiadach oraz w tygodniku jako całości notuje się uniwersalną zależność: w każdym przypadku udział zdjęć postaci żeńskich jest bardziej zróżnicowany niż udział postaci męskich.

W większości przypadków większe różnice notuje się w jednostkach autorstwa kobiet niż mężczyzn. We *Wprost* w odniesieniu do sumy wszystkich zdjęć we wszystkich kategoriach postaci wywiady były bardziej zróżnicowane, gdy autorkami były kobiety, podobnie jak w *Polityce* (choć w wywiadach mężczyzn bardziej zróżnicowany okazał się udział zdjęć polityczek). W *Newsweeku* jedynie zdjęcia mężczyzn i polityczek zamieszczone w wywiadach były bardziej zróżnicowane, gdy wywiady prowadzone były przez kobiety niż mężczyzn. W artykułach w *Polityce* dla wszystkich kategorii postaci większe różnice odnotowano w jednostkach autorstwa kobiet, a w *Newsweeku* tendencja była zbliżona (jedynie zdjęcia mężczyzn polityczek okazały się bardziej zróżnicowane w artykułach autorstwa mężczyzn). We *Wprost* jednak to w jednostkach dziennikarzy wystąpiły większe różnice, a jedynie zdjęcia mężczyzn i polityków były bardziej zróżnicowane w jednostkach napisanych przez kobiety.

Na koniec warto podkreślić, że istotne różnice odnotowano dla udziału fotografii względem sumy zdjęć danej płci, które również były zdecydowanie większe w wywiadach (największe różnice wystąpiły w *Polityce*, a najmniejsze we *Wprost*). O ile w wywiadach we *Wprost* różnica udziału zdjęć względem płci w jednostkach autorstwa dziennikarek wynosiła 1,22%, a w jednostkach autorstwa dziennikarzy wzrosła do 10,04%, to mężczyźni jednak słabiej różnicowali udział zdjęć kobiet polityków (4,51%) niż kobiety (18,29%). W *Newsweeku* udział zdjęć polityczek był bardziej równy w jednostkach autorstwa kobiet (6,67%) niż mężczyzn (24,49%), zaś w *Polityce* kobiety silniej od mężczyzn różnicowały zdjęcia polityczek (odpowiednio 64% i 58,21%) oraz kobiet polityki (76% i 17,16%).

4.4.2 Powierzchnia zdjęć

Nie ujawniły się stałe trendy również w odniesieniu do powierzchni zdjęć¹⁷². Objętość fotografii we *Wprost* i w *Polityce* była większa, gdy wśród bohaterów była kobieta, natomiast w *Newsweeku* – gdy pojawił się mężczyzna. Średnia powierzchnia zdjęcia z polityczką była większa niż powierzchnia zdjęcia z politykiem we *Wprost*, mniejsza w *Newsweeku*, zaś idealnie równa w *Polityce*, gdzie odnotowano także jedyny przypadek, w którym zdjęcie z mężczyzną polityczki było obszerniejsze niż z kobietą polityka (w pozostałych dwóch tygodnikach miały one mniejszą powierzchnię). Nie pojawiły się stałe zależności między płcią dziennikarzy a powierzchnią zdjęć kobiet i mężczyzn, ludzi polityki i ich partnerów. We *Wprost* większe zdjęcia w jednostkach autorstwa kobiet odnotowano dla kobiet i polityków, w *Newsweeku* dla kobiet i polityczek, a w *Polityce* dla mężczyzn i polityczek (w żadnej jednostce autorstwa

¹⁷² Porównanie na podstawie tabel przedstawionych w rozdziałach 3.1.4., 3.2.4. i 3.3.4. w Załączniku.

kobiety nie pojawiło się zdjęcie mężczyzny polityczki). Towarzyszące przekazom dziennikarzy fotografie obszerniejsze były we *Wprost* gdy przedstawiały kobiety, polityczki i kobiety polityków, w *Newsweeku* gdy ukazywały mężczyzn, polityków oraz kobiety polityków, a w *Polityce* w odniesieniu do kobiet, polityków i mężczyzn polityczek. Zdjęcia ludzi polityki przeciętnie miały bardziej zbliżoną powierzchnię gdy autorkami jednostek były kobiety.

W wywiadach w *Newsweeku* powierzchnia zdjęć kobiet i polityczek była większa niż powierzchnia zdjęć mężczyzn i polityków, przy czym różnica w odniesieniu do płci wynosiła 1,0 stronę, a dla działaczy politycznych 0,039 strony. We *Wprost* zdjęcia towarzyszące wywiadom były większe dla mężczyzn oraz polityków, a różnica ta była bardziej znacząca, gdy postać opisywała wyłącznie płć. W *Polityce* nie można porównać powierzchni dla ludzi polityki, jednak mężczyźni uzyskiwali niemal dwukrotnie większą powierzchnię niż kobiety.

We *Wprost* zdjęcia były większe niezależnie od płci dziennikarza gdy pojawiał się na nich mężczyzna, co jest zgodne z ogólnymi ustaleniami, jednakże fotografie w jednostkach autorstwa kobiet miały większą powierzchnię, gdy pojawił się na nich polityk, zaś w jednostkach autorstwa mężczyzn – gdy polityczka. W *Newsweeku* w jednostkach autorstwa dziennikarek większą powierzchnię uzyskiwały zdjęcia z kobietami i polityczkami, zaś w jednostkach autorstwa dziennikarzy – z mężczyznami i politykami. W *Polityce* niezależnie od płci autora większe okazały się zdjęcia mężczyzn.

We *Wprost* zdjęcia pojawiające się w artykułach w każdym przypadku okazały się obszerniejsze dla przedstawicielek płci żeńskiej, a trend ten utrzymał się w jednostkach autorstwa mężczyzn oraz kobiet (za wyjątkiem zdjęć z politykami w artykułach autorstwa kobiet). W artykułach w *Newsweeku*, przeciwnie do wywiadów z tego tygodnika, większą powierzchnię uzyskiwali mężczyźni (za wyjątkiem kategorii partnerów, w której dominowały kobiety). Trend ten, podobnie jak we *Wprost*, wystąpił również w jednostkach autorstwa mężczyzn, zaś w przypadku artykułów autorstwa kobiet to polityczki, a nie politycy uzyskali większą powierzchnię fotografii. W *Polityce* ogółem większą powierzchnię zdjęć w artykułach odnotowano dla kobiet, polityczek oraz mężczyzn polityczek, a za wyjątkiem tej ostatniej kategorii, która nie pojawiła się na fotografiach towarzyszących artykułom pisanym przez kobiety, trend ten utrzymał się w jednostkach autorstwa dziennikarek. W jednostkach autorstwa dziennikarzy większą objętość miały zdjęcia kobiet, polityków oraz mężczyzn polityczek. Należy podkreślić, że różnice objętości są większe w wywiadach niż w artykułach.

Nie wykrystalizował się uniwersalny trend dla dziennikarek i dziennikarzy tak w odniesieniu do właściwości przekazów, jak i zamieszczanych zdjęć. Choć obserwuje się pewne analogie, nie pozwalają one na wyciąganie generalnych wniosków dotyczących wpływu

płci dziennikarza na statystyczne właściwości, jak np. powierzchnia. Wynika z tego bardzo istotny fakt, iż należy zachować szczególną ostrożność podczas wyciągania wniosków z pojedynczych badań, wskazujących iż zależności mają określony wektor, a co za tym idzie – siłę oraz kierunek. Niniejsza analiza wskazuje, że płeć nie dostarcza klarownych wyjaśnień, lecz staje się impulsem do kolejnych pytań o okoliczności, w których może mieć znaczenie.

We *Wprost* na jednym zdjęciu pojawia się przeciętnie więcej postaci, gdy wśród nich jest kobieta, polityczka oraz mężczyzna polityczki, a prawidłowość ta utrzymuje się zarówno w wywiadach, jak i w artykułach. Gdy autorkami są kobiety, różnica w liczbie postaci jest mniejsza niż gdy autorami są mężczyźni, jednak o ile autorzy-mężczyźni wpisują się w ten ogólny trend niezależnie od typu jednostki prasowej, na zdjęciach autorstwa kobiet w całym tygodniku oraz w artykułach pojawia się większa liczba postaci w przypadku polityków niż polityczek. W *Newsweeku* jako całości oraz w artykułach zdjęcia z kobietami zawierają większą liczbę postaci, a prawidłowość ta utrzymuje się niezależnie od płci dziennikarza. W wywiadach natomiast więcej osób na fotografii pojawia się, gdy znajdują się na nich kobiety i politycy, przy czym zdjęcia towarzyszące wywiadam prowadzonym przez kobiety liczą więcej osób gdy są na nich mężczyźni i politycy, zaś w wywiadach autorstwa mężczyzn większą liczbę bohaterów notuje się dla kobiet i polityczek. W *Polityce* generalnie to kobietom i polityczkom towarzyszy na zdjęciach więcej osób. W odniesieniu do partnerów okazuje się, że w ogólności oraz w artykułach (w wywiadach nie ma ich wcale) większe zagęszczenie postaci cechuje zdjęcia z udziałem mężczyzn polityczek (nie pojawiają się one w żadnej jednostce autorstwa kobiety, a w przekazach autorstwa mężczyzn więcej osób towarzyszy kobietom polityków). Generalnie kobietom towarzyszy więcej postaci niż mężczyznom.

Powierzchnia całkowita zdjęcia jak widać nie pozwala wnioskować o dysproporcjach. Wspomniana już liczba postaci wskazuje, że kobiety rzadziej są jedynymi obiektami na fotografiach, a częściej towarzyszą im dodatkowe osoby. Prowadzi to do konkluzji, że w rzeczywistości powierzchnia zajmowana przez poszczególne osoby może okazać się skrajnie różna dla polityków i polityczek. Zupełnie inny wydźwięk ma bowiem fotografia, na której bohater jest jedyną lub jedną z dwóch albo trzech postaci, a zupełnie inną, gdy jest jedną z kilku lub kilkunastu. Dobrym predykatem znaczenia okazuje się powierzchnia na osobę.

We *Wprost* średnia powierzchnia zdjęcia przypadająca na polityczkę wynosiła 0,315 strony, podczas gdy na polityka przypadało 0,405 strony. Trend ten utrzymuje się zarówno w wywiadach, jak i w artykułach, przy czym w wywiadach różnica jest większa. Rozpatrując statystyki dla wszystkich zdjęć zamieszczonych we *Wprost* okaże się, że w jednostkach autorstwa mężczyzn zarówno politykom, jak i polityczkom przypada większa powierzchnia

zdjęcia na osobę niż w fotografiach dołączanych do przekazów pisanych przez kobiety. O ile jednak na zdjęciach zamieszczanych przez dziennikarzy to polityczkom przypada większa powierzchnia, o tyle w jednostkach autorstwa kobiet zależność ta ulega odwróceniu: w wywiadach autorstwa kobiet większa powierzchnia na osobę przypada przeciętnie politykowi i jest ona ponad dwukrotnie większa od powierzchni odnotowanej dla polityczki. Powierzchnie notowane w wywiadach prowadzonych przez mężczyzn były bardziej równomiernie przydzielone, jednak nieco obszerniejsze okazały się przeciętne zdjęcia polityczek. W artykułach pojawiła się zależność odnotowana dla wszystkich zdjęć: politykom przypada nieco większa powierzchnia na osobę niezależnie od płci dziennikarza.

W *Newsweeku* większą powierzchnię na osobę uzyskiwali politycy, a trend ten był widoczny również w artykułach i okazał się niezależny od płci dziennikarzy, choć objętości notowane dla polityczek i polityków były zbliżone. W wywiadach średnia różnica na korzyść polityków okazała się niewielka (0,022 strony), lecz przybrała na sile w zależności od płci dziennikarza: w wywiadach prowadzonych przez mężczyzn politycy uzyskiwali większe powierzchnie zdjęć niż kobiety (różnica niemal 0,1 strony), natomiast w jednostkach autorstwa kobiet to polityczkom przypadała większa objętość na osobę (różnica niemal 0,2 strony).

Najmniejsze różnice powierzchni na osobę dla polityków i polityczek odnotowano w *Polityce*. Choć politycy otrzymywali średnio większą powierzchnię na osobę, przeciętna różnica była najmniejsza (0,04 strony, podczas gdy we *Wprost* było to 0,09 strony a w *Newsweeku* 0,21 strony). Chociaż brak porównania dla wywiadów, w artykułach potwierdziła się generalna tendencja, zgodnie z którą politykom przypadała większa powierzchnia na osobę niezależnie od płci autora.

4.4.3 Umiejscowienie zdjęć

Strona, na której pojawia się zdjęcie zależy od umiejscowienia jednostki prasowej w tygodniku, a większość zdjęć opublikowano w jednostkach z głównymi bohaterami z kręgu polityki, zatem w bloku tematycznym skupionym na polityce. Z tego względu bardziej konkluzyjne wydaje się rozważenie położenia względem początku artykułu, niż rzeczywistego jego umiejscowienia według numeru strony.

We *Wprost* zdjęcia z mężczyznami i politykami pojawiały się wcześniej niż zdjęcia z kobietami i polityczkami, choć różnica była niewielka, a większą dysproporcję (na korzyść kobiet) zaobserwowano dla partnerów ludzi polityki¹⁷³. Indywidualne zdjęcia polityków

¹⁷³ Porównanie na podstawie tabel przedstawionych w rozdziałach 3.1.4., 3.2.4. i 3.3.4. w Załączniku.

umiejscowione były przeciętnie bliżej (1,7 str.) niż zdjęcia dwuosobowe: polityków i polityczek (1,7 str.) oraz fotografie indywidualne polityczek (1,9 str.). W jednostkach autorstwa kobiet zdjęcia z mężczyznami i politykami pojawiały się wcześniej (1,8 str.) niż zdjęcia z kobietami i polityczkami (2,1 str.). W jednostkach autorstwa dziennikarzy to zdjęcia kobiet pojawiały się wcześniej (1,7 str.) niż mężczyzn (1,9 str.). W wywiadach zdjęcia polityków znajdowały się przeciętnie wcześniej (2,4 str.) niż polityczek (2,9 str.). Płeć różnicowała wyniki i okazało się, że zdjęcia polityków w wywiadach prowadzonych przez dziennikarki znalazły się wcześniej (2,6 str.) niż polityczek (3 str.), natomiast w przypadku wywiadów prowadzonych przez mężczyzn to fotografie polityczek umieszczono bliżej (2 str.) niż zdjęcia polityków (2,4 str.). W artykułach wcześniej publikowano zdjęcia mężczyzn i polityków (1,8 str.) niż kobiet (1,9 str.) i polityczek (2 str.), choć kobiety polityków (1,9 str.) ukazywano wcześniej niż mężczyzn polityczek (2 str.). Dziennikarki bliżej umieszczały zdjęcia mężczyzn i polityków (1,7 str.) niż kobiet i polityczek (2,1 str.), a dziennikarze kobiet (1,7 str.) i polityczek (1,8 str.) niż mężczyzn i polityków (1,9 str.).

W *Newsweeku* to przeważnie zdjęcia mężczyzn (także polityków) pojawiały się na wcześniejszych stronach (1,8 str.) niż zdjęcia kobiet (2,3 str.) i polityczek (2,6 str.), choć w grupie partnerów to kobiety uzyskały przewagę (1,8 str.) nad mężczyznami (2 str.). Zaobserwowano także prawidłowość, zgodnie z którą na najwcześniejszych stronach pojawiają się zdjęcia samych polityków, dalej wyłącznie polityków i polityczek (1,8 str.), a najdalej samych polityczek (2,9 str.). W jednostkach autorstwa dziennikarzy widoczna była zależność odnotowana dla wszystkich zdjęć (fotografie kobiet pojawiały się na 2,2 str., polityczek na 2,5 str., kobiet polityków na 1,7 str., a mężczyzn na 1,7 str.), natomiast w jednostkach autorstwa dziennikarek zdjęcia polityczek i mężczyzn (1,7 str.) umieszczono wcześniej niż zdjęcia polityków i kobiet (1,8 str.). W wywiadach zdjęcia mężczyzn przeciętnie umiejscowione były bliżej (1,8 str.) niż zdjęcia kobiet (2,1 str.) i polityczek (2 str.), a trend ten widoczny był również w wywiadach autorstwa dziennikarzy (1,8 str. dla mężczyzn i polityków, 2,3 str. dla polityczek i 2,4 str. dla kobiet). Dziennikarki natomiast bliżej umieszczały fotografie polityczek (1,5 str.) i kobiet (1,8 str.) niż mężczyzn i polityków (1,9 str.). W artykułach wystąpił podobny trend jak w statystyce ogólnej. Zdjęcia mężczyzn i polityków pojawiały się na 1,7 stronie, a kobiet i polityczek odpowiednio na 2,2 i 2,5 stronie. W przypadku partnerów ludzi polityki natomiast okazało się, że zdjęcia kobiet polityków pojawiają się wcześniej (1,7 str.) niż zdjęcia mężczyzn polityczek (2,3 str.). W artykułach zarówno dziennikarze, jak i dziennikarki bliżej umieszczaowali mężczyzn i polityków (1,7 str.) niż kobiet i polityczek (w jednostkach dziennikarek na 1,8 str., zaś w jednostkach dziennikarzy kobiety na 2,2,

a polityczki na 2,5 str.); możliwość porównania położenia zdjęć partnerów pojawiła się tylko w artykułach autorstwa dziennikarzy i tam wcześniej publikowano zdjęcia kobiet polityków.

W *Polityce* zdjęcia mężczyzn i polityków (2,2 str.) pojawiały się statystycznie wcześniej niż zdjęcia kobiet (2,5 str.) i polityczek (2,6 str.), a prawidłowość tę zaobserwowano również w jednostkach autorstwa dziennikarzy (mężczyźni i politycy na 1,8 str., kobiety i polityczki na 2 str.). Dziennikarki wcześniej umiejscawiały natomiast zdjęcia polityczek (1,6 str.) i kobiet (1,8 str.) niż mężczyzn i polityków (1,8 str.). W wywiadach to zdjęcia mężczyzn¹⁷⁴ pojawiały się wcześniej (2 str.) niż kobiet (2,75 str.), przy czym dziennikarze bliżej umiejscawiali zdjęcia kobiet (różnica 0,056 str.), a dziennikarki mężczyzn (różnica 1,68 str.). O ile w przypadku zdjęć zamieszczanych w wywiadach prowadzonych przez mężczyzn różnica powierzchni na osobę okazała się nieznaczna, o tyle w wywiadach prowadzonych przez dziennikarki zdjęcie, na którym była kobieta pojawiało się przeciętnie na 4 stronie, zdjęcie z mężczyzną zaś na 2,3 stronie. W artykułach różnica umiejscowienia była minimalna i w każdej grupie przechylała się na korzyść mężczyzn. Również w odniesieniu do artykułów dziennikarze umiejscawiali zdjęcia mężczyzn i polityków (1,9 str.) wcześniej niż kobiet (2 str.) i polityczek (2,2 str.; zdjęcia polityczek zamieszczano dalej, niż zdjęcia kobiet polityków – 1,9 str.), a dziennikarki zdjęcia kobiet i polityczek (1,6 str.) wcześniej niż mężczyzn i polityków (1,7 str.).

Z powyższych ustaleń wynika, że również w odniesieniu do umiejscowienia fotografii nie dostrzeżono żadnych uniwersalnych prawidłowości. Należałoby raczej doszukiwać się ich w ramach poszczególnych tygodników niż postrzegać jako trend wyższego rzędu, obejmujący więcej niż jeden tytuł prasowy. Po raz kolejny wskazuje to na potrzebę poszukiwania innych niż płeć zmiennych, które wyjaśniłyby dysproporcje, wśród których ze szczególną uwagą należałoby się przyjrzeć przekonaniom dziennikarzy i kulturze panującej w redakcji.

4.4.4 Powierzchnia zdjęć w jednostkach z ludźmi polityki jako głównymi bohaterami

We *Wprost* większą średnią powierzchnię zdjęć¹⁷⁵ (na których się pojawili) w jednostkach z politykami i polityczkami (jako głównymi bohaterami) odnotowano dla polityków (0,94 str.) niż dla polityczek (0,85 str.), a trend ten widoczny był zarówno w jednostkach dziennikarek, jak i dziennikarzy, przy czym dysproporcja w jednostkach autorstwa kobiet była większa. W każdym przypadku powierzchnia zdjęć z politykami stanowiła około 32% powierzchni całkowitej jednostek z ich udziałem, podczas gdy dla polityczek wahała się od niespełna 31% w statystyce ogólnej i w jednostkach autorstwa kobiet, do 31,5%

¹⁷⁴ Brak ustaleń dla ludzi polityki ze względu na nieobecność wywiadów z polityczkami.

¹⁷⁵ Zob. tabele 3.1.4.10., 3.2.4.10. i 3.3.4.10. w Załączniku.

w jednostkach autorstwa mężczyzn. Średnia powierzchnia netto bez zdjęć okazuje się przeciętnie większa dla polityków w jednostkach ogółem (1,64 str.; polityczki: 1,57 str.) i autorstwa mężczyzn (1,85 str.; polityczki: 1,73 str.), zaś w jednostkach autorstwa dziennikarek większą powierzchnię treści uzyskują polityczki (1,8 str.) niż mężczyźni (1,76 str.).

W wywiadach politykom przypadała większa powierzchnia zdjęć (1,35 str.) niż politykom (1,26 str.), choć nie można porównać zależności między płciami autorów ze względu na brak zdjęć w jednostkach autorstwa kobiet. Powierzchnia zdjęć w wywiadach stanowiła 27,32% powierzchni całkowitej w przypadku polityków i 34,37% w przypadku polityczek, przy czym w wywiadach autorstwa mężczyzn udział zdjęć w rozmowach z polityczkami utrzymywał się na tym samym poziomie, zaś udział zdjęć polityków wzrastał do 36%. W wywiadach średnia powierzchnia netto bez zdjęć okazuje się przeciętnie większa dla polityków (2,50 str.; 2,42 str. dla polityczek), zaś w wywiadach dziennikarzy większą powierzchnię treści uzyskują polityczki (2,42 str.) niż politycy (1,8 str.).

W artykułach polityczkom przypada większa powierzchnia zdjęć (1,22 str.) niż politykom (1,09 str.), a zależność ta utrzymuje się w artykułach autorstwa kobiet (dysproporcja jest znacznie mniejsza i wynosi 0,045 str.). Artykuły napisane przez mężczyzn zawierają nieco więcej zdjęć, gdy bohaterem jest polityk (1,163 str.), a nie polityczka (1,154 str.). W artykułach we *Wprost* to polityczkom przypada większa średnia powierzchnia netto bez zdjęć niż politykom niezależnie od tego, czy jest to statystyka zbiorcza, czy też uwzględnia się płeć autorów. Zdjęcia w jednostkach z polityczkami stanowią 34% powierzchni całkowitej w artykułach autorstwa kobiet, 35% w statystyce zbiorczej dla artykułów i 31% w artykułach autorstwa mężczyzn, natomiast zdjęcia w jednostkach z politykami stanowią 32% powierzchni całkowitej w jednostkach autorstwa kobiet, 34% w statystyce zbiorczej dla artykułów oraz 36% w jednostkach autorstwa mężczyzn.

We *Wprost* na jedną jednostkę z politykiem jako głównym bohaterem przypada przeciętnie więcej zdjęć (1,99) niż na jednostkę z polityczką (1,85), a trend ten obserwowany jest niezależnie od płci dziennikarza, przy czym jednostkom autorstwa mężczyzn towarzyszy mniej zdjęć niż jednostkom autorstwa kobiet. Również na wywiad z politykiem przypada więcej zdjęć (2,32) niż gdy rozmówczynią jest polityczka (1,5), a zależność ta ujawnia się także w wywiadach prowadzonych przez mężczyzn, choć różnica zdecydowanie maleje. Wśród artykułów na jednostkę z bohaterkami-polityczkami przypadło średnio więcej zdjęć (1,77) niż na jednostkę z bohaterem-politykiem (1,74), jednak artykuły pisane przez kobiety posiadały przeciętnie więcej zdjęć gdy bohaterem był polityk, zaś jednostki autorstwa dziennikarzy notowały większą liczbę fotografii, gdy bohaterką była polityczka.

W *Newsweeku* średnia powierzchnia zdjęć była największa w jednostkach, których głównymi bohaterami były polityczki, a zależność ta utrzymywała się niezależnie od płci autora. Zdjęcia w jednostkach z polityczkami miały powierzchnię od 1,19 do 1,32 strony, zaś w przypadku polityków wahała się ona od 1,17 do 1,20 strony. Pomimo większej powierzchni zdjęć, stanowiących od 30% w statystyce ogólnej do 34% powierzchni całkowitej, gdy autorem był mężczyzna, polityczki uzyskiwały większe średnie powierzchnie treści netto (bez zdjęć), które wahały się od 2,12 do 2,53 strony (dla polityków 2,10-2,26 str.). Zdjęcia w jednostkach z politykami stanowiły od 32% do 33,5% powierzchni całkowitej. Większą liczbę zdjęć na jednostkę odnotowały polityczki, niezależnie od tego, czy pod uwagę wzięto statystykę zbiorczą, czy też osobno dziennikarzy i dziennikarki. Polityczkom przypadały średnio 2,12 zdjęcia na jednostkę, przy czym dziennikarze zamieszczali ich więcej (2,41) niż dziennikarki (1,8). Politykom przypadło średnio 1,37 zdjęcia na jednostkę, dokładnie tyle samo, ile odnotowano dla dziennikarzy; dziennikarki włączyły do jednostek nieco mniej obrazów (1,37).

W wywiadach ogólna statystyka wskazuje na to, iż to politykom przypada większa powierzchnia zdjęć na jednostkę z głównym bohaterem (1,31 str.) niż polityczkom (1,15 str.), jednak to polityczki otrzymują większe powierzchnie fotografii w wywiadach autorstwa mężczyzn (1,25 str.) niż politycy (1,21 str.). Średnia powierzchnia netto bez zdjęć jest jednak większa dla polityczek (2,25-2,6 str.) niż dla polityków (2,1-2,4 str.) niezależnie od tego, czy jest to statystyka ogólna, czy autorem jest mężczyzna (brak możliwości porównania danych dla jednostek napisanych przez kobiety). Fotografie stanowią przeciętnie 33,23% powierzchni całkowitej w wywiadach z politykami i 27,96% w wywiadach z polityczkami. W wywiadach z polityczkami autorstwa mężczyzn fotografie stanowią mniejszy odsetek powierzchni całkowitej niż średnia dla *Newsweeka* i wynosi on 29,93%, zaś w przypadku polityków sięga 33,93%. Również w jednostkach z polityczkami odnotowano większą liczbę zdjęć przypadających na jeden wywiad (średnio 1,4 zdjęcia w wywiadzie z polityczką i 1,13 zdjęcia w wywiadzie z politykiem), a trend ten pojawia się również w wywiadach autorstwa mężczyzn (1,67 zdjęć w wywiadzie z polityczką i 1,36 zdjęć w wywiadzie z politykiem).

W artykułach uwidacznia się ogólna tendencja, zgodnie z którą to polityczkom przypada większa średnia powierzchnia zdjęć na jednostkę prasową (1,3-1,4 str.) niż politykom (1,1-1,2 str.), a zależność ta pojawia się niezależnie od płci autorów. Uwidacznia się ona także w średniej powierzchni netto bez zdjęć, gdzie niezależnie od płci autora polityczkom przypada od 2,09 do 2,35 stron tekstu, zaś politykom od 2,06 do 2,08 stron. Zdjęcia stanowią około 33% powierzchni całych jednostek z politykami niezależnie od tego, czy artykuły rozpatrywane są łącznie, czy też z podziałem na płeć autorów. Dla polityczek udział zdjęć w powierzchni

całkowitej waha się od 33% w ogólnym rozrachunku do 36% w jednostkach autorstwa kobiet. Również liczba zdjęć przypadająca na artykuł jest większa dla polityczek niż dla polityków tak w ujęciu ogólnym, jak i z uwzględnieniem płci autorów. Polityczkom przypada średnio od 2,22 zdjęcia na jednostkę bez rozróżniania płci autorów do 2,57 zdjęcia na jednostkę w artykułach pisanych przez mężczyzn; kobiety zamieszczają średnio 2,33 zdjęcia na artykuł z polityczką. W artykułach o politykach znajduje się znacznie mniej zdjęć (1,29 w ujęciu ogólnym), a więcej fotografii zamieszczają dziennikarki (1,45) niż dziennikarze (1,36).

W *Polityce* liczbę zdjęć porównać można jedynie w ujęciu ogólnym i w artykułach, ponieważ nie pojawił się żaden wywiad z polityczką, przez co nie istnieje punkt odniesienia. Ze względu na to, że statystyki ogólne i odnoszące się do artykułów są niemalże identyczne, zostanie omówione wyłącznie ujęcie ogólne. Średnia powierzchnia fotografii jest w *Polityce* większa dla polityczek niż polityków, a trend ten utrzymuje się nawet wtedy, gdy do analiz włączy się płeć autorów. Średnia powierzchnia netto jednostki po odjęciu zdjęć okazuje się jednak większa dla polityków, a zależność ta również jest niezależna od płci autorów. Największa dysproporcja treści netto po odliczeniu powierzchni zdjęć widoczna była w jednostkach autorstwa kobiet, gdzie treść zajmowała 2 strony w przypadku polityków i 1,1 w przypadku polityczek. Znaczne różnice pojawiły się również w odniesieniu do liczby zdjęć przypadających na jednostkę z głównym bohaterem: w ogólnym ujęciu polityczkom przypadło 4,15, a politykom 2,02 zdjęcia i choć zależność ta utrzymuje się niezależnie od płci autorów, w jednostkach autorstwa kobiet jest większa (5 zdjęć w jednostce z polityczkami; 2,18 w jednostce z politykami) niż w jednostkach autorstwa mężczyzn (2,63 zdjęcia w jednostce z polityczką; 1,76 zdjęcia w jednostce z politykiem).

Statystyki wskazują na to, iż zarówno w *Polityce*, jak i w *Newsweeku* to polityczkom przypadały większe średnie powierzchnie zdjęć (we *Wprost* politykom), jednak w *Polityce* i we *Wprost* to dla polityków odnotowano większą średnią powierzchnię netto bez zdjęć (z zastrzeżeniem, że w jednostkach autorstwa kobiet była ona większa dla polityczek), a zatem objętość treści była większa (w *Newsweeku* obszerniejsza była treść przypadająca polityczkom tak w ujęciu ogólnym, jak i niezależnie od płci autora). To również w *Polityce* i w *Newsweeku* przeciętnie na jednostkę przypadało więcej zdjęć w jednostkach z polityczkami, podczas gdy we *Wprost* odnotowano więcej fotografii dla polityków. Statystyki w ujęciu ogólnym w wywiadach we *Wprost* i w *Newsweeku* okazały się odwrotne, a w odniesieniu do wywiadów prowadzonych przez mężczyzn zależności dla powierzchni fotografii i powierzchni netto bez zdjęć były podobne (w przypadku liczby zdjęć na jednostkę – odwrotne). W artykułach pomiędzy *Polityką* a *Newsweekiem* pojawiły się identyczne relacje jak w przypadku statystyk

ogólnych, natomiast we *Wprost* w odniesieniu do średniej powierzchni netto bez zdjęć odnotowano zależności zbieżne z tymi zauważonymi w *Newsweeku* (w pozostałych przypadkach nie korespondowały w prosty sposób ani z *Polityką*, ani z *Newsweekiem*).

4.4.5 Bohaterowie zdjęć

W każdym z tygodników politycy najczęściej pojawiali się na zdjęciach w otoczeniu innych polityków (we *Wprost* odnotowano 132 takie zdjęcia, w *Newsweeku* 58 a w *Polityce* 81), a dość licznie również w towarzystwie kobiet opisanych przez relacje (39 zdjęcia we *Wprost*, 26 w *Newsweeku* i 21 w *Polityce*) oraz mężczyzn reprezentujących społeczeństwo (0 we *Wprost*, 15 w *Newsweeku* i 18 w *Polityce*). Polityczki natomiast najczęściej współwystępowały z politykami (43 zdjęcia we *Wprost*, 34 w *Newsweeku* i 20 w *Polityce*); jedynie w *Newsweeku* stanowiły drugą pod względem częstości współwystępowania kategorię postaci (9 zdjęć). We *Wprost* częściej z niż z innymi polityczkami (4 zdjęcia) występowały one z przedstawicieli społeczeństwa (5 zdjęć), a w *Polityce* jedynie na 2 zdjęciach pojawiła się więcej niż jedna polityczka i częściej pojawiały się one z kobietami (5 zdjęć) i mężczyznami opisanymi przez relacje (4 zdjęcia) oraz przedstawicielami społeczeństwa (3 zdjęcia).

Na 30 kobiet we *Wprost*, 29 określono z imienia i nazwiska (16 działało w polityce polskiej, 13 w zagranicznej). W *Newsweeku* 31 z 32 kobiet określono z imienia i nazwiska (18 działało na gruncie polskim, 13 zagranicznym). W *Polityce* przedstawiono 44 z 45 kobiet (15 działało w Polsce, 29 za granicą). Na zdjęciach najczęściej pojawiały się Joanna Mucha (7-29 zdjęć) i Angela Merkel (8-16 zdjęć). W *Newsweeku* większą liczbę zdjęć odnotowano dla królowej Elżbiety II (13 zdjęć) i Margaret Thatcher (12 zdjęć). Wśród polityków najczęściej pojawiał się Donald Tusk (32-84 zdjęcia), Jarosław Kaczyński (33-46 zdjęć) i Bronisław Komorowski (9-49 zdjęć), a spośród zagranicznych przywódców zaś Barack Obama (15-27 zdjęć) i Władimir Putin (3-12 zdjęć).

5 Polityczki i politycy w relacjach prasowych. Analiza dyskursu

Powłada się, że „dyskurs reprodukuje społeczeństwo i kulturę, będąc jednocześnie przez nie reprodukowanym” (Krzyżanowska 2012, 16), zatem by zrozumieć współczesną kulturę oraz miejsce kobiet w społeczeństwie, najlepiej sięgnąć po badania dyskursu. Pozwalają one wnikać do sedna przekazów i odpowiedzieć na pytanie o sposób postrzegania, traktowanie oraz znaczenie kobiet działających w polityce. Ponieważ dyskurs implikuje badania tekstu w kontekście, należy pamiętać, że analiza jednostek poświęconych polityczkom nie będzie

dostatecznie konkluzyjna bez porównania analogicznych jednostek prasowych odnoszących się do polityków. Kontekst społeczny dla dalszych analiz został nakreślony w rozdziałach 1-3.

Zdaniem Ricouera, dyskurs od zjawisk niedyskursywnych odróżnia usytuowanie w konkretnym kontekście, miejscu i czasie (język jest ponadczasowy), odniesienie do konkretnych aktorów (w tym mówcy; język jest bezosobowy), relacja do opisywanego, wyrażanego lub reprezentowanego świata zewnętrznego (znaki w języku odnoszą się do innych znaków w ramach tego samego systemu) oraz jest źródłem znaczeń dla rozmówcy (język jest tylko kodem tworzącym warunki do komunikowania; Ricouer 1971). Z tego względu pod uwagę wzięta zostanie nie tylko ogólna wiedza o przedmiocie badań – społeczeństwie oraz mediach – ale również konkretne wydarzenia mogące oddziaływać kształt przekazu.

W dalszej części postaram się dotrzeć do ukrytych znaczeń i informacji zawartych w tekstach, mając jednak na uwadze fakt, iż nie wszystkie poczynione konkluzje mogą korespondować z celami ich autorów. Wychodzę jednak z założenia o celowości powstania każdej jednostki prasowej i przypisywanych jej funkcjach. Zakładam, że z racji nieograniczoności możliwości interpretacji przekazów w sposób niezgodny lub opozycyjny do zamierzeń autora, treść przekazu może nie tylko wywierać efekty z góry przewidziane, lecz również wykraczające poza pierwotne założenia. Zdaniem Johna Streeta „[z]naczenia nie da się po prostu odczytać jako neutralnej informacji wspierającej określony światopogląd. Znaczenie angażuje emocje i powoduje pragnienie zachowania istniejącego stanu rzeczy lub zmiany świata, chęć oceny działań oraz poglądów innych ludzi” (Street 2006, 83). Stanowi to powód, dla którego wnioski poczynione w toku analiz nie muszą oddawać zamysłu autorów. Dalsze analizy uwzględniają możliwie najszersze spektrum sposobów interpretacji treści.

Przekazy wyselekcjonowane do dalszych analiz musiały spełnić następujące kryteria: po pierwsze, wśród rozmówców lub bohaterów musieli znaleźć się działacze polityczni (odrzucono przekazy wyłącznie z partnerami lub dziećmi ludzi polityki oraz ekspertami).

Po drugie, ludzie polityki musieli działać na centralnym szczeblu, być członkami władz wykonawczych lub ustawodawczych i mieć realny wpływ na kształt polityki państwa. Przekazy musiały zatem dotyczyć posłów, senatorów, członków rządu, premierów oraz prezydentów. Z analizy wykluczono osoby pełniące funkcje reprezentacyjne w miejsce dających realną władzę (przykład królowej Elżbiety II) oraz przedstawicieli dworów królewskich z sukcesją władzy. Z analizy wykluczono także działaczy międzynarodowych oraz osoby czuwające nad polityką państwową poza ośrodkami władzy państwowej, włączono natomiast jednostki, których rozmówcy lub bohaterowie zasiadali w europejskich instytucjach sprawowania władzy.

Po trzecie, główny bohater jednostki musiał spełniać powyższe kryteria w momencie publikacji lub w przeszłości. Osoby, które działaczami politycznymi stały się *post factum*, nie zostały określone mianem polityków. Z analizy wykluczono również postacie historyczne.

Po czwarte, ponieważ w analizowanym okresie kobiety działające w polskiej polityce nie pełniły funkcji premiera, prezydenta ani przewodniczącego partii¹⁷⁶, jednostki z głównymi bohaterami piastującymi te urzędy zostały wykluczone. Można spodziewać się znaczącej różnicy w częstotliwości wypowiedzi liderów i szeregowych członków partii, zatem włączenie do materiału jednostek z Donaldem Tuskiem, Jarosławem Kaczyńskim lub Bronisławem Komorowskim byłoby metodologicznie niepoprawne i prowadziło do błędnych wniosków. Nie tylko bowiem częstość ich wypowiedzi może być odmienna (na co wskazują wyniki analiz statystycznych), ale również sposób zwracania się do nich, stawiane im pytania czy kontekst, w którym zostają osadzeni. Politycy i polityczki musieli pełnić podobne funkcje.

Po piąte, pole działalności polityków powinno odpowiadać polu działalności polityczek, ponieważ może się okazać, że inaczej traktuje się działaczy zagranicznych niż krajowych.

Po szóste, w przypadku bohaterów jednostki musiały w całości ogniskować się na danej postaci (zob. rozdział 4.1.1., zasady wyznaczania bohaterów, punkt e).

5.1 Działacze polityczni jako rozmówcy

Analiza wywiadów wymaga odmiennego podejścia niż analiza artykułów prasowych. Chociaż wywiad, podobnie jak artykuł, ukazuje się w postaci drukowanej, u swoich źródeł ma nieco odmienne założenia. Zgodnie z założeniem retoryki o celowości wypowiedzi można przyjąć, że w artykułach widoczne są przekonania autora, przedstawione *implicite* lub *explicite*. Z pomocą adekwatnych do zamierzeń środków językowych i stylistycznych usiłuje przekonać odbiorcę do prezentowanego punktu widzenia lub racji którejś strony (zależnie od przyjętej roli dziennikarza w społeczeństwie; zob. Street 2006). Niezależnie od liczby autorów, jednostka prasowa zawiera spójny tekst o określonej wymowie, stworzony przez autora dla odbiorcy.

Nieco inaczej sytuacja przedstawia się w wywiadzie, który jest – jak można przyjąć – zapisem rozmowy dziennikarza (lub dziennikarzy) z osobą pytaną. Wywiad opublikowany w prasie jest efektem wielu zabiegów i działań, mających na celu jego dopracowanie przed publikacją (transkrypcja, redakcja, autoryzacja). Celnie ujmuje to Małgorzata Kita pisząc, iż „[w] przypadku wywiadu odbiorca zbiorowy ma do czynienia z wycinkiem arbitralnie

¹⁷⁶ Za wyjątkiem krótkiego okresu od momentu powstania PJN do pierwszego oficjalnego wyboru władz, kiedy przez kilka miesięcy nową partią przewodziła Joanna Kluzik-Rostkowska. Ze względu jednak na krótki okres przywództwa oraz marginalne znaczenie tej partii w analizowanym okresie, nie można porównywać Joanny Kluzik-Rostkowskiej z liderami czołowych partii parlamentarnych.

dokonanym w swoistym *continuum* interakcji między X-em a Y-em” (Kita 1998, 43), jednak, pomimo iż modyfikacje są wprowadzane, „[p]rzejście z jednego kodu (mówionego) na inny (pisany) i ewentualne zmiany tym przejściem wywołane – w jego przekonaniu – nie są istotne; czytelnik nie bierze ich pod uwagę (...) dla czytelnika nie istnieje pojęcie tekstu wyjściowego i tekstu ostatecznego. Czytelnik dysponuje **tekstem** wywiadu (...)” (Kita 1998, 105).

Barbara Daleszak-Wajdzik podkreśla znaczenie dziennikarza w procesie powstawania wywiadu. Twierdzi, że to dziennikarz nadaje mu ostateczny kształt oraz formułuje wypowiedzi rozmówcy (które zostają jedynie autoryzowane). Z tego względu również w wywiadzie rola interlokutora pozostaje ograniczona. Wspomniana badaczka twierdzi, iż:

Dziennikarz najczęściej opracowuje tzw. roboczy zestaw pytań i przekazuje go osobie, z którą zamierza przeprowadzić wywiad. Po otrzymaniu pisemnych odpowiedzi adiustuje tekst, dokonując poprawek natury formalnej, takich jak zmiany kompozycyjne czy poprawki stylistyczne. Gdy odpowiedzi nie są jasno i poprawnie skonstruowane, nadaje im odpowiednią szatę słowną. Wypowiedzi swego rozmówcy kształtuje tak, aby były dostosowane do profilu pisma i typu czytelnika. Po ostatecznej redakcji tekst zostaje ponownie przekazany osobie, z którą wywiad był przeprowadzany, do zatwierdzenia, czyli autoryzacji. Możliwe jest również, że po swobodnej rozmowie z informatorem, dziennikarz sam formułuje pytania i odpowiedzi, a następnie tekst autoryzuje. (Daleszak-Wajdzik, 1974).

Obecnie „(...) wywiad prasowy coraz bardziej upodabnia się do stenogramu dla zachowania autentycznych cech rozmowy. Więcej – mówi się, że wywiad złożony z dużych partii tekstowych i krótkich pytań jest nie do czytania, jest trudny” (Zeszyty Prasoznawcze 1974, 49).

Zdaniem Małgorzaty Kity (1998) do właściwego odczytania sensu wypowiedzi niezbędne są dwa elementy: eksplicytna informacja zawarta w przekazie oraz doświadczenie odbiorcy zewnętrznego (głównego/zbiorowego – czytelnika). Z tego powodu istotne są założenia dotyczące cech odbiorcy (profil potencjalnego odbiorcy uwzględniany jest przez dziennikarza oraz, w większym stopniu, przez rozmówcę przy wyborze typu zachowania językowego), a przez to również typu prasy, w której wywiad się ukazuje (Kita 1998). Wynika z tego logicznie, że wywiady w periodykach o diametralnie różnej linii ideologicznej mogą znacząco różnić się między sobą, co nie pozwala uchwycić uniwersalnych trendów, wskazując raczej na odmienności (wynikające najprawdopodobniej z przyjętej ideologii). Konkluzja ta wspiera wybór tygodników poddanych analizie w taki sposób, by profil czasopisma oraz cechy potencjalnego czytelnika były możliwie najbardziej zbliżone.

Jeśli zatem wywiad ująć – jak czyni to Małgorzata Kita – jako rozmowę dziennikarza z rozmówcą dla odbiorcy¹⁷⁷, okaże się, że przebieg wywiadu jest nieustannym kreowaniem

¹⁷⁷ Autorka określa tę relację w sposób odpersonalizowany, jako „wywiad X-a z Y-em dla Z” (Kita 1998, 85).

wizerunku przez interlokutora oraz próbą uzyskania pożądaných informacji przez dziennikarza. Warto podkreślić, że „[o] decyzjach prowadzącego wywiad co do jego zachowania językowego (...) [przesądza m.in.] status osoby, z którą przeprowadza się wywiad (...)” (Kita 1998, 93). Prócz treści istotny jest również paratekst, którego rola „(...) polega tu głównie na manipulacji odbiorcą zbiorowym, na wywieraniu na niego wpływu, na perswazji” (Kita 1998, 94).

Zostało już wspomniane, że polityczki pojawiły się wyłącznie w pięciu wywiadach: w dwóch we *Wprost* oraz w trzech w *Newsweeku*. We *Wprost* wywiad z Joanną Muchą (W1/P20/S53¹⁷⁸) ogniskował się na kwestiach personalnych, niezwiązanych z rozgrywkami politycznymi ani partyjnymi, natomiast wywiad z Małgorzatą Sekułą-Szmajdzińską (W30/P1012/S36) dotyczył katastrofy smoleńskiej. Wszystkie trzy wywiady z *Newsweeka* podnosiły kwestie polityczne i zostały przeprowadzone z Joanną Kluzik-Rostkowską (N18/P592/S20), Julią Tymoszenko (N36/P1149/S12) oraz Hanną Gronkiewicz-Waltz¹⁷⁹ (N12/P400/S36), która pełniła w 2012 roku funkcję prezydenta Warszawy (lokalny poziom władzy), jednak była posłanką na wcześniejszych etapach kariery politycznej, co pozwoliło na włączenie tego wywiadu do materiału badawczego. Warto odnotować, że to jedyny taki przypadek – wśród polityków nie pojawił się wywiad z żadnym działaczem lokalnym. Ponieważ dalsza analiza ogniskować się będzie wokół polskiej sceny politycznej, z konieczności wywiad z Julią Tymoszenko zostanie wykluczony z materiału badawczego.

Ze względu na charakterystykę polskiej sceny politycznej i skład rozmówczyń, z porównania wykluczono byłych oraz ówczesnych¹⁸⁰ prezydentów, premierów, szefów partii politycznych oraz osoby niezasiadające w Sejmie VII kadencji. Oprócz Hanny Gronkiewicz-Waltz, wszystkie polityczki były jednocześnie posłankami, natomiast wśród rozmówców nie pojawił się żaden polityk działający lokalnie. Ostatecznie analizie poddano dziesięć wywiadów z polityczkami, z których sześć zamieszczono we *Wprost* i cztery w *Newsweeku*. Połowa rozmówczyń nigdy nie pełniła funkcji ministra, natomiast wśród rozmówców pojawił się tylko jeden polityk, który nigdy nie sprawował tego urzędu (Rafał Grupiński był przewodniczącym klubu poselskiego; W25/P842/S40). Pozostałe wywiady przeprowadzone zostały z Bartoszem Arłukowiczem (W10/P340/S30), Ludwikiem Dornem (W16/P546/S20), Grzegorzem Schetyną

¹⁷⁸ Sygnatura oznaczająca numer wywiadu: Litera P/W/N oznacza tytuł tygodnika, z którego pochodzi wywiad, a następująca po nim liczba wskazuje numer, z którego pochodzi jednostka prasowa. Dalej, znajduje się numer porządkowy przekazu w bazie danych (P), a sygnaturę kończy numer strony rozpoczęcia się jednostki prasowej (S). W dalszej części stosowana będzie prostszy zapis, składający się z pierwszej litery tytułu prasowego i numeru tygodnika oraz numeru przekazu w bazie danych w ramach tego tytułu (np. W1/20 dla oznaczenia W1/P20/S53).

¹⁷⁹ Wedle informacji zamieszczonych na oficjalnym fanpage’u Hanny Gronkiewicz-Waltz na Facebooku, „[o]d czerwca 2006 r. pełni funkcję wiceprzewodniczącej Platformy Obywatelskiej” (Hanna Gronkiewicz-Waltz 2016).

¹⁸⁰ Uwzględniając okres do końca 2012 roku.

(W23/P767/S22; N46/P1481/S38), Jarosławem Gowinem (W31/P1038/S22; N6/P193/S24), Ryszardem Kaliszem (W38/P1275/S24), Markiem Sawickim (N9/P298/S20) oraz Radosławem Sikorskim (N23/P760/S24). Nie poproszono o wywiad żadnego posła, który do momentu publikacji nie piastowałby istotnych stanowisk państwowych lub partyjnych.

Dla analizy przekazu ogromne znaczenie ma tytuł, jego skojarzenie z płcią rozmówcy oraz towarzyszący mu obraz. To one, na zasadzie primingu, budują nastawienie odbiorcy oraz kształtują oczekiwania względem przekazu. Odpowiednio dobrane zdjęcie oraz sugestywny tytuł mogą stać w opozycji do informacji zawartych w przekazie powodując, że staje się on komiczny, lub też wzmacniać wydźwięk tez zawartych w przekazie (zob. Sobczak 2014). Relewantne są również tytuł działu, w którym pojawia się przekaz, sposób w jaki postać zostaje przedstawiona po raz pierwszy oraz – w wywiadach – zadawane pytania. Ponieważ, analogicznie do metodologii budowy kwestionariuszy ankietowych, istotny jest sposób zadawania pytań, ich kolejność i szczegółowość (kategorie te zostały uwzględnione w dalszych analizach) oraz sposób odpowiedzi, określony jako „na temat” lub „nie na temat” (tj. nieudzielające bezpośredniej ani pośredniej odpowiedzi na zadane pytanie).

Duże znaczenie dla wizerunku rozmówcy ma dziennikarz. Opublikowane w prasie wywiady przeszły już proces obróbki, w efekcie którego nie muszą oddawać pierwotnego sensu rozmowy. W efekcie jednak dziennikarz przyjmuje pewną rolę, która może oddziaływać na sposób postrzegania rozmówcy przez czytelnika. Modyfikując schemat autorstwa Marcina Poprawy (Poprawa 2009) wyróżniłam cztery strategie działań osoby pytającej. Jako **moderator** określa cele rozmowy, przekazuje informacje, naprowadza na pożądany temat oraz moderuje przebiegiem dyskusji (określa i rozdziela czas wypowiedzi, dba o porządek rozmowy). **Antagonista** postrzega rozmowę jako walkę: wyraża opinie, ocenia wypowiedzi, wskazuje interpretację zgodną z własnym zamierzeniem, ośmiesza rozmówców, podważa wiarygodność ich wypowiedzi i sądów, sugeruje wykorzystując sensacyjne zagrywki słowne, podpowiada oczekiwane odpowiedzi i wtrąca własne uwagi. Może przyjmować strategię ofensywną i defensywną, broniąc się przed atakami uczestników. **Dyskutant** postrzega rozmowę jako współpracę: wyraża aprobatę wobec wypowiedzi uczestników, uszczegóławia wypowiedzi bez nakładania na nie własnej ramy interpretacyjnej oraz udziela odpowiedzi na zadawane mu pytania. W pewnym stopniu przyjmuje rolę uczestnika. **Wycofany** redaktor nie udziela się w dyskusji, zbywa pytania uczestników bądź odpowiada na nie lakonicznie.

W kolejnych podrozdziałach przedstawione zostaną konkluzje płynące z analizy wywiadów z polityczkami. W celu uporządkowania wniosków najpierw omówione zostaną

zagadnienia dotyczące podejmowanej tematyki, tytułów, podtytułów i paratekstów, w dalszej kolejności zaś rola i działania dziennikarza oraz rozmówczyń.

5.1.1 Elementy strukturalne w wywiadach

Trzy z czterech wywiadów z polityczkami przeprowadzili mężczyźni (dwa Tomasz Machała, jeden Piotr Najsztub), a jeden kobieta (Teresa Torańska). Wywiad Teresy Torańskiej (N18/592) z Joanną Kluzik-Rostkowską pojawił się na 20. stronie i dotyczył Jarosława i Lecha Kaczyńskich w kontekście politycznych związków rozmówczyni z partią PiS. Wywiady z Hanną Gronkiewicz-Waltz (N12/400) oraz Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą (W30/1012) pojawiły się dokładnie na tej samej, 36. stronie tygodnika, natomiast wywiad z Joanną Muchą (W1/20) opublikowano dopiero na 53. stronie. Ta ostatnia rozmowa była nietypowa: umieszczono ją w specjalnej sekcji pt. *Ludzie 2012*, co może wyjaśniać jego przesunięcie w głąb periodyku oraz świadczyć o wysokiej pozycji i znaczeniu polityczki (sekcja ta zawierała artykuły m.in. o Sławomirze Nowaku, Baracku Obamie i Władimirze Putinie). Przekazy umieszczane wcześniej (uwzględniając rozmieszczenie bloków tematycznych) należy uznać za istotniejsze (zob. rozdz. 4.), choć istotna jest również wymowa przekazu.

Dwa wywiady – Torańskiej i Najsztuba – zamieszczone zostały w kolumnie nazwanej odpowiednio *Wywiady Torańskiej* oraz *Najsztub pyta*, co wskazuje na duże znaczenie autorów, a przez to również ich rozmówców. Wywiad z Joanną Muchą umieszczono we wspomnianym dziale *Ludzie 2012* (co sugeruje, że jednostka ogniskuje się na osobie, a nie na działalności politycznej, choć podkreśla jej wagę jako *Człowieka roku 2012*), zaś rozmowę z Hanną Gronkiewicz-Waltz opublikowano w dziale pt. *polityka polska* – był to jedyny wywiad, który umieszczono w dziale, którego tytuł bezpośrednio nawiązywał do polityki.

Spośród wszystkich wywiadów przeprowadzonych z polityczkami, wyłącznie w wywiadzie z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą tytuł nie odwoływał się do kobiecości¹⁸¹. Pozostałe wywiady nawiązywały do niej bezpośrednio (*Kobieca intuicja Tuska*; wywiad z Hanną Gronkiewicz-Waltz, N12/400) lub przez skojarzenia ze stereotypowymi cechami i atrybutami: np. szydełkiem. Tylko w wywiadzie z Joanną Muchą (*Twarda ręka i szydełko*, W1/20) pierwiastek żeński zrównoważono pierwiastkiem męskim, za który powszechnie uważana jest *twarda ręka*, symbolizująca także styl rządzenia. Wywiad z Joanną Kluzik-Rostkowską pt. *Aniołek* (N18/592) nawiązywał nie tylko do kobiety jako takiej, ale również do kontekstu społeczno-politycznego, w którym kobiety-*aniolki* pojawiały się w celu poprawy

¹⁸¹ *Sq winy, nie ma winnych* (W30/1012).

i ocieplenia wizerunku (zob. rozdz. 3.3.). Z tej perspektywy tytuł, uzupełniony znajomością kontekstu społeczno-politycznego, wskazywał na instrumentalne potraktowanie polityczki, która po nieudanej kampanii wyborczej z roku 2007 przestała być posłanką PiS.

Wszystkie lidy towarzyszące wywiadam z polityczkami, chociaż na pozór składające się z dosłownych wypowiedzi rozmówczyń, w istocie były w pewnym stopniu ich parafrazami (względem opublikowanej wersji wywiadu). Najbliższe rzeczywistym wypowiedziom okazały się podtytuły w wywiadach z Joanną Muchą i Joanną Kluzik-Rostkowską. Podtytuł/lid wprowadzający do wywiadu z Joanną Muchą stanowił połączenie dosłownie przytoczonych fragmentów dwóch jej wypowiedzi na temat prezesa Łaty¹⁸². Umieszczono go nietypowo w porównaniu z pozostałymi wywiadami: nie bezpośrednio pod tytułem, lecz na górze kolejnej, parzystej strony, na całej jej szerokości, ponad treścią (dostrzeżenie go wymagało odwrócenia strony). Również w zamieszczonym na ostatniej stronie paratekście¹⁸³ dziennikarz posłużył się dokładnym brzmieniem fragmentów dwóch wypowiedzi pani minister, a wspominając ją w lidzie odwołał się do pełnionej przez nią funkcji ministerialnej.

W wywiadzie z Hanną Gronkiewicz-Waltz podtytuł był parafrazą skomponowaną w oparciu o rzeczywistą wypowiedź, dotyczącą deklaracji premiera o nieubieganiu się o trzecią kadencję¹⁸⁴, również paratekst zamieszczony na drugiej stronie zawierał parafrazę wypowiedzi (ocena co lepsze: koalicja z SLD czy wcześniejsze wybory). Umieszczony na ostatniej stronie paratekst był dosłownym fragmentem wypowiedzi dotyczącej relacji z Kościołem. Polityczkę przedstawiono wyłącznie z imienia i nazwiska, bez nazwy pełnionej funkcji, do której nawiązano w pierwszym pytaniu („Pani prezydent czy pani prezydentko?”).

Wywiad z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą rozpoczął lid parafrazujący jej wypowiedzi w taki sposób, jakby ona sama je wypowiedziała, co nie miało miejsca¹⁸⁵. Lid wdaje się chaotyczny, ponieważ po lekturze pierwszej jego części można odnieść wrażenie, że autorką

¹⁸² „Nie mam zamiaru stawiać sobie za cel wyrzucania prezesa Łaty. Moim celem jest postawienie polskiej piłki nożnej na nogi. Prezesem Łatą niech się zajmie PZPN – mówi minister sportu”.

¹⁸³ „Nowy Rok zawsze piszę wielkimi literami. Ten na pewno będzie jednym z najważniejszych w moim życiu”.

¹⁸⁴ „Premier nie może mówić, że to jego ostatnia kadencja. Będę mu to powtarzać aż do skutku – mówi **Hanna Gronkiewicz-Waltz**” (pogrubienie oryginalne). Lid powstał z połączenia następującego fragmentu rozmowy: „TM: Mimo, że Donald Tusk sobie tego [wygrania wyborów z Platformą po raz trzeci] nie wyobraża i mówił, że dwie kadencje wystarczą. HGW: W Hiszpanii premier Aznar powiedział, że dwie kadencje wystarczą i jego partia przegrała wybory. Będę to Donaldowi Tuskowi mówiła do skutku”.

¹⁸⁵ Lid: „Prezydentura? Nie wykluczam. Bycie premierem? Oczywiście, chcę. Małgorzata Szmajdzińska-Sekuła nie szuka ukojenia bólu w polityce. I jest coraz bliżej trzaśnięcia pięścią w stół prokuratorów *smoleńskich*” Treść wywiadu: PN: No dobrze, ale czy ma pani też takie klasyczne, męskie ambicje polityczne? Czyli na przykład: chcę być premierem. MSS: Każdy polityk, który idzie do tej roboty, powinien takie ambicje mieć. Za często nie myślę o sobie w takich kategoriach, raczej czy będę w sranie zrobić coś dobrego, pożytecznego jako poseł, ale... Różne rzeczy w życiu się dzieją, można też nawet być prezydentem. PN: Rozumiem, że nie wyklucza pani walki o prezydenturę? MSS: Dlaczego mam wykluczać? Nie wykluczam.

słów jest sama rozmówczyni, podczas gdy w drugą część (bez wskazania zmiany podmiotu mówiącego, np. przy użyciu myślnika) wypowiada dziennikarz. Dwa parateksty wyróżnione na dalszych stronach wywiadu oddają jednak wiernie wypowiedzi posłanki. Rozmówczyni jest przedstawiona wyłącznie z imienia i nazwiska, bez wskazania obecnie pełnionej funkcji.

Podtytuł w wywiadzie z Joanną Kluzik-Rostkowską jest fragmentem rzeczywistej jej wypowiedzi dotyczącej Jarosława Kaczyńskiego (pominięto niektóre słowa, nie burząc jednakże pierwotnego znaczenia), podobnie jak dwa lidy wyróżnione w tekście. Dziennikarka przedstawia rozmówczynię wyłącznie z imienia i nazwiska, pomijając funkcje publiczne.

Zwracając się do polityczek, wszyscy dziennikarze pomijali tytuły i imiona, używając formy „pani”. W podtytułach trzech wywiadów polityczki wymienione zostały z imienia i nazwiska (bez nazwy funkcji), jedynie w wywiadzie z Joanną Muchą podkreślono pełnioną funkcję (bez odniesienia do imienia i nazwiska). W wywiadzie tym, jako jedynym, lid znajdował się z dala od tytułu i przypominał paratekst, jako podtytuł pozwala go rozpatrywać jedynie sposób ułożenia tekstu: zajmował całą długość strony i znajdował się nad treścią, zamiast być umieszczonym na niewielkim wycinku strony pomiędzy treścią.

W elementach strukturalnych duże znaczenie odgrywają skojarzenia z płcią. Ludzie mediów oddają rozmówczyniom głos w paratekstach, stwarzając możliwość (ograniczoną redaktorskimi poprawkami) zdefiniowania sytuacji już podczas pierwszego kontaktu z wywiadem. Przeważnie pomija się pełnione przez polityczki funkcje, a jeśli są wymienione, pomija się imię i nazwisko. Kojarzenie funkcji z personaliami może w odpowiednim kontekście budować skojarzenia kobiet jako profesjonalistek, unikanie ich zaś pozwala oddzielić osobę od profesji i utrzymać *status quo*. Dla Joanny Muchy, w której w momencie opublikowania artykułu pokładano nadzieje, iż sprostą stawianym jej oczekiwaniom, połączenie funkcji i personaliów mogło przynieść korzyść wizerunkową, w chwili klęski zaś – szkodę.

5.1.2 Semiotyka fotografii

Spośród wszystkich czterech wywiadów na żadnym zdjęciu tytułowym¹⁸⁶ nie pojawiła się cała sylwetka kobiety: w dwóch przypadkach (W1/20; N12/400) było to popiersie, w jednym wykorzystano plan amerykański (uchwycono postać do poziomu ud; N18/592) a w ostatnim wyłącznie twarz (W30/1012). Na żadnej fotografii rozmówczyni nie została sportretowana w gabinecie ani w otoczeniu wskazującym na zajmowaną przez nią pozycję. Nie pojawiły się żadne symbole władzy (flaga, godło, mównica, itp.) ani profesjonalizmu (gabinet,

¹⁸⁶ Fotografie wprowadzające do artykułu, pojawiające się na pierwszej, drugiej (jeśli artykuł obejmuje obie strony gazety, prawą oraz lewą), lub dwóch pierwszych stronach, stanowiące często tło dla tytułu.

biurko, dokumenty, itp.). W jednym przypadku – na zdjęciu wprowadzającym do wywiadu z Joanną Muchą – pojawiła się sceneria, którą można nazwać romantyczną: ciemny stolik kawowy, przy którym siedzi rozmówczyni, filiżanka (czysta, nieużywana), talerzyk i patera owoców. W tle widoczny był balkon i upięte symetrycznie firanki. Taka sceneria nie współgra z powagą ministra, przeciwnie, czytelnik może odnieść wrażenie, skądinąd słuszne, że rozmowa nie będzie dotyczyła kwestii politycznych (działań partii, ustaw, koalicji, liderów), lecz zogniskuje się wokół osoby. Pomimo stonowanego stroju rozmówczyni, w oczy rzuca się biżuteria podkreślająca kobiecość (wisiorek, bransoletka, pierścionek). Bohaterka ma lekko opuszczoną głowę, delikatnie się uśmiecha i spogląda uwodzicielsko w obiektyw, co wraz z pozycją ciała (jedna ręka na stoliku, druga schowana pod nim) i mimiką twarzy nasuwa skojarzenia z sytuacją flirtu, a nie z wywiadem dotyczącym obowiązków służbowych ministra. Zdjęcie wydaje się uwieczniać prywatne spotkanie i nie sugeruje powiązań z polityką i władzą.

Zdjęcie tytułowe w wywiadzie z Joanną Muchą w połączeniu z tytułem i podtytułem¹⁸⁷ sugeruje, że mimo kobiecości i zalotności, polityczka ta potrafi rzeczowo odnosić się do powierzonych jej spraw i posiada cechy męskie. Podtytuł sugeruje, że potrafi zdefiniować zakres jej obowiązków oraz nie zamierza ingerować w sprawy, które powinny zostać rozwiązane przez odpowiednie instytucje. Zdjęcie tytułowe, tytuł i podtytuł łącznie sugerują, że rozmówczyni jest świadoma swojej kobiecości, nie wypiera się jej, ale jest także rzeczowa i konkretna. Lektura przekazu pozwala czytelnikowi utwierdzić się w tym przekonaniu.

W wywiadzie tym, jako jedynym, pojawia się więcej niż jedno zdjęcie. Na drugiej fotografii pani minister stwarza wrażenie będącej w biegu (sportretowano ją podczas szybkiego marszu); w jednej ręce dzierży plik dokumentów, drugą trzyma w torebce jakby czegoś szukała. Zwrócona w bok głowa sugeruje, że bohaterka się rozgląda, a rozwiane włosy wskazują na energiczne ruchy. To zdjęcie nie buduje etosu rozmówcy i nie przekonuje o kompetencjach bohaterki. Wręcz przeciwnie: odnosi się wrażenie, że jej działania są chaotyczne i nie radzi sobie z obowiązkami. Ulica widoczna w tle może kojarzyć się z niewywiązywaniem się z obowiązków: zamiast pracować (przy biurku), bohaterka przechadza się po mieście.

Nieco inaczej prezentuje się zdjęcie Hanny Gronkiewicz-Waltz. Bez zagłębiania się w lekturę, za sprawą wzajemnego oddziaływania zdjęcia, tytułu oraz podtytułu¹⁸⁸, można odnieść wrażenie, że to właśnie rozmówczyni stanowi źródło *Kobiecej intuicji Tuska* (tytuł).

¹⁸⁷ „Nie mam zamiaru stawiać sobie za cel wyrzucania prezesa Łaty. Moim celem jest postawienie polskiej piłki nożnej na nogi. Prezesem Łatą niech się zajmie PZPN – mówi minister sportu”.

¹⁸⁸ „Premier nie może mówić, że to jego ostatnia kadencja. Będę mu to powtarzać aż do skutku – mówi Hanna Gronkiewicz-Waltz”.

Zdjęcie przedstawia bohaterkę (na białym tle), ubraną w czarną marynarkę (kobiecość podkreśla sznur pereł na szyi i delikatny makijaż). Prezydent Warszawy ma ręce założone na piersiach (postawa zamknięta) i lekko unosi głowę, sprawiając wrażenie odważnej i pewnej siebie. Delikatnie się uśmiecha, lecz nie jest to wyraz niepewności lub zalotności, lecz wydaje się sugerować dumę i cwaniactwo. Choć zarówno Joanna Mucha, jak i Hanna Gronkiewicz-Waltz patrzą wprost w obiektyw, wymowa obu zdjęć jest odmienna: pani prezydent sprawia wrażenie silnej, niezależnej i dążącej do celu kobiety, świadomej swojej wartości i osiągnięć, minister sportu zaś epatuje tajemniczością i uwodzi odbiorcę. Zdjęcie tytułowe pani prezydent jest najbardziej profesjonalnym portretem polityczki w zebranych materiale.

Na zdjęciu tytułowym w wywiadzie z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą uchwyciono wyłącznie jej twarz ułożoną na dłoniach. Makijaż (różowe usta i wyraźnie zarysowane oczy) podkreśla kobiecość, a całość sprawia wrażenie pozowania dla ukochanego, a nie fotoreportera. Fotografia przedstawia kobietę szczęśliwą, rozmarzoną – kobietę, której nie skojarzyłoby się z polityką. Na zdjęciu brak oznak profesjonalizmu. Tytuł wywiadu *Są winy, nie ma winnych?* oraz jego smoleńska tematyka nie pasują do zdjęcia. Kierując się fotografią należałoby spodziewać się wywiadu z kobietą pełną radości życia, która opowiada o szczęśliwej rodzinie, a nie rozmowy z polityczką o skutkach katastrofy smoleńskiej. Podtytuł informuje, że rozmówczyni nie wyklucza prezydentury ani premierostwa¹⁸⁹, co w połączeniu ze zdjęciem powoduje dysonans. Można odnieść wrażenie, że jest to raczej żart niż rzeczywista deklaracja ambicji uwiecznionej na obrazie kobiety. Informacja w podtytule, że Małgorzata Szmajdzińska-Sekuła może „trzasnąć pięścią w stół prokuratorów *smoleńskich*” nie pasuje do kobiety ze zdjęcia, sugerującego, że brak jej siły charakteru oraz władzy.

Zdjęcie zamieszczone w wywiadzie z Joanną Kluzik-Rostkowską jest jedynym, które prezentuje więcej niż jednego bohatera – rozmówczyni towarzyszy Jarosław Kaczyński. Również na tej fotografii brak symboli władzy i statusu, a kontakt z mężczyzną podkreśla płć bohaterki. Moment uchwyciony na zdjęciu mógłby być chwilą przed złożeniem pocałunku na policzku kobiety albo też uchwyconym momentem przekazywania tajemnicy. Istotna wydaje się dłoń prezesa spoczywająca na ramieniu bohaterki, wskazująca na zażyłość i bliski kontakt. Joanna Kluzik-Rostkowska ubrana jest w czarną sukienkę i ma złączone dłonie (sprawia wrażenie grzecznej uczennicy), rzuca się w oczy bransoletka, obrączka i kolczyk. Makijaż, jeśli jest, jest niedostrzegalny, polityczka wydaje się naturalna. Po uwzględnieniu

¹⁸⁹ „Prezydentura? Nie wykluczam. Bycie premierem? Oczywiście, chcę. Małgorzata Szmajdzińska-Sekuła nie szuka ukojenia bólu w polityce. I jest coraz bliżej trzaśnięcia pięścią w stół prokuratorów *smoleńskich*”.

tytułu, podtytułu¹⁹⁰ oraz szerszego kontekstu politycznego, krystalizuje się wyrażona *implicite* sugestia, że osoba niegdyś bliska i zaufana ujawnia prawdziwe oblicze prezesa, co nie wyklucza również konkluzji znacznie dalej idącej: że zdradziła swojego dawanego mentora.

Spośród wszystkich zdjęć towarzyszących wywiadam z polityczkami najsilniej kobiecość emanuje z fotografii Małgorzaty Szmajdzińskiej-Sekuły, choć również na tytułowym zdjęciu z Joanną Muchą polityczkę sportretowano w uwodzicielskiej pozie. Podkreślenie nieformalnego wizerunku jest zabiegiem podważającym etos rozmówczyni i ujmującym powagi. Również Joannę Kluzik-Rostkowską przedstawiono w kontekście damsko-męskim – wydaje się ona podległa, zależna i poddana mężczyźnie, co również nie buduje wizerunku niezależnej i kompetentnej do decydowania o kierunku politycznych działań polityczki. Te trzy zdjęcia uwzględniają i podkreślają pierwiastek kobiecy, który w kulturze zachodniej wciąż pozostaje elementem ujmującym profesjonalizmu (zob. rozdz. 1.2. i 2.2.). Uchwyciona w biegu Joanna Mucha natomiast wydaje się zmęczona i niepoukładana (ruch przydaje chaotycznego dynamizmu w miejsce statycznego profesjonalizmu; zdjęcia polityków są najczęściej statyczne: na sejmowym korytarzu, w biurze, na fotelu; zob. rozdz. 5.1.9.). Fotografia Hanny Gronkiewicz-Waltz najsilniej podkreśla jej profesjonalizm, chociaż może wprowadzać dystans ze względu na wymowę ciała: zamkniętą postawę i wyniosłość, sugerowaną uniesioną głową.

W żadnym wywiadzie nie zamieszczono opisu wyglądu osoby, z którą prowadzona była rozmowa, czego można było oczekiwać na podstawie wniosków z literatury przedmiotu, jednak uwzględniając profil czasopisma i sugestywne zdjęcia zabieg ten nie wydaje się konieczny.

5.1.3 Tematyka wywiadów

Spośród wszystkich czterech wywiadów jedynie rozmowa z Hanną Gronkiewicz-Waltz ogniskowała się wokół problematyki politycznej – koalicji, przyszłości premiera oraz dalszej działalności partii. Podjęto również kwestię ambicji politycznych i planów samej rozmówczyni (zob. rozdz. 5.1.8.). Początek wywiadu wskazuje, iż w centrum zainteresowania znajduje się polityczka jako osoba, z własnymi przekonaniami i opiniami na temat feminizmu (w tym prośbę o zdefiniowanie *kobiecej intuicji*), aborcji i związków partnerskich, jednak kwestia ustawy o związkach pozwoliła przenieść ciężar rozmowy na grunt *stricte* polityczny. W rzeczywistości wywiad z prezydent Warszawy okazał się najsilniej skoncentrowanym na kwestiach partyjno-politycznych spośród wszystkich wywiadów: podjęto kwestię przeprowadzenia wspomnianej

¹⁹⁰ „Lech mu dawał kontakt z powszedniością. On mu przybliżał codzienność; miał żonę, przyjaciół, różne perypetie życiowe. Zobaczyłam to dopiero, jak Jarek został sam. Z Joanną Kluzik-Rostkowską rozmawia Teresa Torńska”.

ustawy, zdania rozmówczyni na temat kwestii bieżących (ustaw o związkach oraz o *in vitro*, a pytania okazały się rzeczowe mimo tematyki kojarzącej się z kobietami. Skupiono się także na sprawach państwa: wniosku o Trybunał Stanu dla dwóch polityków, co należy do dziedziny *męskiej*. Pomimo to wywiad nie ukierunkował się na wielką politykę, od której nastąpił odwrót, a punkt ciężkości przeniósł się na kwestię wpływu pani prezydent na Donalda Tuska oraz sugerowanych przez dziennikarza zmian nastroju i wybuchowości premiera.

Dużo miejsca poświęcono Donaldowi Tuskowi, potencjalnej zmianie personalnej na stanowisku premiera oraz czynnikom mogącym do niej doprowadzić. Pobieżnie poruszono kwestię koalicji, jednak fragment ten cechuje wyższy poziom abstrakcji, odnoszący się do działań ugrupowań; konkretne nazwiska pełniły funkcję synekdochy (odwołanie do lidera jako symbolu partii). Rozważania na temat roszad politycznych kończy sugestywne pytanie o ocenę działalności Waldemara Pawlaka w kontekście reformy emerytalnej, a użycie słowa *was*¹⁹¹ wskazuje na postrzeganie rozmówczyni jako jednej z czołowych działaczy.

W wywiadzie z Joanną Kluzik-Rostkowską podjęta została wprawdzie tematyka polityczna, lecz nie był to komentarz na temat bieżących wydarzeń, jak miało to miejsce w przypadku prezydent Warszawy, lecz retrospektywny opis okresu, gdy rozmówczyni była posłanką PiS. Rozmowa ogniskowała się wokół jej dawnych przeżyć, nie zaś na bieżących działaniach PO (której była posłanką), opozycji lub premiera (który od lat *był jej kumplem*, odp. 2.). W rozmowie istotniejsza była aktywność sejmowa polityczki, działania i sposób traktowania jej w PiS oraz zakulisowe mechanizmy funkcjonowania tej partii. Omawiano relacje (także pozapolityczne) łączące rozmówczynię z Jarosławem Kaczyńskim, powody obejmowania kolejnych funkcji, efekty zakulisowych rozmów i ocenę postępowania polityków. Był to raczej wywiad narracyjny niż typowy wywiad prasowy (zob. rozdz. 5.1.4.).

Rozmowa z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą koncentrowała się przede wszystkim wokół katastrofy smoleńskiej i jej efektów: śledztwa, oceny działalności instytucji, opinii w sprawie prac nad raportem i oceny działalności polityków w tym względzie oraz impulsu do zmian kulturowych. Podejmowano rozważania nad sposobami dojścia do prawdy o okolicznościach i przyczynach katastrofy oraz wskazywano niespójności w dotychczasowych opiniach. Duże znaczenie miały również pytania o emocje (bycie zawiedzioną, brak obsesji na punkcie katastrofy) i preferencje. Poruszono problem hipotetycznego zamachu (który posłanka uważała za bzdurę). Dziennikarz poprosił rozmówczynię również o ocenę, czy *państwo zdało egzamin po katastrofie*, kogo należałoby pociągnąć do odpowiedzialności i czy

¹⁹¹ „A potocznie mówiąc nie trafia was szlag, gdy Waldemar Pawlak wkłada kij w reformę emerytalną?” (pyt. 26).

katastrofa odmieni polityczne losy partii. Podjęto problem etykietowania kobiet polityków, którzy zginęli w katastrofie smoleńskiej mianem *wdów smoleńskich* oraz tego, czy w Sejmie przysługują jej specjalne przywileje. Wiąże się z tym kwestia motywacji do rozpoczęcia kariery politycznej i jej znaczenia dla życia prywatnego (rodziny i męża, który zginął w katastrofie, do czego często się odwoływano). Sugerowano, że kariera polityczna może być pokłosiem katastrofy, pytano o znaczenie śmierci męża w tym kontekście oraz czy z perspektywy własnych doświadczeń lepiej rozumie zachowania małżonka. Poruszono problem alokacji czasu, a zatem tego, czy *będzie dobrą babcią* i czy jako polityczka znajdzie czas dla bliskich.

Kwestie polityczne pojawiły się w pytaniach o wrażenia z Sejmu, ocenę jego działalności i obserwowanych w nim relacji międzyludzkich. Podniesiono kwestię zakulisowego podejmowania decyzji politycznych oraz jej własnych aspiracji w odniesieniu do najważniejszych stanowisk państwowych i poruszono zagadnienie obronności kraju. Widać jednak, że w wywiadzie z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą polityka i działalność polityczna postrzegane były przez pryzmat katastrofy smoleńskiej.

Wywiad z Joanną Muchą cechowały wielokrotne przeskoki tematyczne. Wywiad był ukierunkowany personalnie: dziennikarz sondował jej wiedzę na temat dyscyplin i historii sportu oraz pasję do piłki nożnej, pytał o odwiedzanie szatni po meczu. Zadawał pytania dotyczące kompetencji (lub inaczej: podważające kompetencje i wiedzę, zob. rozdz. 5.1.4.), poruszał problematykę PZPN oraz Stadionu Narodowego. Powracały pytania o to, czy pani minister czuje się traktowana poważnie i jak zamierza zaspokoić oczekiwania opinii publicznej, czy chce przełamywać schematy. Pytano, czy wręczanie medali postrzega jako obowiązek służbowy (efekt paprotki), czym sukcesem będą medale olimpijskie z Londynu i z czego będzie rozliczana po Euro („Z wyników? Z kibiców? Z korków?”).

Generalnie rozmowa skupiała się wokół Joanny Muchy: jej przekonań, punktów widzenia i zwyczajów (np. noworocznych obietnic) a nie kwestii *stricte* politycznych. Nie pojawiło się szersze polityczne tło: nie wspomniano o relacjach z politykami, nie pytano o koalicję ani prace rządu. Jediną przywołaną osobą był Jan Tomaszewski w kontekście jego komentarza, iż pani minister powinna zająć się robotkami ręcznymi. Nie wspomniano o poczynaniach liderów partyjnych, nadmieniono jedynie o Donaldzie Tusku jako osobie, która mianowała Joannę Muchę na urząd ministerialny. Pytano także, czy kobiecie na wysokim stanowisku jest trudniej niż mężczyźnie oraz jaki styl rządzenia preferuje (męski czy kobiecy).

W połowie wszystkich wywiadów z polityczkami wyraźnie nawiązano do kwestii prywatnych: w wywiadzie z Joanną Kluzik-Rostkowską pytaniem „Co na to mąż?” (na co posłanka odparła, że *o rodzinie nie rozmawia*) oraz w wywiadzie z Małgorzatą

Szmajdzińską-Sekułą, gdzie kwestie rodzinne otwierały wywiad i powracały wielokrotnie w dalszej jego części (posłanka ta jako jedyna zapytana została o kwestie obronności kraju jako kontynuacji działalności męża). Jedynie Hannę Gronkiewicz-Waltz proszono o wyrażenie opinii na temat przewidywanego toku wydarzeń politycznych oraz ocenę rozwiązań politycznych w odniesieniu do koalicji pod względem ich jakości i korzyści. Małgorzacie Szmajdzińskiej-Sekule zadano wprawdzie pytanie odnoszące się do zmiany władzy, ale nie było ono umiejscowione w kontekście politycznym, a społecznym: w odniesieniu do katastrofy smoleńskiej i tego, czy może się ona stać centralnym punktem kampanii wyborczej.

5.1.4 Techniki dziennikarskie

W analizowanych wywiadach istotna jest spójność wewnętrzna tekstu, którą wyznacza płynność przechodzenia pomiędzy pytaniami (zob. Meyenowa 1971). Przeprowadzony przez kobietę wywiad (N18/592; Teresa Torańska) znacznie różnił się od pozostałych: nie rozpoczynało go pytanie lecz refleksja rozmówczyni, a zamiast konkretnych pytań pojawiały się przeważnie krótkie, kilkuwyrazowe zwroty, nie zmieniające tematu ani kierunku rozmowy.

Można wskazać następujące funkcje wypowiedzi dziennikarki w całej rozmowie: objaśniały tło i kontekst wydarzeń (**funkcja eksplikacyjna**; „Premierem był Leszek Miller, rządził SLD z PSL”; „Początek 2005 roku”), stanowiły próbę krystalizacji sensu wypowiedzi (**funkcja eksplanacyjna**; „Tego od CBA?”; „Nie do Leszka?”), wyrażały prośbę o pogłębienie tematu (**funkcja poznawcza**; „A on?”; „Bo?”; „I chciał w tym siedzieć?”; „Minister Kalata też nie [wiedziała o przygotowywanym programie]?”) oraz o prezentację opinii lub dokonanie oceny (**funkcja emotywna**; „Pajacował”; „Pomogły ustawki dziadka Jarka z wnuczkami?”). Wywiad ten bliższy był narracyjnemu wywiadowi swobodnemu, w którym osoba zadająca pytania prosi jedynie o klaryfikację tego, o czym rozmówca już wspomniał. Autorka nie poruszała kwestii przemilczanych przez rozmówczynię, za wyjątkiem pytania o reakcję męża respondentki na jej decyzje zawodowe (rozmówczyni nie chciała rozmawiać o rodzinie). Nie zmieniło ono kierunku rozmowy ani nie było przyczynkiem do podjęcia nowych kwestii, a miało na celu pogłębienie tematu o którym już wspomniano. W omawianym wywiadzie nie sposób wskazać na pytań, które zmieniałyby kierunek rozmowy, wszystkie były wkomponowane w wywód rozmówczyni i wpływały logicznie z przebiegu konwersacji. Wywiad ten stanowił wrażenie płynnego, a autorka tylko sporadycznie pozwoliła sobie na sądy

wartościujące („Pajacował?”; „Pomogły ustawki dziadka Jarka z wnuczkami?”¹⁹²). Można uznać, że styl prowadzenia wywiadu przez Teresę Torańską był najbliższy roli dyskutanta.

Bliższy swobodnej rozmowy okazał się wywiad z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą przeprowadzony przez Piotra Najsztuba. Dziennikarz nie tylko ukierunkowywał rozmowę w celu uzyskania pożądaných informacji (funkcja poznawcza; „A na kolacje polityczne z alkoholem [pani chodzi]?”; „Co panią najbardziej zaskoczyło w Sejmie?”), ale również posługiwał się pytaniami sugerującymi odpowiedź, zawierającymi presupozycje i implikatury (można je potraktować jako realizacje funkcji emotywnę; „Czy teraz pani lepiej rozumie jego nastroje i słowa (...)”; „I przez tę samą politykę teraz pani może nie być dobrą babcią (...)”; „Że [polityka] taka świetna?”; „[spekulacje] Nie wywołują u pani myśli: a może?”).

W wywiadzie tym pojawiały się również opinie własne dziennikarza (funkcja emotywna; „Co za patologiczna rodzina”; „To nie będzie pani nigdy wybitnym ani wpływowym politykiem”), których przykłady były sporadyczne w wywiadzie Teresy Torańskiej. Obecne były jednak wypowiedzi mające na celu uwspólnianie znaczeń i krystalizację sensu (funkcja eksplanacyjna; „Skryty, znaczy się, był”; „O przeciwnikach politycznych też [nic nie mówił]?”). Piotr Najsztub przytaczał fakty i informacje dotyczące bieżących wydarzeń (funkcja eksplikacyjna; „Więc jedno organy, cywilne, zakończyły [postępowanie] i powiedziały: były nieprawidłowości, zarzutów nie będzie”), które mogą odpowiadać zabiegom Teresy Torańskiej, mającym na celu nakreślenie kontekstu wydarzeń. Wolne od wartościowania, niesugerujące wypowiedzi, jedynie opisujące sytuację okazały się w wywiadzie Piotra Najsztuba sporadyczne. Dziennikarz ten jednak posługiwał się nie tylko konkretnymi, wąskimi oraz zamkniętymi pytaniami, na które odpowiedź mogła brzmieć *tak* lub *nie* („Powołania międzynarodowej komisji. Pani jest jej zwolenniczką?”; „Jakieś ślady nienawiści dostrzegła pani w parlamencie?”), lecz stwarzał okazje do dłuższych wypowiedzi pytaniami otwartymi, ogólniejszymi („Co pani myśli, jak mówię *wdowa smoleńska*?”).

W wywiadzie przeprowadzonym przez Piotra Najsztuba z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą widoczne są sporadyczne przeskoky tematyczne¹⁹³. O ile w wywiadzie Teresy Torańskiej pytania wynikały bezpośrednio z wypowiedzi rozmówczyny, o tyle tutaj pojawiło

¹⁹² Ze względu na ograniczoność materiału badawczego, pytania dziennikarzy i odpowiedzi respondentów będą przytaczane w wielu miejscach, co może sprawiać wrażenie powtórzeń. Nie sposób jednak przedstawić wniosków bez odwołania do konkretnych przykładów zawartych w poddanym analizie materiale.

¹⁹³ Szkicując schemat pytań, odnotowując ich logiczne następstwo, płynne przejścia między zagadnieniami (także pod wpływem odpowiedzi) lub radykalną zmianę tematu wraz z odwołaniami do wcześniej poruszanych kwestii, można wnioskować o tym, czy wywiad był płynny czy chaotyczny oraz czy dziennikarz przyjął na siebie rolę współrozmówcy, czy też był jedynie moderatorem, mającym postawić kilka konkretnych, ale być może także niepowiązanych ze sobą pytań.

się kilka widocznych zmian tematu (choć w obrębie tych samych zagadnień). Nieznaczna zmiana nastąpiła między pytaniem 18. oraz 19., kiedy rozmówczyni została zapytana o to, czy nie wyklucza bycia prezydentem, a po krótkiej odpowiedzi nastąpiło pytanie o to, co zaskoczyło ją w Sejmie. Druga zmiana nastąpiła między pytaniem 24. a 25.: najpierw pytano o stosunek do potencjalnych żartów z katastrofy, a chwilę później o to, czy rozmówczyni ma w Sejmie specjalny status wdowy smoleńskiej. Trzeci przypadek (pyt. 63. i 64.) odnosił się kwestii katastrofy: najpierw jako przyczynku do zmiany władzy w państwie, a później w kontekście przyczyn, dla których rozmówczyni nie była owładnięta obsesją monitorowania tej sprawy.

Odnotowano wprawdzie przypadek, gdy przeskok tematyki pytań obejmował całkowicie odmienne zagadnienia (pyt 40. i 41.), w większości jednak rozmowa była harmonijna, a pytania wynikały z jej przebiegu. Tylko w jednym przypadku, w kwestii postępowania prokuratury wojskowej nawiązano do wcześniej poruszonej kwestii (pyt. 56. 43. i 45.). W pozostałych przypadkach rozmowa wydawała się płynna i usystematyzowana. Rolę, którą przyjął Piotr Najsztub można opisać jako połączenie ról dyskutanta i antagonisty.

Zupełnie inaczej prezentowały się pytania stawiane przez Tomasza Machałę. Wywiady przez niego przeprowadzone nie przypominały wywiadu narracyjnego ani względnie ustrukturyzowanej rozmowy, w której wspólnie prowadzono by wątek. Dziennikarz przyjął rolę moderatora nadającego ton rozmowie, lecz pozostającego poza jej nurtem: zadawał pytania i dopytywał, ale nie ujawniał własnych opinii wprost, jak czynił to Piotr Najsztub.

Tomasz Machała posługiwał się rzeczowymi pytaniami („Była pani w szatni po meczu?” W1/20; „Jak pani zaspokoii oczekiwanie opinii publicznej, by wyrzucić prezesa Latę?” W1/20; „Aborcja to morderstwo?” N12/400), często wzbogaconymi o presupozycje („Jak pani zadowoli opinię publiczną?” W1/20; „Jak pani chce wyczyścić stajnię Augiasza?” W1/20; „Jaki ma pani wpływ na Donalda Tuska?” N12/400; „Dlaczego Platforma idzie na wojnę z Kościołem?” N12/400). Nie pojawiały się w zasadzie pytania otwarte, wymagające szerokiej odpowiedzi, natomiast pytania sugerujące odpowiedź nie były rzadkością (funkcja emotywna; „Czuje się pani traktowana poważnie? Jest pani kobietą, nie zajmowała się pani sportem” W1/20; „To nie oznacza, że jest pani pozbawiona ambicji?” N12/400), podobnie jak przedstawiające opinie dziennikarza lub zasłyszane informacje uznawane za pewnik (funkcja emotywna; [Tusk] „Jest histeryczny, wpada w furję” N12/400; „Brzmi tajemniczo” W1/20). Pojawiały się również pytania pogłębiające, nawiązujące do wypowiedzi rozmówczyni (funkcja poznawcza; „Donald Tusk, wskazując panią do rządu, kierował się badaniami?”

W1/20; „Dlaczego (...)” N12/400) oraz wyjaśniające nieprecyzyjne wypowiedzi jego samego (funkcja eksplikacyjna¹⁹⁴).

Pytania Tomasza Machały były bardziej atakujące od pytań pozostałych redaktorów, a wywiad zdecydowanie bardziej chaotyczny. Dziennikarz ten wydaje się przeskakiwać z tematu na temat i uparcie do niego wracać w przypadku braku oczekiwanej odpowiedzi. Wrażenie to potęguje fakt, że pytanie zostaje ponowione mimo jednoznacznie udzielonej odpowiedzi przez rozmówczynię. O ile w wywiadzie przeprowadzonym przez Teresę Torańską pytania wynikały z wypowiedzi, a w wywiadzie Piotra Najsztuba były efektem wymiany znaczeń przez rozmówców, o tyle w wywiadach Tomasza Machały pojawiały się arbitralne, częste przeskoki tematyczne, widoczne szczególnie wyraźnie w wywiadzie z Joanną Muchą (W1/20). W wywiadzie tym temat został zmieniony aż siedemnaście razy (wywiad zawiera 47 pytań), a siedem pytań nawiązuje do wcześniej poruszonych kwestii. W żadnym innym wywiadzie nie znalazło się tak wiele pytań, które mogą zostać odebrane jako podważające kompetencje, jak w wywiadzie z ministrem sportu¹⁹⁵ (osiemnaście, powroty do tych kwestii wystąpiły trzykrotnie). W wywiadzie z Hanną Gronkiewicz-Waltz (N12/400) pojawiło się dziewięć przeskoków tematycznych (zadano łącznie 64 pytania), sześć powrotów do wcześniej wspomnianych kwestii i dwa pytania, które można odbierać jako podważające kompetencje.

Widoczny jest podobny styl rozmowy Tomasza Machały z obiema polityczkami, choć pojawiają się również pewne różnice. Hanna Gronkiewicz-Waltz zasadniczo nie była pytana o kwestie prywatne, a dziennikarz poruszył jedynie wątek jej poglądów na feminizm, aborcję i związki partnerskie oraz problem relacji oraz możliwości wywierania wpływu na Donalda Tuska (co łączy się z polityką). W wywiadzie z Joanną Muchą natomiast odnosił się do kwestii jej statusu jako kibica piłkarskiego i noworocznych postanowień, co można określić jako tematy osobiste. Styl prowadzenia wywiadów pozwala przypisać mu rolę antagonisty.

5.1.4.1 Sposób określania rozmówców

Każdy wywiad wymaga przedstawienia rozmówcy. Dziennikarze mogą zwracać się do nich podkreślając pełnioną pozycję (*pani poseł/pani minister*), po imieniu, po nazwisku lub bezosobowo (*pani*). We wszystkich wywiadach obecna jest jedynie trzecia z wymienionych form adresatywnych, jednak jeśli w wywiadzie wspomniany jest inny polityk, zdarzało się, że podkreślano jego funkcję. Dzieje się tak w rozmowie z Joanną Muchą, w której dziennikarz

¹⁹⁴ **TM:** Związki partnerskie są niedopuszczalne? **HGW:** (...) w jakim sensie? **TM:** Ustawa o związkach (N12/400)

¹⁹⁵ Część z tych pytań sugerowała jakie kompetencje powinna posiadać osoba na stanowisku ministra sportu.

zwraca się do niej per *pani*, co kontrastuje z przywołanym w trakcie rozmowy Janem Tomaszewskim, który wprawdzie po raz pierwszy przedstawiony został z imienia i nazwiska, jednak w trzech kolejnych pytaniach nazywany był *posłem Tomaszewskim*. Rozmówczynię opisano jako *minister* wyłącznie w podtytule (bez podania imienia i nazwiska; zob. rozdz. 5.1.1.) oraz, pośrednio, w pytaniach: „Jest pani kolejnym ministrem, który je [zmiany] obiecuje” oraz „Jak z jednej z wielu posłanek stała się pani jedną z niewielu w rządzie?”.

W wywiadzie z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą dziennikarz zwraca się do niej per *pani* i choć w rozmowie pośrednio nawiązuje do pełnionej przez nią funkcji posła (np. „Została pani posłanką dla niego?”), podkreśla krótki czas jej sprawowania.

W rozmowie z Hanną Gronkiewicz-Waltz w pierwszym pytaniu dziennikarz pyta o preferowaną nomenklaturę: „Pani prezydent czy pani prezydentko?”, co nie tylko pełni funkcję eksplanacyjną i poznawczą, ale również przybliża czytelnikowi pełnioną przez nią funkcję i dodaje powagi. W pozostałej części wywiadu jednak występuje bezosobowa forma zwrotu (*pani*), która stanowi jedyny sposób odnoszenia się do rozmówczyni w wywiadzie z Joanną Kluzik-Rostkowską. Teresę Torańską, autorkę, cechuje tendencja do unikania zwrotu bezpośredniego – występuje on w 4 z 35 pytań, a po raz pierwszy pojawił się w 14. pytaniu.

Widać wyraźnie, że odwołanie do pełnionych obecnie lub w przeszłości funkcji jest sporadyczne, pomimo iż nie można powiedzieć, że rozmówczynie nie posiadały żadnych zasług lub wartych odnotowania stanowisk. Brak takich informacji wynikać może z apriorycznego założenia o posiadanej przez odbiorcę wiedzy dotyczącej osiągnięć i dokonań rozmówcy lub też z dążenia osoby pytającej do umniejszenia znaczenia interlokutora. W przyjmując założenie o kompetentnym czytelniku, można oczekiwać, że w prasie z porównywalnym profilem odbiorów rozmówcy będą określani w podobny sposób, ponieważ czytelnik osobę tę kojarzy (lub nie). Ze względu na niewielki udział kobiet w sferze politycznej i podrzędne funkcje, które sprawują, powinny one być częściej niż mężczyźni opisywane w odniesieniu do pełnionych ról (funkcja edukacyjna). Z drugiej strony można jednak powiedzieć, że brak odniesień do pełnionej funkcji może paradoksalnie wynikać niewielkiej liczebności kobiet: są to postacie wyraźnie widoczne i przez to zapadające w pamięć, w związku z czym nie ma konieczności ich przedstawiania. W tym przypadku mniej znani mężczyźni powinni być opisywani z wykorzystaniem pełnionych przez nich stanowisk częściej niż kobiety. Znajomość polityczek byłaby porównywalna ze znajomością czołowych polityków, którzy jednak są opisywani jako prezydenci, premierzy, ministrowie czy posłowie, co nadaje im wyższy status.

Przyjmując drugie założenie, brak informacji o pełnionej funkcji można postrzegać jako technikę służącą umniejszeniu znaczenia opisywanej postaci w oczach odbiorcy. Nie

posiadając żadnej wiedzy na temat interlokutora, można jednak wnioskować o pełnionej przez niego roli dzięki pytaniom (np. *jedna z niewielu w rządzie* W1/20; *przeprowadzka z ratusza do Kancelarii Premiera* N12/400; *uczestniczy pani w wielkiej sejmowej jałowości* W30/1012; *weszła pani do Sejmu* N18/592). Odmieniony obraz rozmówcy pojawia się jednak w umyśle czytelnika gdy dziennikarz wyraża się z szacunkiem o rozmówcy, określając go mianem *premiera, prezesa, posła, ministra* lub *przewodniczącego*, aniżeli gdy zwraca się do rozmówcy per *pan*. W odniesieniu do polityczek pominięcie funkcji mogło sugerować brak kompetencji.

W analizowanych wywiadach w odniesieniu do Hanny Gronkiewicz-Waltz, z którą wywiad był najbardziej polityczny, a ona sama uznana za czołową działaczkę, odnotowano bezpośredni zwrot z odwołaniem do pełnionej przez nią funkcji prezydenta, co podważa założenie o kompetentnym odbiorcy i wskazuje na tytuł jako wyraz uznania. Joanna Mucha, choć w wywiadzie bezpośrednio określana jako *pani*, w lidzie została przedstawiona jako *minister sportu*, co w kontekście krytycznego i podważającego jej kompetencje wywiadu (zob., rozdz. 5.1.4.2.) mogło stanowić zabieg potęgujący to wrażenie. Małgorzata Szmajdzińska-Sekuła nie została określona mianem *posłanki* mimo, iż często wspomniano jej sejmową działalność. Joanna Kluzik-Rostkowska została przedstawiona jako posłanka (a nie minister, choć sama o tym wspominała) tylko raz, pośrednio, w informacji że *weszła do Sejmu*. Należy podkreślić, że wywiad ten ogniskował się wokół kwestii politycznych zdecydowanie silniej niż wywiad z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą, a odniesień do pełnionej funkcji było znacznie mniej. Może to mieć związek ze stylem prowadzenia rozmowy przez tę Teresę Torańską. Być może był to incydent sytuacyjny, a może ogólniejsza zależność, wedle której kobiety nie mają skłonności do przypisywania funkcji (w odniesieniu do polityczek), ale teza ta wymaga oddzielnych badań na szerzej zdefiniowanym, umożliwiającym porównania materiale.

Trzecie źródło braku informacji o pełnionej funkcji może wynikać z nieświadomych zabiegów autora wywiadu. Ponieważ jednak dziennikarze są zaznajomieni ze znaczeniem, jakie dla społecznej percepcji osób oraz zjawisk ma słowo i odpowiednie nazewnictwo (są świadomi, że dziennikarz może wykreować lub zniszczyć polityka; Durczok 2016) oraz z powodu założenia leżącego u podstaw retoryki, iż każdy fragment wypowiedzi publicznej ma swoje znaczenie i funkcję, nadaną mu przez mówcę, w odniesieniu do tekstów dziennikarskich można założyć, że w pewnym stopniu odbijają one przekonania dziennikarza, których nie musi być świadom. Wywiad (ale i artykuł) w tym ujęciu powstaje jako efekt celowych zabiegów autora, mających wyrzucić określony skutek na czytelniku (każda wypowiedź w ma swój cel, któremu służą zastosowane zabiegi językowe). Teza o nieświadomym autorze musi zatem zostać odrzucona pod ciężarem argumentów.

5.1.4.2 *Pytanie jako narzędzie ramowania rzeczywistości*

Pytania w wywiadach mogą być zadawane w rozmaity sposób. Z perspektywy lingwistycznej można wyróżnić interwencje zakończone pytańnikiem oraz kropką: pierwsze stanowią pytania *sensu stricto*, drugie zaś są zdaniami o rozmaitych funkcjach i mogą być twierdzące oraz przeczące. O ile zdania pytańnikowe mają na celu uzyskanie odpowiedzi, o tyle w przypadku interwencji w postaci zdań kwestia się komplikuje. Zdania twierdzące mają na celu przedstawienie znanego faktu (funkcja poznawcza; „Brakuje pani doświadczenia w sporcie” W1/20; „Weszła pani do Sejmu” N18/592), opinii własnej lub zasłyszanej od osób trzecich („Wojna z *Faktem* i *Super Expressem* jest przegrana” W1/20; „Pierwsze komentarze po pani nominacji były takie (...)” W1/20), stanowią dopowiedzenie lub uzupełnienie wypowiedzi rozmówcy („Że przyjdzie poseł, naciśnie guzik i załatwi” W1/20) albo komentarz do niej („Co jak co, ale liczyć chyba umieją” W1/20). Stanowią nie tyle pytanie *sensu stricto*, ile wypowiedź wymuszającą ustosunkowanie się do niej, komentarz, przyczynek do dyskusji.

W wywiadach pytania pełnią określone role, a wśród ich funkcji można wyróżnić przede wszystkim **funkcję poznawczą**, choć w rzeczywistości ich rola nie ogranicza się do przekazu informacji (np. gdy nakreślane jest tło społeczno-kulturowe). Wyróżniam także funkcje **eksplikacyjną**, **eksplanacyjną** i **emotywną**, o których była już mowa w rozdz. 5.1.4. Typologia ta za punkt wyjścia przyjmuje cel pytania w odniesieniu do wypowiedzi rozmówcy. Funkcja poznawcza wskazuje, iż zadając określone pytanie dziennikarz dąży do uzyskania określonej informacji; funkcja eksplikacyjna podkreśla dążenie do objaśnienia kontekstu społecznego, którego dotyczy rozmowa w danym momencie lub stwierdza fakt, mogący ukierunkować rozmowę albo pozwolić odbiorcy na lepsze jej zrozumienie. Funkcja eksplanacyjna oznacza, iż pytanie stanowi przejaw negocjacji sensów i znaczeń w celu lepszego zrozumienia lub też umożliwienia właściwego odczytania przekazu przez czytelnika. Funkcja emotywna podkreśla, że pytanie wskazuje punkt widzenia dziennikarza, jego przekonania i założenia albo sugeruje pożądaną odpowiedź. Funkcje te mogą występować łącznie.

Powyższe funkcje nie wyczerpują katalogu funkcji dziennikarskich pytań. Jeśli za punkt wyjścia przyjąć potencjalne efekty, jakie poszczególne pytania mogą wywierać na czytelników, okaże się, że krystalizuje się nieco odmienny katalog funkcji, obejmujący nie tylko funkcję poznawczą, a zatem przybliżanie i objaśnianie rzeczywistości społecznej przy udziale pytania (np. informacja kto i kiedy sprawował urząd), ale również funkcje ideologiczną i wartościującą.

Funkcja ideologiczna wskazuje na to, iż w odpowiednio zadanym pytaniu może znaleźć odzwierciedlenie określona ideologia i definicja rzeczywistości, którą przyjąć może

czytelnik. Pojawia się ona w wywiadzie z Joanną Muchą, gdy dziennikarz poprzez zadawane pytania definiuje kim w rzeczywistości powinien być minister sportu i jakie cechy posiadać. W tym ujęciu minister sportu to ktoś, kto wyżej ceni dobro sportu niż podatnika („Może pani powinno leżeć na sercu dobro sportu, a nie podatników” W1/20), pasjonat piłki nożnej, posiadający wiedzę o rozgrywkach, zasiadający na trybunach, wręczający medale i wizytujący szatnie. W istocie sport zostaje sprowadzony do jednej wyłącznie dziedziny, a minister sportu do kibica (tą miarą mierzono Joannę Muchę). Ideologia przebija się również w pytaniach dziennikarzy opisujących dobrego polityka jako stratega planującego przyszłość z wieloletnim wyprzedzeniem, a jeśli tego nie robi, posądza się go o *brak ambicji* (N12/400). W tym ujęciu polityk to osoba z *klasycznie męskimi aspiracjami politycznymi*, czyli *na przykład: chce być premierem* (W30/1012). Takie i podobne pytania budują wyobrażenie o polityce jako polu działalności publicznej, jednocześnie kładąc kulturowe podwaliny pod zmianę społeczną lub utrzymują *status quo*. Bywa, że ideologia odnosząca się do płci zostaje ujawniona, jak miało to miejsce w przypadku wywiadu z Hanną Gronkiewicz-Waltz (N12/400): sugestię, że brak zaplanowanej kariery oznacza brak ambicji, rozmówczyni skitowała następująco: „To jest pytanie typowe dla mężczyzn. Żadna kobieta takiego by nie zadała”.

Funkcja wartościująca oznacza, że pytania dziennikarzy mają potencjał oceniania wypowiedzi rozmówców oraz ich samych. W tym ujęciu pojedyncza interwencja może stworzyć w umyśle odbiorcy wartościujący wizerunek interlokutora, który może okazać się trwały, nawet jeśli pytanie zostanie sprostowane lub rozmówca udzieli wyjaśniającej odpowiedzi (np. „Może [mąż] pani nie ufał?” W30/1012). Wartościowanie może być sugerowane czytelnikowi rozmaicie: od wyrażonej wprost oceny, poprzez odpowiednie zestawienie elementów, poprzez użyte słownictwo, aż do subtelного mechanizmu powracania lub drażenia już podjętych wątków. W dalszej części tego rozdziału omówione zostaną techniki i strategie pełniące funkcję wartościującą, zastosowane w analizowanych wywiadach.

5.1.4.2.1 Funkcja wartościująca – przegląd technik zastosowanych w pytaniach

Jak zostało już wspomniane, w wywiadzie pytania dziennikarzy stanowią o sposobie przedstawienia rozmówcy oraz jego postrzegania przez czytelnika (przy założeniu, że nastąpi preferowane odczytanie komunikatu; zob. Mrozowski 2001). Pytania mają potencjał ukierunkowywania uwagi czytelnika na określone zagadnienia oraz mogą narzucać definicje sytuacji w taki sposób, by odbiorca przyjął je jako oczywiste. Technika ta, którą określam jako **wartościowanie poprzez narzucanie definicji sytuacji**, była widoczna w wywiadach. Chociaż definiowanie sytuacji jest zabiegiem neutralnym, może prowadzić do podkreślania

kompetencji lub dyskredytacji rozmówcy, czego przykładem był wywiad z Joanną Muchą (W1/20), w którym z pełną wyrazistością zaprezentowano oczekiwania stawiane ministrowi sportu (czyli *notabene* rozmówczyni). Pierwsze pytanie brzmiało: „Była pani w szatni po meczu?”, a w kolejnych zaś dziennikarz dopytywał, czy „Będzie pani chodzić?” oraz czy „Przed meczami reprezentacji na Euro będzie pani zagrzewać piłkarzy do boju?”. Od ministra sportu oczekuje się zatem, by był czynnym i oddanym kibicem (przede wszystkim piłki nożnej).

Wizyta w szatni nie musi kojarzyć się z piłką nożną, jednak siłę takiej asocjacji ujawniła sama Joanna Mucha, twierdząc że *w pierwszej chwili skojarzyło jej się z szatnią męską* i przyznała, że rozmawiała po meczu z koszykarkami. Jako że pani minister nie ukrywała, że nie przejawia *postawy czynnego kibica*. Pytania te, w myśl dziennikarskiej definicja dobrego ministra, mogą w oczach odbiorców podważać jej kompetencje do pełnienia powierzonego jej urzędu. Kwestia bycia kibicem powraca w dalszej części wywiadu wraz z prośbą o wymienienie *zawodników drużyny narodowej z 1974 roku*, a pytanie to, zadane pod koniec wywiadu, sugeruje, że znajomość historii sportu jest cechą definicyjną ministra. Jest ono przygotowane i zadane z premedytacją, gdyż wcześniejsze odpowiedzi świadczą dobitnie o braku pasji Joanny Muchy do piłki nożnej, czego logiczną konsekwencją jest nieznajomość składu drużyny narodowej nawet w tak doniosłym momencie historii. Joanna Mucha dążyła do redefinicji sytuacji, mówiąc: „Nie muszę wiedzieć, co składa się na pięciobój nowoczesny, chociaż już wiem. Muszę znać struktury, przepływy, schematy (...)”.

Również w wywiadzie z Hanną Gronkiewicz-Waltz (N12/400) dziennikarz przedstawił własny ogląd rzeczywistości, stwierdzając że aby wiedzieć co dzieje się w partii „Czasem wystarczy spotkać się z pięcioma kluczowymi [politykami], a nie z dwunastoma jakimiś”. Implikuje to podziały członków partii na szeregowych oraz wiodących prym. Jednoczesne założenie, iż prezydent Warszawy wie co dzieje się w partii sugeruje, że utrzymuje kontrakt z kluczowymi postaciami, a zatem jest postacią ważną i liczącą się w swojej partii.

Drugą strategią dziennikarską mającą na celu dyskredytację jest **eksplicytne podkreślanie braku kompetencji** (w tym doświadczenia) niezbędnych do pełnienia danej pozycji. W wywiadzie z Joanną Muchą (W1/20) oprócz sugestii, że rozmówczyni nie zna się na powierzonym jej resorcie (założenie tożsamości pasji kibica z umiejętnościami zarządzania), Tomasz Machała często przypominał o tym, że Joanna Mucha kompetencji nie posiada: że *nie zajmowała się sportem* oraz mówił wprost: „Brakuje pani doświadczenia w sporcie”.

Do dyskredytacji rozmówcy w oczach odbiorcy mogą prowadzić również sugestie, że konkretny polityk ma spełniać oczekiwania opinii publicznej zamiast kierować się wiedzą i dobrem ogółu, co nazwę **techniką zaspokajania oczekiwań**. W wywiadzie z Joanną Muchą

(W1/20) Tomasz Machała sięgał po tę subtelny metodę pozbawiania autorytetu pytając, jakie zdaniem rozmówczyni są oczekiwania opinii publicznej względem niej oraz jak zamierza je spełnić, w miejsce pytania o kwestie bieżące i obowiązki. Dyskusyjne, czy minister powinien realizować oczekiwania opinii publicznej zamiast kierować się dobrem resortu, jednak dziennikarz nieustannie dopytuje: „Jak pani zadowoli opinię publiczną”, „Jak pani zaspokozi oczekiwania opinii publicznej, by wyrzucić prezesa Latę?”. Pytania te wracają, pomimo iż rozmówczyni stwierdza jasno: „Nie jest moim celem zadowalanie opinii publicznej”. Na pytanie o wyrzucenie prezesa Łaty odpowiada, iż „Może uda mi się zmienić oczekiwania opinii publicznej. Chciałabym, żeby oczekiwano ode mnie zmiany w polskiej piłce nożnej. Prezesem Łatą niech się zajmie PZPN”. W odpowiedzi dziennikarz powołał się na z góry przegraną *wojnę* z tabloidami, sugerując, że zmiana oczekiwań nie jest możliwa.

W wywiadzie z minister sportu dziennikarz kilkakrotnie powracał do kwestii oczekiwań społecznych mimo uzyskania odpowiedzi. Takie zabiegi, będące przejawem dziennikarskiego ramowania rzeczywistości określe mianem **techniki powtórzonych pytań**. Kilkakrotne zadanie podobnie brzmiącego pytania świadczy o dążeniu dziennikarza do uwypuklenia tej kwestii oraz otrzymania oczekiwanej odpowiedzi. Joanna Mucha od samego początku przyznawała, że wie jakie są oczekiwania opinii publicznej, lecz dystansowała się od nich i jasno wskazywała, że nie zamierza się nimi kierować, jednak dziennikarz powracał do tematu.

Strategia ta może przejawiać się w postaci sekwencji następujących po sobie wymian lub uwidaczniać się w wymianach umieszczonych w różnych miejscach, czego przykładem była prośba względem Joanny Muchy o podanie składu drużyny narodowej z 1974 roku (W1/20) – pod koniec wywiadu nawiązano do podobnych, postawionych wcześniej pytań.

Dziennikarze wracają do podjętego wcześniej tematu na kilka sposobów, które podzielę w zależności od tego, w którym miejscu wywiadu nastąpił powrót oraz w jaki sposób postawiono pytanie. W kwestii miejsca można powiedzieć, że dziennikarze zadają pytania następujące bezpośrednio po sobie (seria wymian od 17. do 19. w wywiadzie z Joanną Muchą), wracają do pytania wcześniejszego, lecz zamieszczonego w obrębie tej samej sekwencji tematycznej (pyt. 18. powraca do 14. w wywiadzie z Joanną Muchą) lub też powrót następuje pomiędzy różnymi sekwencjami tematycznymi (pyt. 42. i 24., 12. i 7. w wywiadzie z Joanną Muchą; 64. i 15. w wywiadzie z Hanną Gronkiewicz-Waltz). Każdy z tych typów wskazuje na intencje dziennikarza: gdy nalega on na odpowiedź (zwłaszcza gdy już ją otrzyma w tej czy innej formie) w kilku następujących po sobie wymianach, można domniemywać, że pytanie to jest dla niego istotne, bądź też dąży do otrzymania odpowiedzi, którą wcześniej założył. Powrót w ramach tej samej sekwencji tematycznej może mieć podobny do powyższego cel, ale

może także poprzez chwilową, nawet nieznaczną zmianę zagadnienia prowadzić do uśpienia czujności i w efekcie do uzyskania pożądanej odpowiedzi. Powrót do wcześniej podjętej kwestii po sekwencji wymian ogniskujących się na innych zagadnieniach może wskazywać na chęć uśpienia czujności lub wpływać na sposób odbioru rozmowy (np. gdy temat powraca pod koniec wywiadu, może wywołać efekt świeżości, a gdy został on poruszony także na początku, dodatkowo może wzmacniać uprzedni efekt pierwszeństwa).

Druga typologia odnosi się do sposobu zadania pytania nawiązującego do wcześniej podjętych kwestii. Mogą one mieć identyczną formę i treść (określę je jako pytania zduplikowane; pyt. 19. i 17. w wywiadzie z Joanną Muchą dotyczące tego, czy pani minister *czuje się traktowana poważnie*), identyczną treść ujętą w nieco innej formie (pytania sparafrazowane; pyt. 7. i 12. w wywiadzie z Joanną Muchą; jedno mówi o *zadowoleniu opinii publicznej* a drugie o *zaspokojeniu jej oczekiwań*; także pyt. 36. i 19.) oraz odmienną formę, lecz bliskoznaczny wydźwięk (pytania tematyczne; pyt. 42., 24. i 18. w wywiadzie z Joanną Muchą, dotyczące powodów jej mianowania na sprawowany urząd¹⁹⁶). Identyczna lub podobna forma pytań świadczy o wywieranym nacisku w celu otrzymania odpowiedzi, natomiast zmiana formy pytania może służyć uzyskaniu pożądanej odpowiedzi w odmienny sposób, nie wprost, gdy dziennikarz liczy, że w ten sposób uda się podejść rozmówcę.

Technika „mamy cię” polega na tym, iż dziennikarz wypowiada się w sposób sugerujący, że przyłapał rozmówcę na czymś doniosłym: kłamstwie, niespójności wypowiedzi, posiadaniu lub braku wiedzy. Takie pytanie zadaje Joannie Musze Tomasz Machała („Czyli pani wie!”) i odnosi się ono do umiejętności odróżnienia *koronkowej roboty* od *robótek na drutach*. Pytania tego typu, często wzmocnione wykrzyknieniami, przykuwają uwagę, sugerując, że oto zostało powiedziane coś istotnego lub na czymś rozmówcę przyłapano (np. na znajomości *kobiecych zajęć*). Nawet błaha rzecz zdaje się kluczowa, a forma pytania implikuje przekonanie, że rozmówczyni usiłuje ukryć coś, co dziennikarz zdołał ujawnić. Technika ta może poddawać w wątpliwość prawdomówność rozmówcy w innych kwestiach.

Nieco mniej wyrazistymi próbami zakwestionowania autorytetu minister Muchy okazały się pytania odnoszące się do powierzonych jej zadań (**technika przemieszczenia cech**). Tytułowa *twarda ręka* pojawiła się w pytaniu o styl zarządzania i kontrastowała z *szukaniem kompromisu*¹⁹⁷. Odpowiedź, jakiej udzieliła Joanna Mucha, była zgodna z *męską*

¹⁹⁶ „Jak z jednej w wielu posłanek stała się pani jedną z niewielu w rządzie?”; „Pierwsze komentarze po pani nominacji były takie: Donald Tusk znalazł sobie paprotkę, która ma dobrze koło niego wyglądać podczas meczów Euro”; „Na przykład przez posła Tomaszewskiego. Jego wypowiedź o robótkach ręcznych wskazywała, że traktuje panią paprotkowo”.

¹⁹⁷ „Pani styl to jest twarda ręka czy szukanie kompromisu?”.

logiką („W ministerstwie zdecydowanie jest to twarda ręka (...)”) i została przywołana w pytaniu 45. („Rządząc twardą ręką”; komentarz do wypowiedzi, iż Donald Tusk wytypował ją na ministra ze względu na kompetencje uznawszy, że sobie poradzi). Ponieważ badania wskazują, że kobiety zarządzające w *męskim* stylu budzą więcej negatywnych emocji, zastanawiający jest powód tak częstego podnoszenia tej kwestii (kwestia ta pojawia się w tytule oraz dwóch pytaniach). Być może wskazanie, iż pani minister w istocie posiada pewne cechy *męskie* silniej kontrastuje z brakiem postawy czynnego kibica, niż gdyby przejawiała wyłącznie zachowania oczekiwane od kobiet. Z drugiej strony można twierdzić, iż podkreślanie zadaniowego, twardego podejścia może świadczyć na jej korzyść (sama wskazuje, że *trzeba być miękkim w stosunku do ludzi, a twardym w stosunku do spraw*, co odpowiada preferowanym stylom negocjacji i zarządzania). Pytanie, jak postrzegać *miękkie podejście do ludzi*: jako cechę dobrego menadżera, czy też jako *kobiecą słabość*?

Kompetencje podważa również powątpiewanie dziennikarza w sensowność, realność i możliwość realizacji zamierzeń rozmówcy, czyli technika **podważania racjonalności**. W rozmowie z Joanną Muchą (W1/20) dziennikarz dziwi się, że rozmówczyni ma zamiar *zreformować cały system sportu* i pyta: „W cztery lata?”, „Jedną ustawą?”. Zdziwienie i niedowierzanie świadczą o przekonaniu o nierealności zamierzeń. Także komentarz informacji, że minister Mucha nie podpisała wniosku o jej zdaniem nieracjonalne wydanie pieniędzy kierując się dobrem podatników również wpisuje się w tę strategię. Komentarz Tomasza Machały brzmiał: „Może pani powinno leżeć na sercu dobro sportu, a nie podatników”. Podejście dziennikarza ciekawe, gdyż trudno zakładać, by mówił poważnie. Możliwe, że pozorne niedowierzanie i krytyka miały skłonić rozmówczynię do ujawnienia prawdziwych przekonań (tj. trwonienia pieniędzy), co mógłby skwitować techniką „mamy cię”.

Dziennikarze mogą dyskredytować polityków również poprzez odwołanie i skojarzenie z osobami, które władzę już dzierżyły i nie wywiązały się z obietnic. Stosując **technikę niegodnych poprzedników** dziennikarz przyrównuje rozmówcę do osób, które zawiodły, tworząc skojarzenia i asocjacje w umysłach odbiorców. Przykładem jest komentarz obietnicy *dobrych zmian*, wyrażonej przez Joannę Muchę, słowami: „Jest pani kolejnym ministrem, który je obiecuje” (W1/20), porównując ją do poprzedników, którzy niewiele zdziałali. Podobny wydźwięk ma pytanie o brak zmian w resorcie sportu pomimo wieloletnich rządów partii, do której należała ówczesna pani minister. Warto rozważyć, jak porównania do poprzedników odnoszą się do przypisywanego jej braku kompetencji w sytuacji, gdy wcześniej urząd ten sprawowali mężczyźni, a mimo to w resorcie panował bałagan.

Technika dyskredytacji przez płęć bardzo wyraźnie pojawia się z rozmowie z Joanną Muchą (W1/20). Pierwszym przejawem tego, że płęć ma znaczenie, okazało się pytanie 14.: „Jak pani chce wyczyścić stajnię Augiasza? Czy się pani poddaje i, jak powiedział Jan Tomaszewski, zajmie się pani robótkami na drutach?”. Świadczy ono o tym, że istnieją politycy przeciwstawiający zadania kobiece (*robótki na drutach*) zadaniom męskim (uporządkowanie spraw instytucji), dając prymat tym drugim oraz zakładając, że kobieta nie podoła zadaniom męskim i *podda się*. Podobny mechanizm zaobserwowano w pytaniach przywołujących wypowiedź posła Tomaszewskiego: „Na przykład przez posła Tomaszewskiego. Jego wypowiedź o robótkach ręcznych wskazywała, że traktuje panią paprotkowo”; „(...) Czuje się pani traktowana poważnie? Jest pani kobietą, nie zajmowała się pani sportem”. Technika ta pojawia się również w wywiadzie z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą (W30/1012), gdy Piotr Najsztub pytał: „No dobrze, ale czy ma pani też takie klasyczne, męskie ambicje polityczne? Czyli na przykład: chcę być premierem”. Pytanie to zawierało odniesienie do wzorów kulturowych (zob. rozdz. 2.), zgodnie z którymi polityka to dziedzina *męska*, a kobiety są pozbawione cech dobrego polityka. Samo określenie *klasycznie męskie* sugeruje, że są one właściwe mężczyznom od zarania dziejów i kwestionowane w przypadku kobiet. To pytanie zatem było pytaniem o to, czy w ujęciu kulturowym posiada ona cechy mężczyzny, które predysponują ją do pełnienia wysokich politycznych stanowisk.

Dziennikarz może ukierunkowywać rozmowę na tematy niezwiązane z polem działalności rozmówcy za pomocą pytań prywatnych lub osobistych. Jedno z pytań zamykających wywiad z Joanną Muchą dotyczyło *robienia sobie noworocznych obietnic* (W1/20). **Technika relacji koleżeńskiej** sprowadza profesjonalistę do roli znajomego, odwracając uwagę od kwestii merytorycznych i przenosząc punkt ciężkości na prywatne poglądy, wrażenia i przemyślenia. Polityk traci znamiona autorytetu, osoby stojącej ponad jednostkami i cieszącej się poważaniem, a staje się zwykłym człowiekiem, znajomym, którego odbiorca może lepiej poznać. Traci swój publiczny dystans i powagę. Jest to delikatny sposób przedstawienia osoby publicznej jako zwykłego człowieka w miejsce profesjonalisty. Współgra z obserwowanymi trendami politainment, infotainment oraz postępującą mediatyzacją i celebryzacją osób publicznych (zob. Molęda-Zdziech 2013).

W podobny sposób, z pogwałceniem dystansu między politykiem a czytelnikiem oraz zachwianiem autorytetu tego pierwszego zaprezentowana została Małgorzata Szmajdzińska-Sekułą (W30/1012) gdy została zapytana: „Dlaczego pani właściwie nie zachorowała na obsesyjne śledzenie sprawy smoleńskiej, wgrzyzanie się w nią?”. Zdaniem rozmówczyni

prowadziłoby to do *postradania zmysłów* uniemożliwiło lub zaburzało normalne funkcjonowanie; jej zdaniem aktywne włączanie się w tę sprawę nie przynosi ukojenia.

Elementem strategii relacji koleżeńskiej jest **potoczny język**, sprawiający że rozmowa wydaje się bardziej nieoficjalna i bliższa odbiorcy, pozwalający przedstawić dziennikarza jako człowieka podobnego do czytelnika. W pytaniach potoczny język widoczny jest w sposobie rozpoczynania zdań („Że taka świetna?” N12/400; „Co jak co (...)” W1/20), powiedzeniach („trzymać w garści” W1/20; „mieć na głowie” W1/20; „wyjść na zero” W1/20; „porwać się na...” W1/20; „trafia szlag” N12/400; „wdepnąć w coś” W30/1012; „wgryzać się w coś” W30/1012), neologizmach i słowotwórstwie („Na palikociarnię” W30/1012) oraz równoważnikach zdań („Pajacował” N18/592, „Bo?” N18/592). Do przejawów tej strategii można również zaliczyć pytania odnoszące się do uczuć: radości, wiary, zaskoczenia, gniewu, złości czy obaw (np. „Czuje się pani traktowana poważnie” W1/20; „Co panią najbardziej zaskoczyło w Sejmie” W30/1012; „Potocznie mówiąc: nie trafia was szlag...” N12/400), lecz są one nieliczne. Ze względu na podobieństwo do rozmowy *face to face*, wywiad Piotra Najsztuba z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą wydaje się być najbardziej nasycony tą techniką.

W interwencjach ułożonych w sekwencję tematyczną duże znaczenie odgrywa język i zawarte w nim wartościowanie. **Technika gradacji językowej** oznacza, że dziennikarz w swojej interwencji odwołuje się do wypowiedzi rozmówców przy użyciu określeń świadczących o nasileniu lub stopniowaniu. Technika ta pojawia się w rozmowie z Hanną Gronkiewicz-Waltz („Tej skorupy nawet pani nie udało się przebić?” N12/400) i w wywiadzie z Joanną Muchą („Kobiecie na tak wysokim stanowisku jest trudniej?” W1/20).

Dziennikarz może zadawać pytania seryjne: najpierw formułuje tezę, a dopiero gdy rozmówca nie zgadza się z nią lub nie potrafi jej potwierdzić bazując na własnym doświadczeniu, zadaje pytanie ogólniejsze i nienacechowane. W efekcie skojarzenia i asocjacje zostają zaszczerpione w umysłach czytelników (zob. Lakoff 2011), a szkody wizerunkowe wyrządzone. Zabieg ten określam mianem **techniki implicytnego tsunami**. Podobnie jak w przypadku fali portowej, pytania następują kolejno po sobie, powodując zmierzony efekt, a dopiero na końcu pojawia się refleksja nad ich znaczeniem i sensownością, poddaną w wątpliwość przez końcowe, neutralne pytanie otwarte.

Prezydent Warszawy (N12/400) została zapytana o to, jaki jest Donald Tusk. Wydaje się, że kwestia ta zaistniała dzięki wypowiedzi pani prezydent: „(...) Jeżeli człowiekiem rządzą emocje, to może zejść na manowce”, stanowiącej pretekst do pytania: „Wyjątkowo często słyszymy, że Tusk ulega nastrojom”, czego rozmówczyni nie była w stanie potwierdzić („Ja nie wiem, czy to prawda”). Kolejne pytanie brzmiało: „Jest [Tusk] histeryczny, wpada w furie”.

Gdy Hanna Gronkiewicz-Waltz przyznaje, że nigdy tego nie doświadczyła, pojawia się neutralne pytanie: „Jaki jest Tusk?”, które powinno było pojawić się na samym początku w miejsce powtarzania zasłyszanych plotek. Kolejność pytań sprawiła, że to, co miało zostać powiedziane, ujrzało światło dzienne. Takie pytania tworzą wizerunek niezależnie od odpowiedzi, pozwalając uzyskać pożądany rezultat (np. zainteresowanie, podziw, dyskredytację) i tworząc ramę w miejsce sposobności do rzetelnej i swobodnej wypowiedzi.

Pytania dziennikarza mogą również podkreślać kompetencję rozmówców albo dawać im szansę do zaprezentowania się w pozytywnym świetle, co stanowi **technikę ujawniania wiedzy**. Efekt oddziaływania pytań na wizerunek zależy od rzeczywistych kompetencji rozmówcy i nawet merytoryczne pytania mogą okazać się kompromitujące¹⁹⁸. Technika ta wymaga pytań rzeczowych i merytorycznych („Ile pieniędzy wydajemy na sport?” W1/20), sondujących znajomość sytuacji („Jaka część środowiska chce zmian, a jaka chce zachowania status quo?” W1/20) i obowiązków („Co ma pani teraz przede wszystkim na głowie?” W1/20), ekonomii (rentowność inwestycji związanych z Euro2012, W1/20), planowanych działań oraz przewidywania biegu wydarzeń i skutków. Pytania mogą dowodzić wiedzy, umiejętności antycypacji przyszłych wydarzeń i znajomości kontekstu.

Dzięki odpowiednim sugestiom dziennikarz może wskazywać kierunek, w którym powinna się rozwijać kariera polityka, co określe jako **technikę nakreślania przyszłości**. W analizowanym materiale pojawiła się ona w wywiadzie z Hanną Gronkiewicz-Waltz, gdy dziennikarz (z wykorzystaniem strategii powtórzonych pytań) sugerował, jak powinna ona myśleć o swojej karierze (planować z wyprzedzeniem, obrać kierunek na Kancelarię Premiera; N12/400). Kwestia ambicji politycznych pojawiła się w pytaniu bezpośrednim, w pytaniach o plany na przyszłość oraz w sugestii, że narzędzia do realizacji celów na skalę krajową „(...) są w Kancelarii Premiera, a nie w stołecznym ratuszu”. Dziennikarz jasno wskazuje jakim tokiem powinna toczyć się kariera polityczki, a zanegowanie jego wizji byłoby jednoznaczne z odrzuceniem chęci rozwoju politycznego i podważałoby tezę o *ambicji*. Być może dziennikarz liczył, że będąc pod ostrzałem rozmaicie formułowanych pytań rozmówczyni zdradzi swoje rzeczywiste plany. Implikowałoby to założenie o zatajeniu prawdy przez polityczkę oraz utożsamieniu działalności politycznej z ambicjami zajmowania coraz wyższych pozycji.

¹⁹⁸ Przykładem może być pytanie (seria pytań) postawione Grzegorzowi Napieralskiemu jako liderowi SLD w okresie kampanii wyborczej z roku 2011, dotyczące finansów („Czy pan albo pana współpracownicy zrobili wyliczenie ile pana obietnice wyborcze, te zawarte w programie tylko i wyłącznie, będą kosztowały?”, *Fakty TVN* z dnia 19 września 2011 roku, fragment określony jako „Kalkulator wyborczy”, minuty 10:14 – 14:18).

Technika nakreślania scenariuszy odnosi się do sposobu stawiania pytań o przyszłe wydarzenia. Istotny jest typ przewidywanych wydarzeń oraz sposób zadania pytania. Mogą to być wydarzenia konkretne, związane z działalnością publiczną lub życiem prywatnym (np. z czego rozliczona zostanie po Euro minister sportu) lub abstrakcyjne, odnoszące się do systemu, wymagające innego spojrzenia („Potrafi pani wyobrazić sobie sytuację, w której emocje smoleńskie doprowadzają do zmiany władzy?” W30/1012). Wiąże się z tym sposób zadawania pytań: mogą być formułowane rzeczowo i konkretnie, stawiając rozmówcę w roli eksperta („(...) co będziecie [Platforma] robić do końca kadencji? Znów słodki letarg?” N12/400; „Lepsza inna koalicja niż wcześniejsze wybory?” N12/400), lub pytania wolicjonalne, dotyczące nadziei, marzeń, pragnień i oczekiwań, tworzące wizerunek polityka jako biernego obserwatora wydarzeń, pozbawionego wpływu („Nie wołałaby pani, żeby...” W30/1012; „Chce pani przełamywać schematy w sporcie?”; „Wyobraża sobie pani w przyszłości...” N12/400; „Potrafi pani wyobrazić sobie...” W30/1012). Polityczki proszone są o nakreślenie możliwych scenariuszy, nie jedynie o ustosunkowanie się do wizji redaktora.

W repertuarze dziennikarskich technik odnaleźć można również **technikę sugerowania odpowiedzi**, tj. eksplicytne wyrażenie pożądanej odpowiedzi w interwencji dziennikarza. Przykładem było pytanie Piotra Najsztuba w wywiadzie z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą (W30/1012): „Nie wołałaby pani, żeby mąż zginął zamachu niż w przypadkowej katastrofie?”. Podobne pytania pojawiają się w wywiadzie z Joanną Muchą: „(...) Czuje się pani traktowana poważnie? Jest pani kobietą, nie zajmowała się pani sportem” (W1/20).

W repertuarze dziennikarza odnaleźć można również techniki służące ograniczeniu odpowiedzi do minimum lub zachęceniu rozmówcy do szerszej wypowiedzi. Pierwszy zabieg określeń jako **technikę zawężania tematu**. Można do niej zaliczyć krótkie, dotyczące jednej kwestii pytania, wymagające zwięzłej odpowiedzi (również *tak/nie*), często stawiane przy użyciu strategii sugerowania odpowiedzi. Przykład stanowią pytania stawiane Hannie Gronkiewicz-Waltz: „Aborcja to morderstwo?” lub „Związki partnerskie są niedopuszczalne?”. Są one konkretne, zawężają temat i ukierunkowują rozmowę w pożądany sposób. **Technika swobodnej wypowiedzi** natomiast polega na stawianiu otwartych, nienarzucających stylu odpowiedzi pytań (np. jaki jest premier lub nastrój w partii; N12/400).

Zastosowanie presupozycji może potencjalnie zmienić wizerunek rozmówcy, co wykorzystuje **technika apriorycznych założeń**. Joannę Muchę (W1/20) pytano *jak zaspokoi oczekiwania opinii publicznej* sugerując, po pierwsze, że opinia publiczna ma sprecyzowane oczekiwania, które – po drugie – polityczka zaspokoi (pozostaje kwestia: w jaki sposób). Również Hannę Gronkiewicz-Waltz (N12/400) pytano *jaki ma wpływ*

na Donalda Tuska zamiast o to, czy go w ogóle posiada. Małgorzatę Szmajdzińską-Sekułę zapytano czy *teraz lepiej rozumie nastroje i słowa męża* (W30/1012), czyniąc (błędne jak się okazało) założenia odnośnie do zachowań małżonka i poziomu zrozumienia.

W wywiadach pojawiły się również interwencje nasycone metaforami i porównaniami wyrażającymi ocenę, co określam mianem **techniki punktów odniesienia**. Jej przykładem była interwencja dziennikarza w rozmowie z Hanną Gronkiewicz-Waltz: „Ma pani prawo być [zmęczona]. Dwumilionowe miasto to nie jest mała organizacja” (N12/400). Stwierdzeniem tym dziennikarz sugerował, że zarządzanie dużym miastem może być ponad siły rozmówczyni. W wywiadzie z Joanną Muchą padła sugestia: „Pierwsze komentarze po pani nominacji były takie: Donald Tusk znalazł paprotkę, która ma dobrze koło niego wyglądać podczas meczów na Euro” (W1/20), odwołuje się ona do źródeł terminu *paprotka* oraz do jego konotacji, porównując panią minister do kobiet nieistotnych politycznie lecz wizerunkowo.

Z techniką punktów odniesienia wiąże się **technika podkreślania niezwykłości**, polegająca na podkreśleniu, że rozmówczyni jest pierwszą osobą, która coś osiągnęła lub będzie pierwszą, gdy zrealizuje swoje zamierzenia („Być może będzie pani pierwszym ministrem obrony kobietą?” W30/1012; przełamywanie schematów przez Joannę Muchę W1/20).

Stosując **technikę stwierdzenia faktu** dziennikarz zamiast sugerować odpowiedź, otwarcie wyraża własne zdanie. Przykład stanowią interwencje w wywiadzie z Joanną Muchą („Brakuje pani doświadczenia w sporcie” W1/20), Hanną Gronkiewicz-Waltz („Jest histeryczny, wpada w furję”; „Czyli takie administrowanie i ścibolenie” N12/400), Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułę („Co za patologiczna rodzina”; „To nie będzie pani nigdy wybitnym ani wpływowym politykiem” W30/1012) i Joanną Kluzik-Rostkowską („Pajacował” N18/592).

Technika sprzecznych zeznań wykorzystuje wcześniejszą wypowiedź rozmówcy w celu zaprzeczenia lub podważenia słów wypowiedzianych w ostatniej interwencji. Przykładem jest wywiad z Hanną Gronkiewicz-Waltz (N12/400), w którym Tomasz Machała podjął zagadnienie potencjalnego wpływu rozmówczyni oraz osób trzecich na Donalda Tuska. Polityczka przyznała, że jedynie żona (rodzina) ma wpływ na premiera, na którego *nikt z kręgów politycznych nie ma istotnego oddziaływania*. Dziennikarz wysnuł wniosek o nieufności premiera do ludzi z jego otoczenia, a rozmówczyni złożyła to na karb *niezależnego charakteru*. W przedostatniej odpowiedzi prezydentka stwierdziła, że będzie powtarzała premierowi, że osoba na tym stanowisku nie może mówić o *ostatniej kadencji*. Riposta dziennikarza brzmiała: „Mimo iż przyznaje pani, że premier jest człowiekiem niepodatnym na wpływy”. Polityczka jawi się jako uparta i podejmująca działania z góry skazane na porażkę.

Stosując **technikę uznanego eksperta** dziennikarz może budować etos rozmówczyni jako osoby kompetentnej do wydawania sądów o politykach, instytucjach i działaniach. Zabieg ten widać w wywiadzie z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą. („Czy Donald Tusk, jako premier wtedy i dziś, powinien ponieść odpowiedzialność polityczną?”; „Na przykład Jarosław Kaczyński uważa, że Donald Tusk z tego powodu powinien zniknąć z polskiej polityki. A pani?” W30/1012). Strategia ta buduje etos, ponieważ dziennikarz uprawnia rozmówcę do opiniowania i osądzenia.

5.1.5 Strategie rozmówczyń¹⁹⁹

Wypowiedzi rozmówców pełną identyczne funkcje jak wypowiedzi dziennikarzy: mogą przekazywać informacje (funkcja poznawcza), objaśniać kontekst (funkcja eksplikacyjna), wyrażać opinie i oceny (funkcja emotywna). Choć rozmówcy głównie odpowiadają na pytania, czasem również je zadają, a zatem ujawnia się funkcja eksplanacyjna, rozumiana jako dążenie do uwpólniania znaczenia²⁰⁰. W odniesieniu do potencjalnych efektów wywieranych na czytelnika lub rozmówcę można wskazać funkcję informacyjną, ideologiczną i wizerunkową.

Rozmówcy dysponują technikami pozwalającymi kształtować wizerunek, stosowanymi w odpowiedzi na zabiegi dziennikarskie. Przykładem jest **technika przełamывania schematu**, widoczna w wywiadzie z Joanną Muchą. Pojęcie *schematu* odgrywa w nim znaczącą rolę nie tylko w kontekście skojarzeń ze sportem, ale również względem jej działalności politycznej. W odpowiedzi na pytanie dziennikarza czy *chce pani przełamywać schematy w sporcie?* minister podkreśla, iż obowiązuje schemat, zgodnie z którym *sport się ogląda, a nie uprawia, siedząc na kanapie ze szkłem w ręku*, który chce przełamać. Dąży także do zmiany schematów funkcjonujących w instytucjach²⁰¹, w czym jej zdaniem brak doświadczenia może być przydatny, gdyż kwestionuje ona utarte rozwiązania (jak sama twierdzi, dla osób zaangażowanych w sport jest *obietnicą dużych zmian*; zob. też technika przeramowania).

W wypowiedziach polityczek pojawia się również technika, którą można określić mianem **techniki stróża porządku**. Rozmówca w tym przypadku ocenia działania innych, strofuje i krytykuje niewłaściwe zachowania oraz dąży utrzymania ładu i porządku. Przykładem takich zabiegów jest szereg interwencji Małgorzaty Szmajdzińskiej-Sekuły, która przyznaje, że czuje się we własnym klubie dobrze i identyfikuje się z nim (mówi: *moja lewica*), jednak nie

¹⁹⁹ Z uwagi na fakt, że z każdą polityczką przeprowadzono wyłącznie jeden wywiad, jeśli nie będzie to konieczne, w rozdziale tym nie będą podawane ich sygnatury. Zestawienie sygnatur wywiadów znajduje się w rozdz. 5.1.

²⁰⁰ Dziennikarz: „Związki partnerskie są niedopuszczalne?” (funkcja emotywna) Hanna Gronkiewicz-Waltz: „Związki partnerskie w jakim sensie?” (funkcja eksplanacyjna) N12/400 pyt. 8.; Dziennikarz: „Czuje się pani traktowana poważnie?” Joanna Mucha: „Przez kogo?” N1/20 pyt. 17.

²⁰¹ Co z wykorzystaniem strategii powtórzonych pytań podkreśla dziennikarz: „Bo przełamuje pani schemat?”.

jest bierną obserwatką, a wyraża swoje opinie i strofuje kolegów gdy uzna to za konieczne. Z Leszkiem Millerem *odbyła krótką rozmowę na ten temat i poprosiła, żeby raczej się powstrzymywał*. Według niej istnieją kwestie, w których posłowie różnych partii (w tym jej własnej) posuwają się za daleko (np. katastrofa smoleńska²⁰²). Posłanka kształtuje swój wizerunek jako osoby dążącej do kulturalnego dialogu, rzeczowej i opanowanej.

Technika demokratycznego pluralizmu polega na tym, iż rozmówca broni pluralizmu poglądów nawet, jeśli godziłyby one w jego interesy lub były sprzeczne z jego przekonaniami. Piotr Najsztub pozwolił sięgnąć po tę strategię Małgorzacie Szmajdzińskiej-Sekule, pytając: „Byłaby pani za tym, żeby je [próby żartowania z katastrofy] ścigać, karać za nie?”. Rozmówczyni stwierdziła, że odpowiedni stosunek do tej tragedii leży w *sferze dobrego wychowania, jakiejś przyzwoitości, etyki*, lecz nie powinno się stosować środków karnych względem osób, które czynią z katastrofy smoleńskiej temat dowcipu. Również w wywiadzie z Hanną Gronkiewicz-Waltz widać tę technikę gdy polityczka stwierdza: „(...) wolę formę *pani prezydent*. Brzmi dostojniej. Ale każdy ma prawo wyboru”. Podkreśla ona swoje zrozumienie również dla osobowości ludzi: „[j]eden ma charakter introwertyka, a inny jest ekstrawertykiem. Stąd różne reakcje. Musimy się nawzajem akceptować”.

Bliska tej technice jest technika stosowana przez Małgorzatę Szmajdzińską-Sekulę, którą w nawiązaniu do koncepcji współczynnika humanistycznego autorstwa Floriana Znanieckiego określe mianem **techniki humanistycznej**. Polega ona na dążeniu do zrozumienia zachowań zamiast ich oceniania i buduje wizerunek osoby otwartej. Polityczka ta stwierdziła, iż niekoniecznie musi tolerować wszystko co się dzieje w Sejmie, *ale na przykład jest w stanie zrozumieć Leszka Millera, który ostro zareagował* w omawianej sytuacji.

Negatywną strategią, odbijającą się ujemnie na wizerunku (przeciwstawną do dwóch ostatnich, które przejawiają poszanowanie dla innych osób oraz ich poglądów) jest **technika instrumentalizacji**. Rozmówca przyznaje się do instrumentalnego traktowania innych osób i wykazuje brak poszanowania dla odmiennych poglądów. Technikę tę zastosowała Joanna Kluzik-Rostkowska, mówiąc iż minister Kalata nie wiedziała o przygotowywanym programie, ponieważ *do niczego nie była potrzebna*. Jej działania również były ukierunkowane na zysk: „(...) Wiedziałam, że muszę uciec od Samoobrony. Najlepiej do Grażyny Gęsickiej. Bo gdzie są pieniądze europejskie? U Grażyny, w Ministerstwie Rozwoju Regionalnego (...)”.

Technika realistycznego podejścia polega na tym, że zamiast rozwodzić się nad niepewną przyszłością rozmówca skupia się na możliwych i wymiernych w skutkach

²⁰² „(...) kiedy pojawia się temat katastrofy smoleńskiej, też jest mi przykro, gdy nieraz słyszę od swojej lewicy różne komentarze, chichy, śmiechy. PiS też często mocno przegina w swoich reakcjach i języku (...)”

działaniach. Technika ta ujawniła się w wywiadzie z prezydent Warszawy, która sugestie dziennikarza dotyczące zmiany personalnej na stanowisku premiera (które jego zdaniem powinna przejąć) skwitowała: „(...) wszystko może się zdarzyć. Niektórzy zakładają, że w 2012 roku będzie koniec świata. Nie wiem, co będzie jutro, pojutrze. Nauczyło mnie tego życie. Jestem skoncentrowana na tu i teraz”. Odcięła się od insynuacji o bycie karierowiczką jednocześnie wskazując, iż liczy się to, co może zrobić w chwili obecnej: „(...) Mnie interesuje, kiedy będzie więcej żłobków, przedszkoli i będzie się żyło wygodniej w Warszawie”. Również Joanna Mucha sięga po tę strategię, wyjaśniając iż sport wyczynowy stanowi ostatnie ogniwo łańcucha składającego się z *upowszechniania sportu, dobrego wylapywania talentów na najniższym stopniu i dobrej pracy z młodzieżą* oraz w chwili, gdy przedstawiła koncepcję reformowania systemu (odroczone efekty, rozwiązania systemowe, a nie ustawowe).

Technika przewidywania wydarzeń, ekstrapolacji trendów i oczekiwanych zmian kulturowych pozwala rozmówcy zająć pozycję eksperta. Hanna Gronkiewicz-Waltz najczęściej opisuje możliwe scenariusze polityczne używając przy tym takich określeń, jak *nie przypuszczam, sądzę, myślę*. Strategia ta pozwala budować etos rozmówczyni jako osoby zorientowanej w temacie i kompetentnej (**rola eksperta**) w chwili, gdy w wypowiedziach używane są stwierdzenia kategoryczne (np. *jeśli... to...* zamiast *być może, możliwe że...*; *wiem, zakładam* zamiast *wierzę, wydaje mi się, mam nadzieję*, które są właściwe **rola wróżbity**). Prezydent Warszawy przyjmuje rolę eksperta, mówiąc iż „[g]dyby miało dość do wcześniejszych wyborów, **to** lepszym rozwiązaniem byłoby (...)” oraz „(...) **Uważam, że** możemy z PSL przetrwać do końca kadencji, **jeżeli** (...)” [pogrubienia K.S.], chociaż pojawiają się stwierdzenia, iż *ma nadzieję, zobaczymy, czy wydaje się*, właściwe roli wróżbity.

Małgorzata Szmajdzińska-Sekuła prezentuje się jako opanowana i racjonalna dzięki **technice spojrzenia z dystansu**. Nawet na nacechowane emocjonalnie pytanie, czy „Walnie pani wtedy pięścią w stół?” odpowiada spokojnie: „Nie odpowiem dziś. No i muszę trochę powściągnąć emocje, bo jednak zawód prawnika wymaga takiego czasem chłodnego podejścia, bo inaczej bym nie umiała dokonywać rzetelnej analizy”. Polityczka ta nie udziela również odpowiedzi na pytanie o to, „Czy Donald Tusk, jako premier wtedy i dziś, powinien ponieść odpowiedzialność polityczną?” stwierdzając, że „Od tego są wyborcy”. Przykładem zastosowania tej techniki może być także odpowiedź Hanny Gronkiewicz-Waltz na pytanie o wpływ, jaki ma ona na Donalda Tuska: „To pytanie do Donalda Tuska (...)”.

Subiektywizm przeciwstawiany jest obiektywizmowi, podobnie jak wiedza potoczna wiedzy naukowej. To co subiektywne wydaje się bliższe życiu codziennemu, odczuciom, stereotypom, wierze i przekonaniom, natomiast to co obiektywne odwołuje się do wiedzy

naukowej, dowodów, doświadczenia, empirii (neutralne stwierdzenie faktu) i logiki. Z tego względu **technika obiektywizacji** buduje etos rozmówcy jako osoby kompetentnej, eksperta, autorytetu i do niej odwołuje się Małgorzata Szmajdzińska-Sekuła, twierdząc że „trzeba zdobyć się na obiektywizm”. Odcina się ona od przywołanej przez dziennikarza postaci Antoniego Macierewicza, który wydaje się być dla niej symbolem subiektywizmu („Macierewicz i wszystko jasne. Tak nie można o tym myśleć. Trzeba zdobyć się na obiektywizm”).

Bliska obiektywizacji jest **technika racjonalizacji**, polegająca na tym, iż rozmówca manifestuje logiczne myślenie, racjonalność, analizę konsekwencji i wymiernych efektów odcinając się od absurdu, ideologii oraz teorii spiskowych. Podkreśla to Hanna Gronkiewicz-Waltz, mówiąc iż „[w] polityce powinno być więcej racjonalności, mniej nastrojów (...)”. Również Małgorzata Szmajdzińska-Sekuła na pytanie dziennikarza: „Nie wołałaby pani, żeby mąż zginął w zamachu niż w przypadkowej katastrofie?” wskazuje, że jest *rozsądnie myślącą osobą*, która *nie dopuszcza myśli o zamachu, bo to jest kompletny absurd*, a katastrofa w jej przekonaniu była wynikiem *całego szeregu przyczyn, które nakładają się jak kostki domina*. Racjonalizuje ona również działania po katastrofie samolotu prezydenckiego stwierdzając, iż pierwsze błędy mogły „(...) wynikać z szoku, w którym wszyscy byli, mogło się zdarzyć, że organy państwa straciły moc działania (...) jednak z upływem czasu państwo powinno zacząć działać dobrze (...)”. Również Joanna Mucha sięgnęła po tę technikę: zapytana czy będzie zagrzewała piłkarzy do boju, odparła że *nie wie, w jaki sposób wpłynęłoby to na naszych piłkarzy*. Musi się zastanowić co sugeruje, że nie działa pochopnie i rozważa konsekwencje. Do tej strategii zaliczyć można wypowiedzi zawierające takie określenia, jak: *jeśli są ku temu podstawy prawne* (N12/400), *jeżeli nie wykaże się, że* (N12/400), *myślę, że są nieprzewidywalni, a to bywa politycznie kosztowne* (N12/400).

Uszczegółowieniem powyższej techniki jest **technika racjonalnego gospodarowania**, kładąca nacisk na wymierne skutki i korzyści, dążąca do odpowiedzialnego i rozsądnego dysponowania pieniędzmi oraz dbałości o interesy i finanse państwa. Joanna Mucha często sięga po tę technikę: „(...) Nie damy rady osobiście skontrolować każdego wydarzenia, które finansujemy. Ale proszę sobie wyobrazić, że do te pory nie żądano nawet dokumentacji fotograficznej. Słyszałam o dofinansowanych przez ministerstwo zawodach, na których było tylko dwóch zawodników”, „(...) Dla mnie to są pieniądze, które pochodzą z podatków i muszą być wydawane efektywnie. Wszyscy muszą się tego nauczyć. Nie podpisałam wniosku”. Dbłość o wpływy budżetowe manifestuje się również w twierdzeniu, że model biznesowy stworzony przez Narodowe Centrum Sportu byłby *rewelacyjnie dobry na NCS, ale niekoniecznie dla skarbu państwa*, więc jego opracowanie *jest na głowie* Joanny Muchy.

W wywiadzie z Hanną Gronkiewicz-Waltz widoczna jest technika łagodzenia kategorycznych lub kontrowersyjnych wypowiedzi, którą określe jako **techniki nie, ale tak**. Polega ona na tym, że tezę mogącą budzić sprzeciw równoważy się stwierdzeniami przeciwnymi (*Choć nie jestem zwolenniczką karania dla samego karania, to uważam..., Popatrzmy na stan wojenny. Nie popieram skazywania na więzienie osób starszych, ale...*).

Stosując **technikę społecznego dowodu słuszności**, nawiązującą do jednej z zasad wpływu społecznego wymienionych przez Roberta Cialdiniego (Cialdini 2007), rozmówca na poparcie swojej tezy przywołuje opinie lub twierdzenia anonimowych osób. Po tę strategię sięgnęła Joanna Mucha, twierdząc że *wiele osób zaangażowanych w sport mówi mi, że...*. Odmianą tej techniki jest **technika dowodu z autorytetu**, gdy na poparcie tezy wskazuje się imię i nazwisko osoby uznanej za autorytet. Do techniki tej odwołuje się Hanna Gronkiewicz-Waltz, mówiąc iż *może powtórzyć za Margaret Thatcher, że mężczyźni są w polityce często po to, żeby być, a kobiety po to, żeby coś zrobić*.

Pozytywne wrażenie na można wywrzeć sięgając po **technikę otwartej książki**, a zatem przyznając się do niewiedzy lub braku refleksji nad pewnymi kwestiami²⁰³, wyrażając własne zdanie (choćby było niepopularne lub pozornie negatywne²⁰⁴), bądź ujawniając pewne fakty aby być transparentnym (nawet narażając się na krytykę). W założeniu strategia ta ma wywierać pozytywny efekt na odbiorcę przekazu, jednak jego odczytanie może być nie tylko alternatywne, ale wręcz opozycyjne i przynosić rezultat odwrotny od zamierzonego. Przykładem może być odpowiedź Joanny Muchy, iż *nie wszystko może powiedzieć* na temat powodu jej nominacji na ministra, co budzi skojarzenia z grami zakulisowymi i pozwala na domysły²⁰⁵. Ta strategia obejmuje również wyrażanie własnych poglądów na takie kwestie, jak feminizm, aborcja, związki partnerskie (w wywiadzie z Hanną Gronkiewicz-Waltz).

W opozycji do powyższej techniki stoi **technika zamknięcia tematu**. Wypowiedź Joanny Kluzik-Rostkowskiej, iż *o rodzinie nie rozmawia* kategorycznie ucięła temat i wskazała dopuszczalny obszar, który nie obejmuje życia prywatnego. Dała tym samym jasny sygnał, iż chce być postrzegana wyłącznie poprzez dokonania zawodowe.

²⁰³ *jeszcze o tym nie myślałam* (W1/20); *Nie wiem, kim jest Janusz Palikot jako osoba. Nie mam pojęcia, jakich ma ludzi* (N12/400).

²⁰⁴ „Sporą część [pieniędzy wydaje się] bez sensu, w sposób, którego w ogóle nie rozumiem” W1/20; „Wiele osób (...) mówi mi, że najpierw bardzo źle przyjął moją nominację, ale po pierwszych moich krokach i rozmowach ze mną są optymistycznie nastawione (...)” W1/20; „Jeżeli ktoś ode mnie oczekuje postawy czynnego kibica i uważa, że to wypełnia zadania minister sportu, to będzie moją osobą rozczarowany” W1/20 oraz oddanie sprawiedliwości poprzednikom, gdy Joanna Mucha twierdzi, że sukces na olimpiadzie w Londynie będzie ich sukcesem.

²⁰⁵ Dalej wskazuje powody nominacji: ciekawe pomysły, wizerunek, dobra ocena w badaniach i wynik wyborczy.

Polityk może posłużyć się **techniką ujawniania motywacji** w celu wyjaśnienia kierujących nim powodów. Technika ta buduje etos rozmówcy gdy podkreśla on, że rozpoczął działalność polityczną aby dokonać zmian i wpłynąć na poprawę jakości życia. Wspominała o tym Hanna Gronkiewicz-Waltz przytaczając słowa Margaret Thatcher, iż *kobiety są w polityce po to, by coś zrobić* oraz mówiąc, że liczy się to, *kiedy będzie więcej żłobków, przedszkoli i będzie się żyło wygodniej w Warszawie*. W wywiadzie z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą czytelnik dowiaduje się (co może wpływać negatywnie na wizerunek), że główną motywacją do tego, by zostać posłanką, była nie tyle chęć wywołania realnej zmiany w życiu ludzi, ale motywacja indywidualistyczna: została posłanką *dla niego [męża] i dla tych ludzi, którzy mnie bardzo do tego namawiali* (nie wiadomo kim były te osoby). W dalszej części jednak stwierdza, iż zamiast myśleć w kategoriach ambicji, rozważa *raczej czy będzie w stanie zrobić coś dobrego, pożytecznego jako poseł*. Joanna Kluzik-Rostkowska o swojej motywacji mówi jak o nagłej zachciance: *I nagle błysk: a może ja też zajęłabym się polityką? Lubię nowe wyzwania, Znudziło mi się dziennikarstwo – zakomunikowałam – chcę spróbować w polityce*. Działalność polityczna jest realizacją jej widzi mi się, a nie aktywnością *pro publico bono*, co nie sprzyja jej wizerunkowi, zwłaszcza że wielokrotnie podkreślała swoje bliskie relacje z politykami oraz to, że np. „Lech [Kaczyński] czuł się za nią odpowiedzialny”. Wydaje się, że jej kariera rozwijała się ze względu na koligacje, nie zaś zasługi.

Rozmówca, podobnie jak dziennikarz, może posłużyć się **techniką ujawniania wiedzy**: udzielenie konkretnej odpowiedzi na merytoryczne pytanie świadczy o orientacji w temacie. Technikę tę zastosowała Joanna Mucha informując ile pieniędzy wydawanych było na sport (*około miliarda*), skąd pieniądze te się brały (*On [miliard] jest w różnych miejscach: w budżecie, w funduszach, jest jeszcze w tym roku duża pula związana ze Stadionem Narodowym*) oraz jak są wydawane (*Duża część tych pieniędzy wydawana jest akcyjnie. Organizowany jest np. Bieg ku słońcu*). Technikę tę stosuje również Małgorzata Szmajdzińska-Sekuła wspominając o marynarce wojennej oraz problemach wojsk lądowych.

Zgodnie z **techniką podkreślania kompetencji** rozmówca wskazuje swoje atuty, predysponujące go do zajmowania danego stanowiska lub pełnienia danej funkcji. Joanna Mucha stwierdziła: *moim atutem jest to, że jestem po zarządzaniu. Umiem ludzi prowadzić*. Pośrednio wskazała na niezależność myślenia, niepoddawanie się presji i dążenie do celu²⁰⁶

²⁰⁶ „(...) zaproponowano mi podpisanie wniosku o 100 tys. zł, który moim zdaniem był bezsensowny. Usłyszałam, że jeśli tego nie zrobię, to pieniądze przepadną. (...) Dla mnie to są pieniądze, które pochodzą z podatków i muszą być wykorzystywane efektywnie. Wszyscy muszą się tego nauczyć. Nie podpisałam wniosku”

oraz przekuła brak doświadczenia w atut²⁰⁷. Pewne cechy osobowe (rzeczowość) podkreśla się pośrednio, poprzez skupienie uwagi na konkretach, jak miało to miejsce w przypadku prezydent Warszawy („Spytałabym konkretnie: co pani zamierza zrobić w tym roku? Co panią interesuje?”). Małgorzata Szmajdzińska-Sekuła podkreśliła natomiast umiejętność krytycznego myślenia: (*nie jestem taką małą, bezradną kobietką, której można kit wcisnąć*) oraz ambicję.

Istotne wizerunkowo jest personalne lub merytoryczne podejście do problemu. Technika ta, którą określe mianem **techniki oddzielania ludzi od problemu**, uwidacznia się w wywiadzie z Joanną Muchą, gdy twierdzi ona, iż *ma zamiar walczyć o coś, a nie z kimś* oraz gdy wskazuje, że „[w] teorii negocjacji mówi się, że trzeba być miękkim w stosunku do ludzi, a twardym w stosunku do spraw”.

Technika przeramowania polega na zmianie ramy narzuconej przez dziennikarza. Stosuje ją Joanna Mucha: gdy dziennikarz mówi o *przegranej wojnie z tabloidami* w kontekście stawianych jej oczekiwań, polityczka redefiniuje tę kwestię, mówiąc iż *nie traktuje tego [dokonywania zmian] jako walki, ale jako próbę poukładania stron bez wychodzenia na wojnę*. Przekuła ona również brak doświadczenia w zaletę, podkreślając swoje świeże spojrzenie²⁰⁸. Również Hanna Gronkiewicz-Waltz zmienia ramę dziennikarza, wedle której relacja Platformy Obywatelskiej i Kościoła jest *wojną*: „Nie oceniam tego jako wojny. To komentatorzy lubią takie bojowe słowa”. Strategia przeramowania pozwala dostrzec inny aspekt problemu i może przynosić odmienne skutki w zależności od oczekiwań stawianych politykom. Jeśli w kulturze dominuje przekonanie, że wojna i walka są wpisane w działalność polityczną (polityk jako osoba odważna, silna, waleczna, skuteczna), to działania na rzecz kooperacji, współpracy, pokojowych rozwiązań i deliberacji mogą odejmować powagi i stwarzać wrażenie, że rozmówca jest niewłaściwą osobą na niewłaściwym miejscu. Z drugiej strony, konsekwentne przeramowania mogą prowadzić do akceptacji nowych definicji i włączenia ich do kanonu cech polityka, co w dłuższej perspektywie przynieść wymierne efekty społeczno-kulturowe.

Pokrewna wydaje się **technika sprostowania**, polegająca na sprostowaniu zarzutu stawianego przez dziennikarza. Tomasz Machała zapytał Joannę Muchę: „Mówi pani, jakby przed panią rządzili ministrowie nie z PO, ale z opozycyjnej partii. Dlaczego oni tego nie zmienili?”. Otrzymał odpowiedź, iż poprzednicy skupiali uwagę na Stadionie Narodowym jako inwestycji oraz przygotowaniu mistrzostw Europy w piłce nożnej, co zdaniem pani minister

²⁰⁷ „Naprawdę mam poczucie, że w tym resorcie brak doświadczenia jest zaletą, a nie wadą. (...) wszyscy się przyzwyczaili. A ja wiele rozwiązań kwestionuję (...)”, „(...) szybko się uczę (...)”.

²⁰⁸ „(...) mam poczucie, że w tym resorcie brak doświadczenia jest zaletą, a nie wadą. Tu funkcjonują relacje, schematy niezmienniane czasem od kilkunastu lat. Wszyscy się przyzwyczaili. A ja wiele rozwiązań kwestionuję. Dużą część wymyślam od nowa” gdyż „(...) jestem z zewnątrz i kwestionuję rzeczy (...) uważane za oczywiste”

wymagało olbrzymiego nakładu pracy. Jej zadanie to jedynie *sprawdzanie tych inwestycji, a nie ich prowadzenie*. Dziennikarz sugerował także, że „Donald Tusk znalazł paprotkę, która ma dobrze koło niego wyglądać podczas meczów Euro”. Posługując się omawianą techniką Joanna Mucha podsumowała: „Ta osoba, która miałaby dobrze wyglądać przy premierze i dobrze się prezentować podczas Euro, musi też rozliczyć blisko dwumiliardową inwestycję. (...) Nie mam w najmniejszym stopniu poczucia, że mam zajmować się dobrym wyglądem (...) Są potrzebne kompetencje ekonomiczne i prawne A nie wygląd”.

Rozmówca może poinformować o zamiarze lub podjęciu działań uznanych za ambitne, trudne lub wymagające. **Technika wysokiej poprzeczki** stosuje Joanna Mucha, która *ma nadzieję*, iż uda jej się w dwa lata zreformować system sportu i zmienić oczekiwania opinii publicznej oraz schematy ministerialne. Technika ta wyrządzi szkodę wizerunkową jeśli zamiary okażą się nierealistyczne, jeśli jednak są one trudne, acz możliwe do zrealizowania, rozmówca może zaprezentować się jako ambitny, oddany sprawie i odważny polityk.

Podkreślenie posiadanej wiedzy, zrozumienia świata i poszanowania dla autorytetów stanowi sedno **techniki refleksji filozoficznej**. Zakłada ona, iż wizerunek człowieka budowany jest nie tylko w odniesieniu do meritum (techniki racjonalistycznego podejścia, racjonalizacji i ujawniania wiedzy), ale również za pomocą ogólniejszych, filozoficznych wypowiedzi. Po takie stwierdzenie sięgała Joanna Mucha wskazując, że ten, *kto prowadzi swoje życie, oglądając się na oczekiwania innych, jest osobą tragiczną w jej odczuciu*. Ta sama polityczka na pytanie, czy *czuje się traktowana poważnie na przykład przez posła Tomaszewskiego*, odrzekła: „Eleanor Roosevelt kiedyś powiedziała: *Nikt nie może cię dotknąć, jeżeli sam mu na to nie pozwolisz*. To cały komentarz”. Zaprezentowała się jako osoba czytana, nie wdająca się w utarczki personalne, potrafiąca myśleć abstrakcyjnie.

W zależności od przyjętej strategii, rozmówca może budować wizerunek eksperta lub znajomego. **Strategia budowania dystansu** ma na celu stworzenie wizerunku profesjonalisty, autorytetu zdystansowanego od czytelnika. Przejawia się ona dbałością o język wypowiedzi (wymiar językowy: profesjolekt, polszczyzna literacka, wyrazy nienacechowane, ograniczenie języka potocznego) oraz unikaniu tematów niezwiązanych z polem działalności politycznej (wymiar tematyczny: unikanie tematów prywatnych). **Strategię niwelowania dystansu** natomiast cechuje język potoczny (kolokwializmy, wyrazów nacechowane, neologizmy, słowotwórstwo) oraz podejmowanie zagadnień ze sfery prywatnej. Celem jest zbudowanie wizerunku osoby podobnej do czytelnika, być może z podobnymi problemami i przeżyciami, mówiącej podobnym językiem, swojskiej, a przez to lubianej (Cialdini 2007).

W wywiadach z Joanną Muchą strategia niwelowania dystansu w wymiarze językowym pojawia się sporadycznie (w powiedzeniach *być na głowie*, *wyść na plus*), rozmówczynie starała się jednak unikać potocznej polszczyzny i posługiwać się jej odmianą literacką, a zatem skłaniała się do strategii budowania dystansu. Podobnie czyniła Hanna Gronkiewicz-Waltz, choć pojawiły się takie sformułowania, jak *nie mieć pojęcia*, *zejść na manowce* i *dreptać w miejscu*. W wywiadzie z prezydent Warszawy pojawiły się jednak terminy: *modernizacja* i *spowolnienie gospodarcze*, nieobecne w żadnym innym wywiadzie. Przeciwnie do Joanny Muchy i Hanny Gronkiewicz-Waltz, które obrały strategię eksperta, w pozostałych dwóch wywiadach dominowała strategia koleżeńska. Małgorzata Szmajdzińska-Sekuła regularnie posługiwała się stylem potocznym (*kupy się nie trzyma*, *dzieje się na lapu-capu*, *wcisnąć kit*, *to mnie nie bierze*, *mieć po dziurki w nosie*, *dawać do pieca*, *jest powalające*). Również Joanna Kluzik-Rostkowska nie stroni od potoczizmów²⁰⁹, a wywiad z nią jest najbardziej potoczny.

Strategii budowania i niwelowania dystansu w wymiarze językowym przejawiają się także w budowie zdań. Joanna Mucha i Hanna Gronkiewicz-Waltz dbały o brzmienie wypowiedzi: ich zdania były krótsze, sprawiały wrażenie rzeczowych i konkretnych. Wypowiedzi Małgorzaty Szmajdzińskiej-Sekuły były dłuższe i swobodniejsze, na co mogły mieć wpływ pytania oraz styl rozmowy dziennikarza. W wywiadzie tym Piotr Najsztub dość często sięgał po pytania zachęcające do swobodnej wypowiedzi („Jakieś ślady nienawiści dostrzegła pani w parlamencie?”) i stosował komentarze jako zachętę do dalszych wynurzeń²¹⁰.

Tematyczny wymiar omawianej strategii przejawiał się w chęci do omawiania prywatnych przekonań i doświadczeń. Joanna Mucha minimalizowała dystans mówiąc, iż *robiła serwetki* [na szydelku] *jako dziecko* i że to *jest bardzo uspokajające i dobrze robi na nerwy*. Pojawia się tu odniesienie emocji i sposobów radzenia sobie z nimi. Joanna Mucha przyznaje także, iż *Nowy Rok zawsze pisze wielkimi literami. Bo podchodzi do niego z szacunkiem*, a *obietnic* [noworocznych] *nie składa sobie raz na rok. Robi to codziennie*, dzięki czemu minimalizuje dystans pomiędzy nią a czytelnikiem. Do tej strategii zaliczyć można również dyskusję z Hanną Gronkiewicz-Waltz o cechach charakteru (o niezależności Donalda Tuska i o tym, że ona *sama czasami się denerwuje*) i emocjach: radości (*cieszę się, że wygraliśmy* N12/400) i zdziwieniu (*dlatego dziwi mnie*). Również Małgorzata Szmajdzińska-Sekuła przyznaje, że *jest jej przykro* gdy słyszy żarty z katastrofy, w której zginął

²⁰⁹ *i nagle błysk*, *internet hula*, *być od czarnej roboty*, *napaść prezydenta* (w rozumieniu: odwiedzić), *wyciągnąć z kapelusza*, *wezwać na dywanik*, *zagrać na nosie*, *kumpel*, *upchnąć*, *robota*, *pogadać*, *wykombinować*, *kasa*, *wkurzyć się*, *obciach*, *zalatwić*, *zbałamucić*

²¹⁰ „Na palikociarnię”; „Powieś żartobliwe: nie bójmy się niemieckich patroli na naszym wybrzeżu”; „Więc jedne organy, cywilne, zakończyły i powiedziały: były nieprawidłowości, zarzutów nie będzie”

jej mąż a Joanna Kluzik-Rostkowska *myślała że zwariuje*. Tematyka prywatna dominuje w rozmowie z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą: posłanka nawiązuje do męża (*Nam, rodzinom ofiar*), relacji z rodziną (*Będę fantastyczną babcią!*) oraz opowiada o własnych pasjach („(...) staram się chodzić do opery, którą kocham, chodzić na koncerty rockowe, które też kocham”).

Rozmówcy mogą sięgać po figury słów i myśli by wydać się inteligentnymi, jednak **technika kwiecistego języka** pojawia się w wywiadach sporadycznie. Małgorzata Szmajdzińska-Sekuła sięgała po **ironię**²¹¹, a Hanna Gronkiewicz-Waltz po **metaforę**, porównując partię do pojazdu: kierowany przez nieodpowiednią osobę może ulec wypadkowi.

5.1.6 Problematyka płci w wywiadach

Do kwestii płci powracano w wywiadach z polityczkami wielokrotnie, a odwołania te służyły różnym celom. Płeć wciąż wydaje się mieć znaczenie jako czynnik wpływający na decyzje wyborców i odróżniający kandydatów. Małgorzata Szmajdzińska-Sekuła stwierdziła, że kandydując do Sejmu *wszystkim od początku tłumaczyła, że jest inną osobą, o innym temperamencie, innym charakterze, kobietą* [podkreślenie – K.S.].

Płeć posłanek stanowiła przesłankę dla zakwestionowania kompetencji i wiedzy, poddania w wątpliwość motywów powierzenia kobietom określonych stanowisk i funkcji, wnioskowania o cechach osobowych, ambicjach i planach zawodowych oraz umniejszenia ich politycznego znaczenia. Podjęto również problem pogodzenia ról rodzinnych z politycznymi i różnicy pomiędzy działalnością polityczną kobiet i mężczyzn. W wywiadach pojawiły się również twierdzenia pozwalające na wskazanie stereotypu kobiety.

5.1.6.1 Płeć jako przesłanka dla kwestionowania kompetencji i wiedzy

W wywiadzie z Joanną Muchą padło pytanie, czy *czuje się traktowana poważnie?* (odpowiedziała rzeczowo: „Przez kogo?”), w dalszej części wyjaśniając: „Na przykład przez posła Tomaszewskiego. Jego wypowiedź o robótkach ręcznych wskazywała, że traktuje panią paprotkowo”. Odpowiedziała elokwentnie: „Eleanor Roosevelt kiedyś powiedziała: *Nikt nie może cię dotknąć, jeżeli sam mu na to nie pozwoli*sz. To cały komentarz”, co dla dziennikarza okazało się niewystarczające. Kontynuował wątek: „Zostawiając posła Tomaszewskiego. Czyje się pani traktowana poważnie? **Jest pani kobietą** [podkreślenie – K.S.], nie zajmowała się pani sportem”. Jak widać, płeć w dalszym ciągu pozostaje czynnikiem różnicującym –

²¹¹ „Wydaje mi się, że kilka okrętów jest nam potrzebnych. Chyba mieszkamy nad Bałtykiem, o ile się nie mylę”, „Nie bardzo rozumiem, czego miałyby dotyczyć to *zdanie egzaminu*? Tego, że fantastycznie zabezpieczono dowody, czy tego, że sprowadzono wrak samolotu do kraju, czy tego, że nie dopuszczono do wybijania okien w samolocie, że złodzieje nie kradli różnych elementów pochodzących stamtąd, że nie było problemów z sekcjami?”

trudno sobie wyobrazić, by mężczyźnie zadano podobne pytanie, nawet gdyby pełnił funkcję ministerialną w *miękkich* resortach (zob. rozdz. 2.2.7.). Bycie kobietą implikuje niekompetencję w dziedzinach uznawanych za męskie (w tym ze sportem), a umiejętności, wiedza, doświadczenie i kwestie merytoryczne spychane są na dalszy plan.

W rozmowie z Hanną Gronkiewicz-Waltz dziennikarz sugeruje, że rozmówczyni może być zmęczona sprawowaniem władzy²¹² mówiąc, że „[ma] pani prawo być. Dwumilionowe miasto to nie jest mała organizacja”. Warto prześledzić, czy mężczyźnie-politykowi zadano kiedykolwiek podobne pytanie – jego brak mógłby oznaczać, że kobieta z racji swojej płci ma prawo być zmęczona, a polityka jest ponad jej siły. Pytanie to ujawniło również wciąż obecny podział na pozycje właściwe kobietom – niższe (tutaj: mała instytucja), z którymi będą one w stanie sobie poradzić oraz wyższe, wymagające większego wysiłku (np. zarządzanie stolicą), które mogą je przerastać. Pomimo rzeczowości rozmowy, wyraźnych poglądów rozmówczyni oraz podejmowanych kwestii, wciąż widać przekonanie, że kobieta niekoniecznie poradzi sobie w dziedzinach, które dotąd leżały w gestii mężczyzn. Pytanie to, jako jedno z niewielu w tym wywiadzie (współ z pytaniem o ambicję), może zostać odczytane jako podważające kompetencje polityczki i kwestionujące zasadność jej startu w kolejnych wyborach. Riposta polityczki była rzeczowa: „Gdybym czuła się zmęczona, tobym nie startowała po raz drugi”.

5.1.6.2 *Motywy powierzenia kobietom określonych stanowisk i funkcji oraz ich obejmowania*

Kwestia bycia paprotką powracała w wywiadach kilkakrotnie: „Pierwsze komentarze po pani nominacji były takie: Donald Tusk znalazł paprotkę, która ma dobrze koło niego wyglądać podczas meczów na Euro”. Sugerowano, że to wygląd Joanny Muchy miał przesądzić o nominacji, jednak ucięła ona spekulacje, mówiąc: „(...) Tutaj są potrzebne inne kwalifikacje niż wygląd. Nie mam w najmniejszym stopniu poczucia, że mam zajmować się dobrym wyglądem. Tu naprawdę jest dużo pracy. Są potrzebne kompetencje ekonomiczne i prawne. A nie wygląd”. Nominacja kobiety na wyższe stanowisko budzi zainteresowanie, czemu dał wyraz Tomasz Machała, pytając: „Jak z jednej z wielu posłanek stała się pani jedną z niewielu w rządzie?”. Rozmówczyni podsyciła zainteresowanie, mówiąc, iż *nie wszystko może na ten temat powiedzieć*, co zdaniem dziennikarza *brzmiało tajemniczo*. Choć czytelnik dowiaduje się, że budowała ona swoją pozycję zgłaszając *ciekawe i niekonwencjonalne pomysły* i przekonując decydentów do swoich kompetencji, a istotne były również sondaże opinii publicznej i wysoki wynik wyborczy, pozostaje pytanie to co, czego polityczka nie mogła ujawnić.

²¹² Wywołana wypowiedzią: „Nie jest zmęczona [czterema latami rządów] i nie powinna być, jakby pan mnie zapytał, czy jestem zmęczona po pięciu latach, to odpowiedziałabym, że nie”.

W wywiadzie z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą pojawił się motyw działalności wolitwnej jako schedy po mężu. Dziennikarz dopytuje, czy rozmówczyni *została posłanką dla męża?*, co pozwala przejść do kwestii motywacji do włączenia się w politykę i startu w wyborach. Rozmówczyni przyznaje, że „Tak pół na pół, dla niego i dla tych ludzi, którzy mnie bardzo do tego namawiali”. Wynika z tego, iż główną motywacją nie była indywidualna chęć działania, własne pasje ani zapał, lecz wspomnienie męża i namowy osób trzecich. Jak wskazują badania (zob. rozdz. 2.), kobiety często obierają polityczną ścieżkę właśnie ze względu na wspomniane czynniki.

W wywiadzie z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą dziennikarza interesowało również, czy „(...) nie pojawia się taka myśl: >>Zostałam posłanką, bo okręg męża, bo jestem wdową smoleńską<<”, na co odpowiedź była rzeczowa: „Ależ mogli mnie nie wybierać! (...)”. Dla posłanki jej wynik wyborczy był dowodem na poparcie społeczeństwa i nie odnosił się do katastrofy ani utraty męża. Dziennikarz sugerował również, że jej elekcja mogła być swego rodzaju *zadośćuczynieniem*, ale posłanka przyznała, że *nie odbierała tego tak*. Wydaje się, że jeśli istnieje wytłumaczenie obecności kobiety w polityce inne niż posiadane przez nią kompetencje, zostaje ono podchwyczone.

Joanna Kluzik-Rostkowska nie startowała w wyborach za namową otoczenia ani nie została włączona do partii w celu poprawy wizerunku. Myśl o działalności politycznej pojawiła się nagle, gdy obmyślała projekt książki: „(...) I nagle błysk: a może ja też zajęłabym się polityką? (...)”. To ona poszukiwała partii, w której szeregi mogłaby wejść, a za niehonorowe uznała zwrócenie się do – jak sama go określiła – *kumpla*, którym był Donald Tusk. O swoich planach związanych z polityką postanowiła porozmawiać z Jarosławem Kaczyńskim, z którym łączyła ją bardziej formalna relacja i który mógłby jej odmówić, nie czując się przy tym niezręcznie. Podkreślić należy fakt, iż to rozmówczyni podjęła decyzję o chęci uczestnictwa w polityce: „Znudziło mi się dziennikarstwo – zakomunikowałam – chcę spróbować w polityce. przedstawiłam plan (...)”. Kariera Joanny Kluzik-Rostkowskiej nie była karierą „wbrew woli”, lecz to ona sama i jej świadome decyzje popchnęły ją w tym kierunku.

Dalsza kariera tej polityczki przebiega zgodnie z wnioskami z badań (zob. rozdz. 2.). Joanna Kluzik-Rostkowska nie przejawiała chęci do zajmowania czołowych pozycji ani sprawowania kluczowych funkcji, oferując wsparcie „od zaplecza”²¹³. Nie domagała się stanowisk, lecz były jej one oferowane lub narzucane (nie skonsultowano z nią pomysłu mianowania jej szefową klubu) a ona sama często nie potrafiła odpowiedzieć na pytania o to,

²¹³ „(...) Daj mi nośne nazwisko [na pełnomocnika ds. kobiet i rodziny – K.S.], ja mogę być od czarnej roboty”

czy będzie pełniła jakąś funkcję²¹⁴. Zdarzyło się również, że otrzymywała posadę po interwencji odpowiednich osób, które czuły się za nią odpowiedzialne²¹⁵, co wskazuje na postrzeganie jej jako protegowanej, którą należy wspomóc i za którą należy się wstawić.

5.1.6.3 Wnioskowanie o cechach osobowych, ambicjach i planach zawodowych

W pewnym sensie o cechach osobowych i planach można wnioskować na podstawie przekonań. W tym kontekście w wywiadzie z Hanną Gronkiewicz-Waltz padło pytanie, czy jest ona feministką, co to oznacza i do myśli której z kobiet – Danuty Wałęsy czy Kazimiery Szczuki – jest jej poglądom bliżej. Z odpowiedzi rozmówczyni wyłonił się obraz kobiety dążącej do równego traktowania przedstawicieli obu płci, zwolenniczki parytetów, której poglądy zbliżone są bardziej do Danuty Wałęsy. To z pozoru proste pytanie ujawniło kluczową, acz rzadko artykułowaną tezę, zgodnie z którą nie ma jednego feminizmu, lecz istnieją rozmaite jego odmiany, czasem sprzeczne.

W kontekście feminizmu w wywiadzie z Hanną Gronkiewicz-Waltz pojawiło się pytanie odnoszące się do kwestii aborcji i związków partnerskich²¹⁶: Pytania te, pozornie oderwane od poprzednich, w istocie łączą idee feministyczne, w obrębie których pojawiają się przekonania, że aborcja jest naturalnym prawem kobiety, a osoby homoseksualne powinny posiadać identyczne prawa jak heteroseksualne. Hanna Gronkiewicz-Waltz dystansuje się nie tylko wobec żeńskich form językowych, lecz także względem aborcji (*aborcja jest odebraniem człowiekowi życia*) i ustawy o związkach. Feminizm w rozumieniu pani prezydent oznacza zatem równe traktowanie *w różnych dziedzinach życia*, lecz częściowo zachowuje tradycyjne poglądy w odniesieniu do języka i kwestii moralnych (aborcji i związków partnerskich). Dzięki jej przekonaniom możemy wnioskować o cechach osobowych, wskazując na to, iż działa ona w ramach obecnego systemu i nie dąży ona do jego radykalnej zmiany (zob. rozdz. 2.2.3.).

W kontekście wzorów osobowych, cech i zamierzeń pojawia się odniesienie do autorytetów: „Zdjęcie Żelaznej Damy u pani na ścianie to tylko pamiątka, czy wzór?”. Hanna Gronkiewicz-Waltz wyjaśniła, iż jest to *pamiątka i podziw dla sposobu funkcjonowania kobiet w polityce, funkcjonowania racjonalnego, zadaniowego, bez lęku, po to, żeby coś zrobić*. Odpowiedź ta nie tylko potwierdza obserwacje odnotowane w literaturze przedmiotu (zob. rozdz. 2.3.), ale również wskazuje na zadaniowe podejście rozmówczyni.

²¹⁴ „(...) Spojrzał na mnie. >>A ty – zapytał – nie chcesz być pełnomocnikiem?<<. >>Mogę<<”; „(...) >>Na razie – powiedział – zostaniesz wiceministrem pracy w polityki społecznej (...) a potem zdecydujemy, czy wracamy do urzędu pełnomocnika, czy nie>>”; „Dzwoni: Wicie – Kluzik – rozumiecie, będziecie minister”.

²¹⁵ „(...) Lech czuł się za mnie odpowiedzialny (...)”

²¹⁶ „Aborcja to morderstwo?”, „Związki partnerskie są niedopuszczalne?”.

W rozmowie o zawodowych planach na przyszłość Hanna Gronkiewicz-Waltz ujawniła różnicę w myśleniu kobiet i mężczyzn – mężczyzna jej zdaniem czyni plany w dalszej perspektywie czasowej (dziennikarz pytał o plany na najbliższą dekadę), kobieta zaś ogniskuje uwagę na konkretach i na tym, co zdoła zrobić w najbliższym czasie (spytałaby „(...) konkretnie: co pani zamierza zrobić w tym roku? Co panią interesuje?”). Różnice w myśleniu odzwierciedlają się zatem w zadawanych pytaniach („To jest pytanie typowe dla mężczyzn. Żadna kobieta takiego by nie zadała”).

Zarówno Małgorzata Szmajdzińska-Sekuła, jak i Hanna Gronkiewicz-Waltz zapytane zostały o stosunek do fotelu premiera, plany i ambicje polityczne, jednak w rozmowie z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą Piotr Najsztub odwoływał się wprost do zakorzenionych w kulturze przekonań, pytając: „No dobrze, ale czy ma pani też takie klasyczne, męskie ambicje polityczne? Czyli na przykład: chcę być premierem”. W tej widoczne jest założenie, że dążenie do awansu i sprawowania najwyższych urzędów państwowych jest właściwe mężczyznom. Rozmówczyni dążyła do rozdzielenia ambicji politycznych od podziałów płciowych twierdząc, że *każdy polityk, który idzie do tej roboty, powinien takie ambicje mieć*. Jednocześnie przyznała: „Za często nie myślę o sobie w takich kategoriach [bycia premierem – K.S.], raczej czy będę w stanie zrobić coś dobrego, pożytecznego jako poseł (...)”. Podobnie tak jak Hanna Gronkiewicz-Waltz, Małgorzata Szmajdzińska-Sekuła wskazała cel swojej politycznej działalności – chęć dokonania czegoś, a nie sam fakt sprawowania władzy. W przeciwieństwie jednak do prezydent Warszawy, stwierdziła: „Różne rzeczy w życiu się dzieją, można też nawet być prezydentem”²¹⁷. Usłyszawszy to, dziennikarz zaczął dążyć do uzyskania bezpośredniej deklaracji dotyczącej zajmowania wspomnianej pozycji. Wydaje się, że aspiracje kobiety do pełnienia *klasycznie męskich* ról są nienaturalne i wymagają wyraźnej deklaracji.

5.1.6.4 Różnica pomiędzy działalnością polityczną kobiet i mężczyzn

Z perspektywy niniejszej pracy istotna jest kwestia różnic w działalności politycznej kobiet i mężczyzn. W wywiadzie z Joanną Muchą (W1/20) padło pytanie, czy *kobiecie na tak wysokim stanowisku jest trudniej?* Pani minister przyznała, że „[w] sensie zawodowym, wypełniania swoich obowiązków, nie ma to żadnego znaczenia (...)”. Odpowiedź minister nie dziwi – wedle ustaleń badaczy (zob. rozdz. 2.2.) kobiety na wysokich stanowiskach nie dostrzegają przeszkód i nie uważają, by należało ułatwiać karierę innym kobietom. Są przekonane, że podobnie jak im, uda się to również innym kompetentnym kobietom.

²¹⁷ Dziennikarz: „Rozumiem, że nie wyklucza pani walki o prezydenturę?”, Małgorzata Szmajdzińska-Sekuła: „Dlaczego mam wkluczać? Nie wykluczam”.

Ambicja i chęć odniesienia sukcesu, utożsamiane z planowaniem i strategią, kojarzone są z mężczyznami. Hannę Gronkiewicz-Waltz zapytano o *wyobrażenia o przeprowadzce z ratusza do Kancelarii Premiera*, a dziennikarz zdumiał się, że rozmówczyni nie planuje kariery w dłuższej perspektywie. Nie tylko podważył jej ambicje („To nie oznacza, że jest pani pozbawiona ambicji?”), ale również ujawnił sposób planowania politycznej kariery – w długiej perspektywie czasu („W dekadzie? Ja nie planuję życia w takiej perspektywie (...)”, odparła pani prezydent). Rozważania dotyczące planów i ambicji ujawniają jeszcze jeden aspekt. Odmienne od stereotypów płci, to prezydent Warszawy wykazała się większą rzeczowością niż dziennikarz, a prawidłowość ta znajduje odzwierciedlenie w badaniach (zob. rozdz. 2.2.6.).

Małgorzata Szmajdzińska-Sekuła przyznała w wywiadzie, że w Sejmie najbardziej zaskoczyła ją *organizacja pracy*, na co dziennikarz dopytał bardzo konkretne i sugestywne: „Że taka świetna?”²¹⁸. Wrażenia posłanki są jednak odmienne: „Nie, że wszystko dzieje się na łapucapu, czasem z godziny na godzinę. Nie miałam świadomości, że dwie, trzy komisje odbywają się w jednym czasie, że już nie wspomnę o zespołach, grupach i innych gremiach. A po prostu bardzo ciężko jest być jednocześnie w trzech miejscach i to mnie trochę frustruje”. Okazuje się, że składający się głównie z mężczyzn Sejm wcale nie jest usystematyzowaną i doskonale zorganizowaną instytucją (choć mężczyznami kojarzy się ład, a z kobietami chaos) i właśnie ta cecha szczególnie przeszkadza rozmówczyni – osoba chcąca w pełni się zaangażować w prace sejmowe z definicji jest ograniczana przez organizację zadań.

W rozmowie z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą dziennikarz podejmuje kwestie *miękkie*, sugerując że zamiast kończyć budowę statku za *kolejne pół miliarda*, można będzie pieniądze te przeznaczyć na *szkoły, żłobki, a nie na okręt*. W tym momencie przedłożone zostały *miękkie* kwestie ponad *twarde*, które to teoretycznie powinny mieć pierwszeństwo w *klasycznie męskiej* polityce. W tym momencie wydaje się, że postawa dziennikarza jest bliższa społeczeństwu, zaś upatrywanie sensu w budowie okrętu właściwe jest rozmówczyni („A szkoda, może trzeba było zrobić wszystko, żeby ją jednak skończyć” [ją – korwetę, okręt]).

Joanna Kluzik-Rostkowska przyznała, że mogła swobodnie działać („(...) Lechu dawał mi stuprocentową swobodę w działaniu (...)). Nie zasiadała w gabinecie ani w biurze, lecz w *kanciapię z telefonem*, ale przyznano jej asystentkę. Ona sama została, jak to ujęła, *doklejona do zespołu doradców*, a jej wolny czas był uwarunkowany decyzjami władz partii²¹⁹. Joanna

²¹⁸ Z uwagi na wyrażony wcześniej stosunek dziennikarza do polityki można dopatrywać się tutaj ironii.

²¹⁹ Zdarzyło się, że musiała przerwać urlop: „(...) >>W poniedziałek – usłyszałam – przyjedźcie odebrać nominację<<. >>Może w czwartek – proponuję – bo wtedy urlop mi się kończy i przywożę do domu rodzinę<<. Słyszę: >>Nie możemy, Kluzik, czekać, będziecie ministrem w poniedziałek<< (...)”

Kluzik-Rostkowska musiała uważać na słowa i prezentowany światopogląd – jej wypowiedzi na temat *in vitro* towarzyszył komentarz Jarosława Kaczyńskiego: „(...) >>Co ty znowu z tym *in vitro*, nie możesz nic nie mówić?<< (...)”. W efekcie zaproponowała, by na jej miejsce powołano osobę *bardziej stonowaną*.

Rozmówczyni pełniła również rolę pocieszycielki – miała *podtrzymać na duchu* Jarosława Kaczyńskiego po tym, jak podjęto decyzję o podpisaniu traktatu lizbońskiego, co było niepopularne wśród pewnej części odbiorców. Wraz z Grażyną Gęsicką miała dodać prezesowi otuchy, a sama deklarowała prezesowi, że *będzie go bronić jak lwica*. Wskazuje to na pełnienie tradycyjnie kojarzonych z kobiecością ról pocieszycielki i opiekunki.

Zdaniem Joanny Kluzik-Rostkowskiej kobiety miały pojawiać się kampanii wyborczej, zwłaszcza na billboardach, a jedna z nich powinna pełnić wyższą rolę w partii²²⁰. Rozmówczyni była świadoma, że powierzanie jej funkcji również było celowe²²¹, a ona sama podjęła *osobisty wybór, nie polityczny*, by wesprzeć prezesa, jeśli ten wyrazi taką wolę. Co więcej, akceptowała rolę szarej eminencji, ukrytej poza zasięgiem wzroku²²². Prezes chciał widzieć rozmówczynię w Komitecie Politycznym, jednak bez rozszerzania jego składu i *traktował odmowę w kategoriach osobistej zdrady*. Gdy polityczka zadeklarowała, że jeśli Zbigniew Ziobro wystartuje na szefa partii, ona też to zrobi – została z partii wyrzucona.

Problem Joanny Kluzik-Rostkowskiej rozpoczął się wraz z sondażem, który wskazywał, że mogłaby być potencjalną kandydatką na prezydenta, co jej zdaniem Jarosław Kaczyński „(...) traktował całkiem poważnie (...) I uznał, że mam ambicje polityczne. A jeśli mam, to mogę mu mącić. Co było totalną bzdurą. Mnie, po pierwsze, do głowy by nie przyszło, żeby walczyć z Jarosławem Kaczyńskim o PiS. A po drugie – nawet gdybym chciała, nie byłabym w stanie mu zagrozić (...)”. Widać, że kobieta (choć kwestią dyskusyjną pozostaje na ile tyczy się to kobiet, a ile do polityków obu płci) z ambicjami politycznymi staje się zagrożeniem. Może ona być pracowita i działać aktywnie (nawet jako postać widoczna), ale nie powinna wykraczać poza przyznane jej kompetencje i posiadać aspiracji. Rozmówczyni stwierdziła wprost, że jako kobieta mogła więcej: „Moja pozycja w partii byłaby zupełnie inna, gdybym była mężczyzną. Nie bałam się Kaczyńskiego, mówiłam mu wprost co myślę. Często z lekkim żartem, a on to dzielnie znosił. Wszystko było mi wolno”. Jak się okazuje „Do czasu,

²²⁰ „(...) Lobbowałam u Jarka, żeby Ola [Natalli-Świat] została wiceszefem partii. Że koniecznie musi to być kobieta (...)”

²²¹ „Chłopaki najpewniej kombinowali tak: Jarek nie ma żony, więc szefem kampanii powinna być kobieta. W dodatku wyrazista przedstawicielka centrum (...)”

²²² „(...) >>Jarek, chcę żebyś wiedział, że nic mi nie jesteś winien. Możesz mnie spokojnie schować do lodówki i wyciągnąć w kolejnych wyborach<< (...)”

kiedy przestał widzieć we mnie kobietę, a zobaczył polityka (...)"'. Wydaje się, że kobieta w polityce nie jest synonimem polityka i nie stanowi zagrożenia, a wbrew pozorom wolno jej więcej niż mężczyźnie. W rzeczywistości jednak, gdy zaczyna ona przejawiać aspiracje lub pojawi się takie podejrzenie – staje się zagrożeniem.

5.1.6.5 Godzenie ról rodzinnych z politycznymi

Joanna Mucha podkreśliła wyraźnie kwestię relacji z rodziną, mówiąc że „(...) [w] sensie osobistym kobiecie jest zawsze trudniej, bo mężczyzna inaczej znosi oddalenie, rozłąkę z dziećmi. To zawsze będzie dla nas trudniejsze". Rozróżnienie to naturalizuje pewne emocje i wskazuje na podejście esencjalistyczne. Choć minister Mucha jest silną, pewną siebie i rzeczową, zorientowaną na cele kobietą, co może budzić skojarzenia z feminizmem, w rzeczywistości wydaje się nie dostrzegać znaczenia kultury i socjalizacji.

W wywiadzie z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą kwestia płci uwidacznia się w pytaniu o to, czy *mąż za życia kiedykolwiek namawiał ją do bycia politykiem* i wymijająca odpowiedź: „Powiem tak: gdyby mój mąż nie był politykiem, to ja bym była politykiem". Wydaje się, że kariera polityczna męża skutkowałą ograniczeniem działalności politycznej i aspiracji żony (brak informacji o stosunku męża do jej aspiracji ani o tym, czy brak działalności wynikał z niechęci męża, czy z konieczności przejęcia na siebie obowiązków rodzinnych).

W kontekście rodziny Małgorzacie Szmajdzińskiej-Sekule postawiono pytanie o to, czy dzieci *nie uważają, że polityka odebrała im ojca?* Wskazuje to, iż model pracującego ojca nie jest przyjmowany *a priori*. Małgorzata Szmajdzińska-Sekuła przyznaje: „Może trochę tak uważają – że taką miał misję do spełnienia. Pewnie za mało czasu im poświęcał. Ale nie dlatego, że tak chciał, tylko że takie miał obowiązki". Próby tłumaczenia mężczyzny zaangażowanego zawodowo są zbieżne z kulturowym modelem męskości, lecz poczucie braku ojca poza ten model wykracza. Problem godzenia ról rodzinnych i zawodowych zostaje zatem uwypuklony, podobnie jak znaczenie nieobecności ojca w życiu dzieci. Piotr Najstüb kontynuował wątek, pytając: „I przez tę samą politykę teraz pani może nie być dobrą babcią, bo nie będzie pani miała czasu dla wnuków?", lecz rozmówczyni zaoponowała: uznała, że będzie *fantastyczną babcią*²²³. Wypowiedzi posłanki wskazują na konflikt: ojciec-polityk nie poświęcał dzieciom dostatecznie wiele uwagi, jednak babcia-polityczka czas dla rodziny odnajdzie²²⁴. Jeśli posłanka sprostaby roli babci, to nasuwa się uwaga: albo rola ta jest mniej wymagająca od roli

²²³ Kolizja polityki z życiem rodzinnym pojawia się także w wywiadzie z Joanną Kluzik-Rostkowską która mówi, iż poprzez nominację na ministra zmuszona była skrócić urlop – *załatwić opiekę nad dziećmi i pojechać*.

²²⁴ Jest to jej założenie, ponieważ dopiero rozpoczyna karierę i nie pełni jeszcze istotnych politycznych funkcji.

rodzica, albo rozmówczyni ma zamiar poświęcać czas rodzinie kosztem obowiązków zawodowych (co byłoby zgodne z oczekiwaniami społecznymi, stereotypami i badaniami). Nie sposób bowiem przyjąć na siebie podobnej ilości obowiązków jak mąż i mieć więcej czasu dla siebie niż on, chyba że okazałaby się osobą lepiej zorganizowaną, co kwestionuje zasadność braku czasu spowodowanego obowiązkami, sugerując nieumiejętne zarządzanie nim.

Joanna Kluzik-Rostkowska zaangażowała się w politykę w momencie, gdy jej trzecie dziecko było małe, a nie jak wskazują badania – w momencie, gdy dzieci zostaną odchowane. Pomimo to jednak uznaje, że rodziny nie należy mieszać do polityki: nie chce ona rozmawiać o rodzinie ani pozwalać na naruszenie jej prywatności: „Mam prostą zasadę: dzieci nie wolno wciągać w przygody rodziców”. Polityka rozumiana jest tutaj jako *przygoda*.

Dodatkową kwestią jest zagadnienie skojarzenia z wydarzeniami prywatnymi w kontekście politycznym, co uwidoczniło się w wywiadzie z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą. Dziennikarz usiłował ustalić, czy ma ona „w Sejmie specjalny status wdowy smoleńskiej? Jest coś takiego?”. W pierwszej chwili posłanka odpowiedziała, że *ma nadzieję, że już nie*, co wskazuje, iż w rzeczywistości była postrzegana w ten sposób i chciałaby się od tego wizerunku uwolnić. W dalszej części wypowiedzi jednak zastanawia się, „Ale co pan ma na myśli – że mnie wolno więcej?”, „Albo: *To jest baba, która weszła do Sejmu dzięki śmierci swojego męża?*”. Okazuje się zatem, że prócz naturalnych emocji, które mogą kojarzyć się z pojęciem *wdowy smoleńskiej*, takich jak współczucie czy empatia, pojęcie to implikuje również odnoszenie wymiernych korzyści z tragedii. Sama posłanka wskazuje na dwa podejścia do tej kwestii jako do przepustki dla specjalnego traktowania oraz do wykorzystywania katastrofy jako źródła kapitału politycznego (mąż-polityk zbudował kapitał, który po jego śmierci przypadł żonie). Rozumowanie dziennikarza w tym kontekście było nieco inne i ukierunkowane raczej na to że *trzeba jej ustąpić w jakiejś sprawie, bo jest ona wdową smoleńską*. Być może skojarzenia posłanki wynikały z jej doświadczeń, o których jednak nie wspomniała w rozmowie (jak zostało to już podkreślone, mówiła o pozytywnych motywacjach ze strony osób trzecich). Jak sama przyznaje, „Nie odebrałam nigdy takich sygnałów, że ktoś mnie w jakiś sposób szczególny traktuje z tego powodu, że jestem wdową smoleńską (...)”. Okazuje się jednak, że dla rozmówczyni określenie *wdowa smoleńska* kojarzy się raczej negatywnie: „Zupełnie mnie to nie bierze, przestało. Uodporniałam się. Poza tym jest coś takiego jak poczucie własnej wartości i ja je mam. Mogą sobie mówić jak chcą”.

5.1.7 Obraz polityki w wywiadach

Z czterech omówionych wywiadów krystalizuje się obraz polityki jako dziedziny tradycyjnie męskiej, opisywanej w kategoriach sportu lub walki (wojny), wymagających kompetencji strategicznych, waleczności, odwagi i ambicji. To również pole emocjonalnych przepychanek (nienawiść w Sejmie), dokonywania wyborów (sposób alokacji zasobów, koalicja) i walki personalnej (pozbywanie się zagrożeń). To także kierowanie się sympatiami i antypatiami, kumplostwo i protekcjonizm, gdzie zdaniem Joanny Kluzik-Rostkowskiej *liczy się miejsce na liście lub znane nazwisko*. Pojawia się założenie, że kobieta może się w niej nie odnaleźć i poddać się (Joanna Mucha) lub zrezygnować (Hanna Gronkiewicz-Waltz).

Negatywny sposób postrzegania polityki (zarówno przez dziennikarza, jak i posłankę) ujawnił się w wywiadzie z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą. Rozmowę tą rozpoczyna pytanie zawierające w sobie pewne założenie: „Od paru miesięcy ogląda pani politykę z bliska, jak pani mąż wcześniej. Już pani wie, że zmarnował życie, całe jej poświęcając?”. Pojawia się tu przekonanie, że rozmówczyni z pewnością odkryje lub już odkryła, iż oddając się działalności politycznej jej mąż *zmarnował życie* uczestnicząc w *wielkiej sejmowej jałowości*. Zdaniem dziennikarza mąż Małgorzaty Szmajdzińskiej-Sekuły w polityce *tkwił*, a ona *teraz w to wdepnęła*, co nasuwa skojarzenia z błotem, bagnem – z czymś nieprzyjemnym. Posłanka przychyliła się do tej perspektywy: „(...) polityka to jest rzeczywiście jatka, tu ma pan rację”. W rzeczywistości Małgorzata Szmajdzińska-Sekuła nie miała wrażenia, że mąż zmarnował życie („Nie, wręcz przeciwnie!”), oświadczyła nawet, że jest dumna z męża, co ukazuje politykę jako misję, coś wartościowego. Dziennikarz usiłował dociec jak prace sejmowe przekładały się na emocje w domu, jednak okazało się, że zmarły polityk nie był *zmęczony* ani *wkurzony*. Kwestia emocji powróciła również w odniesieniu do *śladów nienawiści w Sejmie* oraz przepychanek sejmowych, choć zostało podkreślone, że niektóre wybuchy emocji mogą być uzasadnione i sprowokowane.

W wywiadzie z Hanną Gronkiewicz-Waltz przebiło się z kolei założenie, że polityka to wojna pomiędzy grupami interesów, że Platforma *idzie na wojnę z Kościołem*, a dziennikarz pyta *dlaczego* (warto zaznaczyć, że istnienie wojny zostało milcząco przyjęte). Rozmówczyni była przekonana, że to dziennikarze i *komentatorzy* przyjmują ramę wojny, ponieważ *lubią takie bojowe słowa*. Perspektywa ta współgra z założeniem, że polityka może być postrzegana *próbą poukładania stron bez wychodzenia na wojnę* (słowa Joanny Muchy, W1/20) i tak widzą ją działaczki polityczne, w przeciwieństwie do szukających sensacji dziennikarzy.

Istotne wyobrażenie o polityce przekazane zostało w wywiadzie z Hanną Gronkiewicz-Waltz, w którym podkreślono, że w na tym polu aktywności kluczowy jest kontakt z odpowiednimi osobami (dziennikarz: „Czasem wystarczy spotkać się z pięcioma kluczowymi, a nie z dwustoma jakimiś”). Oznacza to, że kontakt z decydentami warunkuje rolę w partii i pełnione stanowiska. Wyraźnie widoczne jest to w przypadku Joanny Kluzik-Rostkowskiej, za którą wyżsi rangą politycy *czuli się odpowiedzialni* i którą mianowali na rozmaite stanowiska. Bez znajomości trudno otrzymać dobre miejsce na liście.

Mianowanie na stanowiska, według Joanny Kluzik-Rostkowskiej, odbywało się w taki sposób, by mieć pewność, że wskazana osoba nie będzie stanowiła zagrożenia: *potrzebny był ktoś, kto nie zagrozi braciom i pogodzi się z rolą wykonawcy ich poleceń*, ponieważ Jarosław Kaczyński nie mógł zostać nominowany na premiera aby nie zagrozić prezydenturze swojego brata, Lecha Kaczyńskiego. Ze słów polityczki wynikało jasno, iż to nie premier Marcinkiewicz, ale bracia Kaczyńscy powinni decydować o składzie rządu (pomimo, iż dziennikarka sprostowała, że wedle konstytucji nie mają takiego prawa), ponieważ to oni wygrali wybory i to oni będą rozliczani z jego prac.

Mianowanie na stanowiska również była uzależnione od liderów partyjnych²²⁵, o czym ludzie byli informowani, a nie pytani o zdanie. Co więcej ich czas prywatny stawał się dobrem partyjnym²²⁶. Joanna Kluzik-Rostkowska była bliską współpracowniczką Jarosława Kaczyńskiego aż do momentu, gdy pojawiło się prawdopodobieństwo, że mogłaby zagrozić liderowi. Polityk nie powinien mieć ambicji politycznych²²⁷, by nie stanowił zagrożenia, co jest zgodne z dotychczasowymi ustaleniami poczynionymi w toku badań (zob. rozdz. 2.).

W polityce ludzi traktuje się instrumentalnie: gdy ich doświadczenie, wiedza lub możliwości związanych ze stanowiskiem nie są potrzebne, nie są oni uwzględniani w działaniach. Przykładem może być minister Kalata, która *nie była potrzebna*, więc nie była informowana o przygotowywanym programie ustaw. Istotna natomiast okazała się Grażyna Gęsicka, która umożliwiała dostęp do funduszy Ministerstwa Rozwoju Regionalnego.

Kwestia nieformalnych znajomości pojawiła się również w wywiadzie Piotra Najsztuba z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą, którą zapytano o uczestnictwo w *kolacjach politycznych z alkoholem*, a usłyszawszy, że nie bierze w nich udziału, dziennikarz stwierdził: „To nie będzie pani nigdy wybitnym politykiem”, „(...) nic nie będzie Pani znaczyć w polityce. Wszyscy

²²⁵ „(...) Dzwonię do Jarka: *Jarek, brać? Brać.* (...)”

²²⁶ „(...) Dzwoni: Wicie – Kluzik – rozumiecie, będziecie ministrem (...)”, a gdy odparła, że jest z dziećmi na urlopie, usłyszała: „Nie możemy, Kluzik, czekać, będziecie ministrem w poniedziałek”. Koledzy z partii „(...) Wymyślili, że powinnam zostać szefową klubu. Nie uzgadniając tego ze mną, poszli do Jarka”.

²²⁷ „(...) uznał, że mam ambicje polityczne a jeśli mam, to mogę mu mącić (...)”.

wiemy, że tam się decydują hierarchie i tam zapadają decyzje”. Pokazuje to, że polityka bazuje na nieformalnych spotkaniach i zakulisowych rozmowach, głównie *na takich wieczornych kolacyjkach w małym, męskim gronie*, nad czym rozmówczyni *boleje* i choć zgodziła się z dziennikarzem, że o ustaleniach dowiaduje się dopiero rano podkreśliła, że *nie jest taką małą, bezradną kobietką, której można kit wcisnąć*. Wydaje się zatem, iż polityka to działalność zakulisowa, męska, utajona przed obcymi (np. kobietami). Takie spojrzenie na kobietę jako pionek w grze politycznej pokrywa się z ustaleniami poczynionymi w toku wielu badań.

W wywiadzie z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą polityka jawi się jako współpraca – przynajmniej w klubie, do którego należy posłanka (SLD) *wszyscy sobie pomagają*. Sama jednak mówi, że może to być kwestia wielkości klubu, podając przykład Platformy i przepaści światopoglądowej pomiędzy Jarosławem Gowinem oraz pełnomocniczką do spraw równości Agnieszką Kozłowską-Rajewicz. Wzmianka ta skłania do wysnucia wniosku, iż – zdaniem rozmówczyni – mniejsze kluby są znacznie bardziej homogeniczne poglądowo niż duże, a przez to atmosfera bardziej skłania do kooperacji niż współzawodnictwa i walki.

5.1.8 Wizerunki polityczek w wywiadach

Joanna Mucha została przedstawiona jako osoba kompetentna w zakresie zarządzania, ale nieobeznana z dziedziną, którą miała się zajmować – sportem. O niekompetencji miał świadczyć fakt, że nie była czynnym kibicem sportowym, cechowała ją ponadprzeciętna uroda (która miała być powodem instrumentalnej nominacji) i ukierunkowane na budowę wizerunku. Pani minister wypowiadała się rzeczowo, nie uchylała się od udzielania odpowiedzi na pytania, pomimo iż niektóre powracały kilkakrotnie, zachowała zimną krew i spokój. Wykazała się dystansem do siebie i odpornością na kierowane pod jej adresem szyderstwa oraz sugestie słabości charakteru. Obraz Joanny Muchy w pytaniach dziennikarskich jest zupełnie inny niż obraz Joanny Muchy płynący z odpowiedzi – ścierają się tutaj sprzeczne wizerunki osoby niekompetentnej i *paprotki* z osobą pewną siebie, rzeczową, pracowitą i ambitną.

Choć wywiad z Hanną Gronkiewicz-Waltz pod względem kompozycji jest podobny do wywiadu z Joanną Muchą (pewne kwestie powracają lub są kontynuowane pomimo udzielonych odpowiedzi), widoczny jest odmienny stosunek Tomasza Machały do obu polityczek. O ile Joanna Mucha sprowadzana jest do roli *paprotki*, Hanna Gronkiewicz-Waltz traktowana jest poważnie (dziennikarz sugeruje, że mogłaby myśleć o fotelu premiera). Różnica polega również na tym, że poprzez zadawane pytania i stosunek do rozmówczyni dziennikarz sugeruje, iż o ile od Joanny Muchy oczekuje się spełniania oczekiwań opinii publicznej, ocieplania wizerunku i ładnej prezencji, w rozmowie z Hanną Gronkiewicz-Waltz

wskazuje natomiast, że jest to osoba wpływowa i znacząca, a ponadto może mieć wpływ na premiera. O ile redaktor wielokrotnie kwestionuje kompetencje minister sportu i nie rozmawia z nią o polityce, o tyle Hanna Gronkiewicz-Waltz jest przez niego postrzegana jako odpowiednia osoba do podejmowania kwestii politycznych. Podważenie kompetencji prezydent Warszawy nie odbywa się wprost, jak to miało miejsce w rozmowie z minister sportu, lecz pośrednio, poprzez odwołanie do męskich standardów i kultury. Widać zatem, że to nie kompetencje merytoryczne pani prezydent stanowią problem ani pełniona przez nią funkcja (należy pamiętać o długim czasie sprawowania urzędu i poparciu społecznym), lecz oczekiwania kulturowe zależne od płci. W tym przypadku obraz polityczki w pytaniach i odpowiedziach jest spójny, rozmija się jedynie we fragmentach dotyczących ambicji i planów na kolejne lata (w tym również możliwości objęcia w przyszłości stanowiska premiera).

Małgorzatę Szmajdzińska-Sekułę pokazano raczej jako sympatyczną rozmówczynię (wnioskując na podstawie swobodnego języka) niż wytrawną polityczkę. Uwaga skupia się na kwestiach jej bliskich: katastrofie Tupolewa oraz ustaleniom komisji, rodzinie, mężu i wrażeniach z prac Sejmu. Brakuje tutaj dyskusji o wielkiej polityce, rozszadach i koalicjach, które były omawiane w rozmowach z prezydent Warszawy oraz Joanną Kluzik-Rostkowską (choć z tą ostatnią przez pryzmat indywidualny). Wizerunek budowany przez Małgorzatę Szmajdzińską-Sekułę jest spójny z tym, który wypływa z pytań dziennikarza. Wydaje się, że nie jest ona postrzegana jako polityczka (za wyjątkiem pytań o wrażenia z Sejmu), lecz jako *wdowa smoleńska*, kobieta która utraciła męża. Ona sama w kilku momentach identyfikuje się z rodzinami ofiar („Nam, rodzinom ofiar (...)”; „(...) państwo zajęło się nami (...)”), będąc niejako w opozycji do państwa, aniżeli jednym z jego przedstawicieli. Być może wynika to faktu, iż w momencie katastrofy rozmówczyni nie była posłanką na Sejm, lecz nie należy zapominać, że stała się nią w efekcie wyborów w roku 2011.

Joanna Kluzik-Rostkowska w rzeczywistości sama kreuje swój wizerunek, interwencje dziennikarki są względem niej neutralne. Pomimo tego jednak przedstawia siebie jako osobę będącą w polityce dla kaprysu, której kariera była prowadzona przez braci Kaczyńskich, będącą bierną obserwatorką rozwoju własnej kariery niż aktywnym jej twórcą (to nie ona upominała się o stanowiska, ale te były jej ofiarowane), kimś *od czarnej roboty*. Zachowała własne poglądy i potrafiła odmówić narażając się na utratę protekcji, jednakże w większości przypadków była bierną wykonawczynią poleceń dopóki nie posądzono jej o posiadanie ambicji, których (jak sama pośrednio podkreśliła) w tym momencie nie posiadała. Ostatecznie posłanka otrzymała najdogodniejszą możliwość wykreowania swojego wizerunku jako kompetentnego polityka i z niej nie skorzystała, tworząc wrażenie osoby chaotycznej (chaos

językowy), podległej i dobrej organizatorki (choć pozbawionej określonej wiedzy: „(...) Tak szybko się nie da, są procedury urzędnicze. Nie znałam ich, więc się dało (...)).

5.1.9 Polityczki jako rozmówczynie a politycy jako rozmówcy – analiza porównawcza

Żaden wywiad z politykami nie był prowadzony tak, jak rozmowa Teresy Torańskiej – nie przypominały one wywiadu narracyjnego i w każdym rola dziennikarza była znacząca. Jedyną osobą, która przeprowadziła wywiady z politykami obu płci był Piotr Najstubb (wywiad z Bartoszem Arłukowiczem W10/340, Rafałem Grupińskim W25/842 oraz Ryszardem Kaliszem W38/1275). Tylko jeden z dziesięciu wywiadów został przeprowadzony przez kobietę (N46/1481; z Grzegorzem Schetyną rozmawiała Aleksandra Pawlicka). Michał Majewski i Paweł Reszka wspólnie rozmawiali z Ludwikiem Dornem (W16/546) i Grzegorzem Schetyną (W23/767), a Andrzej Stankiewicz i Piotr Śmiłowicz przeprowadzili wspólnie wywiad z Jarosławem Gowinem (W31/1038; N6/193) oraz Markiem Sawickim (N9/298). Z Radosławem Sikorskim rozmawiał Maciej Nowicki (N23/760).

Podstawowe porównanie danych (zob. tabela 3.3. w załączniku) ujawnia istotne zróżnicowanie wywiadów z polityczkami i politykami. Choć poddane analizie jednostki były przeciętnie dłuższe, gdy rozmówczyniami były kobiety (4,25 strony względem 4,1 strony dla mężczyzn), różnica ta okazała się zależna od tytułu prasowego. We *Wprost* rozmowy z polityczkami były przeciętnie krótsze (4 strony) niż wywiady z politykami (4,67 strony), podczas gdy w *Newsweeku* zaobserwowano odmienną tendencję: wywiady okazały się dłuższe, gdy rozmówczyniami były polityczki (4,5 strony) a nie politycy (3,25 strony). Podobne zależności ujawniły się w odniesieniu do powierzchni netto, choć przeciętna powierzchnia liczona dla wszystkich wywiadów była zbliżona (3,95 dla polityczek i 3,81 dla polityków). Gdy pod uwagę wzięta została liczba zdjęć okazało się, że przeciętnie na jeden wywiad z polityczką przypadło 1,25 fotografii, zaś na wywiad z politykiem 1,9 zdjęć. We *Wprost* w wywiadach z polityczkami pojawiło się 1,5 razy więcej zdjęć z polityczkami i 2,5 razy więcej zdjęć z politykami niż w *Newsweeku*. W *Newsweeku* niezależnie od płci polityka wywiadowi towarzyszyło jedno zdjęcie, natomiast we *Wprost* politykom towarzyszyło o jedno zdjęcie więcej niż polityczkom. Różnice pomiędzy tygodnikami ujawniły się też w odniesieniu do średniej powierzchni zdjęć: we *Wprost* średnia powierzchnia zdjęć towarzyszących jednostkom z politykami (1,34) i polityczkami (1,35) była zbliżona i większa od powierzchni fotografii w *Newsweeku* (0,81 strony) dla polityczek i 1,10 dla polityków). Również powierzchnia wywiadu bez fotografii (sam tekst) okazała się większa we *Wprost* niż w *Newsweeku* tak dla polityczek, jak i dla polityków. We *Wprost* większa powierzchnia

przypadła politykom (2,89 strony) niż polityczkom (2,42 strony), a w *Newsweeku* polityczkom (3,32 strony) niż politykom (2,07 strony).

Odnosząc się do zdjęć tytułowych można powiedzieć, że sposoby kadrowania zdjęć były podobne w przypadku polityczek i polityków: wywiadom z politykami towarzyszyły portrety, popiersia, zdjęcia wykorzystujące plan amerykański, jak i pełne fotografie – wszystkie typy odnotowane dla polityczek. Pomimo podobieństwa kadrów, pojawiły się jednak różnice jakościowe, czego przykładem może być zdjęcie portretowe Małgorzaty Szmajdzińskiej-Sekuły – pokazano ją jako uwodzicielkę i osadzono w kontekście relacji z mężczyzną, czego nie stosowano względem polityków. Różnica wskazuje na opozycję męskości i kobiecości (męskość jako zaprzeczenie kobiecości – definicja negatywna), w tym przypadku brakiem emocjonalnych relacji. Zdjęcia portretowe polityków wskazywały na cechy charakteru i przymioty sugerujące profesjonalizm: w jednym z wywiadów (W16/546) zamieszczono fotografię Ludwika Dorna, w której z subtelnym uśmiechem wpatruje się on bezpośrednio w obiektyw kamery, co może sugerować powagę, odwagę, szczerość, a nawet cwaniactwo. W innym wywiadzie (W25/842) zdjęcie tytułowe przedstawiało portret Rafała Grupińskiego, na którym wygląda na zatroskanego i ma złożone przed sobą dłonie jakby się na czymś opierał (wzrok odbiorcy przykuwa obrączka). Również wywiad z Markiem Sawickim wprowadza zdjęcie portretowe, na którym rozmówca wydaje się zatroskany i nieco smutny.

Na żadnym z tych zdjęć nie ma wyraźnych symboli męskości – wydają się neutralne, jednak należy mieć na uwadze, że neutralność kojarzona jest z męskością. Profesjonalizm może uchodzić za *neutralny* czyli *męski*, co utrudnia kobietom drogę do polityki implikując brak profesjonalizmu. W tym przypadku wydaje się trafna teza strukturalistów, iż znak (kobiecość i męskość) nabiera znaczenia w opozycji do innego znaku. W literaturze przedmiotu odnoszącej się do gender uwaga przeważnie skupia się na kobietach, ponieważ elementy kobiecości wydają się łatwe do rozpoznania, natomiast granica między męskością a neutralnością – zwłaszcza w *tradycyjnie męskiej polityce* – ulega zatarciu.

Żadne z tytułowych zdjęć w wywiadach z politykami nie przedstawiało rozmówcy w relacji z kobietą ani w nieformalnej scenerii (np. stolik z kawą). Kontekst dla polityków stanowił elegancki fotel (na którym z poważną miną i zakładając nogę na nogę zasiadał Bartosz Arłukowicz W10/340), wnętrze gabinetu lub sali obrad (fotografia szeroko uśmiechającego się Grzegorza Schetyny, sprawiającego wrażenie pewnego siebie z racji lekko zadartej do góry głowy W23/767), lub korytarze sejmowe, na których zrobiono serię zdjęć zamieszczonych jako wprowadzenie do wywiadu z Ryszardem Kaliszem (uchwycona cała postać w dynamicznych pozach W38/275). Na tle złotego orła w koronie natomiast, wkomponowanego w czerwone tło,

przedstawiono Jarosława Gowina (N6/193). Zdjęcie tej postaci (do wysokości ud) zrobiono z perspektywy dziecka (kamera na wysokości pasa dorosłego człowieka) tak, że bohater wydaje się górować nad otoczeniem, a jego twarz wyraża zdecydowanie i smutek. Symboliczne jest również zdjęcie Grzegorza Schetyny, na którym uchwyciono moment jego wejścia do przestronnego (jak się zdaje) pomieszczenia sejmowego (N46/1481). Bohater wydaje się mały (jego postać zajmuje około jednej trzeciej szerokości zdjęcia), a w połączeniu z lekko przygarbioną postawą można odnieść wrażenie, że jest on obarczony problemami (pomimo uśmiechu – wydaje się, że robi dobrą minę do złej gry). Pojawiają się również zdjęcia bez wyraźnego tła, jak w przypadku lekko uśmiechniętego i podpartego na dłoni (z widoczną obrączką) Jarosława Gowina (W31/1038) oraz uśmiechniętego i wykonującego gest dłonią (kciuk do góry) Radosława Sikorskiego (N23/760). Ten drugi ubrany jest w koszulkę reprezentacji Polski w piłce nożnej i wydaje się radosny. Zdjęcie to najbardziej ze wszystkich koresponduje ze stereotypem męskości utożsamiającym mężczyznę z kibicem piłkarskim.

W żadnym z wywiadów nie pojawiło się zdjęcie sugerujące, że bohater nie radzi sobie z obowiązkami, jak to mogło zostać odebrane w przypadku jednego ze zdjęć minister Muchy. Zdjęcia wkomponowane w wywiady z politykami są podobne do zdjęć tytułowych (szczególnie portretów W10/340, W38/1275), ale pojawiają się również ujęcia na lub przy sejmowych schodach (W25/842, W38/1275), zdjęcia bez tła, przedstawiające całą postać (W31/1038) oraz dokumentujące spotkania z prominentnymi politykami (uścisk dłoni Grzegorza Schetyny z Donaldem Tuskiem w otoczeniu tłumu; W23/767).

O ile w przypadku polityczek tytuł jednego artykułu z czterech nie zawierał odniesienia do płci rozmówcy, stanowiąc konkluzję dochodzenia w sprawie katastrofy smoleńskiej, o tyle w przypadku polityków tylko jeden tytuł odnosił się do pojęcia, które tradycyjnie opisuje relacje damsko-męskie. Wywiad z Grzegorzem Schetyną (W23/767) nosił tytuł „Mnie nie można uwieść”, nawiązując do zachowań tradycyjnie przypisywanych kobietom (na które rozmówca sugeruje, że jest odporny). Dopiero w treści wywiadu uszczegółowiono, że chodziło o *uwodzenie polityczne* przez premiera²²⁸. Wydaje się zatem, że pewna metafora relacji damsko-męskich została wpleciona w obraz polityki, stawiając jednocześnie postać aktywną w roli uwodzącej kobiety, a postać pasywną w postaci uwodzonego mężczyzny (odwołanie do *femme fatale*). Tytuł wywiadu (a także pełna odpowiedź na pytanie: „Premier nie uwodzi pana politycznie”), brzmiący: „Człowieka w moim wieku nie można uwieść” sugeruje, że rozmówca jest odporny na „wdzięki” premiera. Zdanie to wskazuje również na wiek jako

²²⁸ Zostało to wyrażone wprost w pytaniu dziennikarz, a rozmówca jedynie się do tego ustosunkował.

czynnik uodparniający na taktykę uwodzenia z racji doświadczenia, także politycznego²²⁹. Był to jednak jedyny wywiad, którego tytuł nawiązywał do relacji damsko-męskich.

Pośrednio z męskością może kojarzyć się tytuł „Gramy w pierwszej lidze” (N23/760) ze względu na jego skojarzenie z piłką nożną, lecz fakt, że został on umieszczony w rubryce dotyczącej Euro2012 (zatytułowanej „Fajna Polska”) w pewien sposób wyjaśnia takie ujęcie. Tytuł ten bazuje na wypowiedzi Radosława Sikorskiego: „(...) Krótko mówiąc, weszliśmy do światowej pierwszej ligi (...)” i (podobnie jak w wywiadzie z Grzegorzem Schetyną) nie oddaje dosłownie słów rozmówcy. Wypowiedź ta odnosi się do znaczenia Polski w szerszym kontekście międzynarodowym, co nie dziwi, jeśli wziąć pod uwagę fakt, iż wywiad prowadzony jest z ministrem spraw zagranicznych. Trudno oszacować, czy skojarzenie z piłką nożną wynika z bliskości rozgrywek piłkarskich, zamiłowania rozmówcy do tego sportu, metaforycznego ujęcia polityki, czy też wszystkich tych elementów łącznie. Podejmowana w wywiadzie tematyka nie jest poruszana z polityczkami, przez co nie sposób określić, czy działałoby się to w podobny, czy odmienny sposób.

Tytuły wywiadów z mężczyznami były przeważnie zmodyfikowanymi wypowiedziami rozmówców (w ośmiu przypadkach na dziesięć), w wywiadach z polityczkami zaś tylko w jednym przypadku na cztery można wnioskować, że tytuł był wypowiedzią (może zostać odebrany również jako podsumowanie rozmowy lub poglądów polityczki – „Są winy, nie ma winnych” W30/1012). W pozostałych przypadkach tytuły zdają się opisywać rozmówczynię; wyjątkiem jest tytuł „Kobieca intuicja Tuska”, który nawiązuje do rzeczywistej wypowiedzi, jednak jest to widoczne dopiero w trakcie lektury – na pierwszy rzut oka można odnieść wrażenie, iż to rozmówczyni stanowi ową *kobiecą intuicję* premiera.

W przypadku polityków jest inaczej – tytuły w większości nawiązywały do wypowiedzi rozmówców, a w kilku przypadkach przytoczone zostały w sposób sugerujący, iż rozmówca mówi o sobie („Fajny już byłem” wywiad W10/340 z J. Gowinem) lub o pewnej grupie osób, do których się zalicza („Nie róbcie z nas aniołów” wywiad W31/1038 z J. Gowinem; „Płyniemy szybko” wywiad N6/193 z J. Gowinem; „Nie jesteśmy przyspawani do stołków” wywiad N9/298 z M. Sawickim; „Gramy w pierwszej lidze” wywiad N23/760 z G. Schetyną). Pojawił się również tytuł wyrażający opinię o osobach trzecich („Smuda nie wywróci Tuska” wywiad W25/842 z R. Grupińskim) lub o samym sobie („Szkoda delfina” wywiad N46/1481 z G. Schetyną; tytuł zrozumiały w kontekście treści). W dwóch przypadkach tytuły stanowiły komentarz dziennikarski powiązany z treścią wywiadu: tytuł „O prezesie, który chce zbawić

²²⁹ Odpowiedź na zadane przez dziennikarzy pytanie wydaje się mieć również nieco inny wydźwięk – dotyczący relacji damsko-męskich, na co może wskazywać reakcja dziennikarzy: „To nas zbiło z tropu”.

Polskę” (W16/546) wskazywał na kierunek rozmowy²³⁰, zaś tytuł „Hodowanie Tuska na własny użytek” (W38/1275) stanowił dziennikarski komentarz wypowiedzi rozmówcy.

Widoczny jest fakt, że o ile w tytułach wywiadów prowadzonych z polityczkami podsumowano jedynie kwestię smoleńską, a pozostałe tytuły skupiały się na poszczególnych osobach lub ich cechach, o tyle w przypadku wywiadów z politykami do cech odnoszą się jedynie tytuły „Fajny już byłem” oraz „Mnie nie można uwieść”. Odmienne niż w przypadku kobiet, opis cech jest jednak pozorny i zakotwiczony w polityce. W pierwszym przypadku bycie *fajnym* kojarzone jest z byciem w opozycji: „(...) Fajnym – prawie dla każdego – jest się wtedy, kiedy się jest w opozycji, znam ten czas. A kiedy jest się w rządzie to czas *fajności* się kończy” (W10/340) – podkreślenie braku *fajności* jest jednocześnie podkreśleniem pozycji, którą zajmuje rozmówca. Polityczne uwodzenie może wskazywać natomiast na to, iż rozmówca nie da się wykorzystać, przekonać do tego, czego nie jest pewien ani dać się przekupić (np. stanowiskiem). Z tej perspektywy tytuł również zostaje wkomponowany w głębsze polityczne tło, czego nie sposób odnaleźć w przypadku polityczek (może za wyjątkiem wywiadu z Joanną Kluzik-Rostkowską pt. *Aniołek*, który traktuje o roli kobiet w kampanii PiS).

Odmienne niż w tytułach wywiadów z polityczkami, tytuły wywiadów z politykami odnosiły się do zagadnień politycznych i pojawiał się w nich podmiot zbiorowy „my”. W trzech przypadkach („Nie róbcie z nas aniołów”, „Nie jesteśmy przyspawani do stołków”, „Płyniemy szybko”) można odnieść wrażenie, że „my” oznacza polityków lub partię, natomiast w tytule „Gramy w pierwszej lidze” pozornie kryje się za nim reprezentacja w piłce nożnej, a faktycznie państwo, naród, rząd lub partia rządząca. W rozmowach z mężczyznami wspomniano również o innych politykach (podobnie jak w wywiadzie z Hanną Gronkiewicz-Waltz), ale tytuły wskazywały nie na osobowość tej osoby, ale na jej działania i plany polityczne.

O ile w wywiadach z polityczkami dziennikarze w połowie lidów/podtytułów dosłownie przytaczali wypowiedzi (lub kilka ich fragmentów) i sięgnęli po parafrazę (dobrze oddającą rzeczywisty sens), ale pojawił się również podsumowujący odautorski komentarz (zob. rozdz. 5.1.1.), w odniesieniu do polityków widoczne były trzy rodzaje podtytułów/lidów. Po pierwsze, przytoczenie słów rozmówcy (bardziej lub mniej dokładne, także tworzące kolaż fragmentów, czasem lekko zmodyfikowanych w celu utrzymania spójności tekstu; sześć wywiadów), po drugie, dziennikarski opis głównych wątków²³¹ (trzy wywiady), a po trzecie, wartościujący

²³⁰ Można go porównać z „Kobietą intuicją Tuska”, z tą jednak różnicą, że w odniesieniu do Tuska tytuł odnosił się wyłącznie do dwóch odpowiedzi i jednego pytania, natomiast w przypadku prezesa – do całego wywiadu.

²³¹ „Poseł Ryszard Kalisz śni o nowym SLD i uniewinnia Korę” (W38/1275); „Minister Jarosław Gowin zapowiada, że nie wystartuje przeciwko Donaldowi Tuskowi na szefa PO. I odejdzie z partii, jeśli będzie zmuszony do poparcia liberalnego projektu in vitro” (W31/1038); „Oj, nie boi się klęski polskiej reprezentacji szef klubu PO

odautorski komentarz (jeden wywiad)²³². Przytoczona w temacie wypowiedź (typ pierwszy) odnosiła się do pewnego wątku lub wycinka wywiadu i mogła sugerować monotematyczność, drugi typ tytułu wskazywał, czego można się spodziewać w dalszej jego części, a trzeci ukierunkowywał na właściwy, zgodny z zamierzeniami autora sposób odbioru. Zastosowanie drugiej strategii może ciekawić i skłaniać do lektury, natomiast trzecia strategia może wpływać negatywnie, narzucając ramy interpretacyjne. W trzech z czterech wywiadów z polityczkami pojawił się pierwszy rodzaj podtytułu, a w jednym mieszanka pierwszego i drugiego. W ogóle nie pojawił się typ trzeci.

Istotniejszy od kompozycji podtytułu wydaje się sposób tytułowania rozmówcy – zarówno pierwsza prezentacja, jak i sposób zwracania się do niego w rozmowie. W podtytułach polityczki były przeważnie wymieniane z imienia i nazwiska, bez wzmianki o pełnionej funkcji (trzy z czterech wywiadów; tylko w jednym przypadku wymieniono nazwę funkcji, lecz bez imienia i nazwiska). W wywiadach z politykami tylko w jednym przypadku (w rozmowie z L. Dornem; W16/546) nie podano informacji o żadnej z pełnionych przez rozmówcę funkcji i w jednym wywiadzie (z B. Arłukowiczem; W10/340) podano jedynie nazwę pełnionej funkcji, bez nazwiska (podobnie jak w wywiadzie z J. Muchą). W dwóch przypadkach – w wywiadzie z M. Sawickim (N9/298) oraz G. Schetyną (N46/1481; wywiad prowadzony przez kobietę) wskazano więcej niż jedną funkcję sprawowaną przez rozmówcę²³³. W przypadku G. Schetyny opis pełnił nie tylko funkcję informacyjną, ale nakreślał kontekst i sugerował degradację w hierarchii partyjnej, co komponowało się z tytułem („Szkoda delfina”) oraz treścią rozmowy. W pozostałych sześciu wywiadach rozmówców wymieniano z imienia, nazwiska oraz pełnionej funkcji: szefa klubu PO, ministra, posła, byłego wicepremiera. Pojawiła się zatem duża różnica pomiędzy sposobem przedstawiania polityczek i polityków, która bynajmniej nie wynikała z braku pełnionych przez polityczki funkcji²³⁴.

Podobnie, jak w odniesieniu do Joanny Muchy i Małgorzaty Szmajdzińskiej-Sekuły, w rozmowie z J. Gowinem (N6/193) pośrednio wskazano pełnioną przez niego funkcję: „Jako poseł w zeszłej kadencji (...) jako minister będzie pan (...)”, jednak do rozmówców również

Rafał Grupiński. Nie boi się też bardziej zjednoczonej UE i hipotez Macierewicza. Ale międzynarodowej komisji nie będzie” (W25/842).

²³² „Ta władza jest naprawdę pewna siebie. Bo chyba tylko dlatego na liście leków refundowanych nie ma leku na przesadny optymizm. Chory na to minister zdrowia nie zapowiada powrotu do zdrowia” (W10/340).

²³³ „(...) mówi Grzegorz Schetyna, były wicepremier, były marszałek Sejmu, dziś poseł PO” (N46/1481); „(...) mówi minister rolnictwa Marek Sawicki, jeden z liderów PSL” (N9/298).

²³⁴ Joanna Mucha w momencie opublikowania wywiadu była ministrem, Joanna Kluzik-Rostkowska również w swojej karierze pełniła obowiązki ministra, o czym sama mówi w wywiadzie, Hanna Gronkiewicz-Waltz sprawowała w momencie przeprowadzania wywiadu urząd prezydenta Warszawy, była też w zarządzie partii a Małgorzata Szmajdzińska-Sekuła była posłanką na Sejm.

dziennikarze w większości wywiadów zwracali się per „pan” (osiem na dziesięć). Wzmiankując o osobach trzecich wspomniano o ich pozycjach, ale przeważnie wtedy, gdy pełniona funkcja nie współgrała z wypowiedzianymi słowami (np. w przypadku W. Pawłaka²³⁵) lub dążono do podkreślenia kompetencji (np. J. Rostowskiego jako ministra finansów; N9/298). D. Tusk i J. Kaczyński we wszystkich wywiadach wymieniani byli z nazwiska lub z imienia i nazwiska (jak liderzy partii lub czołowi działacze), pełnionej funkcji (premier/prezes) lub połączenia obu tych elementów. Pojawiły się jednak dwa wywiady – oba przeprowadzone przez Piotra Najsztuba – w których w rozmowie zwracano się do rozmówcy z uwzględnieniem pełnionej przez niego funkcji. Do B. Arłukowicza (W10/340) dziennikarz trzykrotnie zwrócił się per „panie ministrze” i kilkakrotnie podkreślił pełnioną przez niego funkcję (np. „minister zdrowia...”, „...jest się ministrem?”), podczas gdy o Ewie Kopacz mówił po nazwisku („Mówię >>Kopacz<< a pan myśli?”), wskazywał przez zaimek „ona” lub po prostu „pani Kopacz”. Joanna Mucha jednak nazywana była raz „minister Muchą”, a drugim razem – prześmiewczo – „ministrą Muchą”. Jacek Rostowski nazywany był „ministrem Rostowskim”, a Donald Tusk ironicznie „tatusiem”. Do Rafała Grupińskiego (N25/842) Piotr Najsztub w pierwszym pytaniu zwrócił się per „pan”, lecz dalej trzykrotnie podkreślił pełnioną przez niego funkcję przewodniczącego. Chociaż osoby takie jak Jarosław Kaczyński, Michał Boni czy Jarosław Gowin wymieniane były wyłącznie z nazwiska, nazwa pełnionej funkcji pojawiła się przy nazwisku Adama Hofmana („poseł Hofman”) oraz – w innym miejscu – Jarosława Gowina („minister Gowin”). Widać zatem, że wzmiankując o politykach nie zawsze powoływano się na pełnione przez nich funkcje, a polityczki niekoniecznie wymieniano wyłącznie z nazwiska. Chociaż Ewa Kopacz nazwana była „panią Kopacz”, Joannie Musze w obu wzmiankach podkreślono nazwę pełnionej funkcji. Należy jednak zwrócić uwagę na to, że w przypadku Ewy Kopacz uwidocznił się negatywny stosunek dziennikarza do jej poczynań jako ministra zdrowia, a w odniesieniu do Joanny Muchy podkreślenie funkcji nie było nobilitujące, lecz krytyczne. W obu przypadkach wzmianka o pełnionej funkcji wzmacniała negatywną ocenę działań polityczek, gorszą nawet od oceny dokonań ministra Arłukowicza²³⁶.

W tym ostatnim przypadku ujawniła się nieodnotowana w wywiadach z polityczkami **strategia może być gorzej**, polegająca na tym, że pomimo negatywnej oceny działań

²³⁵ „Przyzna pan, że to dziwne, jeśli coś takiego mówi urzędujący od ponad czterech lat wicepremier i minister gospodarki” pyt. 2. (N9/298).

²³⁶ „(...) zdjęła z pana trochę ciężaru chłopca do bicia i mamy teraz dziewczynkę do bicia. Bo chyba to ulga, kiedy nie czyta się codziennie o sobie, jakim to złym, niekompetentnym, kłamliwym jest się ministrem?” pyt. 56; „Uf. Dostał pan po stu dniach rządu, razem z minister Muchą, najgorsze oceny, siedzicie w osłej ławce (...)” pyt. 46. (W10/340).

rozmówcy łagodzi się jego obraz poprzez wskazanie osób, które oceniane są jeszcze bardziej krytycznie i na tle których rozmówca wypada znacznie lepiej.

W wywiadach z politykami nie pojawił się problem „zaspokajania oczekiwań opinii publicznej”, żaden z polityków nie był pytany o postanowienia noworoczne ani o wpływ, jaki wywierał na premiera (bądź szefa własnej partii). Kwestia rodziny pojawiła się wyłącznie w jednym wywiadzie (z B. Arłukowiczem) – padło pytanie nie o relacje z rodziną, ale o miejsce zamieszkania (warto zwrócić uwagę na sprawczość – decyzja o przeprowadzce): „I dlatego nie przeprowadził pan rodziny ze Szczecina do Warszawy?”²³⁷. Była to jedyna sekwencja poruszająca problematykę rodziny w wywiadach z politykami, a kwestia zamieszkania jest jednak jakościowo odmienna od pytań o bycie dobrą babcią (M. Szmajdzińska-Sekuła) lub opinię małżonka (J. Kluzik-Rostkowska). W odpowiedzi polityk nie podjął kwestii relacji z rodziną, a jedynie wyjaśnił motywy swojego postępowania. W żadnym przypadku nie pojawiło się też pytanie o płeć (męską) w polityce ani o to, czy któryś z polityków został mianowany na stanowisko z uwagi na jego wygląd. Nie padło również pytanie o uczestnictwo na wieczornych kolacjach politycznych z alkoholem ani o to, czy polityk chciałby zostać prezydentem. Wydaje się, że zagadnienia te poruszano wyłącznie z kobietami; w przypadku mężczyzn wydają się albo naturalne (np. uczestnictwo w spotkaniach z alkoholem, aspiracje polityczne) albo niedorzeczne (znaczenie wyglądu dla nominacji). Brak pewnych zagadnień, które są podejmowane w wywiadach z polityczkami, wskazuje jednocześnie na to, co jest niezwykle w przypadku pań i oczywiste w przypadku panów.

Dziennikarzom (nie było wśród nich Tomasza Machały) zdarzało się powracać do podjętej wcześniej kwestii, jednak dotyczyła ona negatywnej oceny polityka wyłącznie w odniesieniu do Bartosza Arłukowicza (W10/340). Pozostałe usilne powroty do podjętych wcześniej zagadnień dotyczyły ewentualnego spadku poparcia dla Platformy Obywatelskiej (W25/842), próby uzyskania potwierdzenia oczekiwanej rekonstrukcji rządu (W23/767) i wizji państwa według Jarosława Kaczyńskiego (W16/546). W każdym wywiadzie pojawiły się dygresje prowokowane wypowiedziami rozmówców i odnotowano przynajmniej jeden powrót do przerwanego w ten sposób wątku. Rozmowy wydają się jednak płynne i powiązane tematycznie, są wśród nawet takie, w których oprócz krótkiej dygresji (jedno, dwa pytania) nie odnotowano utraty płynności (W16/546) lub dygresja pozostawała w kręgu tematycznym i nakreślała kontekst dla pytania nawiązującego do wcześniejszych kwestii (N46/1481).

²³⁷ Odpowiedź brzmiała: „Nie. Dlatego, że nie chcę dostosowywać życia swoich dzieci, które chodzą do szkoły, do przedszkola, do swojego. Jednak będę jeździł tym pociągiem w zależności od pociągu sześć, sześć i pół godziny” (W10/340).

Najbardziej chaotyczny wydaje się wywiad z R. Sikorskim (N23/760), w którym w trzynastu pytaniach usiłowano poruszyć wiele odmiennych tematycznie zagadnień²³⁸.

We wszystkich pozostałych wywiadach pytania w większości wypływały z wypowiedzi i jedynie sporadycznie zdarzała się nagła zmiana tematu²³⁹. Co więcej, dziennikarze niejednokrotnie wraz z rozmówcami snuli domysły dotyczące motywacji i znaczenia podejmowanych działań (np. „Może chcą stworzyć alternatywny rząd, który będzie działał równolegle do istniejącego, choć bez władzy wykonawczej?” W38/1275).

Polityczki często używały języka potocznego, przy czym potoczne frazy najczęściej wypowiadała Małgorzata Szmajdzińska-Sekuła, natomiast po potoczne słownictwo sięgała najczęściej Joanna Kluzik-Rostkowska. Joanna Mucha używała potocznego języka jedynie sporadycznie, nawiązując do słów dziennikarza, natomiast Hanna Gronkiewicz-Waltz – prawie wcale. W wywiadach z politykami użycie potocznej polszczyzny było ledwie zauważalne. Zarówno dziennikarze podchwytywali potoczne sformułowania rozmówców, jak i rozmówcy powtarzali zwroty dziennikarzy²⁴⁰. Politycy używali potocznej polszczyzny sporadycznie („dzwonek ostrzegawczy” i „zderzak premiera” W31/1038, „pluć sobie w twarz” W16/546; „zacisnąć pasa” i „być fair” N9/298). Zdarzały się także wywiady, w ani rozmówca ani dziennikarz w ogóle po takie frazy nie sięgał (N46/1481).

Pytania zadawane politykom oscylowały wokół kwestii profesjonalnych. W trzech wywiadach z politykami podjęty został temat katastrofy smoleńskiej i jej znaczenia dla polityki. Chociaż zagadnienie to pojawiło się również w wywiadzie z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą, miało ono inny wymiar: polityczkę pytano o odczucia dotyczące wydarzenia, opinię na temat ustaleń organów badających jego przyczyny i mogącej powstać międzynarodowej komisji, ewentualne konsekwencje polityczne, które powinny (lub nie) zostać wyciągnięte względem wybranych polityków oraz o to, czy katastrofa ta będzie miała znaczenie dla układu sił politycznych po wyborach. W wywiadzie z L. Dornem (W16/546) rozważano znaczenie tego wydarzenia dla ideologii partyjnych i kształtu sceny politycznej, zaufania do instytucji państwowych oraz dla krystalizacji i umacniania się podziałów społecznych. Temat Smoleńska pojawił się również w wywiadzie z R. Grupińskim (W25/842) w odniesieniu do hipotetycznej

²³⁸ Np. zadane kolejno pytania o problem Polaków w dostrzeganiu sukcesów, o to co „wkurza” rozmówcę w Polsce oraz o euroentuzjazm; o politykę zagraniczną względem Niemiec, o pojednanie z Rosją i kolejno o stadionowych chuliganów w kontekście filmu w BBC przed Euro 2012.

²³⁹ Np. przejście od kwestii politycznych spotkań podczas Euro 2012 do wyborów prezydenckich i ewentualnej kandydatury Bronisława Komorowskiego (W23/767), dość często zmiany tematów zdarzały się w wywiadzie Piotra Najsztuba z Rafałem Grupińskim (W25/842).

²⁴⁰ Zwroty dziennikarzy: „oskubać z ozdobników” (W16/546), „zgarnąć całą pulę” (W16/546), „przymknąć oko”, „dzwonek ostrzegawczy” i „wypchnąć z partii” (W31/1038), „być zbyt miękkim” i „być usadowionym” (N9/298).

komisji międzynarodowej, jej znaczenia dla instytucji państwowych oraz dotychczas poczynionych ustaleń (9 z 63 pytań). Kwestia katastrofy smoleńskiej w kontekście doniesień o trotylu znalazła się również w wywiadzie z G. Schetyną (N46/1481), ale raczej w kontekście jej politycznego znaczenia dla partii niż jako samodzielny problem.

Tematyka podejmowana z politykami i polityczkami była odmienna. Najbliższy wywiadam z mężczyznami okazał się wywiad z Hanną Gronkiewicz-Waltz, którą pytano o kwestie partyjne, koalicję i wybory, ale również sukcesję po premierze²⁴¹. Z politykami podejmowano problematykę, której zabrakło w wywiadach z polityczkami: kwestię emerytur, podatków, polityki zagranicznej oraz ideologii politycznej i partyjnej. Wydaje się zatem, że mężczyźni postrzegani są jako eksperci od *twardych* zagadnień (choć z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą podjęto kwestie obronności kraju, zaznaczając jednak, że *miękkie* kwestie są ważniejsze). Pojawia się pytanie, czy zgodnie z teorią *agenda setting* wywiady z politykami publikowane są częściej ponieważ dotyczą zagadnień postrzeganych jako ważniejsze, czy też z uwagi na znaczenie tych polityków, co przekłada się na podejmowaną problematykę zależnie od ich zainteresowań. W efekcie skupienie się na rozsadach partyjnych, projektach ustaw, katastrofie smoleńskiej czy polityce międzynarodowej wskazuje na zagadnienia, które w polityce można uznać za istotne, pomijając takie kwestie, jak chociażby szkolnictwo.

Niektóre problemy podejmowano zarówno z politykami, jak i z polityczkami, a jedną z takich kwestii była osobowość Donalda Tuska. O ile jednak w wywiadzie z Hanną Gronkiewicz-Waltz kwestie o tym, iż premier *ulega nastrojom* oraz *jest histeryczny, wpada w furję* były stwierdzeniami, w wywiadzie z Grzegorzem Schetyną (N46/1481) padło pytanie o to, „Czy premier jest samotny?”. Wynikało ono z wcześniejszych sekwencji, zgodnie z którymi premier nie otacza się już *grupą przyjaciół*, ale ludźmi, z którymi łączą *relacje oparte głównie na zarządzaniu*. O ile wspomniana polityczka w odpowiedzi wyjaśniła, że nic jej nie wiadomo o humorach premiera i nigdy ich nie doświadczyła, Grzegorz Schetyna utożsamiał samotność z *poczuciem indywidualnej odpowiedzialności*.

W tych samych wywiadach wspomniano o trzeciej kadencji premiera: polityka spytano rzeczowo o plany premiera²⁴², polityczkę zaś o jej wyobrażenia o nich²⁴³. Do rzeczowych należało również pytanie postawione Rafałowi Grupińskiemu²⁴⁴ – w tym przypadku założono,

²⁴¹ W wywiadzie z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą pytania dotyczące premierostwa i prezydentury miały ogólniejszy charakter i nie odnosiły się do jej ówczesnych możliwości.

²⁴² „Czy Tusk myśli o trzeciej kadencji?” – pytanie dziennikarki (N46/1481).

²⁴³ „(...) Wyobraża sobie pani, że w 2015 roku Donald Tusk po raz trzeci wygrywa z Platformą wybory?”, „Mimo, że Donald Tusk sobie tego nie wyobraża i mówił, że dwie kadencje wystarczą?” (N12/400).

²⁴⁴ „(...) A ile prawdy jest w tym, że Donald Tusk – wbrew swojej jesiennej zapowiedzi – po raz kolejny zawalczy o przywództwo w Platformie?” (W25/842).

że może on posiadać wiedzę pewniejszą i wykraczającą poza deklaracje samego premiera. Uwidacznia się tu założenie, że politycy posiadają wiedzę o planach szefa rządu niezależnie od jego oficjalnych deklaracji, natomiast polityczka może *wyobrażać sobie* możliwe scenariusze nie mając pewności²⁴⁵. Istotny jest fakt, że nie tylko z mężczyznami, ale także z kobietą temat ten został podjęty. Co więcej, R. Grupińskiego poproszono również o ocenę, czy jego zdaniem „właściwy byłby ten [scenariusz], w którym Donald Tusk ponownie zostaje szefem PO?” (W25/842), budując tym samym jego pozycję jako niezależnego autorytetu, zdolnego do oceny działań premiera i ich wpływu na kształt całej sceny politycznej²⁴⁶.

W obu wywiadach – z Grzegorzem Schetyną (N46/1481) i z Hanną Gronkiewicz-Waltz – odmiennie podjęto również kwestię ewentualnego sukcesora. O ile G. Schetynę zapytano wprost: „Donald Tusk przygotowuje sobie następcę?”, o tyle Hannę Gronkiewicz-Waltz metaforycznie, nawiązując do wcześniej użytej przenośni: „Może nadchodzi czas w Platformie, żeby kierowca zdecydował: dam innym potrzymać trochę kierownicę?”. Rozmówcę spytano o intencjonalne działania premiera, zaś rozmówczynię o opinię, czy nadeszła pora aby premier podjął jakieś działanie, nie odwołując się bezpośrednio do wiedzy o planach Donalda Tuska. W tym przypadku G. Schetyna proszony był o przedstawienie stanowiska premiera, prezydent Warszawy zaś ponownie o opinię. W wywiadzie z G. Schetyną (N46/1481) wspomniano o sukcesji władzy²⁴⁷, natomiast w wywiadzie z polityczką poruszono kwestię większej liczby decydentów, którzy w przyszłości mogliby stać się liderami²⁴⁸. Oba pytania odnoszą się do sposobu zarządzania partią, lecz w pierwszym przypadku polityk ukazywany jest jako bezwzględny strateg, w drugim zaś jako lider, którego rolę poddano w wątpliwość. Rafała Grupińskiego²⁴⁹ spytano natomiast o to, czy scenariusz z kimś innym jako liderem jest możliwy do wyobrażenia, przy czym dziennikarz jednoznacznie stwierdza, że premier nie ma swojego potencjalnego zastępcy, którego mógłby sygnować na to stanowisko, a sytuację tę uważa za powszechną we wszystkich partiach. Rafał Grupiński nie jest pytany o zamiary, intencje czy działanie premiera, ale o opinię.

Pojawiła się jeszcze jedna wspólna kwestia: to, czy interlokutor zostanie premierem. Grzegorza Schetynę spytano rzeczowo: „Będzie pan kolejnym premierem?” (N46/1481), podczas gdy Hannie Gronkiewicz-Waltz postawiono pytanie bardziej subtelnie: „Wyobraża

²⁴⁵ Skonfrontowano wypowiedź prezydent Warszawy dopuszczającą scenariusz z trzecią kadencją Tuska ze stwierdzeniem, że „on sam sobie tego nie wyobraża” (N12/400).

²⁴⁶ Podobny mechanizm w pytaniu: „(...) Kiedy [premier] powinien dokonać zmian w rządzie?” (W25/842)

²⁴⁷ „A może Donald Tusk boi się (...) mieć w partii delfina? Woli ukreślić mu łeb, zanim ten skoczy mu do gardła?”.

²⁴⁸ „Skąd więc pytania, czy Tusk jest Platformie potrzebny, że może powinno być więcej decydentów na górze?”.

²⁴⁹ „Potrafi pan wyobrazić sobie innego lidera? Po tylu latach dominacji Tuska nikt nie wyrósł w Platformie aż tak, żeby mógł go zastąpić. Nie ma w tej partii hodowli nowych liderów. W innych zresztą też” (W25/842).

sobie pani w przyszłości przeprowadzkę z ratusza do Kancelarii Premiera?”²⁵⁰. Co więcej, określenie *kolejny premier* może sugerować sukcesję po Donaldzie Tusku, podczas gdy w odniesieniu do polityczki wskazano na dłuższą perspektywę czasową. Potwierdzają się również powyższe ustalenia dotyczące tego, iż polityka pytano o fakt (czy zostanie premierem), natomiast polityczkę o możliwy scenariusz, wyobrażenie – czy dopuszcza do siebie taką myśl.

W wywiadzie z Ludwikiem Dornem (W16/546) pojawiło się kilka pytań zbieżnych z pytaniami stawianymi Małgorzacie Szmajdzińskiej-Sekule (W30/1012). Pierwsze z nich dotyczyło kwestii Smoleńska jako źródła politycznego kapitału, zdolnego doprowadzić do zmiany władzy²⁵¹. Różnica wynikała z tego, iż polityk sam podjął kwestię znaczenia katastrofy dla wyborów (w kontekście wcześniejszej rozmowy o ideologii prezesa PiS), natomiast polityczce pytanie to postawiono jako podsumowanie rozważań nad wynikami śledztwa. W obu przypadkach odpowiedź była negatywna. Ważne, by podkreślić, że polityczka (podobnie jak Hanna Gronkiewicz-Waltz) została zapytana o możliwość wyobrażenia sobie czegoś, a nie o przewidywanie faktów, co miało miejsce w odniesieniu do polityka.

Obu wspomnianym osobom postawiono również pytanie o antagonizmy w polityce, jednak Małgorzatę Szmajdzińską-Sekulę spytano o negatywne emocje w sali sejmowej (nazwane konkretnie, z ujemnym ładunkiem emocjonalnym)²⁵², zaś Ludwika Dorna – w kontekście jego wcześniejszej wypowiedzi – o to, czy wymieniony przez niego typ emocji – *niechętny dystans* (możliwie zneutralizowany pod względem nacechowania emocjonalnego) jest politycznie akceptowalny²⁵³. O ile kobiecie postawiono pytanie dotyczące postrzegania przez nią świata i jej doświadczenia (konkret), mężczyzna został zapytany o ogólniejsze prawidłowości rządzące sceną polityczną (abstrakcja).

Po trzecie, odnośnie do rzetelnych informacji o katastrofie polityka zapytano *jaka jest prawda o Smoleńsku?* (W16/546), podczas gdy polityczkę o działania organów państwowych mających *prawdę* ujawnić oraz o to, czy dotychczasowe spekulacje nie wywołują u niej wątpliwości, że mógł to być zamach. Pytanie postawione mężczyźnie było otwarte i niesugerujące, podczas gdy pytania zadane kobiecie sugerowały oczekiwane odpowiedzi. Co więcej, założono, że polityk zna prawdę i może ją ujawnić, natomiast w rozmowie z polityczką przyjęto, że prawda jest nieznana i może być ujawniona przez osoby trzecie,

²⁵⁰ Z sugestią: „Narzędzia, żeby to osiągnąć nie w Warszawie, ale w Polsce, są w Kancelarii Premiera, a nie w stołecznym ratuszu”.

²⁵¹ Pytanie do polityka: „Dlaczego nie? Smoleńsk ma w sobie potężny ładunek emocjonalny”; pytanie do polityczki: „Potrafi pani wyobrazić sobie sytuację, w której emocje smoleńskie doprowadzają do zmiany władzy?”

²⁵² „Jakieś ślady nienawiści dostrzegła pani w parlamencie?”.

²⁵³ „Niechętny dystans mieści się w normalnych politycznych namiętnościach?” (W16/546).

organy państwowe lub pozapaństwowe (komisja zagraniczna), a rozmówczyni pozostają spekulacje. Polityczkę pytano o działania instytucji mających ustalić prawdę, lecz nie pytano jaka ta prawda zdaniem rozmówczyni jest.

W wywiadzie z Hanną Gronkiewicz-Waltz (N12/400) oraz w wywiadzie z Jarosławem Gowinem (W31/1038) podjęto problematykę *in vitro*. Polityczkę zapytano jednak o kwestie formalne, czy *będzie radziła wrócić do ustawy o in vitro?*, natomiast polityka o meritum i poglądy, pytając czy projekt ustawy nie będzie dla niego *sygnałem, że nie ma miejsca dla konserwatystów w Platformie* oraz o elementy, które są według niego nie do zaakceptowania (*non possumus*) we tej ustawie.

W jednym pytaniu z Jarosławem Gowinem wspomniano o związkach partnerskich²⁵⁴, natomiast prezydent Warszawy została kilkakrotnie spytana o tę kwestię: o akceptację takich związków („Związki partnerskie są niedopuszczalne?”; pytanie sugerujące), o próbę przeprowadzenia ustawy o związkach oraz o to, jak *podczas narady w Kancelarii Premiera będzie radziła w sprawie związków*. W tym przypadku to Hannie Gronkiewicz-Waltz zadano pytania odnoszące się zarówno do meritum, poglądów, jak i do kwestii formalnych (faktu radzenia w jakiejś sprawie), podczas gdy J. Gowina pytano o jego reakcję na konkretne działanie partii. Można pokusić się o konkluzję, że polityczka miała wypowiedzieć się na temat procesu tworzenia ustawy, a polityk o jego stosunku do tej inicjatywy.

Ostatnia wspólna kwestia dotyczyła zmiany koalicji. Jarosława Gowina zapytano o wiarę w możliwość zmiany koalicjanta w bieżącej kadencji²⁵⁵, podczas gdy polityczkę o zmianę koalicji w dramatycznej sytuacji (w nawiązaniu do wcześniejszej odpowiedzi). W tym przypadku sugestywne zestawienie pytań wskazuje, że zmiana koalicji jest postrzegana jako dramat, efekt nieprzewidzianych zdarzeń, podczas gdy w rozmowie z politykiem wydaje się ona być elementem strategii i planowania. Polityczkę spytano również o to, czy *lepszą inną koalicją niż wcześniejsze wybory* oraz o możliwych koalicjantów – kwestii tej poświęcono więcej uwagi niż w rozmowie z politykiem. Druga różnica polega na tym, że polityka zapytano czy wierzy, że zmiana koalicji *jest szykowana* jeszcze w bieżącej kadencji, co sugeruje, że pytanie to może bazować na zasłyszanych informacjach, podczas gdy rozmowa z polityczką jest rozważaniem możliwych scenariuszy bez odwołania do wiedzy bądź pogłosek.

Jedynie w wywiadzie z Bartoszem Arłukowiczem (W10/340) pojawił się wątek oczekiwania społecznych, podobnie jak miało to miejsce względem Joanny Muchy. O ile jednak

²⁵⁴ „A gdyby PO zgłosiła swój projekt ustawy o związkach partnerskich?” (W31/1038).

²⁵⁵ „A wierzy pan, że jeszcze w tej kadencji szykowana jest wymiana koalicjanta na Palikota albo SLD?” (W31/1038)

polityczkę pytano o oczekiwania względem niej oraz o to, jak zamiesza je zaspokoić, pytanie postawione politykowi odnosiło się do jego odczuć związanych z faktem, że jego działania nie pozwolą na zaspokojenie opinii społecznej²⁵⁶. Nie został on spytany o stawiane mu oczekiwania ani jak im sprostą – zostały one założone *a priori*. Ponadto, w pytaniu kryła się opinia, że odmowa realizacji antycypowanych oczekiwań wynikała z konieczności („musi pan mówić: nie”). Rozmówcę pytano o odczucia towarzyszące rozbieżnościom między koniecznymi działaniami a niespełnionymi oczekiwaniami, podczas gdy Joannę Muchę o to, czego opinia publiczna oczekuje od niej i – wielokrotnie – jak zaspokoi te oczekiwania (co sugerowało, że jest to głównym jej celem). W przypadku ministra zdrowia wyraźnie podkreślono rozbieżności pomiędzy racjonalnym i koniecznym działaniem a oczekiwaniami.

W wywiadzie z Ryszardem Kaliszem (W38/1275) pojawił się wątek podjęty z Hanną Gronkiewicz-Waltz dotyczący wniosku o Trybunał Stanu dla dwóch polityków. O ile polityczkę zapytano czy *radziłaby forsować wniosek o Trybunał Stanu dla Jarosława Kaczyńskiego i Zbigniewa Ziobry*, o tyle politykowi zadano pytanie o to, czy zostanie on przegłosowany, podkreślając że optował za takim rozwiązaniem²⁵⁷. Różnica polega na tym, iż polityczka pytana jest o jej stosunek do tego wniosku (czy jej zdaniem należy go forsować), zaś polityk o faktyczne jego złożenie (czy zostanie złożony, czy coś z niego będzie), a zatem proszony był o przewidzenie rozwoju wydarzeń. Istotny jest fakt, że Hanna Gronkiewicz-Waltz jest członkiem partii, która nad wnioskiem pracowała i została zapytana o opinię, o jej stosunek do tego wniosku, podczas gdy polityk niezwiązany z tym ugrupowaniem miał ocenić, czy w rzeczywistości zostanie on złożony, a zatem o możliwe realne działania.

W wywiadzie z Rafałem Grupińskim (W25/842) podjęto zagadnienia obecne w wywiadzie z Joanną Muchą. Pierwsze pytanie zadane politykowi brzmiało: „Chodzi pan na mecze?” (polityczkę spytano o to, czy *była w szatni po meczu?*), a następnie *czy będzie chodzić* (gdy odpowiedział że nie, dziennikarz sugerował możliwe powody takiego zachowania, usprawiedliwiał: „Bo pan intelektualista, bo literatura, bo futbol to nie pana emocje?”). Różnica niewielka, ale znacząca – wiadomo, że obecność na meczu jest bardziej powszechna niż w szatni po skończonych rozgrywkach, a Joanna Mucha nie przejawiała większego zainteresowania dyscyplinami sportowymi. Pytanie jej zadane można zatem odebrać jako złośliwe, podczas gdy pytanie zadane R. Grupińskiemu można uznać za neutralne,

²⁵⁶ „Teraz jednak wielu oczekiwaniom społecznym musi pan mówić: nie, nie zrealizujemy tego koniec, kropka. Nawet jeśli to się dzieje między wierszami nowego spisu leków refundowanych. Jak się pan z tym czuje? (...)”; „Jak by pan to nazwał? Zamykaniem oczu?” (W10/340)

²⁵⁷ „Pan chciał szefa PiS stawiać przed Trybunałem Stanu. Teraz Grzegorz Schetyna mówi, że jest już gotowy wniosek o TS dla Kaczyńskiego i Ziobry. Czy coś z tego będzie?” (W38/1275)

zwłaszcza w kontekście rozgrywek Euro 2012. Gdyby Joannę Muchę zapytać o uczestnictwo na meczach, a dopiero później o wizytację szatni jeśli odpowiedziałaby twierdząco, byłoby to zrozumiałe. Jeśli jednak rozpoczyna się od pytania bardziej konkretnego z pominięciem filtra (tj. pytania ogólniejszego), to można zakładać, iż ma to swój cel – w tym przypadku ukazanie niedostosowania pani minister do pełnionej przez nią funkcji. W przypadku R. Grupińskiego pytanie otwierające wywiad wydaje się być na miejscu nie tylko z powodu swojej ogólnikowej formy, ale również w związku z tytułem wywiadu – „Smuda nie wywróci Tuska”, który wskazuje, że rozmowa będzie przynajmniej częściowo dotyczyła tematów piłkarskich.

W wywiadzie z Rafałem Grupińskim (W25/842) oraz w wywiadzie z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą poruszono również kwestię międzynarodowej komisji, mającej zbadać przyczyny katastrofy samolotu prezydenckiego. W obu przypadkach pytanie o utworzenie komisji było rzeczowe. Polityczkę zapytano: „(...) Pani jest jej zwolenniczką?”, natomiast polityka: „Jak się pan odnosi do pomysłu powołania ewentualnej międzynarodowej komisji do ponownego zbadania katastrofy smoleńskiej? (...) Czy będziecie chcieli stworzyć taką komisję?”. Różnica polega na tym, że w rozmowie z szefem klubu PO podkreślono partyjność i wspólne działanie mówiąc *będziecie chcieli*, jednocześnie przyznając moc sprawczą rozmówcy jako członkowi tejże grupy, natomiast polityczkę poproszono wyłącznie o opinię.

Do kwestii powołania komisji odwoływało się kilka pytań. Obu osobom zadano pytania o znaczenie komisji dla organów państwowych: szefowi klubu PO o to, czy jej powołanie „(...) byłoby dla władzy podważeniem zaufania do swoich wcześniejszych działań, czyli do samej siebie?” (W25/842). W wywiadzie z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą pytanie było stwierdzeniem, że osoby podważające sens komisji mówią, iż kwestionowałyby ona *powagę państwa*, ponieważ „(...) państwo (...) przyznałoby się, że samo nie jest w stanie dotrzeć do faktów i ich umiejętnie zanalizować”. Wydźwięk pytania jest podobny, jednak o ile w rozmowie z szefem PO mówi się o podważeniu działań władzy, o tyle w rozmowie z posłanką dziennikarz odnosi się do *państwa* (mogą one w tym ujęciu stanowić synonimy). Politykowi postawiono pytanie konkretne, w rozmowie z polityczką była to zaś wypowiedź, do której – jak oczekiwano – miała się ona ustosunkować.

O ile polityczka proszona była o nakreślenie możliwych scenariuszy przyszłości²⁵⁸, o tyle w wywiadzie z Rafałem Grupińskim Piotr Najsztub sam wskazał możliwy scenariusz przyszłości i spytał rozmówcę o to, czy władza jest przygotowana na taką ewentualność i czy

²⁵⁸ „Potrafi pani wyobrazić sobie sytuację, w której emocje smoleńskie doprowadzają do zmiany władzy?” (W30/1012).

będzie w stanie sobie z nią poradzić²⁵⁹. Poziom rozmowy przenosi się tym samym z poziomu domysłów na poziom konkretnych rozwiązań. Należy zwrócić również uwagę na to, iż dziennikarz założył, że rozmówca rozważał lub mógł rozważać takie scenariusze, skoro zadał pytanie o to, czy istnieją już przygotowane zawczasu rozwiązania.

Należy przytoczyć również istotną różnicę w podejściu do przyszłości polityków. Jak zostało to już wspomniane w rozdziale 5.1.5., Hannę Gronkiewicz-Waltz pytano o to, czy wyobraża sobie pełnienie funkcji premiera, a jej brak wybiegania w przyszłość określono mianem *braku* ambicji i w dalszym ciągu pytano o plany na najbliższe dziesięć lat. W wywiadzie z 2012 roku dziennikarz zadawszy pytanie o to, czy Donald Tusk wystartuje w wyborach prezydenckich w 2015 roku otrzymał odpowiedź, iż: „Donald Tusk jest **zbyt wytrawnym politykiem** [wyróżnienie – K.S.], by robić szczegółowe plany na cztery lata do przodu” (N6/193; wywiad z Jarosławem Gowinem). Wskazuje to, iż brak planów w istocie świadczy o „wielkości” polityka, a nie braku ambicji. Pytanie do prezydent Warszawy o tak dalekosiężne plany można potraktować zatem jako sygnał, że dziennikarz nie traktował jej jako wytrawnego polityka. Pokreślić jednak należy, iż wywiad z Hanną Gronkiewicz-Waltz przeprowadzał inny dziennikarz, niż wywiad z Jarosławem Gowinem. Można jednak przyjąć, że pewien zestaw przekonań jest wspólny dla całego pola politycznego.

Zarówno w wywiadzie z Rafałem Grupińskim (W25/842) jak i Hanną Gronkiewicz-Waltz padło pytanie o stanowisko Platformy: w wywiadzie z politykiem pytano o zacieśnienie współpracy Unii Europejskiej, *ewentualną federalizację, mocniejszą unię polityczną krajów wspólnoty*, a w wywiadzie z polityczką podjęto kwestię związków partnerskich. O ile jednak polityka spytano *czy Platforma ma w tej sprawie stanowisko*, dając mu szansę ukierunkowania odpowiedzi w dowolny sposób, polityczce postawiono pytanie o konkretne działania: „Platforma spróbuje przeprowadzić ustawę o związkach?”.

W większości pytań kierowanych do polityków pojawiły się podobne strategie jak względem polityczek, przy czym strategie ujawniania wiedzy, nakreślania scenariuszy, sugerowania odpowiedzi oraz stwierdzania faktu okazały się najczęstsze. Nie odnotowano wartościowania poprzez narzucanie definicji sytuacji, eksplicytnego podkreślania braku doświadczenia, strategii „mamy cię”, przemieszczenia cech, dyskredytacji przez płęć, gradacji

²⁵⁹ „Możliwy jest też taki scenariusz: nasza klęska piłkarska, tąpnięcie nastrojów i PKB zacznie spadać, bo smutni Polacy nie będą chcieli kupować i napędzać w ten sposób gospodarki. Macie jakiś plan awaryjny w takiej sytuacji?” (W25/842). Podobne pytanie: „(...) gdyby tak się złożyło, że odebrano by wam jeszcze kilku posłów i stracilibyście tę niewielką przewagę, to Platforma zdecydowałaby się kontynuować rząd już jako mniejszościowy?” (W25/842).

językowej ani podkreślania niezwykłości. Pojawiły się także strategie nieobecne w wywiadach z polityczkami: „może być gorzej”, szukanie usprawiedliwienia oraz tonowanie optymizmu.

Technika „może być gorzej” została już omówiona we wcześniejszej części niniejszego rozdziału. Dla przypomnienia – jej celem jest przedstawienie argumentu, postaci lub działania, na tle którego rozmówca wypada lepiej i który pozwala mu zachować twarz, pokazać, że można być ocenianym jeszcze krytyczniej, przez co prowadzi do lekkiej poprawy złego wizerunku. **Technika szukania usprawiedliwienia** pojawiła się w wywiadzie z Rafałem Grupińskim (W25/842), w którym w odpowiedzi na stwierdzenie, że rozmówca nie chodzi na mecze, padło pytanie: „Bo pan intelektualista, bo literatura, co futbol to nie pana emocje?”, które mogło stanowić wytłumaczenie faktu, iż interlokutor nie jest czynnym kibicem (podobna strategia nie ujawniła się w wywiadzie z Joanną Muchą, choć wspomniano o obecności podczas rozgrywek). Ostatnią strategią jest **technika tonowania optymizmu**, gdy dziennikarz koryguje zbyt optymistyczną jego zdaniem wypowiedź, pośrednio wyrażając opinię na temat poglądów lub stwierdzeń. Pojawiła się ona w wywiadzie z R. Grupińskim, gdy na stwierdzenie, że „[z] kryzysem nie zremisowaliśmy, tylko wygraliśmy w pierwszej jego fazie” padła riposta, iż „[n]ie przegraliśmy, tak bym to określił” i na takie postawienie sprawy rozmówca się godzi („Dobrze, możemy skromniej powiedzieć: nie przegraliśmy (...)”)²⁶⁰.

Dziennikarze posługują się również **techniką budowania barier grupowych**. Nie odnosi się ona do wizerunku konkretnego polityka, ale działaczy politycznych w ogólności i ma znaczenie dla ich społecznego wizerunku. Dziennikarz wyraźnie wskazuje opozycję „my” – obywatele (czasem zaliczając do tej grupy również siebie) oraz „wy” – decydenci (np. „(...) Wszyscy zwariowaliśmy, że chcemy od was tej wizji, pomieszało nam się w głowach?” W25/842). O ile w wywiadzie z Hanną Gronkiewicz-Waltz najczęściej o Platformie mówiono w trzeciej osobie, o tyle w wywiadach z politykami mówiąc o partii używano pierwszej osoby liczby mnogiej („We wrześniu będziecie musieli coś dać niezdecydowanym (...)” W23/760).

W wywiadach z politykami pojawiła się także **technika ucinania tematu**. Przejawia się ona konkretnymi, acz lakonicznymi odpowiedziami, często zawierającymi się w jednym słowie, czego przeważnie nie odnotowano w przypadku wywiadów z polityczkami²⁶¹. W ten sposób rozmówca wyraża niechęć do kontynuowania wątku.

²⁶⁰ Technika obecna także w wywiadzie z Bartoszem Arłukowiczem (W10/340) P: „(...) Handel z Platformą się opłacił?”, O „To nie był żaden handel”, P: „Jak to nie handel? Kupili pana stanowiskiem ministra dekoracyjnego (...)”. Oba wywiady, z R. Grupińskim i B. Arłukowiczem, prowadził Piotr Najsztub.

²⁶¹ Joanna Kluzik-Rostkowska użyła czterech słów odpowiadając na pytanie: „A co na to mąż?”. Technikę tę stosował R. Grupiński mówiąc, że nie chodzi na mecze („Nie”, W25/842) i G. Schetyna (W23/767), mówiąc że podczas spotkania z premierem „nie stało się nic szczególnego” („Nie”) i „Przepraszam” na stwierdzenie, że wcześniejsza jego odpowiedź zbiła dziennikarzy z tropu.

5.2 Polityczki jako bohaterki jednostek prasowych

Spośród 57 artykułów, których bohaterkami były polityczki, wyeliminowano przekazy traktujące o więcej niż trzech bohaterach (5 jednostek), monarchach (3 jednostki) oraz działaczach lokalnych (3 jednostki)²⁶². Spośród pozostałych wyodrębniono 29 jednostek o polityczkach zagranicznych (63,04% wyodrębnionych jednostek) oraz 17 o polityczkach działających w ramach polityki polskiej (36,96%). Jednocześnie w analizowanym materiale znalazły się 393 artykuły dotyczące polityków, z czego 216 o politykach polskich (54,96%; 213 przekazów bez uwzględniania przedstawicieli władz lokalnych) i 177 o zagranicznych (45,04%). Po uwzględnieniu kryteriów wyszczególnienia jednostek do analizy, zastosowanych w artykułach o bohaterkach polityczkach oraz uwzględniając charakterystykę bohaterek²⁶³, okazuje się, że politycy zagraniczni byli bohaterami 150 artykułów, natomiast politycy polscy 42 jednostek. Liczba artykułów traktujących o polityczkach polskich stanowiła 40,48% liczby artykułów, których bohaterami byli politycy o podobnej charakterystyce, działający na polskiej scenie politycznej (7,98% wszystkich polityków, bez przedstawicieli władz lokalnych), natomiast liczba jednostek o polityczkach zagranicznych stanowiła 19,(3)% jednostek o politykach zagranicznych. Widać zatem, że dwukrotnie częściej wspomina się o polityczkach zagranicznych niż o polskich, a polityczki niebędące czołowymi działaczkami są obiektem zainteresowania mediów znacznie rzadziej niż politycy pełniący podobne funkcje.

Polityczki zagraniczne to w większości najważniejsze osoby w państwie – prezydentki lub premierki (18 z 29 przekazów; 62,07%), w pięciu przypadkach artykuły traktowały o kandydatkach na najwyższe urzędy (17,24%), w jednym przypadku o osobie pełniącej funkcje ministerialne (3,45%) oraz o kobiecie, która przewodniczyła Bundesratowi (3,45%). Dwa artykuły dotyczyły osoby walczącej o prawa kobiet, która – już po opublikowaniu obu artykułów – weszła do parlamentu (6,90%) oraz po jednym o Susan Rice oraz Marion Le Pen (3,45%). Do analizy wybrano artykuły traktujące o polityczkach działających w Sejmie VII kadencji (nie uwzględniono działaczek lokalnych, w tym także Hanny Gronkiewicz-Waltz, pomimo pełnienia przez nią w pewnym okresie czasu funkcji posła oraz Elżbiety Jakubiak, jako że w chwili ukazania się artykułu nie była już posłanką, a prowadziła własny biznes). W czternastu artykułach odnoszono się do kobiet pełniących w swojej karierze funkcje ministerialne (82,35%; w tym pełnomocniczka ds. równego traktowania), trzy jednostki

²⁶² W tym ujęciu artykuły o Hannie Gronkiewicz-Waltz potraktowane zostały jako jednostki o działaczce lokalnej.

²⁶³ Ze względu na to, iż w centrum zainteresowania znalazły się artykuły poświęcone polityczkom działającym w Sejmie, również polityk nie mógł być prezydentem, premierem, szefem partii, senatorem ani przedstawicielem rządów lokalnych. Ich uwzględnienie sprawiłoby, iż porównania byłyby niemiarodajne.

traktowały o ówczesnej pani marszałek Ewie Kopacz i w trzech artykułach (17,65%) bohaterkami były posłanki, które nie pełniły w swojej karierze czołowych ról państwowych.

Spośród siedemnastu artykułów traktujących o polityczkach działających na szczeblu centralnym oraz zasiadających w Sejmie VII kadencji, w czternastu polityczki były bohaterkami całego artykułu. W trzech przypadkach (W4/120, W10/341, W29/975) bohaterki-polityczki – choć wymieniane w tytule, podtytule lub w treści – nie stanowiły ośrodka ciężkości przekazu. We wspomnianych artykułach Małgorzata Sekuła-Szmajdzińska (W4/120) pojawiła się w charakterze wdowy smoleńskiej, Krystyna Szumilas (W10/341) jako osoba kontrolująca reformę edukacji, a Anna Grodzka (W29/975) jako postać kontrowersyjna dla Ruchu Palikota. Artykuły te nie zostały włączone do materiału poddanego szczegółowym analizom, jednak fragmenty zostały uwzględnione, co w dalszej części zostanie wyraźnie zasygnalizowane.

Spośród pozostałych czternastu artykułów sześć dotyczy Joanny Muchy (42,86%)²⁶⁴, cztery Ewy Kopacz (28,57%)²⁶⁵, dwa Joanny Kluzik-Rostkowskiej (14,29%)²⁶⁶ i po jednym Elżbiety Jakubiak (W5/164), Agnieszki Kozłowskiej-Rajewicz (P20/674) oraz Krystyny Pawłowicz (N32/1037). Warto odnotować fakt, że jedynie o Joannie Musze wspomniano we wszystkich trzech tytułach prasowych, natomiast artykuły o Ewie Kopacz oraz Joannie Kluzik-Rostkowskiej publikowano wyłącznie we *Wprost*. W jednej jednostce prasowej pojawiło się trzech bohaterów: Joanna Kluzik-Rostkowska, Elżbieta Jakubiak oraz Paweł Poncyliusz. O ile we *Wprost* bohaterkami były głównie kobiety pełniące sztafardowe funkcje polityczne (minister, marszałek), o tyle w *Newsweeku* zamieszczono artykuł o pełnomocnicze ds. równego traktowania (w kontekście artykułu można powiedzieć: o „niepełnej minister”), a w *Polityce* opublikowano jednostkę prasową traktującą o posłance.

Cztery artykuły napisane zostały wyłącznie przez jedną autorkę – kobietę i były to jednostki, których bohaterkami były Krystyna Pawłowicz, Agnieszka Kozłowska-Rajewicz, Ewa Kopacz (W21/690) oraz Joanna Kluzik-Rostkowska i Elżbieta Jakubiak (wystąpiły jako bohaterki tego samego artykułu; W5/164). Ta sama autorka – Aleksandra Pawlicka – napisała artykuły o Krystynie Pawłowicz oraz Joannie Kluzik-Rostkowskiej, Elżbiecie Jakubiak i Pawle Poncyliuszu (W5/164), natomiast Anna Gielewska była autorką jednostek o Joannie Kluzik-Rostkowskiej (W37/1240) oraz Ewie Kopacz (W21/690). Artykuł o pełnomocnicze wyszedł spod pióra Malwiny Dziedzic i okazał się być jedynym jej artykułem wśród analizowanych jednostek.

²⁶⁴ W8/270, W23/766, W44/1486, N8/260, N43/1373, P8/262

²⁶⁵ W4/122, W21/690, W40/1341, W50/1962

²⁶⁶ W5/164, W37/1240

Cztery jednostki napisane zostały przez składy proporcjonalnie mieszane, przy czym jeden dotyczył Ewy Kopacz (W4/122; Aleksandra Pawlicka i Grzegorz Łakomski) i trzy Joanny Muchy (W23/766 Anna Gielewska, Paweł Sikora; W44/1486 Anna Gielewska, Piotr Śmiłowicz; N8/260 Zofia Wojtkowska, Marcin Marczak). W jednym artykule – o Ewie Kopacz – skład autorski był zdominowany przez kobiety (W50/1692 Anna Gielewska, Zofia Wojtkowska, Piotr Śmiłowicz), autorami dwóch przekazów o Joannie Musze byli mężczyźni (P8/262 Piotr Pytlakowski; W8/270 Wojciech Cieśla), jeden artykuł o Ewie Kopacz napisany został przez dwóch mężczyzn (W40/1341 Andrzej Stankiewicz, Piotr Śmiłowicz), a jeden o Joannie Musze przez trzech dziennikarzy (N43/1373 Rafał Kalukin, Michał Krzymowski, Cezary Łazarewicz). Ostatni ze wspomnianych przekazów cechowało to, iż żaden ze współautorów nie był autorem lub współautorem innej jednostki zakwalifikowanej do analizy.

W tytule artykułu o bohaterce wspomniano w jedenastu jednostkach („Karabin maszynowy PiS” o Krystynie Pawłowicz N32/1037; „Eksgwiazda wraca do gry” o Joannie Kluzik-Rostkowskiej W37/1240; „Ofiara Smoleńska” W40/1341, „Marszałek premiera” W4/122, „Nietykalna, niewytrawna” o Ewie Kopacz W21/690; „M jak Mucha, M jak *Miś*” W8/270, „Waga musza” P8/262, „Polowanie na Muchę” N8/260 i N43/1373, „Eurobramkarka w poczekalni” W23/766, „Wszystkie odloty Muchy” W44/1486), przy czym każdy artykuł o Joannie Musze nawiązywał bezpośrednio do niej w tytule. O wydarzeniach – przewidywanych lub bieżących – wspomniano w dwóch jednostkach („Będzie się działo” o Agnieszce Kozłowskiej-Rajewicz P20/674; „Chora wojna o zdrowie” o Bartoszu Arłukowiczu i Ewie Kopacz W50/1692), a tytuły te nie odnosiły się bezpośrednio do polityczek o których traktowały artykuły, lecz skupiały się na wydarzeniach, które miały lub zgodnie z przewidywaniami będą miały miejsce. W jednym przekazie pojawiła się wzmianka o sposobie życia („Przetrwanie jest najważniejsze” o Joannie Kluzik-Rostkowskiej i Elżbiecie Jakubiak W5/164), przy czym tytuł nawiązywał również do nazwy partii – PJN – która nie znalazła się w Sejmie po wyborach z roku 2011.

Z tytułów krystalizuje się obraz przede wszystkim dwóch polityczek – Ewy Kopacz jako marionetki premiera, wpieranej przez niego, pomimo nieradzenia sobie tak z obowiązkami marszałka (*niewytrawna*), jak i ministra zdrowia („Ofiara Smoleńska”) oraz Joanny Muchy jako osoby wystawionej jako cel, który należy ustrzelić (*polowanie*), popełniającej gafy i odsuwanej od głównego nurtu wydarzeń („Wszystkie odloty Muchy”, „Eurobramkarka w poczekalni”) oraz – w kontekście treści jednostki prasowej („Na biurku, koło lampki, trzyma maskotkę. Utkaną z trawy figurkę misia z filmu *Miś*. Misia jak Stadion Narodowy: na miarę naszych możliwości” W8/270 – polityczka została porównana w tytule do owego misia: „M jak

Mucha, M jak *Miś*”) – osoby świadczącej o jakości polityki, decyzji i możliwości kadrowych. W artykule o Krystynie Pawłowicz oraz (w mniejszym stopniu) o Agnieszce Kozłowskiej-Rajewicz zasugerowano, iż panie prowadzą walkę. W przypadku Krystyny Pawłowicz wskazuje na to odniesienie do *karabinu maszynowego*, który służy zabijaniu przeciwników (tutaj: politycznych), zaś w odniesieniu do pełnomocniczki ds. równego traktowania podkreślono fakt, iż nie będzie ona działać spokojnie i pokojowo, lecz należy spodziewać się wartkiej akcji (*będzie się działo*), co również może sugerować spory i konflikty polityczne (podtytuł i treść uprawomocniają taką interpretację). W przypadku Joanny Kluzik-Rostkowskiej widać, iż przegrała ona walkę o swoją partię, a *przetrawianiem* w polityce okazał się powrót *byłej gwiazdy* do wielkiej polityki, tym razem w szeregach PO. Wydaje się zatem, że dąży ona do działalności politycznej niezależnie od partii, z którą miałaby współpracować, co nie buduje zaufania do polityka, przedstawiając go jako oportunistę.

5.2.1 Sposób nazywania bohatererek

W czterech artykułach podkreślono funkcję pełnioną przez polityczki („pełnomocniczka ds. Równego traktowania Agnieszka Kozłowska-Rajewicz” P20/674, „konflikt między obecnym ministrem Bartoszem Arłukowiczem a jego poprzedniczką Ewą Kopacz” W50/1692, „minister Joanna Mucha” N43/1373) lub tytuł naukowy im przysługujący („profesor” w odniesieniu do Krystyny Pawłowicz N32/1037), w trzech nie wspomniano żadnego nazwiska (W5/164, W37/1240, W40/1341), a w pozostałych bohaterki przedstawiano wyłącznie za pomocą imienia i nazwiska (W4/122, W21/690, W8/270, P8/262, N8/260, W23/766, W44/1486).

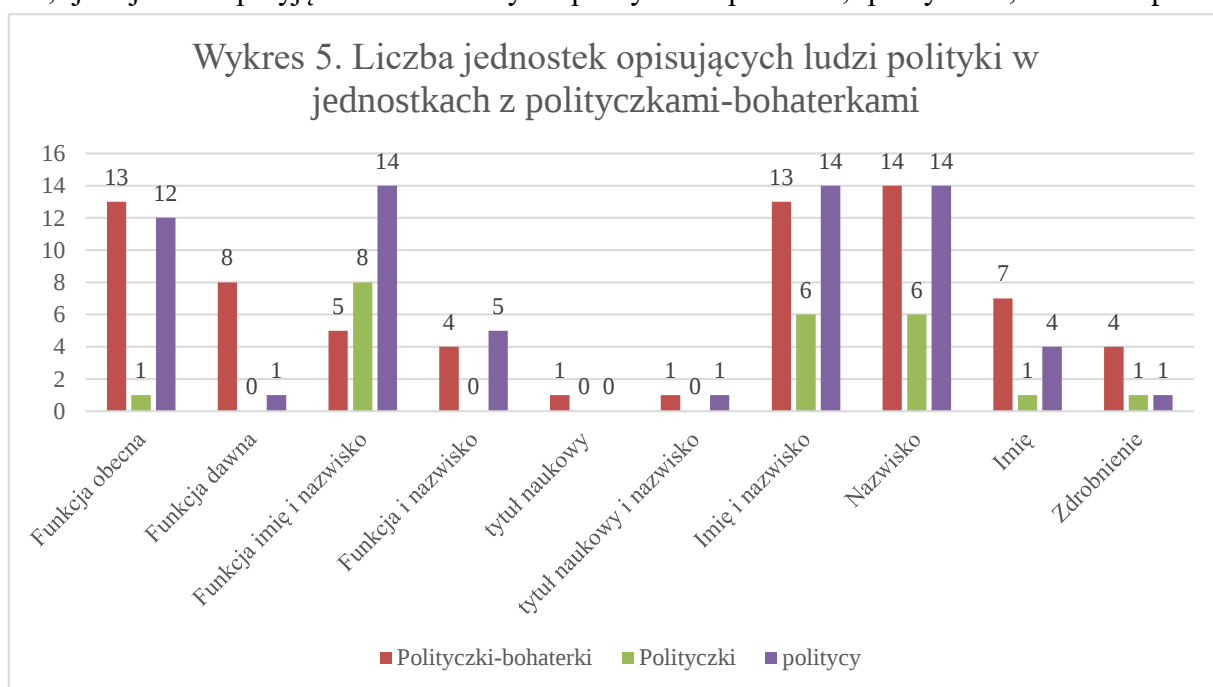
Główne bohaterki artykułów w treści po raz pierwszy były najczęściej przedstawiane z imienia i nazwiska (6 jednostek), równie często z samego nazwiska oraz jednocześnie wskazując na pełnioną (w danym momencie lub w przeszłości) funkcję, imię oraz nazwisko (po 3 jednostki). W jednej jednostce przedstawiono polityczki za pomocą pełnionej przez nie w danym momencie funkcji oraz przez połączenie funkcji oraz nazwiska. W odniesieniu do polityczek niebędących bohaterkami artykułów najczęściej (w 5 jednostkach) przedstawiano je z imienia i nazwiska oraz za pomocą funkcji, imienia oraz nazwiska (4 jednostki). Tylko w jednym przypadku polityczka przywołana została poprzez samo nazwisko, a w trzech jednostkach nie wymieniono żadnej polityczki innej niż główna bohaterka. Polityków w treści po raz pierwszy równie często wymieniano z imienia i nazwiska, jak i poprzez dodanie do nich pełnionej funkcji (po 5 jednostek). W trzech przypadkach posłużono się wyłącznie nazwiskiem, a w jednym wyłącznie nazwą pełnionej funkcji. Zastanawiające jest, że nazwa pełnionej

funkcji, imię i nazwisko jako pierwsza forma wspomnienia o osobie w największej liczbie jednostek pojawia się, gdy mowa o politykach, zaś najrzadziej, gdy wspomina się o polityczkach-bohaterkach danych artykułów. Co ciekawe, jednostki, w których postać przedstawiona zostaje za pomocą nie tylko imienia i nazwiska, ale również pełnionej funkcji w odniesieniu do polityczek napisane zostały przez mężczyznę oraz dwa składy mieszane, natomiast w odniesieniu do polityków spośród pięciu jednostek trzy wyszły spod pióra kobiet, a dwa składów mieszanych (w obu przypadkach, tak w odniesieniu do polityczek jak i polityków, jeden skład był proporcjonalnie mieszany, a drugi zdominowany przez kobiety). Widać wyraźnie, że polityczki częściej przedstawiane są w wyczerpujący sposób przez mężczyzn, a politycy przez kobiety (co jednak nie przesądza o wydźwięku takiego sposobu opisu danych osób, który w istocie może być ironiczny lub prześmiewczy). Poprzez samo nazwisko po raz pierwszy polityczki częściej przedstawiane były w jednostkach autorstwa kobiet (dwie jednostki) niż mężczyzn (jedna jednostka), zaś politycy w jednostkach autorstwa mężczyzn (dwie jednostki) niż kobiet (jedna jednostka). O ile polityczki-bohaterki po raz pierwszy przedstawiane były za pomocą funkcji oraz imienia i nazwiska w trzech jednostkach, polityczki niebędące bohaterkami w ten sposób opisywane były w czterech jednostkach. Może to świadczyć albo o tym, że dziennikarz zakłada, że są mniej znane i z tego powodu należy wyeksponować ich rolę i funkcję, albo ma ona znaczenie dla opinii wyrażanej przez te osoby. Istotny jest fakt, że w czterech jednostkach nie pojawiło się odwołanie do żadnej kobiety działającej w polityce, choć w każdym artykule wspomniano mężczyzn aktywnych na tym polu.

Należy odnotować, że odniesienie się do osoby za pomocą funkcji, imienia oraz nazwiska nie musi być traktowane jednakowo. Agnieszka Kozłowska-Rajewicz (P20/674) w pierwszym zdaniu rozpoczynającym artykuł zostaje określona jako *minister do spraw równego traktowania*, co służy podkreśleniu znaczenia pełnionej przez nią funkcji. W dalszej jednak części tego samego akapitu czytelnik został jasno poinformowany przytoczonymi słowami Joanny Kluzik-Rostkowskiej, że ranga pełnomocniczki jest niższa niż pozycja *konstytucyjnego, pełnego ministra* Jarosława Gowina, z którym toczy ona spór. Widać zatem, że samo podkreślenie funkcji nie musi stawiać podmiotów w podobnym położeniu.

Porównując dane dla sposobu opisu poprzez funkcję, imię oraz nazwisko okazuje się, że polityczki-bohaterki opisywane są w ten sposób w rzadziej niż polityczki niebędące bohaterkami (Wykres 5.) i niemal trzykrotnie rzadziej niż politycy wspomniani w artykułach. Co więcej, o ile taki sposób opisu pojawia się 35,71% jednostek z polityczkami-bohaterkami, o tyle jest on stosowany względem polityków we wszystkich czternastu artykułach

o polityczkach-bohaterkach (w przypadku polityczek niebędących bohaterkami występuje w 57,1% artykułów). Wykres 5. ujawnia również podobieństwo pomiędzy politykami a polityczkami-bohaterkami w odniesieniu do liczby jednostek, w których zostali oni wymienieni z nazwiska lub z imienia i nazwiska. Co znamienne, o ile polityczki niebędące bohaterkami niemal dwukrotnie częściej opisywano z uwzględnieniem nie tylko imienia i nazwiska, ale również pełnionej funkcji niż polityczki-bohaterki, o tyle ponad dwukrotnie rzadziej przywołuje się je wyłącznie z nazwiska. Może to wynikać z faktu, że nie są one bohaterkami jednostki prasowej, a ich przywołanie musi zostać usprawiedliwione pełnioną przez nie funkcją i rangą, podczas gdy o bohaterce można wspominać wyłącznie z nazwiska tak, jak jest to przyjęte dla czołowych polityków: premiera, prezydenta, liderów partii



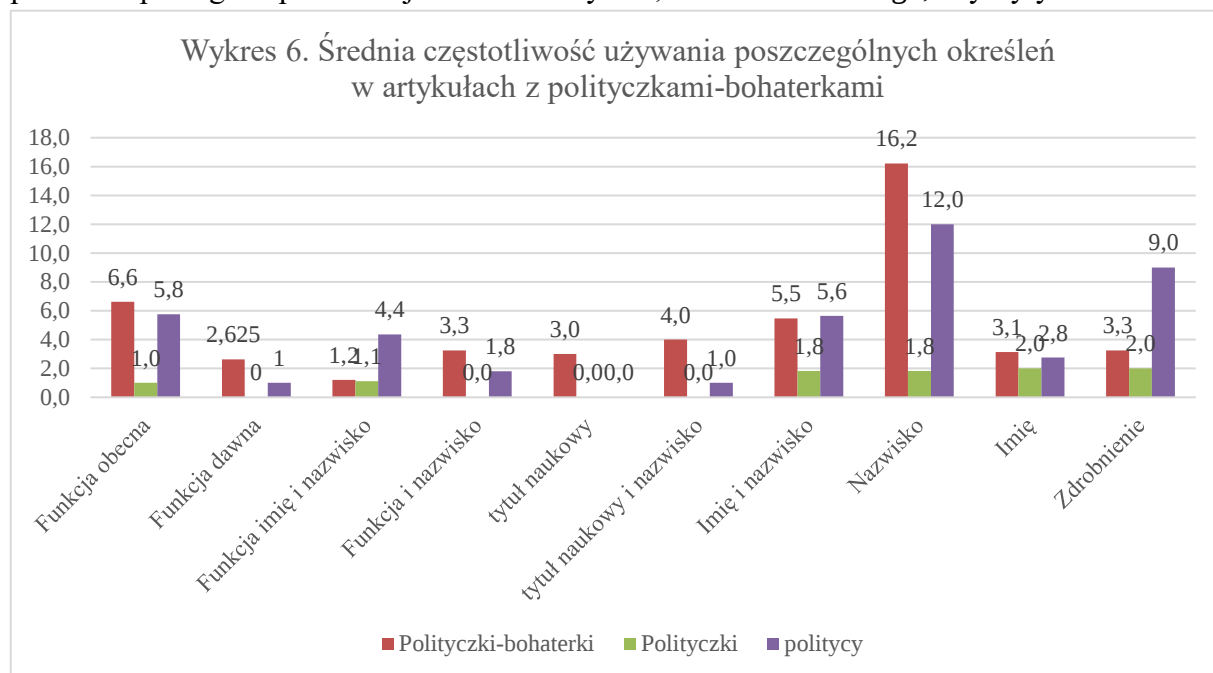
i czołowych działaczy, którzy bardzo często wymieniani są wyłącznie z nazwiska.

Zbliżona jest również liczba jednostek, w których przedstawiano polityczki-bohaterki oraz polityków za pomocą funkcji oraz nazwiska, jednak w znacznie większej liczbie jednostek (czterokrotnie częściej od polityków i polityczek niebędących bohaterkami) polityczki-bohaterki opisywano przy użyciu zdrobnień imienia (z nazwiskiem lub bez). W kontekście powyższych ustaleń, z których wynika, iż jedynie sporadycznie wymienia się pełnioną przez polityczkę funkcję w tytule lub lidzie, wydaje się, że polityczki-bohaterki o których jest mowa, traktowane są albo jako postacie doskonale znane i kojarzone, a zatem wspomnianie pozycji jest zbędne (tu należy założyć, że przywołanie funkcji nie pełni żadnej roli wizerunkowej a jedynie informacyjną, co wydaje się bezzasadne), albo zakłada się, że pozycja ta nie jest istotna (znanych polityków często wymienia się wyłącznie z nazwiska), albo też nie oddaje się

im należnego szacunku dla pozycji, które są pomijane, co nie wpływa pozytywnie na ich wizerunek (inaczej można myśleć o ministrze, inaczej o pośle, a jeszcze inaczej o człowieku wymienionym wyłącznie personalnie, a każde z tych ujęć wskazuje na powagę osoby, o której jest mowa). Można także przywołać sytuację, w której wskazanie na pełnioną pozycję, podobnie jak miało to miejsce w wywiadach, wpływa negatywnie na wizerunek bohaterki. Miało to miejsce w jednostce N43/1373, w której w lidzie pełnioną przez Joannę Muchę funkcję minister sportu połączono z popełnianymi przez nią błędami, podkreślając tym samym brak doświadczenia, wiedzy i kompetencji. Użycie zdrobnień z kolei sprowadza bohatera do roli znajomego, pozbawiając go tym samym wizerunku kompetentnej osoby. Wspominanie o bohaterze przy użyciu zdrobnień wskazuje na nieformalny stosunek do niego, jednakże jeśli określenie to użyte zostaje w cytowanych wypowiedziach kolegów-polityków lub rodzin, może świadczyć o zażyłości i dobrych relacjach, negatywnym stosunku lub złośliwości i szyderstwie (np. „Joasiu, do głowy mi nie przyjdzie cię niepokoić” – treść SMS-a wysłanego do pani minister, przytoczona w treści artykułu N43/1373). W efekcie jednak użycie zdrobnień plasuje bohatera w nieformalnej roli, pozbawia go autorytetu i zmniejsza dystans, jaki dzieli go od czytelnika, co w sytuacji, w której istotny jest wizerunek osoby kompetentnej i profesjonalnej, jest strategią ukierunkowaną na pozbawienie bohatera etosu.

Wykres 6. zawiera zestawienie średnich częstotliwości, z jakimi sięgano po wskazane określenia ludzi polityki (średnia wyciągnięta wyłącznie z tych jednostek, w których dane określenie się pojawiło) i wskazuje na kilka istotnych trendów. Po pierwsze, odniesienia do polityczek innych niż bohaterki, chociaż występują w niemal trzech czwartych artykułów (10 z 14, 71,43%), pojawiają się sporadycznie w ramach poszczególnych jednostek, co oznacza, że nie wspomina się o postaciach kobiecych w kontekście politycznym, który tworzą mężczyźni. Nierzadko sięga się po opinie kobiet pomimo, iż są one w polityce obecne (choć w nieporównywalnie mniejszym stopniu niż mężczyźni). Po drugie, ludzi polityki obu płci najczęściej przywoływano za pomocą samego nazwiska, przy czym w przypadku polityczek-bohatek miało to miejsce częściej, niż w odniesieniu do polityków. Znamienne, że chociaż w większej liczbie jednostek polityczki-bohaterki określano poprzez zdrobnienia, ich średnia liczba w jednym artykule była zdecydowanie większa w odniesieniu do polityków niż polityczek-bohatek (przeważnie pojawiały się w cytatach). W artykułach podobnie często w przypadku polityków i polityczek-bohatek używano samych imion oraz imienia i nazwiska, natomiast przy opisie polityczek-bohatek częściej używano tytułów naukowych (także z nazwiskiem), funkcji i nazwiska oraz określeń poprzez dawniej i obecnie pełnione funkcje. Zdecydowanie częściej jednak w jednej jednostce polityków opisywano *via* ich

funkcję, imię i nazwisko, co mogło (choć nie musiało w pewnych okolicznościach) dodawać prestiżu i powagi wspominatej osobie. Polityczki, niezależnie od tego, czy były bohaterkami



czy też nie, wspominały w ten sposób równie często.

Uwzględniając wykres 6. można zaobserwować, iż o ile na jedną jednostkę prasową z określeniem polityka poprzez jego funkcję, imię i nazwisko przypadało o 3,2 takie określenia więcej niż na polityczkę-bohaterkę, w liczbowym podsumowaniu (wykres 7.) różnica ta okazała się bardziej znacząca – opisy takie pojawiały się dziesięć razy częściej w przypadku polityków niż polityczek-bohaterek. Stwierdzenie tego faktu jest zgodne z wnioskami wypływającymi z literatury przedmiotu, podobnie jak konkluzja, iż to polityczki częściej opisywane są za pomocą zdrobnień niż politycy (nie odnotowano różnicy w odniesieniu do opisu za pomocą imienia). Zdecydowanie częściej polityczki-bohaterki opisywano za pomocą dawniej pełnionych przez nie funkcji, co może wynikać z faktu, iż jednostki odnosiły się do wydarzeń z przeszłości – jak chociażby w przypadku Ewy Kopacz jako ministra zdrowia – podczas gdy politycy przywoływani byli w większości w kontekście bieżących wydarzeń jako ich komentatorzy lub osoby aktywnie w nich uczestniczące.

Najczęściej o ludziach polityki wspominały składy zdominowane przez kobiety (przeciętnie 85 odwołań na artykuł), rzadziej dziennikarze (72,5 odwołań), składy proporcjonalnie mieszane (68 odwołań), a najrzadziej dziennikarki (47,8 odwołań). Z tego względu należałoby oczekiwać, że dla każdego sposobu opisu postaci w jednostkach autorstwa dziennikarzy znajdzie się półtora razy więcej odniesień niż w artykule autorstwa dziennikarki. W odniesieniu do bohaterek polityczek dziennikarze sięgali po określenia 1,(2) razy częściej niż dziennikarki, a w odniesieniu do polityków różnica ta stała się jeszcze bardziej widoczna

(1,39 razy więcej), natomiast zależność odwracała się w przypadku polityczek innych niż bohaterki – dziennikarki przywoływały je trzykrotnie częściej niż dziennikarze, co świadczy o tym, iż zgodnie z ustaleniami literatury przedmiotu zwiększający się udział dziennikarek wśród dziennikarzy politycznych może mieć istotny wpływ na sposób opisywania polityki chociażby pod tym względem, że częściej pojawiają się postacie kobiece.

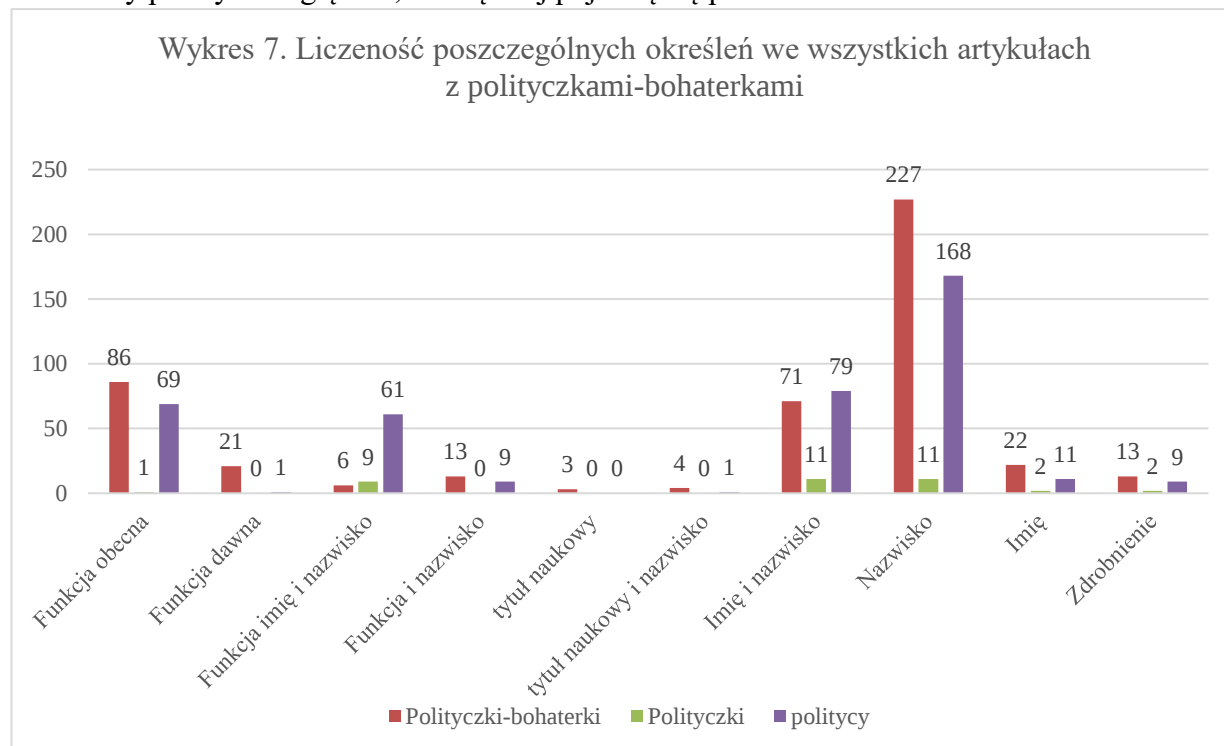


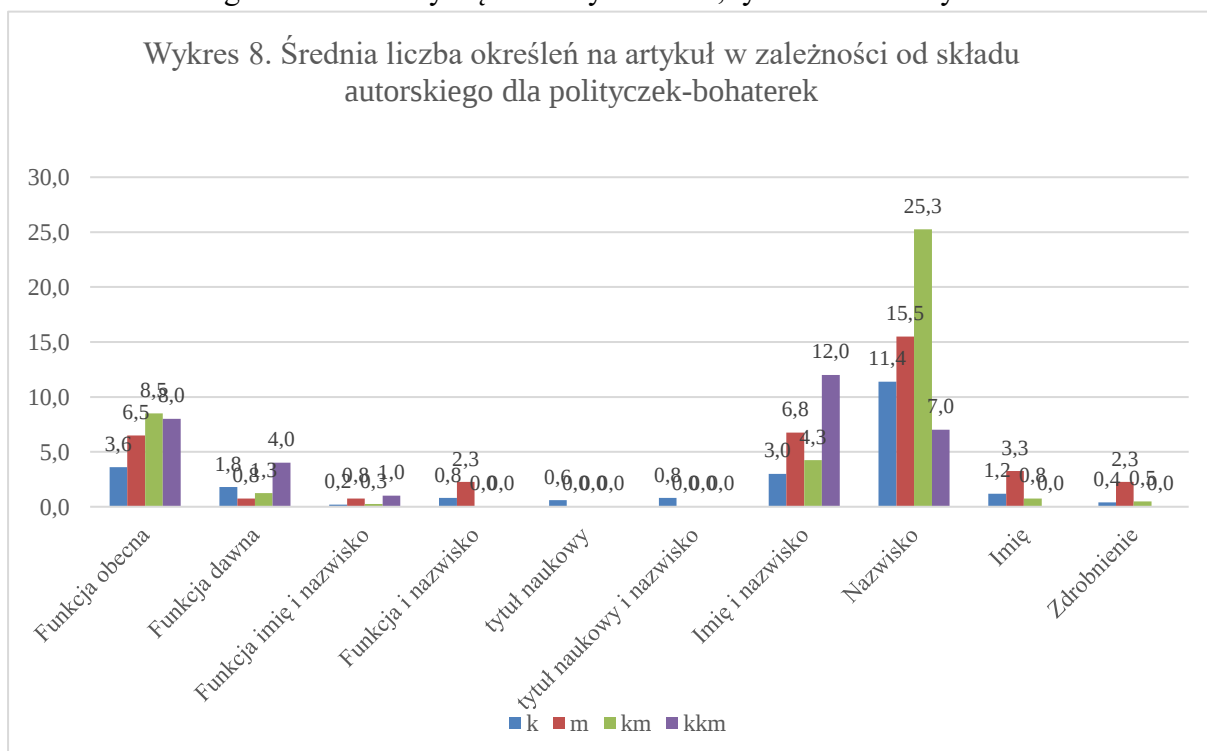
Tabela 16. Częstotliwość występowania określeń

Kategoria postaci	Funkcja obecna	Funkcja dawna	Funkcja imię i nazwisko	Funkcja i nazwisko	Tytuł naukowy	Tytuł naukowy i nazwisko	Imię i nazwisko	Nazwisko	Imię	Zdrobienie	Suma
Polityczki-bohaterki	86	21	6	13	3	4	71	227	22	13	453
	18,98%	4,64%	1,32%	2,87%	0,66%	0,88%	15,67%	50,11%	4,86%	2,87%	100%
Polityczki	1	0	9	0	0	0	11	11	2	2	34
	2,94%	0,00%	26,47%	0,00%	0,00%	0,00%	32,35%	32,35%	5,88%	5,88%	100%
Politycy	69	1	61	9	0	1	79	168	11	9	399
	17,29%	0,25%	15,29%	2,26%	0,00%	0,25%	19,80%	42,11%	2,76%	2,26%	100%

Tabela 16. prezentuje procentowy udział wszystkich sposobów opisu w stosunku do liczby wszystkich określeń (z pominięciem zdrobnień). Jak widać, najczęściej mówiąc o kobietach polityki jako bohaterkach używano nazwiska (połowa opisów), przy czym częściej wspomniano w ten sposób o polityczkach niż politykach (42%). Drugą najliczniejszą kategorią określeń w przypadku polityczek okazała się obecnie pełniona funkcja (blisko 19%), a trzecią imię i nazwisko (15,67%). W przypadku polityków kolejność była odwrotna – częściej opisywano ich za pomocą imienia i nazwiska (blisko 20%) niż pełnionej obecnie funkcji (nieco

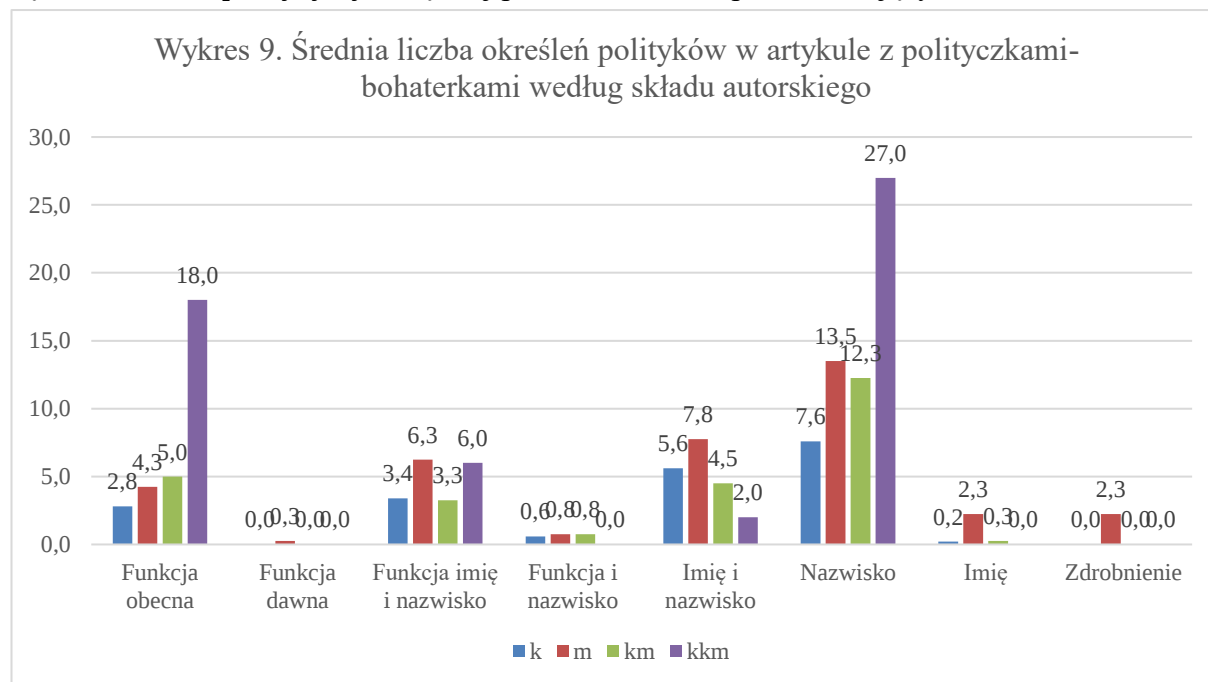
ponad 17%). Zdecydowanie częściej polityków opisywano za pomocą funkcji, imienia i nazwiska (15,29%) niż polityczki (1,31%), przy czym w odniesieniu do polityczek innych niż bohaterki ten sposób opisu pojawiał się aż w 26,47%. Niemal dwukrotnie częściej z imienia opisywano polityczki (4,86%) niż polityków (2,76%), natomiast odsetek zdrobnień był względnie podobny (na poziomie 2,87% dla polityczek i 2,26% dla polityków). W oparciu o dawną funkcję najczęściej opisywano bohaterki jednostek prasowych (4,64%).

Wykres 8. wskazuje na to, iż w odniesieniu do polityczek dziennikarki przeciętnie częściej niż dziennikarze wspominały w swoich artykułach o historycznie pełnionych przez polityczki funkcjach i sięgały po tytuł naukowy oraz łączyły go z nazwiskiem. Dziennikarze natomiast częściej niż dziennikarki przedstawiali bohaterki za pomocą obecnie pełnionych przez nie funkcji, łączyli funkcję z imieniem i nazwiskiem lub z samym nazwiskiem, sięgali wyłącznie po imię i nazwisko lub tylko po imię lub nazwisko oraz zdrobnienia. Składy proporcjonalnie mieszane częściej niż dziennikarki i dziennikarze opisywały bohaterki w odniesieniu do obecnie pełnionych przez nie funkcji oraz samego nazwiska. Składy, w których dominowały kobiety najczęściej ze wszystkich odnosiły się do dawniej pełnionych funkcji oraz imienia i nazwiska. Rzadziej od pozostałych wspominały o bohaterkach z nazwiska i w ogóle nie odnosiły się do samych imion, tytułów naukowych ani zdrobnień.



W odniesieniu do polityków (wykres 9.) proporcje opisu polityków z uwzględnieniem dawnej funkcji oraz funkcji i nazwiska są bardzo zbliżone pomiędzy artykułami napisanymi przez kobiety i mężczyzn, przy czym wyłącznie funkcję oraz funkcję, imię i nazwisko częściej

stosowali dziennikarze niż dziennikarki. Żaden sposób opisu nie występował częściej w jednostkach autorstwa dziennikarek niż dziennikarzy. W składzie zdominowanym przez kobiety zdecydowanie częściej niż w jednostkach innego autorstwa pojawiały się odwołania do obecnie pełnionych funkcji oraz samego nazwiska. Widać, że choć to polityczki są bohaterkami, politycy byli częściej przedstawiani w sposób budujący etos.



Wszystkie składy autorskie w odniesieniu do polityków częściej odwoływały się do funkcji, imienia i nazwiska oraz (z wyłączeniem składu zdominowanego przez kobiety) imienia i nazwisko niż w odniesieniu do polityczek. W artykułach autorstwa dziennikarek i dziennikarzy wszystkie pozostałe określenia pojawiały się częściej w odniesieniu do polityczek. Składy proporcjonalnie mieszane nieznacznie częściej sięgały po funkcję i nazwisko oraz tytuł naukowy i nazwisko przy opisie polityczek niż polityków, natomiast składy zdominowane przez kobiety zdecydowanie częściej niż w przypadku bohaterek opisywały polityków za pomocą pełnionych obecnie funkcji oraz samego nazwiska.

Zdecydowanie więcej odwołań do osób pojawiło się w cytowanych wypowiedziach mężczyzn (143) niż kobiet (42). Kobiety w swoich wypowiedziach dwukrotnie częściej (przeciętnie 2 określenia na jednostkę zawierającą ten sposób opisu) opisywały polityków za pomocą pełnionej obecnie funkcji niż polityczki (1 określenie). Odniesienie do funkcji oraz nazwiska wystąpiło tylko raz, w odniesieniu do polityka. Dwukrotnie częściej (2,2 określenia na jednostkę) pojawiały się opisy polityków poprzez imię i nazwisko niż polityczek-bohaterek (1 określenie), przy czym polityczki niebędące bohaterkami przywoływano w ten sposób podobnie często jak polityków (2 razy). W przypadku określenia poprzez samo nazwisko różnica wydaje się jeszcze bardziej znacząca – polityków w ten sposób opisywano trzykrotnie,

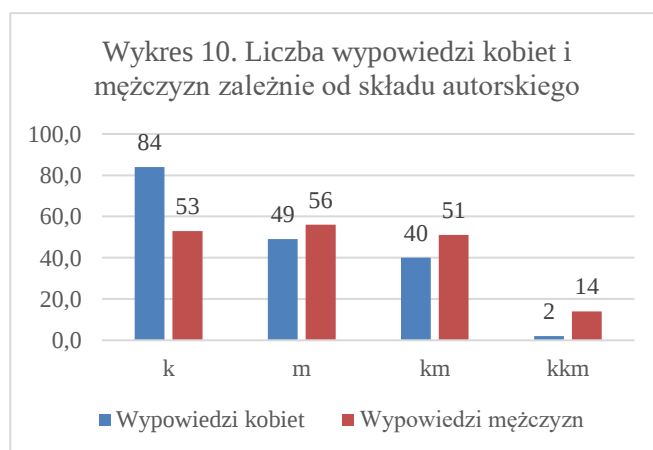
zaś polityczkę-bohaterkę tylko raz. Zależność odwracała się w przypadku imienia, którym częściej określano bohaterkę (2 razy) niż polityka (1 raz). Kobiety nie zdrabniają imion polityków, ale czynią to w odniesieniu do polityczek-bohaterek (1,5 określenia na jednostkę) i polityczek niebędących bohaterkami (2 określenia na jednostkę). Wnioskując na podstawie odniesień do pełnionych stanowisk widać, że cytowane wypowiedzi kobiet uprzywilejowują polityków i deprecjonują polityczki (ze względu na znaczącą liczbę zdrobnień).

Mężczyźni określali polityczki-bohaterki (1,8 na artykuł) i polityków (2 na artykuł) podobnie często za pomocą określenia pełnionej obecnie funkcji, jednak funkcję dawną wspominali jedynie w odniesieniu do bohaterek (przeciętnie dwa razy w jednostce), natomiast funkcja, imię oraz nazwisko pojawiła się (dwukrotnie) jedynie w przypadku polityków. Samo nazwisko oraz samo imię podobnie często występują w odniesieniu do bohaterek (3,1 i 2,7) jak i polityków (2,9 i 3), w kontekście imienia oraz nazwiska częściej wspominano polityków (2,8; bohaterki oraz polityczki niebędące bohaterkami po 1 razie). Największa różnica wystąpiła w odniesieniu do zdrobnień – dwukrotnie częściej mężczyźni zdrabniają imiona polityków (przeciętnie 9 razy w jednostce zawierającej zdrobnienia) niż bohaterek-polityczek (4,5 razy). Cytowani mężczyźni podobnie opisywali polityków i bohaterki-polityczki (wyraźna różnica w podkreślaniu dawnej funkcji oraz personaliów), lecz częściej zdrabniali imiona polityków.

5.2.2 Cytowanie

W analizowanych artykułach (zob. wykres 10.) w jednostkach autorstwa kobiet przytoczono więcej wypowiedzi kobiet niż mężczyzn (158,5%), podczas gdy dla pozostałych składów zależność okazała się odwrotna²⁶⁷. Wypowiedzi kobiet stanowiły 87,5% wszystkich wypowiedzi w artykułach autorstwa dziennikarzy i 78,4% w jednostkach autorstwa składów proporcjonalnie mieszanych. W przekazie autorstwa składu zdominowanego przez kobiety liczba przytoczonych wypowiedzi kobiet stanowiła 14,3% liczby wypowiedzi mężczyzn. Siedmiokrotnie częściej wypowiedzi mężczyzn przytaczały składy zdominowane przez kobiety.

Na wykresie 11. ukazano przeciętną liczbę wypowiedzi kobiet i mężczyzn (suma cytatów i parafraz)

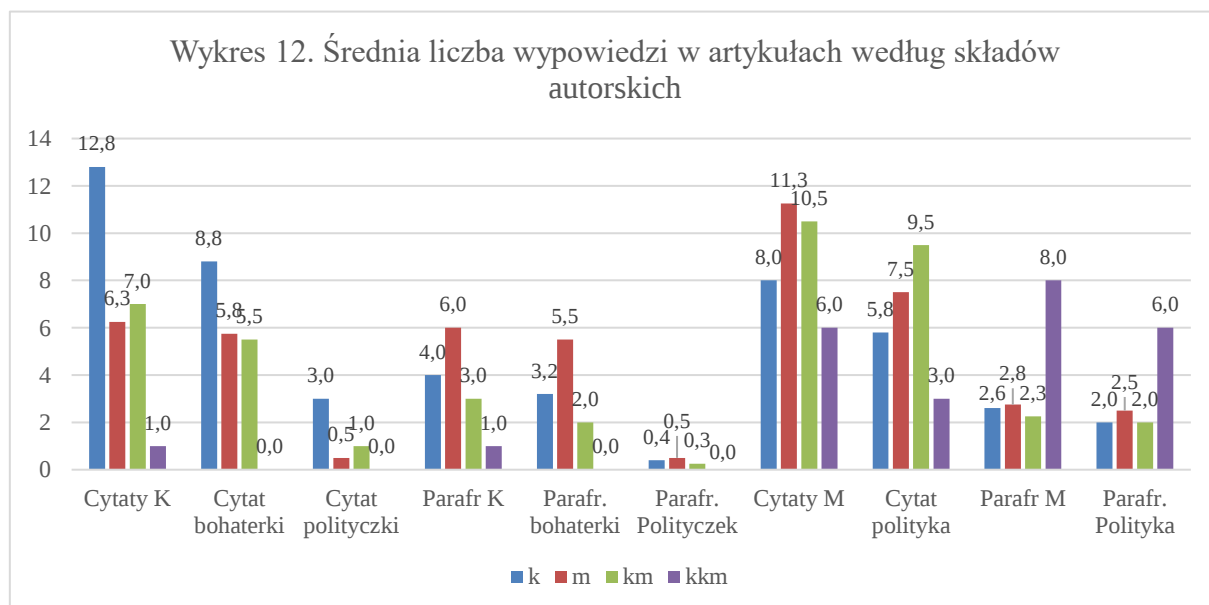
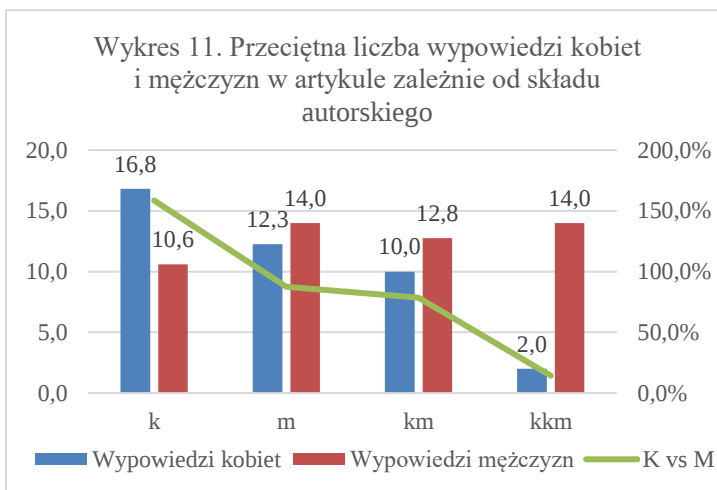


²⁶⁷ Wypowiedzi autorów, podmiotów zbiorczych oraz osób o nieustalonej płci (np. „osoba”) nie zostały uwzględnione. Wypowiedzi „informatora” lub „polityka” były klasyfikowane jako wypowiedź mężczyzny.

zależnie od składów autorskich. Wyraźnie widać, że na jedną jednostkę autorstwa dziennikarki przypada większa liczba wypowiedzi pań niż panów, przy czym proporcje pomiędzy składem proporcjonalnie mieszanym i dziennikarzami są zbliżone. Skład zdominowany przez kobiety

zamieścił siedmiokrotnie mniej wypowiedzi kobiet niż mężczyźn, choć jednostka dotyczyła kobiety. Ponieważ w badanym materiale pojawił się tylko jeden taki artykuł, wyników nie należy uznawać za miarodajne.

Wykres 12. stanowi uszczegółowienie wykresu 11. i przedstawia sposób przytaczania wypowiedzi w zależności od składu autorskiego. Z danych wynika, iż w jednostkach autorstwa kobiet pojawiło się przeciętnie więcej dokładnych cytatów wypowiedzi kobiet (12,8, czyli niemal dwukrotnie więcej niż w przypadku dziennikarzy) niż w jednostkach pozostałych składów autorskich (różnica jest największa w przypadku składów zdominowanych przez kobiety – tylko jeden cytat). Teksty dziennikarek, w porównaniu do tekstów pozostałych składów, najczęściej zawierały dosłowne cytaty bohaterek artykułów (8,8 cytatów) oraz polityczek niebędących bohaterkami (3 cytaty). Niemal identyczna liczba cytatów przypada na jednostkę prasową autorstwa składów proporcjonalnie mieszanych (5,5) oraz dziennikarzy (5,8). Uwidacznia się również wyraźny trend świadczący o tym, że w jednostkach autorstwa dziennikarzy wypowiedzi kobiet są najczęściej parafrazowane (6 wypowiedzi) i dotyczy



to zarówno wypowiedzi bohaterek (5,5 wypowiedzi), jak i polityczek (0,5 wypowiedzi na jednostkę). O ile w artykułach autorstwa dziennikarek parafraz wypowiedzi kobiet jest trzykrotnie mniej niż cytatów (tylko 4), w przypadku jednostek autorstwa dziennikarzy ich liczba utrzymuje się na podobnym poziomie tak w odniesieniu do przeciętnej liczby cytatów i parafraz w jednostce, jak również po uwzględnieniu podziału na wypowiedzi autorstwa bohaterek oraz polityczek. Skład zdominowany przez kobiety w ogóle nie cytuje bohaterek ani polityczek, a jedynie słowa doradczyni medialnej ówczesnej marszałek Sejmu Ewy Kopacz.

Po wypowiedzi mężczyzn najczęściej sięgają dziennikarze (11,3 cytatów na artykuł) i składy proporcjonalnie mieszane (10,5 cytatów w jednej jednostce), rzadziej dziennikarki (8 cytatów), a najrzadziej składy zdominowane przez kobiety (6 cytatów), które najczęściej sięgają po parafrazy wypowiedzi (8 przypadków). W pozostałych składach autorskich liczba parafraz wypowiedzi mężczyzn pozostaje na względnie podobnym poziomie i waha się od 2,3 w przypadku składów proporcjonalnie mieszanych do 2,8 w jednostkach dziennikarzy. Po cytaty polityków najczęściej sięgają składy proporcjonalnie mieszane (9,5 wypowiedzi) oraz dziennikarze (7,5 wypowiedzi; w obu przypadkach jest ich więcej niż wszystkich cytatów kobiet przypadających na jedną jednostkę autorstwa tego składu). Dziennikarki cytują polityków częściej niż polityczki (inne niż bohaterki), lecz rzadziej niż główne bohaterki, natomiast składy zdominowane przez kobiety oddają politykom głos trzykrotnie częściej niż bohaterkom jednostek. Wszystkie składy prócz zdominowanego przez kobiety (który zdecydowanie częściej sięga po parafrazę mężczyzn niż kobiet) częściej parafrazują wypowiedzi kobiet niż mężczyzn, przy czym różnica jest najmniejsza w przypadku składu proporcjonalnie mieszanego, a największa w odniesieniu do jednostek autorstwa dziennikarzy. O ile parafrazy wypowiedzi polityczek innych niż bohaterki pojawiają się bardzo rzadko, parafrazy wypowiedzi mężczyzn to przede wszystkim parafrazy wypowiedzi polityków.

Spośród czterech jednostek, w których pojawiło się najwięcej cytatów kobiet, trzy napisane zostały przez dziennikarki i jedna przez dziennikarza. Spośród pięciu jednostek zawierających więcej niż 10 cytatów mężczyzn tylko jedna wyszła spod pióra dziennikarki (16 wypowiedzi), dwie spod pióra dziennikarzy (24 i 13 wypowiedzi) i dwie spod pióra składu proporcjonalnie mieszanego (15 i 16 wypowiedzi). Tylko w dwóch jednostkach (obie opublikowane w tygodniku *Polityka*), jednej autorstwa kobiety i jednej autorstwa mężczyzny, cytaty oznaczone były zarówno myślnikami, jak i kursywą; w pozostałych przypadkach nie wyróżniano ich krojem pisma. Przeciętnie 76,7% wypowiedzi bohaterek zostało wyróżnionych myślnikiem, natomiast wyróżnione wypowiedzi polityków stanowiły 89,4% wszystkich ich wypowiedzi. W przypadku wyróżnionych wypowiedzi bohaterek największy ich udział, 88,2%

wszystkich cytatów, pojawił się w jednostkach autorstwa kobiet, nieco mniejszy w jednostkach autorstwa składów proporcjonalnie mieszanych (74,4%) i mężczyzn (64,6%), podczas gdy w jednostce autorstwa składu zdominowanego przez kobiety nie zamieszczono żadnego cytatu bohaterki (ani polityczki). Zależność była odwrotna w przypadku cytatów polityków – wszystkie zostały wyróżnione przez skład zdominowany przez kobiety, 94,9% przez skład proporcjonalnie mieszany, 92,9% przez dziennikarzy i 80,1% przez dziennikarki.

Wyniki odnoszące się do sposobu cytowania wskazują na to, że skład zdominowany przez kobiety najczęściej sięga po parafrazy i zdecydowanie częściej cytuje mężczyzn i polityków niż kobiety i polityczki (w tym także bohaterki). Chociaż jeden cytat kobiety w jednostce tej został wyróżniony, były to słowa doradczyni, a nie polityczki. Dziennikarze podobnie często cytują i parafrazują kobiety (bohaterki i polityczki), przy czym w przypadku mężczyzn częściej cytują polityków niż przytaczają parafrazy ich wypowiedzi. Ponadto, częściej wyróżniają z tekstu wypowiedzi polityków niż polityczek poprzez użycie myślnika w miejsce cudzysłowu. Dziennikarki najczęściej spośród wszystkich składów wyróżniają słowa bohaterek, chociaż w dwóch jednostkach ich autorstwa przytoczono wypowiedź za pomocą dwukropka lub bez wyraźnego początku. Dziennikarki częściej wyróżniają wypowiedzi bohaterek niż polityków (różnica około 8 pkt. proc.), podczas gdy pozostałe składy częściej wyróżniają wypowiedzi polityków niż bohaterek (różnica 20 pkt. proc. w przypadku składu proporcjonalnie mieszanego i 28 w przypadku dziennikarzy). Uwzględniając liczbę wypowiedzi oraz sposób ich przytaczania i wyróżniania bardziej przychylnie polityczkom wydają się artykuły napisane przez dziennikarki, ponieważ pozwalały na zabranie głosu.

5.2.3 Fotografie jako elementy znaczące

W każdej jednostce prasowej artykuł otwiera fotografia głównej bohaterki. W artykule o Agnieszce Kozłowskiej-Rajewicz (P20/674) oraz w obu artykułach dotyczących Joanny Kluzik-Rostkowskiej (W5/164, W37/1240) zdjęcia te są mniejsze niż jedna strona, a tekstowi nie towarzyszą żadne dodatkowe fotografie; w pozostałych jednostkach obrazy wprowadzające zajmują przynajmniej stronę, lecz jedynie w dwóch artykułach o Joannie Musze pojawiają się dodatkowe zdjęcia²⁶⁸, przedstawiające jej polityczną karierę (od współpracy z J. Palikotem i G. Schetyną do kibicującej minister sportu) i portret zadowolonej z siebie kobiety (W44/1486) oraz sześć zdjęć prezentujących jej kolejne wcielenia (w tym gitarzystki, rockmanki i kucharki; P8/262).

²⁶⁸ W artykule W40/1341 fotografie osób cytowanych towarzyszą wypowiedziom umieszczonym w paratekstach.

W jednym artykule zdjęcie tytułowe nie przedstawia bohaterki Ewy Kopacz, lecz jej następcę Bartosza Arłukowicza wchodzącego po sejmowych schodach (W50/1692). W tej jednostce nie pojawia się żadna fotografia bohaterki. Tylko jednej jednostce (poświęconej Joannie Kluzik-Rostkowskiej, Elżbiecie Jakubiak oraz Pawłowi Poncyliuszowi) towarzyszy fotografia, którą można określić mianem kolażu (tj. fotomontaż kilku zdjęć bohaterów).

Główna bohaterka jest na zdjęciu jedyną postacią w 6 spośród 13 jednostek prasowych (3 jednostki z Joanną Muchą i po 1 o Krystynie Pawłowicz, Ewie Kopacz i Agnieszce Kozłowskiej Rajewicz). Postacie męskie towarzyszą bohaterkom w 6 jednostkach i są to pracownicy Sejmu (W4/122; o Ewie Kopacz), osoby obecne na miejscu katastrofy smoleńskiej (W40/1341; o Ewie Kopacz), Paweł Poncyliusz (W5/164 o Joannie Kluzik-Rostkowskiej), czołowi działacze PO na wiecu partii (W37/1240 o Joannie Kluzik-Rostkowskiej), ludzie biorący udział w biegu dookoła stadionu narodowego (W8/270 o Joannie Musze) oraz Donald Tusk (W44/1486 o Joannie Musze). Kobiety towarzyszą jedynie Joannie Musze i są to członkinie zespołu *Jarzębina* (W23/766) oraz uczestniczki biegu wokół stadionu (W8/270).

Żadna z fotografii nie przedstawia szerszego otoczenia, które mogłoby sugerować władzę. Kopacz (W4/122) przedstawiona została w dynamicznej pozie, idąc sejmowym korytarzem, ale przypomina raczej wkraczającą na scenę gwiazdę, dla której rozsuwa się kurtynę, niż poważną polityczkę. W artykule W21/690 pani marszałek Sejmu znajduje się na tle polskiej flagi, ale sprawia wrażenie jakby na kogoś czekała, co może umniejszać jej znaczenie, powagę i władzę. Ewa Kopacz (W40/1341), jeszcze jako minister zdrowia, przeczesuje ręką włosy ze wzrokiem wbitym w ziemię, co może sugerować smutek, niepewność i zagubienie – sprawia wrażenie, jakby sytuacja ją przerastała. Joanna Mucha z kolei (W44/1486) bierze udział w spotkaniu (mikrofon w ręku Donalda Tuska), ale wydaje się raczej ozdobą premiera niż bohaterką – elegancka kobieta, przeczesująca dłonią włosy, w falbaniastej spódnicy i bufowanej na ramionach bluzce z dużymi kolczykami w kształcie koła wydaje się raczej partnerką siedzącego obok niej polityka niż polityczką *per se*. Wszystkie te zdjęcia, **choć umieszczają polityczki w otoczeniu sprzyjającym ich wizerunkowi, w rzeczywistości pozbawiają je prestiżu poprzez sugestie, że są one wyłącznie ładnymi buziami lub celebrytkami, nie radzą sobie z obowiązkami lub nie są traktowane poważnie.** Ten sposób wymowy prezentowały cztery z trzynastu zdjęć, przy czym wszystkie trzy dotyczące Ewy Kopacz, na których pojawiła się bohaterka, oraz jedno dotyczące Joanny Muchy.

Istnieją również zdjęcia (towarzyszące Joannie Musze), które **prezentują bohaterki w negatywnym świetle lub są prześmiewcze, a ich sceneria współgra z tą wymową i ją współtworzy.** Zamiast pokazać Joannę Muchę jako polityka zaangażowanego w pracę

ministerialne, przedstawiono ją jako liderkę biegu sportowego (W8/270), uczestniczkę spotkania z zespołem *Jarzębina*, któremu towarzyszyły pompony i barwy narodowe (kojarzenie z cheerleaderkami; W23/766) oraz zbliżenie twarzy pani minister na tle stadionu podczas rozgrzewki (P8/262). Do tej grupy można również zaliczyć fotografię pozbawioną tła, ale ukazującą minister sportu jako zmęczoną, smutną i steraną życiem kobietę, bez uśmiechu i makijażu, zaniedbaną (N43/1373). Wszystkie cztery jednostki posługujące się tą taktyką odnosiły się do Joanny Muchy i pokazywały, że zajmuje się ona nie tym, czym powinna.

Pojawiła się jednak również grupa zdjęć, które **budowały pozytywny lub neutralny wizerunek** bohaterki (realnie lub pozornie). W ten sposób przedstawiona została Agnieszka Kozłowska-Rajewicz (jako poważna osoba o silnej osobowości, siedząca na fotelu lub kanapie; P20/674), Joanna Kluzik-Rostkowska (odziana w ciemną marynarkę i perły, ze spokojem na twarzy W5/164 oraz stojąca i oklaskiwana na tle zgromadzenia PO), Joanna Mucha (elegancka, w jasnych spodniach i bluzce oraz szarej, spiętej klamrą marynarce; N8/260) i Krystyna Pawłowicz (wpatrzona w dal, z przyborem do pisania w złożonych dłoniach, ubrana w ciemną bluzkę i marynarkę; N32/1037). W przypadku Joanny Kluzik-Rostkowskiej powaga i uznanie bijące ze zdjęć stały w opozycji do treści artykułów, które wskazywały na fałsz i zdradę dawnych partyjnych kolegów – zdjęcia uwypuklały cechy opisane w jednostce prasowej. Choć na pierwszy rzut oka pozytywne, w istocie stanowiły dowód wątpliwego charakteru posłanki. Również na zdjęcie Krystyny Pawłowicz można spojrzeć w taki sposób, ponieważ neutralne zdjęcie (głowa lekko zadarta do góry jakby kogoś/czegoś wypatrywała) w relacji z pozostałymi elementami artykułu może budzić skojarzenia z wyniosłością, butą i zadziornością, przez co nie buduje pozytywnego wizerunku. W tej grupie znalazło się najwięcej, bo aż pięć zdjęć, przy czym trzy po uwzględnieniu relacyjnego modelu analitycznego okazały się w swej wymowie krytyczne. Jedynie dwie fotografie (czyli 15,38% wszystkich tytułowych zdjęć z bohaterkami) – Agnieszki Kozłowskiej-Rajewicz i Joanny Muchy – mogły pozytywnie wpływać na wizerunek polityczek. Pozostałe 84,62% fotografii miało negatywny wpływ na wizerunek, wskazując na niedopasowanie do profesjonalnej scenerii (36,(36)%), na cechy sugerujące niekompetencję (36,(36)%) lub na niewłaściwe postępowanie, luki charakteru lub brak kompetencji (27,(27)%; za pomocą pozornie pozytywnych lub neutralnych zdjęć, skonstruowanych względem treści jednostki prasowej).

Rozbieżność pomiędzy wymową zdjęcia oraz jednostki prasowej²⁶⁹ uwidacznia się w jednostce dotyczącej Agnieszki Kozłowskiej-Rajewicz, która wygląda na spokojną, pewną

²⁶⁹ Relacyjny model analityczny: substytucyjność opozycyjna pomiędzy zdjęciem a tytułem i podtytułem oraz komplementarność eksplanacyjna z treścią.

siebie i kobiecą. Założenie o walce, wojnie i starciach nie pasuje fotografii, chyba że uzna się je za potyczki kulturalne i merytoryczne, które powinny zostać określone mianem debaty czy dyskusji. W tym przypadku budowany jest obraz polityczki odpierającej ataki przeważających liczebnie wrogów²⁷⁰. Również w jednostce z jedynym pozytywnym zdjęciem Joanny Muchy (N8/260) pojawiała się relacja substytucyjności pomiędzy tytułem, podtytułem i treścią.

Większość zdjęć wydaje się niezwiązana z jednostką, czego przykładem jest krocząca po korytarzu sejmowym jak po scenie teatralnej Ewa Kopacz (W4/122; nic nie wskazuje na powiązania między poszczególnymi elementami artykułu – odcięciem się od poprzedniego wizerunku, byciem *marszałkiem premiera* itp.) lub jednostka zdjęcie trojga założycieli PJN (w tym Joanny Kluzik-Rostkowskiej; W5/164) oraz Krystyny Pawłowicz (N32/1037).

Tytuł artykułu „Nietykalna, niewytrawna” (W21/690) natomiast współgra ze zdjęciem, które przedstawia oczekującą na kogoś Ewę Kopacz (na tle flagi), skłaniając do poddania w wątpliwość jej znaczenia jako polityka, choć podtytuł sugeruje, że *w fotelu marszałka czuje się coraz pewniej* (opozycja względem zdjęcia). Idealna komplementarność ideologiczna między zdjęciem a poszczególnymi elementami artykułu wystąpiła w artykule o Ewie Kopacz dotyczącym katastrofy smoleńskiej (W40/1341), a w jednostce o Joannie Kluzik-Rostkowskiej (W37/1240) pojawiła się komplementarność eksplanacyjna pomiędzy zdjęciem, tytułem, podtytułem oraz treścią. Nadała ona interpretacji nowy wymiar, ponieważ indywidualna wymowa fotografii (bohaterka na konwencie PO) wskazywałaby, iż jest to czołowa i poważana polityczka. Dzięki wskazaniu relacji okazało się, że fotografia podkreśla wątpliwy charakter bohaterki, która w tym ujęciu zdradziła PJN i przeszła do PO. Również zdjęcia zamieszczane w jednostkach dotyczących Joanny Muchy²⁷¹ cechowała komplementarność – dokumentowały one wpadki pani minister lub zmiany jej wizerunku (na gorsze), co może stanowić dowód na to, iż jej kariera nie stanowi pasma sukcesów.

5.2.4 Związki rodzinno-partnerskie i życie prywatne

O młodych latach wspomniano w trzech z czternastu analizowanych jednostek. W odniesieniu do Agnieszki Kozłowskiej-Rajewicz (P20/674; życiorys i życie prywatne obejmowało 30,42% powierzchni treści²⁷²) oraz Joanny Muchy (N8/260 oraz W8/270).

²⁷⁰ „W Platformie coraz głośniejszy słychać tych, którzy wybierają się na cywilizacyjną i obyczajową wojnę (...)” (P20/674).

²⁷¹ Rozgrzewka przed biegiem W8/270; w otoczeniu zespołu *Jarzębina* W23/766, podkreślenie urody W44/1486, zaniechania N43/1373 oraz zbliżenie twarzy przed biegiem P8/262

²⁷² Intencjonalnie jako miernik wybrana została powierzchnia treści, ponieważ pozwoliła ona ukazać udział wspomnianej tematyki w całej jednostce. Gdyby za miernik przyjąć liczbę słów, należałoby obliczyć nie tylko ich liczebność w omawianym fragmencie, ale również w całym artykule, oraz podzielić je przez siebie aby uzyskać wartość wskazującą na procentowy udział omawianego zagadnienia w całym przekazie.

W odniesieniu do pełnomocniczki ds. równego traktowania wspomniano o dzieciństwie, zawodzie rodziców, liczbie rodzeństwa, aktywności w młodym wieku (harcerstwo, warsztaty dziennikarskie), wyborach szkół i karierze naukowej. Informacje te zostały zamieszczone we fragmencie zatytułowanym „Prymuska”. W odniesieniu do Joanny Muchy w artykule opublikowanym we *Wprost* wspomniano jedynie o działalności naukowej oraz doktoracie, którego tezy okazały się kontrowersyjne, a sama praca zniknęła z biblioteki uniwersyteckiej. W *Newsweeku* natomiast dużo miejsca poświęcono czasom szkolnym ówczesnej minister sportu, a opis przypominał ten zastosowany w przypadku pełnomocniczki. Wspomniano również o czasach edukacji (liceum i lata późniejsze), działalności pozalekcyjnej (harcerstwo, koło teatralne, oaza, karate, zajęcia gitarowe) i dalszej edukacji.

O rodzinie i małżeństwach wspomniano w większej liczbie jednostek – w jednej dotyczącej pełnomocniczki, Krystyny Pawłowicz (N32/1037) i Joanny Kluzik-Rostkowskiej (W5/164) oraz w trzech o Joannie Musze (N43/1373, N8/260, W44/270). Tematu rodziny i szkoły nie podjęto w żadnym artykule o Ewie Kopacz, natomiast w odniesieniu do Joanny Kluzik-Rostkowskiej wskazano jedynie, że jest „matką trojga dzieci” i „ma czas na rodzinę. Przestała być mamą na telefon”. Względem Krystyny Pawłowicz próbowano jedynie ustalić, czy ma ona dzieci²⁷³. Ostatecznie posłanka Pawłowicz przyznała, że *jest osobą samotną*, czemu towarzyszyła dostrzeżona przez autorkę zmiana: „W głosie wojowniczkę o rodzinę nie słychać zadziorności. Jakby nagle uszło z niej powietrze”. Wynika z tego, iż brak własnej rodziny jest dla niej doświadczeniem przykrym. Zestawienie poglądów oraz doświadczeń bohaterki skłania do namysłu nad powodami zawziętości posłanki Pawłowicz i nad tym, czy jej walka nie jest podyktowana wewnętrznym brakiem, który w ten sposób próbuje zrekompensować. W takim ujęciu można by było doszukiwać się argumentu przeciwko jednemu z feministycznych postulatów, zgodnie z którym kobieta do pełni szczęścia nie potrzebuje rodziny ani dzieci. Takie rozumowanie nie musi jednak być słuszne, ponieważ nie znamy powodów samotności posłanki i nie sposób określić, czy była to jej świadoma decyzja, czy też splot okoliczności.

Kwestie rodzinne i partnerskie pojawiały się najczęściej w odniesieniu do Joanny Muchy oraz Agnieszki Kozłowskiej-Rajewicz, co nie powinno dziwić. Joannę Muchę media przyłapywały na – jak to określono – czułych uściskach z kochankiem, natomiast pełnomocniczka kojarzyła się z feminizmem i walką o prawa kobiet. Ponadto autorka mogła założyć, że jej biografia nie znana, więc przedstawiła portret osoby walczącej o prawa kobiet.

²⁷³ Choć posłanka walczyła o tradycyjne rozumienie rodziny, nie miała dzieci i niechętnie odnosiła się do życia prywatnego. Pytana odsyłała do życiorysu (choć nie wspomniała, gdzie należy szukać), w którym – zdaniem autorki artykułu – nie ma żadnych informacji na ten temat (z pewnością dokonała poszukiwań na własną rękę).

W obu artykułach, o Agnieszce Kozłowskiej-Rajewicz oraz o Joannie Musze²⁷⁴ dużą wagę przywiązywano nie tylko do biografii, ale także do małżeństw. Pełnomocniczkę to mąż politolog popchnął w stronę polityki (podkreślono wprost, że „(...) z mężem rozstała się niedawno, twierdzi, że pokojowo”). W przypadku Joanny Muchy natomiast można odnieść wrażenie, że małżeństwo i dzieci, które zdaniem autorów *miała na głowie*, hamowały jej karierę. W tym przypadku polityka była ucieczką od *dzieci, domu, uczelni*, w których, jak sama mówiła, *dusiła się*. Wspomniano o rozwodzie, jednak nie o jego powodach.

W obu wspomnianych jednostkach wspomniano o dzieciach – w przypadku Agnieszki Kozłowskiej-Rajewicz napisano konkretnie, że z małżeństwa *ma syna, 12-letniego Kubę*, natomiast dwójkę dzieci Joanny Muchy, których imion nie wspomniano, ukazano raczej jako obciążenie i ograniczenie (nie mieszka z nimi, zajmuje się nimi ojciec; N44/1486, N8/260).

W odniesieniu do Joanny Muchy istotny był wątek ciąży i romansów. Wspomniano o Januszu Jankowiaku jako o życiowym partnerze pani minister²⁷⁵ (N43/1373) i pisano, że „Jeszcze przed rozводом tabloid pokazuje zdjęcia posłanki całującej się ze znanym ekonomistą na schodach galerii handlowej” (N8/260). Najbardziej negatywny w swej wymowie był komentarz: „[była] kobietą wyzwoloną (...) fotografującą się z kochankiem na zakupach lub w sportowym samochodzie” (N44/1486). Pojawiły się również plotki o rzekomej ciąży, poddanej w wątpliwość z powodu liczby wypalanych papierosów (N43/1373, W44/1486). Joanna Mucha zauważyła, że *nie ma drugiego ministra, o którym gazety piszą, że jest w ciąży, ma romanse itd.*, a plotki o ciąży wyniknęły jej zdaniem z ubioru, ponieważ miała na sobie szal. Faktem jest, że nie sposób odnaleźć informacji o politykach odnośnie do ich ubioru (musieliby wyraźnie wykroczyć poza etykietę, historia zna przypadki komentowania białych lub dziurawych skarpetek) bądź romansów (głośny przykład Kazimierza Marcinkiewicza).

Widać wyraźnie, że życie prywatne nie było omawiane ze wszystkimi polityczkami. Wspominano o nim przy okazji zajęć i wolnego czasu, politycznej walki o rodzinę, biografii lub – jak to miało miejsce w przypadku Joanny Muchy – połączenia zainteresowania ze strony tabloidów z działaniami samej polityczki, która je podsyciała (świadomie lub mimowolnie).

5.2.5 Droga do polityki

Droga do polityki została wspomniana w 12 z 14 artykułów, pominięto ją jedynie w dwóch jednostkach dotyczących Ewy Kopacz²⁷⁶. Agnieszka Kozłowska-Rajewicz karierę

²⁷⁴ N8/260 - jedyna jednostka tak obszernie i dokładnie omawiająca życie pani minister.

²⁷⁵ Podkreślano, że ze względu na jego stanowisko nie sygnowano Joanny Muchy na miniatura skarbu.

²⁷⁶ W21/690 i W50/1692, skupionej na konflikcie pani marszałek z ministrem zdrowia.

polityczną zaczęła za namową męża, a przebiegała ona od szczebla lokalnego do centralnego, od *Unii Wolności*, przez *Platformę*, *samorząd* i wreszcie *Sejm* (P20/674). Pierwszy start w wyborach do Sejmu w 2005 roku nie był udany, jednak odniosła sukces dwa lata później. Jej kariera polityczna przeczy tezie, że kobiety nie wspierają innych kobiet: „[t]o Kidawa-Błońska miała ją [bohaterkę] zaproponować Tuskowi na stanowisko pełnomocniczki”.

W przypadku Krystyny Pawłowicz to kontrowersyjne poglądy sprawiły, że w *końcówce rządów PiS rekomendowało ją do Trybunału Stanu* (N32/1037). Znalazła się w otoczeniu prezesa, opiniowała zgodność traktatu lizbońskiego z Konstytucją RP, po katastrofie stała się *bojowniczką PiS i prawdę smoleńską* i w efekcie otrzymała możliwość startu w wyborach z pierwszego miejsca w Siedlcach, gdzie była *spadochroniarzem* (kandydatem spoza okręgu). Polityczna kariera posłanki rozpoczęła się od wyrazistych, zgodnych z linią partii poglądów. Prawdopodobnie start był jej wyborem (*wyraziła zainteresowanie startem w wyborach*).

Gdy Joanna Kluzik-Rostkowska pracowała w *Tygodniku Solidarność* jej przełożonym był Jarosław Kaczyński i „(...) za jego pośrednictwem trafiła do polityki. Piastowała urząd wiceministra pracy i rozwoju regionalnego oraz ministra pracy a w kampanii prezydenckiej w 2010 roku była szefową sztabu Jarosława Kaczyńskiego” (W37/1240). Obecnie jest *posłanką, ale szeregową, siedzi w kącie i pełni mało istotną funkcję wiceszefowej sejmowej podkomisji ds. kontaktów z organizacjami pozarządowymi* (W5/164). Została wyrzucona z PiS i założyła partię PJN, po czym przeszła do PO (W37/1240)²⁷⁷. Bohaterka odrzuciła zarzuty o zdradę partyjnych kolegów (obecne w obu jednostkach) stwierdzając: „(...) nie chciałam być jak generał obiecujący podwładnym honorową śmierć. Uważałam, że walczy się, by wygrywać, a w polityce poza parlamentem to niemożliwe” (W5/164). Symbolem zdrady stał się czerwony żakiet, który nosiła we wszystkich partiach. Zdaniem byłych współpracowników sprzedawała się PO i dała się wykorzystać. Nawet w Platformie była postrzegana jako zdrajczyni, czego dowodzą słowa jednego z *wpływowych polityków PO*: „Zdrajców należy doceniać. Trzeba było tylko poczekać, aż zdrada nieco wyblaknie” (W37/1240).

Ewa Kopacz karierę polityczną zawdzięcza relacji z premierem: „To Tusk wylansował ją na szefową mazowieckich struktur PO, potem na ministra zdrowia, wiceprzewodniczącą partii, a w końcu uczynił ją marszałkiem Sejmu”. Zapracowała na to „(...) najpierw lecząc w sejmowym pokoju kontuzje piłkarskie posła Tuska i jego kolegów z boiska, potem, już jako minister, otaczając opieką medyczną najbliższą rodzinę premiera” (W4/122). Jej kariera napędzana była lojalnością względem szefa, co jest zgodne z ustaleniami naukowców.

²⁷⁷ Podobno wynegocjowała transfer do PO kilku lub wszystkich posłów, zależnie od tego, kogo pytano.

Traktowana była w zgodzie z powiedzeniem *gdzie diabeł nie może, tam babę pośle*, ponieważ premier umieszczał ją tam, gdzie coś się działo – zarządzane przez nią struktury Platformy były skłócone, resort zdrowia uznano za *trudny*, a jako marszałek pilnowała pozycji premiera w Sejmie (W40/1341). Z jednostek czytelnik nie poszerzy wiedzy na temat jej drogi od lekarki (wiadomo, że jeździła do wypadków; W40/1341) do polityczki. Pomimo wypominanych błędów, Ewa Kopacz wciąż miała silną pozycję w partii, czego gwarantem była jej relacja z Donaldem Tuskiem i paradoksalnie brak poparcia w partii: „Kopacz nigdy nie zbuduje drużyny, która mogłaby zagrozić pozycji szefa, nie stoi za nią, jak za jej poprzednikiem, Grzegorzem Schetyną, żadna wewnątrzpartyjna siła. Jediną siłą Kopacz jest poparcie Tuska, więc może się przeciwstawić wszystkim, tylko nie jemu” (W4/122). Ewę Kopacz określono mianem *marszałka na krótkiej smyczy premiera*²⁷⁸, sugerując że musi ona opowiedzieć się po jednej ze stron: „(...) czy chce być marszałkiem Sejmu, czy Donalda Tuska” (W4/122).

Wszystkie jednostki odnoszące się do Joanny Muchy podnosiły kwestię jej politycznego awansu i kariery, ale czyniły to w różny sposób. Z artykułów tych wyłania się chronologia jej rozwoju politycznego – już podczas studiów (jako 22-latką; P8/262) zapisała się do Unii Wolności, a w 1998 wystartowała na stanowisko radnej. Ponieważ „(...) cała lista przepadła, więc ta przegrana za bardzo nie zabolęła” (N8/260), ale porzuciła pomysł działalności politycznej. Ponieważ potrzebowała zmiany²⁷⁹, w 2002 roku wstąpiła do PO, a rok później ponownie spróbowała sił w polityce. Wbrew ustaleniom naukowców iż kobiety, które osiągnęły pewną pozycję niechętnie wspierają inne kobiety, do polityki *przyciągnęła ją Zyta Gilowska* (N8/260), a pokazała się światu dzięki Januszowi Palikotowi (w 2006 roku organizowała Akademię Janusza Palikota, a „[w] zamian rok później Palikot przeforsował ją na wysokie, czwarte miejsce na liście PO do parlamentu” (N8/260). Wygrała wybory („Gdy już wróciła, to z przytupem”; N8/260), nad czym Palikot „[m]usiał się napracować, bo Muchy w Lublinie nikt nie znał” (N8/260)²⁸⁰. Kariera Muchy rozwinęła się dzięki Zycie Gilowskiej i Januszowi Palikotowi, gdyż poza nim „mało kto z kierownictwa PO wiedział o jej istnieniu” (N8/260).

Chociaż w jednej z jednostek wskazano, że Grzegorz Schetyna dążył do przyznania jej niższego numeru na liście („Według zorientowanych, to z polecenia Schetyny straciła pierwsze miejsce na liście wyborczej PO w Lublinie w 2011 roku” P8/262), inni dziennikarze twierdzą, iż to właśnie on „walczył o nią (...) i przesunięto ją na dwójkę. Weszła do Sejmu” (N43/1373).

²⁷⁸ Co ważne, stwierdzenie to padło w jednym z ostatnich zdań artykułu W4/122, powodując efekt świeżości.

²⁷⁹ „dzieci, dom, uczelnia – Mucha powtarza, że trochę się dusiła” N8/260.

²⁸⁰ W tym kontekście J. Palikot wprowadził ją do polityki, lecz to ona była jego przewodniczką po Platformie – „(...) on ją wykreował, a ona go zdradziła” (P8/262). Joanna Mucha w szeregi PO wstąpiła trzy lata wcześniej niż Janusz Palikot (ona w 2002 roku, on w 2005) i jak mówi – to ona była jego przewodniczką (P8/262).

„Zrzucono ją z jedyńki w Lublinie, powołując się na niefortunną wypowiedź w partyjnej gazecie, że staruszkom nie warto robić kosztownej operacji biodra. Niechęć lokalnych działaczy do Muchy była tak duża, że jej miejsca na liście nie obronił nawet premier” (N8/260). W okręgu walczyła z partyjną koleżanką, sparodiowała jej spot i „wygrała, zdobyła ponad 26 tysięcy głosów, zdeklasowała rywali ze wszystkich formacji” (N8/260).

Jej droga na szczyt nie opierała się na urodzie, lecz chciała udowodnić, że posiada kompetencje, ambicję i determinację. Okazała się również dobrym strategiem, gdyż „(...) szybko zrozumiała, że siedząc nad projektami ustaw, kariery nie robi” (N8/260), więc w lutym 2008 roku zadebiutowała w TVN24, po czym okrzyknięto ją *pierwszym cudem Tuska* (N8/260). Mucha „(...) próbowała udowadniać, że jest czymś więcej niż ładną buzią” (N8/260), co zdaniem autorów jej się nie udało. Dużą rolę odegrały tu media. Dziennikarze (N8/260) wyraźnie wspomnieli, iż z obszernego wywiadu opublikowanego w *Gazecie Wyborczej* media podchwyciły jedynie fragment o koledze zwracającym się do posłanki *per kotku*.

Cechowała się przymiotami stereotypowo kojarzonymi z mężczyznami: koleżanki twierdziły²⁸¹, że „(...) grała tylko na siebie, nie dbała o przyjaźnie, wiedziała najlepiej, była najładniejsza” (N8/260). Zarzucano jej zatem to, co ceni się w odniesieniu do mężczyzn: chęć bycia najlepszą, dążenie do celu i pewność siebie. W polityce niejednokrotnie obserwować można działania mężczyzn zorientowane na *grę na siebie*²⁸² i brak przyjaźni²⁸³, lecz cechy te nie kojarzą się z kobietami. Jak wskazują badania stylu przywództwa, kobiety oceniane są gorzej, gdy przyjmują *twardy* styl w miejsce *miękkiego*, kojarzącego się z kobiecością.

Gdy minister zyskiwała na popularności i „(...) po dobrym wystąpieniu w czasie debaty o zdrowiu zaproszono ją do telewizji (...)” (P8/262), rozpoczęła się polityczna partyzantka:

I kiedy miałam wystąpić na drugiej debacie, ktoś mnie wykreślił z listy mówców. Potem nie informowano mnie o spotkaniach klubu, a potem zarzucano, że jestem nieaktywna. Oskarżano mnie, że wyniosłam do mediów informację o przekształcaniu szpitali w spółki; nikt nie przeprosił, kiedy już wiedziano, kto naprawdę wyniósł. (P8/262)

Fragment ten wskazuje na to, co zostało ustalone w toku badań naukowych nad karierami politycznymi kobiet: jeśli któraś wybija się ponad przeciętność, politycy dążą do jej politycznej neutralizacji i zdyskredytowania poprzez ograniczanie możliwości działania (w tym przypadku uczestnictwa w życiu politycznym), jednocześnie zarzucając brak działań. Joanna Mucha jest

²⁸¹ Zdaniem Agnieszki Kozłowskiej-Rajewicz, „jednej z niewielu sejmowych przyjaciółek Muchy”, bohaterka „[n]ie przesiaduje wieczorem w hotelu sejmowym. Nie socjalizuje się (...)” (N8/260), trzyma się na uboczu. Nie wiadomo, czy nie chciała utrzymywać kontaktów z politykami, czy ich niechęć ją odstręczała.

²⁸² Chociażby decyzja premiera o nominacji Muchy na ministra czy Ewy Kopacz na marszałka Sejmu po to, aby uzyskać wymierne polityczne korzyści.

²⁸³ Np. *szorstka przyjaźń* L. Millera i A. Kwaśniewskiego i relacja D. Tuska – G. Schetyna.

modelowym przykładem funkcjonowania barier w politycznej karierze kobiet – odebrano jej jedynekę, jednak wygrała wybory *deklasując rywali ze wszystkich formacji* (N6/260²⁸⁴).

Powodem, dla którego Joannę Muchę powołano na ministra, okazały się nie kompetencje²⁸⁵, ale skład rządu postrzegany z perspektywy parytetów: „Poszło o parytety. Nagle się okazało, że mamy za mało kobiet” (wypowiedź bliskiego współpracownika Donalda Tuska; W8/270). Zdaniem jednego z polityków PO powodem nominacji Joanny Muchy była chęć włączenia do rządu większej liczby kobiet (określona również mianem *regularnej łapanki*), np. na urząd ministra edukacji (śródtytuł „chodziliśmy i wskazywaliśmy” W8/270). W rządzie miało znaleźć się pięć kobiet, Mucha miała „przysłonić ewentualne zgrzyty w przygotowaniach do Euro” (N8/260), a dodatkowo była „zderzakiem idealnym” (N8/260), którego nie szkoda poświęcić²⁸⁶. Ponieważ – jak wyraźnie podkreślił autor – ministerstwo sportu nie stanowiło trampoliny do wielkiej polityki, być może z tego powodu umieszczono tam Joannę Muchę (P8/262). Można domniemywać, że Joanna Mucha w takim ujęciu miała ona być kozłem ofiarnym, a przy okazji w oczach opinii publicznej stała się dowodem na to, iż kobiety nie powinny zajmować się pewnymi dziedzinami. Pytanie, które się nasuwa automatycznie, brzmi: jak wyglądałaby jej kariera, gdyby była pasjonatką sportu?

Zdaniem jednego z informatorów chodziło również o to, że „[t]en rząd miał ładnie wyglądać” (W8/270). Ostatecznie jednak wyboru dokonał premier, gdyż zdaniem jednego z jego bliskich współpracowników „Donaldowi na dokładkę kiedyś zaimponował Berlusconi, który miał świetne wyczucie telewizji, a w rządzie miał być miss. Doskonale się prezentowały. A Mucha prezentuje się wyśmienicie” (W8/270). Potwierdzają to słowa innych dziennikarzy (skład męski): „(...) Tusk już dawno przymierzał ją do jakiegoś ministerstwa. Pasowała do jego polityki kadrowej. Prezentuje się aż za dobrze, ale samodzielnej pozycji politycznej nie ma” (N43/1373). Zdaniem posła, który nie przepadał za bohaterką, „[b]yły cztery kryteria, żeby zostać ministrem. Być kobietą. Być w miarę ładną kobietą. Nie mieć silnej pozycji w partii. Wypisać sobie na czole sentencję: tak jest, panie premierze” (W8/270).

Wypowiedź ta idealnie oddaje mechanizmy opisane w literaturze przedmiotu: ze względu na parytety niezbędne są kobiety, które mają ocieplać wizerunek i ładnie wyglądać, a nie te kompetentne, którym wręcz utrudnia się polityczne funkcjonowanie i spycha

²⁸⁴ W wyborach parlamentarnych w 2007 roku zdobyła 21 tysięcy głosów, a w 2011 roku 26 tysięcy.

²⁸⁵ Które „(...) w tak zdominowanej przez mężczyzn dziedzinie były bliżej nieznanne” N43/1373. Według działacza sportowego „[p]o którymś kolejnym spotkaniu okazało się, że pani minister nie ma zielonego pojęcia o swoim resorcie” N43/1373, a zdaniem jednego z ministrów „Ona nie jest merytorycznie przygotowana do pełnienia tej funkcji. Nikt nie ma wątpliwości, że brakuje jej wiedzy” N43/1373.

²⁸⁶ Paratekst: „Mucha nie jest w PO lubiana. Jeśli Tusk ją zdymisjonuje, nikt w partii nie zapłacze” N8/260

na polityczny margines. Wysoko postawiona kobieta nie może zagrażać pozycji mężczyzny, powinna być raczej wykonawczynią poleceń niż aktywnym podmiotem. Istnieją również głosy, że Joanna Mucha na nominację zapracowała, co dostrzegają ludzie, którzy z nią pracowali.

Dziennikarze upatrują jej sukcesu w lojalności względem Donalda Tuska oraz w jej wieku: „[w] telewizji staraliśmy się pokazywać w spotach młodych, unikać geriatrici” (W8/270). Zdaniem jednego z polityków PO „miała być maskotką Euro, tak wymyślił sobie Tusk” (N43/1373), co potwierdził Mirosław Drzewiecki, który zdaniem dziennikarzy powiedział, że „(...) miała być ładną i inteligentną wizytówką mistrzostw Europy w piłce nożnej” (P8/262).

W artykułach przebija się również inny powód mianowania Joanny Muchy na stanowisko ministra: pracowitość. Według Stanisława Żmijana (szef lubelskiej PO): „Mucha na niego [nagły sukces polityczny i stanowisko ministra] zapracowała” (W8/270), ponieważ od samego początku była *pracowita i obowiązkowa* (W8/270). Sławomir Nowak – zdaniem jednego z polityków PO – z kolei wskazywał na to, iż Mucha „Ma największy polityczny potencjał wśród kobiet w Platformie i jeszcze się wykaże” (W23/766), lecz zdaniem dziennikarzy wizerunek kompetentnej osoby legł w gruzach, a pozostały jedynie kompetencje językowe (*płynna angielszczyzna*) i *świetna aparycja* (W23/766)²⁸⁷.

Zdaniem dziennikarzy utrzymanie przez Joannę Muchę stanowiska ministra sportu jest tym pewniejsze, że Donald Tusk niechętnie przyznaje się do błędów²⁸⁸, przez co paradoksalnie działania opozycji mające na celu jej usunięcie, *zacementują ją na urzędzie na pełne cztery lata* (W8/270; wypowiedź polityka PO). W artykule pt. „Wszystkie odloty Muchy” (W44/1486) wbrew pozorom czytelnik nie znajdzie listy wszystkich wpadek pani minister. Zawiera on listę powodów, dla których Joanna Mucha wciąż utrzymuje swoją polityczną pozycję. Powodami są brak następcy²⁸⁹, plotki o rzekomej ciąży minister (za którymi kryje się obawa przed napiętnowaniem przez feministki z powodu dymisji ciężarnej kobiety) oraz jej uroda²⁹⁰.

5.2.6 Sukcesy i porażki

Spośród wszystkich artykułów poddanych analizie jedynie jednostka poświęcona Agnieszce Kozłowskiej-Rajewicz jest w swojej wymowie pozytywna (nie opisuje żadnych

²⁸⁷ Żadnego artykułu o Joannie Musze nie napisała kobieta, a spośród dwóch powyższych ten, w którym wspomniano o rozczarowaniu osobą pani minister i oddano sprawiedliwość w kwestii języka i wyglądu wyszedł spod pióra składu proporcjonalnie mieszanego (W23/766), natomiast ten, w którym wskazano na pracowitość jako powód jej nominacji został napisany przez mężczyznę. Skłania to do refleksji, iż spośród tych dwóch składów to dziennikarze bardziej przychylnie i wielostronnie odnoszą się do polityczek. Teza wymaga dalszych badań.

²⁸⁸ Wypowiedź polityka PO: „Donald nie odwoła jej, bo przyznałby się do błędu” W8/270, a zdaniem kierownictwa Platformy „Tusk nie lubi przyznawać się do błędów” W23/766.

²⁸⁹ Napisano, że premier nie chce oddać resortu w ręce Spółdzielni Grabarczyka, czyli ludzi z nim związanych.

²⁹⁰ Sformułowanie *piękną kobietą* zostało „podświetlone” na żółto, co wskazuje na jego szczególne znaczenie.

wpadek i przychylnie odnosi się do działań pełnomocniczki), w pozostałych przypadkach widoczny jest krytyczny stosunek do kobiet aktywnie działających w polityce w 2012 roku²⁹¹. W odniesieniu do poszczególnych kobiet krytyce poddawane są inne elementy, począwszy od braku kompetencji do piastowania danego urzędu, po zachowanie, cechy charakteru, wizerunek i sugerowane zależności od czołowych polityków. Aby odpowiednio zrozumieć tę kwestię, omówić ją dla każdej polityczki z osobna.

W jednostce dotyczącej Agnieszki Kozłowskiej-Rajewicz (P20/674) wskazywano wyłącznie na jej zasługi: *spór z szefem resortu sprawiedliwości Jarosławem Gowinem*, z którym zdaniem Joanny Kluzik-Rostkowskiej staje do walki z *otwartą przyłbicą*, działania wypływające z jej autentycznych przekonań²⁹², poparcie podpisania i ratyfikowania konwencji Rady Europejskiej w kwestii zwalczania i zapobiegania przemocy domowej, chęć rozmowy i dyskusji nad problemami i współpraca nad liberalnym projektem ustawy o in vitro. Pełnomocniczka aktywnie współpracuje ze środowiskami pozarządowymi, podejmuje zaniechane dotychczas kwestie i realnie patrzy na otaczającą ją rzeczywistość (twierdzi, że nie będzie się zajmowała zmianą ustawy antyaborcyjnej ze względu na to, iż nie widzi takiej możliwości, a za swój priorytet uznaje to, by dotychczasowa była należycie wykonywana). Pozytywnie na jej wizerunek wpływa również anegdota o tym, jak zaryzykowała i odebrała ze swojej uczelni dokumenty pomimo, iż nie wiedziała czy zostanie przyjęta na innej. W artykule przeciwstawiono konserwatywnie myślących posłów nowoczesnej i wyemancypowanej bohaterce, wskazując na archaiczność ich poglądów (*w platformerskiej szafie trąci naftaliną*). Widoczne były poglądy samej autorki, która popierała działania pełnomocniczki i przestawiła ją w przychylnym świetle nawet, jeśli wspominała o sporach i konfliktach (inicjowanych przez konserwatywnych posłów, którzy wybierają się *na cywilizacyjną i obyczajową wojnę*).

W artykule poświęconym Krystynie Pawłowicz (N32/1037) nie odnotowano jednoznacznie negatywnej oceny, jednak poprzez zestawienie jej karcących wypowiedzi z kulturalnymi ripostami rozmówców można odnieść wrażenie, że autorka nie pochwała stylu bycia i rozmowy osoby, o której pisze. W artykule uwidocznił się podział na poglądy bliskie autorce oraz poglądy PiS, od których się ona dystansuje (autorka już w pierwszym akapicie określa zachowanie bohaterki jako *zajadłą krucjatę, piętnowanie i karcenie*, zaznaczając, że *jej notowania w PiS poszybowały*). Wśród cenionych przez partię dokonań bohaterki dziennikarka wymienia *stoczony bój w TVN24 z prowadzącym program dziennikarzem*

²⁹¹ Wizerunek Elżbiety Jakubiak różni się od wizerunku Joanny Kluzik-Rostkowskiej, która w omawianym czasie była posłanką z ramienia PO - jest w swojej wymowie bardziej pozytywny, zaś wizerunek posłanki PO krytyczny.

²⁹² *Zastąpienie wszystkich landszaftów kobiecymi portretami, bycie zwolenniczką związków partnerskich.*

Jarosławem Kuźniarem i wicemarszałkiem z SLD Jerzym Wenderlichem²⁹³, który został doceniony przez polityków („(...) ktoś rzucił, że jest jak karabin maszynowy. Strzela seriami a trup ściele się gęsto”). Jerzy Wenderlich stwierdził, że jej *ofensywność, to u polityka zaleta*. Autorka przywołała również ideologiczną dyskusję na temat homoseksualizmu z Joanną Senyszyn, ostre słowa podczas debaty o wydłużeniu wieku emerytalnego (nazwanie go *barbarzyńskim*), krytykę pomysłu zmniejszenia liczby godzin historii w szkołach, ripostę pod adresem posła Niesiołowskiego, który usiłował jej przerwać podczas debaty o unijnym systemie cel i podatków (nazwała Sejm *stodołą*), zdecydowaną wypowiedź podczas dyskusji nad stanowiskiem rządu w sprawie przyszłości Unii Europejskiej (utożsamiała swoje słowa ze stanowiskiem Polski: „Przepraszam, teraz ja mówię, teraz mówi Polska!”), opinię w sprawie traktatu lizbońskiego, bój o *prawdę smoleńską* i Telewizję Trwam oraz krytykę rządu o *oddawanie Polski pod kuratelę niemiecką*. *Oberwało się* także zmarłej Wisławie Szymborskiej za *nieporywającą poezję*, która „(...) nie towarzyszyła nam w odzyskiwaniu Polski, w odzyskiwaniu niepodległości”. Również wspomniano o tym, iż to feministki posłanka obwinia za śmierć Madzi z Sosnowca. Wszystkie te elementy były cenione przez partię PiS, natomiast dziennikarka patrzyła na nie krytycznym okiem, na co wskazywało użycie takich określeń, jak *oberwało się, zjadła krucjata, piętnować, rajd po telewizjach, zbesztać*. Kontrastowano jej działania: „Senyszyn próbowała tłumaczyć (...) Pawłowicz natomiast ripostowała”, a poglądy określono jako *kontrowersyjne*. Ironiczny w swoim wydźwięku jest również ostatni akapit artykułu: „Profesor Pawłowicz po drodze jest z Jarosławem Kaczyńskim i z ojcem dyrektorem. Oraz oczywiście z Polską. Polska jeszcze o niej nieraz usłyszy”.

Istotny jest fakt, że oba omówione artykuły dotyczące dwóch polityczek z partii opozycyjnych względem siebie zostały napisane przez kobiety. Co więcej, w obu dziennikarki prezentują poglądy i opowiadają się po stronie bardziej liberalnego światopoglądu i równouprawnienia. Widoczne są również zabiegi mające na celu pokazanie działalności pełnomocniczki jako aktywności właściwej, sensownej, oczekiwanej i zmierzającej w dobrym kierunku, oraz poczynań posłanki Pawłowicz jako niekulturalnej, atakującej, pozbawionej szacunku dla drugiego człowieka, obraźliwej i powodującej eskalację konfliktu. Za pomocą odpowiedniego słownictwa oraz przytaczanych elementów (wypowiedzi, scen, komentarzy) dziennikarka sugeruje sposób oceny zachowania posłanki, umieszczając je dla większego kontrastu w kontekście działań osób trzecich, nienastawionych wrogo i otwartych na debatę.

²⁹³ Nie wykazała się ani kulturą ani szacunkiem względem żadnego z rozmówców. *Beształa* dziennikarza i nazywała go *studentem*, nie pozwalając rozmówcom dojść do słowa.

W jednostkach dotyczących Joanny Kluzik-Rostkowskiej podkreślano negatywnie oceniane działania, jak to, że *zdołała ocalić poselską pensję, której cena była bardzo wysoka, a dziś jest posłanką, ale szeregową* (W5/164). Wydaje się, że dla bohaterki najważniejsze były pieniądze oraz utrzymanie się w polityce bez względu na koszty. Główny zarzut jej stawiany odnosił się do tego, iż *poszła na polityczną łatwiznę i zdradziła partyjnych kolegów* (W5/164). Według samej zainteresowanej *walczy się, by wygrywać* i lepsze to, niż *honorowa śmierć* (W5/164). Wytknięto jej brak politycznej aktywności („Przez kilkanaście miesięcy z sejmowej tribuny zabrała głos dwa razy i wysłała jedną interpelację” W37/1240), niehonorowe działanie, którego powinna się wstydzić („Jakby jej było wstyd i wołała się schować” W37/1240), a jego symbolem stał się czerwony żakiet („Symbol energii stał się symbolem zdrady” W37/1240).

Joanna Kluzik-Rostkowska do ostatniej chwili nie ujawniła swoich prawdziwych zamiarów, o czym wspomniała Elżbieta Jakubiak: „Do końca wierzyliśmy, że Asia jest z nami (...) Pokaż, Aśka, że się nie sprzedasz” (W37/1240). Wspomniano jej niefortunną wypowiedź z czasów jej działalności w PiS, gdy opowiedziała się – wbrew linii tej partii – za *in vitro*, chociaż *in plus* wskazano napisanie przez nią programu dotyczącego rynku pracy, obejmujący również rozwój nowych firm. W jednostce W37/1240 nie udzielono głosu samej zainteresowanej, twierdząc że *nie chce o tym rozmawiać*, a jedyny odpór zarzutom o potajemną zdradę dali bliscy bohaterce politycy²⁹⁴. Zastanawiające jest to, iż we wcześniej opublikowanej jednostce przytoczono słowa samej zainteresowanej, natomiast w tej, która drukiem ukazała się później, odniesiono się do wypowiedzi *bliskich jej polityków*.

Ewie Kopacz wypominano przede wszystkim trzy główne wpadki: w zakresie jej działalności jako ministra zdrowia, w odniesieniu do działań podjętych po katastrofie smoleńskiej oraz poczynań jako marszałka. Wszystkie te elementy zostaną omówione po kolei. Marszałek odcina się od ministerstwa zdrowia, którym kierowała całą poprzednią kadencję i nie komentuje oficjalnie poczynań ministra Arłukowicza (choć zdaniem polityków czyni to nieoficjalnie). Popelniane przez nią błędy są uznawane za oczywiste („Gdy Donald Tusk powoływał Arłukowicza na stanowisko ministra zdrowia, dla wszystkich w PO było jasne, że ceną, jaką przyjdzie mu zapłacić za tekę, jest krycie błędów poprzedniczki” W4/122), określane przez autorów mianem *zgniłych jaj* (W4/122). Według dziennikarzy jej następcą w ministerstwie zdrowia tapla się w *bloście z sadzawki*, w którą *wpakowała* jego i pacjentów pani marszałek, samej nie chcąc się nim *splamić* (W4/122). Jednocześnie Bartosz Arłukowicz *od początku urzędowania wyraźnie odcina się od swojej poprzedniczki, twierdząc, że nie ponosi*

²⁹⁴ „Wersja polityków bliskich Kluzik-Rostkowskiej jest inna. Zgodnie z nią była szefowa PJN wynegocjowała start całej formacji z list PO. Ale jej koledzy się na to nie zgodzili”.

winy za *dotychczasowy bałagan w służbie zdrowia* (W50/1692). Ewę Kopacz obarczono odpowiedzialnością przede wszystkim za problemy wokół refundacji („(...) wiadomo było, że afera ją w dużym stopniu obciąża” W50/1692), choć sama zainteresowana uchylała się od komentarzy na temat ustawy refundacyjnej, zasłaniając się pełnionym obecnie stanowiskiem marszałka i unikając odpowiedzi na pytania o sposób głosowania w sprawie zmian w przeprowadzonej przez nią ustawie. Dziennikarze wskazują, że zagłosowała ona za nowelizacją i interpretują to jako *przyznanie się do błędu* (W4/122), pomijając alternatywne sposoby postrzegania (np. jako korektę zweryfikowanych w praktyce mechanizmów, które mogły nie sprawdzić się chociażby z powodów instytucjonalnych czy praktycznych).

W tym przypadku należy postawić pytanie, czy dążenie do zmiany przepisów, które w praktyce się nie sprawdziły jest w istocie przyznaniem się do błędu, czy elementem naprawy tego, co nie spełniło oczekiwań, a zatem działaniem pożądanym. Czy gdyby zagłosowała przeciwko nowelizacji nie uznano by jej za upartą, butną i nieumiejącą przyznać się do błędu? W tym przypadku sama bohaterka powiedziała, że „(...) głosowała za zmianami, bo *pacjent zasługuje, by jego prawa były przestrzegane*” (W4/122) co sugeruje, że w praktyce poprzednia wersja ustawy prowadziła do nadużyć i nieprawidłowości, choć nie zostało powiedziane, gdzie znajduje się ich źródło. Nawet partyjni koledzy i koleżanki (Andrzej Halicki i Małgorzata Kidawa-Błońska) mówili jednym głosem, iż *problem powinna wytłumaczyć autorka ustawy* (W4/122). Pojawia się zatem pytanie, czy taka ocena Ewy Kopacz wyniknęła z samego faktu, iż jest politykiem, co zakładałoby, że polityków ocenia się możliwie najbardziej negatywnie, czy też z faktu, iż jest kobietą, do czego mogłyby odwoływać się feministki. Pytanie zasadnicze brzmi: jak w analogicznej sytuacji oceniono by polityka płci męskiej?

Warta rozważenia jest również interpretacja jej zachowania jako *ucieczki* przed niewygodnymi pytaniami dziennikarzy. Jest to wyrazisty przykład narzucenia pewnego sposobu myślenia, bowiem nie można odrzucić tezy, iż Ewa Kopacz jako marszałek była w pracy i mogła dysponować ograniczonym zasobem czasu. W takim przypadku należałoby jej zdawkowe komentarze potraktować jako efekt braku czasu i zapracowania, a nie *ucieczkę*, jak miało to miejsce w artykule. Również rozważania znaczenia faktu, iż marszałek głosowała za zmianami własnego projektu budzą wątpliwości – dziennikarze widzą dwie możliwości: albo ustawa nie gwarantowała przestrzegania praw pacjentów, albo ówczesna pani minister nieodpowiednio służbę zdrowia do tego przygotowała. Nie dość, że oba pytania ponownie nakładają ramy na sposób rozumienia tematu, to czytelnik nie otrzymuje żadnej konkretnej informacji na czym te problemy mogłyby polegać – nie powiedziano, gdzie prawa były łamane, przez kogo i w jaki sposób, nie powiedziano, na jakim szczeblu instytucji pojawiły się

problemy. W tym przypadku czytelnik ma do czynienia wyłącznie z opinią i należy zakładać, że albo posiada już określony zasób wiedzy na ten temat, albo – zgodnie z mechanizmami psychologicznymi – pokieruje się heurystykami i odczyta oba pytania dziennikarskie jako retoryczne, na oba udzielając twierdzącej odpowiedzi i umacniając się w przekonaniu, że problemy służby zdrowia są wyłączną winą pani marszałek.

Prócz problemów z ustawą refundacyjną (*awantura wokół recept* W4/122), które pojawiały się szczególnie często i były dogłębnie analizowane, wytykano jej również *niezadowolenie lekarzy i aptekarzy, boksowanie się z koncernami farmaceutycznymi* (W4/122), problem z cyfryzacją służby zdrowia (700 mln wydane na elektroniczny system gromadzenia danych o pacjentach, z którym wyniknęły nieprawidłowości i jest *pod lupą Brukseli*; W4/122), komercjalizacją szpitali (zadłużenie szpitali zamiast oddłużenia, problemy z przygotowaniem ustawy i *luźne wnioski* zamiast projektu oraz upór i niechęć do kompromisu, upieranie się przy zapisie obejmującym *obligatoryjność*; W4/122). Ewie Kopacz jako pani minister wytknięto także fakt, iż nie odwołała Leszka Sikorskiego pomimo błędów i zaniedbań ujawnianych przez instytucje kontrolne, wskazano na krytykowaną przez (wtedy jeszcze posła) Arłukowicza *wycenę procedur medycznych, zwłaszcza wycenę procedur w pediatrii*, które pozostawały niezmienione pomimo, iż *szpitale dziecięce groziły wstrzymaniem przyjęć* (W50/1692).

Względem Ewy Kopacz wskazywano również na nieprawidłowości związane z katastrofą prezydenckiego samolotu w 2010 r., rzutujące na sposób postrzegania jej jako byłej minister zdrowia (W40/1341²⁹⁵). Stała się „Ofiarą Smoleńska” (tytuł), która „[c]hciała uchodzić za smoleńską matkę-Polkę, a stała się dla PiS pierwszą przyłapaną na smoleńskim kłamstwie” (podtytuł; W40/1341). Dziennikarze (dwaj mężczyźni) wykorzystali stereotyp kojarzony z kobiecością, który nie pojawiał się w żadnej wcześniejszej jednostce. Ponadto przypisano jej intencje i chęć przyjęcia roli matki-Polki, czego potwierdzenia w wywiadzie się nie znajdzie. Odnosi się wrażenie, że zdecydowała się pojechać do Smoleńska ponieważ nikt inny się nie kwapił²⁹⁶, z uwagi na doświadczenia w zakresie medycyny²⁹⁷ oraz pełnioną funkcję ministra zdrowia. Podtytuł zawiera również interpretację wyłącznie jednej ze stron, sugerując sposób odbioru przekazu – z perspektywy PiS. Zarzut *smoleńskiego kłamstwa* pada na samym

²⁹⁵ To jedyna jednostka zogniskowana na przeszłości; nie odnosi się w ogóle do działań jako marszałka Sejmu. W tym artykule – w przeciwieństwie do poprzednich – nie pojawiły się wzmianki o tym, co Ewie Kopacz się udało i co mogłaby zapisać na swoje konto jako sukces, wspominano jedynie o paśmie porażek.

²⁹⁶ „Wtedy premier rzekł: wsiądą do samolotu, większość z nich nie zna rosyjskiego i będą tam w Moskwie zupełnie sami w swoim nieszczęściu. Znowu zaległa cisza. Powiedziałam: no to leć”; chociaż dziennikarze napisali, iż „sama podjęła decyzję o wyjeździe do Moskwy”. Zdaniem ministra, którego słowa przytoczono: „O jej wyjeździe do Moskwy zdecydował osobiście Tusk” (W40/1341).

²⁹⁷ „Myślałam, że pracując jako lekarz, widziałam już wszystko, bo często jeździłam do wypadków. Ale tam, w Moskwie, okazało się, że nie” (W40/1341).

wstępie, cokolwiek byliby powiedziane później może być postrzegane jako obrona lub odparcie ataku.

Na zdjęciu tytułowym bohaterka idzie ze spuszczoną głową, odgarniając włosy jakby łapała się za głowę. W ręku trzyma dokumenty. Wydaje się załamana, bezsilna, pokonana. Zdaniem dziennikarzy decyzją o wylocie do Moskwy z rodzinami ofiar „(...) wzięła na siebie polityczną odpowiedzialność za wszystko, co się w Moskwie działo. Za wszystkie błędy i niedociągnięcia” (W40/1341), *mówienie rzeczy nieprawdziwych*, które dziennikarze określili również mianem *co najmniej nieprecyzyjnych wypowiedzi* (W40/1341) i niewłaściwie zidentyfikowane ciała²⁹⁸. O ile błędy przy identyfikacji nie wynikały jej z działań, o tyle mijanie się z prawdą owszem. Zdaniem autorów mówiła, że „sekcje prowadzone [były] ramię w ramię przez polskich i rosyjskich patologów” (W40/1341), co po latach okazało się nieprawdą („(...) w Moskwie Kopacz wyszła ze swojej roli i opowiadała rzeczy nieprawdziwe” W40/1341). Czytamy: „Pytana (...) czy jest gotowa przeprosić za zaistniałą sytuację, powiedziała, że nie ma problemu ze słowem *przepraszam*, ale dodała, że... nie ma za co przepraszać” (W40/1341)²⁹⁹. Obarczono ją także odpowiedzialnością za błędne rozpoznanie ciał przez rodziny, gdy powinny one zostać przebadane genetycznie (jedynie znikomy odsetek nie budził wątpliwości). Zamiany dokonane z powodu „(...) błędu polskiego urzędnika oraz błędu Rosjan. (...) już w jakimś stopniu obciążają odpowiedzialnością była minister zdrowia” (W40/1341).

Dziennikarze wspomnieli również o modyfikacjach jej wypowiedzi w stenogramie z posiedzenia Sejmu, sugerując jej udział w tym przedsięwzięciu. Przytoczyli jednak parafrazę wypowiedzi Ewy Kopacz, jakoby „(...) przekonywała, że nie ingerowała na żadnym etapie w treść stenogramu” i „(...) zapewniła, że poprosiła o przywrócenie (...) oryginalnego brzmienia jej wypowiedzi” (W40/1341). Zarzucono jej również oszustwo w związku z otwarciem trumien – zdaniem rodzin ofiar informacja o zakazie ich otwarcia wyszła od niej oraz od szefa kancelarii premiera Tomasza Arabskiego (*Kopacz nie pamiętała, by o tym mówiła*; W40/1341). Zdaniem dziennikarzy taka możliwość była (na wniosek prokuratora), jednak „(...) nie było wniosków rodzin do prokuratury. Bo nikt rodzinom nie powiedział, że istnieje taka możliwość...” (W40/1341), o czym nie poinformowała bohaterka.

W odniesieniu do pełnionej przez Ewę Kopacz funkcji marszałka Sejmu podkreślano, iż unikała ona tematów związanych z okresem, gdy pełniła funkcję ministra zdrowia i ustawą,

²⁹⁸ „Dwie pozostałe pary miały zostać zamienione w efekcie błędu polskiego urzędnika oraz błędu Rosjan. A to już w jakimś stopniu obciąża odpowiedzialnością była minister zdrowia” (W40/1341).

²⁹⁹ Słowa te stanowiły również śródtytuł i były parafrazą słów polityczki: „Jeżeli to wymaga przeprosin, to zostawiam to do państwa oceny – oświadczyła” (W40/1341). W jej imieniu przeprosił premier.

ponieważ – jak mówiła – „Marszałek Sejmu nie może ingerować w działania władzy wykonawczej. Byłoby to niezgodne nie tylko z literą prawa, ale i z dobrym obyczajem” (W4/122). Autorzy jednak podkreślają, że zdaniem partyjnych kolegów i koleżanek powinna była wytłumaczyć sedno problemu. W tym artykule Ewa Kopacz ukazana była jako osoba zdolna do podejmowania odważnych, choć czasem *bezsensownych* i *zaskakujących* decyzji³⁰⁰.

Jako porażkę wskazano także niezdolność do przekonania premiera o słuszności jej propozycji³⁰¹ oraz niechęć premiera do wysłuchiwanie jej krytyki nowego ministra³⁰². Do wpadek zaliczyć należy również krytykowaną w PO niechęć pani marszałek do wypowiadania się na temat listy leków refundowanych i upór w tej kwestii, podobnie jak niechęć do kandydowania do europarlamentu mimo jedynki na liście (zdaniem Konrada Łęckiego „(...) odmówiła, właśnie ze względu na ambicje”). Potwierdza się teza, w myśl której *nie ma takiej wpadki, której [premier] by jej nie wybaczył ze względu na to, że Kopacz jest strasznie lojalna wobec premiera* (słowa J. Palikota W21/690). Przed wpadką względem listy VIP-ów reprezentujących Sejm na meczach Euro uchroniła panią marszałek Joanna Mucha, z którą pozostawała wcześniej w konflikcie, a potem ich relacje się poprawiły.

Jedyna kobieta, która była autorką jednostki o Ewie Kopacz również wspomniała o niezręcznych wypowiedziach pani marszałek, lecz w bardzo subtelny sposób, mówiąc że *czasem coś jej się wymsknie* (W21/690; np. wypowiedź względem posłów PiS: „(...) żeby się nie podniecali i napili zimnej wody na uspokojenie” W21/690), choć przytacza również zdanie opozycji, która *niewymienienie w uchwale upamiętniającej ofiary katastrofy prezydenta* uznała za prowokację (W21/690). Zarzucono Ewie Kopacz również to, iż nie wpuściła na galerię przedstawicieli *Solidarności*, stwierdzając że „(...) czas na debatę był wcześniej, nie w piątek podczas głosowania reformy emerytalnej” (W21/690) i zdjęła z porządku obrad dwa ważne punkty, co wzmocniło poczucie chaosu zamiast pozwolić na normalną pracę³⁰³, potrafiła przerywać wypowiedzi w najmniej odpowiednich momentach³⁰⁴ i być uszczypliwa³⁰⁵, nie potrafiła dopilnować by projekty były odpowiednio napisane i „[d]o komisji zdrowia trafiały

³⁰⁰ „Nasz rozmówca podkreśla: to nie pierwszy raz, kiedy Tusk był zaskoczony decyzją Kopacz” W21/690; „To była decyzja bez sensu (...)” W21/690.

³⁰¹ „Ewa Kopacz ponosi porażkę, choć dotąd potrafiła skutecznie przekonywać premiera do swoich racji” (W50/1692); „Kopacz interweniowała wtedy u Tuska, ale nic nie wskórała” (W50/1692).

³⁰² Stwierdzenie informatora: „Gdy Ewa Kopacz dzwoni do premiera z pretensjami, że Arłukowicz coś głupiego mówi, premier odpowiada krótko, że ona już się służbą zdrowia nie zajmuje” (W50/1692).

³⁰³ Cytat zawierający tę informację wyróżniono w postaci paratekstu (W21/690).

³⁰⁴ „(...) przerwała mu wystąpienie zaraz po tym, jak porównał szefa S do pętaka i zarządziła przerwę. – Wrażenie było fatalne, bo po tych słowach zapadła cisza i one dużo mocniej wybrzmiały” (W21/690).

³⁰⁵ „Między wierszami można wyczytać małe uszczypliwości. Do swojego poprzednika Grzegorza Schetyny, którego Kopacz, delikatnie mówiąc, nie darzy sympatią, zwraca się *panie pośle*. W tej samej debacie nawet do Anny Fotygi mówi *pani minister*” (W21/690).

ustawy pisane na kolanie” (W21/690). Negatywnie na wizerunek pani marszałek wpłynął również bałagan i chaos w jej gabinecie³⁰⁶, którego doświadczyła partyjna koleżanka, Iwona Śledzińska-Katarasińska. Choć zjawiała się w nim kilkakrotnie, również wzywana, ani razu nie spotkała się z panią marszałek (W21/690). Wpadką Ewy Kopacz był również skład personalny listy VIP-ów mających reprezentować Sejm na meczach Euro 2012, na której zdaniem zorientowanego w temacie polityka „(...) znalazły się (...) osoby, które nie miały nic wspólnego z Sejmem” (W21/690; po rozmowie z J. Muchą lista miała zostać poprawiona).

W analizowanym materiale wspomniano również o jej zasługach jako marszałka Sejmu: uczczeniu ofiar stanu wojennego, usprawnieniu archiwizacji obrad sejmowych komisji i otwarciu gabinetu marszałka na kontrowersyjne projekty (W4/122). W każdym przypadku tuż po wskazaniu „zasługi” przywoływano kontrargument ją umniejszający lub całkowicie negujący: w pierwszym przypadku porządek do obrad wprowadziło jej wystąpienie, dzięki czemu *obyło się bez przepychanek i głosowania nad konkurencyjnymi projektami uchwał* (W4/122), w drugim zakwestionowano sensowność i wskazano pobudki dla wprowadzonych cyfrowych nagrań („Ten pomysł to wynik wyniesionego z resortu zdrowia lęku przed lobbieniem. Kopacz tak jak Donald Tusk panicznie boi się kontaktów z biznesem” W4/122), a w trzecim przytoczono wypowiedzi świadczące o jeszcze większej selekcji i blokowaniu projektów opozycji niż wcześniej (wypowiedź R. Kalisza: „Jak na razie projekty wnoszone przez opozycję są blokowane jeszcze bardziej niż wcześniej” W4/122). Wszystkie sukcesy wymieniła marszałek, natomiast komentarz następował po jej słowach i stanowił kontrast.

Ewę Kopacz oskarżano również o *upartyjnienie parlamentu z powodu braku zgody na zadanie premierowi pytania o decyzję KRRiT w sprawie Telewizji Trwam*, czemu jednak autorzy przyznają *teoretyczną rację* pani marszałek, *bo koncesja to sprawa KRRiT a nie premiera* (W4/122). W tym przypadku najpierw pojawił się zarzut, a dopiero później jego wyjaśnienie i stwierdzenie, że w istocie nie jest on zasadny. Dopiero w ostatnim akapicie artykułu czytelnik dowiadyuje się, że pani marszałek ma na swoim koncie zasługi: *że potrafiła zdyscyplinować posłów Solidarnej Polski próbujących blokować mównicę i że umie gasić pożary wszczynane przez Ruch Palikota* (W4/122³⁰⁷), ale zdaniem autorów *jeśli zła opinia do niej przylgnie, nikt nie będzie [o tym] pamiętał* (W4/122). Za zasługę Ewy Kopacz uznaje się także dążenie do zmiany sejmowego regulaminu tak, by *wprowadzić kary [pieniężne] dla posłów za nieparlamentarne wypowiedzi* (W21/690). Jako jeden z sukcesów Krzysztof Kwiatkowski (PO) wymienia również *przekonanie szefów komisji, by część posiedzeń*

³⁰⁶ „(...) ona jest królową chaosu – podsumowują [politycy PO]. I jej gabinet omijają raczej z daleka” (W21/690).

³⁰⁷ „Marszałek tonuje posłów, ustępuje pierwszeństwa głosu kobietom” (W21/690).

zwoływać w dni, kiedy nie ma obrad Sejmu, co przyspiesza prace (W21/690)/ Jego zdaniem pani marszałek *jest sprawna i skuteczna* (W21/690), a Arkadiusz Mularczyk (SP) twierdzi: „Kopacz stara się wychodzić naprzeciw oczekiwaniom klubów, sprawia wrażenie, że chce współpracować” (W21/690)³⁰⁸, co jest sprzeczne ze wspomnianą wcześniej wypowiedzią R. Kalisza. Również zdaniem Jerzego Wenderlicha (SLD) pani marszałek „próbuje godzić wodę z ogniem i stara się, by emocje w Sejmie topniały” (W21/690). Bohaterka twierdzi, iż *drzwi jej gabinetu są otwarte dla wszystkich posłów. Jeśli ktoś ma sprawę, ona ma czas* (W21/690).

W artykule W21/690 nie znalazła się riposta widoczna w artykule W4/122, jakoby blokowała ona projekty i upartyjniła Sejm – wręcz przeciwnie, wydaje się, że wprowadza ów *bardziej kobiecy pierwiastek* do polityki i łagodzi przysłowiowe obyczaje (W21/690): „Kopacz stara się powściągać emocje. Z lektury sejmowych stenogramów wyłania się obraz osoby uprzejmej i powściągliwej” (W21/690). Zdaniem Iwony Śledzińskiej-Katarasińskiej, którą parafrazuje dziennikarka, Ewa Kopacz „(...) radzi sobie w fotelu marszałka coraz lepiej i wpływa uspokajająco na sejmowych krzykaczy” – *chce być żelazną lady*, jak powiedziała posłanka (W21/690). Współpracownicy mówią: „Ewa Kopacz to energetyczny wulkan, który pracuje od rana do nocy” (W21/690). Pomimo tego, pełniona funkcja nie pomogła jej zbudować pozycji w partii, a zdaniem jednego z polityków PO Ewa Kopacz *nigdy nie będzie wytrawnym politykiem* (W21/690) i lepiej się sprawdza w roli, która nie obejmuje politycznej odpowiedzialności za resort. Tezę tę podsumowuje dobrze ostatni akapit artykułu:

Nawet jej najzagorzalsi przeciwnicy uważają, że Kopacz jest zdecydowanie lepszym marszałkiem niż była ministrem. – W resorcie trzeba zarządzać, w Sejmie wystarczy reprezentować. Do tej roli Ewa nadaje się zaś zdecydowanie lepiej – podsumowuje jeden z nich. (W21/690)

W jednostce W50/1692 wspomniano również o zasłudze Ewy Kopacz jako ministra zdrowia, czyli o powzięciu właściwej decyzji w sprawie zakupu szczepionek na świńską grypę: „Kopacz zrezygnowała wtedy z ich zakupu, po jakimś czasie okazało się, że miała rację”.

We wszystkich jednostkach dotyczących Ewy Kopacz pojawiła się krytyczna ocena jej działań. Najbardziej negatywny w swoim wydźwięku okazał się artykuł autorstwa dwóch dziennikarzy (W40/1341), nieco mniej krytyczny był artykuł napisany przez skład mieszany (W4/122), najbardziej zrównoważony, przedstawiający odmienne perspektywy i całościowy obraz polityczki okazał się artykuł autorstwa kobiety (W21/690). Możliwie najłagodniej ukazano ją w jednostce autorstwa dwóch kobiet i mężczyzny (W50/1692).

³⁰⁸ W przeciwieństwie do *aroganckiego i walczącego z posłami* Bronisława Komorowskiego.

W jednej jednostce o Ewie Kopacz (W50/1692) bohaterem był również Bartosz Arłukowicz, ówczesny minister zdrowia, któremu także wytknięto wiele przewinień i błędów. Już tytuł sugerował, że bohaterowie są stronami poważnego konfliktu, pogrążającego służbę zdrowia i odczuwalnego osób w życiu ludzi, który („Chora wojna o zdrowie”). Schemat artykułu i kolejność przytaczanych informacji sugeruje, że to Bartosz Arłukowicz jest agresorem³⁰⁹. Z artykułu wynika także, że minister Arłukowicz pozbywa się z resortu wszystkich osób związanych z Ewą Kopacz³¹⁰. Wymiar ich konfliktu jest wręcz kuriozalny: „Obecny minister na swoją poprzedniczkę ma wręcz alergię – uważają jej współpracownicy. Samochód, którym jeździła (volvo) oddał jednemu z wiceministrów resortu. Arłukowicz miał też polecić usunięcie z gabinetu wszystkich mebli i obrazów po Kopacz” (W50/1692).

Kwestia ta uznana została za tak interesującą, że została umieszczona w artykule jako paratekst: „Arłukowicz tak bardzo nie chce mieć nic wspólnego z Kopacz, że zrezygnował z jej samochodu i pozbył się z gabinetu jej mebli” (W50/1692). Zarzuca mu się również, że choć *gra konfrontacyjnego szeryfa*, do momentu ukazania się artykułu „(...) nie przedstawił spójnej wizji zmian w ochronie zdrowia, a reaguje głównie na wydarzenia medialne” (W50/1692). Podkreślono również, że „(...) w otoczeniu pani marszałek już zbiera się błędy i wpadki Arłukowicza, aby w odpowiednim momencie w niego uderzyć – a jest tego sporo” (W50/1692). Ministrowi wypomniano, że choć krytykował zaniechanie działań poprzedniczki w kwestii wyceny procedur medycznych, sam dopiero pod koniec 2012 r. *zaczął coś robić w tej sprawie* (W50/1692), nie spełnił obietnic dotyczących stworzenia mechanizmu, który pozwoliłby skutecznie zarządzać służbą zdrowia i przygotować ustawy³¹¹. Obecnemu ministrowi również wypomina się niekonsekwencję, rzucanie słów na wiatr i działania ocierające się o absurd.

W odniesieniu do Joanny Muchy krytyczne komentarze koncentrują się na braku jej kompetencji jako ministra sportu, na wizerunku (zob. rozdz. 5.2.8.) oraz na życiu prywatnym. Jedynie w przypadku pani minister o tych samych gafach wspomina się w wielu jednostkach. Minister sportu obarczana jest winą za spadek notowań jej partii i popularności premiera Tuska (P8/262), jest wyśmiewana przez PiS, żąda się jej dymisji (Ruch Palikota P8/262). Dziennikarze sugerują: „(...) skoro nawet Monika Olejnik (...) krytykuje Muchę, to ostatni

³⁰⁹ Odwołał protegowanego byleż minister ze stanowiska dyrektora Instytutu Reumatologii za szantaż, że z braku pieniędzy może wstrzymać przyjęcia pacjentów „zrobił to, co dziesiątki dyrektorów w Polsce (...)” W50/1692. Zdaniem autorów *padł ofiarą wendety ministra jako człowiek Ewy Kopacz*. Miało to wpływ na placówki zdrowia – zdaniem pracownika Instytutu Psychiatrii: „Teraz nikt się nie wychyli, choć długi rosną jak nigdy” W50/1692).

³¹⁰ „Pozostałych wiceministrów Arłukowicz dobrał sobie sam. Według naszych informacji musieli spełniać jedno główne kryterium: nie mogli być w żaden sposób związani z ekipą Ewy Kopacz” W50/1692; „Sam zainteresowany [Andrzej Włodarczyk] (...) stwierdził, że padł ofiarą wendety ministra jako człowiek Ery Kopacz” W50/1692.

³¹¹ „Wciąż nie ma też nowelizacji ustawy refundacyjnej, która napsuła tyle krwi Arłukowiczowi na początku urzędowania. To tylko niektóre przykłady” (W50/1692).

nieprzekonani nabierają przekonania, że minister od sportu to największa plama w rządzie” (P8/262). Nie ma porównań do innych ministrów ani wyjaśnienia podstaw dla takiej tezy – pojawia się jedynie kategoryczne stwierdzenie, że bohaterka jest najsłabszym ogniwem rządu.

W jednym z artykułów (N8/260) stwierdzono w podtytule, że minister sportu *wciąż ma szansę na grę w politycznej pierwszej lidze*, czyli nie została ona politycznie przekreślona, chociaż *strzela samobója za samobójem*. Wedle słów pracownika ministerstwa, Joanna Mucha nie jest traktowana poważnie przez urzędników (jedyne bezpośredni komentarz w artykułach).

Zdaniem działacza sportowego początkowo przekonała do siebie ludzi, sprawiała wrażenie, że wie o czym mówi. Przyznał jednak, że „(...) po którymś kolejnym spotkaniu okazało się, że pani minister nie ma zielonego pojęcia o swoim resorcie” (N43/1373). Wskazywano na jej brak wiedzy i niefortunne pytanie o to, kto losował dwie drużyny do Superpucharu³¹², co *oznacza, że nie ma pojęcia o futbolu. Kibice wyją z uciechy* (W8/270). Brak elementarnej wiedzy i wyczucia zaprezentowała również, gdy „(...) zaczęła czytać przemówienie dotyczące igrzysk olimpijskich od słów *o, o, o, o...* i dopiero asystent zwrócił jej uwagę, że to kółka olimpijskie” (W23/766). Po tych zdarzeniach wszystko co robiła było krytykowane. Jeden z rozmówców stwierdził, że „(...) przekroczyła granicę śmieszności, za którą już wszystko, co robi, będzie krytykowane” (W23/766), nawet fakt, że podczas *przebieżki* (N43/1373) wokół stadionu, zorganizowanej dzień po odwołanym meczu o superpuchar (W8/270, N8/260, N43/1373, P8/262) *dotruchtala pod koniec stawki* (N8/260). Wspomniano również, że pomyliła spółkę PL.2012 ze spółką Euro 2012 (W23/766). Zdaniem jednego z polityków PO: Joanna Mucha „[n]ie ma pewności, która wynikałaby z wiedzy i przygotowania, ale jednocześnie nie odpuszcza i chce wszystkim udowodnić, że sobie radzi” (W23/766). Niektórzy nazywają to *syndromem prymuski* (W23/766), która usiłuje nadrabiać braki. Nie miała pojęcia o resorcie i usiłowała poznać kompetencje pracowników aż do starszych specjalistów (N43/1373), nie zabierała głosu na pierwszym spotkaniu z przedstawicielami UEFA (N8/260). Oberwało jej się również „(...) za ignorancję, bo powiedziała, iż to dobrze, że na sporcie się nie zna” (P8/262).

Podobnie jak w wywiadach, utożsamia się ministra sportu z czynnym kibicem. Joanna Mucha nie jest aktywna sportowo. Ku zadowoleniu partyjnych kolegów nie poleciała do Włoch na konsultacje międzyrządowe (informację tę wyróżniono jako paratekst; W23/766). Nie zagrała również w meczu promującym Euro w Brukseli, chociaż była namawiana (w innych

³¹² W8/270, W23/766, W44/1486, N8/260, N43/1373, P8/262; nawet śródtytuł jednego z artykułów brzmiał: „kto cię losował?”.

drużynach były kobiety). Zamiast tego „zaprezentowała (...) swoje umiejętności wokalne, śpiewając przed kamerami razem z zespołem Jarzębina *Koko Euro spoko*” (W23/766).

Wytykano jej brak sprawnego zarządzania, niegotowość Stadionu Narodowego na mecz otwarcia o Superpuchar (W8/270, N8/260, N43/1373, P8/262), który „(...) się nie odbywa. Stadion jest w proszku” (W8/270), *brakuje murawy na boisku* i są *niewymiarowe bramki* (P8/262), obarczano ją odpowiedzialnością za problem z zamknięciem dachu na Stadionie Narodowym podczas meczu inauguracyjnego z Anglią i konieczność przeniesienia rozgrywek, po czym próbowano tłumaczyć jej iluzoryczną odpowiedzialność za to zdarzenie (W44/1486)³¹³. Co więcej, zdaniem dziennikarzy politycy PO informują, że Joanna Mucha uległa namowom Jacka Rostowskiego i może pozbyć się kontroli nad funduszem (N43/1373).

Joannie Musze stawiano zarzuty o zatrudnianie niewłaściwych i niekompetentnych osób (np. zatrudnienie znajomego właściciela salonu fryzjerskiego, ochrzczonego przez media mianem *fryzjera*; W8/270, W44/1486, P8/262). Pani minister obarczono winą nawet „(...) za stłuczkę, w jakiej uczestniczył ten nowy podwładny wicedyrektor służbową Skodą” (P8/262). Negatywnie oceniono także inne decyzje kadrowe:

[odwołanie] ministra Tomasza Półgrabskiego (ma za sobą cztery lata w resorcie). Wiceministrem zostaje poseł PO Grzegorz Karpiński. – Grzesiek Dostał to, bo nie załapał się do Sejmu. A my dbamy o ludzi – odpowiada jeden z posłów. – Przyjaźnił się z Muchą w poprzedniej kadencji, to go wzięła” (W8/270)

Dziennikarz przeciwstawił niekompetentnego³¹⁴, pozostającego poza głównym nurtem politycznym człowieka osobie, która miała kilkuletnie doświadczenie na stanowisku i mogła stanowić pomoc dla nowej minister. Wytknięto również umieszczenie na stanowisku osobistego sekretarza pracownika portierni (W8/270). Krytykowano niewłaściwy sposób traktowania partyjnych kolegów, który obrazował sms o treści: „Od tej pory proszę się ze mną kontaktować przez asystentkę” (W8/270; wysłany Andrzejowi Biernatowi zob. też W23/766, N43/1373), którego wydźwięk zdaniem zainteresowanego brzmiał: *a teraz spadaj* (W8/270).

Joannie Musze zarzucano również liczne wpadki wizerunkowe, w tym ogłoszenie wartości premii dla zdymisjonowanego Rafała Kaplera, szefa spółki budującej stadion³¹⁵, krytykowano ją za wysokość premii prezesa NCS, choć – jak wyraźnie zaznaczają dziennikarze – to nie ona sygnowała ów kontrakt (N8/260). Odmienne od pozostałych, w tej jednostce autorzy rozważają różne alternatywy postępowania. W artykule znalazła się wypowiedź Muchy

³¹³ „Odpowiedzialność minister jest raczej iluzoryczna” (N43/1373).

³¹⁴ Wypowiedź jednego z posłów: „Sport? On chyba lubi siatkówkę” (W8/270).

³¹⁵ Początkowo jego dymisja wydawała się dobrym pomysłem, a jego wykonanie zarządził Donald Tusk W8/270; N8/260, P8/262.

dotycząca motywów postępowania podczas ogłaszania wartości premii: „Ujawniłam te sumy, ponieważ w Polsce obowiązuje ustawa o dostępie do informacji publicznej. I to jest prawdo nadrzędne wobec tego, które dotyczy stosunków pracownik-pracodawca. Oczywiście mogłam poczekać, ale i tak musiałabym w którymś momencie je pokazać” (N8/260).

Ogromną wpadką wizerunkową było również przyznanie się, że „(...) rok temu nie przypuszczała, że zostanie ministrem sportu” (W8/270)³¹⁶, niefortunny komentarz („Jestem za młoda aby nie podołać”; N43/1373), zorganizowanie wykpionego w mediach biegu wokół stadionu i przyznanie, że stadion ma „(...) braki, mankamenty i różne rzeczy, które być może mogłyby być lepsze” (W8/270). Wpadką była też informacja o rozmowach z reprezentacją Rosji o zmianie miejsca zakwaterowania kadry ze względu na demonstrację zwolenników PiS pod Pałacem Prezydenckim 10 czerwca (W23/766, W44/1486). Sugerowano, że Joanna Mucha nie potrafiła odpowiednio planować działań PR, ponieważ w miejsce lakonicznego komentarza kończącego temat dała pożywkę mediom: najpierw zaprzeczyła własnym słowom, a później apelowała o odwołanie marszu (W23/766). Wizerunkowo oddziaływał doktorat pani minister, którego „wykrzywione tezy (...) staną się przyczyną pierwszej wpadki Muchy” (W8/270). Na obronę pani minister przytoczono argument, iż „[p]opełnia gafy, bo nie ma wokół nikogo, kto by mądrze doradził, jak się zachować i co powiedzieć” (P8/262), jednak artykuły świadczą o tym, że podpowiedzi od współpracowników miała, lecz nie chciała się do nich stosować³¹⁷.

W jednostce N8/260 oddano Musze sprawiedliwość wspominając o jej zasługach: doniesieniu do CBA w sprawie podejrzenia nieprawidłowości w PZPN, wizytacjach stadionów i miast gospodarzy. Przeważnie też za atut pani minister uważano znajomość języków (W23/766) oraz umiejętność odpowiedniego dobrania garderoby (W23/766). Zwracano uwagę na to, że polityczka ta ubiera się sama, bez pomocy stylistki (pomagała jej tylko w przygotowaniach do sesji zdjęciowej związanej z Euro), stawiając na klasykę (W23/766), jednak obecne były również uwagi, iż stój pani minister nie pasował do formalnych spotkań (wypowiedź osoby związanej z UEFA: „Na pierwsze spotkanie z przedstawicielami przyszła 30 minut spóźniona, w dodatku w legginsach” N8/260), zatem i na tym polu zaliczyła wpadkę.

Pani minister miała pełnić rolę gospodyni czuwającej nad odpowiednim przebiegiem wydarzenia, z czego wydawała się wywiązywać należycie (W23/766). Zareagowała na błędy

³¹⁶ Zdaniem dziennikarzy „nie sądziła, że ten ring [ministerstwo sportu] będzie jej przeznaczony (*dowiedziałam się kilka dni przed nominacją*)” (P8/262).

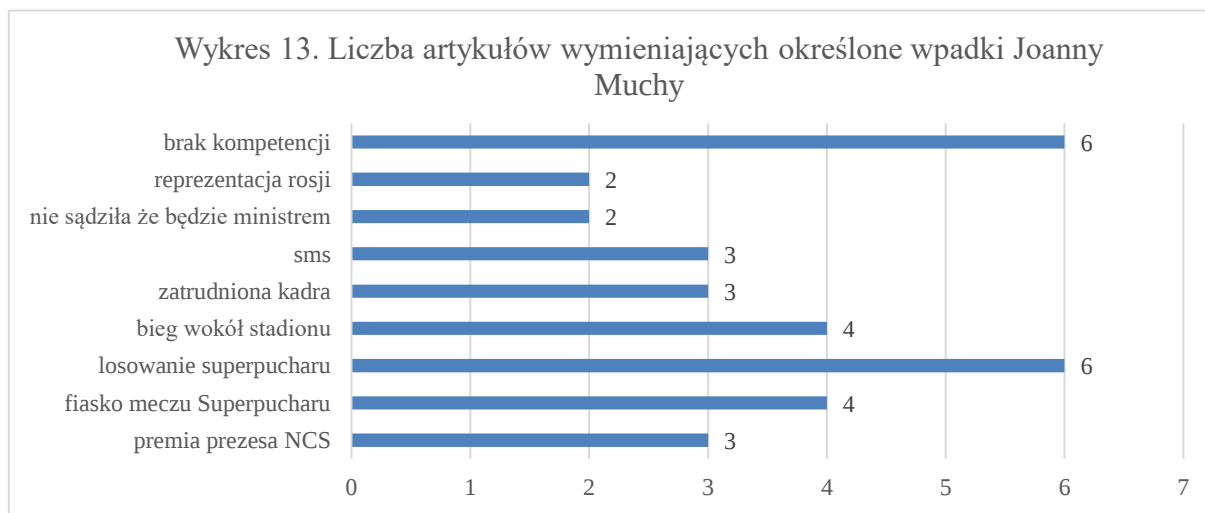
³¹⁷ Wspominał o tym „jeden z bliskich współpracowników Donalda Tuska”: „Tak. Były próby akcji ratunkowej. W sensie ratowania wizerunku. Nie, nie szkolenie. Raczej sugestie. Szybko się okazało, że lepiej odpuścić. W wypadku pani Joanny to nie działa” (W8/270), zdaniem „wysokiego urzędnika Ministerstwa Sportu”: „Aśka jest odporna na takie perswazje” (W8/270).

historyczne na stronie UEFA i na negatywny w swoim wydźwięku program BBC, w którym „(...) były kapitan angielskiej reprezentacji namawiał kibiców, by zostali w domu. W odpowiedzi Mucha wysłała bilet na mecz i zaproszenie wydawcy programu” (W23/766). Szybko i „(...) dużo się nauczyła o różnych dziedzinach sportu. Używała fachowej terminologii i spierała się ze starymi wygami” (zdaniem polityków z komisji sportu W23/766). Dziennikarze podkreślali, że jest na bieżąco np. z wynikami Agnieszki Radwańskiej (W23/766).

Artykuł W44/1486, napisany przez skład proporcjonalnie mieszany, jak żaden inny podkreśla powiązanie Joanny Muchy ze środowiskami feministycznymi, których działaczki broniły jej, twierdząc że: „Mucha jest ministrem lepszym od poprzedników, a *nagonka* na nią wynika wyłącznie z przyczyn *seksistowskich*”. W artykułach jej poświęconych brakuje rzetelnych opisów działań, w miejsce których mówi się o wpadkach:

Przy Euro było bardzo dużo do zrobienia, harowałam jak wół. Ale nikt nie mówi o sukcesie wynikającym z mojej pracy, że Euro było dobrze przygotowane, tylko za każdym razem wyliczanie wpadek. Nikt nie pytał innych ministrów, czy znają się na III lidze hokeja. A ja moją rolę rozumiem jako menedżera, a nie komentatora sportowego. (W44/1486)

Wykres 13. wskazuje wpadki Joanny Muchy oraz częstotliwość wspominania o nich w artykułach. Wszystkie jednostki zawierały informację o braku kompetencji (merytorycznych lub komunikacyjnych w odniesieniu do kontaktów z prasą) oraz brak wiedzy o sposobie doboru



drużyn do meczu o Superpuchar. W czterech jednostkach z sześciu wspomniano o meczu o Superpuchar, który miał się odbyć na Stadionie Narodowym, ale z powodu nieukończenia prac został przeniesiony oraz o biegu wokół stadionu. W połowie jednostek wspomniano o wiadomości SMS z żądaniem komunikacji przez asystenta, sposobie doboru kadry oraz wysokiej premii prezesa NCS. We wszystkich jednostkach informowano, że Joanna Mucha nie cieszy się sympatią kolegów z partii, a w pięciu odnosiło się to również do koleżanek.

Istnieje dość silna, odwrotnie proporcjonalna zależność pomiędzy objętością całej jednostki prasowej (włącznie z reklamami i fragmentami innych przekazów) a liczbą wspominanych gaf (współczynnik korelacji³¹⁸ wynosi $r = -0,47$). W przypadku powierzchni netto zależność spada do $r = -0,39$, co wskazuje na słabszą, ale wciąż wyraźną zależność.

Jeśli podsumować liczbę wymienianych w jednostkach wpadek pani minister okaże się, że w artykułach napisanych przez mężczyzn ich liczba jest większa (11 w P8/262, 9 w W8/270 oraz 8 w N43/1371) niż w jednostkach autorstwa składu mieszanego (po 6 w N8/260 i W23/766 oraz 5 w W44/1486). Tylko w trzech jednostkach (N8/260, N23/766, W44/1486) wspomniano o zasługach polityczki (pozostałe zaś opisywały wyłącznie gafy) i wszystkie zostały przez skład mieszany. Wydaje się, że w momencie, gdy w składzie autorskim znalazła się kobieta, prawdopodobieństwo pojawienia się jakiegokolwiek pozytywnej informacji wzrastało.

Trudno określić jak powinny działać kobiety w polityce aby ich poczynania nie były krytykowane. W analizowanych tygodnikach pojawiło się przynajmniej kilka takich sytuacji, które skłaniają do refleksji nad tym zagadnieniem. Wiadomo, iż zdecydowana większość artykułów powstała w odpowiedzi na bieżące wydarzenia: wpadki Joanny Muchy, konflikt pomiędzy ówczesnym i byłą minister zdrowia, podjęty w Sejmie temat katastrofy Smoleńskiej oraz przeprosiny premiera za popełnione pomyłki, zmianę wizerunku pani marszałek, jej odważne i kontrowersyjne decyzje, transfery polityczne, kwestie popieranych traktatów czy wystąpienia medialne. Jedynie jednostka o byłych liderach PJN wydawała się być refleksją nad ich dalszym losem, choć mogła też być motywowana wyborami Joanny Kluzik-Rostkowskiej.

Wszystkie jednostki powstały zatem z jakiegoś powodu, jednak żadna z nich (prócz artykułu o Agnieszce Kozłowskiej-Rajewicz) nie powstała w reakcji na pozytywne działania polityczki, a na porażki. Nie można jednoznacznie stwierdzić, że światopogląd dziennikarza ma znaczenie dla wydźwięku treści, pomimo iż artykuł ten został napisany przez kobietę.

Zarówno tę jednostkę, jak i artykuł P8/262 o Joannie Musze opublikowano w *Polityce*. Bezdyskusyjny jest fakt, że minister sportu wpadki przydarzyły się wielokrotnie, jednak w artykule opublikowanym w *Polityce* potraktowano ją najłagodniej, skupiając uwagę na historii samego ministerstwa oraz afer z nim związanych. Artykuł cechowało w miarę równomierne podejście do tematu: przedstawiono najpierw tytuły prasowe przed i po wypadkach pani minister, ukazano ją jako nieświadomą ofiarę wewnętrznej partyjnej wojny, wspomniano utarczki z Januszem Palikotem, wskazano na brak wiedzy o działalności człowieka, którego zatrudniła i na zazdrość koleżanek. Pozwolono jej jednak zabrać głos w odniesieniu do

³¹⁸ Funkcja pearson() w MS Excel.

powodów angażu znajomego (oddano nawet sprawiedliwość, że nie jest to *fryzjer*, ale właściciel salonów fryzjerskich), przytoczono jej wypowiedź na zarzut Janusza Palikota, jakoby to on ją wprowadził do polityki (*wykreował*). Opowiedziała o działaniach kolegów i koleżanek, które miały na celu zepchnięcie jej na polityczny margines. W żadnej innej jednostce tak wyraźnie nie ukazywano punktu widzenia bohaterki. Chociaż omówiono wpadki, zrobiono to w jednym akapicie, zbiorczo i w skrócie. Wydaje się, że to był jedyny artykuł, który napisano po uprzednim przeprowadzeniu niejszego wywiadu z polityczką („Pyta pan kto...”; „Kto tworzy grupę polityczną? Nie powie, ale sugeruje, że...”; P8/262).

Być może jest to związane z linią czasopisma, ale na pewno nie z płcią autora, ponieważ o Agnieszce Kozłowskiej-Rajewicz pisała kobieta, a o Joannie Musze – mężczyzna. Można zastanawiać się, czy poglądy dziennikarza wpłynęły na sposób organizacji artykułu (np. można odczytać przychylne pełnomocnicze stanowisko), jednak bez ich znajomości nie sposób określić, czy zmienną oddziałującą na kształt treści jest linia periodyku czy poglądy autora. Być może elementy te są powiązane, ponieważ dziennikarze często zatrudniają się w czasopismach o poglądach zbieżnych z ich własnymi. Nie sposób tego rozsądzić przy obecnym stanie wiedzy.

Pytanie brzmi: jak polityczki powinny działać w polityce aby o nich pisano. Odpowiedź wydaje się prosta: popełniać gafy i nie radzić sobie z obowiązkami. Jedynie w jednym z 14 artykułów doceniono działania polityczki. Czy zatem kobiety nie odnoszą sukcesów, czy też – zgodnie z założeniami literatury przedmiotu – ich sukcesy nie są zauważane? Wydaje się, że celna jest druga z wymienionych interpretacji, ponieważ zarówno w odniesieniu do Joanny Muchy, jak i Ewy Kopacz wskazano ich zasługi, choć miało to incydentalny charakter i okazało się lakonicznymi wzmiankami. Żaden z sukcesów nie stanowił pretekstu dla napisania artykułu.

Gdy pisano o pozytywnych działaniach często nakreślano kontekst sugerujący, że sukces w istocie sukcesem nie był lub został osiągnięty sztucznie. W artykule o Ewie Kopacz (W4/122) słowami samej bohaterki przedstawiono jej zasługi, po czym wyjaśniono z czego one wynikały. Okazało się, że były to działania nastawione na ograniczenie pewnego typu aktywności, która normalnie miałaby miejsce (przygotowane przez panią marszałek wystąpienie pozwoliło uniknąć przepychanek i głosowania nad kontrowersyjnymi projektami), podyktowane niepokojem i lękiem (nagrania posiedzeń podkomisji jako przejaw lęku przed lobbieniem) oraz piękne deklaracje, niemające wiele wspólnego z rzeczywistością (otwartość na nowe pomysły i riposta ze strony polityków, że ich projekty są blokowane bardziej niż kiedyś). Nawet jeśli wyliczono kilka zasług (dwie i to na końcu artykułu), sugerowano, że były one rzadkością i *nikt nie będzie [o nich] pamiętał* (W4/122).

W większości jednostek nie rozważano powodów i motywów krytykowanego działania, lecz przedstawiano je jako fakty. Motywację przypisano jedynie Joannie Kluzik-Rostkowskiej (W5/164), względem której podkreślono (słowami samej posłanki), że nie chciała ona zatonać razem ze statkiem, nawet jeśli byłaby to honorowa i piękna śmierć. Wskazano zatem na fakt, iż za wszelką cenę – nawet honoru – chciała się ona w polityce utrzymać. Również w odniesieniu do Ewy Kopacz wymieniono powody mijania się z prawdą w odniesieniu do „(...) sekcji [zwłok] prowadzonych ramię w ramię przez polskich i rosyjskich patologów” (W40/1341), do czego – zdaniem informatora – skłoniła ją chęć uspokojenia opinii publicznej oraz dążenie do budowy własnej pozycji w partii, co stawia ją w roli wyrachowanego stratega.

Sporadycznie można było również przeczytać o alternatywach względem podjętego działania (widzianych oczyma dziennikarza lub ludzi z otoczenia polityczki). W przypadku Joanny Kluzik-Rostkowskiej w obu jednostkach wskazano na to, iż mogła ona zachować twarz i *nie sprzedać się* (W37/1240), przez co nie musiałaby się niczego wstydzić, ale zapewne zniknęłaby z polityki. W odniesieniu do Ewy Kopacz wytknięto jej zmianę harmonogramu posiedzenia (zdjęcie informacji o Euro 2012), co wywołało wrażenie chaosu. Gdyby podjęła inną decyzję Sejm w czasie blokady mógł pracować normalnie, a posłowie nie musieliby *siedzieć pozamykani w swoich gabinetach* (W21/690). Jednym z najdokładniej przeanalizowanych działań w odniesieniu do Joanny Muchy okazało się ogłoszenie wysokości odprawy prezesa NCS (N8/260). Dziennikarz nie tylko wskazał, że to nie ona podpisała kontrakt, ale również rozważał, „(...) czy mogła namówić Kaplera by został w spółce (ale czy to ma sens, gdy nie chciał dla niej pracować)”³¹⁹, lub „(...) czy mogła go wyrzucić, pozbawiając premii” oraz „(...) po co podała jej wysokość, by zaraz potem chować się za tajemnicą kontraktu”. Na ten ostatni zarzut odpowiedziała sama pani minister (zacytowano jej własne słowa), iż zrobiła to dlatego, że „(...) w Polsce obowiązuje ustawa o dostępie do informacji publicznej (...) i tak musiałaby w którymś momencie je pokazać”. Ten fragment jest o tyle istotny, że wskazuje czytelnikowi, że polityczka miała inne możliwości działania. Wypowiedzi Joanny Muchy stanowiły ripostę na stawiane jej zarzuty, a zabieg taki pojawił się również w odniesieniu do Joanny Kluzik-Rostkowskiej (zdaniem dziennikarza „(...) zrobiła woltę w zamian za fotel szeregowego posła” (W5/164), lecz ona twierdziła, że ma czas na odpoczynek i rodzinę).

³¹⁹ W innych jednostkach, np. W8/270, wskazano na to, że to „Donald Tusk kazał jej ściągnąć Kaplera”, który – z tego wynika – podał się do dymisji w efekcie inferencji polityków, a nie z własnej woli.

5.2.7 Powody tworzenia artykułów

Po analizie materiału można wskazać szereg wytycznych, w jaki sposób politycy – nie tylko kołaty, ale i mężczyźni – powinni postępować, aby być ocenionym pozytywnie. Wyraźnie widać, że polityk powinien cechować się cywilną odwagą i potrafić przyznać się do błędu. Ewę Kopacz skrytykowano za to, że jej zdaniem – pomimo wyliczonych gaf – *nie miała za co przepraszać*, a „(...) słowo *przepraszam* wypowiedział premier Donald Tusk” (W40/1341). Polityk (niezależnie od płci) powinien być odpowiedzialny za swoje słowa: w odniesieniu do Sławomira Nowaka wyraźnie podkreślono (jako przykład właściwej postawy w kontekście wpadek Joanny Muchy), że polityk ten „[n]ie odzywa się tam, gdzie może być przyłapany przez dziennikarzy. A jak już go przyłapią, to grzecznie przeprasza”.

Jednym z przewinień Ewy Kopacz, które jej skrzętnie wypomniano, było kłamstwo (dziennikarz określił to delikatnie: stwierdził, że z nieoficjalnych wypowiedzi prominentnych polityków Platformy wynika, iż bohaterka artykułu *opowiadała rzeczy nieprawdziwe*, po czym stwierdził, że *prawda wyglądała inaczej* W40/1341), co wskazuje również na to, że nie ma na nie w polityce milczącego przyzwolenia – jest ono krytkowane i surowo oceniane, choć również znajduje się dla niego wytłumaczenie.

George Lakoff w swojej książce pt. „Nie myśl o słoniu” napisał, iż „[w]iększość ludzi przyzna, że (...) [j]eśli zaś było to powiedziane w dobrej wierze, było to co najwyżej niewinne kłamstewko” (G. Lakoff 2011, 133). Badacz ten stwierdza: „[p]ytanie o słowo na *K* pojawia się nieustannie: czy (...) *kłamali*? Uważam jednak, że to nie jest właściwe pytanie. Prawdziwym problemem w tym wypadku jest nadużycie zaufania” (G. Lakoff 2011, 131). Być może na tym szczególnie polegał problem Ewy Kopacz (a przez to możliwe, że również wszystkich kobiet działających w polityce), która w tej samej jednostce została przedstawiona jako kobieta i lekarka, a oba te określenia przywodzą na myśl osobę oddaną innym, ofiarną, poświęcającą się dla dobra osób trzecich, bezinteresowną i szczerą (zob. rozdz. 1.2.).

Być może właśnie przez ten kontrast tak silnie nieprawda wybrzmiała w ustach ówczesnej pani minister, ponieważ oczekiwano od niej innego zachowania. Niejednokrotnie wspomniano o polityce jako dziedzinie męskiej (zob. rozdz. 2.2.6. oraz 5.1.7.), to mężczyznom przypisywano agresywność, ambicję, dążenie do celu bez względu na koszty (krytkowane w przypadku kobiet, czego przykładem była Joanna Kluzik-Rostkowska), *grę na siebie* (za którą krytkowana była Joanna Mucha), a cel uświęcał środki. W naszej kulturze wciąż widoczne są podwójne standardy, skłaniające do odmiennej oceny kobiet oraz mężczyzn, także tych działających w polityce (zob. rozdz. 1.2. i 2.6.). Wydaje się, że kłamstwo wypowiedziane

z ust kobiety może być odbierane krytyczniej, ponieważ prócz mijania się z prawdą uderza w utarty i bezpieczny obraz świata i kłóci z wizerunkiem kobiety.

Niedaleko od kłamstwa odbiega erystyka i dobór słownictwa. Wydaje się, że istnieje przyzwolenie na kłamstwo polegające na łagodzeniu prawdy lub jej *sączeniu* (W8/270). W tym przypadku istotne są też rozważa i odpowiedni dobór słownictwa, czego brakowało nie tylko Ewie Kopacz³²⁰, ale także Joannie Musze. Porównano ją ze Sławomirem Nowakiem, który „nie podejmuje raptownych decyzji. Sączy prawdę: mówi *nieprzejezdność*, a to neutralne słowo” (W8/270). Okazuje się, że przyzwolenie na manipulację obrazem rzeczywistości nie tylko jest powszechne i jest ona wręcz pożądana. Paradoksalnie problemem Joanny Muchy okazała się zbytnia szczerość, bezpośrednie wyrażanie myśli bez refleksji nad ich konsekwencjami i nieumiejętność dobierania słów³²¹. Politycy obu płci muszą wiedzieć co wolno przekazać opinii publicznej, a o czym należy milczeć³²².

Aby wywrzeć pozytywne wrażenie, polityk obu płci musi wiedzieć o czym mówi, znać się na rzeczy. Nie powinien wykazywać ignorancji. Joannie Musze zarzucano, że nie znała się na sporcie (w wywiadzie pytano ją o historyczny skład drużyny narodowej, zob. rozdz. 5.1.4.2.1.), chociaż – jak sugerowano – jej poprzedniczki Elżbieta Jakubiak i Joanna Lipiec też wiedziały o tej dziedzinie niewiele³²³, ale nie mówiły o tym otwarcie. Również Jarosław Gowin nie posiadał udokumentowanej studiami wiedzy z zakresu prawa. Ukończył on studia z zakresu historii filozofii, natomiast doktorat odwoływał się do historii i religii (*Kościół w czasach wolności 1989–1999*) i został napisany pod kierunkiem Wojciecha Roszkowskiego (Wikipedia 2016). Wydaje się więc, że *nagonka* (W44/1486) na Joannę Muchę nie wynikała z braku znajomości tematu *per se*, ale z faktu, że polityczka ta uznała ignorancję za swój atut³²⁴.

Polityk nie powinien angażować się w sprawy, które jego bezpośrednio nie obligują, czego przykładem była Ewie Kopacz: „(...) przecież sama podjęła decyzję o wyjeździe do Moskwy i o tym, że będzie tam nadzorować proces rozpoznawania ciał przez rodziny, mimo że wykraczało to poza jej kompetencje jako ministra zdrowia” (W40/1341). Nie jest jednak oczywiste, czy zaniechanie takich działań nie zostałoby odebrane negatywnie. Można wyobrazić sobie, że gdyby podjęła inną decyzję krytykowano by ją, że jako minister zdrowia

³²⁰ Mogła powiedzieć, że Polacy pomagają lub współpracują z Rosjanami w procesie identyfikacji, co nie byłoby kłamstwem, gdyż „polscy lekarze tylko pomagali przygotować ciała do rozpoznania” W40/1341.

³²¹ O Stadionie Narodowym powiedziała, iż „[p]owinniśmy się cieszyć, że mamy Stadion Narodowy. Mimo jego braków, mankamentów i różnych rzeczy, które być może mogłyby być lepsze” W8/270.

³²² Joannę Muchę krytykowano także za to, że ujawniła informację o negocjacjach z reprezentacją Rosji dotyczącą miejsca ich pobytu, a gdy nadeszła fala krytyki zareagowała pytaniem: „To była tajemnica?” (W23/766).

³²³ Wypowiedź wysokiego urzędnika Ministerstwa Sportu: „Ktoś wciął ją na bok i wytłumaczył: Czy ty myślisz, że Jakubiakowa z PiS się znała? Albo Lipiec? W tej sprawie w ogóle się nie odzywaj” W8/270.

³²⁴ „(...) oberwała za (...) ignorancję, bo powiedziała, iż to dobrze że na sporcie się nie zna” (P8/262).

nie pojechała do Rosji by wspomóc rodziny ofiar, a w razie pomyłek zrzucano by na nią winę za to, że nie nadzorowała procesu i wykazała się brakiem empatii dla bliskich ofiar katastrofy.

Polityk musi dbać również o to, aby pieniądze z budżetu były należycie dystrybuowane. Krytykowano postępowanie Joanny Muchy, która podobno zgodziła się oddać Ministerstwu Skarbu kontrolę nad Funduszem Rozwoju Kultury Fizycznej, co skutkować będzie wprawdzie zmniejszeniem się długu publicznego (pieniądze leżą na kontach), ale wprowadzi stagnację do dziedziny sportowej i ograniczy inwestycje w obiekty sportowe (N43/1373). Jednocześnie polityk musi mieć na celu dobro podatnika i racjonalne gospodarowanie pieniędzmi, za co krytykowano Joannę Muchę w kontekście premii prezesa NCS.

Pojawia się również kontrowersyjna kwestia transferów politycznych i sposobu patrzenia na nie. Z jednej strony wydaje się, że jest to element pozytywny, pozwalający partii zyskać nowych członków (a czasem również przewagę parlamentarną), ale sami politycy osoby dokonujące zmiany partii określają mianem *zdrajców*, a ich działanie mianem *zdrady* (W37/1240). Opinia publiczna oraz dawni współpracownicy postrzegają takie osoby w negatywnym świetle, uważając, że tracą one twarz i muszą *przemykać chyłkiem pod murami* (W5/164). Co więcej, wydaje się, że prezentowany opinii publicznej wizerunek po transferze powinien ulec zmianie, czego przykładem był negatywny stosunek do czerwonego żakietu Joanny Kluzik-Rostkowskiej w obu poświęconych jej jednostkach (W37/1240, W5/164). Płeć może mieć tutaj znaczenie o tyle, o ile w przypadku mężczyzn ubiór raczej nie będzie kojarzył się z daną partią, gdyż większość polityków stosuje się do pewnego typu *dress codu* (pomijając happeningowe stroje Janusza Palikota). Co się zaś tyczy wolt politycznych i transferów, to w polityce zdarzały się one często i nie budziły aż takiego zainteresowania. Być może w tym przypadku również znaczenie miała płeć bohaterki i fakt, że od kobiety oczekiwano by lojalności (którą do pewnego momentu wykazywała, jak podkreślano) i oddania ideałom, a nie pogoni za profitami, co w przypadku mężczyzn działających w polityce jest akceptowalne (np. w przypadku J. Gowina sugerowano, że przekupiono go stanowiskiem ministra, by przestał krytykować poczynania rządu).

Kwestia czerwonego żakietu wskazuje również na to, iż w przypadku kobiet ubiór ma szczególne znaczenie. Joanna Mucha była krytykowana za legginsy, które założyła na pierwsze spotkanie z przedstawicielami UEFA (N8/260) oraz za żonglowanie wizerunkami. Podejmując rolę polityczki należy wystrzegać się stylizacji na *kociaka Jamesa Bonda* i Larę Croft (N8/260) ani nie eksponować kobiecości. Dziennikarze dostrzegają, kiedy polityczka ma odkryte ramiona i jakiej głębokości jest jej dekolt (P8/262). Wydaje się potwierdzać spostrzeżenie odnotowane w literaturze przedmiotu, jakoby profesjonalizm był

przeciwstawiany kobiecości, a im bardziej kobieca polityczka, tym wydaje się mniej profesjonalna. Dychotomia ta zostaje wyraźnie podkreślona stwierdzeniem, że minister sportu ukazuje się w erotycznych stylizacjach (to „(...) temat na pracę doktorską dla badacza fetyszy” N8/260) „[i] to wtedy, gdy Mucha opowiada się za parytetami, in vitro, udziałem kobiet w życiu publicznym” (N8/260). Wygląda na to, że poglądy feministyczne stoją w opozycji do urody.

Wydaje się zatem prawdą, że kobieta działająca w polityce musi w pewien sposób upodobnić się do mężczyzny i nie eksponować swojej urody, przez co można stwierdzić, że profesjonalizm kojarzy się jednoznacznie z odseksualizowanym, męskim stylem bycia, a kobiecość i jej eksponowanie z seksualnością. Jednocześnie kobieta nie może spędzać zbyt dużo czasu na doborze garderoby, a wizerunek nie może być ważniejszy od obowiązków państwowych, na co wyraźnie wskazano w kontekście Ewy Kopacz³²⁵.

Kobieta działająca w polityce powinna się wyzbyć emocji. Powinna być chłodną profesjonalistką kalkulującą zyski i straty, choć wtedy również naraża się na potępienie i *sprzedawanie się*. Emocjonalność jest postrzegana jako słabość: bycie histeryczną, wrzask, trzaskanie drzwiami, płacz – te emocje uważane są za niewłaściwe, a ceniona jest stateczność i opanowanie. Jednocześnie polityk powinien potrafić oddzielić emocje towarzyszące jego działaniom od stojących przed nim zadań, jak to miało miejsce po katastrofie smoleńskiej³²⁶.

5.2.8 Osobowość i wizerunek

Dotychczas omówiono elementy artykułów, zabiegi autorów zastosowane w celu wywarcia zamierzonego efektu oraz powiązania rodzinne i partnerskie polityczek, ich drogę do polityki, powody politycznego awansu oraz sukcesy i porażki. W dalszej części tego rozdziału poddane analizie zostaną wizerunki bohaterek.

5.2.8.1 Agnieszka Kozłowska-Rajewicz

Główną motywacją dla publikacji artykułu o Agnieszce Kozłowskiej-Rajewicz jako pełnomocniczce ds. równego traktowania wydaje się zauważone przez dziennikarkę wzmocnienie konserwatywnych i antyfeministycznych głosów w Platformie Obywatelskiej, co sugerował podtytuł („W Platformie coraz głośniejszy słychać tych, którzy wybierają się na cywilizacyjną i obyczajową wojnę (...)). Co więcej, autorka wprost stwierdziła, że pełnomocniczka *ma z kim i o co walczyć* – sugeruje to również jej punkt widzenia,

³²⁵ Wyszła ze spotkania dotyczącego zmian nauczania medycyny po to, by omówić z krawcową kwestię sukienki, dodatkowo sięgając po nieprawdę i mówiąc, że zadzwoniono do niej z KPRM (W21/690).

³²⁶ „Rozumiem, że pobyt w Moskwie mógł być emocjonalnie trudny dla pani marszałek, ale jeśli ktoś nie potrafi rozdzielić emocji od działań państwowych, nie powinien być politykiem – deklarował Adam Hofman” W40/1341.

przychylny idei równości³²⁷. Dla wizerunku bohaterki jest to istotne, bo to nie pełnomocniczka wywołuje *cywilizacyjną i obyczajową wojnę*, lecz konserwatywni politycy z jej partii. Takie ujęcie ujawnia pewną perspektywę, w myśl której to nie zmiana na rzecz równouprawnienia stanowi zagrożenie, lecz dążenia do ożywienia *tradycyjnych* poglądów³²⁸.

Artykuł zatytułowano „Będzie się działo”, co wskazuje na założenie w odniesieniu do poczynąń obu stron tego ideologicznego konfliktu. Fotografia towarzysząca artykułowi przedstawia elegancką kobietę w gustownej sukience, spoglądającą wzrokiem cwaniaka zza okularów, z delikatnym, ironicznym uśmiechem. Jej dłonie są swobodnie splecione i ułożone na kolanach, paznokcie pomalowane wyrazistym lakierem. W oczy rzucają się korale oraz pasek z klamrą. Sprawia wrażenie pewnej siebie, odważnej i nieustępliwej, ale jednocześnie kobiecej.

Pełnomocniczka przedstawiona została jako osoba odważna i nieobawiająca się starć ideologicznych z silniejszymi od siebie przeciwnikami, czego przykładem jest *spór z szefem resortu sprawiedliwości Jarosławem Gowinem*, pomimo iż „(...) Gowin to większe nazwisko. I w sensie politycznym, i w sensie umocowania w rządzie (...)” (cyt. Joanna Kluzik-Rostkowska). Waleczność tę zasugerowano w pierwszym zdaniu artykułu: „[Z] szablą w dłoni wita nas na swoim blogu minister do spraw równego traktowania (...)”. Wydaje się zatem, że jest ona w polityce i na obejmowanym stanowisku po to, by walczyć – w przeciwieństwie do swojej poprzedniczki, co zostało wyraźnie podkreślone – o prawa i równość kobiet. Co więcej, bohaterka zdaniem autorki *jest świadoma, że przed nią niejeden bój* i „[n]ie boi się postawić politykom ze swojej partii” (opinia prezeski Feminoteki Joanny Piotrowskiej).

W artykule podkreślona została spójność pomiędzy światopoglądem, działaniem i pełnioną funkcją pełnomocniczki dzięki przywołaniu pozornie drobnego, acz symbolicznego działania – zastąpienia obrazów wiszących w biurze portretami kobiet. Spójność ta została również potwierdzona słowami działaczek feministycznych, które twierdziły, iż bohaterka „[z]ajęła się wieloma z tych tematów, które przez całe lata były zaniedbywane” (zdanie Joanny

³²⁷ Stwierdzenie to uprawomocnia zdanie, iż „(...) w platformerskiej szafie trąci naftaliną. Zwłaszcza gdy słyszy się, że *wyłącznie małżeństwo daje gwarancję stabilności związku i relacji*, a *istota związku partnerskiego zasadza się na unikaniu odpowiedzialności i nadmiernej liczby obowiązków względem partnera* (...)” P20/764.

³²⁸ W artykule uwidacznia się dychotomiczny podział na równość i tradycję, odbijający się w wypowiedziach ówczesnych polityków. Zdaniem Jarosława Gowina poparta przez bohaterkę konwencja dotycząca *zapobiegania i zwalczania przemocy wobec kobiet i przemocy domowej* stanowi zagrożenie dla *tradycyjnej roli rodziny*, a wspomniany dokument jest wyrazem *ideologii feministycznej*. Zdaniem ówczesnego wiceministra sprawiedliwości Michała Królikowskiego, miała ona na celu *wykorzenienie zwyczajów i tradycji*. W tym kontekście pełnomocniczka toczyła bój o konwencję, która miała na celu wyrugowanie tych elementów tradycji, które opierają się na stereotypie niższości kobiet oraz na stereotypach płciowych, co dla wspomnianych wyżej polityków wydawało się stanowić o specyfice polskiej kultury i tradycji.

Piotrowskiej), a „[d]ziałania, które zaczyna podejmować, są sensowne” (Yga Kostrzewa, działaczka na rzecz związków partnerskich). Jednocześnie nie obiecuje, że zajmie się zmianą ustawy antyaborcyjnej, „(...) bo nie widzi takiej możliwości. Ale to, co jest dla niej na razie priorytetem w tej kwestii, to zadbanie, żeby ta ustawa, która obowiązuje, była wykonywana. Jeśli to się nie uda, wtedy opowie się za jej zmianą – twierdzi prezeska Feminoteki”.

Obraz Agnieszki Kozłowskiej-Rajewicz wyłaniający się z artykułu jest obrazem odważnej, niestrudzonej i wytrwałej polityczki, która realnie patrzy na świat. To obraz eleganckiej kobiety prezentującej poglądy feministyczne i przeczącej stereotypowym wizerunkom feministek. To również kobieta racjonalna, zdolna do dyskusji z osobami o poglądach uznawanych za całkowicie odmienne, gotowa to współdziałania, kompromisu i konsensusu (jak sama twierdzi: „Po pierwszej turze rozmów przynajmniej część z tych spornych punktów włożyliśmy [ona i Gowin] do kosza”).

5.2.8.2 Krystyna Pawłowicz

Artykuł traktujący o Krystynie Pawłowicz nosił tytuł „Karabin maszynowy PiS” (N32/1037), odnoszący się do stwierdzenia jednego z posłów, że posłanka „(...) jest jak karabin maszynowy. Strzela seriami, a trup ściele się gęsto”. Wydaje się, że posłanka Pawłowicz jest kolejną kobietą mającą odgrywać określoną rolę w polityce partyjnej³²⁹. *Narieczona Jarosława Kaczyńskiego* Joanna Szczepińska, miała łagodzić wizerunek prezesa, podobnie jak obecne w kampanii wyborczej *aniolki*. Autorka wśród kobiet z otoczenia Jarosława Kaczyńskiego wymieniła również *kąsającą w jego imieniu posłankę Kempę*. Kobiety te następowały po sobie i pełniły ważną rolę dla politycznego wizerunku partii do tego stopnia, że zostały określone mianem *pierwszych dam PiS*. „Dziś pierwszą damą PiS jest prof. Krystyna Pawłowicz”.

Wydaje się więc, że w partii tej kolejno pojawiają się kobiety-ikony, różniące się funkcją, wśród których można wskazać łagodzenie wizerunku i atak w imię ideałów partii. W momencie publikowania artykułu *ulubienicą prezesa* – jak brzmiał nadtytuł – była właśnie posłanka Pawłowicz. Jej obecność jako bohaterki artykułu spowodowana była wzrostem jej znaczenia w partii oraz ciętym językiem, który do tego doprowadził. Wizerunek bohaterki nie wpisuje się w ramy tego, co w literaturze przedmiotu określa się mianem kobiecości, przez co postać posłanki wydaje się wyrazista i nietypowa (tym bardziej widoczna). Przedstawiono bohaterkę jako osobę, której obawiać się powinni nawet bardziej znaczący politycy i działacze.

³²⁹ Podtytuł: „Mieliśmy już narieczoną Jarosława Kaczyńskiego i aniolki prezesa. Była też kąsająca w jego imieniu posłanka Kempa. Ale to już historia. Dziś pierwszą damą PiS jest prof. Krystyna Pawłowicz”

Na fotografii zamieszczonej na pierwszej stronie artykułu posłanka Pawłowicz wydaje się wyniosła i pewna siebie, skupiona i zapatrzona w dal. Zaprezentowane popiersie współgra z wrażeniem wywoływanym w treści – wydaje się być silną kobietą, pewną swoich racji i zdolną do ich obrony do ostatniego tchu. Co więcej, autorka opisuje bohaterkę jako osobę, która prowokuje i rozpoczyna utarczki, o czym świadczą chociażby określenia *prowadziła zajadłą krucjatę, stoczyła bój, piętnowała i karcila*, a jako *wojowniczką o rodzinę toczy batalię* przeciw wszystkim o odmiennych poglądach – „(...) wyciąga [broń] przeciwko każdemu, z kim nie jest jej po drodze”. Autorka artykułu przytacza kilka rozmów z przedstawicielami polskiej sceny politycznej, z których wyłonił się obraz kądzieli i niekulturalnej osoby, nieszanującej poglądów innych ludzi, nie dającej się przekonać do zmiany poglądów oraz nie pozwalającej innym dojść do głosu (dziennikarza, „(...) gdy próbował jej zadać pytanie, zbesztła: *śłuchaj, studencie*, drugiemu [wicemarszałkowi z SLD Jerzemu Wenderlichowi] w ogóle nie dała dojść do słowa”). Z przytoczonej wypowiedzi posłanki („Przepraszam, teraz ja mówię, teraz mówi Polska!”) wynika jednoznacznie, że utożsamia ona swoje poglądy z poglądami Polski, zakładając że wszystkie odmienne poglądy są obce i niezgodne z ideałem polskości.

Krystyna Pawłowicz wydaje się żałować, że nie ma dzieci (poruszywszy ten temat dziennikarka stwierdziła: „W głosie wojowniczką o rodzinę nie słyhać zadziorności. Jakby nagle uszło z niej powietrze”), oskarża feministki o „(...) przyzwolenie na każde samowolne działanie, na zabicie dziecka, na aborcję” uważając, że to przejaw *braku wyższych uczuć*.

5.2.8.3 Joanna Kluzik-Rostkowska

Joanna Kluzik-Rostkowska ukazana została jako nieskuteczna, jako ta, która poniosła polityczną klęskę (W5/164). Z artykułów wyłania się jej obraz jako osoby sprzedajnej, paktującej z politycznym wrogiem, układnej. Została przedstawiona jako ta, która *negocjowała przed wyborami z Donaldem Tuskiem* (W5/164) przejście siedmiu posłów PJN do PO i która, wraz z trójką innych posłów, do niej wstąpiła. Jej niehonorowe postępowanie podkreślone zostało poprzez kontrast z P. Poncyliuszem i E. Jakubiak. Paweł Poncyliusz z transferu zrezygnował (wraz z dwoma kolegami, których za sobą *pociągnął* W5/164), w efekcie czego znalazł się w *politycznym niebycie*, podczas gdy bohaterka pozostała w polityce (W5/164). Elżbieta Jakubiak nie miała możliwości wstąpić do PO³³⁰, jednak wydaje się, że pogardza swoją dawną koleżanką partyjną ze względu na podjętą przez nią decyzję:

³³⁰ Choć w jednostce W37/1240 powiedziano, że Kluzik-Rostkowska wynegocjowała start wszystkich posłów PJN z list PO

Z Joanną Kluzik-Rostkowską nie rozmawiam od czerwca, gdy ogłosiła swoje przejście do PO. Co miałabym jej powiedzieć? Że lepiej było przegrać z nami, niż wygrać z nimi? Że dzięki temu, iż pozostałam wierna wyborcom, dziś spotykam się z szacunkiem ludzi, a nie muszę przemykać chyłkiem pod murami? (W5/164)

Wydawać by się mogło, że Joanna Kluzik-Rostkowska jest oportunistką, skrzętnie wykorzystującą nadarzające się okazje, jednak autorka twierdzi, że „[d]awni koledzy z PJN mówią, że dała się Tuskowi wykorzystać (...)” (W5/164), a zatem z tej perspektywy okazała się naiwną ofiarą. Kluzik-Rostkowska „[o]dpiera zarzuty, że poszła na polityczną łatwiznę i zdradziła partyjnych kolegów” (W5/164) – jej zdaniem mówiła otwarcie, że propozycję PO należy przyjąć. Przytoczone słowa wydają się jednak potwierdzać tezę o zdradzie i braku honoru, o czym mówiła Elżbieta Jakubiak. Kluzik-Rostkowska powiedziała: „[n]ie chciałam być jak generał obiecujący podwładnym honorową śmierć. Uważałam, że walczy się, by wygrywać, a w polityce poza parlamentem to niemożliwe” (W5/164). Potwierdza to zaobserwowany wcześniej sposób oceny: postąpiła niehonorowo, ważniejsze było utrzymanie się w polityce niż wierność ideałom, założonej partii i partyjnym kolegom.

Jak sama przyznała, w PiS Joanna Kluzik-Rostkowska była dla Jarosława Kaczyńskiego (lojalność), PJN współtworzyła z poczucia odpowiedzialności za ludzi, którzy współpracowali z nią i pod jej kierownictwem nad kampanią prezydencką (W5/164). Nie brała na siebie ciężaru niepowodzenia nowej partii, a powodów rozłamu wśród kolegów upatruje w tym, że każdy chciał czegoś innego: „[w]ydawało mi się, że musimy trzymać się razem. Że tylko wiosłując razem, zdołamy utrzymać szalupę ratunkową na fali. Szybko się okazało, że każdy chce wiosłować w inną stronę. Część ludzi nie była w stanie odciąć się od PiS” (W5/164). Zdaniem Elżbiety Jakubiak postępowanie Joanny Kluzik-Rostkowskiej było niezrozumiałe i zaskakujące – koledzy z PJN namawiali ją, by *pokazała że się nie sprzeda*, co jednak zrobiła (W37/1240). Z drugiej strony przytoczono zdanie bliskich Kluzik-Rostkowskiej polityków, w opinii których „(...) wynegocjowała ona start całej formacji z list PO. Ale jej koledzy się na to nie zgodzili. Kanapowe ugrupowanie już wówczas pochłaniały wewnętrzne wojenki” (W37/1240)³³¹.

Druga jednostka traktująca o Joannie Kluzik-Rostkowskiej (W37/1240) przedstawiała ją już jako jedną z czołowych postaci w Platformie Obywatelskiej, a sam tytuł („Ekgwiazda wraca do gry”) sugerował, że ponownie staje się ona jedną z ważniejszych postaci w polityce. Odniesienie do gwiazdy nie jest przypadkowe – w relacji ze zdjęciem sprawia wrażenie, iż mamy do czynienia z ceremonią wręczenia nagród filmowych. Na fotografii uchwycono

³³¹ Teza ta kłóci się z tym, co zostało powiedziane z poprzednim artykule, iż możliwości startu nie otrzymała chociażby Elżbieta Jakubiak (jej stosunek do koleżanki mógł być spowodowany zazdrością o możliwość kontynuacji kariery politycznej), jednak potwierdza się teza o wewnętrznych sporach i konfliktach.

moment, w którym posłanka (ubrana w czerwony żakiet) wstała z fotela i była oklaskiwana przez kolegów (w tle widać, jak wiele osób pojawiło się na konwencji). Klimat zdjęcia kojarzy się z migawkami z gali (np. wręczania Oscarów), gdzie każdorazowo po wyczytaniu laureata ukazuje się go jak podnosi się z miejsca i zmierza po odbiór nagrody. Zamieszczone w tym artykule zdjęcie przypomina taką scenę. Z podtytułu można domniemywać, że wyróżnieniem tym jest fakt, iż „teraz ma zostać prawą ręką Jacka Rostowskiego” (W37/1240).

Bohaterka tej jednostki prasowej nazwana została w podtytule *kobietą w czerwieni* (W37/1240), co kojarzy się jednoznacznie z kolorem noszonej przez nią marynarki. Zabieg ten nie musi być przypadkowy – we fragmencie noszącym podtytuł „Tajemnica czerwonego żakietu” czytelnik dowiadyuje się, że był to jej *znak rozpoznawczy* z okresu, gdy była posłanką PiS i prowadziła kampanię prezydencką w 2010 roku (W37/1240). Autorka artykułu podkreśla, że pojawianie się w podobnym stroju podczas ogłoszenia powstania PJN wywołało *sarkastyczne komentarze*, jednak „(...) gdy kilka miesięcy później pojawiła się w nim na scenie w czasie wyborczej konwencji PO – sarkazm zmienił się w oburzenie”, a „symbol energii stał się symbolem zdrady” (W37/1240). W ten oto sposób w podtytule podkreślono wyraźnie sposób oceny polityczki i nawiązano do niegodnego zdaniem niektórych zachowania. W podtytule podkreślono również, że Joanna Kluzik-Rostkowska *stała już u boku Jarosława Kaczyńskiego i Donalda Tuska* (W37/1240), co również podkreśla chwiejność jej poglądów. Jeden z polityków PO jej karierę w partii postępowanie koleżanki określił wprost jako *zdradę*, kwitując iż „[z]drajców należy doceniać. Trzeba było tylko odczekać, aż zdrada nieco wyblaknie” (W37/1240; cytat ten pojawił się na pierwszej stronie jako paratekst).

Z jednostki tej wyłania się obraz Joanny Kluzik-Rostkowskiej jako oportunistki wstydzącej się swoich poczynań (zdaniem polityka z kierownictwa PO „[j]est spadochroniarzem i tak tu się czuje. Jakby jej było wstyd i wołała się schować” W37/1240), osoby niezainteresowanej pracami sejmowymi („[p]rzez kilkanaście miesięcy z sejmowej tribuny zabrała głos dwa razy i wysłała jedną interpelację” W37/1240), nielubianej, *chwiejnej i roztrzepanej* (W37/1240). Osoby z którymi przeprowadzono rozmowy na potrzeby artykułu wskazywały, że posada jej przeznaczona jest nagrodą za zdradę, której się ona dopuściła.

5.2.8.4 Ewa Kopacz

Ewa Kopacz została przedstawiona jako osoba na niewłaściwym stanowisku, królowa chaosu, historyczka, gwiazda jupiterów, żelazna lady, tytan pracy i poważna pani marszałek.

Jako gwiazdę ukazuje ją przede wszystkim duże, obejmujące ponad półtorej strony zdjęcie (W4/122). Pani marszałek ubrana była w ciemną sukienkę, z apaszką na szyi i zmierzała

w stronę fotografa. Nie byłoby w tym nic niestosownego, gdyby nie wrażenie powodowane scenografią – po obu stronach kroczącej polityczki stali mężczyźni odsuwający zasłony jakby podtrzymywali kurtynę w teatrze. Wymowa tego zdjęcia była dość jasna: oto pani marszałek wkracza w światła jupiterów jakby była gwiazdą (aktorką) odgrywającą stawiane przed nią role.

Podtytuł sprowokował dalsze rozważania, głosząc: „Ewa Kopacz zmieniła stołek i zmieniła wspomnienia. Fotel marszałka Sejmu sprawił, że natychmiast zapomniała, co robiła wcześniej” (W4/122). W tym ujęciu zdjęcie wydaje się wręcz symboliczne – nowy spektakl, nowe wejście, nowy początek w jej politycznym życiorysie. Oto Ewa Kopacz rozpoczyna nowy etap, bez jakiegokolwiek przeszłości (*tabula rasa* W4/122), „[j]akby nigdy nie było jej w polityce, jakby nie była przez cztery lata ministrem zdrowia” (W4/122). Polityczka ta odcina się od poprzedniego wizerunku i działań, próbując kształtować je na nowo: „Zdawała się mówić: to nie ja byłam tamtą Ewą” (W40/1341). To zdanie, wieńczące artykuł, wskazuje wyraźnie na to, że zdaniem autorów wstydzi się dotychczasowych działań i próbuje napisać swoją historię od nowa. Zgodnie z efektem świeżości, a zdanie to umieszczono na końcu jednostki, właśnie taki obraz powinien utrwalić się w głowie odbiorcy.

Ewę Kopacz przedstawiono również jako osobę histeryczną, wrzaskliwą³³² i pamiętliwą³³³. Sugestia, że spokojna wersja jest jedynie wykreowanym wizerunkiem można przypuszczać, że jej emocjonalna i histeryczna wersja została uznana za prawdziwą i właściwą:

Dziś Kopacz jest sobą: histerycznie reaguje na wyciąganie pamiętliwych archiwów wypowiedzi z Moskwy. Denerwuje się, kręci, ucieka od odpowiedzi. A w finale – swoim zwyczajem – po pomoc udaje się do Tuska. To stały scenariusz ich relacji. Kopacz to histeryczka, potrafiła wydzwaniać do Tuska przebywającego z ważną zagraniczną wizytą, gdy ludzie Schetyny pozbawili ją stanowiska szefowej mazowieckiej Platformy. (W40/1341)

Dziennikarze stwierdzają, że „(...) pod płaszczykiem spokoju [pani marszałek] buzuje emocje” (W21/690). W artykułach wspomniano, że Ewa Kopacz niejednokrotnie musiała się tłumaczyć przed premierem i *wychodziła ze łzami w oczach* (W4/122). Od jej emocji *kipiał resort zdrowia* (W21/690), sama minister miała *napady wściekłości* (W21/690), a wokół roznosił się *głośny wrzask* (W21/690). Ewa Kopacz kieruje się emocjami (w *emocjonalny sposób przekonuje premiera* W50/1692), zdarza jej się *wyrzucać z siebie emocjonalny potok słów* (na temat tego, co działo się w Smoleńsku po katastrofie W50/1692).

Jest wrażliwa, a wydarzenia z Moskwy *zaowocowały głęboką traumą* (W50/1692). Chociaż jako lekarka jeżdżąca do wypadków uważała, że widziała już wszystko, „[a]le tam,

³³² „to był głośny wrzask i potok słów” (W21/690), „na posiedzeniach rządu potrafiła histeryzować i pokrzykiwać na innych ministrów, a w Ministerstwie Zdrowia tupać nogą i trzaskać drzwiami” (W4/122).

³³³ „Podobno Kopacz pamięta mu to do dziś” (W50/1692).

w Moskwie, okazało się, że nie. To, co tam zobaczyłam, przekroczyło moje wyobrażenia” (W40/1341). Jest pomocna i empatyczna³³⁴, przyznaje że zaangażowała się w pełni na miejscu katastrofy *całym sercem i wysiłkiem fizycznym, jaki potrafiła z siebie wykrzesać* (W40/1341).

Zdaniem autorów zmiana stanowiska z funkcji ministra zdrowia na marszałka Sejmu pociągnęła za sobą również zmianę osobowościową: bohaterka artykułu z historyczki przeistoczyła się w oazę spokoju, z kobiety *krzyczącej na posiedzeniach rządu i trzaskającej drzwiami w ministerstwie* (W4/122) stała się „stateczną panią marszałek Sejmu, drugą osobą w państwie, uosabiającą wolę kompromisu i lepszą, kobiecą stronę polityki” (W4/122), która *stara się mówić wolno, ważąc słowa* (W4/122). „(...) [o]dkąd została marszałkiem Sejmu, Kopacz stara się powściągać emocje. Z lektury sejmowych stenogramów wyłania się obraz osoby uprzejmej i powściągliwej” (W21/690). Zdaniem Jerzego Wenderlicha Ewa Kopacz „[p]róbuje godzić wodę z ogniem i stara się, by emocje w Sejmie topniały” (W21/690). W artykule powiedziano wprost, że jej zachowanie i działania, a także aranżacja otoczenia (biała limuzyna) mają na celu zbudowanie odpowiedniego wizerunku: „Budujemy wizerunek nowoczesnego i bliskiego obywatelom marszałka. (...) Na nowy wizerunek składają się także nowa ochrona – rosła blondynka, i nowy samochód – białe audi A8 (...)” (W4/122), co w gronie posłów budzi ironiczne skojarzenia z *białą damą* (W4/122; tak brzmiał śródtytuł) przemykającą na salę obrad bocznymi schodami. Miejscem rozmowy z panią marszałek był *wielki, ponadstumetrowy gabinet* (W4/122), mogący przydawać rozmówcy powagi i autorytetu. Marszałek Ewa Kopacz – stateczna i poważna kobieta jest zatem wykreowana na potrzeby polityki. Konrad Łęcki, były szef jej gabinetu mówi, że dbałość o wizerunek była dla niej kluczowa jako ministra zdrowia³³⁵ i kontynuuje tę praktykę jako marszałek Sejmu.

Ze względu na popełniane przez Ewę Kopacz błędy (zob. rozdz. 5.2.6.) należałoby uznać, że brakowało jej kompetencji do pełnienia funkcji ministra zdrowia. Zgodnie z logiką gwiazdy, celebrytki i aktorki – na stanowisku marszałka, w którym liczy się reprezentacja, radzi sobie lepiej³³⁶. Pomimo to podkreśla się jej niekompetencję (tytuł jednostki W21/690: „Nietykalna, niewytrawna”), wskazując z jednej strony na gwarancję pełnionej przez nią

³³⁴ „Wtedy premier rzekł: wsiadą do samolotu, większość z nich nie zna rosyjskiego i będą tam w Moskwie zupełnie sami w swoim nieszczęściu. Znowu zaległa cisza. Powiedziałam: no to lecę z nimi” (W50/1692)

³³⁵ Zdaniem dziennikarzy opowiedział on, że „Kopacz jako minister bardzo dbała o wizerunek” W21/690; „Przed każdym wystąpieniem organizowano narady. Kiedy minister czytała złe opinie na swój temat, wyzwała cały gabinet na połajanki – mówi dziś Łęcki” W21/690; potrafiła wyjść ze spotkania aby porozmawiać z krawcową o sukience wymawiając się, że to „pilny telefon z KPRM” W21/690.

³³⁶ „Kopacz jest zdecydowanie lepszym marszałkiem niż była ministrem. – W resorcie trzeba zarządzać, w Sejmie wystarczy reprezentować. Do tej roli Ewa nadaje się zaś zdecydowanie lepiej” (W21/690)

funkcji³³⁷, a z drugiej na jej niedociągnięcia, błędy i brak doświadczenia na stanowisku marszałka. Jej zależność i lojalność względem Donalda Tuska skłania do określania jej mianem *marszałka na krótkiej smyczy premiera* (W4/122), ukazując ją jako marionetkę³³⁸.

W dwóch jednostkach uwidacznia się odmienny wizerunek pani marszałek – raz jest to osoba chętna do współpracy³³⁹, otwarta na propozycje i niezwiązana własnymi poglądami³⁴⁰, innym razem zachowywała się *nie jak marszałek, lecz jak urzędnik PO* (Sławomir Kłoskowski; W4/122) i miała *nie tylko blokować projekty ustaw, ale i zamykać posłom usta* (W4/122)³⁴¹.

Ewa Kopacz przedstawiona została również jako lek na wszystkie problemy: począwszy od stonowania skłóconej mazowieckiej Platformy, wyzwania w trudnym ministerstwie zdrowia i marszałek pilnujący pozycji premiera w Sejmie (W40/1341). To osoba, dla której polityka nie jest sposobem na życie, która – jak sama stwierdziła: „Mam świetną pracę, jestem lekarzem, nie muszę być politykiem. Nie przywiązuję się ani do stanowisk, ani do tytułów” (W40/1341).

Uwzględniając zdjęcie tytułowe (W21/690) można powiedzieć, że Ewa Kopacz nie jest traktowana poważnie – wygląda jakby na kogoś niecierpliwie czekała. Sugeruje to, że politycy bardziej cenią czas swój, niż drugiej osoby w państwie, co wskazuje z kolei na sposób, w jaki jest ona przez nich postrzegana. Podtytuł jednak głosi, że z biegiem czasu „Ewa Kopacz w fotelu marszałka czuje się coraz pewniej” (W21/690) – pytanie tylko, czy pewność ta odnosi się do gwarancji zajmowania stanowiska, czy do pewności siebie w działaniu.

Bohaterka opisana została jako nieefektywna, *królowa chaosu* (W50/1692, W21/690), a w ministerstwie pod jej rządami panował bałagan: „[d]o komisji zdrowia trafiały ustawy pisane na kolanie” (W21/690), których autora nie można było znaleźć (W21/690), pracownicy byli karceni za to, iż nie zrobili czegoś, czego nikt im nie zlecił (W21/690), pojawiały się problemy aby spotkać się z panią marszałek nawet wtedy, gdy zostało się wezwanym. Tą ostatnią sytuację opisuje przytoczona przez dziennikarkę historia spotkania Ewy Kopacz z Iwoną Śledzińską-Katarasińską, która rozwiewa wątpliwości i stanowi niewypowiedziany

³³⁷ Zgodnie z logiką protekcji przez Donalda Tuska: „Siłą Kopacz, i to dla nikogo nie jest tajemnicą, jest jej zażyłość z Donaldem Tuskiem (...) Na takie zaufanie szefa partii pracowała latami (...) Premier wybacza jej więcej niż innym współpracownikom” W4/122, „nie ma takiej wpadki, której by jej nie wybaczył” (W21/690).

³³⁸ „Wymowne pozy polityków ukazuje zdjęcie, które szybko obiegiło internet. Widać na nim groźną minę premiera i zdecydowanie wycofaną Kopacz – jakby w geście posłusznego pokłonu” (W21/690).

³³⁹ Arkadiusz Mularczyk: „Kopacz stara się wychodzić naprzeciw oczekiwaniom klubów, sprawia wrażenie, że chce współpracować” (W21/690).

³⁴⁰ „Drzwi mojego gabinetu są otwarte dla wszystkich posłów. Jeśli ktoś ma sprawę, ja mam czas” W21/690; „Nawet gdy wpłyną projekty kontrowersyjne, będę im nadawała bieg. Jeśli dana sprawa budzi emocje i ludzie o niej rozmawiają, to nie widzę powodu, dla którego Sejm miałby jej unikać” W4/122.

³⁴¹ Zdaniem Ryszarda Kalisza: „projekty wnoszone przez opozycję są blokowane jeszcze bardziej niż wcześniej” (W4/122).

wprost i życiowy dowód na poziom panującego chaosu i *dowód bałaganu, który tam panuje* (W21/690 słowa Iwony Śledzińskiej-Katarasińskiej).

Zdaniem współpracowników „Ewa Kopacz to energetyczny wulkan, który pracuje od rana do nocy” (W21/690), *miała wizerunek przebojowej* (W50/1692). Jako *żelazna lady* (W21/690) próbowała być stanowcza³⁴² i uparta³⁴³, wydaje się, że może być także mściwym strategiem³⁴⁴. Do wizerunku żelaznej lady można zaliczyć również *opowiadanie rzeczy nieprawdziwych*, co miało strategiczne podłoże: budowa własnej pozycji i uspokojenie opinii publicznej (W40/1341). Być może również w ten wizerunek wpisuje się buta i arogancja pani marszałek, która zdaniem dziennikarzy twierdziła, że „nie ma za co przeproszać” (W40/1341).

Ze wszystkich czterech jednostek wyłania się obraz Ewy Kopacz jako niewątpliwie emocjonalnej, histerycznej, pamiętliwej, choć zapominającej o własnej przeszłości i odcinającej się od niej. To obraz kobiety, która przykładą wiele starań by stworzyć odpowiedni wizerunek, narażając się na zarzut manipulacji i sztuczności. To również marionetka Donalda Tuska, lek na wszystkie problemy i osoba wrażliwa na cierpienia innych, chętna do pomocy. Z jednej strony osoba przełamująca dotychczasowe schematy, z drugiej jeszcze silniej cementująca podziały polityczne.

5.2.8.5 Joanna Mucha

Z artykułu zatytułowanego „M jak Mucha, M jak *Miś*” (W8/270) wyłania się obraz Joanny Muchy jako maskotki³⁴⁵ – niewyszukanej, tandetnej i nie na miejscu, ale *na miarę naszych możliwości*. Wynika z tego, że elity politycznej *nie stać* na lepszego ministra, bez względu na to, czy wynika to z braków kadrowych, czy też strategii politycznej. Polityczka ta *miała robić za maskotkę*, ale popełniła błędy: pierwszy gdy przyjęła funkcję ministra, a drugi gdy *chciała być kimś więcej niż maskotką* (fragmenty podtytułu; N43/1373). Miała po prostu *przysłonić ewentualne zgrzyty w przygotowaniach do Euro* (N8/260). Dziennikarze wyraźnie wskazują sposób oceny Joanny Muchy jako nieodpowiedniej osoby na nieodpowiednim miejscu i wytykają elicie politycznej, że mianowali na stanowisko ministra sportu osobę, która miała „[b]yć kobietą, być w miarę ładną kobietą” (W8/270) po to, by rząd mógł *ładnie wyglądać* (W8/270). Jednak gdy *piękna twarz Euro* (W23/766) popełniała gafę za gafą, trzeba

³⁴² Decyzja o niewpuszczeniu na salę obrad przedstawicieli *Solidarności*: „Moja decyzja jest taka i nie ulega zmianie” W21/690, umiejętność wprowadzenia porządku na Sali obrad W4/122.

³⁴³ Nie zgodziła się na wykreślenie słowa *obligatoryjność* z projektu ustawy by zyskać poparcie SLD, W4/122; „Ambicje Kopacz jednak ma, a przy tym jest uparta” W21/690.

³⁴⁴ „(...) w otoczeniu pani marszałek już zbiera się błędy i wypadki Arłukowicza, aby w odpowiednim momencie w niego uderzyć – a jest tego sporo” (W50/1692).

³⁴⁵ „Na biurku, koło lampki, trzyma maskotkę. Utkaną z trawy figurkę misia z filmu „Miś”. Misia jak Stadion Narodowy: na miarę naszych możliwości” (W8/270).

było panią minister *schować i nie wystawiać na ryzyko kolejnych wpadek* (W23/766)³⁴⁶. Pojawiają się jednak również bardziej przychylne polityczne głosy, jak np. opinia Stanisława Żmijana, iż „Tusk dużo wiedział o Joasi. Starła się i Tusk to widział” (W8/270; zdrobnienie wskazuje na bliskie relacje pomiędzy bohaterką a rozmówcą). Zdaniem tego polityka bohaterka od początku była „[p]racowita i obowiązkowa. Poukładana” (W8/270).

Joanna Mucha to również *lojalna wobec szefa* (W8/270) dziewczynka do bicia. Można to rozumieć wielorako: jest ona osobą, na którą można krzyczeć³⁴⁷ i która daje się ponieść emocjom³⁴⁸ oraz kozłem ofiarnym, którego można poświęcić mianując na urząd sprawiający wyłącznie problemy. Zdaniem Elżbiety Jakubiak, która również piastowała pełnioną przez Muchę funkcję, została ona *wystawiona na żer* i poniesie odpowiedzialność za błędy poprzedników (P8/262). Według tej polityczki Musze *z premedytacją zgotowano prawdziwy Armagedon* (P8/262) i miała być *ofiara wojny Tusk-Schetyna* (P8/262). Zdaniem posła PO „Mucha jest zderzakiem idealnym. W razie dymisji nikt w partii po niej nie zapłaci” (N8/260) ale sama zainteresowana *nie wiedziała, że ma polec* (P8/262).

Z tygodników wyłania się obraz Joanny Muchy jako bokserki na ringu, a skojarzenie to podsuwa tytuł „Waga musza” (P8/262) i podtytuł: „Nie wiedziała, że stanie na ringu”. Bohaterka została porównana do boksera, a musi walczyć. Co więcej, ponieważ kategorie wagowe są stopniowalne, walka ta rozegra się pomiędzy bardzo lekkimi (także w przenośni) zawodnikami³⁴⁹. Wyłania się z tego również obraz Joanny Muchy jako nieświadomej ofiary partyjnych i politycznych rozgrywek, która „(...) walczy do upadłego, odkrywając po drodze, na jaki tak naprawdę ring została wystawiona” (P8/262), także o swój polityczny byt („Joanna Mucha walczy o życie” W8/270). Obrywa i *kontratakuje* (W8/270), choć przynosi to jeszcze poważniejsze konsekwencje (wyśmiany bieg wokół stadionu).

W periodykach można odnaleźć również porównanie Joanny Muchy do aktora (miała *grać przypisaną jej rolę* N43/1373). Odgrywa ona jedynie przyznaną jej część spektaklu, która na dodatek nie jest do niej dopasowana: „[j]est jak aktor obsadzony w złej roli. Tylko że plakat do tego przedstawienia już wydrukowany, a publiczność na widowni – mówi bliski współpracownik premiera” (W8/270). Oznacza to, że w momencie ukazania się artykułu aktorom nie pozostaje już nic innego, jak tylko odgrywać swoje role do końca spektaklu.

³⁴⁶ Tusk „[p]olecił najpiękniejszej twarzy swojego rządu usunąć się w cień” (N43/1373).

³⁴⁷ „Janusz [Palikot] przez cały czas na nią wrzeszczał” (P8/262).

³⁴⁸ „Kaźda rzecz, którą zrobiła nie do końca po jego [Janusza Palikota] myśli, kończyła się jego krzykiem, łzami i płaczem Aśki” (W8/270).

³⁴⁹ Warto mieć na uwadze, że kategoria wagowa powzięta od jej nazwiska po uwzględnieniu sposobu postrzegania minister może świadczyć o nikłej istotności toczzonego boju.

Artykuł W23/766, który opublikowano w połowie roku, tuż przed mistrzostwami Euro 2012, nosił tytuł „Eurobramkarka w poczekalni”. W tytule i w podtytule³⁵⁰ dziennikarze sięgnęli po metaforę *polityka to sport* i sugestię, że mistrzostwa przesądzą o politycznym losie bohaterki, podczas gdy ona sama – choć miała być twarzą i maskotką Euro 2012 – ukrywa się przed światem. W tle widać zdjęcie uśmiechniętej polityczki z kobietami z zespołu *Jarzębina*, ubranymi w barwy narodowe i trzymającymi pompony. Pani minister nie wydaje się być ani poważnym politykiem³⁵¹ ani zapalonym kibicem, chociaż na jednej z fotografii uchwyciono ją kibicującą polskiej reprezentacji z rozpostartym szalikiem w dłoniach (W44/1486). Joanna Mucha to również bramkarka: „Na boisku Tusk będzie napastnikiem, a ona bramkarzem. Pytanie, ile puści goli i jakich. Jeśli to będą kolejne szmaty, czeka ją ławka rezerwowa” (W23/766). W sportowym żargonie autorzy sugerują, że Joanna Mucha nie prezentowała się najlepiej w politycznym meczu i dlatego musiała usiąść na ławce.

Chociaż bohaterka nie jest osobą emocjonalną, przeżywa swoje wzloty i upadki bardzo silnie³⁵². Wyłania się obraz kobiety zżeranej przez nerwy (zdjęcie wprowadzające przedstawia zmęczoną i smutną panią minister N43/1373), palącej papierosa za papierosem, chcącej uciec przed światem (N43/1373). Traktuje swoją pacę poważnie (także złożoną dymisję W44/1486), ma żal, że jej dokonania pozostają w cieniu³⁵³. Choć popełnia gafy, nie słucha udzielanych jej rad³⁵⁴, bywa posądzana o brak taktu, butę i zawrót głowy³⁵⁵. W kontekście wyzwania stojących przed panią minister w odniesieniu do stosunków z UEFA dziennikarze przytaczają wypowiedzi podkreślające jej niekompetencję, arogancję³⁵⁶, spóźniałstwo, a także brak taktu³⁵⁷. Z drugiej strony wydaje się być z siebie zadowolona, co – w opozycji do wszystkich

³⁵⁰ „Joanna Mucha na sparingach przed mistrzostwami puściła kilka szmat i schowała się w szatni. Czeki na gwizdek sędziego. Za moment rozpoczyna się jej mecz o być albo nie być” W23/766.

³⁵¹ Jej powagę zdyskredytowano mówiąc o niewspominanych w żadnej innej jednostce wydarzeniach – śpiewaniu i graniu na gitarze piosenkę „Poczekalnia” Jacka Kaczmarskiego podczas grilla działaczy PO. Posłanka otrzymała też bukiet czerwonych róż z okazji niedawnych imienin (W23/766).

³⁵² „Pani minister jest smutna” W8/270, „(...) z trudem udaje mi się namówić minister sportu na uśmiech. Od dwóch tygodni Joanna Mucha się nie uśmiecha” W8/270; „(...) uśmiech znika z jej twarzy”; W8/270. Jeden z ministrów przyznał, że „nigdy jej nie widział tak szarej jak ostatnio” (W44/1486).

³⁵³ „Przy Euro było bardzo dużo do zrobienia, harowałam jak wół. Ale nikt nie mówi o sukcesie wynikającym z mojej pracy, że Euro było dobrze przygotowane, tylko za każdym razem wyliczanie wpadek” W44/1486.

³⁵⁴ Bliski współpracownik premiera: „Tak, były próby akcji ratunkowej. W sensie ratowania wizerunku (...) W wypadku pani Joanny to nie działa” W8/270; „Aśka jest odporna na takie perswazje” W8/270.

³⁵⁵ Andrzej Biernat: „(...) to [wysłanie sms z żądaniem kontaktu przez asystentkę] było dość obcesowe. (...) Pomyślałem: co to jest? Buta? Zawrót głowy?” (W8/270).

³⁵⁶ Osoba związana z UEFA: „Braki próbuje nadrobić arogancją” N8/260.

³⁵⁷ Osoba związana z UEFA: „Na pierwsze spotkanie z przedstawicielami przyszła 30 minut spóźniona, w dodatku w legginsach” N8/260, a „[u]biera się sama, z porady stylistki skorzystała tylko przy okazji sesji fotograficznej zorganizowanej dla niej ostatnio w związku z Euro w ministerstwie” W23/766.

opisów – sugeruje jedno ze zdjęć³⁵⁸: wizerunek małej, aczkolwiek pełnej postaci polityczki, uwiecznionej w pozie sugerującej radość.

Joanna Mucha nie jest dobrą szefową, nie ma umiejętności menadżerskich obejmujących kierowanie dużymi zespołami ludzi (poseł PO: „Aśka nie zarządzała dużymi zespołami” W8/270), a ponadto – w przeciwieństwie do Sławomira Nowaka – „Aśka posłuchu nie ma” (zdanie posła PO, W8/270). Jej zaufani ludzie to głównie znajomi niezwiązani z resortem, w tym także portier. Pani minister *nie ma dobrych doradców* (W8/270) ani poparcia wśród ludzi³⁵⁹. Okazuje się niepopularna nie tylko w mediach³⁶⁰, lecz budzi niechęć także wśród kolegów i koleżanek³⁶¹, lecz z *facetami jest lepiej*³⁶² (N43/1373). Gwarantem jej pozycji jest jedynie Donald Tusk, który – zdaniem jednego z polityków PO – nie zdymisjonuje minister sportu, bo *przyznałby się do błędu* (W8/270), a wotum nieufności *zacementuje ją na urzędzie na pełne cztery lata* (W8/270). Pomimo tego jednak, zdaniem pracownika ministerstwa *urzędnicy nie traktują jej poważnie* (N43/1373),

Joannie Musze brakuje kompetencji – nie jest obeznana z działalnością w resorcie³⁶³, problemy ze stadionem ją przerastają³⁶⁴ i nie odzywa się na spotkaniach z działaczami UEFA (N8/260) oraz podczas narad rządowych³⁶⁵, nie mając nic do powiedzenia. Przez zagraniczne media została okrzyknięta mianem *najpiękniejszego pośmiewiska Euro 2012* (W23/766) ze względu na swoje liczne wpadki (zob. rozdz. 5.2.6.) Kwestionowana jest też wiedza Muchy o otrzymanym resorcie, pomimo że wiąże się on z *największymi skandalami* (podtytuł artykułu P8/262). Dziennikarze opisują minister sportu również jako osobę *upartą i ambitną* (W23/766), z *syndromem prymuski* (W23/766), nadgorliwą (N43/1373), nadrabiającą zaległości merytoryczne i chcącą dowieść, że sobie radzi (W23/766), kompetentną językowo

³⁵⁸ Ukazana cała postać w geście radości.

³⁵⁹ Stanisław Żmijan: „Joasia nigdy nie miała dworu” W8/270; śródtytuł: „Sama jak ministra” W23/766.

³⁶⁰ Wypowiedź Cezarego Grabarczyka przytoczone przez kolegę z partii: „No, współczuję. Nawet po mnie nie jeździli tak jak po tobie” W8/270.

³⁶¹ „Posłanki jej nie cierpią, choć niekoniecznie z przyczyn merytorycznych. Sporo jest w tym zwykłej zawiści” mówi jeden z posłów N43/1373; poseł PO: „Kobiety w partii jej nie lubią. Inaczej: to nie jest niechęć. To jest nienawiść” W8/270; „W Platformie minister ma tyle samo przyjaciół, ilu wrogów” W8/270, „Mucha w klubie PO budzi raczej niechęć” W44/1486, a zdaniem Biernata „ostatnio trudni spotkać człowieka, który by o niej mówił dobrze” W8/270; także P8/262.

³⁶² Poza Ireneuszem Rasiem i Andrzejem Biernatem, którego zraziła do siebie żądając kontaktu przez asystentkę.

³⁶³ „Minister Mucha wie, o co w niej chodzi dopiero od trzech tygodni” W8/270.

³⁶⁴ „Współpracownicy opowiadają, że po przejściu do ministerstwa Mucha wystraszyła się tylko jednego: stadionu” W8/270.

³⁶⁵ „Odzywa się tylko wtedy, gdy premier ją zapyta” N43/1373.

i podejmując racjonalne działania³⁶⁶. Zdaniem działacza sportowego tylko pierwsze wrażenie Muchy było dobre, później było tylko gorzej³⁶⁷.

Niestosowność zachowania polityczki podkreślona zostaje również w odniesieniu do sesji fotograficznej dla „Wprost Light”, w której Joanna Mucha wcieliła się w rolę Lary Croft³⁶⁸. Sesja ta wzbudziła konsternację autorów, ponieważ miała miejsce „(...) wtedy, gdy Mucha opowiada się za parytetami, in vitro, udziałem kobiet w życiu publicznym” (N8/260). Podkreśla niezgodność pomiędzy poglądami związanymi z równouprawnieniem³⁶⁹ a działaniem, które opierało się i kultywowało stereotypy płciowe. Takie sytuacje zdarzały się częściej: „Posłanka odgrywa zimną profesjonalistkę z *dr* przed nazwiskiem, ale na plakacie wyborczym kolegi z Lublina jest wystylizowana na kociaka Jamesa Bonda z filmu *Quantum of Solace*” (N8/260). Podkreślano, że miały miejsce „(...) wystudiowane sesje fotograficzne: na czołgu, z karabinem, na spacerze. Zawsze powabna, niewielki dekol, odsłonięte ramiona. Pozuje chętnie” (P8/262).

Kobiecość podkreślają również zdjęcia, w taki sposób, który nie pojawił się względem żadnej innej polityczki. W jednostce zatytułowanej „Wszystkie odloty Muchy” (W44/1486) zdjęcie wprowadzające przedstawia Donald Tuska podczas wywiadu, z mikrofonem w rękę, i siedzącą obok panią minister w falbaniastej spódnicy i fikuśnej bluzce z niewielkim dekoltem. Patrzy w tym samym kierunku co premier i przeczesuje ręką włosy. Jej mina i spojrzenie przywodzi na myśl uwodzicielkę raczej niż polityczkę³⁷⁰. Artykułowi towarzyszą jeszcze zdjęcia z Januszem Palikotem, na którym minister sportu wygląda jakby uwodziła odbiorę, oraz z Radosławem Sikorskim i Grzegorzem Schetyną, na którym sprawia wrażenie jakby była sekretarką albo osobą prowadzącą polityków w miejsce obrad, a nie polityczką *per se*.

Być może jednak polityczka prowokowała media, by dostrzegli inne niż merytoryczne kwestie, czego dobrym przykładem są rozmaite wizerunki, które przybierała: była matką Polką oraz „(...) kobietą wyzwoloną, przebijającą się w wojskowe stroje i fotografującą się z kochankiem na zakupach lub w sportowym samochodzie. Innym razem sejmową prymuską z doktoratem i fachowcem od zdrowia” (W44/1486). Wydaje się, że zogniskowanie uwagi na jej kobiecości było zamierzone i celowe: „Gdy została ministrem sportu, najczęściej używała

³⁶⁶ Wysłanie biletu na mecz i zaproszenia do wydawcy programu w BBC, w którym ostrzegano przed rasizmem na polskich stadionach W23/766.

³⁶⁷ „demonstruje swoją wyższość, ale wygląda, że wie o czym mówi. Niestety było to mylne wrażenie” (N43/1373).

³⁶⁸ „Obcisły podkoszulek, czołg, moro – temat na pracę doktorską dla badaczy fetyszy” N8/260.

³⁶⁹ „Mucha jest feministką z przekonania. W jej sekretariacie siedzi facet, który podaje kawę. Jak równouprawnienie, to równouprawnienie – śmieje się nasz rozmówca znający Muchę” W44/1486.

³⁷⁰ Warte odnotowania duże kolczyki-koła i wisiołek na grubym, czarnym rzemysku.

jeszcze innej twarzy. To twarz pięknej kobiety, atakowanej przez szowinistycznych działaczy sportowych i kolegów z Platformy nie za brak fachowości, ale za to, że jest kobietą. Gdy zaś atak przychodził ze strony koleżanek partyjnych, dodatkowo pojawiał się argument urody, o którą koleżanki są zazdrosne” (W44/1486). Wskazuje to na postrzeganie pani minister przez pryzmat fizyczności, a feministyczne argumenty miały służyć obronie. Zarzucano jej również *flirt z tabloidami* (W44/1486) i to, że *przeskoczyła na półkę z celebrytami*³⁷¹ (N8/260), jednak bohaterka dystansowała się od takiego spojrzenia twierdząc, że na wszelkie pytania dotyczące życia prywatnego jedynie odmawiała komentarza (W44/1486).

Joanna Mucha przedstawiona w artykułach z analizowanego okresu to osoba niekompetentna, popełniająca gafy, ale z całą pewnością lojalna i urodziwa. Powołano ją na urząd ministra po to, aby aparycją odciągnęła uwagę od niedociągnięć związanych z mistrzostwami i nie przewidziano problemów, które miały nadejść. To również osoba szybko nadrabiająca zaległości, poważnie traktująca powierzane jej zadania i silnie przeżywająca wszystko, co się wokół niej dzieje. Jest feministką z przekonania, choć bez zbytniej przesady³⁷². Zapytana o to, czy *czuje się ikoną politycznego feminizmu* odpowiedziała: „Nie, taką ikoną byłabym, gdyby kojarzono mnie z sukcesem, a to się jeszcze nie udało” (W44/1486).

5.2.9 Płeć jako czynnik umiejscawiający w świecie

W artykułach odwołania do płci pojawiają się z kilku różnych powodów. Pierwszym jest naturalne skojarzenie z płcią, powstałe na bazie stereotypów. Takie ujęcie widoczne było w przypadku Ewy Kopacz – zdaniem dziennikarzy wydawała się idealna do wyjazdu do Moskwy: „Kopacz wydawała się idealna do moskiewskiej misji. Kobieta, lekarka, minister zdrowia – w każdej z tych ról pasowała do ponurych migawek z moskiewskich kostnic” (W40/1341). Pojawił się tu stereotyp matki-Polki i uznanie płci jako wyznacznika dopasowania do określonych warunków otoczenia. O ile rola lekarki i minister zdrowia uprawniały do delegacji na miejsce katastrofy, kierowanie się płcią jako argumentem odwołuje się do stereotypów płciowych. W żadnym innym artykule³⁷³ nie pojawiło się tak wyraźne nawiązanie do wyobrażenia o kobiecie i płci jako tym, co umiejscawia człowieka w świecie.

Widoczny był także stereotyp kobiety-gospodyni, do którego miała się sprowadzać rola Joanny Muchy: „(...) plan na Muchę w czasie Euro ma się sprowadzać do roli gospodyni, która dba, aby goście mieli pełne kieliszki. Interweniuje, kiedy pojawia się jakiś problem, i sprawdza,

³⁷¹ Słowa Janusza Piechocińskiego; śródtytuł tego samego artykułu: „celebrytka z Wiejskiej” N8/260.

³⁷² „Bardzo promuję język feministyczny, ale też bez popadania w przesadę” W44/1486.

³⁷³ Stereotyp matki-Polki pojawił się też w odniesieniu do Joanny Muchy (W44/1486).

czy jest szybko rozwiązany” (W23/766). Stereotypy widoczne były również w odniesieniu do koloru włosów i ujawniły się w wypowiedzi jednego z polityków PO: „A słyszałem w klubie taki kawał. Słyszała pani? O brunetce, która przebiła wszystkie blondynki” (W44/1486).

Bycie kobietą okazało się istotne, istotniejsze od bycia po prostu człowiekiem³⁷⁴, ponieważ często podkreślano, że w skład rządu wchodzi mężczyźni oraz kobiety, przy czym tych drugich musi być odpowiednia liczba³⁷⁵. Nie były ważne kompetencje, lecz płeć i bycie rozpoznawalnym. Przykłady takiego ujęcia pojawiły się w opisie Joanny Kluzik-Rostkowskiej, którą określono mianem *znanej kobiecej twarzy w rządzie* (W37/1240), a impulsem dla jej nominacji życzenie Tuska, *by w jego gabinecie było sporo pań* (W37/1240), premier *potrzebował pięciu kobiet do rządu* (N8/260). Podział na płeć uwidocznił się także w artykule o Ewie Kopacz, gdy nie wskazano na jej rangę wśród polityków *sensu stricto*, ale podkreślono, że była ona *najważniejszą kobietą w partii* (W21/690). Czytelnik jednak nie wie, jaka była jej pozycja pomiędzy mężczyznami. Podobnie, gdy wskazywano, że Joanna Mucha *ma największy polityczny potencjał wśród kobiet w Platformie* (W23/766) nie wspomniano jak wypadła na tle mężczyzn. Wyraźnie wskazuje to na istnienie podwójnych standardów (zależnie od płci), niż jednego i uniwersalnego (bez względu na płeć). W tym przypadku jednostka, zgodnie z ustaleniami literatury przedmiotu, daje świadectwo o całości – brak kompetencji u jednej kobiety stanowił w oczach dziennikarzy dowód na *indolencję tego rządu* (N8/260) oraz na *brak kompetencji wśród klasy politycznej, a zwłaszcza jej piękniejszej części* (N8/260). Płeć okazała się istotna także w rozgrywkach piłkarskich między politykami, w których „[w]iele drużyn miało w swoich składach kobiety” (W23/766).

W analizowanym materiale pojawiały się wzmianki o niesłużących równości płci obyczajach, jak to, iż Ewa Kopacz jako marszałek *ustępowała pierwszeństwa głosu kobietom* (W21/690), wypowiadano się o kobietach w rządzie jako o jego *piękniejszej części* (N8/260), a Joannę Muchę określano mianem *najpiękniejszej twarzy rządu* (N43/1373). Przecistawiano *twardego polityka – ślicznej politycznej wydmuszce*, jaką miała być Joanna Mucha (N8/260). Podkreślono, że pani minister funkcjonuje *w męskim świecie sportu* i miała *robić za maskotkę* (N43/1373). Dały się też zauważyć zakorzenione w kulturze przekonania o *lepszey, kobiecej stronie polityki* (W4/122).

³⁷⁴ W artykule opisującym zmiany wizerunku Ewy Kopacz jako marszałka Sejmu wspomniano o zmianie jej ochrony – zatrudniono *rosłą blondynkę*, a zatem nie tylko sama kancelaria podkreśliła znaczenie płci, ale dziennikarze przydali istotności kolorowi włosów i budowie ciała kobiety (W4/122). Należy wspomnieć również, że sama Joanna Mucha podkreślała znaczenie płci mówiąc, że to koleżanki działały *wbrew niej* (P8/262).

³⁷⁵ „Poszło o parytety. Nagle się okazało, że mamy za mało kobiet” W8/270.

Istotne jest również przywołanie postaci kobiecych działających w polityce, które w tamtym czasie pełniły już funkcję ikon i symboli sukcesu. W okresie kampanii wyborczej w 2010 roku politycy PiS zamierzali zrobić z Joanny Kluzik-Rostkowskiej *polski miks Angeli Merkel z Margaret Thatcher* (W37/1240). Do Margaret Thatcher również jako Żelaznej Damy nawiązano określając Ewę Kopacz mianem *żelaznej lady* (W21/690). Były to próby poprawy lub umocnienia wizerunków polityczek poprzez odpowiednie skojarzenia.

Feministyczne zapędy były wysmiewane, czego przykładem mogą być kpiny z określenia *pani ministra*, wyszydzanego przez Ireneusza Rasia (W23/766) oraz pytanie dziennikarza o to, *dlaczego nie zmieniła tabliczki [na drzwiach] na ministrę* (W44/1486). Feministek jednak politycy się boją i to ta obawa została wymieniona jako jeden z głównych powodów, dla których Donald Tusk nie odwołał Joanny Muchy z funkcji ministra: „(...) przestraszył się reakcji środowisk feministycznych na decyzję o zdymisjonowaniu młodej kobiety, która przecież nie odpowiada bezpośrednio za sytuację na Stadionie Narodowym. W dodatku jeszcze może być w ciąży” (W44/1486). Pojawiła się argumentacja, że „(...) *nagonka* na nią wynika z przyczyn *seksistowskich*” (W44/1486). Z tej perspektywy wskazywano również na bycie kobietą jako wymówkę od krytycznych opinii:

To twarz pięknej kobiety, atakowanej przez szowinistycznych działaczy sportowych i kolegów z Platformy nie za brak fachowości, ale za to, że jest kobietą. Gdy zaś atak przychodził ze strony koleżanek partyjnych, dodatkowo pojawiał się argument urody, o którą koleżanki są zazdrosne.
(W44/1486)

Sama zainteresowana także podkreślała swoją unikatowość, a przez to znaczenie płci, mówiąc: „Prawdą jest, że nie ma drugiego ministra, o którym gazety piszą, że jest w ciąży, ma romanse, itd.” (W44/1486), choć kontrargument brzmiał: „Gdyby jakiś facet zaliczył tyle wpadek, co Mucha i jeszcze przydarzyła mu się taka afera jak ze Stadionem Narodowym, na pewno straciłby stanowisko” (W44/1486). Trudno zatem oszacować, czy bycie kobietą stanowiło wadę, czy zaletę, wystawiało na ataki, czy też chroniło przed dymisją.

Odniesienie do płci pojawiło się również poprzez określenia zaczerpnięte z relacji partnerskich: *narzeczona* (N32/1037), *polityczny flirt* (N32/1037), *aniolki prezesa* (N32/1037), *pierwsza dama* (N32/1037³⁷⁶). Pojawiły się również takie przysłowia, jak *gdzie diabeł nie może, tam babę pośle* (o Ewie Kopacz, W40/1341) i określenie typu *królowa chaosu* (W50/1692). Wspomniano wprost, iż media podchwytowały głównie te fragmenty wywiadów, które ogniskowały się na relacjach damsko-męskich: „(...) media podchwyciły jedynie akapit

³⁷⁶ Jako kobieta-partnerka prezydenta, mająca w istocie przejawiać typowo kobiece cechy i podejmować typowo kobiece działania; w tym ujęciu Krystyna Pawłowicz przeczyła temu rozumieniu.

o koledze, który pytał o numer jej telefonu i zwracał się do niej *kotku*” (N8/260). Do bardziej prywatnych i symbolicznie sugestywnych wydarzeń należało wręczenie Joannie Musze bukietu czerwonych róż z okazji imienin (W23/766). Do płci nawiązywano również poprzez określanie postaci takimi słowami, jak *baba* (z uznaniem o Krystynie Pawłowicz N32/1037), *babka* (z uznaniem o Joannie Kluzik-Rostkowskiej W37/1240), po prostu *kobieta* (N43/1373) lub *kobieta w czerwieni*, jak to miało miejsce w odniesieniu do Joanny Kluzik-Rostkowskiej (W37/1240). Określenie *pani Kopacz* czy *pani marszałek* można uznać za neutralne, w pierwszym przypadku nawet silniej podkreślające szacunek (lub złośliwość, zależnie od kontekstu) niż nazwanie pani marszałek per *Kopacz*.

Płeć podkreślano również poprzez odwołanie do wyglądu: podkreślanie urody oraz opis ubioru polityczek. W przypadku Joanny Kluzik-Rostkowskiej istotny i kluczowy okazał się czerwony żakiet (śródtytuł „Tajemnica czerwonego żakietu W37/1240³⁷⁷) i *czerwony kapelusz* (W37/1240). Również w odniesieniu do Ewy Kopacz wspomniano, że w dniu głosowania nad reformą emerytalną miała na sobie *jasną garsonkę* (W21/690). Joannie Musze wypominano sesje zdjęciowe, na których była ubrana w *obcisły podkoszulek moro* (N8/260), że na plakacie wyborczym kolegi *była wystylizowana na kociaka Jamesa Bonda* (N8/260). Widać, że pewne stylizacje nie przystają kobietom na wysokich stanowiskach.

W wielu jednostkach dotyczących Joanny Muchy padały stwierdzenia, że uroda przeszkadzała jej w tworzeniu wizerunku kompetentnej kobiety dlatego, że to właśnie jej wygląd, a nie zaplecze merytoryczne przyciąga uwagę³⁷⁸. Wskazywano, że była *śliczna* (N8/260), *najładniejsza* (N8/260). Nawet niemiecka prasa okrzyknęła ją *najpiękniejszym pośmiewiskiem Euro 2012* (W23/766). W odniesieniu do pani minister wskazano, że *na szczególne dbanie o urodę nie ma podobno czasu* (W23/766), co sugeruje, że jest naturalnie piękna, ale nie ma zapędów narcystycznych. Uroda okazała się na tyle istotna, że sugerowano, iż politycy wzorowali się na Berlusconim, który „(...) w rządzie miał być miss. Doskonale się prezentowały. A Mucha prezentuje się wyśmienicie” (W8/270), *aż za dobrze* (N43/1373). Gdy zaczęła popełniać gafy, wtedy nawet jej wygląd był atakowany³⁷⁹.

W jednostce dotyczącej Agnieszki Kozłowskiej-Rajewicz (P20/674) oraz w jednostce dotyczącej trójki byłych liderów PJN (W5/164) prócz wątków merytorycznych nie pojawiła się żadna wzmianka o płci polityczki, kobiecości ani jakichkolwiek skojarzeniach z nią.

³⁷⁷ Zdaniem polityków bohaterce było „ładnie w tej czerwieni w poprzedniej kadencji” (W37/1240).

³⁷⁸ „chciała udowodniać, że ma nie tylko urodę” (N8/260), „próbowała udowodniać, że jest czymś więcej niż ładną buzią” (N8/260)

³⁷⁹ „plotkarskie portale (...) zaczynają już wytykać Musze nawet niekorzystne zmiany w wyglądzie” (P8/262).

Wspomnieć należy, że w jednostce dotyczącej katastrofy smoleńskiej wspomniano również o mężczyznach, podkreślając ich niecodzienne zachowanie: „(...) twardzi faceci, siedzą ze spuszczoneymi głowami, zupełnie odrętwiali” (W40/1341). Aby w pełni zrozumieć znaczenie tego zdania należy podkreślić, iż zostało ono wypowiedziane przez kobietę, Ewę Kopacz, a zatem być może prezentuje jej punkt widzenia. Wynika z niego jednak, że *twardy facet* nie daje się ponieść emocjom i powinien zachować spokój i dystans. W innej jednostce (W50/1692) określono Bartosza Arłukowicza mianem *konfrontacyjnego szeryfa*, co również ujawnia pełnioną rolę: gwaranta bezpieczeństwa, nie obawiającego się starć twarzą w twarz. Ciekawie opisano *faceta* siedzącego w sekretariacie Joanny Muchy, który podaje kawę (W44/1486). Chociaż był to prześmiewczy dowód na autentyczność wyszydzanych poglądów Joanny Muchy, w istocie pokazywało że możliwe jest odwrócenie ról.

6 Podsumowanie

Zdaniem George’a Gerbnera istnieją dwie możliwości zmiany: pierwsza polega na intensyfikacji już obserwowanych tendencji w strukturze społecznej, druga zaś na zmianie samej struktury. Jego zdaniem odpowiedź na pytanie o zmianę drugiego typu jest pesymistyczna: „(...) realna odpowiedź brzmi: nie zmieni się ona [struktura] do momentu, w którym struktura społecznych relacji przestanie się sprawdzać [*no longer works*], chyba że koszt będzie zbyt wysoki lub relacje instytucjonalne się załamią [*collapse*], a żadne z powyższych nie ma obecnie miejsca. Struktura wciąż się umacnia i wchodzi w fazę kontrataku [*counterattacking challenge*]” (Gerbner 1978, 46; tłum. własne).

Henryk Domański i Judith Lorber podkreślają, że płeć w społeczeństwie stanowi właśnie taką strukturę (zob. rozdz. 1.1.). Dążenia polityczne obecne w ustawodawstwie europejskim świadczą o ukierunkowaniu na zrównanie pozycji kobiet i mężczyzn (RPO 2018; Schonard 2018), jednak nierówności i różnice wciąż są widoczne. Doświadczenie krajów przodujących w tej dziedzinie (Pacześniak 2006; zob. też rozdz. 2.1.) wskazuje, że przed nami jeszcze długa droga, która musi swoim zasięgiem objąć również kulturę. Poczynione w niniejszej pracy badania miały na celu możliwie najdokładniejsze opisanie pozycji kobiet działających w polityce w wybranym okresie czasu w liczących się tygodnikach opinii. Dzięki temu możliwe będą badania porównawcze na jak najszerszą skalę, za punkt odniesienia przyjmujące rok 2012 i pozwalające zrozumieć zachodzące zmiany.

Projektując moje badania nie spodziewałam się, że kilka lat później scena polityczna odmieni się, a na jej czele zasiądzie kobieta. Chociaż w historii na czele polskiego rządu stała

już kobieta, premier Hanna Suchocka, ta historyczna zmiana nie okazała się przełomowa, o czym możemy przekonywać się każdego dnia – do roku 2012 wciąż sceną polityczną rządili mężczyźni. Objęcie stanowiska premiera przez dwie kobiety – Ewę Kopacz oraz Beatę Szydło – wydaje się kamieniem milowym. Chociaż w tym momencie jeszcze brakuje materiału umożliwiającego analizę³⁸⁰ i odpowiedź na pytanie o to, czy był to jedynie historyczny incydent, czy też obecność tych kobiet dokonała przełomu w myśleniu o polityce, wiadomo już dziś, że miała ona znaczenie. Dzięki nim w prasie częściej wspominano o polityczkach (Brzoza 2017; choć polityka wciąż jest polityką liderów). Objęcie urzędu premiera przez Ewę Kopacz pod koniec kadencji spowodowało, że wybory polityczne z roku 2015 wyglądały inaczej – pierwszy raz od 1992 roku kandydatem na premiera została kobieta – Beata Szydło, a po ich wygraniu utworzyła własny gabinet. Chociaż kadencja wszystkich premierek zakończyła się przed upływem 4 lat, otwarte pozostaje pytanie o to, czy ich obecność coś zmieniła i jeśli tak, to w jaki sposób? Czy były one jedynie *barwnymi plamami* na kartach historii, czy jednak stanowiły świadectwo przemian społeczno-kulturowych i politycznych? Na te pytania również odpowiedzi udzielą dalsze badania.

Jestem głęboko przekonana o tym, że poczynione przeze mnie analizy będą stanowiły punkt odniesienia dla badaczy różnych okresów historycznych – zarówno przeszłości, jak i przyszłości. Dokonany przeze mnie wybór materiału badawczego okazał się niezwykle cenny – poddałam analizie obecność polityczek w prasie rok po ostatniej zogniskowanej na mężczyznach kampanii wyborczej i tuż przed zaistnieniem obu kobiet jako liderek. Wybory w 2011 roku były ostatnimi wyborami przeprowadzonymi w starym kontekście społeczno-kulturowym. Wybory z 2015 roku stanowiły punkt zwrotny, natomiast w kolejnych wyborach, które odbędą się w roku 2019 okaże się, czy obecność kobiet przełamała wyobrażenia o płci w polityce, czy miała charakter incydentalny i pozostała niezauważona.

Można wyrazić wątpliwość, czy rzeczywiście Ewa Kopacz i Beata Szydło stanowią będą impuls do tak znaczącej zmiany w strukturze na wielu poziomach. Niewątpliwie obie panie zapisały się w historii, jednak wobec każdej z nich można było usłyszeć zarzuty (w mediach starych i nowych), że były *marionetkami*, *kukielkami* czy *broszkami*. Kiedyś mówiliśmy o *paprotkach*, których rola sprowadzała się do ładnego wyglądu i *aniolkach* ocieplających wizerunek. Obecnie wykraczamy poza role bierne i wpierające, zogniskowane na aparycji i poprawie wizerunku, miejsce których obserwujemy kobiety jako podmioty aktywne, działające i sprawcze. Problem jednak leży nie w tym, jaki rzeczywiście miały udział

³⁸⁰ Odpowiedź na takie pytania wymaga spojrzenia z dystansu i uwzględnienia szerszej perspektywy czasowej.

w sprawowaniu władzy (nie jest to możliwe do ustalenia w analizach mediów i nie przekłada się bezpośrednio na przekonania opinii publicznej), lecz w tym, jak zostało to przedstawione (media jako twórcy obrazu świata; zob. rozdz. 3.). Aktywna rola obu premierek była medialnie umniejszana, a one same prezentowane jako wykonawczynie poleceń zamiast przywódczynie. Niepewność może zatem budzić społeczny odbiór tych kobiet – czy uznano je za godne naśladowania prekursorki, nie odegrały większej społeczno-kulturowej roli, czy wręcz stanowiły dowód na to, że kobiety w polityce, niezdolne do samodzielnego działania, są jedynie wykonawcami poleceń męskich decydentów? Na ile ich widzialność zmieniła scenę polityczną? Aby odpowiedzieć te pytania konieczne są dalsze badania.

Poczyniona przeze mnie analiza sugeruje, że odpowiedź może być rozczarowująca, jednak rok 2020 będzie kluczowy. Przekazy medialne z tego okresu będą doskonałym materiałem do analiz porównawczych i pozwolą odpowiedzieć na pytanie o to, czy obie premierki pomogły ujednolicić sposób postrzegania kobiet i mężczyzn w polityce. Mogąc porównać kontekst społeczny z przeszłości i w przyszłości, lepiej zrozumiemy co wydarzyło się w roku 2015 i jakie znaczenie wydarzenia te miały dla kobiet, w szczególności tych działających w polityce.

W niniejszej pracy w szczegółowych analizach nie zostali uwzględnieni politycy, którzy pełnili role wykraczające poza katalog ról polityczek. Oznacza to, że Czytelnik nie znajdzie tu analizy wizerunku Donalda Tuska czy Jarosława Kaczyńskiego. Z tego względu nie będzie możliwe porównanie ustaleń dla Ewy Kopacz czy Beaty Szydło, ale wnioski będą mogły zostać odniesione do położenia pozostałych polityczek przedstawionych w mediach, pełniących funkcje ministra czy posła. Uważam za najistotniejsze nie to, że jedna czy dwie kobiety zostały premierkami, ale to, jak wpłynęło to na sytuację pozostałych polityczek i ich wizerunek, a w efekcie – na społeczną akceptację, wyobrażenie i odbiór kobiet pełniących funkcje parlamentarne.

Chociaż kobiety stanowią obecnie około połowy społeczeństwa i około 27% posłów (24% w momencie zbierania materiału do badań), ich obecność w tygodnikach opinii wciąż pozostaje niewielka. Uniwersalnym dla analizowanych tygodników okazał się poziom obecności kobiet wśród wszystkich postaci (zarówno tych będących tematem, jak i rozmówców), kształtujący się w okolicach 20%. Oznacza to, że niezależnie od tytułu prasowego co piąta postać będąca tematem jednostki prasowej i co piąty rozmówca był kobietą. Udział polityczek wśród wszystkich kobiet w prasie waha się od 13,5% do 18,5%, podczas gdy politycy stanowią od 29% do 39% wszystkich mężczyzn. Stanowią najliczniejszą kategorię postaci męskich, a ich przewaga waha się od 17 do 25 pkt. proc. Polityczki stanowią drugą lub

trzecią (zależnie od tygodnika) kategorię postaci żeńskich pod względem liczebności, choć różnice są mniejsze (od najliczniejszych kategorii dzieli je od 2,5 do 6 pkt. proc.). Gdy przyglądamy się wywiadam okazuje się, że polityczki jako kategoria postaci spada na szóste lub siódme miejsce pod względem liczebności, a zatem niechętnie oddaje im się głos. Dominacja polityków jest widoczna na pierwszy rzut oka – w analizowanym okresie pojawiło się od 6,7 do 8 razy więcej (zależnie od tygodnika) polityków niż polityczek i poświęcono im od 5,5 do 9 razy więcej jednostek prasowych. Polityczki stanowiły od 11% do 13% wszystkich postaci działających w polityce. Jest to wniosek zastanawiający, jeśli uwzględnimy ich udział w Sejmie.

Z zagadnieniem proporcji płci wiąże się szereg dylematów, na które trudno jednoznacznie odpowiedzieć. Czy polityczki powinny być prezentowane tak często, jak wskazywałaby na to ich sejmowa proporcja? A może z racji bycia kobietami należy im się połowa jednostek prasowych? Które powinny być pokazywane – czołowe działaczki, czy wszystkie posłanki? Czy powinno się dążyć do zrównania proporcji prezentowanych czytelnikom sylwetek polityczek i polityków pod względem jakościowym? Czy należałoby stosować dyskryminację pozytywną, na przykład zwiększając udział polityczek jako bohaterek w taki sposób, aby stanowiły większość tak długo, aż odbiorcy nie przywykną do ich obecności? Czy samo zwiększenie liczby jednostek wniesie coś do sposobu ich postrzegania? Jak powinny być ukazywane? Czy nie należałoby wprowadzić stałego monitoringu wizerunku polityczek w mediach i systematycznych badań porównawczych względem polityków? Czy pozwoliłoby to zrozumieć trudności i bariery stojące przed nimi nie z perspektywy systemu społeczno-politycznego, instytucji, jakimi są partie i wzorów kulturowych, ale instytucji dystrybuujących informacje i kreujących wyobrażenia – mediów? Czy należałoby na stałe wpisać w kanon nauk politycznych, socjologii i badań nad komunikowaniem analiz powyborczych, zamiast skupiać się na kilku wybranych miesiącach, kiedy czołowi politycy walczą o władzę lub polityczne być albo nie być swoich partii? Czy można odkryć prawidłowości posiłkując się małym, przypadkowo dobranym wycinkiem jednego czasopisma? Czy w kontekście ustaleń badaczy uprawnione jest dobieranie próbek, czy – na co wskazuje niniejsza analiza – należałoby prowadzić analizy obejmujące pełny zakres materiału z wybranego okresu? Ile można dowiedzieć się z analizy przekazów o odmiennych ideologiach i czy to właściwy sposób postępowania? Jakie podejście rzeczywiście pozwoli nam zrozumieć świat społeczny?

Swoimi badaniami, zaprezentowanymi w niniejszej pracy, chciałam uzupełnić lukę w wiedzy dotyczącej wizerunków medialnych i sposobów traktowania polityczek przez dziennikarzy. Badania zogniskowane wokół polityczek w mediach są albo chaotyczne, albo

skupione na kampaniach wyborczych (najpełniejsze opracowanie dotyczące wizerunków przedstawiła Hanna Bulawka; 2013). Analiza położenia polityczek jako posłanek najczęściej ogniskuje się na twardych danych statystycznych, jakościowych analizach funkcjonowania w partii lub barierach ograniczających możliwości politycznego działania. Analizy mediów są incydentalne. Brakuje systematycznych analiz porównawczych na szerszą skalę, wykraczających poza analizy skrajnych ideologicznie tytułów prasowych. Rzecz w tym, że w takich przypadkach porównujemy profile czasopism, których – jak się okazuje w świetle wyników moich badań – nie rozumiemy. Wyniki jednej analizy dla wybranego czasopisma traktujemy jako względnie miarodajne przy analizach innego, o podobnym profilu. Moje badania wskazują, że poza kilkoma podstawowymi wskaźnikami, które faktycznie można ekstrapolować na pokrewne periodyki z zaskakującą dokładnością, w większości przypadków takie zabiegi okazują się zawodne.

Aby poznać prawdziwą politykę, pozbawioną atmosfery kampanii wyborczej, która kształtuje postawy względem polityków i partii (często niemożliwe do zmiany w okresie kampanii) w analizach uwzględniłam tygodniki z roku 2012. Był to rok powyborczy, w którym emocje związane z wyborami opadły i rozpoczęto działania parlamentarne. Nie prześcigano się w obietnicach, nie dominował lider przekonujący niezdecydowanych, że właśnie na jego partię oddać powinni swój głos. W roku powyborczym można się skupić na działaniach, realizacji planów, nowych twarzach w Parlamencie i codziennej pracy. Wizerunki przestają grać główną rolę, nie są tak szczegółowo dopracowywane (choć, jak wskazuje poczyniona analiza, można prowadzić starania w celu ich zmiany). Zmierzamy w kierunku socjologii codzienności i moim zamierzeniem było również to, by ową parlamentarną codzienność uchwycić, tak jak jest ona ukazywana w przekazach medialnych.

Do analizy wybrane zostały trzy tygodniki opinii. Wybór dwóch może prowadzić do prostych wniosków, że trend zaobserwowany w jednym, powtarza się w drugim, jednak aby potwierdzić jego uniwersalność, potrzebny jest punkt odniesienia. Taką rolę spełnił trzeci tygodnik. Wyniki moich analiz wskazują na sensowność tego wyboru z uwagi na to, że większość zależności obserwowana była jedynie w dwóch z trzech tygodników. Nie wykrył się także żaden spójny schemat zależności pomiędzy tygodnikami – nie można powiedzieć, że wszystkie wskazane prawidłowości pojawiają się np. w *Newsweeku* i we *Wprost*, a *Polityka* im przeczy. Taka zależność byłaby przejrzysta i wskazałaby na istnienie czynnika różnicującego te tytuły prasowe. W rzeczywistości jednak różnice i podobieństwa nie były zależne od tytułu prasowego, pojawiały się przypadkowo. Wskazuje to nie tylko na fakt, iż periodyki o względnie podobnym światopoglądzie, docierające do względnie podobnego

grona odbiorców różnią się między sobą, ale również że płeć (np. autorów) może nie mieć znaczenia. Wytlumaczenie sięgające po argumenty płci jest wygodne, jednak jak wskazują moje analizy – zawodne.

Czy wybór tygodników mógł być inny? Czy zamiast skupiać się na podobieństwie mogłam sięgnąć po media kontrastowe? Owszem. Analiza mogła ogniskować się na odmiennych ideologicznie periodykach, ale nie przyniosłaby ona pożądaných skutków. Zamierzeniem nie było bowiem przedstawienie różnic pomiędzy wizerunkami polityczek zależnie od ideologii³⁸¹. Zamierzeniem było odnalezienie podobieństw i różnic pomiędzy periodykami o możliwie najbardziej spójnych profilach ideologicznych i docierających do możliwie najbardziej podobnego grona odbiorców, będąc przy tym w czołówce mediów opiniotwórczych. Była to próba odnalezienia wzorów wykraczających poza jeden tytuł prasowy, uniwersalnych trendów, które pozwoliłyby z większą pewnością wskazać na zależności lub prawidłowości. Czy prawdą jest, że kobiety częściej cytują kobiety, a mężczyźni – mężczyzn? Czy płeć dziennikarza ma znaczenie dla powierzchni artykułu? Jeśli tak, to powinny wykrystalizować się uniwersalne wzory, czego jednak nie stwierdzono. Niniejsza praca miała odpowiedzieć na pytanie o to, na ile podobieństwo rzeczywiście istnieje i czy uprawnione jest takie wnioskowanie. Celem było uniezależnienie się od jednego tytułu prasowego i udzielenie odpowiedzi na pytanie, które spośród niejednokrotnie sprzecznych ustaleń są w odniesieniu do badanego materiału są właściwe i czy płeć ludzi działających w polityce i dziennikarzy rzeczywiście ma znaczenie.

Mierząc się z obranym celem, pierwszym wyzwaniem był brak literatury, mogącej stanowić punkt wyjścia i dostarczać rzetelnych podstaw do wyciągania wniosków. Wiele badań poczynionych za granicą odnosi się do zagranicznych kampanii wyborczych, a wniosków z nich płynących nie można bezpośrednio przekładać na polskie realia. Podobnie, wnioski poczynione dla kampanii wyborczych nie muszą znajdować zastosowania po wyborach (np. poziom reprezentacji kobiet czy sposób mówienia o nich), a liczba cytatów kobiet w prasie nie musi być zbieżna z liczbą cytatów kobiet w artykułach poświęconych *stricto* polityczkom. Brakuje regularnych analiz okresów międzywyborczych – uwaga badaczy ogniskuje się na kampaniach wyborczych albo obejmuje bezpośrednio wywiady z polityczkami, a to nie pozwala zrozumieć sposobu portretowania kobiet w mediach w okresie po wyborach. Jednocześnie to właśnie media wpływają na to, jakie jest nastawienie opinii publicznej i konkretnych wyborców do kobiet działających w polityce, a czynią to nie poprzez chwilowy

³⁸¹ Temat ten jest ciekawy, jednak aby go w pełni zrozumieć trzeba najpierw zrozumieć różnice i zależności między czasopismami w obrębie tego samego światopoglądu.

zryw w okresie wyborów (choć jest to okres największej widoczności polityki), lecz jest to nieustanny proces, trwający nieprzerwanie również w trakcie kadencji Sejmu i Senatu. Dowodem na to niech będzie atrakcyjność tematów politycznych w analizowanych czasopismach – w każdym z nich poruszano to zagadnienie w od 9% do 12% wszystkich jednostek prasowych (zależnie od tygodnika). Najczęściej zagadnienie to podejmowano we *Wprost* (druga najliczniejsza kategoria), zaś w *Polityce* i *Newsweeku* stanowiła czwarty najczęściej podejmowany temat.

Z tego względu, mając oczywiście wiedzę o kontekście społecznym i zakładając istnienie nierówności, nie stawiałam na wstępie żadnych hipotez³⁸², zakładając eksploracyjny charakter pracy. Wychodząc z założeń przyświecających teorii ugruntowanej, dążyłam do możliwie najpełniejszego poznania materiału, na którym pracowałam. Postawiłam sobie wprowadzić kilka pytań, które pobrzmiewają w tytułach poszczególnych rozdziałów, jednak ubieranie ich w hipotezy byłoby mocno kłopotliwe³⁸³. Wśród pytań tych znalazły się pytania o to, ile przekazów poświęca się kobietom i polityczkom, jak ich udział prezentuje się względem innych kategorii postaci (wyniki szczegółowych analiz w załączniku), jak dystrybuowana jest powierzchnia artykułów i reklam w przekazach poświęconych politykom i polityczkom, jakie znaczenie płeć ludzi polityki ma dla zamieszczanych zdjęć i jaka jest ich wymowa. Ciekawił mnie również sposób zwracania się do poszczególnych rozmówców i wzmiankowania o bohaterach oraz to, w jaki sposób dziennikarze kierują rozmową i wywierają nacisk na rozmówców, kształtując ich wizerunki (oraz jak rozmówcy się temu przeciwstawiają).

Aby odpowiedzieć na stawiane sobie pytania musiałam przede wszystkim poznać statystyczną strukturę materiału, z którym miałam do czynienia. Pierwszy problem, z którym należało się zmierzyć, a który w istocie wyznaczył kierunek dalszych działań i możliwość wyciągania wniosków, dotyczył selekcji materiału. Czy powinnam sięgnąć po wszystkie numery wybranych tygodników, czy jedynie po ich próbkę? Zadanie, które przed sobą postawiłam okazało się niezwykle czasochłonne, ale dzięki temu uzyskałam pewność, że nie utraciłam z pola widzenia istotnych materiałów. Znaczenie tego wyboru niech odda fakt, że w całym zgromadzonym materiale, obejmującym 150 numerów, pojawiły się jedynie cztery wywiady z polityczkami działającymi w Polsce na szczeblu centralnym i czternaście artykułów

³⁸² Hipoteza twierdząca, że obecność polityczek w prasie jest mniejsza niż polityków byłaby w świetle dotychczasowych badań i doświadczenia życia codziennego pozbawiona sensu.

³⁸³ Hipotez byłoby mnóstwo. Należy też uwzględnić fakt, że w wielu przypadkach nie wiadomo jakiego trendu się spodziewać, a za każdym założeniem mogą stać mocne argumenty.

im poświęconych. W *Polityce* nie przeprowadzono żadnego wywiadu z polityczką, a tematykę tę poruszano najczęściej we *Wprost*. Każdy wywiad przeprowadzono z inną działaczką polityczną, a w artykułach dominowały dwie bohaterki (Joanna Mucha i Ewa Kopacz).

Spojrzenie na dane statystyczne ze zgromadzonego materiału ujawniło ciekawe zależności. Okazało się, że we wszystkich tygodnikach udział kobiet wśród postaci był nie tylko znacznie niższy od udziału mężczyzn – wynosił około 23% wszystkich postaci, podczas gdy mężczyźni stanowili około 76% postaci – ale również niemalże identyczny we wszystkich trzech periodykach. Również we wszystkich analizowanych tygodnikach odsetek jednostek prasowych, w których pojawiły się kobiety i mężczyźni okazał się bardzo zbliżony (81%-82% wszystkich jednostek z postaciami stanowią jednostki z mężczyznami, zaś kobiety pojawiają się w 24%-26% przekazów). Częściowo zaobserwowane wyniki może wyjaśniać fakt, że to mężczyźni piastowali najważniejsze stanowiska w państwie – prezydenta i premiera – i to oni dominowali w rządzie. Polityka polska wciąż pozostaje polityką liderów, na co wskazuje nie tylko liczba poświęconych jednostek³⁸⁴, ale również obecność na zdjęciach. Porównując wyniki analiz z danymi zagregowanymi dla lat 2016 i 2020 okaże się, czy trend ten się utrzymał, czy też uległ zmianie dzięki zmianom w roku 2015.

Uniwersalnym dla wszystkich tygodników okazał się trend, zgodnie z którym udział polityków wśród mężczyzn i polityczek wśród kobiet wzrastał wraz ze zmianą charakteru postaci – w wywiadzie był mniejszy, zaś w artykule większy. Zaobserwowane różnice są większe w przypadku polityków niż polityczek. Wszystkie wywiady i jednostki z bohaterami były obszerniejsze pod względem powierzchni netto (tj. powierzchni artykułu po odjęciu powierzchni zdjęć i innych jednostek współwystępujących na stronie) gdy pojawiły się w nich kobiety niż mężczyźni, jednak większa powierzchnia na osobę przypadała na bohatera-mężczyznę.

Kwestią dość często podnoszoną w badaniach jest płeć autorów, która miałaby wyjaśniać bardziej lub mniej przychylny stosunek do polityczek lub polityków. Statystyki wskazują, że we wszystkich tygodnikach artykuły dziennikarek były dłuższe pod względem powierzchni całkowitej oraz netto gdy bohaterem był polityk, dziennikarze zaś w dwóch z trzech tygodników więcej miejsca poświęcali polityczkom (jedynie w *Polityce* obszerniejsze okazały się jednostki o politykach). Uwzględnivszy kategorie tematyczne okazało się, że w każdej możliwej do porównania tematyce we *Wprost* i w *Polityce* jednostki napisane przez

³⁸⁴ Donald Tusk był bohaterem 51 (12% wszystkich) artykułów lub wywiadów z politykami-bohaterami, niezależnie od tego, czy byli to działacze polscy czy zagraniczni. Jarosław Kaczyński pojawił się w 28 jednostkach (6,7%).

dziennikarki były dłuższe, gdy bohaterem był polityk, a w *Newsweeku* jednostki autorstwa kobiet były dłuższe, gdy dotyczyły polityczek. Jak widać, poczynione analizy nie ujawniły uniwersalnych trendów w odniesieniu do powierzchni jednostek prasowych, w których pojawiali się politycy i polityczki nawet po uwzględnieniu płci autorów. Przeważnie w dwóch z trzech tytułów prasowych ujawniał się podobny schemat, natomiast trzeci tytuł się w niego nie wpisywał. Wskazuje to dość jednoznacznie, że badania uwzględniające jeden tylko periodyk lub czasopisma o odmiennym profilu ideologicznym dostarczają jedynie fragmentarycznej i niepełnej wiedzy. Poczynione w taki sposób wnioski nie mogą być konkluzyjne dla innych, nawet podobnych czasopism, na co wskazują wyniki analiz zaprezentowanych w tej pracy. Wygląda na to, że zróżnicowanie powierzchni (a z racji odmiennych formatów czasopism porównywałam ją w ujęciu względnym, zob. rozdz. 4.1.), widoczne w niniejszym badaniu, musi być wyjaśniane innymi czynnikami niż płeć ludzi polityki i dziennikarzy.

Wywiady przeprowadzali głównie mężczyźni, a ich udział wahał się od 58% do 63%, jednak w odniesieniu do ludzi polityki proporcje znacząco się zmieniały. O ile we *Wprost* i *Newsweeku* mężczyźni przeprowadzili od 87% do 71% wywiadów z ludźmi polityki, o tyle w *Polityce* byli autorami tylko 21% wywiadów (79% przeprowadziły polityczki; dla porównania: we *Wprost* przeprowadziły tylko 8% wywiadów z ludźmi polityki). W przypadku autorów artykułów różnice takie nie występują. Jedynie w *Polityce* wywiady prowadzone przez kobiety (17,54%) częściej niż wywiady mężczyzn (13,58%) ogniskowały się wokół zagadnień politycznych, choć było to dopiero trzecie pod względem częstości podejmowania zagadnienie. W pozostałych dwóch periodykach tematyka polityczna w wywiadach przeprowadzanych przez kobiety nie przekraczała 9%, zaś w przypadku mężczyzn nie spadała poniżej 25,5%.

Chociaż nie pojawiły się widoczne trendy w ujęciu statystycznym, analiza jakościowa ujawniła różnice w sposobie przedstawiania i traktowania polityczek i polityków w mediach. Jeśli pewne elementy czy zabiegi są stosowane wyłącznie lub w zdecydowanej większości względem przedstawicieli jednej tylko płci, można wnioskować o nierównościach zdeterminowanych genderowo (Uscinski i Goren 2011). Zostały one uchwycone w analizach. Ze względu na niewielką liczebność wywiadów z polityczkami w prasie opiniotwórczej, zagadnienie medialnego wizerunku tych kobiet jest niezwykle trudne do zbadania i nie pozwala na uogólnianie wniosków. Analiza wywiadów pozwoliła jednak na wskazanie – w świetle materiału badawczego – iż kobieta w odmienny sposób niż mężczyzna prowadzi wywiad, nie wplata do pytań opinii własnych (a przynajmniej są one marginalne), oddaje prymat rozmówcy, a stawiane przez nią pytania nie ukierunkowują rozmowy tak wyraźnie, jak

czynią to pytania stawiane przez dziennikarzy (stanowią raczej uzupełnienie tego, co już zostało powiedziane). Co więcej, żadne z pytań postawionych przez kobietę nie było oceniające względem polityczki, co zdarzało się w przypadku mężczyzn (było szczególnie widoczne w odniesieniu do Joanny Muchy). Należy mieć na uwadze, że ustalenia te opierają się wyłącznie na jednej jednostce prasowej i nie mogą one zostać w żaden sposób uogólnione. Ta kwestia wymaga dalszych badań i musi zostać zweryfikowana.

O ile wiele ustaleń okazało się niekonkluzywnych, potwierdziły się wyniki uzyskane przez Natalię Krzyżanowską (Krzyżanowska 2012) jakoby dziennikarki częściej cytowały wypowiedzi innych kobiet. Uzyskane dane statystyczne pozwoliły również potwierdzić, iż niemal dwukrotnie częściej po imieniu określano polityczki-bohaterki niż polityków, co jest zgodne z ustaleniami dotyczącymi Hilary Clinton oraz Baracka Obamy w okresie kampanii wyborczej (Uscinski i Goren 2011). Warto jednak pamiętać, że w badaniu tym wskazania dotyczyły wyłącznie pierwszego określenia, natomiast niniejsza analiza uwzględniała wszystkie zwroty obecne w tekstach. O ile zwrot po nazwisku okazał się sporadyczny gdy w kampanii startowali John Kay i Helen Clark (Ross i Comrie 2012), w analizowanych tygodniach poza okresem kampanijnym był to najczęstszy sposób przywoływania postaci – polityczki określano tak w połowie przypadków, zaś polityków w ponad 40%. Jednocześnie użycie funkcji, imienia i nazwiska było częstsze dla polityków (15,29%) niż dla polityczek-bohatek (1,32% wszystkich określeń). Najczęstsze w Nowej Zelandii (Ross i Comrie 2012) użycie imienia i nazwiska w polskich realiach okazało się dopiero trzecim w kolejności (w odniesieniu do bohaterek, drugim w odniesieniu do polityków) sposobem odnoszenia się do ludzi polityki. Analiza dowiodła jednak, że zdrobnienia używane są podobnie często w odniesieniu do polityczek, jak i polityków niezależnie od tego, czy użyte jest wyłącznie imię, czy imię i nazwisko. Do funkcji pełnionej obecnie oraz do tytułów naukowych częściej odwoływały się dziennikarki, natomiast dziennikarze częściej wspominali o postaciach za pomocą funkcji pełnionej obecnie lub połączonej z imieniem i nazwiskiem. Podkreślenia wymaga jednak fakt, że zwroty analizowano jedynie w artykułach z polityczkami-bohaterkami.

Warto podkreślić, że płeć okazała się mieć znaczenie dla liczby wypowiedzi kobiet, które przytaczane były w artykułach. W toku badań okazało się, że dziennikarki są zdecydowanie bardziej skłonne do cytowania kobiet i polityczek niż dziennikarze (którzy chętniej sięgali po parafrazy). Są one jednocześnie mniej skłonne do cytowania wypowiedzi mężczyzn niż dziennikarze (w przypadku parafraz odnotowano podobny odsetek). Polityczki-bohaterki są zdecydowanie rzadziej niż politycy opisywane poprzez wskazanie na pełnioną

przez nich funkcję, imię oraz nazwisko, a różnica jest znacząca: w przypadku polityczek notuje się 1,2 określenia na artykuł, zaś w odniesieniu do polityków 4,4 takie określenia.

Przyjmując za punkt odniesienia liczbę wszystkich zdjęć w wywiadach we wszystkich trzech tygodnikach okaże się, iż nie pojawiają się wyraźne zależności pomiędzy płcią autorów a liczbą umieszczanych zdjęć bohaterów reprezentujących poszczególne kategorie postaci. Nie pojawiły się także stałe zależności między płcią dziennikarzy a powierzchnią zdjęć kobiet i mężczyzn, ludzi polityki i ich partnerów. Także w odniesieniu do umiejscowienia i powierzchni fotografii nie dostrzeżono żadnych uniwersalnych prawidłowości

Udział kobiet na fotografiach waha się od 21% do 33% wszystkich zdjęć ludzi polityki, natomiast udział mężczyzn jest względnie stały i wynosi od 85% do 91%. Zdjęcia polityczek stanowią od 13% do 19% wszystkich zdjęć z postaciami politycznymi (od 55% do 62% zdjęć kobiet), politycy zaś od 96% do 99%. Znamienne jest również to, że udział mężczyzn polityczek jest znikomy (nie przekracza 1,2%), zaś udział kobiet polityków waha się od 25% do 28%. We wszystkich trzech tygodnikach udział zdjęć kobiet i polityczek wśród wszystkich zdjęć zamieszczonych w wywiadach był mniejszy od średniego udziału w całym tygodniku, natomiast udział zdjęć mężczyzn i polityków wśród zdjęć towarzyszących wywiadam był od średniej większy. We wszystkich trzech tygodnikach udział zdjęć kobiet i polityczek okazał się również mniejszy w wywiadach, a większy w artykułach, podczas gdy dla mężczyzn i polityków zaobserwowano zależność odwrotną. Politycy nawet siedmiokrotnie częściej występowali na zdjęciach samodzielnie (60%-70% wszystkich zdjęć) niż polityczki (7%-10,5% zdjęć).

Znacząca różnica widoczna jest także w sposobie portretowania poszczególnych postaci. Żadna polityczka nie została uchwycona od stóp do głów, choć pojawiały się popiersia, plan amerykański i zbliżenia twarzy. W jednostkach dotyczących mężczyzn zamieszczano zdjęcia prezentujące również całą postać polityka. W żadnym przypadku polityk nie został sfotografowany w pozie sugerującej sytuację intymną (np. spojrzenie na kochankę) ani prywatną (delektowanie się kawą), jak to miało miejsce w odniesieniu do polityczek (wyjątek może stanowić zdjęcie zamieszczone w wywiadzie z Joanną Kluzik-Rostkowską, na której ukazano Jarosława Kaczyńskiego). O ile kobiety prezentowano w biegu, na kanapie, czy przy stoliku kawowym, mężczyźni pojawiali się na tle barw narodowych, godła, korytarzy sejmowych i gabinetów. Zdjęcia polityków budowały etos profesjonalistów, natomiast obrazy kobiet przeważnie ujmowały im powagi. Podkreślano kobiecość polityczek i pokazywano je od strony prywatnej, a tylko nieliczne zdjęcia ukazywały je w sposób profesjonalny. O ile kobiety

częściej były uśmiechnięte i zadowolone, mężczyźni bywali prezentowani jako smutni, zdołowani i obarczeni problemami.

Chociaż zdjęcia obrazujące polityczki mogą ukazywać je w otoczeniu potencjalnie sprzyjającym ich wizerunkowi, w rzeczywistości jednak pozbawiają je prestiżu poprzez sugestie, że są one wyłącznie ładnymi buziami lub celebrytkami, nie radzą sobie z obowiązkami lub nie są traktowane poważnie. Istnieją również zdjęcia (towarzyszące Joannie Musze), które prezentują bohaterki w negatywnym świetle lub są prześmiewcze, a ich sceneria współgra z tą wymową i ją współtworzy. Pojawiła się również trzecia grupa zdjęć, które budowały pozytywny lub neutralny wizerunek bohaterki, choć w istocie mogły kontrastować z przekazem zawartym w treści, a przez to podkreślać cechy negatywne.

Choć w literaturze przedmiotu podkreśla się, że przyjętym zwyczajem jest opisywanie przed rozpoczęciem wywiadu wyglądu rozmówczyni i sytuacji, w której rozmowa ma miejsce, w analizowanych materiałach takie wprowadzenia się nie pojawiły. Wydaje się, że wizualna prezentacja była tak klarowna, że dodatkowy opis nie był konieczny (generalnie występuje on w wywiadach rzadko). Pojawiały się jednak odwołania do wyglądu w artykułach, gdy opisywano między innymi ubiór polityczek (oraz jego kolor) i zachowanie (np. chęć pozowania).

W wywiadach z kobietami znaczące były kwestie personalne i kulturowe, zaś w odniesieniu do mężczyzn polityczne, kulturowe oraz społeczne. Nie pojawił się żaden trend w zakresie poruszanych tematów z polityczkami, natomiast z politykami w każdym tygodniku najczęściej podejmowano kwestie polityczne. Najbardziej zogniskowanym wokół tematów politycznych okazał się wywiad z Hanną Gronkiewicz-Waltz, jednak inaczej niż w przypadku polityków pytano ją nie o fakty i prognozy, ale o opinie i przekonania własne. Punkt ciężkości nie stanowiła wiedza, ale wiara, odczucia i chęci. Prezydent Warszawy była jednak jedyną polityczką, w wywiadzie z którą określenie *was* stawiało ją w pozycji czołowego polityka. Podobne określenie w wywiadzie z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą przekierowywało punkt ciężkości z polityczki na kobietę polityka (wdowę smoleńską).

Wśród poruszanych z polityczkami tematów znalazły się kwestie kierownictwa w partii (zobrazowane metaforycznie), omawiano poparcie dla wniosku o Trybunał Stanu, zagadnienia feministyczne, przywoływano plotki i wspominano o cechach charakteru (poruszono również kwestię potencjalnego wpływu prezydent Warszawy na premiera Tuska). Pytano o wrażenia z pracy Sejmu i istniejących tam relacji międzyludzkich³⁸⁵ oraz opinie na temat działania

³⁸⁵ Pytanie do Małgorzaty Szmajdzińskiej-Sekuły. Podobne pytanie zostało postawione Janowi Mosińskiemu w rozmowie z 23 marca 2016 roku przez Michała Zimniaka: „A czy w tych początkowych dniach kadencji coś

instytucji państwowych. Podnoszono także kwestię oczekiwań społecznych, którym powinny polityczki sprostać. Wspominając o polityczkach, czy to w rozmowach, czy w artykułach, podejmowane są kwestie lub nakreślany kontekst prywatny. Omawia się kwestie osobiste, a naturalnymi elementami wydają się pytania o dom, rodzinę i umiejętność godzenia ról prywatnych z zawodowymi. W wywiadach kobiety polityki były pytane wprost o to, jak wypełnią rolę babci i jak pogodzą ją z rolą polityka. Podkreślano także, że działalność polityczna skutkuje ograniczeniem czasu dla rodziny, co wyrządza jej szkodę i odbija się na dzieciach. W wywiadach pojawiło się również pytanie o to, co powiedział lub doradziłby mąż i czy aktywność polityczna rozmówczyni jest hołdem dla niego. W artykułach opisywano życie rodzinne, wspomniano o liczbie dzieci oraz podawano ich wiek, kwestie zamieszkania i opieki rodzicielskiej. Ukazano również życie rodzinne jako hamulec na drodze do kariery politycznej. Podejmowano zagadnienia związane z życiem prywatnym – przeprowadzki, związki intymne oraz rzekome cięższe. Jedną z posłanek ukazano jako samotną kobietę, ubolewającą nad brakiem potomstwa. Sięgano do lat szkolnych i przedstawiano je jako pilne uczennice i aktywne harcerki. Skupiano się na wizerunkach i sesjach zdjęciowych.

W analizowanych artykułach wspomniano o rodzinie w 6 z 14 jednostek, a o latach szkolnych lub studenckich w 3 jednostkach. Jedynie przy opisie Agnieszki Kozłowskiej-Rajewicz wspomniano datę urodzenia. Kwestie wizerunku poruszano w 11 jednostkach, a o cechach osobowych dyskutowano w 12 przekazach. Zdecydowanie częściej podnoszono kwestię popełnionych przez polityczki błędów niż zasług, przy czym te pierwsze były szeroko dyskutowane, a te drugie lakonicznie wspominane.

Kwestie osobiste podejmowano zdecydowanie częściej w artykułach i wywiadach z polityczkami niż politykami (w odniesieniu do polityków nie dotyczyły relacji, lecz ustaleń – np. miejsca zamieszkania). Rodzina została przedstawiona nie tylko jako element ograniczający (zaniechanie kariery politycznej na rzecz męża) czy utrudniający (rozłąka z dziećmi), ale też aktywność odbierająca rodzinie bliską osobę. Chociaż w literaturze twierdzi się, że karierę polityczek cechuje opóźniony start, Joanna Kluzik-Rostkowska jest tego zaprzeczeniem – rozpoczęła ją, gdy dzieci były małe. Podkreśliła ona jednak, że działalność ta odbijała się na życiu prywatnym (np. musiała wracać z urlopu i zostawiać dzieci z opiekunką).

Z politykami podejmowano problematykę, której zabrakło w wywiadach z polityczkami: kwestię emerytur, podatków, polityki zagranicznej oraz ideologii politycznej i partyjnej. Wydaje się zatem, że mężczyźni postrzegani są jako eksperci od twardych

Pana zaskoczyło w Warszawie?” (Zimniak 2016). W wywiadzie tym nie padło pytanie o emocje w sejmie (np. „ślady nienawiści”) ani o relacje, jak to miało miejsce w przypadku Małgorzaty Szmajdzińskiej-Sekuły.

zagadnień (choć z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą podjęto kwestie obronności kraju, zaznaczając jednak, że miękkie kwestie mogą lub powinny być ważniejsze), kobiety zaś wypowiadają się w zakresie stawianych im oczekiwań, wyobrażeń i plotek (np. o informacji, które jedna z rozmówczyń mogła usłyszeć od czołowych działaczy swojej partii).

Sposób przedstawiania polityczek w analizowanych jednostkach prasowych oddaje ustalenia poczynione dotychczas w literaturze przedmiotu i wzmacnia bariery oraz przeszkody stojące na drodze kobietom, które chcą działać w polityce (zob. rozdz. 2.2.). W dalszym ciągu postrzegane są jako marionetki, osoby *upiękuszające* wizerunek rządu czy partii, odmawia się im kompetencji, krytykuje poczynania i nie zwraca uwagi na sukcesy. W jednostkach podejmowana jest – choć niejednokrotnie w bardzo ograniczony sposób – problematyka spychania na odleglejsze miejsca na listach wyborczych oraz kwestia drogi do polityki oraz powodów mianowania na stanowiska. Co zastawiające i stojące w sprzeczności z ustaleniami badaczy jakoby brakowało wśród kobiet solidarności, w artykułach o Joannie Musze wspomniano o jej drodze do wielkiej polityki, którą rozpoczęła dzięki kobiecie, Zycie Gilowskiej. Stoi to w sprzeczności z ustaleniami badaczy, wedle których kobiety, które już zrobiły kariery nie są chętne do pomocy innym kobietom. Również w przypadku Agnieszki Kozłowskiej-Rajewicz kobieta odegrała dużą rolę – w artykule jej poświęconym wspomniano o tym, że to Małgorzata Kidawa-Błońska zaproponowała ją na stanowisko pełnomocniczki. Jednocześnie widoczne jest przekonanie polityczek (wyartykułowane przez Joannę Muchę w wywiadzie), że kobietom nie jest trudniej pod względem zawodowym, co potwierdzałoby ustalenia, że kobiety na szczytach nie dostrzegają tego problemu. Z drugiej strony teza ta jest ciekawa, ponieważ niejednokrotnie powoływano się na płeć jako czynnik utrudniający jej działalność polityczną.

W przypadku kobiet nabiera szczególnego znaczenia również wygląd i wizerunek. Bardzo często pojawiają się odniesienia do płci jako do elementu umiejscawiającego kobiety w szerszych politycznych ramach – określenie kogoś mianem *kobiety*, wskazanie na płeć, wydaje się w mgnieniu oka przywoływać wszystkie stereotypowo zawierające się w nim cechy, które pozwalają chociażby *pasować do obrazów z ponurych kostnic*, łagodzić polityczne obyczaje i pokazywać kobietą stronę polityki. Płeć była też podkreślana przez same polityczki jako element różnicujący i okazała się również trampoliną do najwyższych stanowisk politycznych ze względu na wymogi parytetowe oraz ocieplanie wizerunku.

Najczęściej, co współgra z ustaleniami literatury przedmiotu, wskazywano na konieczność wyboru kobiety ze względu na parytety oraz wygląd. Zdaniem jednego z działaczy, aby zostać ministrem trzeba było być ładną i posłuszną kobietą. Kobiety miały

znaleźć się w rządzie nie z powodów merytorycznych, ale ze względu na płeć, a na stanowiska odbywała się *regularna łapanka* (W8/270): politycy *chodzili i wskazywali* (W8/270) osoby mające wejść w skład rządu. Co więcej, liczył się wygląd jako jedno z kluczowych kryteriów, a ponadto lojalność i bycie posłuszną oraz brak silnej pozycji w partii. Wszystkie te elementy zostały opisane jako bariery utrudniające drogę do kluczowych, decyzyjnych politycznych stanowisk (rozdz. 2.2.2.). Awansuje się zatem te kobiety, które nie stanowią zagrożenia dla liderów, będą wypełniać za nich obowiązki i dużo pracować (zarówno o Joannie Musze, jak i Ewie Kopacz mówiono, że są pracowite). Sztandarowym przykładem jest Joanna Kluzik-Rostkowska, która wedle informacji zawartych w wywiadzie została zdeklasowana z uwagi na to, że mogła zagrozić liderowi (choć jasno deklarowała, że nie miała takiego zamiaru). Wystarczy zatem cień podejrzenia, by zostać odsuniętym lub zepchniętym na dalsze miejsca na liście. Potwierdziła się również teza z dotychczasowych badań, jakoby polityczki miały konkurować ze sobą w tym samym okręgu – doświadczyła tego Joanna Mucha.

Zdaniem badaczy polityczki stanowią *zasłużoną obsługę zaplecza* i takie ujęcie potwierdza się w doświadczeniach Joanny Kluzik-Rostkowskiej. Działała ona na rzecz partii pozostając przez długi czas niewidoczną, chowana w *kanciapie z telefonem, doklejona do zespołu doradców*. Pełniła również rolę opiekuńczą, miała bronić i pocieszać prezesa Kaczyńskiego, a w kontaktach z nim (sugerowano, że z racji płci) mogła pozwolić sobie a więcej niż mężczyźni. Jej rola była określana przez innych polityków.

Ambicja jest w przypadku polityczek oceniana negatywnie przez partyjnych liderów (takie osoby stanowią zagrożenie), ale jednocześnie utożsamiana z politykami-mężczyznami. Krystalizuje się obraz polityka jako osoby, która ambicje polityczne posiadać musi, chociaż w przypadku kobiet konieczne jest eksplicytne ich wyrażenie, podczas gdy względem mężczyzn przyjmowane są *a priori*. Pojawiły się jednak sprzeczne definicje tej cechy – w przypadku polityczki za ambicję uznano snucie dalekosiężnych planów (w perspektywie dekady; ich brak skutkowało posądzeniem o brak ambicji), podczas gdy w odniesieniu do polityka kilka lat stanowiło zbyt odległy czas. Polityk jest *zbyt wytrawny*, by snuć wieloletnie plany, zaś od polityczki było to oczekiwane. Pozostaje otwarte pytanie o to, czy definicja ta nie wynikała z osobistych przekonań dziennikarzy (wywiady przeprowadzały inne osoby). Co więcej, chęć sprawowania najwyższych stanowisk w państwie została określona mianem *klasycznych, męskich ambicji politycznych*, co pozwala również twierdzić, że polityka wciąż pozostaje domeną aktywności męskiej, a kobieta musi się dostosować do panujących standardów.

W literaturze przedmiotu wskazuje się na to, że w odczuciu polityczek wielka polityka (na szczeblu centralnym) nie pozwala na dokonanie czegoś dla społeczności, a zatem nie stanowi atrakcyjnego pola działania kobiet. Podobne tezy pojawiły się również w analizowanym materiale. Hannę Gronkiewicz-Waltz bardziej od fotela premiera interesowało to, czy w Warszawie będzie odpowiednia infrastruktura i instytucje ułatwiające codzienne funkcjonowanie (np. żłobki, przedszkola). Również Małgorzata Szmajdzińska-Sekuła wskazywała na chęć działania w polityce w określonym celu, by czegoś dokonać, a nie jedynie sprawować władzę. Wydaje się, że posiadanie władzy dla władzy jest utożsamiane z najwyższymi stanowiskami i mężczyznami, zaś praca i realne dokonania z kobietami. Z tego względu można sądzić, że istotnie kobiety są w polityce po to, by rozwiązywać problemy, a nie budować instytucje (Siemieńska 2003b).

Chociaż to kobietom stereotypowo przypisywane są emocjonalność i chaos, to właśnie im taki sposób organizacji życia politycznego przeszkadza (wskazała na to w wywiadzie Małgorzata Szmajdzińska-Sekuła). Nowo wybranej posłance w Sejmie przeszkadzał chaos, prowadzenie działań *na łapu-capu* i brak organizacji, a ponadto organizowanie w jednym czasie kilku komisji, z których w każdej powinna uczestniczyć.

Z analizowanego materiału wyłania się obraz polityki nie tylko jako chaosu, pola walki, bagna, w które można *wdepnąć* i jatki, ale działalność ta określana jest również mianem *jałowej*. Sejm to miejsce, w którym ścierają się różne grupy interesów i buzują emocje. Pojawiła się również dziennikarska sugestia (wyrażona dość dosadnie), że poświęcanie życia polityce jest jego *marnowaniem*. Uwidacznia się przekonanie, że polityka toczy się podczas nieformalnych spotkań w męskim gronie, gdzie kobieta wciąż jest obcym. To pole aktywności pełne zdrad i pozbawione honoru, w którym celem nadrzędnym staje się polityczne przetrwanie, nawet za cenę honoru.

Z drugiej jednak strony wskazano na wartościowość działań politycznych, misję, możliwość dokonania czegoś dla innych. W tym przypadku można podkreślić sugestię jednej z polityczek, iż jej zdaniem to dziennikarze są odpowiedzialni za ramowanie polityki jako wojny, a w rzeczywistości można unikać konfliktów i rozwiązywać problemy na drodze pokojowej.

O ile analiza wywiadów pozwoliła wyciągnąć pewne ogólniejsze wnioski dotyczące jednostek ze wszystkimi polityczkami, o tyle w przypadku artykułów sposób pisania i portretowania postaci był odmienny i zależny od tego, o kim traktowała jednostka prasowa. Ustalono, że pozytywny wydźwięk miała jedynie jednostka traktująca o Agnieszce Kozłowskiej-Rajewicz jako pełnomocniczce do spraw równego traktowania, którą ceniono

za odwagę, siłę i upór w dążeniu do celu, jednocześnie podkreślając jej kobiecość. Krytykowano wpadki Joanny Muchy, nieporadność, kłamstwa i charakter Ewy Kopacz, fałsz i brak honoru Joanny Kluzik-Rostkowskiej i brak poszanowania dla innych ludzi i poglądów przez Krystynę Pawłowicz. We wszystkich jednostkach odnoszących się do tych trzech polityczek szczególną uwagę przykładano do niepowodzeń i wpadek, a jeśli wspomniano o czymś, co można uznać za sukces, odbywało się to w sposób lakoniczny.

Wydaje się, że w *Polityce* prezentowano najbardziej przychylny polityczkom sposób opisu ze względu na to, iż jeden artykuł (autorstwa kobiety) był całkowicie przychylny Agnieszce Kozłowskiej-Rajewicz, drugi natomiast (autorstwa mężczyzny) przywoływał nie tylko punkt widzenia krytyków Joanny Muchy, ale również osób biorących ją w obronę lub oddawał głos samej zainteresowanej, która w ten sposób mogła wyjaśnić motywy swojego postępowania lub sprostować nieprawdziwe jej zdaniem opinie. W pozostałych jednostkach sporadycznie przytaczano pozytywne fakty, a jeśli miało to miejsce, to albo następowały po nich sprostowania (w odniesieniu do Ewy Kopacz), lub też wspomniano o zasługach, sugerując że porażki mogą je przysłonić, tak by poszły w zapomnienie. Wnioskując na podstawie badań Katarzyny Brzozy (2017), w latach 2014-2015 nie uległo to zmianie – kobiety polityki wciąż najczęściej wskazywano na porażki, kryzysy, interesowność i knowania, bycie marionetkami lub ofiarami oraz wygląd.

Obsadzanie stanowisk kobietami, którym można zarzucić niekompetencję może świadczyć o chęci udowodnienia, że kobiety do polityki się nie nadają. Za przeczące tej tezie można uznać próby ratowania wizerunku Joanny Muchy i podpowiadania, co powinna, a czego nie powinna mówić i robić. Z drugiej jednak strony należy mieć na uwadze, że jej wizerunek odbijał się na wizerunku partii, przez co próby jego poprawy miały znaczenie ponadjednostkowe. W tym kontekście można stwierdzić, że o ile przyznanie Joannie Musze funkcji ministra sportu przez niektórych było postrzegane jako zagranie celowe, którego efekt łatwo dał się przewidzieć, na tak drastyczne uszczerbki w wizerunku pani minister zapracowała sama. Fakt pozostaje faktem, że teza o kobietach nienadających się do polityki wydaje się sprawdzać, gdyż przytaczano wypowiedzi świadczące o tym, że Joanna Mucha *ma największy polityczny potencjał wśród kobiet w Platformie*, a i tak nie podołała stawianym przed nią zadaniom.

W materiale badawczym w sposób naturalny przywoływano bycie kobietą jako argument i uznawano ją za wyznacznik dopasowania do określonych warunków otoczenia. Pojawiło się odwołanie do stereotypu matki-Polki i nawiązanie do stereotypów płci związanych z kolorem włosów (Joanna Mucha została przedstawiona jako ta, która przebiła wszystkie

blondynki). Ponadto oceniając potencjał polityczki ujawniono podwójne standardy – punktem odniesienia były inne kobiety w partii, a nie politycy w ogólności (lub mężczyźni, koledzy z rządu albo poprzednicy na stanowisku ministra?). Uwidoczniło się przekonanie o kompetencjach kobiet w partii (przynajmniej PO), wśród których, jak podkreślano, Joanna Macha miała największy potencjał. Sugerowało to pośrednio, wnioskując na podstawie oceny działań pani minister, że kompetencje żeńskiej części partii są znikome. Przy tej okazji ujawnili oni własne skłonności do stereotypizacji i uogólniania.

Dziennikarze przeprowadzający wywiady przyjmowali odmienne role, choć przeważnie byli dyskutantami lub antagonistami. W analizowanym materiale wyraźnie wyróżnił się wywiad Teresy Torańskiej z Joanną Kluzik-Rostkowską, który przypominał wywiad swobodny. Oddała ona prym rozmówczyni i jedynie sporadycznie dopytywała o poruszane kwestie. Stosunek dziennikarzy do rozmówców i bohaterów ujawnił się między innymi w tym, w jaki sposób zwracali się lub wzmiankowali o polityczkach. W wywiadach najczęściej używano zwrotu *pani*, choć wspominając o polityku użyto nazwy funkcji (*poseł Tomaszewski*). Również w artykułach jedynie sporadycznie podkreślano pełnione przez polityczki role, mimo iż każda z nich posiadała doświadczenie polityczne. Jedynie względem Hanny Gronkiewicz-Waltz dziennikarz zwrócił się do niej per *pani prezydent*, jednak ta rozmówczyni była traktowana odmiennie do pozostałych polityczek, bardziej *po męsku*. Zaprezentowano ją jako jednego z czołowych polityków Platformy, który posiada odpowiednie kontakty i znajomości (niezbędne dla politycznej kariery – zasugerowano to wyraźnie w wywiadzie z Małgorzatą Szmajdzińską-Sekułą).

Przeprowadzona analiza wywiadów dowiodła, iż względem polityczek i polityków stosuje się odmienne zabiegi i w inny sposób przeprowadza się rozmowy, a w kontekście materiału badawczego widać, że może mieć tu znaczenie również płeć dziennikarza. O ile jednostka autorstwa kobiety była względem rozmówczyni najbardziej neutralna, politycy sięgali po liczne zabiegi dyskredytujące polityczki. Można do nich zaliczyć bezpośrednie podważanie kompetencji poprzez eksplicytne stwierdzenie ich braku, zakwestionowanie wiedzy o elementach milcząco uznawanych za niezbędne dla osoby na danym stanowisku, odniesienie do płci, sugestie lub wyartykułowaną wprost tezę, że polityczka nie jest traktowana poważnie oraz że jej rolą jest spełnianie oczekiwań w miejsce niezależnego działania. Dziennikarze odmawiają polityczkom kompetencji również poprzez sugerowanie, że to uroda była powodem mianowania na dany urząd, odniesienie do ról rodzinnych i wynikających z nich obowiązków, pokazanych jako przeszkody dla działalności politycznej. Widoczne jest to również w bardziej formalnych elementach budowy przekazu – zestawieniach romantycznej

scenerii na fotografii z poważnymi aspiracjami politycznymi czy nieustannym powracaniu do pewnych tematów wielokrotnie w toku rozmowy.

Efektem poczynionych analiz jest również katalog zabiegów dziennikarskich, stosowanych w celu podważenia pozycji polityków. Istotnym elementem są powroty do już wcześniej podjętych kwestii, które mogą następować bezpośrednio po sobie, po kilku pytaniach pozostających w obrębie tej samej sekwencji tematycznej lub po przeskoku pomiędzy odmiennymi sekwencjami tematycznymi. Pytania mogą być zduplikowane, sparafrazowane lub zmodyfikowane, lecz pozostające w temacie. Im dłużej dziennikarz zwleka z ponownym zadaniem pytania i im bardziej różni się ono od pierwowzoru, tym bardziej można skłaniać się ku przekonaniu, że celem jest uśpienie czujności rozmówcy i uzyskanie pożądanej odpowiedzi (lub jakiegokolwiek odpowiedzi, jeśli rozmówca unika jej udzielenia).

Wśród technik stosowanych w celu zdyskredytowania rozmówców można wymienić między innymi technikę przemieszczenia cech (wskazanie na cechy płci przeciwnej o negatywnym wydźwięku) lub dyskredytacji przez płć (odniesienie do płci jako dowodu na niekompetencję), podważania racjonalności planowanych działań, niegodnych poprzedników (uszczerbek na wizerunku poprzez wskazanie niepożądanych powiązań), implicytnego tsunami (zadawanie kolejnych pytań w celu wywarcia pożądanego efektu i dopiero na końcu, po wywarciu określonego wrażenia refleksja nad ich sensownością) i technikę ujawniania wiedzy. Ta ostatnia jest narzędziem pozwalającym politykowi na wykazanie się, jednak może ujawnić również jego niekompetencję. Niebezpieczna wydaje się technika apriorycznych założeń, zgodnie z którą już w samym pytaniu ukryte są pewne przekonania, potwierdzane odpowiedzią. Jeśli rozmówca nie wychwyci ich w porę, może odnieść uszczerbek na wizerunku. Technika sprzecznych zeznań jest podobna do techniki mamy cię (ujawniającej tajemnicę, kłamstwo itp.), jednak opiera się na niezależnych wypowiedziach rozmówcy, które pozornie przeczą same sobie. Przykładem mogą być twierdzenia Hanny Gronkiewicz-Waltz, skutkujące wrażeniem, iż podejmuje ona działania z góry skazane na porażkę.

Rozmówcy również dysponują zestawem technik, dzięki którym nie tylko mogą kreować pozytywny wizerunek, ale również naprawiać wizerunkowe szkody wyrządzone przez dziennikarza. Mogą stosować technikę przełamywania schematu (dążenie do zmiany stanu uznanego za oczywisty), stróża porządku, demokratycznego pluralizmu (akceptacja punktów widzenia odmiennych lub sprzecznych z własnym, godzący we własne interesy) i realistycznego podejścia (skupianie się na tym, co możliwe i wymierne w skutkach). Niepopularne poglądy może łagodzić technika „nie, ale tak”, która pozwala najpierw

na wskazanie, że rozmówca nie identyfikuje się takim punktem widzenia, a później stwierdzenie, że jednak jest w tym pewna racja. Pomocna może być też technika przeramowania, czyli sprostowanie ramy dziennikarza i nałożenie własnej. Warto podkreślić, że analiza wywiadów polityków pokazała, że stosują oni zabiegi nieobecne w wywiadach z polityczkami.

Zdarza się, że rozmówcy sami psują swój wizerunek, a dzieje się to np. gdy stosują technikę instrumentalizacji. Joanna Kluzik-Rostkowska ukazała siebie jako osobę reifikującą ludzi i działającą instrumentalnie, kontaktującą się z ludźmi wyłącznie wtedy, gdy pojawia się taka potrzeba. Jedną z technik, która również może wyrzucić negatywny dla wizerunku profesjonalisty skutek jest technika niwelowania dystansu, czyli nasycania wypowiedzi słownictwem potocznym. W badanym materiale było widać, iż polityczki zdecydowanie częściej niż politycy używały języka potocznego, co z jednej strony skracało dystans do czytelnika, ale z drugiej strony nie pomagało budować pozycji profesjonalisty.

Kobietom i mężczyznom zadawano inaczej formułowane pytania – mężczyźni pyta się o konkrety oraz wiedzę na dany temat, natomiast polityczki o wyobrażenia, przeczucia czy chęci. Co więcej, mężczyznom pytania zadawane były wprost, podczas gdy w przypadku kobiet – nawet przedstawionej w najbardziej profesjonalny sposób Hanny Gronkiewicz-Waltz – stawiane były w sposób pośredni, opisowo, nie wprost. Wydaje się, że takie ujęcie oddaje rozróżnienie pomiędzy tym, jak uważa się że myślą i mówią kobiety oraz mężczyźni.

Dalsze badania powinny koncentrować się nie tylko na sposobie, w jaki rozmawia się i pisze o polityczkach, ale również zestawiać go ze sposobem rozmowy i opisu polityków. Określenie *zestawiać* jest o tyle na miejscu, że należy odejść od *porównywania* kobiet z mężczyznami, przez co jednocześnie czyni się ich punktem odniesienia. Należy bohaterów obu płci traktować jako osoby przejawiające cechy człowieka działającego w polityce, któremu należy nadać neutralną, nienacechowaną męskimi przymiotami formę. Należy monitorować liczebność kobiet i polityczek wśród postaci i liczbę przeprowadzanych z nimi wywiadów. W kontekście ostatnich lat i sprawowania urzędu premiera przez dwie kobiety można oczekiwać pozytywnych zmian w tym kierunku (nie bez zastrzeżeń, zobacz wyżej), ale wymaga to dalszych, sukcesywnych analiz. Należy uwzględniać periodyki dające podstawę do porównań po to, aby móc zrozumieć działające w nich mechanizmy i ich zmiany, a nie tylko przejawy różnic poglądowych.

W analizowanych artykułach widoczny jest również męski sposób postrzegania polityki i krytyka kobiet za działania pozytywnie oceniane w przypadku mężczyzn. Generalnie widoczna jest teza Partycji Eckert (2010) jakby polityczki oceniano przez pryzmat wyglądu

i temperamentu w miejsce sposobu uprawiania polityki i zdolności komunikacyjnych. Polityczka chcąc działać w polityce musi wyzbyć się swojej kobiecości i atrakcyjności, jeśli chce uchodzić za profesjonalistkę. Powinna odpowiednio się prezentować, nie popełniać *faux pas* w odniesieniu do stroju, ale też nie skupiać na nim przesadnej uwagi. Nie może zmieniać zbyt mocno i zbyt często wizerunków ani podkreślać kobiecości. Przede wszystkim jej działania powinny pozostawać w zgodzie ze stereotypowym postrzeganiem kobiecości – powinna cechować ją empatia, lojalność, wierność ideałom, bezinteresowność i szczerść. Z tej perspektywy wolty i transfery polityczne postrzegane są negatywnie, jako zdrada. Jeśli już do niej dojdzie, powinna zmienić swój wizerunek. Nie powinna jednak być emocjonalna, powinna wyzbyć się tego atrybutu. Nie powinna kłamać (może jednak *sączyć prawdę*), przyłapana na niezgodności z prawdą powinna *grzecznie przeprosić*, a gdy popełni błąd powinna mieć cywilną odwagę przyznać się do niego (nie wiadomo jednak, jak zostałoby to ocenione). Powinna unikać kategorycznych stwierdzeń na rzecz neutralnego języka i brać odpowiedzialność za swoje słowa. Polityczka powinna dbać o zgodną z interesem swojego resortu oraz dobrem podatników dystrybucję środków finansowych, nie powinna angażować się w to, co bezpośrednio jej nie dotyczy, ponieważ wtedy bierze na siebie odpowiedzialność za błędy podległych jej ludzi. Powinna znać się na dziedzinie, którą się zajmuje i nie pozwalać sobie na merytoryczne niedociągnięcia. Pozostaje otwarte pytanie o to, czy te same zalecenia można odnieść do polityków.

Można pokusić się również o nakreślenie wstępnej listy elementów, które mogą świadczyć o poziomie stronniczości artykułu. Wśród nich należałoby wymienić przede wszystkim odniesienia do płci przejawiające się podkreślaniami kobiecości, używaniem przysłów i powiedzeń obejmujących rozróżnienia płciowe i posługiwaniem się stereotypami w sposób eksplicytny lub implicytny, także na fotografiach. O stronniczości świadczyć mogą również zamieszczane zdjęcia: kształtują one wizerunek, a czytelnik inaczej postrzega postać uchwyconą w gabinecie, a inaczej w kawiarni. Dobór fotografii w kontekście treści również ma znaczenie i nawet zdjęcie wywierające na pierwszy rzut oka pozytywne wrażenie może prowadzić do wzmocnienia negatywnego przekazu zawartego w treści. Istotne jest również umiejscowienie postaci po jednej ze stron konfliktu, jeśli artykuł napisany jest w oparciu o ramę *polityka to wojna*, *polityka to walka* lub *polityka to sport*. Znaczenie ma sposób odnoszenia się do rozmówców i opisywania bohaterów – użycie tytułów naukowych i nazw pełnionych funkcji może być odmienne zależnie od płci polityków. Należy także uwzględnić techniki dziennikarskie, mogące skutkować oceną człowieka polityki.

Idealnie neutralny artykuł powinien zawierać opis takiej samej liczby gaf i zasług i poświęcać im równie wiele uwagi (powierzchnia lub liczba słów). W artykule nastawionym na obiektywizm należy oczekiwać, że stawianym zarzutom towarzyszyć będą kontrargumenty, a przedstawione zostanie również zdanie i punkt widzenia drugiej strony. Można zakładać, że zarzuty będą padały najpierw, zaś odpowiedź na nie nastąpi później. Artykuł nastawiony na dyskredytację natomiast najpierw wskaże pozytywy (np. wypowiedziane przez bohatera), a później je obali, podając fakty przeczące tym słowom lub umniejszające ich znaczenie.

Kolejnym elementem świadczącym o stronniczości może być brak przytoczonych wypowiedzi bohatera i oddanie głosu wyłącznie osobom trzecim (należy uwzględnić również stosunek obrońców do agresorów), jak również parafrazowanie tych wypowiedzi w miejsce cytowania i cytowanie osób niebędących bohaterami w miejsce parafraz. O stronniczości decyduje również sposób, w jaki artykuł zostaje rozpoczęty – już w tytule lub podtytule może zostać postawiony bohaterowi lub bohaterce zarzut, który w dalszej części może być jedynie odpierany lub uprawomocniany. Sugestia wystarczy, aby ukierunkować uwagę i narzucić w pewnym stopniu sposób odbioru. O sposobie podejścia do postaci decydują również porównania, jakie są względem niej zastosowane oraz obraz jej oponentów lub popleczników. Jeśli osoba, z którą pozostaje w konflikcie ukazana jest pozytywniej, działa to na niekorzyść bohatera, podobnie jak negatywne ukazanie sojusznika. Należy pamiętać, że stronniczość nie zawsze musi oznaczać negatywny stosunek do bohatera lub bohaterki.

Wnioskując o sposobie traktowania polityczek i polityków, o istnieniu bądź braku nierówności konieczne jest ustalenie punktu odniesienia. Widać to doskonale w rozdziałach poświęconych rozmówczynom i bohaterkom – wnioski są najbardziej pouczające, gdy ustalenia dotyczące polityczek odniesie się do tego, co zostało zaobserwowane dla polityków. Rzecz w tym, że często ogniskując uwagę na kobietach traci się z oczu mężczyzn, a to właśnie analiza porównawcza przynosi najistotniejsze konkluzje.

Nie spotkałam się jeszcze z żadnym badaniem ani analizą wizerunku mężczyzn w podobnym tonie, jak to się dzieje względem kobiet. Problem polega na tym, że mówimy o kobietach w polityce i odnosimy wnioski do neutrum, z tym, że owo neutrum jest automatycznie utożsamiane jest z mężczyznami. To kreacja biorąca za punkt wyjścia męskie standardy, bazująca na wyobrażeniach i przekonaniach bardziej niż na rzetelnych analizach. Należałoby określić typ idealny polityka, nowe neutrum, wypośredkowujące cechy zarówno kojarzone z kobietami, jak i mężczyznami (posiłkując się pojęciem *androgynii*) oraz zbadać, jak wpisują się w niego nie tylko kobiety, ale również i mężczyźni. Idąc dalej tym tokiem myślenia, należy nie tylko dążyć do zrównoważonego sposobu portretowania kobiet, ale

do ujednolicenia sposobów portretowania obu płci z uwzględnieniem takich samych zasad. Na tym etapie należy odejść od opisów *męskości* i *kobiecości*, które same w sobie podtrzymują tradycyjne podziały. Postuluję zatem, by mówić nie tyle o typach, ale o wskaźniku opisywanym w oparciu o kilka wymiarów: indywidualizm – wspólnotowość, dominacja – podporządkowanie, prywatne – publiczne, kompetencje – wygląd. Na podstawie tych wymiarów, podejmując się dalszych wysiłków, można stworzyć indeks władzy, wskazujący na typ wizerunku medialnego. Im niższa wartość indeksu, tym mniejsza legitymizacja dla sprawowania władzy. Indeks ten, zapewne nieco zmodyfikowany, może być użyteczny nie tylko w analizach odnoszących się do kobiet i mężczyzn, ale do każdej zbiorowości społecznej.

W tym kontekście indywidualizm opisywany jest w odniesieniu do takich wartości i cech jak dążenie do samorealizacji, zdobywanie kompetencji, doskonalenie umiejętności, ambicja, realizacja własnych celów. Wspólnotowość odnosi się do działań zorientowanych na społeczeństwo: realizacji celów określonej grupy w miejsce własnych, bycia przedstawicielem, założenia o konieczności spełniania czyichś oczekiwań. Dominacja to dominowanie w rozmowie, przejmowanie kontroli, niewerbalne sygnały dominacji; podporządkowanie to przyjmowanie czyichś standardów, zgoda na przejęcie przez kogoś kontroli, niewerbalne sygnały podporządkowania. Kategoria prywatności obejmuje opis w takich wymiarach, jak odniesienie do rodziny, przyjaciół, nieformalnych kręgów znajomych, zaś to, co publiczne zawiera odniesienia zawodowo-profesjonalne: współpracownicy, relacje zawodowe. Kompetencje pozwalają na opis bohaterów w kategoriach posiadanych (dodatni) lub nieposiadanych (ujemny) umiejętności, zaś wygląd odnosi się do fizyczności (podkreślanie wyglądu bądź pomijanie go). Przeciwwstawienie tych dwóch ostatnich wymiarów wydaje się w świetle badań i analiz uprawnione, acz można z tym polemizować.

Odnosząc wnioski z analiz do wspomnianych wymiarów widać, iż przeważnie sposób ukazywania kobiet jest bliższy wspólnotowości, podporządkowaniu, fizyczności oraz ujęciu prywatnemu, zaś mężczyźni częściej przedstawiani są w odniesieniu do kategorii indywidualnych, kompetencji, dominacji oraz w kontekście profesjonalno-zawodowym (publicznym). Przeprowadzone badania wskazują, że politycy nie tylko są opisywani w sposób, który pozwala upatrywać ich jako odpowiednie osoby na odpowiednich miejscach, ujmując jednocześnie powagi polityczkom, ale wśród ludzi związanych z polityką dominują liczebnie we wszystkich analizowanych tygodnikach stanowiąc około 75% wszystkich postaci. Nawet jeśli pominąć czołowych liderów politycznych, okaże się, iż politycy są liczniejsi od polityczek, a konkretni politycy pojawiają się częściej niż polityczki.

Wnioskując na podstawie poczynionych analiz można oczekiwać zwiększania się liczby kobiet w polityce, co z pewnością będzie efektem parytetów oraz dążenia do *upiększania* lub *feminizacji* kolejnych rządów (przynajmniej takie założenia mogą przyświecać mężczyznom). Z historycznej perspektywy widać, że istnieje tendencja do nieustannego zwiększania liczby kobiet w rządach również dlatego, by nie zostać posądzonym o zaściankowe poglądy i aby być kojarzonym z równouprawnieniem, a przez to zyskać przychyłność podobnie myślących środowisk. O rzeczywistym zwiększaniu się liczby aktywnych w polityce kobiet nie świadczy jednak ich udział w rządzie, który – jak wynika z analiz – może być przypadkowy, a polityczki mogą być wyłącznie *twarzami rządu*, ale autentyczne ich działanie i zaangażowanie oraz widoczność w mediach, świadcząca o zainteresowaniu tą działalnością. Badany materiał dostarczył dowodów na to, iż media interesują się przede wszystkim gafami polityczek, pomijają lub jedynie wzmiankują o sukcesach, przez co nie przyczyniają się do szerzenia przekonania, iż również kobiety mają w polityce coś do powiedzenia. Wspominane w jednostkach zainteresowanie życiem polityczek ze strony tabloidów również odbiera im powagi, stawiając w roli celebrytek. Zamieszczanie zdjęć z życia prywatnego nie służy budowaniu wizerunku, a kobiety są na te zabiegi narażone bardziej od mężczyzn.

Aby ułatwić kobietom polityczne kariery należy dołożyć starań, by w mediach portretowano je sprawiedliwie – wspominając zarówno o porażkach, jak i o sukcesach. Należy dążyć do tego, by były one bardziej widoczne medialnie i to takie kobiety, które mogą coś wniesić do dyskusji nad danym tematem. Po stronie poważnego dziennikarstwa leży zadbanie o to, by odejść od sensacyjnych, tabloidowych opisów wyglądu, relacji, skandali i życia prywatnego, ogniskując uwagę na działaniach. Dziennikarze powinni dokładać wszelkich starań, by w odniesieniu do polityków nie wskazywać wyłącznie na to, co im się nie udaje, ale pisać również o sukcesach. Każdy taki artykuł bowiem przyczynia się do budowy nie tylko wizerunku osoby, którą opisuje, ale również rzutuje na sposób postrzegania polityki. Jak ustalono w literaturze przedmiotu, kobiety wykazują dystans względem politycznych i partyjnych przepychanek, a wizerunek taki wciąż kreują media. Kobieta na jednym z najwyższych stanowisk to albo marionetka w rękach lidera, albo element wizerunkowy. W świecie zmediatyzowanej polityki to media muszą narzucić odpowiednie standardy, aby zadbać o to, że kampanie staną się merytoryczne w miejsce wizerunkowych oraz że liczyć się będą wiedza i kompetencje, a nie uroda lub znajomości.

Bycie kobietą w polityce z roku 2012 to wciąż bycie inną i obcą. Wciąż aktualne jest stwierdzenie Magdaleny Środy, że polityk może być kobietą, chociaż *innego gatunku (lub o innym powołaniu)* (Środa 2012, 341), jednak kobieta nie jest politykiem *sensu stricto*. Kobieta

odwraca uwagę od polityki i meritum. Tylko te polityczki, które przyzwyczały do siebie opinię publiczną i udowodniły swoje znaczenie w ramach zdefiniowanej przez mężczyzn przestrzeni politycznej (jak Hanna Gronkiewicz-Waltz) były traktowane bardziej rzeczowo niż pozostałe. Wciąż jednak nie są traktowane tak, jak politycy.

7 Bibliografia

- Aday, Sean; Devitt, James (2001). „Style over Substance: Newspaper Coverage of Elizabeth Dole's Presidential Bid” *The Harvard International Journal of Press/Politics*, March 2001 6(2), s. 52-73.
- Adler, Nancy (1999). „Women of Influence” [w:] *Handbook of gender and work*, Gary Powell (red.). Thousand Oaks.
- Agenda Setting Theory. <http://www.communicationstudies.com/communication-theories/agenda-setting-theory> (data uzyskania dostępu: 30.09.2014).
- Allen, Amy (2011). *Feminist Perspectives on Power*. 09.03.2011. Źródło: <http://plato.stanford.edu/entries/feminist-power/#PowResLibFemApp> (data uzyskania dostępu: 29.08.2014).
- Allison, Anne (2007). „Japońskie matki i obento: pudełko w drugim śniadaniu jako ideologiczny aparat państwa.” [w:] *Gender. Perspektywa antropologiczna cz. I*, Renata Hryciuk i Agnieszka Kościańska (red.), s. 146-170. Warszawa: WUW.
- Alvesson, Mats; Billing, Yvonne Due (2003). „Kobiety i zarządzanie: cztery perspektywy teoretyczne.” [w:] *Aktorzy życia publicznego. Płeć jako czynnik różnicujący*, Renata Siemieńska (red.), s. 98-130. Warszawa: Scholar.
- Andruszkiewicz, Iwetta (2009). „Stereotypy pracy zawodowej kobiet w Polsce i w UE.” [w:] *Kobiety we współczesnej Europie*, Magdalena Musiał-Karg (red.), s. 27-39. Toruń: Adam Marszałek.
- Arcimowicz, Krzysztof (2013). *Dyskursy o płci i rodzinie w polskich telesagach*. Warszawa: Żak.
- Aries, Elizabeth (1996). *Men and Women in Interaction : Reconsidering the Differences*. New York: Oxford University Press.
- Ashley, Laura; Olson, Beth (1998). „Constructing Reality: Print Media's Framing of the Women's Movement, 1966 to 1986” *Journalism & Mass Communication Quarterly*, s. 263-277.
- Asiedu, Darin Joanna (2005). „Wizerunek kobiet w męskich magazynach niepornograficznych na przykładzie *Czasopisma Każdego Mężczyzny*”. *Media – Kultura – Komunikacja Społeczna*, nr 1, s. 70-86.
- Bagiński, Dobrosław (2004). „Magia obrazu.” [w:] *Psychologiczne aspekty odbioru telewizji II*, Piotr Francuz (red.), s. 9-22. Lublin: TNKUL.
- Banwart, Mary Christine (2010). „Gender and Candidate Communication: Effects of Stereotypes in the 2008.” *American Behavioral Scientist*, s. 265-283.
- Baran, Stanley; Davis, Dennis (2007). *Teorie komunikowania masowego*. Kraków: WUJ.
- Barthes, Roland (1977). *Image, Music, Text*. London: Fontana Press.
- Bator, Joanna (1998). *Wizerunek kobiety w reklamie telewizyjnej*. Warszawa: ISP.
- Baudrillard, Jean (2006). *Wojny w Zatoce nie było*. Warszawa: Sic!.
- Baudrillard, Jean (2005). *Symulakry i symulacja*. Warszawa: Sic!.
- Bauer, Zbigniew (2010). „„Twój głos w Twoim domu”: cztery typy tabloidyacji.” *Oblicza komunikacji*, nr 3, s. 37-47.
- Bauer, Zbigniew (1988). „Portrety przywódców politycznych świata w prasie polskiej” *Zeszyty Prasoznawcze*, nr. 1(115), s. 11-26.
- Bauman, Zygmunt (2006). *Płynna nowoczesność*. Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Benson, Ophelia; Stangroom, Jeremy (2011). *Dlaczego Bóg nienawidzi kobiet?* Warszawa: Czarna Owca.
- Berger, John (1972). *Ways of Seeing*. London: BBC and Penguin Books.
- Bergmann, Magdalena (2009). „Autoportret feminizmu we współczesnej Polsce.” [w:] *Płeć w życiu publicznym*, Marek Jeziński, Maria Wincławska i Barbara Brodzińska (red.), s. 43-54. Toruń: UMK.
- Betkiewicz, Witold (2010). „Demograficzno-społeczny obraz posłanek na Sejm RP” [w:] *Kobiety u władzy?*, Irena Pańków i Barbara Post (red.), s. 133-164. Warszawa: ISP PAN.
- Bielecka, Anna (2009). „Historia i współczesność zmagania kobiet irackich o równouprawnienie” [w:] *Gender. Kobieta w kulturze i społeczeństwie*, Beata Kowalczyk, Katarzyna Zielińska i Ben Koschalka (red.), s. 237-254. Kraków: Rabid.
- Biuro Komunikacji Społecznej (BKS 2012). *Mała statystyka Senatu*. BKS.
- Biuro Komunikacji Społecznej (BKS 2011). *Mała statystyka Senatu VIII kadencji*. BKS.
- Błazek, Magdalena; Chryk-Gawrychowska, Anna; Kaźmierczak, Anna (2009). „Samorealizacja czy relacja? koncepcja na różnych sferach życia a poczucie sensu życia i spełnienia.” [w:] *Kobiecość wobec zmian - studia interdyscyplinarne*, Aneta Chybicka i Beata Pastwa-Wojciechowska (red.), s. 61-80. Kraków: Impuls.

- Bobrowski, Ireneusz (2012). „Modele gramatyczne a równość płci. Problemy rzeczywiste i pozorne.” [w:] *Oblicza płci. Język, kultura, edukacja*, Małgorzata Karwatowska i Jolanta Szpyra-Kozłowska (red.), s. 13-21. Lublin: UMCS.
- Bogdanowska, Monika (2008). „Topika.” [w:] *Retoryka*, Maria Barłowska, Agnieszka Budzyńska-Daca i Piotr Wilczek (red.), s. 35-56. Warszawa: PWN.
- Bogunia-Borowska, Małgorzata (2012). „Fotospołeczeństwo. Społeczno-kulturowe konteksty dyskursu o społeczeństwie.” [w:] *Fotospołeczeństwo. Antologia tekstów z socjologii wizualnej.*, Małgorzata Bogunia-Borowska i Piotr Sztompka (red.), s. 43-89. Kraków: Znak.
- Bolach, Monika (2010). „Znacząca nieobecność - poszukiwanie kobiecego podmiotu w polityce.” [w:] *Kobiety w polityce*, Joanna Marszałek-Kawa (red.), s. 32-44. Toruń: Adam Marszałek.
- Boorstin, Daniel (2012). *The Image. A Guide to Pseudo-Events in America*. New York: Vintage.
- Borowska, Małgorzata; Branka, Maja (2005). „Alfabet równości płci.” [w:] *Polityka równości płci na poziomie lokalnym*, s. 58-63. Warszawa: Ośka.
- Bourdieu, Pierre (2012). *Reprodukcja*. Warszawa: PWN.
- Bourdieu, Pierre (2004). *Męska dominacja*. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Braden, Maria (1996). *Women Politicians and the Media*. Lexington: The University Press of Kentucky.
- Bradley, Harriet (2008). *Płeć*. Warszawa: Sic!.
- Branka, Maja (2005). „Polityka równości płci w Unii Europejskiej i w Polsce” [w:] *Polityka równości płci na poziomie lokalnym*, s. 23-33. Warszawa: Ośka.
- Brenner, Suzanne (2007). „Dlaczego kobiety rządzą w domu: nowe spojrzenie na jawajskie ideologie płci kulturowej i samokontroli” [w:] *Gender. Perspektywa antropologiczna Tom I*, Renata Hryciuk i Agnieszka Kościńska (red.), s. 276-308. Warszawa: WUW.
- Brodzińska, Barbara (2009). „Praca u podstatw, czyli aktywność polityczna kobiet na szczeblu lokalnym. Toruńskie radne kadencji 2002-2006.” [w:] *Płeć w życiu publicznym*, Marek Jeziński, Maria Winclawska i Barbara Brodzińska (red.), s. 173-183. Toruń: UMK.
- Brodzińska-Mirowska, Barbara (2010). „Kobiety w lokalnej polityce.” [w:] *Kobiety w polityce*, Joanna Marszałek-Kawa (red.), s. 112-129. Toruń: Adam Marszałek.
- Brunswik, Egon (1956). *Perception and the representative design of psychological experiments*. Berkeley: University of California Press.
- Brzoza, Katarzyna (2017). „Kobiety świata polityki na okładkach wybranych polskich tygodników w latach 2014-2015”. *Polityka i Społeczeństwo*, nr 1(15)/2017, s. 86-100.
- Brzoza, Katarzyna; Kornacka-Grzonka, Monika (2017). „Narracja medialna wyrażona na okładkach wybranych tygodników opinii podczas parlamentarnej kampanii wyborczej 2015 roku”. *Polityka i Społeczeństwo*, nr 4(15)/2017, s. 100-116.
- Buć, Milena (2009). „Wpływ zaprogramowania kulturowego na stopień maskulinizacji społeczeństwa polskiego.” [w:] *Płeć w życiu publicznym*, Marek Jeziński, Maria Winclawska i Barbara Brodzińska (red.), s. 55-66. Toruń: UMK.
- Budkiewicz-Żebarska, Joanna (2013). „Proszę postawić kropkę bo za chwilę panowie się pobiją - dyrektywne akty mowy w wypowiedziach dziennikarzy politycznych w TVP.” [w:] *Współczesne media. Język mediów*, s. 15-24. Lublin: UMCS.
- Budowska, Bogusława (2009). „Krząctwo codzienności a perspektywa trzeciej socjologii.” [w:] *Kobiety, feminizm, demokracja*, Bogusława Budowska (red.), s. 70-92. Warszawa: IFiS PAN.
- Bulawka, Hanna Maria (2013). *Gender Representations in the Polish Press. A Feminist Critical Discourse Study*. Warszawa: Warszawska Firma Wydawnicza.
- Butler, Judith (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. London: Routledge.
- Carey, James (2000). *Journalism and Democracy Are Names for the Same Thing*. Summer 2000.
- Carli, Linda (1990). „Gender, Language, and Influence” *Journal of Personality and Social Psychology*, s. 941-951.
- CBOS (2018). *Kobiety i mężczyźni w domu*. Warszawa: CBOS.
- CBOS (2014a). *Odbiór kampanii wyborczej i aktywność polityczna w internecie*. Warszawa: CBOS.
- CBOS (2014b). *Zainteresowanie wyborami do Parlamentu Europejskiego*. Warszawa: CBOS.
- CBOS (2013a). *Kobieta pracująca*. Warszawa: CBOS.
- CBOS (2013b). *Kobiety w życiu publicznym*. Warszawa: CBOS.
- CBOS (2010). *Parytety prawną gwarancją większego udziału kobiet w polityce*. Warszawa: CBOS.
- CBOS (2006). *Udział kobiet w życiu publicznym*. Warszawa: CBOS.

- CBOS (2002). *Opinie o polityce rządu wobec kobiet*. Warszawa: CBOS.
- CBOS (1998). *Najpopularniejsze kobiety w polskiej polityce*. Warszawa: CBOS.
- Channa, Subhadra Mitra (2007). „Hinduska kobieta: konstrukt i prawda dobie globalizacji” [w:] *Gender. Perspektywa antropologiczna Tom I*, Renata Hryciuk i Agnieszka Kościńska (red.), s. 258-275. Warszawa: WUW.
- Chibowska, Adrianna (2012). *Uwarunkowania partycypacji politycznej kobiet w Polsce*. Warszawa: Elipsa.
- Children Now (1997). *Reflections of Girls in the Media*. 08.1997.
- Churska-Nowak, Karolina; Fojutowski, Łukasz (2012). „Ewolucja marketingu politycznego w percepcji wyborców.” *Środkowoeuropejskie studia polityczne*, s. 31-44.
- Cialdini, Robert (2007). *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*. Gdańsk: GWP.
- Ciaputa, Ewelina (2011). „Nienawiść czy uwielbienie? Wizerunki kobiet w kinie polskim.” [w:] *Kobiety w społeczeństwie polskim*, Alicja Pałęcka, Helena Szczodry i Maria Warat (red.), s. 193-209. Kraków: WUJ.
- Connell, Raewyn (2013). *Socjologia płci. Płeć w ujęciu globalnym*. Warszawa: PWN.
- Couzens Hoy, David (2004). *Critical Resistance. From Poststructuralism do Post-Critique*. Massachusetts: MIT.
- Curran, James (2007). „Media jako sfera publiczna - ponowna analiza.” [w:] *Komunikowanie i obywatelskość. Mass media w społeczeństwie, czyli atak na system nadawców publicznych*, Peter Dahlgren i Colin Sparks (red.), s. 38-66. Wrocław: Astrum.
- Cwalina, Wojciech; Falkowski, Andrzej (2006). *Marketing polityczny*. Gdańsk: GWP.
- Daleszak-Wajdzik, Barbara (1974). „Rozważania o wywiadzie prasowym”. *Zeszyty prasoznawcze*, nr. 1(59), s. 33-43.
- Dane o posłach wg stanu na dzień wyborów. Źródło: http://www.sejm.gov.pl/Sejm8.nsf/page.xsp/poslowie_poczatek_kad (data uzyskania dostępu: 09.04.2016).
- Danek, Magdalena (2017). „Kobiety jako komentatorki życia publicznego w polskich programach publicystycznych” [w:] Monika Banaś (red.), *Kobiety w polityce*. Kraków: Księgarnia Akademicka, s. 33-49.
- Darska, Bernadetta (2010). „Kobiety w przestrzeni publicznej, czyli to, co niewidoczne, jest znaczące. Na przykładzie „Świata bez kobiet” i „Rykoszetem” Agnieszki Graff.” [w:] *Kobiety w polityce*, Joanna Marszałek-Kawa (red.), s. 162-177. Toruń: Adam Marszałek.
- Davis, Junetta (1982). „Sexist Bias in Eight Newspapers.” *Journalism & Communication Quarterly*, September 1982, s. 456-460.
- Dayan, Daniel; Katz, Elihu (2008). *Wydarzenia medialne. Historia transmitowana na żywo*. Warszawa: Muza.
- Dąbrowska, Magdalena (2010). „Dyskurs polityczny a równość płci. „Strategiczne ramowanie” jako feministyczna metoda prowadzenia polityki równości.” [w:] *Zawartość mediów masowych. Od kultury popularnej przez studia genderowe do ...*, s. 205-219. Toruń: Adam Marszałek.
- Dąbrowska, Marta (2008). „Rodzaj gramatyczny a seksizm.” *Studia Linguistica Universitatis Iagellonicae Cracoviensis*, s. 67-78.
- Dąbrowska-Szulc, Ewa (2009). „Egerie i paprotki, czyli projekt równego traktowania zamiast ustawy o równym statusie kobiet i mężczyzn.” [w:] *Kobiety, feminizm, demokracja*, Bogusława Budrowska (red.), s. 175-202. Warszawa: IFiS PAN.
- Desperak, Iza (2009). „Kobiety i praca. Wielkie przegrane polskiej transformacji.” [w:] *Kobiety, feminizm, demokracja*, Bogusława Budrowska (red.), s. 95-110. Warszawa: IFiS PAN.
- Devitt, James (2002). „Framing Gender on the Campaign Trail: Female Gubernatorial Candidates and the Press” *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Summer 2002, s. 445-463.
- Dobek-Ostrowska, Bogusława (2011). *Komunikowanie polityczne i publiczne*. Warszawa: PWN.
- Dobrowolska, Anna (2016). „PiS likwiduje Biuro Pełnomocnika ds. Równego Traktowania”, *polityka.pl*, 08.01.2016, Źródło: <http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kraj/1646606,1,pis-likwiduje-biuro-pelnomocnika-ds-rownego-traktowania.read> (data dostępu: 05.01.2017)
- Domański, Henryk (2011). „Nierówności płci w latach 1982-2008.” [w:] *Gender w społeczeństwie polskim*, Krystyna Slany, Justyna Struzik i Katarzyna Wojnicka (red.), s. 251-266. Kraków: Nomos.
- Domański, Henryk (2007). *Struktura społeczna*. Warszawa: Scholar.

- Domański, Henryk (1992). *Zadowolony niewolnik? Studium o nierównościach między mężczyznami a kobietami w Polsce*. Warszawa: IFiS PAN.
- Domaradzka, Anna (2009). „Liderki polskich organizacji kobiecych - próba typologii.” [w:] *Kobiety, feminizm, demokracja*, Bogusława Budrowska (red.), s. 203-219. Warszawa: IFiS PAN.
- Drag, Zbigniew (2011). „Kobiety na kombajnach: właścicielki gospodarstw rolnych w Polsce współczesnej” [w:] *Gender w społeczeństwie polskim*, Krystyna Slany, Justyna Struzik i Katarzyna Wojnicka (red.), s. 280-297. Kraków: Nomos.
- Druciarek, Małgorzata; Fuszara, Małgorzata; Niżyńska, Aleksandra; Zbieranek, Jarosław (2012). *Kobiety na polskiej scenie politycznej*. Warszawa: ISP.
- Druciarek, Małgorzata; Niżyńska, Agnieszka (2013). „Kobiety w wyborach do Parlamentu Europejskiego.” W *Kobiety, wybory, władza*, Małgorzata Fuszara (red.), s. 25-36. Warszawa: ISP.
- Dulko, Stanisław (2003). „ABC...płci” *Kosmos*, s. 5-10.
- Durczok, Kamil (2016). *Przerwa w emisji*. Edipresse: Warszawa.
- Dziemba, Robert (2009). „Słaba płęć” w silnych mediach.” [w:] *Płęć w życiu publicznym*, Marek Jeziński, Maria Winławska i Barbara Brodzińska (red.), s. 67-78. Toruń: UMK.
- Dziennik.pl (2015). „Der Spiegel”: Duda i Szydło marionetkami Kaczyńskiego, 13.12.2015. Źródło: <http://wiadomosci.dziennik.pl/polityka/artykuly/508035,der-spiegel-duda-i-szydlo-marionetkami-kaczynskiego.html> (data dostępu: 03.01.201)
- Eckert, Patrycja (2010). „Kształtowanie wizerunku kobiety-polityka.” [w:] *Kobiety w polityce*, Joanna Marszałek-Kawa (red.), s. 270-286. Toruń: Adam Marszałek.
- Eco, Umberto (1996). *Semiologia życia codziennego*. Warszawa: Czytelnik.
- Entman, Robert (1996). „Reporting Environmental Policy Debate: The Real Media Biases.” *Harvard International Journal of Press/Politics*, s. 77-92.
- Entman, Robert (2007). „Framing Bias: Media in the Distribution of Power.” *Journal of Communication*, s. 163-173.
- Entman, Robert (2010). „Media framing biases and political power Explaining slant in news of Campaign 2008.” *Journalism*, s. 389-408.
- EIGE [European Institute for Gender Equality] (2018). *Gender Equality Index 2017. Poland*. <https://eige.europa.eu/gender-equality-index/2015/> (dostęp: 16.11.2018 r.)
- EIGE [European Institute for Gender Equality] (2013a). *Gender Equality Index - Country Profiles*. European Institute for Gender Equality.
- EIGE [European Institute for Gender Equality] (2013b). *Gender Equality Index - Report*. European Institute for Gender Equality.
- EIGE [European Institute for Gender Equality] (2014). *Women and political decision-making. Online discussion report*. European Institute for Gender Equality.
- Fairclough, Norman (2009). „A dialectical-relational approach to critical discourse analysis in social research.” [w:] *Methods of Critical Discourse Analysis*, Ruth Wodak i Michael Meyer (red.), s. 162-168. London: Sage.
- Faludi, Susan (2013). *Reakcja. Niewypowiedziana wojna przeciw kobietom*. Warszawa: Czarna Owca.
- Fishburne Collier, Jane; Junko Yanagisako, Sylvia (2007). „O ujednoliconą analizę płci kulturowej i pokrewieństwa.” [w:] *Gender. Perspektywa antropologiczna. Tom I*, Agnieszka Kościńska (red.), s. 21-59. Warszawa: WUW.
- Flückiger, Paul (2014). *Ewa Kopacz - Landesmutter ohne Visionen*. 22.09.2014. <http://www.tagesspiegel.de/politik/neue-ministerpraesidentin-in-polen-ewa-kopacz-landesmutter-ohne-visionen/10738956.html> (data uzyskania dostępu: 26.09.2014).
- Fortuna, Paweł (2004). „Perswazyjne oddziaływanie telewizji – możliwości obrony” [w:] *Psychologiczne aspekty odbioru telewizji II*, Piotr Francuz (red.), 23-78. Lublin: TNKUL.
- Fras, Janina (2005). *Komunikacja polityczna. Wybrane zagadnienia gatunków i języka wypowiedzi*. Wrocław: WUW.
- Fridkin Kahn, Kim (1992). „Does Being Male Help? An Investigation of the Effects of Candidate Gender and Campaign” *The Journal of Politics*, s. 497-517.
- Fridkin Kahn, Kim (1994). „The Distorted Mirror: Press Coverage of Women Candidates for Statewide Office.” *The Journal of Politics*, February 1994, s. 154-173.
- Fridkin Kahn, Kim (1996). *The Political Consequences of Being a Woman*. New York: Columbia University Press.

- Friedan, Betty (2012). *Mistyka kobiecości*. Warszawa.
- Fuszara, Małgorzata (2013a). „Kobiety - kandydatki i wybrane posłanki w świetle statystyk wyborczych.” [w:] *Kobiety, wybory, władza*, Małgorzata Fuszara (red.), s. 97-108. Warszawa: ISP.
- Fuszara, Małgorzata (2013b). „Kobiety w wyborach do Sejmu w 2011 roku z perspektywy uczestniczek i uczestników procesu wyborczego.” [w:] *Kobiety, wybory, polityka*, Małgorzata Fuszara (red.), s. 109-132. Warszawa: ISP.
- Fuszara, Małgorzata (2013c). „Kobiety w wyborach samorządowych w 2010 roku z perspektywy uczestniczek procesu wyborczego.” [w:] *Kobiety, wybory, władza*, Małgorzata Fuszara (red.), s. 63-83. Warszawa: ISP.
- Fuszara, Małgorzata (2013d). „(Nie)równości płci w Senacie Rzeczypospolitej Polskiej.” [w:] *Kobiety, wybory, polityka*, Małgorzata Fuszara (red.), s. 133-149. Warszawa: ISP.
- Fuszara, Małgorzata (2013e). „Udział kobiet w Sejmie Rzeczypospolitej Polskiej.” [w:] *Kobiety, wybory, polityka*, Małgorzata Fuszara (red.), s. 85-95. Warszawa: ISP.
- Fuszara, Małgorzata (2013f). „Wstęp. Nierówność kobiet i mężczyzn w wyborach i sposoby jej przezwyciężania.” [w:] *Kobiety, wybory, polityka*, Małgorzata Fuszara (red.), s. 7-24. Warszawa: ISP.
- Fuszara, Małgorzata (2013g). „Wybory samorządowe. Kobiety we władzach lokalnych.” [w:] *Kobiety, wybory, polityka*, Małgorzata Fuszara (red.), s. 37-42. Warszawa: ISP.
- Fuszara, Małgorzata (2013h). „Kobiety w wyborach parlamentarnych i samorządowych – próba podsumowania”. [w:] *Kobiety w politycznej przestrzeni Europy. Uwarunkowania i zróżnicowanie regionalne uczestnictwa w polityce*, Małgorzata Dajnowicz (red.), s. 11-27. Białystok: WU Trans Humana.
- Fuszara, Małgorzata (2011). „Kobiety w polityce.” [w:] *Kobiety w społeczeństwie polskim*, Krystyna Slany, Justyna Struzik i Katarzyna Wojnicka (red.), s. 119-134. Kraków: Nomos.
- Fuszara, Małgorzata (2007). *Kobiety w polityce*. Warszawa: Trio.
- Fuszara, Małgorzata (1995). „Kobiety w sądach rodzinnych.” [w:] *Co to znaczy być kobietą w Polsce?*, Małgorzata Fuszara i Henryk Domański (red.). Warszawa: IFiS PAN.
- Gackowski, Tomasz (2011). „Zamiast przedmowy. Manipulacja immanentną cechą mediów?” [w:] *Manipulacja w mediach. Media o manipulacji*, Tomasz Gackowski i Joanna Dziedzic (red.), s. 7-15. Warszawa: Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Galligan, Yvonne; Buckley, Fiona (2010). „Woman's Political Leadership in the European Union” [w:] *Gender and Women's Leadership: A Reference Handbook*, Karen O'Connor (red.), s. 331-345. SAGE.
- Galligan, Yvonne; Sloat, Amanda (2003). *Understanding women's political engagement in the new democracies of Central and Eastern Europe*. Political Studies Association.
- Gamson, William; Modigliani, Andre (1989). „Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionists Approach” *American Journal of Sociology*, July 1989, s. 1-37.
- Garlicki, Jan (2005). *Demokracja i integracja europejska*. Toruń: Adam Marszałek.
- Gawor, Agnieszka; Mandal, Eugenia (2007). „Kobieta czy polityk?: treść i struktura stereotypu kobiety zajmującej się polityką” [w:] *Chowanna*, nr. 1/2007, s. 79-93.
- Gąciarz, Barbara (2011). „Praca kobiet w Polsce: od egalitarneho przymusu ekonomicznego do elitarniej swobody wyboru i powszechnej nierówności statusu.” [w:] *Gender w społeczeństwie polskim*, Krystyna Slany, Justyna Struzik i Katarzyna Wojnicka (red.), s. 311-330. Kraków: Nomos.
- Gerbner, George (1978). „The Dynamics of Cultural Resistance” [w:] *Hearth and Home. Images of Women in the Mass Media*, Gaye Tuchman, Arlene Kaplan Daniels i James Benét (red.). New York: Oxford University Press, s. 46-50.
- Giddens, Anthony (2010). *Nowoczesność i tożsamość*. Warszawa: PWN.
- Gidengil, Elisabeth; Everitt, Joanna (2003). „Talking Tough: Gender and Reported Speech in Campaign News Coverage” *Political Communication*, s. 209-232.
- Gitlin, Todd (2009). *Journalism's many crises*. 25.05.2009. <https://www.opendemocracy.net/article/a-surfeit-of-crises-circulation-revenue-attention-authority-and-deference> (data uzyskania dostępu: 29.09.2014).
- Goatly, Andrew (2007). *Washing the Brain. Metaphor and Ideology*. Amsterdam: John Benjamins.
- Goban-Klas, Tomasz (2009). *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa: PWN.

- Goban-Klas, Tomasz (1985). „Kobiety a media. Kilka nierozstrzygniętych problemów” *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3, s. 21-30.
- Goddard, Victoria Ana (2007). „Dziewica i państwo”. Płeć i polityka w Argentynie” [w:] *Gender. Perspektywa antropologiczna. Tom I*, Agnieszka Kościańska (red.), s. 121-145. Warszawa: WUW.
- Goffman, Erving (2008). *Człowiek w teatrze życia codziennego*. Warszawa: Aletheia.
- Golinowski, Janusz (2012). „Infotainment jako narzędzie formatowania społeczeństwa w warunkach medialnej demokracji”, *Środkowoeuropejskie Studia Polityczne*, s. 117-136.
- Gornick, Vivian; Moran, Barbara (1972). *Woman in Sexist Society*. New York: New American Library.
- Goworko-Składanek, Beata (2013). „Działania instytucji UE na rzecz zwiększania udziału kobiet w podejmowaniu decyzji politycznych”. [w:] *Kobiety w politycznej przestrzeni Europy. Uwarunkowania i zróżnicowanie regionalne uczestnictwa w polityce*. Małgorzata Dajnowicz (red.), s. 138-164. Białystok: WU Trans Humana.
- Górnicka, A. (1992). „Panny, wdowy i rozwódki”, *Polityka*, nr. 11.
- Graber, Doris (2010). *Mass Media and American Politics*. 8th. Washington: CQ Press.
- Graff, Agnieszka (2013). „Backlash nad Wisłą - reakcja przed reakcją?” [w:] *Backlash. Niewypowiedziana wojna przeciw kobietom*, autor: Susan Faludi, 8-20. Warszawa: Czarna Owca.
- Graff, Agnieszka (2012). „Wstęp. Mistyka po amerykańsku, mistyka po polsku.” [w:] *Mistyka kobiecości*, Betty Friedan, s. 8-24. Warszawa: Czarna Owca.
- Graff, Agnieszka (2011). *Świat bez kobiet*. Warszawa: W.A.B.
- Grochola-Szczepanek, Helena (2008). „Kobiecość, męskość czy może płeć komplementarna i neutralna?” *Alma Mater*, s. 62-68.
- Grotowska-Leder, Jolanta; Kudlińska, Iwona (2011). „Feminizacja biedy w perspektywie analiz jakościowych Welfare Dependency.” [w:] *Gender w społeczeństwie polskim*, Krystyna Slany, Justyna Struzik i Katarzyna Wojnicka (red.), s. 331-347. Kraków: Nomos.
- GUS (2015). *Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej*. Warszawa: GUS.
- GUS (2013). *Rocznik statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej*. Warszawa: GUS.
- GUS (2012). *Rocznik statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej*. Warszawa: GUS.
- GUS (2008). *Mały Rocznik Statystyczny Polski*. Warszawa: GUS.
- GUS (2007). *Kobiety w Polsce*. Warszawa: GUS.
- GUS (2006). *Mały Rocznik Statystyczny*. Warszawa: GUS.
- GUS (2000). *Mały Rocznik Statystyczny*. Warszawa: GUS.
- Habermas, Jurgen (2007). *Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej*. Warszawa: PWN.
- Hallin, Daniel (2000). “Commercialism and professionalism in the American news medi” [w:] *Mass media and society*, James Curran, Michael Gurevitch (red.), s. 218-237. London: Arnold.
- Handke, Kwiryna (2012). „Obszary społecznej aktywności Polek w świetle zjawisk językowych.” [w:] *Oblicza płci. Język, kultura, edukacja*, Małgorzata Karwatowska i Jolanta Szpyra-Kozłowska (red.), s. 43-57. Lublin: UMCS.
- Handke, Kwiryna (2009). *Socjologia języka*. Warszawa: PWN.
- Hanna Gronkiewicz-Waltz. 18.04.2016. Źródło: https://www.facebook.com/hanna.gronkiewiczwaltz/info/?tab=page_info (data uzyskania dostępu: 18.04.2016).
- Haratyk, Karol; Haratyk, Paulina; Rams, Paweł (2011). „Towarzyszki, żony i kochanki. Wizerunek kobiety w komiksie peerelowskim.” [w:] *Kobiety w społeczeństwie polskim*, Alicja Pałęcka, Helena Szczodry i Marta Warat (red.), s. 171-192. Kraków: WUJ.
- Hart, Roderick (1999). *Seducing America: How Television Charms the Modern Voter*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.
- Heldman, Caroline; Carroll, Susan; Olson, Stephanie (2000). *Gender Differences in Print Media Coverage of Presidential Candidates: Elizabeth Dole's Bid for the Republican Nomination*. Washington: American Political Science Association.
- Hobsbawm, Eric (2000). “Introduction: Inventing Traditions” [w:] *The Invention of Tradition*, Eric Hobsbawm, Terence Ranger, s. 1-14. Cambridge: United Kingdom at the University Press.
- Hobsbawm, Eric; Ranger, Terence (2000). *The Invention of Tradition*. Cambridge: United Kingdom at the University Press.
- Hofstede, Geert (2007). *Kultury i organizacje*. PWE.
- Holmes, Janet (2006). *Gendered Talk at Work: Constructing Social Identity Through Workplace Interaction*. Oxford: Blackwell Publishing.

- Hoodfar, Homa (2007). „Zasłona w ich umysłach i na naszych głowach: muzułmanki i praktyki zasłaniania.” [w:] *Gender. Perspektywa antropologiczna cz. I*, Renata Hryciuk i Agnieszka Kościańska (red.), s. 227-257. Warszawa: WUW.
- Hope, Christopher; McCann, Kate; Riley-Smith, Ben (2016). “Britain's next Prime Minister will be female as Theresa May and Andrea Leadsom make the final two in Tory leadership contest”, *The Telegraph*, 07.07.2016. Źródło: <http://www.telegraph.co.uk/news/2016/07/07/britains-next-prime-minister-will-be-female-as-theresa-may-and-a/> (data dostępu: 15.07.2016)
- Hulewska, Aleksandra (2017). „Równa reprezentacja kobiet w mediach? Obecność polityczek w programach publicystycznych TVP – doniesienie wstępne”. *Polityka i Społeczeństwo*, nr. 4(15)/2017.
- Huntington, Samuel (2008). *Zderzenie cywilizacji*. Muza.
- Huong, Le Thu (2009). „Sytuacja kobiet we współczesnym Wietnamie.” [w:] *Gender. Kobieta w kulturze i społeczeństwie*, Beata Kowalska, Katarzyna Zielińska i Ben Koschalka (red.), s. 173-196. Kraków: Rabid.
- Idziak, Grzegorz (2014). *Zarządzanie konfliktem. Materiały szkoleniowe przygotowane w ramach projektu: NAUKA – Nowoczesna Administracja Uczelni i Kadra Akademicka*.
- Inglehart, Ronald; Flanagan, Scott (1987). „Value Change in Industrial Societies.” *The American Political Science Review*, s. 1289-1319.
- Inglehart, Ronald; Norris, Pippa (2009). *Wzbierająca fala*. Warszawa: PIW.
- Inglehart, Ronald; Norris, Pippa; Welzel, Christian (2002). „Gender Equality and Democracy” *Comparative Sociology*, s. 321-345.
- Instytut Monitorowania Mediów (2013). *Najbardziej opiniotwórcze polskie media w 2012 roku*. Warszawa: Instytut Monitorowania Mediów.
- Instytut Monitorowania Mediów (2012a). *Najbardziej opiniotwórcze polskie media w 2011 roku*. Warszawa: Instytut Monitorowania Mediów.
- Instytut Monitorowania Mediów (2012b). *Najbardziej opiniotwórcze polskie media w grudniu 2011 roku*. Warszawa: Instytut Monitorowania Mediów.
- Instytut Monitorowania Mediów (2012c). *Najbardziej opiniotwórcze polskie media w styczniu 2012 roku*. Warszawa: Instytut Monitorowania Mediów.
- Instytut Monitorowania Mediów (2011). *Najbardziej opiniotwórcze polskie media w listopadzie 2011 roku*. Warszawa: Instytut Monitorowania Mediów.
- Inter-Parliamentary Union (2014). *Women in National Parliaments*. 01.08.2014. <http://www.ipu.org/wmn-e/world.htm> (data uzyskania dostępu: 27.08.2014).
- Inter-Parliamentary Union (2018). *Women in national parliaments*. 01.10.2018. <http://archive.ipu.org/wmn-e/classif.htm> (data uzyskania dostępu: 16.11.2018).
- Iwasiów, Kinga (2004). *Gender dla średnio zaawansowanych*. Warszawa: W.A.B.
- Iyengar, Shanto (1994). *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- Jabłoński, Wojciech (2007). *Kreowanie informacji. Media relations*. Warszawa: PWN.
- Jakubowicz, Karol (2013). *Media a demokracja w XXI wieku*. Warszawa: Poltext.
- Jakubowski, Jakub (2012). „Rekwizyt jako narzędzie komunikowania politycznego.” *Środkowoeuropejskie Studia Polityczne*, s. 69-86.
- Jarecka-Stępień, Katarzyna (2009). „Marokańska mudwana - pomiędzy tradycją a nowoczesnością.” [w:] *Gender. Kobieta w kulturze i społeczeństwie*, Beata Kowalczyk, Katarzyna Zielińska i Ben Koschalka (red.), s. 255-273. Kraków: Rabid.
- Jeziński, Marek (2005). „Wizerunek polityczny jako element strategii wyborczej.” [w:] *Kampania wyborcza: marketingowe aspekty komunikowania politycznego*, Bogusława Dobek-Ostrowska (red.), s. 115-132. Wrocław: WUW.
- Jędraszczyk, Katarzyna (2014). “Piękna i/czy Bestia? Wizerunek medialny Julii Tymoszenko i Wiktora Janukowycza w prasie polskiej (2009-2012)” [w:] Monika Anna Kubiaczyk, Filip Kubiaczyk (red.). *Płeć i władza w kontekstach historycznych i współczesnych*. Gniezno: Instytut Kultury Europejskiej, s. 361-373.
- Journalism Education (2014). *Associated Press Style*. Źródło: http://cubreporters.org/AP_Style (data uzyskania dostępu: 24.10.2014).

- Kamola-Cieślak, Małgorzata (2009). „Działalność kobiet w Radzie Ministrów w Polsce w latach 1989-2009.” [w:] *Kobiety we współczesnej Europie*, Magdalena Musiał-Karg (red.), s. 95-119. Toruń: Adam Marszałek.
- Kancelaria Prezesa Rady Ministrów. *premier.gov.pl* Źródło: <https://www.premier.gov.pl/>
- Karasiewicz, Karol; Kosakowska, Natasza (2009). „Kij ma dwa końce - mężczyźni też są dyskryminowani ze względu na płeć” [w:] *Kobiecość w obliczu zmian*, Aneta Chylicka i Beata Pastwa-Wojciechowska (red.), 149-168. Kraków: Impuls, 2009.
- Karwat, Mirosław (2007). *O złośliwej dyskredytacji. Manipulowanie wizerunkiem przeciwnika*. Warszawa: PWN.
- Karwatowska, Małgorzata; Jarosz, Beata (2012). „Emulacja płci w tekstach o modzie.” [w:] *Oblicza płci. Język, kultura, edukacja*, Małgorzata Krawatowska i Jolanta Szpyra-Kozłowska (red.), s. 59-72. Lublin: UMCS.
- Kenrick, Douglas; Neuberg, Steven; Cialdini, Robert (2006). *Psychologia społeczna. Rozwiązane tajemnice*. Gdańsk: GWP.
- Kessler, Suzanne (1990). „The medical construction of gender Case management of intersexed infants” [w:] *Journal of Women in Culture and Society*, vol. 16, no. 1, s. 3-26. Źródło: <http://www.aissg.org/PDFs/Kessler-Medical-Construction-1990.pdf>
- Kępa, Ewa (2013). „Kulturowe uwarunkowania udziału kobiet w polityce”. [w:] *Kobiety w politycznej przestrzeni Europy. Uwarunkowania i zróżnicowanie regionalne uczestnictwa w polityce*, Małgorzata Dajnowicz (red.), s. 193-215. Białystok: WU Trans Humana.
- Kijewska, Ewa (2008). „Kobieta w przekazie telewizyjnym”. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3-4 (195-196), s. 43-53.
- Kęsek, Rafał (2014). „Strategia emancypacji czy manipulacja? Julia Tymoszenko w kontekście relacji pomiędzy płcią a władzą na współczesnej Ukrainie”. [w:] Monika Anna Kubiacyk, Filip Kubiacyk (red.). *Płeć i władza w kontekstach historycznych i współczesnych*. Gniezno: Instytut Kultury Europejskiej, s. 349-360.
- Kijewska, Barbara (2010). „Badania kwestii płci w telewizji.” [w:] *Zawartość mediów masowych: od kultury popularnej przez studia genderowe do języka komunikowania*, Patrycja Dudek i Michał Kuś (red.), s. 175-186. Toruń: Adam Marszałek.
- Kinowska, Zofia (2010). „Matki, żony i posłanki. Strategie łączenia ról rodzinnych z pracą poselską” [w:] *Kobiety u władzy?*, Irena Pańków i Barbara Post (red.), s. 105-131. Warszawa: ISP PAN.
- Kinowska, Zofia (2009). „Posłanki IV kadencji - życie prywatne a zawodowe” [w:] *Płeć w życiu publicznym*, Marek Jeziński, Maria Winclawska i Barbara Brodzińska (red.), s. 159-172. Toruń: UMK.
- Kita, Małgorzata (1998). *Wywiad prasowy. Język - gatunek - interakcja*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Kligler-Vilenchik, Neta; Tsfati, Yariv; Meyers, Oren (2014). „Setting the collective memory agenda: Examining mainstream media influence on individuals' perceptions of the past.” *Memory Studies*, s. 484-499.
- Klimowicz, Monika (2009). „Kobiecość i męskość w zarządzaniu - różnica płci w gabinecie?” [w:] *Płeć w społeczeństwie, ekonomii i polityce*, Monika Klimowicz, Anna Pacześniak i Aldona Wiktorska-Święcka (red.), s. 121-128. Toruń: Adam Marszałek.
- Klimowicz, Monika; Pacześniak, Anna; Wiktorska-Święcka, Aldona (2009). *Płeć w społeczeństwie, ekonomii i polityce*. Toruń: Adam Marszałek.
- Kluczyńska, Urszula (2010). „Kobiety na "drugiej linii" władzy? Wizerunki kobiet (bez)pośrednio angażujących się w politykę” [w:] *Kobiety w polityce*, Joanna Marszałek-Kawa (red.), s. 58-81. Toruń: Adam Marszałek.
- Kłoskowska, Antonina (2005). *Kultura masowa. Krytyka i obrona*. Warszawa: PWN.
- Knapik, Wioletta (2010). „Skąd się biorą kobiety w polityce? - Miejsko-wiejski kontekst społeczny” [w:] *Kobiety w polityce*, Joanna Marszałek-Kawa (red.), s. 130-161. Toruń: Adam Marszałek.
- Kochanowski, Jacek (2011). „Płeć, seksualność i kondycja postkolonialna. Queer studies a sprawa polska.” [w:] *Kobieta w społeczeństwie polskim*, Krystyna Slany, Justyna Struzik i Katarzyna Wojnicka (red.), s. 70-85. Kraków: Nomos.
- Kongres Kobiet (2018). *Chcemy całego życia. Stulecie praw kobiet 1918-2018*. Dostęp: 10.01.2019. Źródło: <https://kongreskobiet.pl/Content/uploaded/files/Chcemy%20calego%20zycia.pdf>

- Korolczuk, Elżbieta (2009). „Naturalna więź”? Wizerunki relacji matka-córka w wybranych tekstach kultury popularnej.” [w:] *Kobiety, feminizm, demokracja*, Bogusława Budrowska (red.), s. 43-69. Warszawa: IFiS PAN.
- Kaniewski, Sebastian (2009). „Rola i miejsce kobiety w społeczeństwie według Katolickiej Nauki Społecznej” [w:] *Kobiety we współczesnej Europie*, Magdalena Musiał-Karg (red.), s. 172-183. Toruń: Adam Marszałek.
- Kosiewicz-Wawrzonkowska, Dominika (2009). „Czy kobieta może być ekspertem?” [w:] *Płeć w życiu publicznym*, Marek Jeziński, Maria Winclawska i Barbara Brodzińska (red.), s. 89-97. Toruń: UMK.
- Kowalczyk, Iza; Piotrowska, Joanna; Zierkiewicz, Edyta (2009). „Nierówne media.” [w:] *Raport. Kobiety dla Polski. Polska dla kobiet. 20 lat transformacji 1989-2009*, s. 151-159. Warszawa: Feminoteka.
- Kowalska, Beata (2011). „Socjologia krytyczna a rozwój gender studies.” [w:] *Gender w społeczeństwie polskim*, Krystyna Slany, Justyna Struzik i Katarzyna Wojnicka (red.), s. 57-69. Kraków: Nomos.
- Kowalska, Beata (2009). „O upadku imperium, republice i zasłonie. Zmagania kobiet tureckich o autonomię.” [w:] *Gender. Kobieta w kulturze i społeczeństwie*, Beata Kowalska, Katarzyna Zielińska i Ben Koschalka (red.), s. 105-132. Kraków: Rabid.
- Krook, Mona Lena; Childs, Sarah (2010). *Women, Gender, and Politics: A Reader*. Oxford University Press.
- Krzyżanowska, Natalia (2013). „Płeć w sferze publicznej na przykładzie analizy dyskursu prasowego” [w:] *Problematyka kobieca: konteksty*, Marek Jeziński, M. Paralusz-Nowak (red.) Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, s. 75-95
- Krzyżanowska, Natalia (2012). *Kobiety w (polskiej) sferze publicznej*. Toruń: Adam Marszałek.
- Książkiewicz, Szymon (2010). „Wpływ Web 2.0 na procesy komunikacji politycznej” [w:] *Wokół mediów ery Web 2.0*, Bohdan Jung (red.), s. 141-179. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Kubicka, Dorota; Kołodziejczyk, Anna (2007). *Psychologia wpływu mediów*. Kraków: Impuls.
- Kucharska-Dziedzic, Anita (2009). „O przemocy seksualnej wobec kobiet w Polsce z perspektywy kobiecego NGO-su.” [w:] *Kobiety we współczesnej Europie*, Magdalena Musiał-Karg (red.), s. 205-224. Toruń: Adam Marszałek.
- Kumar, Anamika (2009). „Wybrane aspekty sytuacji kobiet w Indiach. Analiza społeczno-historyczna.” [w:] *Gender. Kobieta w kulturze i społeczeństwie*, Beata Kowalska, Katarzyna Zielińska i Ben Koschalka (red.), s. 149-171. Kraków: Rabid.
- Kurcz, Maciej (2009). „Muzułmanka znad Nilu. Wierzenia, obrzędowość i przeobrażenia.” [w:] *Gender. Kobieta w kulturze i społeczeństwie*, Beata Kowalska, Katarzyna Zielińska i Ben Koschalka (red.), s. 133-147. Kraków: Rabid.
- Kuryłek, Jowita (1997). „Wizerunek kobiety i mężczyzny w *Jestem i Urodzie*.” [w:] *Portrety kobiet i mężczyzn w środkach masowego przekazu i podręcznikach szkolnych*, Renata Siemieńska (red.), s. 41-50. Warszawa: Scholar.
- Lakoff, George (2011). *Nie myśl o słoniu. Jak język kształtuje politykę*. Warszawa: Łośgraf.
- Lakoff, George; Johnson, Mark (2010). *Metafory w naszym życiu*. Warszawa: Aletheia.
- Lakoff, Robin (2009). „Cries and Whispers: the Shattering of the Silence.” [w:] *Gender Articulated: Language and the Socially Constructed Self*, Kira Hall i Mary Bucholtz (red.), s. 25-50. New York: Routledge.
- Lakoff, Robin (2001). *The Language War*. California : University of California Press.
- Lakoff, Robin (1980). „Język a sytuacja kobiety.” [w:] *Język w świecie nauki*, Barbara Stanosz (red.), s. 239-262. Warszawa: Czytelnik.
- Land, Julie (2009). „On polish feminism: an outsider's impressions. First contact with feminism in polish culture.” [w:] *Gender. Kobieta w kulturze i społeczeństwie*, Beata Kowalska, Katarzyna Zielińska i Ben Koschalka (red.), s. 323-343. Kraków: Rabid.
- Laskowska, Elżbieta (2012). „Język ideologii a język agresji w wypowiedziach politycznych.” *Środkoeuropejskie Studia Polityczne*, s. 137-146.
- Lasswell, Harold (2007). „The Structure and Function of Communication in Siciety.” *İletişim kuram ve araştırma dergisi*, s. 215-228.

- Latoch-Zielińska, Małgorzata; Morawska, Iwona (2012). „Zasada równości płci w edukacyjnych projektach unijnych.” [w:] *Oblicza płci. Język, kultura, edukacja*, Małgorzata Karwatowska i Jolanta Szpyra-Kozłowska (red.), s. 275-285. Lublin: UMCS.
- Layton, Alexi; Shepard, Alicia (2013). *Lack of female sources in NY Times front-page stories highlights need for change*. 16.07.2013. Źródło: <http://www.poynter.org/latest-news/top-stories/217828/lack-of-female-sources-in-new-york-times-stories-spotlights-need-for-change/> (data uzyskania dostępu: 29.09.2014).
- Leary, Mark (1999). *Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji*. Gdańsk: GWP.
- Lee Bacchi, Carol (2003). „Dyskryminacja: kto jest odpowiedzialny?” [w:] *Aktorzy życia publicznego. Płeć jako czynnik różnicujący*, Renata Siemieńska (red.), s. 51-73. Warszawa: Scholar.
- Lee Bartky, Sandra (2007). „Foucault, kobiecość i unowocześnienie władzy patriarchalnej” [w:] *Gender. Perspektywa antropologiczna Tom 2*, Renata Hryciuk i Agnieszka Kościańska (red.), s. 50-75. Warszawa: WUW.
- Leszczuk-Fiedziukiewicz, Anna (2010). „Strategie ocieplania i kontrolowania wizerunku polityka na przykładzie prezydenckiej kampanii wyborczej 2010 r.”, *Studia Politologiczne*, nr. 19, s. 142-198
- Lewiński, Piotr (2008). *Retoryka reklamy*. Wrocław: WUW.
- Lippmann, Walter (1998). *Public Opinion*. New Brunswick, London: Transaction Publishers.
- Lisowska, Ewa (2009a). „Kobiety na rynku pracy: dyskryminacja czy równość?” [w:] *Kobiety we współczesnej Europie*, Magdalena Musiał-Karg (red.), s. 8-26. Toruń: Adam Marszałek.
- Lisowska, Ewa (2009b). „Kobiety w biznesie - menedżerki i właścicielki firm.” [w:] *Kobiety, feminizm, demokracja*, Bogusława Budrowska (red.), s. 133-155. Warszawa: IFiS PAN.
- Llewelyn-Davies, Melissa (2007). „Kobiety, wojownicy i patriarchowie.” [w:] *Geder. Perspektywa antropologiczna Tom I*, Renata Hryciuk i Agnieszka Kościańska (red.), s. 192-224. Warszawa: WUW.
- Lorber, Judith (1994). *Paradoxes of Gender*. London: Yale University Press.
- Łozowski, Przemysław (2012). „>>Gender<< jako językowa symbolizacja doświadczenia płci: płeć w języku, płeć języka czy język płci?” [w:] *Oblicza płci. Język, edukacja, kultura.*, Małgorzata Karwatowska i Jolanta Szpyra-Kozłowska (red.), s. 87-94. Lublin: UMCS.
- Łukaszewicz, Arkadiusz (2011). „Problemy równouprawnienia kobiet w Polsce a działalność legislacyjna partii politycznych.” [w:] *Kobiety w społeczeństwie polskim*, Alicja Pałęcka, Helena Szczodry i Warat Marta (red.), s. 85-104. Kraków: WUJ.
- Maddock, Su (2003). „kultury, taktyki i strategię zorientowane płciowo” [w:] *Aktorzy życia publicznego. Płeć jako czynnik różnicujący*, Renata Siemieńska (red.), s. 74-97. Warszawa: Scholar.
- Mann, Tanveer (2016). *Will Bill Clinton be known as the First Lady if Hillary wins?*, 07.10.2016, metro.co.uk, Źródło: <http://metro.co.uk/2016/11/07/will-bill-clinton-be-known-as-the-first-lady-if-hillary-wins-6241547/> (data dostępu: 05.01.2017)
- Martin, Emily (2007). „Jajo i plemnik. Naukowy romans.” [w:] *Gender. Perspektywa antropologiczna Tom. 2*, Renata Hryciuk i Agnieszka Kościańska (red.), s. 33-49. Warszawa: WUW.
- Marszałek-Kawa, Joanna (2010). „Brakuje nam solidarności, czyli dlaczego kobiety nie głosują na kobiety?” [w:] *Kobiety w polityce*, Joanna Marszałek-Kawa (red.), s. 219-237. Toruń: Adam Marszałek.
- Matland, Richard (2003). „Zwiększanie uczestnictwa politycznego kobiet: nominacja do ciał ustawodawczych a systemy wyborcze.” [w:] *Aktorzy życia publicznego. Płeć jako czynnik różnicujący*, Renata Siemieńska (red.), s. 152-171. Warszawa: Scholar.
- Mazur-Łuczak, Joanna (2009). „Sytuacja kobiet na rynku pracy w Polsce na tle innych krajów Unii Europejskiej.” [w:] *Kobiety, feminizm, demokracja*, Bogusława Budrowska (red.), s. 111-132. Warszawa: IFiS PAN.
- Mead, Margaret (1986). *Płeć i charakter w trzech społecznościach pierwotnych*. Warszawa: PIW.
- Means Coleman, Robin; Chivers Yochim, Emily. *Symbolic Annihilation*. http://www.communicationencyclopedia.com/public/tocnode?id=g9781405131995_yr2013_chunk_g978140513199524_ss129-1 (data uzyskania dostępu: 28.09.2014).
- Melosik, Zbyszko (2007). *Teoria i praktyka edukacji wielokulturowej*. Kraków.
- Meyenowa, Maria Renata (1971), *O spójności tekstu*. Wrocław: PAN.
- Miller, Susan (1975). „The Content of News Photos: Women's and Men's Roles” *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 42(1) January 1975, s. 70-75.

- Molęda-Zdziech, Małgorzata (2013). *Czas celebrytów. Mediatyzacja życia publicznego*. Warszawa: Difin.
- Mrozowski, Maciej (2001). *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*. Warszawa: SPRA-JR.
- McCombs, Maxwell; Shaw, Donald (1972). „The Agenda-Setting Function of Mass Media.” *The Public Opinion Quarterly*, s. 176-187.
- McLuhan, Marshall (1975). *Wybór pism*. Warszawa: Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe.
- McNair, Brian (2002). *Striptease Culture: Sex, Media and the Democratization of Desire*. London: Routledge.
- McQuail, Denis (2008). *Teoria komunikowania masowego*. Warszawa: PWN.
- Młodawska, Agata (2009a). „Konnica świętej wojny feministek przeciwko rządowi RP” - analiza dyskursu antyfeministycznego w prasie polskiej” [w:] *Kobiety, feminizm, demokracja*, Bogusława Budrowska (red.), s. 316-339. Warszawa: IFiS PAN.
- Młodawska, Agata (2009b). „Naturalne piękno patriarchy – analiza dyskursu antyfeministycznego w Polsce na przykładzie Gazety Wyborczej, Wprost i Naszego Dziennika.” [w:] *Gender. Kobieta w kulturze i społeczeństwie*, Barbara Kowalska, Katarzyna Zielińska i Ben Koschalka (red.), s. 345-372. Kraków: Rabid.
- Moore, Aaron; Dewberry, David (2012). „The Masculine Image of Presidents As Sporting Figures: A Public Relations Perspective”, *Sage Open*, July-September 2012, s. 1-11.
- Musiał-Karg, Magdalena (2009). „Kobiety w organach władzy ustawodawczej oraz wykonawczej.” W *Kobiety we współczesnej Europie*, Magdalena Musiał-Karg (red.), s. 76-94. Toruń: Adam Marszałek.
- Nalewajko, Ewa (2010). „Partyjne bariery awansu kobiet w polityce.” [w:] *Kobiety u władzy?*, Irena Pańków i Barbara Post (red.), s. 79-103. Warszawa: ISP PAN.
- Newsweek.pl (2015). *Tomasz Lis: Narodziny despotyzmu*, 16.06.2016. Źródło: www.newsweek.pl/opinie/beata-szydlo-andrzej-duda-marionetki-jaroslaw-kaczynskiego,artykuly,365491,1.html (data dostępu: 03.01.2017)
- Niewęgłowska, Aneta (2009). „Wiedza - oręż równouprawnienia. Szkolnictwo żeńskie w zaborze pruskim w latach 1815-1918.” [w:] *Płeć w życiu publicznym*, Marek Jeziński, Maria Winclawska i Barbara Brodzińska (red.), s. 31-41. Toruń: UMK.
- Niezalezna.pl (2014). *Niemieccy dziennikarze poznali się na Kopacz: "marionetka Donalda Tuska"*. 23.09.2014. Źródło: <http://niezalezna.pl/59714-niemieccy-dziennikarze-poznali-sie-na-kopacz-marionetka-donald-tuska> (data dostępu: 03.01.2017)
- Niżyńska, Aleksandra (2013). „Kobiety - kandydatki i wybrane w wyborach samorządowych w 2010 roku w świetle statystyk wyborczych.” [w:] *Kobiety, wybory, polityka*, redakcja: Małgorzata Fuszara, s. 43-62. Warszawa: ISP.
- Norris, Pippa (2003). „Kobiety przywódcy na świecie: barwne plamy na fotografiach z pierwszych stron gazet.” [w:] *Aktorzy życia publicznego. Płeć jako czynnik różnicujący*, Renata Siemieńska (red.), s. 131-151. Warszawa: Scholar.
- Norris, Pippa (1997). „Women Leaders Worldwide: A Splash of Color in the Photo Op.” [w:] *Women, Media, and Politics*, Pippa Norris (red.), s. 149-165. New York, Oxford: Oxford University Press.
- Nugent, Mary (2016). “So the U.K. has its second female prime minister. What policies put more women in power?”, *Washington Post*, 16.07.2016, Źródło: https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/07/16/so-the-u-k-has-its-second-female-prime-minister-what-policies-put-more-women-in-power/?utm_term=.138496f86a01 (data dostępu 03.08.2016)
- OECD (2017). *The Pursuit of Gender Equality. An Uphill Battle*. OECD Publishing, Paris.
- Okley, Judith (2007). „Uprzywilejowane, wyćwiczone i ułożone. Szkoły z internatem dla dziewcząt.” [w:] *Gender. Perspektywa antropologiczna Tom 2*, Renata Hryciuk i Agnieszka Kościańska (red.), s. 76-107. Warszawa: WUW.
- Oleksi, Elżbieta (1997). „Wizerunek kobiet w amerykańskiej kulturze masowej.” [w:] *Portrety kobiet i mężczyzn w środkach masowego przekazu i podręcznikach szkolnych*, Renata Siemieńska (red.), s. 63-67. Warszawa: Scholar.
- Ołdakowski, Krzysztof (2010). *Media pod lupą*. Kraków: WAM.
- Onyanga-Omara, Jane (2016). “Britain's next prime minister will be a woman”, *USA Today*, 07.07.2016, Źródło: <http://www.usatoday.com/story/news/world/2016/07/07/uk-conservative-party-votes-2-pm-candidates/86793240/> (data dostępu: 15.07.2016)

- Organization Women and Economic Development (WEDO 2007). *50/50: Getting the Balance Right in National Cabinets*.
- Ornacka, Katarzyna; Mańka, Justyna (2011). „Gender mainstreaming w wybranych obszarach dyskryminacji.” [w:] *Gender w społeczeństwie polskim*, Krystyna Slany, Justyna Struzik i Katarzyna Wojnicka (red.), s. 135-161. Kraków: Nomos.
- Orzeł, Joanna (2010). „Sytuacja społeczno-polityczna kobiet na ziemiach polskich w XIX wieku.” [w:] *Kobiety w polityce*, Joanna Marszałek-Kawa (red.), s. 203-218. Toruń: Adam Marszałek.
- OSCE (2014). *Jak skutecznie promować uczestnictwo kobiet w partiach politycznych. Poradnik*. Warszawa: OBWE.
- Ossowski, Stanisław (1967). *Dzieła t. III. Z zagadnień psychologii społecznej*. Warszawa: PWN.
- Oyster, Carol (2002). *Grupy*. Poznań: Zys i S-ka.
- Pacześniak, Anna (2010). „Potrzebne na gwałt, czyli kobiety w polskich partiach politycznych.” [w:] *Kobiety w polityce*, Joanna Marszałek-Kawa (red.), s. 255-269. Toruń: Adam Marszałek.
- Pacześniak, Anna (2009a). „Kobieta - aktor polityczny jako przedmiot badań politologicznych.” [w:] *Płeć w społeczeństwie, ekonomii i polityce*, Monika Klimowicz, Anna Pacześniak i Aldona Wiktorska-Święcka (red.), s. 185-192. Toruń: Adam Marszałek.
- Pacześniak, Anna (2009b). „Medialny wizerunek płci w polityce.” [w:] *Płeć w społeczeństwie, ekonomii i polityce*, Monika Klimowicz, Anna Pacześniak i Aldona Wiktorska-Święcka (red.), s. 170-176. Toruń: Adam Marszałek.
- Pacześniak, Anna (2009c). „Od równoważenia udziału obu płci w polityce do >>gender mainstreaming<<.” [w:] *Płeć w społeczeństwie, ekonomii i polityce*, Monika Klimowicz, Anna Pacześniak i Aldona Wiktorska-Święcka (red.), s. 144-158. Toruń: Adam Marszałek.
- Pacześniak, Anna (2009d). „Podział obowiązków domowych. Wycena pracy domowej.” [w:] *Płeć w społeczeństwie, ekonomii i polityce*, Monika Klimowicz, Anna Pacześniak i Aldona Wiktorska-Święcka (red.), s. 128-138. Toruń: Adam Marszałek.
- Pacześniak, Anna (2009e). „Polityka równości płci Unii Europejskiej.” [w:] *Płeć w społeczeństwie, ekonomii i polityce*, Monika Klimowicz, Anna Pacześniak i Aldona Wiktorska-Święcka (red.), s. 158-169. Toruń: Adam Marszałek.
- Pacześniak, Anna (2009f). „Wprowadzenie. Kobieta intruzem w polityce?” [w:] *Płeć w społeczeństwie, ekonomii i polityce*, Monika Klimowicz, Anna Pacześniak i Aldona Wiktorska-Święcka (red.), s. 139-144. Toruń: Adam Marszałek.
- Pacześniak, Anna (2006). *Kobiety w Parlamencie Europejskim. Przelamywanie stereotypu płci w polityce*. Wrocław: Atla 2.
- Państwowa Komisja Wyborcza (PKW 2014). *Wybory do Parlamentu Europejskiego*. Źródło: <http://pe2014.pkw.gov.pl/pl/wyniki/> (data uzyskania dostępu: 27.08.2014).
- Państwowa Komisja Wyborcza (PKW 2009). *Wybory do Parlamentu Europejskiego*. Źródło: <http://pe2009.pkw.gov.pl/PUE/PL/WYN/W/index.htm> (data uzyskania dostępu: 27.08.2014).
- Parlament Europejski (2017). *Kobiety w Parlamencie Europejskim*. Luksemburg: Parlament Europejski.
- Parsons, Talcott; Bales, Robert Freed (1956). *Family Socialisation and Interaction Process*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Pawlak-Hejno, Elżbieta (2014). „„Wojna kobiet” - fotografie i rysunki sufrażystek w wybranych periodykach ilustrowanych 1909-1914.” [w:] *Retoryka wizualna. Obraz jako narzędzie perswazji*, 129-145. Warszawa: SGGW.
- Pawlas-Czyż, Sabina (2008). *Aktorzy życia politycznego w świetle opinii dziennikarzy. Jacy są, a jacy powinni być*. Kraków: Oficyna Wydawnicza "Impuls".
- Pawelczyk, Piotr (2012). „Harcownik - nowy typ wizerunku politycznego.” *Srodkowoeuropejskie Studia Polityczne*, s. 9-13.
- Paxton, Pamela; Hughes, Melanie (2010). „Women as Presidents, Prime Ministers, and Government Ministers.” [w:] *Gender and Women's Leadership: A Reference Handbook*, Karen O'Connor (red.), s. 321-331. SAGE.
- Perón, Eva (1996). *La Razón de mi Viola y otros Escritos*. Buenos Aires: Planeta Editores.
- Perrot, Michelle (2009). *Hoja historia kobiet*. Warszawa: Instytut Wydawniczy PAX.
- Peszyński, Wojciech (2009). „Kobiety w wyborach do Sejmu RP 1991-2005” [w:] *Płeć w życiu publicznym*, Marek Jeziński, Maria Winclawska i Barbara Brodzińska (red.), s. 185-196. Toruń: UMK.

- Phillips, Anne (2014). *Who is the human in human rights?* 26.08.2014. Źródło: <https://www.opendemocracy.net/anne-phillips/who-is-human-in-human-rights> (data uzyskania dostępu: 29.09.2014).
- Phillips, Anne (2003a). „Demokracja a zróżnicowanie.” [w:] *Aktorzy życia publicznego. Płeć jako czynnik różnicujący*, Renata Siemieńska (red.), s. 11-23. Warszawa: Scholar.
- Phillips, Anne (2003b). „Przestrzeń publiczna, życie prywatne.” [w:] *Aktorzy życia publicznego. Płeć jako czynnik różnicujący*, Renata Siemieńska (red.), s. 24-50. Warszawa: Scholar.
- Philo, Greg (2014). *Seeing and Believing: The Influence of Television*. London: Routledge.
- Piekot, Tomasz (2006). *Dyskurs polskich wiadomości prasowych*. Kraków: Universitas.
- Pieśniewska, Joanna (2005). „Środowisko lokalne i ponadlokalne jako kontekst wyników wyborczych kobiet w wyborach samorząd.” [w:] *Płeć, wybory, władza*, Renata Siemieńska (red.), Warszawa: Scholar.
- Pietkiewicz, Barbara (1997). „Kobiety na antenach europejskich telewizji.” [w:] *Portrety kobiet i mężczyzn w środkach masowego przekazu i podręcznikach szkolnych*, Renata Siemieńska (red.), s. 53-62. Warszawa: Scholar.
- Pine, Frances (2007). „Góralskie wesele. Pokrewieństwo, płeć kulturowa i praca na terenach wiejskich socjalistycznej i postsocjalistycznej Polski.” [w:] *Gender. Perspektywa antropologiczna, cz. I*, Renata Hryciuk i Agnieszka Kościańska (red.), s. 76-89. Warszawa: WUW.
- PKW (2018). *Wybory samorządowe 2018*. Data dostępu: 19.01.2019. Źródło: https://wybory2018.pkw.gov.pl/pl/geografia#general_committee_stat
- PKW (2015). *Wybory do Sejmu RP i Senatu RP*. Data dostępu: 19.01.2019. Źródło: <https://parlament2015.pkw.gov.pl>.
- Pludowski, Tomasz (2008). *Komunikacja polityczna w amerykańskich kampaniach wyborczych*. Warszawa: PWN.
- Popławski, Marcin; Francuz Piotr (2004). „Poziom redundancji i rodzaj ekspozycji materiały audiowizualnego a rozpoznawanie informacji telewizyjnych.” [w:] *Psychologiczne aspekty odbioru telewizji II*, Piotr Francuz (red.), s. 245-272. Lublin: TNKUL.
- Poprawa, Marcin (2009). *Telewizyjne debaty polityków jako przykład dyskursu publicznego*. Kraków: Universitas.
- Post, Barbara (2010). „Płeć kulturowa w polskim parlamencie.” [w:] *Kobiety u władzy?*, Irena Pańków i Barbara Post (red.), s. 17-42. Warszawa: ISP PAN.
- Postman, Neil (2004). *Technopol. Triumf techniki nad kulturą*. Warszawa: Muza.
- Posyłek, Małgorzata (2015). „Kobiety pilnie poszukiwane – system kwotowy w praktyce na przykładzie wyborów samorządowych w Częstochowie”. *Polityka i Społeczeństwo*, nr 3(13)/2017, s. 131-150.
- Pratkanis, Anthony; Aronson, Elliot (2008). *Wiek propagandy*. Warszawa: PWN.
- Prieur, Annick (2007a). „Dominacja i podporządkowanie. Homoseksualność i konstrukcja męskości w Meksyku.” [w:] *Gender. Perspektywa antropologiczna cz. 2*, Renata Hryciuk i Agnieszka Kościańska (red.), s. 137-157. Warszawa: WUW.
- Prieur, Annick (2007b). „Dominacja i podporządkowanie. Homoseksualność i konstrukcja męskości w Meksyku.” [w:] *Gender. Perspektywa antropologiczna. Tom I*, Renata Hryciuk i Agnieszka Kościańska (red.), s. 137-157. Warszawa: WUW.
- Raciborski, Filip (2005). „Czy wyborcy preferują mężczyzn?” [w:] *Płeć, wybory, władza*, Renata Siemieńska (red.), s. 87-120, Warszawa: Scholar.
- Radiukiewicz, Anna (2010). „O nierówności płciowej - opinie i diagnozy posłanek.” [w:] *Kobiety u władzy?*, Irena Pańków i Barbara Post (red.), s. 43-77. Warszawa: ISP PAN.
- Ranzetti, Claire; Curran, Daniel (2008). *Kobiety mężczyźni i społeczeństwo*. Warszawa: PWN.
- Reisigl, Martin; Wodak, Ruth (2001). *Discourse and Discrimination*. London: Routledge.
- Rekosz, Emilia (2013a). „Kobiety i mężczyźni w telewizyjnej kampanii wyborczej. Wybory parlamentarne 2011.” [w:] *Kobiety, wybory, polityka*, Małgorzata Fuszara (red.), s. 201-233. Warszawa: ISP.
- Rekosz, Emilia (2013b). „Kobiety i mężczyźni w telewizyjnej kampanii wyborczej. Wybory samorządowe w 2010 roku.” [w:] *Kobiety, wybory, polityka*, Małgorzata Fuszara (red.), s. 175-200. Warszawa: ISP.
- Ricouer, Paul (1971). „The Model of Text: Meaningful Action Considered as Text.” *Social Research: An International Quarterly*, s. 529-562.

- Riesman, David (2011). *Samotny tłum*. Kraków: vis-a-vis/Etiuda.
- Riukin-Fish, Michele (2007). „Edukacja seksualna w Rosji. Definiowanie przyjemności i niebezpieczeństwa w nowo powstałym społeczeństwie demokratycznym.” [w:] *Gender. Perspektywa antropologiczna Tom 2*, Renata Hryciuk i Agnieszka Kościańska (red.), s. 108-134. Warszawa: WUW.
- Rojczyk, Arkadiusz (2012). „Stereotypy dotyczące płci w badaniu primingowym.” [w:] *Oblicza płci. Język, kultura, edukacja*, Małgorzata Karwatowska i Jolanta Szpyra-Kozłowska (red.), s. 105-115. Lublin: UMCS.
- Rosaldo, Michelle Zimbalist (1974). „Woman, Culture, and Society: A Theoretical Overview.” [w:] *Woman, Culture, and Society*, Michelle Zimbalist Rosaldo i Louise Lamphere (red.), s. 17-42. Stanford: Stanford University Press.
- Ross, Karen; Comrie, Margie (2012). „The rules of the (leadership) game: Gender, politics and news.” *Journalism*, s. 969-984.
- Roux, Jean-Paul (2010). *Kobieta w historii i micie*. Warszawa: Volumen.
- Rzecznik Praw Obywatelskich (RPO 2018). *Akty prawne - Dyskryminacja ze względu na płeć*. <https://www.rpo.gov.pl/pl/content/akty-prawne-3> Data dostępu: 15.11.2018r.
- Rusinek, Angelina; Żyśko, Konrad (2012). „Rodzaj gramatyczny w języku reklamy a płeć adresata.” [w:] *Oblicza płci. Język, kultura, edukacja*, Małgorzata Karwatowska i Jolanta Szpyra-Kozłowska (red.), s. 117-127. Lublin: UMCS.
- Sapir, Edward (1978). *Kultura, język, osobowość*. Warszawa: PIW.
- Sarata, Natalia (2011). „Rynek pracy w Polsce - płeć, obecność, uczestnictwo.” [w:] *Gender w społeczeństwie polskim*, Krystyna Slany, Justyna Struzik i Katarzyna Wojnicka (red.), s. 267-279. Kraków: Nomos.
- Sawa-Czajka, Elżbieta (1997). „Obrazy kobiet w tygodnikach społeczno-politycznych w latach 1980-1995 (Polityka, Tygodnik Powszechny, Wprost).” [w:] *Portrety kobiet i mężczyzn w środkach masowego przekazu i podręcznikach szkolnych*, Renata Siemieńska (red.), s. 33-40. Warszawa: Scholar.
- Schulz, Muriel (1981). „The Semantic Derogation of Woman.” [w:] *A Woman's Place: Rhetoric and Readings for Composing Yourself and Your Prose*, Shirley Morahan, s. 39-50. New York: SUNY Press.
- Schulz, Winfried (1995). „Polityczne skutki działania mediów.” *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1-2 (141-142), s. 65-79.
- Secler, Bartłomiej (2009). „Miejsce i rola Pierwszej Damy w polskim życiu społeczno-politycznym.” [w:] *Kobiety we współczesnej Europie*, Magdalena Musiał-Karg (red.), s. 155-171. Toruń: Adam Marszałek.
- Sejm RP (2015). *Dane o posłach wg stanu na dzień wyborów*. Źródło: http://www.sejm.gov.pl/Sejm8.nsf/page.xsp/poslowie_poczatek_kad data dostępu: 30.10.2017
- Sejm RP (2001). „Kodeks wyborczy.” (Kancelaria Sejmu) 01.2011.
- Sejm RP. *Sejm Rzeczypospolitej Polskiej*. Źródło: <http://www.sejm.gov.pl/>
- Sklecka, Aleksandra (2009). „Tożsamość płciowa wobec wyzwań XXI wieku, czyli mężczyźni w zawodach sfeminizowanych.” [w:] *Płeć w życiu publicznym*, Marek Jeziński, Maria Winclawska i Barbara Brodzińska (red.), s. 99-109. Toruń: UMK.
- Sekuła, Paulina (2011). „Kobiety na stanowiskach politycznych. Realia polskie w perspektywie porównawczej.” [w:] *Kobiety w społeczeństwie polskim*, Alicja Pałęcka, Helena Szczodry i Warat Marta (red.), s. 105-132. Kraków: WUJ.
- Semetko, Holli; Blumler, Jay; Gurevitch, Michael; Weaver, David; Barkin, Steve (2011). *The Formation of Campaign Agendas: A Comparative Analysis of Party and Media Roles in Recent American and British Elections*. New York: Routledge.
- Sen, Amartya (1999). *Development as Freedom*. New York: Anchor Books.
- Senat RP (2015). *Dane o senatorach wg stanu na dzień wyborów*. Źródło: <http://www.senat.gov.pl/o-senacie/senat-wspolczesny/dane-o-senatorach-wg-stanu-na-dzien-wyborow/> (data uzyskania dostępu: 09.04.2016).
- Schonard, Martina (2018). *Równouprawnienie kobiet i mężczyzn*. http://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/pl/FTU_2.3.8.pdf data dostępu: 15.11.2018r.

- Siapera, Eugenia (2010). *Cultural Diversity and Global Media: The Mediation of Difference*. Oxford: John Wiley & Sons.
- Siedlecki, Marcin (2013). „Potencjał wyborczy kobiet w ujęciu krajowym i regionalnym w świetle statystyki Państwowej Komisji Wyborczej”. [w:] *Kobiety w politycznej przestrzeni Europy. Uwarunkowania i różnicowanie regionalne uczestnictwa w polityce*. Małgorzata Dajnowicz (red.), s. 77-93. Białystok: WU Trans Humana.
- Siemieńska, Renata (2011). „Kontrakt płci. Między sferą prywatną a publiczną.” [w:] *Kobiety w społeczeństwie polskim*, Krystyna Slany, Justyna Struzik i Katarzyna Wojnicka (red.), s. 196-224. Kraków: Nomos.
- Siemieńska, Renata (2003a). „Polacy i Polki w życiu publicznym - podobni czy różni od mieszkańców Unii Europejskiej.” [w:] *Aktorzy życia publicznego. Płeć jako czynnik różnicujący*, Renata Siemieńska (red.), s. 216-237. Warszawa: Scholar.
- Siemieńska, Renata (2003b). „Wstęp.” [w:] *Aktorzy życia publicznego. Płeć jako czynnik różnicujący*, Renata Siemieńska (red.), s. 7-9. Warszawa: Scholar.
- Siemieńska, Renata (1997). „Środki masowego przekazu jako twórcy obrazu świata.” [w:] *Portrety kobiet i mężczyzn w środkach masowego przekazu i podręcznikach szkolnych*, Renata Siemieńska (red.), s. 9-26. Warszawa: Scholar.
- Slany, Krystyna (2011). „Rodzina w refleksji feministyczno-genderowej.” [w:] *Kobiety w społeczeństwie polskim*, Krystyna Slany, Justyna Struzik i Katarzyna Wojnicka (red.), s. 225-248. Kraków: Nomos.
- Slany, Krystyna; Struzik, Justyna; Wojnicka, Katarzyna (2011). „Rozwój refleksji genderowej i studiów nad społeczno-kulturową tożsamością płci w Polsce.” [w:] *Gender w społeczeństwie polskim*, Krystyna Slany, Justyna Struzik i Katarzyna Wojnicka (red.), s. 7-16. Kraków: Nomos.
- Sobczak, Katarzyna (2014a). „Polityczka w obiektywie. Retoryczny przekaz fotografii prasowych polityczek w świetle teorii gender.” [w:] *Retoryka wizualna. Obraz jako narzędzie perswazji*, Agnieszka Kampka (red.), s. 146-163. Warszawa: SGGW.
- Sobczak, Katarzyna (2014b). „Tożsamość czy tożsamości? >>Ja<< w świecie cyberrealnym.” [w:] *Wirtualność jako realność*, Zbigniew Rykiel i Jarosław Kinal (red.) s. 23-42. Rzeszów: WURz.
- Sokołowska, Karolina (2009). „I ty możesz zostać prezydentką!” O formach aktywizacji politycznej kobiet w USA.” [w:] *Płeć w życiu publicznym*, Marek Jeziński, Maria Winclawska i Barbara Brodzińska (red.), s. 223-229. Toruń: UMK.
- Solarska, Maria (2016). „Kobiety w sferze publicznej/politycznej – wyzwania historiograficzne” [w:] Teresa Kulak, Małgorzata Dajnowicz (red.). *Drogi kobiet do polityki (na przestrzeni XVIII-XXI wieku)*. Wrocław: Chronicon, s. 445-457.
- Spender, Dale (1998). *Man Made Language*. 2nd. London, New York: Pandora.
- Stamp, Gavin (2016). *Who is Theresa May: A profile of UK's new prime minister*, 25.07.2016 Źródło: <http://www.bbc.com/news/uk-politics-36660372> (data dostępu: 30.07.2016).
- Street, John (2006). *Mass media, polityka, demokracja*. Kraków: WUJ.
- Strömbäck, Jesper (2008). „Four Phases of Mediatization: An Analysis.” *The International Journal of Press/Politics*, July 2008, s. 228-46.
- Suska, Danuta (2005). „Droga do Sejmu i praca parlamentarna kobiet i mężczyzn (w III kadencji 1997-2001). Podobne czy różne?” [w:] *Płeć, wybory, władza*, Renata Siemieńska (red.), s. 147-172. Warszawa: Scholar.
- Swidler, Leonard (2009). „Jesus was a feminist.” [w:] *Gender. Kobieta w kulturze i społeczeństwie*, Beata Kowalska, Katarzyna Zielińska i Ben Koschalka (red.), s. 55-73. Kraków: Rabid.
- Szacka, Barbara (2011). „Gender i płeć.” [w:] *Gender w społeczeństwie polskim*, Krystyna Slany, Justyna Struzik i Katarzyna Wojnicka (red.), s. 19-35. Kraków: Nomos.
- Szacka, Barbara (2008). *Wstęp do socjologii*. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Szczepańska, Sonia (2002). „Kobieta - zwierzę polityczne?” [w:] *Gender - kultura - społeczeństwo*, Małgorzata Radkiewicz (red.), s. 21-31. Kraków: Rabid.
- Sznajder, Agnieszka (2009). „Kobiety i władza - analiza czynników sprzyjających większej aktywności politycznej kobiet.” [w:] *Kobiety we współczesnej Europie*, Magdalena Musiał-Karg (red.), s. 60-75. Toruń: Adam Marszałek.
- Szpunar, Magdalena (2010). „Kobiety w polityce - aktywne czy pasywne?” [w:] *Kobiety w polityce*, Joanna Marszałek-Kawa (red.), s. 45-57. Toruń: Adam Marszałek.

- Szpyra-Kozłowska, Jolanta (2012). „Omów problem z kolegą”. Percepcja form męskoosobowych przez dzieci w wieku 8-13 lat.” [w:] *Oblicza płci. Język, kultura, edukacja*, Małgorzata Karwatowska i Jolanta Szpyra-Kozłowska (red.), s. 139-150. Lublin: UMCS.
- Szpyra-Kozłowska, Jolanta; Winiarczyk, Małgorzata (2012). „(Nie) *Wesoła szkoła* Igi i Kuby - problematyka genderowa w podręcznikach do kształcenia zintegrowanego.” [w:] *Oblicza płci. Język, kultura, społeczeństwo*, Małgorzata Karwatowska i Jolanta Szpyra-Kozłowska (red.), s. 307-322. Lublin: UMCS.
- Sztompka, Piotr (2007). *Zaufanie. Fundament społeczeństwa*. Kraków: Znak.
- Sztompka, Piotr (2006). *Socjologia*. Warszawa: PWN.
- Szwed, Anna (2009a). „Kobiety i judaizm. Różne drogi do podmiotowości.” [w:] *Gender. Kobieta w kulturze i społeczeństwie*, Beata Kowalska, Katarzyna Zielińska i Ben Koschalka (red.), s. 19-34. Kraków: Rabid.
- Szwed, Anna (2009b). „Kościół rzymskokatolicki o kobiecie. Między teorią a praktyką.” [w:] *Gender. Kobieta w kulturze i społeczeństwie*, Beata Kowalska, Katarzyna Zielińska i Ben Koschalka (red.), s. 75-102. Kraków: Rabid.
- Szymków-Suziarska, Aleksandra (2012). „Za kulisami sceny politycznej: analiza komunikatów przedwyborczych z perspektywy psychologicznej.” [w:] *Instrukcja obsługi tekstów. Metody retoryki*, Jacek Wasilewski i Anna Nita (red.), s. 33-36. Sopot: GWP.
- Środa, Magdalena (2012). *Kobiety i władza*. Warszawa: W.A.B.
- Środa, Magdalena (2005). „Kobiety, władza, polityka.” [w:] *Polityka równości płci na poziomie lokalnym*. Warszawa: Ośka.
- Tavris, Carol (1992). *The mismeasure of woman*. New York: Simon and Schuster.
- Thomson, Oliver (2001). *Historia propagandy*. Warszawa: Książka i Wiedza.
- Tillmann, Klaus-Jürgen (2013). *Teorie socjalizacji. Społeczność, instytucja, upodmiotowienie*. Warszawa: PWN.
- Titkow, Anna (2011). „Kategoria płci kulturowej jako instrumentarium badawcze i źródło wiedzy o społeczeństwie.” [w:] *Gender w społeczeństwie polskim*, Krystyna Slany, Justyna Struzik i Katarzyna Wojnicka (red.), s. 36-56. Kraków: Nomos.
- Titkow, Anna (2007). *Tożsamość polskich kobiet. Ciągłość, zmiana, konteksty*. Warszawa: IFiS PAN.
- Titkow, Anna (1995). „Kobiety pod presją? Proces kształtowania się tożsamości.” [w:] *Co to znaczy być kobietą w Polsce?*, Anna Titkow i Henryk Domański (red.), s. 9-39. Warszawa.
- Toeplitz, Krzysztof Teodor (2006). *Dokąd prowadzą nas media*. Warszawa: Iskry.
- Tomczak, Łukasz (2009). „Równouprawnienie kobiet w programach i praktyce działania polskich partii politycznych.” [w:] *Kobiety we współczesnej Europie*, Magdalena Musiał-Karg (red.), s. 120-134. Toruń: Adam Marszałek.
- Trutkowski, Cezary (1999). *Społeczne reprezentacje polityki*. Higher Education Support Program of the Open Society Institute.
- Tuchman, Gaye (1978). „Introduction: The Symbolic Annihilation of Women by the Mass Media” [w:] *Hearth and Home. Images of Women in the Mass Media*, Gaye Tuchman, Arlene Kaplan Daniels i James Benét (red.). New York: Oxford University Press, s. 3-38.
- TVN 24 (2017). *Beata Kempa będzie odpowiadać za pomoc humanitarną i uchodźców* 19.12.2017 <https://www.tvn24.pl/wiadomosci-z-kraju,3/kempa-ministrem-do-spraw-pomocy-humanitarnej-i-uchodzcow,799838.html> (data dostępu: 16.11.2018).
- Umiker-Sebeok, Jean (1996). „Power and Construction of Gendered Spaces.” *International Review of Sociology*.
- UNIC Warsaw (2003). *Konferencje w sprawach kobiet*. kwiecień 2003. Źródło: http://www.unic.un.org.pl/rownouprawnienie/platforma_dzialania.php (data uzyskania dostępu: 27.08.2014).
- Uscinski, Joseph; Goren, Lilly (2011). „What's in a Name? Coverage of Senator Hillary Clinton during the 2008 Democratic Primary.” *Political Research Quarterly*, s. 884-896.
- Vance, Carole (2007). „Konstruktywizm społeczny. Kłopoty z historią seksualności.” [w:] *Gender. Perspektywa antropologiczna Tom 2*, Renata Hryciuk i Agnieszka Kościńska (red.), s. 15-32. Warszawa: WUW.
- Viens, Stephanie (2014). "The Hyperreality of Daniel Boorstin," *Journal of Media Literacy Education*, 6(2), s. 93 -95.

- Walczeńska, Sławomira (2012). *Damy, rycerze i feministki. Kobiety dyskurs emancypacyjny w Polsce*. eFKA.
- Walczeńska, Sławomira (2016). *Matka gastronomiczna*. http://www.efka.org.pl/index.php?action=p_art&ID=8 (data uzyskania dostępu: 08.04.2016).
- Walerjan, Bożena (2010). „Operacje plastyczne dla kobiet i/czy mężczyźni? Analiza socjologiczna w oparciu o strony internetowe klinik chirurgii plastycznej.” [w:] *Zawartość mediów masowych: od kultury popularnej przez studia genderowe do języka komunikowania*, Patrycja Dudek i Michał Kuś (red.), s. 187-203. Toruń: Adam Marszałek.
- Waniek, Danuta (2010). „Parlamentarna grupa kobiet w praktyce politycznej lat 1989-2005.” [w:] *Kobiety w polityce*, Joanna Marszałek-Kawa (red.), s. 8-31. Toruń: Adam Marszałek.
- Wasilewska, Monika (1997). „Wzory kobiet w reklamie telewizyjnej w Polsce.” [w:] *Elżbieta Oleksy zwraca uwagę na idący z tym w parze zamiar upiększania przedstawianego świata, szczególnie dotyczący kobiet, określany terminem glamorization (Oleksy 1997)*, Renata Siemieńska (red.), s. 69-88. Warszawa: Scholar.
- Wawrowski, Łukasz (2009). „Zintegrowany model wyjaśniania” - w poszukiwaniu przyczyn niedoreprezentowania kobiet w strukturach politycznych.” [w:] *Płeć w życiu publicznym*, Marek Jeziński, Maria Winćławska i Barbara Brodzińska (red.), s. 145-158. Toruń: UMK.
- Wawrzyczek, Irminda (2012). „Poskromienie singielki. Macierzyństwo mimo woli w amerykańskiej komedii romantycznej XXI wieku.” [w:] *Oblicza płci. Język, kultura, edukacja*, Małgorzata Karwatowska i Jolanta Szpyra-Kozłowska (red.), s. 237-246. Lublin: UMCS.
- Weber, Max (1946). *From Max Weber: Essays in Sociology*. Hans Heinrich Gerth i Charles Wright Mills. New York: Oxford University Press.
- Welch, Susan (1977). „Women as Political Animals? A Test of Some Explanations for Male-Female Political Participation Differences” *American Journal of Political Science*, 21(4) November 1977, s. 711-730.
- Werbner, Pnina (2007). „Upolitycznione macierzyństwo i feminizacja obywatelstwa; ruchy kobiece i transformacja sfery publicznej.” [w:] *Gender. Perspektywa antropologiczna. Tom I*, Agnieszka Kościńska (red.), s. 93-120. Warszawa: WUW.
- Whitehead, Harriet (2007). „Łuk i nosidełko. Nowe spojrzenie na zinsytucjonalizowany homoseksualizm wśród Indian Ameryki Północnej.” [w:] *Gender. Perspektywa antropologiczna. Tom II*, Renata Hryciuk i Agnieszka Kościńska (red.), s. 195-238. Warszawa: WUW.
- Whorf, Benjamin (2002). *Język, myśl i rzeczywistość*. Warszawa: KR.
- Wierzbicka, Elżbieta; Wołański, Adam; Zdunkiewicz-Jedynak, Dorota (2008). *Podstawy stylistyki i retoryki*. Warszawa: PWN.
- Więckowska, Katarzyna (2009). „Płeć a sfera publiczna. Koncepcja relacji między płcią a sferą publiczną w myśli Judith Butler.” [w:] *Płeć w życiu publicznym*, Marek Jeziński, Maria Winćławska i Barbara Brodzińska (red.), s. 11-17. Toruń: UMK.
- Wikipedia (2016). *Jarosław Gowin*. 04.05.2016. https://pl.wikipedia.org/wiki/Jaros%C5%82aw_Gowin (data uzyskania dostępu: 03.07.2016).
- Wiktorska-Święcka, Aldona (2009a). „Kobiety i mężczyźni na rynku pracy.” [w:] *Płeć w społeczeństwie, ekonomii i polityce*, Monika Klimowicz, Anna Paczeńskiak i Aldona Wiktorska-Święcka (red.), s. 98-121. Toruń: Adam Marszałek.
- Wiktorska-Święcka, Aldona (2009b). „Płeć a sfera publiczna.” [w:] *Płeć w społeczeństwie, ekonomii i polityce*, Monika Klimowicz, Anna Paczeńskiak i Aldona Wiktorska-Święcka (red.), s. 21-43. Toruń: Adam Marszałek.
- Wiktorska-Święcka, Aldona (2009c). „Socjalizacja kobiet i mężczyźni jako determinanta (nie)równości.” [w:] *Płeć w społeczeństwie, ekonomii i polityce*, Monika Klimowicz, Anna Paczeńskiak i Aldona Wiktorska-Święcka (red.), s. 43-68. Toruń: Adam Marszałek.
- Wiktorska-Święcka, Aldona (2009d). „Wprowadzenie.” [w:] *Płeć w społeczeństwie, ekonomii i polityce*, Monika Klimowicz, Anna Paczeńskiak i Aldona Wiktorska-Święcka (red.), s. 13-21. Toruń: Adam Marszałek.
- Wilson, Edward (1998). *O naturze ludzkiej*. Poznań: Zys i S-ka.
- Winćławska, Maria (2009). „Głos Harriet Martineau w kwestii kobiecej.” [w:] *Płeć w życiu publicznym*, Marek Jeziński, Maria Winćławska i Barbara Brodzińska (red.), s. 19-29. Toruń: UMK.

- Wing, Bo Tso (2010). *A Comparative Study of Gender Representations in Philip Pullman's His Dark Materials and Its Chinese Translation*. Birmingham: The University of Birmingham.
- Winiarczyk, Małgorzata (2012). „>>Drapieżne indygo<< i >>mętne żółć<< - nazwy barw w języku dziewczynek i chłopców w szkole podstawowej.” [w:] *Oblicz płci. Język, kultura, edukacja.*, Małgorzata Karwatowska i Jolanta Szpyra-Kozłowska (red.), s. 151-163. Lublin: UMCS.
- Witte, Griff (2016), “Britain will have first female prime minister since Margaret Thatcher”, *Washington Post*, 07.07.2016. Źródło: https://www.washingtonpost.com/world/british-prime-minister-contest-down-to-two-women-amid-eu-exit-fallout/2016/07/07/8499b76e-4390-11e6-a76d-3550dba926ac_story.html?utm_term=.0d58a0bbbfe6 (data dostępu 15.07.2016)
- Wittgenstein, Ludwig (2010). *Tractatus Logico-Philosophicus*. Źródło: <http://www.gutenberg.org/files/5740/5740-pdf.pdf>.
- Wnuk-Lipiński, Edmund (2005). *Socjologia życia publicznego*. Warszawa: Scholar.
- Wojciszke, Bogdan (2006). *Człowiek wśród ludzi*. Warszawa: Scholar.
- Wojnicka, Katarzyna (2009). „Polskie "szare" feministki - portret socjologiczny.” [w:] *Gender. Kobieta w kulturze i społeczeństwie*, Beata Kowalska, Katarzyna Zielińska i Ben Koschalka (red.), s. 373-396. Kraków: Rabid.
- Women's Media Center (2014). *The Status of Women in the U.S. Media 2014*. Women's Media Center.
- Women's Media Center (2012). “You Never Really Hear About Mitt Romney's Ankles: Gloria Feldt on Female Candidates and the Media. 09.07.2012. <http://www.womensmediacenter.com/blog/entry/never-really-hear-mitt-romneys-ankles-gloria-feldt-female-candidates-media> (data uzyskania dostępu: 29.09.2014).
- World Economic Forum (2013). *The Global Gender Gap Report 2013*. Berkeley: WEF.
- Wójcik, Joanna (2009). „Prasa opiniotwórcza a kwestie równouprawnienia.” [w:] *Raport. Kobiety dla Polski. Polska dla kobiet. 20 lat transformacji 1989-2009*, s. 161-170. Warszawa: Feminoteka.
- Wprost (2012). *Cennik reklam Wprost*. Data dostępu: 01.09.2012.
- Wprost (2011). *Naga prawda o SLD*. 04.10.2011. <http://www.wprost.pl/ar/264399/Naga-prawda-o-SLD/> (data uzyskania dostępu: 28.09.2014).
- Zaslove, Mira (2016). *If the United States has a female president, will her husband be called the first gentleman? What will Bill Clinton be called if Hillary is elected?*, 03.04.2016, Źródło: <https://www.quora.com/If-the-United-States-has-a-female-president-will-her-husband-be-called-the-first-gentleman-What-will-Bill-Clinton-be-called-if-Hillary-is-elected> (data dostępu: 5.01.2017)
- Zaworska-Nikoniuk, Dorota (2010). „Uczestnictwo kobiet w polityce i kariery polityczne kobiet upowszechniane w magazynach luksusowych i prasie feministycznej.” [w:] *Kobiety w polityce*, Joanna Marszałek-Kawa (red.), s. 178-202. Toruń: Adam Marszałek.
- Zbieranek, Jarosław (2013). „Jednomandatowe okręgi wyborcze w polskim prawie wyborczym a kwestia równości płci.” [w:] *Kobiety, wybory, władza*, Małgorzata Fuszara (red.), s. 151-160. Warszawa: ISP.
- Zeszyty Prasoznawcze (1974). „Dyskusja o wywiadzie dziennikarskim”, *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1(59), s. 45-56.
- Zielińska, Eleonora (2011). „Prawo wobec kobiet. Refleksja w dwudziestą rocznicę kontraktu Okrągłego Stołu.” [w:] *Kobieta w społeczeństwie polskim*, Krystyna Slany, Justyna Struzik i Katarzyna Wojnicka (red.), s. 103-118. Kraków: Nomos.
- Zimniak, Michał (2016). *Wywiad z Janem Mosińskim – Posłem na Sejm RP*. 23.03.2016. Źródło: <https://naszapravdablog.wordpress.com/2016/03/23/wywiad-z-janem-mosinskim-poslem-na-sejm-rp/> (data uzyskania dostępu: 17.05.2016).
- Zinovieff, Sofka (2007). „Myśliwi i zwierzyzna. Kamaki a wieloznaczność seksualnych łowów w pewnym greckim mieście” [w:] *Gender. Perspektywa antropologiczna Tom 2*, Renata Hryciuk i Agnieszka Kościńska (red.), s. 158-176. Warszawa: WUW.