

MARZEC 2021

MEDIA BEZ Kobiet

RAPORT
INSTYTUTU ZAMENHOFA

Autorzy: Nikola Bochyńska, Paweł Prus

SPIS TREŚCI

2 KLUCZOWE WNIOSKI

5 CEL RAPORTU

6 WPROWADZENIE

- Kontekst społeczny i polityczny badania
- Metodologia
- Inne badania i publikacje na temat obecności kobiet w mediach

10 WYNIKI BADAŃ

- Badanie obecności kobiet w programach publicystycznych przeprowadzone 22.10.2020 – 1.11.2020
- Krytyczne reakcje opinii publicznej na dobór gości w mediach po wyroku TK
- Powtórzenie badania cztery tygodnie później 19.11.2020 – 29.11.2020
- Media publiczne a nadawcy komercyjni – porównanie wyników

27 WNIOSKI

29 REKOMENDACJE

MEDIA BEZ KOBIET – raport Instytutu
Zamenhofa

Autorzy:

Nikoła Bochyńska
Paweł Prus

Współpraca:

Dr Milena Drzewiecka, Uniwersytet SWPS

Redakcja:

Sylwia Czubkowska
Magdalena Kicińska

Wydawca:

Instytut Zamenhofa
www.zamenhof.pl
biuro@zamenhof.pl

Wydanie I, Warszawa, marzec 2021.

KLUCZOWE WNIOSKI

- 1.** Media w Polsce mają duży problem z zachowaniem równowagi płci w swoich audycjach. Liczba mężczyzn komentujących wydarzenia w mediach jest z reguły znacząco wyższa niż kobiet. **Często zdarzają się sytuacje, w których liczba kobiet stanowi mniej niż 10 proc. całej liczby zaproszonych do programu gości.**
- 2.** Po wyroku Trybunału Konstytucyjnego z 22 października 2020 roku w sprawie prawa do przerywania ciąży, pod wpływem krytyki opinii publicznej, w mediach pojawiło się więcej kobiet - komentatorek (46 proc. wszystkich gości między 22.X a 1.XI. 2020). Zmiana jednak była tymczasowa. Jak wynika z naszej analizy, cztery tygodnie później, **udział kobiet w programach publicystycznych radia i telewizji spadł do zaledwie 21 proc.**
- 3.** Największy problem z zachowaniem równowagi płci w programach publicystycznych mają media publiczne. Miesiąc po wyroku TK, udział kobiet w programach nadawców publicznych spadł do 16 proc. **Telewizja Polska i Polskie Radio nie realizują swoich zadań i obowiązków zapisanych w ustawie o radiofonii i telewizji oraz w zasadach etyki.**
- 4.** Dziennikarze i wydawcy często nie są świadomi tej nierówności i jej **skutków**, a gdy się z nią zetkną, próbują ją racjonalizować. Twierdzą, że zapraszając gości do rozmowy w studio kierują się tylko „merytorycznym charakterem” wypowiedzi gościa.

KLUCZOWE WNIOSKI

5. W przypadku audycji o tematyce politycznej, **w wielu przypadkach media „abdykują” na rzecz partii politycznych.** O tym, kto weźmie udział w programie decydują biura prasowe partii, a nie wydawcy czy prowadzący. To naganna praktyka, bo rola mediów została tu przejęta przez polityków.
6. **Znaczny wpływ na dominację mężczyzn w mediach ma również dysproporcja kobiet i mężczyzn zajmujących wysokie stanowiska w instytucjach publicznych.** Od samorządów, przez sądownictwo, po najwyższe organy państwowe – to mężczyźni najczęściej pełnią funkcje zarządcze. Media, które świadomie chcą zadbać o równowagę wypowiedzi kobiet i mężczyzn, muszą mierzyć się z tym, że na kluczowych stanowiskach kobiet jest mniej.



- Zapraszając do programów, kieruję się miejscem polityka w strukturze. Zapraszam przeważnie polityków i polityczki z pierwszych ław poselskich, więc mam do wyboru dość zamkniętą grupę osób. W rządzie mamy jedną kobietę, w Kancelarii Prezydenta – żadnej. Natomiast w nawet najbardziej progresywnych partiach Lewicy wszystkie kluczowe stanowiska - za wyjątkiem wicemarszałka Senatu - zajmują mężczyźni. Oczywiście mógłbym wybierać kobiety z szóstego rzędu ław poselskich, ale w moim interesie jest, by zapraszać osoby kluczowe, decyzyjne w ich formacjach. W dużej mierze brak kobiet w programach to odzwierciedlenie tego, co się dzieje w polityce. Z punktu widzenia tworzenia dobrego programu oczywistym jest, że bardziej zależy mi na liderze partyjnym.

KONRAD PIASECKI
TVN 24

UDZIAŁ KOBIET W AUDYCJACH PUBLICYSTYCZNYCH

Miesiąc po wyroku TK w sprawie aborcji, zaledwie co piąty głos w programach publicystycznych radia i telewizji należał do kobiety.

21%

Badanie Instytutu Zamenhofs
przeprowadzone 19-29.11.2020 na
próbie 107 programów
publicystycznych

16%

Badanie Instytutu Zamenhofs
przeprowadzone 19-29.11.2020 na
próbie 107 programów
publicystycznych

JESZCZE MNIEJ KOBIET W MEDIACH PUBLICZNYCH

W audycjach Telewizji Polskiej i Polskiego Radia występuje jeszcze mniej kobiet niż w programach nadawców komercyjnych.

BADANIE INSTYTUTU ZAMENHOFA:

214

PROGRAMÓW

Łączna liczba audycji, która została ujęta w obu badaniach zrealizowanych przez Instytut Zamenhofs. Pierwsze badanie realizowane było przez 10 kolejnych dni po wyroku Trybunału Konstytucyjnego; drugie - cztery tygodnie później.

CEL RAPORTU

Zespół Instytutu Zamenhofs postanowił zbadać skalę zjawiska nierówności oraz zweryfikować powtarzającą się w debacie publicznej hipotezę, jakoby występujący w polskich mediach mężczyźni mieli uprzywilejowaną i dominującą pozycję. A co za tym idzie – silniejszy wpływ na kształtowanie opinii publicznej i poglądów odbiorców.

W tym celu zespół Instytutu Zamenhofs na przełomie października i listopada 2020 roku przejrzał łącznie 107 wydań 18 różnych programów radia i telewizji, które zostały wyemitowane w ciągu 10 dni bezpośrednio po wyroku Trybunału Konstytucyjnego w sprawie przerywania ciąży. Sprawdzono, jakie były proporcje kobiet i mężczyzn poproszonych przez media o komentarz w tej sprawie.

W okresie objętym badaniem, pod wpływem krytyki opinii publicznej, część redakcji zmieniła politykę zapraszania gości do programu. Liczba kobiet komentujących wydarzenia zaczęła rosnąć. Po raz pierwszy pojawiły się programy, w których ekspertki stanowiły większość lub całość grupy zaproszonych gości. To zjawisko wzbudziło zainteresowanie zespołu badawczego Instytutu Zamenhofs, dlatego zdecydowaliśmy się powtórzyć analizę i sprawdzić, jak wyglądały proporcje kobiet i mężczyzn cztery tygodnie później, czyli między 19 a 29.XI.2020 r. A tym samym zbadać, czy zauważona zmiana miała charakter trwały, czy była tylko incydentalną reakcją na krytykę opinii publicznej.

Nadrzędnym celem, który przyświecał Instytutowi Zamenhofs jest merytoryczne spojrzenie na komentowane zjawisko, które dotąd nie doczekało się w Polsce całościowego zbadania i opisu^[1]. Liczymy jednak, że wnioski staną się przynajmniej przyczynkiem do branżowej dyskusji na ten temat. Mamy nadzieję, że w konsekwencji przyczyni się ona do zmiany w polskich mediach.

[1] W 2009 roku obszernie temat opisała Feminoteka w raporcie Brak misji na wizji i wizji w edukacji Media publiczne i polityka edukacyjna na rzecz równości płci. <http://feminoteka.pl/wp-content/uploads/2019/02/brakmisjinawizji.pdf>

WPROWADZENIE

Według danych GUS w czerwcu 2020 roku ludność Polski liczyła 38,35 mln osób[2]. Większość, bo prawie 52 proc. stanowią kobiety. Współczynnik feminizacji (czyli liczba kobiet przypadająca na 100 mężczyzn) wynosi w Polsce 107. W miastach jest jeszcze wyższy - wynosi 111 (na wsi to 101).

Taki stan rzeczy ulega odwróceniu, gdy przyjrzymy się proporcji kobiet obecnych w życiu publicznym, które piastują wysokie stanowiska i funkcje. Np. w aktualnym składzie Rady Ministrów, która liczy 21 osób, jest tylko jedna kobieta: Marlena Maląg, minister rodziny i polityki społecznej.[3]

Zjawisko dyskryminacji kobiet w życiu publicznym i równoczesnej nadreprezentacji mężczyzn nie jest nowe. Celem niniejszej publikacji nie jest też ocena całości tego zjawiska we wszystkich obszarach życia politycznego i społecznego. Jako Instytut Zamenhofa - pierwszy w Polsce i wśród krajów Europy Środkowej i Wschodniej think tank medialny - podjęliśmy próbę przyjrzenia się tej nierównowadze jedynie w polskich stacjach radiowych i telewizyjnych w czasie gorącej debaty publicznej na temat aborcji.

Kontekst społeczny i polityczny badania

Przyczynkiem do zrealizowanych przez Instytut Zamenhofa badań było ogłoszenie 22.10.2020 przez Trybunał Konstytucyjny wyroku w sprawie dopuszczalności przerywania ciąży, czyli przepisów tzw. kompromisu aborcyjnego obowiązujących od 1993 roku, zezwalających na aborcję w Polsce w trzech przypadkach: trwałych, nieuleczalnych wad płodu, gdy ciąża jest efektem czynu zabronionego (gwałtu) oraz gdy ciąża stanowi zagrożenie dla życia i zdrowia kobiety. Sędziowie TK w swoim orzeczeniu uznali, że pierwsza z opisanych powyżej przesłanek - jest niezgodna z Konstytucją Rzeczypospolitej Polski.

Wyrok Trybunału wywołał poruszenie w świecie polityki i mediów, stając się przez kolejne tygodnie głównym tematem zainteresowania opinii publicznej. Nawet zaostrażająca się

[2] Raport *Ludność. Stan i struktura ludności oraz ruch naturalny w przekroju terytorialnym (stan w dniu 30.06.2020)* opublikowany 15.10.2020 r.

[3] Skład Rady Ministrów na dzień 1.3.2021 r.

sytuacja związana z rosnącą lawinowo liczbą chorych na COVID-19, nie zmieniła takiego stanu rzeczy, szczególnie że w kolejnych tygodniach po orzeczeniu TK, w całej Polsce odbywały się liczne, masowe protesty.

Debata tocząca się po wyroku TK wydaje się być doskonałym przyczynkiem do zbadania roli kobiet-komentatorek w polskich mediach. W swojej istocie dotyka bowiem ona praw człowieka w jednym z najbardziej wrażliwych i intymnych obszarów: prawa kobiety do decydowania o ciąży i posiadaniu potomstwa. Wydawać by się mogło, że kobiety: ekspertki, polityczki, publicystki – będą naturalnymi komentatorkami wyroku Trybunału oraz wydarzeń, które miały miejsce w Polsce po jego publikacji. Mimo to, w wielu programach publicystycznych, temat ten został zdominowany przez opinie wyrażane przez mężczyzn. W skrajnych przypadkach były to audycje, w których tematykę aborcji, posiadania potomstwa i praw reprodukcyjnych kobiet, komentowali wyłącznie mężczyźni – zaproszeni do studia przez prowadzącego program dziennikarza – także mężczyznę.

Inne badania i publikacje na temat obecności kobiet w mediach

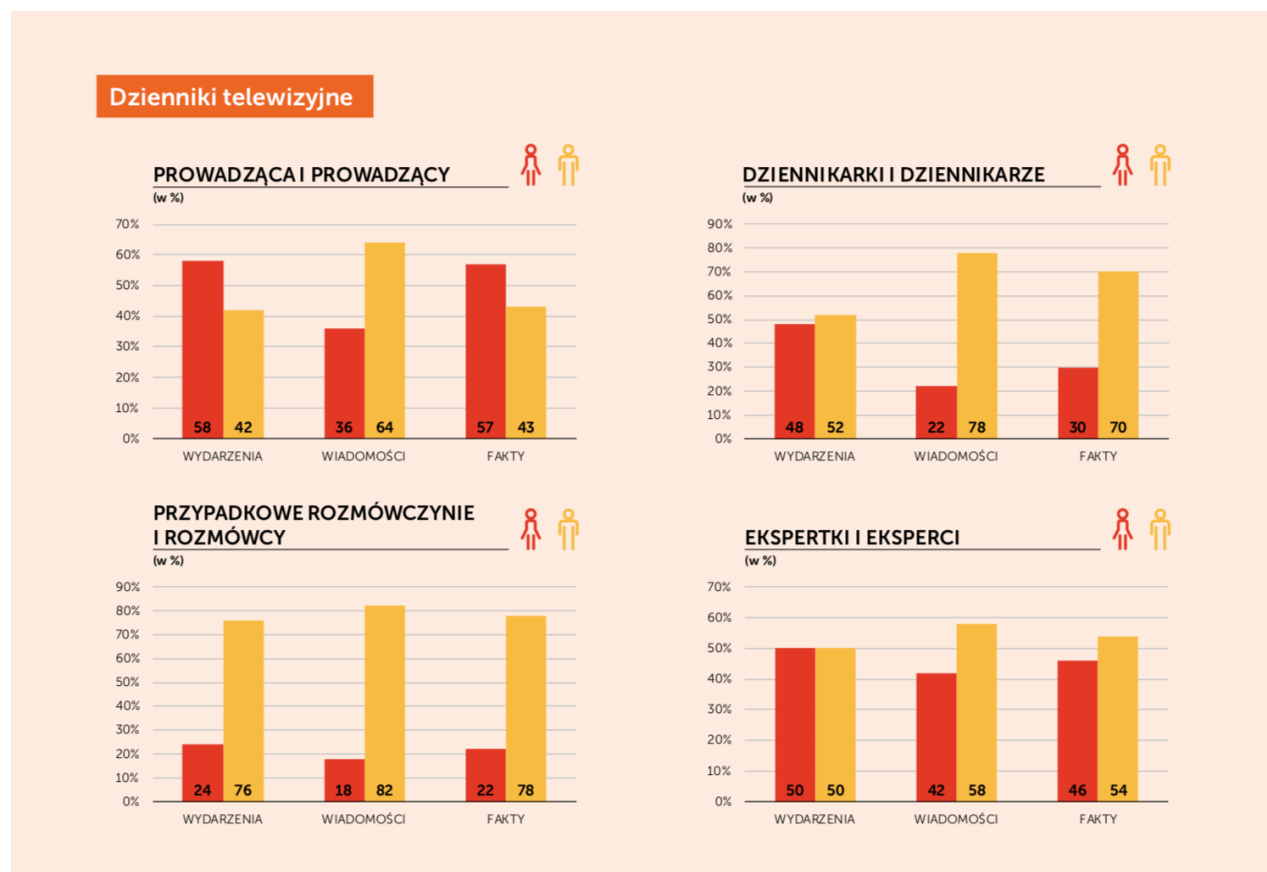
Temat nierówności kobiet i mężczyzn w polskich mediach, choć nie doczekał się jeszcze całkowitego zbadania i opisu, był w ostatnich latach kilkakrotnie poruszany. W 2015 roku badanie na ten temat opublikowali dziennikarze: Anna Dryjańska i Piotr Pacewicz. Od kwietnia 2014 do marca 2015 roku autorzy prześledzili 14 najpopularniejszych programów publicystycznych w polskich mediach. W zbadanych audycjach pojawiły się – według ich obliczeń – 644 osoby, z czego 126 kobiet. Kiedy wzięli pod uwagę liczbę pojedynczych wystąpień kobiet i mężczyzn, ta dysproporcja jeszcze się zwiększyła – głosy męskie pojawiały się siedem razy częściej niż kobiece.



Męskość mediów jest zastanawiająco trwała, choć oczywiście zdarzają się zmiany sytuacyjne. W Polsce 2015 przeżyliśmy wręcz jazdę genderową kolejką górską. W tygodniu przed 2. turą prezydenckich wyborów w 14 flagowych audycjach radia i telewizji usłyszeliśmy 90 wypowiedzi, z tego tylko sześć kobiet. Mężczyźni mówili 84 razy, niektórzy wielokrotnie. Sam Jarosław Gowin cztery razy. Przed wyborami parlamentarnymi coś jednak drgnęło, aktywizacja polityczek Platformy i obecność Beaty Szydło jako maszynistki lokomotywy wyborczej PiS, zmieniły klimat nawet w mediach. [...] Po wyborach wróciliśmy do polskiej normy. Od listopada do końca marca w Kropce zobaczyliśmy 107 występów (nie mylić z osobami), w tym aż 99 męskich i ledwie 8 kobiecych.*

Fragment artykułu Piotra Pacewicza #MediaBezKobiet: Kobiety same są sobie winne? opublikowanego 14.09.2016 na łamach portalu Krytyki Politycznej
<https://krytykapolityczna.pl/kraj/mediabezkobiet-kobiety-same-sa-sobie-winne/>

W 2017 roku Stowarzyszenie Kongres Kobiet opublikowało Raport z monitoringu polityki, mediów i reformy edukacji[4]. Publikacja powstała w oparciu o trwające rok badanie – od czerwca 2016 roku do czerwca 2017 Kongres Kobiet monitorował obecność kobiet w dziennikach telewizyjnych: “Faktach” TVN, “Wiadomościach” TVP, “Wydarzeniach” Polsatu, a także w programach i audycjach publicystycznych: “Faktach po Faktach” TVN24; “Gościu Radia Zet” w Radiu Zet; “Gościu Wydarzeń” w Polsacie; “Minęła dwudziesta” w TVP Info; “Porannej rozmowie Roberta Mazurka” w RMF FM; “Sygnałach dnia” w Polskim Radiu oraz w prasie: “Newsweeku”, „wSieci” (obecnie “Sieci”), „Gościu niedzielnym” i w „Polityce”. Pod względem liczby kobiet prowadzących wydania najlepiej wypadły “Wydarzenia” (58 proc.) i “Fakty” (57 proc. pań). Do roli ekspertów “Wydarzenia” zapraszały po połowie – kobiety i mężczyzn, podczas gdy w “Wiadomościach” proporcje układały się 42 proc. do 58 proc. na korzyść mężczyzn. Sytuacja wyglądała o wiele gorzej w programach publicystycznych. W “Gościu Radia Zet” kobiety stanowiły tylko 7 proc. komentatorów. Najwięcej, bo 19 proc. pań zapraszano do komentowania wydarzeń w “Sygnałach Dnia” Jedyńki i w “Gościu Wydarzeń” Polsatu (18 proc. rozmówców stanowiły kobiety). W żadnym z badanych programów próg zaproszonych kobiet nie przekroczył 20 proc.



Źródło: Stowarzyszenie Kongres Kobiet, *Raport z monitoringu polityki, mediów i reformy edukacji*

Kwestia braku kobiet w głównych mediach na moment powróciła w 2018 roku – w setną rocznicę uzyskania przez kobiety czynnych i biernych praw wyborczych. Julia Kubisa na

[4] Stowarzyszenie Kongres Kobiet, Raport z monitoringu polityki, mediów i reformy edukacji, <https://www.kongreskobiet.pl/analizy>.

łamach „Krytyki Politycznej” zwróciła uwagę, że podczas wieczoru wyborczego w dniu wyborów samorządowych, trzy główne stacje informacyjne zaprosiły do komentowania wyników jedynie mężczyzn - zmieniała się tylko ich liczba, w zależności od wielkości stołu, przy którym zasiedli.[5] „Krytyka Polityczna” wróciła do tematu ponownie dwa lata później. Do komentowania wyników II tury wyborów prezydenckich w lipcu 2020 te same trzy główne stacje informacyjne ponownie zaprosiły głównie mężczyzn.[6]



Wieczór wyborczy na antenie TVN 24 w dniu II tury wyborów prezydenckich (12.07.2020).

Źródło: <https://krytykapolityczna.pl/kraj/na-wieczory-wyborcze-w-glownych-mediach-pan-nie-zaproszono/>

Po wyroku TK w sprawie aborcji problem dysproporcji kobiet i mężczyzn komentujących wydarzenia z nim związane (oraz z towarzyszącymi mu protestami społecznymi) został zauważony przez zespół analityczny firmy Press-Service Monitoring Mediów. Z wyników zrealizowanego przezeń w dniach 22-26 października monitoringu mediów wynika, że w programach publicystycznych trzech głównych stacji informacyjnych (TVP Info, Polsat News, TVN24) pojawiło się w tych dniach 215 mężczyzn i 146 kobiet (40,44 proc. ogólnej liczby gości) wypowiadających się na temat wyroku Trybunału Konstytucyjnego. Najgorzej pod tym względem wypadł Polsat News – tylko 17,44 proc. gości stanowiły ekspertki, w TVP Info było ich 25,98 proc., a najczęściej kobiety pojawiały się na antenie TVN24 – ekspertki stanowiły 66,22 proc. poproszonych o opinię gości.

[5] Julia Kubisa, Ptaszek 2018; <https://krytykapolityczna.pl/kraj/wybory-media-bez-kobiet/>

[6] Karolina Wasielewska, Na wieczory wyborcze w głównych mediach pań nie zaproszono <https://krytykapolityczna.pl/kraj/na-wieczory-wyborcze-w-glownych-mediach-pan-nie-zaproszono/>

WYNIKI BADAŃ INSTYTUTU ZAMENHOFA

Badanie przeprowadzone w dniach 22.10 – 1.11.2020 na próbie 107 programów publicystycznych

Analiza miała charakter ilościowy: sprawdzana była liczba kobiet i mężczyzn zaproszonych do udziału w programie. Podkreślić przy tym należy, że nie wszystkie badane programy poświęcone były tematowi aborcji, praw kobiet i protestów wywołanych wyrokiem Trybunału Konstytucyjnego. Drugim, najczęściej pojawiającym się tematem dyskusji w mediach była w tym czasie walka z pandemią i rosnąca liczba zakażeń w Polsce. Nieliczne audycje, zwłaszcza w pierwszych dniach badania, zignorowały zupełnie temat prawa kobiet do aborcji.

Zliczając liczbę kobiet i mężczyzn występujących w roli ekspertów w mediach nie była uwzględniana płeć osoby prowadzącej program. Przyjąć bowiem można, że rola dziennikarza w audycjach publicystycznych, przynajmniej w założeniu, sprowadzona jest do funkcji gospodarza i moderatora dyskusji, nie wyraża on swoich poglądów na antenie. Podkreślić należy jednak, że -choć nieuwzględniona w badaniu- płeć prowadzącego mogła mieć wpływ na wizualny odbiór danego programu przez widza. Ze względów sanitarnych, większość programów publicystycznych w szczytowej fazie pandemii COVID-19 prowadzona była z wykorzystaniem połączeń wideo z gośćmi pozostającymi poza telewizyjnym studiem. W praktyce, widz oglądający dyskusję na temat aborcji i praw kobiet widział na ekranie telewizora przez cały czas trwania programu wyłącznie męskie twarze: gości i prezentera. Może na tej podstawie odnieść wrażenie, że temat aborcji był zarezerwowany wyłącznie dla mężczyzn.

Dobór audycji

Zbadanie zjawiska nadreprezentacji mężczyzn-komentatorów w polskich mediach wymagało przyjęcia pewnych założeń czasowych i ilościowych. W pierwszej kolejności, oczywiste było skupienie się na programach telewizyjnych i audycjach radiowych cieszących się największym zasięgiem wśród odbiorców. Większość z badanych audycji ma już swoją ugruntowaną pozycję. Do badania wytypowano programy nadawane w trzech największych stacjach telewizyjnych oraz grupach radiowych. W badanej grupie znalazły się zarówno programy będące podsumowaniem tygodnia, do których zaprasza się kilkoro

gości oraz codzienne programy publicystyczne, których formuła sprowadza się do rozmowy prowadzącego program i zaproszonej osoby.

Przyjęta metodologia

Kierując się opisanymi wyżej kryteriami, zespół badawczy Instytutu Zamenhofs zdecydował o wytypowaniu do badania następujących 107 audycji:

NAZWA STACJI	NAZWA PROGRAMU	LICZBA ODCINKÓW
TVP 1	Gość Wiadomości	10
TVP INFO	Minęła 20	9
TVP INFO	Forum	2
TVP INFO	Woronicza 17	2
TVN 24	Fakty po Faktach	11
TVN 24	Kawa na ławę	2
TVN 24	Kropka nad i	5
TVN 24	Łoża prasowa	2
Polsat	Gość Wydarzeń	8
Polsat News	Śniadanie w Polsat News	2
Polsat News	Cztery strony prasy	2
Polsat News	Deбата dnia i Deбата tygodnia	9
RMF FM	Popołudniowa rozmowa RMF	7
RMF FM	Poranna rozmowa RMF	6
TRÓJKA Polskie Radio	Salon polityczny Trójki/ Śniadanie w Trójce	8
TOK FM	Poranek w TOK FM	6
JEDYNKA Polskie Radio	Sygnały dnia	6
Radio ZET	Gość Radia ZET	10

Liczbę analizowanych konkretnych audycji determinują ramy czasowe badania. W przypadku programów, które emitowane są codziennie lub pięć razy w tygodniu – liczba ta jest największa. W przypadku programów będących podsumowaniem tygodnia, emitowanych tylko w weekendy – liczba uwzględnionych emisji jest dużo mniejsza. Należy mieć to na uwadze podczas dalszej lektury raportu oraz wyników statystycznych: przy niskiej próbie, procentowy udział kobiet i mężczyzn może dawać fałszywy obraz prawdziwej sytuacji, co bardziej szczegółowo zostało opisane w dalszej części raportu.

Analiza ilościowa

Z oferty programów publicystycznych publicznej Telewizji Polskiej badaniem objętym zostały cztery audycje, emitowane na różnych kanałach (TVP 1, TVP INFO), różniące się formułą i kluczem doboru zapraszanych ekspertów.

TVP

“Gość Wiadomości” to sztandarowy program publicystyczny TVP 1. Emitowany jest codziennie, zaraz po głównym wydaniu Wiadomości. Najczęściej do programu zapraszana jest tylko jedna osoba, która komentuje najważniejsze wydarzenia dnia, rzadziej zaproszonych gości jest dwoje. W analizowanym okresie (22.X-1.XI) miało miejsce 10 programów, do udziału w których zaproszonych zostało łącznie 14 gości. W tej grupie komentatorów znalazło się miejsce tylko dla 2 kobiet (14 proc. wszystkich zaproszonych gości).

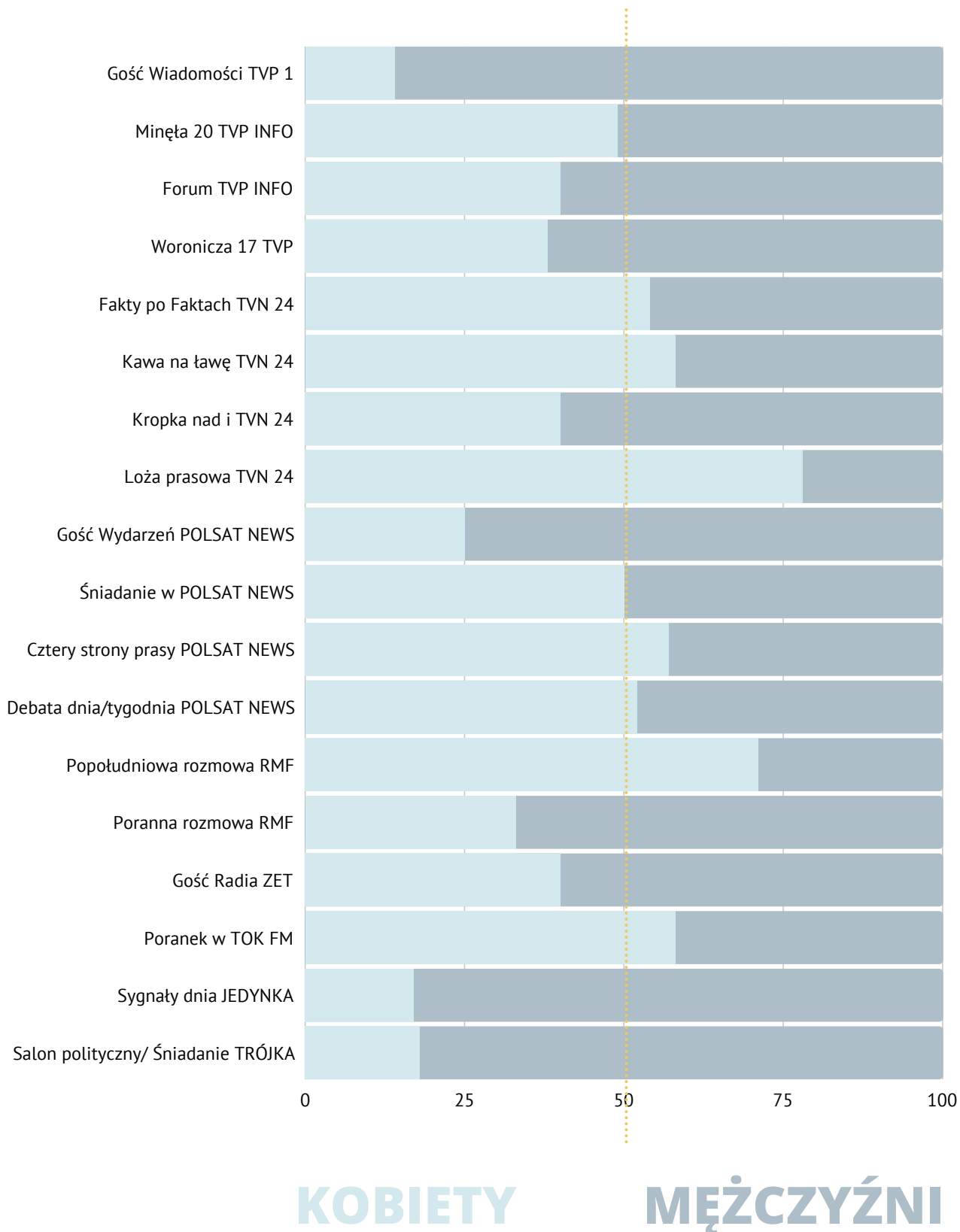
Wieczorne podsumowanie dnia okiem komentatorów emitowane jest również codziennie (z wyjątkiem piątków) na antenie TVP INFO. Do programu “Minęła 20” zapraszani są głównie politycy, rzadziej dziennikarze. W każdej audycji udział bierze kilka osób. Badaniem objętych zostało 9 kolejnych emisji programu, w którym udział wzięło łącznie 47 osób: 23 kobiety (49 proc.) oraz 24 mężczyzn (51 proc.).

O podobnej porze w piątki na antenie TVP INFO emitowane jest “FORUM”. Formuła tego programu tylko nieznacznie różni się od “Minęła 20” – do studia zapraszani są przedstawiciele różnych partii politycznych, którzy komentują najważniejsze wydarzenia mijającego tygodnia. W ciągu 10 kolejnych dni po wyroku TK, wyemitowane zostały dwie takie audycje, w których udział wzięło 10 parlamentarzystów: 4 kobiety (40 proc.) i 6 mężczyzn (60 proc.)

W badaniu ujęty został jeszcze jeden, podobny program publicznego nadawcy: w niedzielne poranki na antenie TVP INFO nadawana jest audycja „Woronicza 17” w której politycy wypowiadają się o wybranych, najbardziej istotnych tematach mijającego tygodnia. W dwóch programach, które ukazały się w analizowanym okresie wystąpiło 8 osób: 3 polityczki (37,5 proc.) i 5 polityków (62,5 proc.)

BADANIE I

Udział kobiet i mężczyzn w wybranych 18 programach publicystycznych radia i telewizji. Badanie zostało zrealizowane 22.10 - 1.11.2020 - przez dziesięć kolejnych dni po wyroku Trybunału Konstytucyjnego w sprawie dopuszczalności przerywania ciąży.



TVN

Z programów grupy TVN Discovery analizie poddano 4 różne programy oferowane widzom na głównej antenie stacji (TVN) oraz w kanale informacyjnym (TVN 24). Łącznie przebadanych zostało 20 audycji:

“Fakty po Faktach” to flagowy program publicystyczny stacji nadawany codziennie po głównym wydaniu Faktów. W analizowanym okresie 11 kolejnych dni po wyroku TK stacja wyemitowała 11 audycji, w których gościło 37 osób. “Fakty po Faktach” to pierwszy badany program, w którym do komentowania tematów związanych z aborcją i strajkami kobiet zaproszono więcej komentatorek niż komentatorów. W analizowanym okresie w programie udział wzięło 20 kobiet (54 proc.) i 17 mężczyzn (46 proc.)

Proporcje kobiet do mężczyzn zaproszonych w roli eksperckiej wyglądały podobnie w “Kawie na ławę”. W tym politycznym podsumowania tygodnia udział biorą politycy i polityczki. W dwóch kolejnych audycjach, które zostały wyemitowane w okresie objętym badaniem na antenie pojawiło się 7 posłanek (58 proc.) i 5 posłów (42 proc.).

W badaniu uwzględniona została też publicystyczna “Kropka nad i” prowadzona przez Monikę Olejnik. W czasie badania wyemitowanych zostało łącznie 5 audycji. Tu, inaczej niż w pozostałych programach grupy TVN Discovery, miała miejsce przewaga mężczyzn (60 proc.) nad kobietami (40 proc.).

Zupełnie inaczej wyglądały te proporcje w programie “Łoża prasowa” w którym prowadząca, redaktorka Małgorzata Łaszczyńska, zaprasza do rozmowy dziennikarzy. W programach, które ukazały po wyroku Trybunału Konstytucyjnego, łączna liczba zaproszonych dziennikarek była większa niż liczba mężczyzn-dziennikarzy. W sumie w “Łoży prasowej” wystąpiło 7 kobiet (78 proc.) i dwóch mężczyzn (22 proc.). Warto przy tym odnotować, że do programu, który ukazał się 1.XI.2020 zaproszono wyłącznie kobiety, co w polskich programach publicystycznych zdarza się niezwykle rzadko.

POLSAT

We flagowym programie publicystycznym Polsatu, czyli w “Gościu Wydarzeń” omawiane są najważniejsze tematy polityczne i społeczne. W badanym okresie wyemitowanych zostało 8 audycji. A w nich głównymi gośćmi byli mężczyźni. Do programu zaproszono tylko 3 kobiety (25 proc.). Mężczyzn było trzykrotnie więcej, bo aż 9 (75 proc.).

Na pierwszy rzut oka, znacznie lepiej wyglądają te proporcje w programie “Śniadanie w Polsat News” emitowanym w niedzielne poranki. Liczba kobiet i mężczyzn, w ujęciu statystycznym, była identyczna (50 proc.), ale była to równowaga pozorna. W pierwszej audycji, która miała miejsce 3 dni po wyroku Trybunału Konstytucyjnego, do skomentowania tematu prawa kobiet do aborcji stacja zaprosiła wyłącznie mężczyzn. Taki dobór gości spotkał się z publiczną krytyką m.in. na Twitterze, co prawdopodobnie wpłynęło na to, że tydzień później w programie były już wyłącznie kobiety.

Podobną reakcję redakcji można było zauważyć w programie “Cztery strony prasy”. W programie wyemitowanym w niedzielę 25.X.2021 r. wydarzenia komentowała jedna kobieta i trzech mężczyzn. Tydzień później, w roli komentatorek pojawiły się wyłącznie kobiety. Dzięki temu finalny wynik badania wskazuje na niewielką przewagę liczby zaproszonych do programu kobiet (57 proc.).

Czwartym poddanym analizie programie publicystycznym Polsatu jest “Debate dnia” (w sobotę występująca pod nazwą “Debate tygodnia”). W badanym okresie, na antenie Polsatu News widzowie mogli obejrzeć 9 audycji. W roli ekspertów wystąpiło w nich w sumie 25 kobiet (52 proc.) oraz 23 mężczyzn (48 proc.).



W programie “Śniadanie w Polsat News” wyemitowanym w niedzielę 25 października 2020 udział wzięli wyłącznie mężczyźni. Tematem programu była wyrok Trybunału Konstytucyjnego zmieniający przepisy o dopuszczalności przerywania ciąży.

Podobną reakcję redakcji można było zauważyć w programie “Cztery strony prasy”. W programie wyemitowanym w niedzielę 25.X.2021 r. wydarzenia komentowała jedna kobieta i trzech mężczyzn. Tydzień później, w roli komentatorek pojawiły się wyłącznie kobiety. Dzięki temu finalny wynik badania wskazuje na niewielką przewagę liczby zaproszonych do programu kobiet (57 proc.).

Czwartym poddanym analizie programie publicystycznym Polsatu jest “Debate dnia” (w sobotę występująca pod nazwą “Debate tygodnia”). W badanym okresie, na antenie Polsatu News widzowie mogli obejrzeć 9 audycji. W roli ekspertów wystąpiło w nich w sumie 25 kobiet (52 proc.) oraz 23 mężczyzn (48 proc.).

Stacje radiowe

W kształtowaniu opinii i kreowaniu debaty publicznej ważną rolę odgrywają też stacje radiowe, mające ambicję nadawania autorskich serwisów informacyjnych oraz własnych programów publicystycznych.

„Poranna rozmowa RMF” autorstwa Roberta Mazurka to audycja, od której wielu dziennikarzy i uczestników życia politycznego zaczyna swój dzień. Od poniedziałku do piątku gościem jest jedna osoba, najczęściej ze świata polityki. W czasie, w którym było realizowane badanie, w audycji Roberta Mazurka wystąpiło sześcioro gości: dwie kobiety (33 proc.) i 4 mężczyzn (67 proc.)

Audycję publicystyczną o podobnej formule stacja ma również po południu. Prowadzącym „Popołudniową rozmowę RMF” jest z kolei Marcin Zaborski. Warto jednak zauważyć, że w programie redaktora Zaborskiego pojawiło się wyraźnie więcej kobiet zaproszonych w roli ekspertek. Na siedmioro gości, kobiet było aż 5 (71 proc.), zaś mężczyzn tylko dwóch (29 proc.). To drugi najlepszy wynik (po „Łoży prasowej” TVN24) ze wszystkich programów radiowych i telewizyjnych objętych badaniem Instytutu Zamenhofa.

“

-To, co oglądamy na ekranie, oddaje realia: kobiety w życiu publicznym są wciąż niedoreprezentowane, dlatego rzadziej pojawiają się także w przestrzeni medialnej. Problem nie dotyczy tylko Polski, co pokazały badania Media Ecosystem Analysis Group: w czasach kryzysu także dziennikarze z Wielkiej Brytanii, Nigerii, Indii czy Stanów Zjednoczonych częściej sięgają po komentarz mężczyzn. Udział kobiet w dyskusjach na temat COVID-19 jest tam nawet sześć razy mniejszy. Polskie stacje telewizyjne potrafią tak organizować swoje programy, że mężczyźni rozmawiają nawet o prawach kobiet, czyli niejako dostają rolę ekspertów mówiących w naszym imieniu. I co gorsza chętnie ją przyjmują. Rolą mediów jest kreacja zachowań. Jeżeli młody człowiek nie widzi polityczek, ekspertek ekonomicznych czy dziennikarek w mediach, myśli, że to nie jest zawód dla kobiet. Niewielka liczba kobiet na głównych antenach bierze się przede wszystkim z lenistwa wydawców i dziennikarzy, którzy szukając ekspertów najczęściej wybierają znane i utarte ścieżki, szybko dostępne kontakty. Mężczyźni są też bardziej pewni siebie, łatwiej znaleźć rozmówcę niż rozmówczynię. Kobiety wątpią w swoje kompetencje, nie chcą być też “ekspertkami od wszystkiego” (i dobrze), ale te trudności nie mogą być usprawiedliwieniem. Na to się nakłada jeszcze jeden, równie ważny aspekt: nasza branża choruje na brak świadomości własnych błędów i ograniczeń. To ślepy punkt wielu redakcji. Dlatego jedyne, co można dziś zrobić, to umówić się na parytet. Wtedy problem szybko zniknie.

KATARZYNA WŁODKOWSKA
GAZETA WYBORCZA, DUŻY
FORMAT

Największy konkurent RMF – Radio ZET także stara się przyciągnąć uwagę radiosłuchaczy w porannym paśmie audycją publicystyczną. „Gość Radia ZET” to rozmowa polityczna, którą od poniedziałku do piątku prowadzi Beata Lubecka, a w weekendy Joanna Komolka lub inni dziennikarze tej stacji. Badaniem objętych zostało 10 audycji. Wśród zaproszonych gości, kobiety stanowiły mniejszość (40 proc.).

Rozmowy z gośćmi o polityce to ważny element porannego programu radiowej Jedynki. W „Sygnałach dnia”, porannym paśmie tej stacji są dwie rozmowy o charakterze publicystyki politycznej: o godz. 7.15 i 8.15. W czasie badania w studio Jedynki wystąpiło 12 gości ze świata nauki i polityki, w tym tylko dwie kobiety (17 proc.).

Badaniem objęte zostały również poranne programy publicznej radiowej Trójki. Na jej antenie od poniedziałku do piątku, w porannym paśmie emitowany jest „Salon polityczny Trójki” prowadzony przez Beatę Michniewicz. Do każdego programu zapraszany jest jeden gość. W sobotę audycja przybiera postać „Śniadania Trójki” do którego ta sama autorka zaprasza grupę polityków w celu podsumowania mijającego tygodnia. W sumie, w obu audycjach publicystycznych pojawiło się 17 gości. I tylko 3 z nich to były kobiety.

Ostatnią ze zbadanych stacji radiowych było radio TOK FM. „Poranek TOK FM” to nazwa porannego pasma, które ma charakter informacyjno-publicystyczny. Każdego dnia do studia zapraszane jest szerokie grono gości komentujących wydarzenia. W ciągu 11 dni po wyroku TK w sprawie aborcji, ze studia przy ulicy Czerskiej wyemitowano 6 takich programów. [8] O zabranie głosu w dyskusji wydawcy i autorzy programu poprosili 21 kobiet (58 proc.) i 15 mężczyzn (42 proc.). Należy przy tym dodać, że dobór gości w jednym z pierwszych programów po wyroku TK spotkał się z dużym protestem liderów opinii i słuchaczy stacji. [9] Jej autorom zarzucono nie tylko to, że kobiety stanowiły mniejszość na jej antenie, ale również fakt, że zaproszeni mężczyźni prezentowali niemal wyłącznie konserwatywny światopogląd. [10]

Krytyczne reakcje opinii publicznej na dobór gości w mediach po wyroku TK

Wyrok Trybunału Konstytucyjnego i trwające w związku z nim protesty były wiodącym tematem w mediach od 22 października do ostatnich dni listopada 2020 roku. Według danych Press-Service Monitoring Mediów tylko w czasie od 22 października do 12 listopada w polskich mediach ukazało się 900 tys. związanych z tym publikacji. Większość z tego opublikowano oczywiście w mediach społecznościowych, na blogach i forach – aż 719 tys. wpisów i komentarzy, co stanowiło 80 proc. przekazu. [11] Nie dziwi więc, że odbiorcy radia i telewizji zauważyli znaczące dysproporcje w udziale mężczyzn i kobiet w programach publicystycznych na temat aborcji. Redakcje, które nie zadbały o równą reprezentację płci spotkały się z krytyką, głównie w mediach społecznościowych.

[8] W weekendy poranki mają inną formułę i nie ujęliśmy ich w tym zestawieniu.

[9] „Poranek TOK FM” z poniedziałku 26.X.2020, prow. Dominika Wielowieyska.

[10] Więcej na ten temat w dalszej części raportu.

[11] „900 tysięcy publikacji w mediach o Strajkach Kobiet”; źródło: <https://www.wirtualnemedia.pl/arttykul/900-tys-publikacji-w-mediach-o-strajkach-kobiet>

25 października 2020 w cotygodniowym "Śniadaniu w Polsat News" pojawiło się sześciu polityków (Marek Suski, Włodzimierz Czarzasty, Sławomir Neumann, Robert Winnicki, Władysław Teofil Bartoszewski, Paweł Sałek) i ani jednej posłanki. Gospodarz programu - Piotr Witwicki - brak kobiet w dyskusji na temat aborcji wyjaśnił, informując, że to kluby parlamentarne wybierają rozmówców do programu.

Podobna sytuacja miała miejsce dzień później. W poniedziałek, 26 października, do porannego programu "Minęła 9" w TVP Info prowadzonego przez Adriana Klarenbacha również zaproszono wyłącznie mężczyzn-polityków, mimo że dyskutowano o prawie kobiet do aborcji.

Nieco innym przykładem jest "Poranek TOK FM" z 26 października 2020, którego gospodynią była Dominika Wielowieyska. Do dyskusji zaproszono Artura Dziambora z Konfederacji, ks. prof. Alfreda Wierzbickiego, prof. Andrzeja Zolla, Renatę Grochał z "Newsweeka" i publicystę Tomasza Terlikowskiego. Listę zaproszonych do poranka gości redakcja opublikowała dzień wcześniej m.in. na Twitterze. Dobór gości spotkał się ze sporą krytyką słuchaczy i liderów opinii (niewielką reprezentację kobiet skrytykowała m.in. Paulina Młynarska, która takie postępowanie nazwała "seksizmem" i "mentorstwem"). Ostatecznie do audycji - po krytyce jaka przetoczyła się przez social-media - zaproszono również jedną z liderek Ogólnopolskiego Strajku Kobiet - Martę Lempart i posłankę (wtedy jeszcze PO) Joannę Muchę. Redakcja wystosowała oficjalne przeprosiny za „nieadekwatną odpowiedź na sytuację, w której wszyscy się znaleźliśmy”. [12]

Mimo to, nieco ponad miesiąc po tym wydaniu programu, w piątek, 3 grudnia 2020, w audycji prowadzonej przez Jacka Żakowskiego ponownie gośćmi byli sami mężczyźni.



Jak co piątek na Poranek @Radio_TOK_FM zaprasza
Jacek Żakowski.
Jutro w programie:

7:20 Sławomir @Broniarz, @ZNP_ZG

7:40 @SawickiMarek, @nowePSL

8:00 @michalwypij, @Porozumienie__

8:20 @lis_tomasz, Wiesław Władyka, Tomasz Wołek

Zaczynamy tuż po 7
tokfm.pl

7:21 PM · 3 gru 2020 · Twitter Web App

[12] Wirtualne Media, "TOK FM przeprasza, że protesty ws. aborcji komentowało mało kobiet. "Popełniliśmy błąd". <https://www.wirtualnemedia.pl/artykul/tok-fm-przeprasza-ze-protesty-ws-aborcji-komentowalo-malo-kobiet-popeelnilismy-blad>

Z krytyką widzów zmierzyć musieli się także prowadzący i wydawcy publicystyki w TVN. W mediach społecznościowych pojawiły się, krytyczne komentarze wobec programu „Tak jest” z 4 grudnia 2020 r. Gośćmi Andrzeja Morozowskiego tego dnia byli Roman Giertych, prof. Krzysztof Chomiczewski, dr Leszek Mellibruda oraz dziennikarze: Jacek Prusinowski oraz Patryk Michalski.

Z falą krytycznych komentarzy zmierzył się na Twitterze także Konrad Piasecki. W programie „Kawa na ławę” wyemitowanym w niedzielę 14 grudnia 2020 roku w ogóle zabrakło kobiet – w roli gości wystąpiło sześciu mężczyzn.

Odpowiedź redakcji i dziennikarzy na krytykę doboru gości

Wspomniany powyżej Konrad Piasecki tak odpowiadał po programie na sformułowane wobec niego zarzuty: *Zaproszona do “Kawy na ławę” posłanka została wycofana z programu. Z powodu – jak ze zdziwieniem usłyszeliśmy – “ustaleń wewnątrzkoalicyjnych”. Dlaczego nie zdecydowała się, mimo ponownego zaproszenia, przyjść, to pytanie do niej.*

O wyjaśnienie według jakiego klucza dobierani są goście do jego programu, Instytut Zamenhofa poprosił również Jacka Żakowskiego, prowadzącego „Poranek Tok FM”: *Eksperci, którzy byli w tym programie, pasowali merytorycznie do tematów. Obsesja liczenia „pięć kobiet, sześciu mężczyzn” to ślepa uliczka. Mamy robić dobre programy, które mają służyć odbiorcom. Oczywiście obecność kobiet jest ważna. Od dawna przywiązuję do niej wagę. I aktywnie szukam nowych rozmówczyń. Wiele kobiet debiutowało w moich programach w radiu i telewizji. Nie można jednak dać się zwariować, bo w efekcie będzie się zapraszało na siłę słabe merytorycznie kobiety, które będą źle wypadały na tle mężczyzn, co pogłębi złe stereotypy.*

Jak pozostałe redakcje tłumaczyły fakt zapraszania jedynie panów? Jarosław Olechowski, dyrektor Telewizyjnej Agencji Informacyjnej odpowiadającej m.in. za przygotowanie „Wiadomości” oraz kanał TVP INFO tłumaczył portalowi Wirtualnemedi.pl, że to biura prasowe partii delegują polityków do programów. – *Tak się złożyło, że wszyscy zaproponowali do tego programu mężczyzn – mówił Wirtualnemedi.pl. Deklarował także: – Rzeczywiście, być może zwrócimy na to uwagę, aby przynajmniej był zachowany parytet. Brak udziału kobiet w tej rozmowie nie wynikał jednak z jakiś założeń czy intencji.*

Tomasz Matwiejczuk, rzecznik prasowy Telewizji Polsat potwierdza, że do programów publicystycznych zapraszani są przedstawiciele partii politycznych, a „tematy w nim poruszane dotyczą całości społeczeństwa”.

– *Nie można bowiem twierdzić, że wyrok TK w sprawie aborcji dotyczy wyłącznie kobiet, dotyczy również mężczyzn: jak ojców, mężów czy partnerów. Nie wydaje się więc, aby o sprawach mężczyzn mogli rozmawiać wyłącznie mężczyźni, a o kwestiach dotyczących kobiet – tylko kobiety. Ponadto w programie jest pokazywany punkt widzenia danego grupowania politycznego i nie powinno mieć tu znaczenia czy daną partię reprezentuje kobieta czy mężczyzna. To nie jest raczej tak, że partia polityczna ma inne stanowisko,*

gdy wypowiada się kobieta, a inne, gdy mężczyzna – przekazywał Matwiejczuk portalowi Wirtualne Media.

TVN24 w ogóle nie odpowiedział na zadane przez współautorkę raportu pytania.

“

- My ten etap – poprawności politycznej – mamy już dawno za sobą. Mam programy, w których są same kobiety i mam takie, w których są sami mężczyźni. Nikt nie zwróciłby uwagi, gdybym zrobił program tylko z kobietami. Tropienie programów z samymi mężczyznami to pułapka, która wymusza sytuację: „nie mamy kobiety, zaprośmy jakąś kobietę”. Nie ma kobiety, która pasuje, ale dzwoniemy do sześciu, żadna się nie zgodziła. Ostatecznie weźmy taką, która w ogóle nie będzie pasowała. Przychodzi więc kobieta, która jest kiepska. - Jestem spokojny, że ten proces – obecności kobiet w mediach, który 10 lat temu trzeba było intensywnie stymulować - dziś się toczy spontanicznie. Nie dlatego, że jesteśmy wyczuleni i zapraszamy kobiety z klucza genderowego, ale dlatego, że ich obecność służy programowi. Są liczne młode kobiety - dobrze wykształcone, inteligentne, zaangażowane, doskonale mówiące, mające realne osiągnięcia. Nikt im nie robi łaski zapraszając do mediów. To one robią grzeczność przyjmując zaproszenia. Jest ich już bardzo dużo w porównaniu z tym, co było, ale ten proces będzie toczył się dalej. Kulturowa masa krytyczna została osiągnięta. Dokonuje się zmiana społeczna, której już nikt nie zatrzyma. Media mogą ją delikatnie wspierać, ale przede wszystkim odzwierciedlają ją zapraszając na łamy albo do programów. Wydaje mi się, że to wielka siła, warto temu procesowi pomagać w miarę możliwości, ale bez fiksacji. Od 20 lat znajduję nowe twarze, kolekcjonuję je, próbuję zidentyfikować. Robimy ogromny postęp. Weszliśmy cywilizacyjnie w taki moment, w którym kobiety zajmują inną pozycję społeczną. W młodszych pokoleniach to się stało. Reszta jest kwestią czasu.

JACEK ŻAKOWSKI
RADIO TOK FM, TYGODNIK POLITYKA

Powtórzone badanie na tej samej grupie programów w dniach 19 – 29.11.2020

W wynikach pierwszego badania zrealizowanego 22.10 -1.11 2020 r. uwagę zwracają programy, w których dobór gości ulega radykalnej zmianie w trakcie trwania analizy. Na przykład, w opisywanym wcześniej programie „Śniadanie w Polsat News” w pierwszej audycji wyemitowanej zaraz po wyroku TK, w roli komentatorów pojawiło się 6 mężczyzn. Do kolejnego programu -zapewne pod wpływem krytyki - Polsat News zaprosił już wyłącznie kobiety.

Podobnych przykładów było więcej. Z każdym dniem, pod wpływem dyskusji publicznej na ten temat, stacje radiowe i telewizyjne zapraszały więcej kobiet niż na początku badania. W rezultacie, ostateczny wynik dla całej grupy programów objętych badaniem dał obraz: 46 proc. kobiet i 54 proc. mężczyzn.

Aby mieć pewność, że publiczna dyskusja na ten temat i krytyka programów z niskim udziałem kobiet nie wpłynęła na zniekształcenie prawdziwego obrazu, Instytut Zamenhofs podjął decyzję o ponownym przeanalizowaniu list zaproszonych komentatorów i komentatorek w tej samej grupie programów, cztery tygodnie później.

Drugie badanie zostało przeprowadzone w dniach 19-29.11.2020 na tej samej grupie 107 wyemitowanych audycji.

We wszystkich programach objętych drugim badaniem, liczba zaproszonych kobiet uległa zmniejszeniu względem pierwszego pomiaru.

TVP

W żadnym z badanych programów Telewizji Polskiej liczba kobiet zaproszonych do dyskusji w okresie 19-29.11.2020 nie przekroczyła 20 proc. Największy spadek da się zauważyć w programie „Minęła 20” TVP INFO. W pierwszym badaniu, bezpośrednio po wyroku TK, kobiety stanowiły w tym programie 49 proc. gości. Cztery tygodnie później, ta liczba zmalała do 20 proc. Równie duży spadek zanotowany został w programie „Woronicza 17”. W pierwotnym badaniu kobiety stanowiły nieco ponad 1/3 gości (37,5 proc.). W drugiej próbie, na ośmiu gości pojawiających się w tej audycji, pojawiła się tylko jedna kobieta (12,5 proc.).

TVN

Spadek liczby kobiet-komentatorek dał się zauważyć także w programach grupy TVN Discovery. Przypomnijmy, w pierwszym badaniu zrealizowanym pod koniec października 2020, w większości programów tej stacji liczba kobiet była większa niż mężczyzn. „Łoża prasowa” emitowana na antenie TVN24 zanotowała wręcz swoisty rekord – kobiety stanowiły 78 proc. wszystkich gości.

Cztery tygodnie później, z przewagi kobiet nad mężczyznami w audycjach TVN nie zostało śladu. W „Faktach po Faktach” liczba kobiet spadła z 54 proc. do 34 proc. W „Kawie na ławę” z 58 proc. do 25 proc., „Łoża prasowa” zanotowała spadek z rekordowych 78 proc. na zaledwie 25 proc., a w „Kropce nad i”, która w pierwszym badaniu miała najniższy w gronie programów TVN (ale wciąż – na tle konkurencyjnych stacji – całkiem dobry) wynik 40 proc., cztery tygodnie później, kobiety stanowiły zaledwie 12,5 proc. wszystkich gości.

POLSAT

W „Gościu Wydarzeń” Polsatu liczba kobiet zarówno w pierwszym, jak i drugim badaniu pozostała na podobnym, niskim poziomie. Po wyroku Trybunału co czwarta osoba

zaproszona do flagowego programu publicystycznego Polsatu była kobietą (25 proc. gości). Cztery tygodnie później odsetek zaproszonych kobiet spadł o 3 pp., do 22 proc. Duża zmiana nastąpiła w programie „Śniadanie w Polsat News”. Jak już zostało to opisane wcześniej, po publicznej krytyce wywołanej doborem gości do audycji w niedzielę 25 października 2020 (w programie wzięło udział 6 mężczyzn, kobiety nie wystąpiły w ogóle), tydzień później, 1 listopada na antenie pojawiło się 6 kobiet. Z racji tego, że badanie miało ściśle określone ramy czasowe, całościowy wynik dla tej audycji w pierwszym badaniu wyniósł więc 50 proc. Powtórne badanie pokazało, że była to pozorna równowaga, a zaproszenie dużej grupy kobiet do programu miało charakter incydentalny. W każdym z dwóch kolejnych programów, które zostały wyemitowane między 19-29 października, udział wzięło po 5 mężczyzn i tylko jedna kobieta, co daje ostateczny wynik zaledwie 17 proc. obecności kobiet w audycji.

Analogiczne zjawisko zostało zaobserwowane w programie „Cztery strony prasy”. Pierwsze badanie pokazało przewagę kobiet zaproszonych do zabrania głosu (57 proc.), ale wynikało to głównie z tego, że po krytyce niedostatku kobiet w programach o aborcji, do jednej z badanych audycji zaproszone zostały tylko kobiety. Cztery tygodnie później, liczba kobiet w programie spadła o połowę, do 25 proc. To samo wydarzyło się w ostatnim z czterech badanych programów Polsat News, „Debacie dnia” (i w nadawanej w soboty w tej samej formule „Debate tygodnia”). Gdy uwaga opinii publicznej była skierowana na obecność kobiet, stanowiły one mniej więcej połowę gości (52 proc.). Cztery tygodnie później liczba kobiet zaproszonych do programu zmalała do 12 proc.

“

– „Debata o finansowaniu w służbie zdrowia. Temat typowo męski? Na dziewięć osób tylko jedna kobieta” – napisałam o przedostatnim Forum w Krynicy, kiedy po raz kolejny widziałam typowo męski skład w dyskusji poświęconej ochronie zdrowia. W komentarzach pojawił się wpis, sugerujący, że liczy się merytoryka. Sęk w tym, że problemem nie jest brak kobiet, który by się znały na temacie – tylko w tym, że nie są... na te panele zapraszane. A to tworzenie błędnego koła. Raz ktoś pojawił się na panelu, w telewizji, radiu, więc z automatu pojawia się tam kolejny raz. Z wygody, przyzwyczajenia, bowiem od lat funkcjonują utarte listy – często wręcz dyżurnych – ekspertów. Takich do których wszyscy mają telefony, którzy zawsze te telefony odbiorą i bez problemów zjawiają się na miejscu. To jest dla dziennikarzy i organizatorów konferencji wygodne. Tyle, że powoduje poważne zubożenie debaty politycznej i tak naprawdę także oderwanie jej od rzeczywistości i faktycznego pokazywania zmian.

Sama biję się w piersi – organizując debaty – nagle się spostrzegam, że wśród osób, które zaprosiłam, nie ma ani jednej kobiety. Albo jedna, tak pro forma. To się zmienia, ale myślę, że linia podziału będzie przebiegać, gdzie indziej: nie ma podziału na płęć, bo to myślenie trochę ze starego schematu. Dziś nie chodzi już tylko o to, by włączanie kobiet stało się naturalnym procesem, ale o to byśmy zaczęli odchodzić od tych utartych schematów i szukali ciekawszych, świeższych głosów i opinii, bo tego brakuje.



- Nie odkryję Ameryki kiedy powiem, że w większości odpowiada za to patriarchy, czyli kultura w której mężczyźni, czasem w sposób nieświadomy, uważa się za lepszych i mądrzejszych od kobiet, jak to ujął jeden z badaczy zjawiska, "Mężczyźni decydują o kształcie przestrzeni publicznej, kobiety ją zaledwie meblują". Ale jest też zjawisko, które niestety zauważyłam, sama próbując zapraszać komentatorki do programów - one same odmawiają i ustępują pola mężczyznom. Niektóre otwarcie za powód odmowy potrafią podać to, że "kolega lepiej się nadaje do tego tematu", mimo, że mają doktorat albo profesurę z dziedziny o której chcę rozmawiać! Takiego zdania nigdy nie słyszałam z ust mężczyzny, a pracuję w mediach od ponad 20 lat. Często kobiety same nie korzystają z szans, jakie dostają, także na obecność w mediach. Zdarza mi się przekonywać i wyciągać za uszy do udziału w programach znakomite ekspertki, których wachlarz wymówek jest doprawdy zadziwiający: "źle wyglądam", "kolega lepiej się nadaje do tego tematu", "wieczorem muszę być w domu", "przecież nie mogę prosić męża, by zajął się dzieckiem". W przypadku mężczyzn nie słyszałam takiej wymówki ani razu. Mężczyźni też są zawsze przekonani, że znają się na temacie i powinni przyjść do studia - oraz, że są niezastąpieni.

ELIZA MICHALIK
RADIO NOWY ŚWIAT, ONET.PL

STACJE RADIOWE

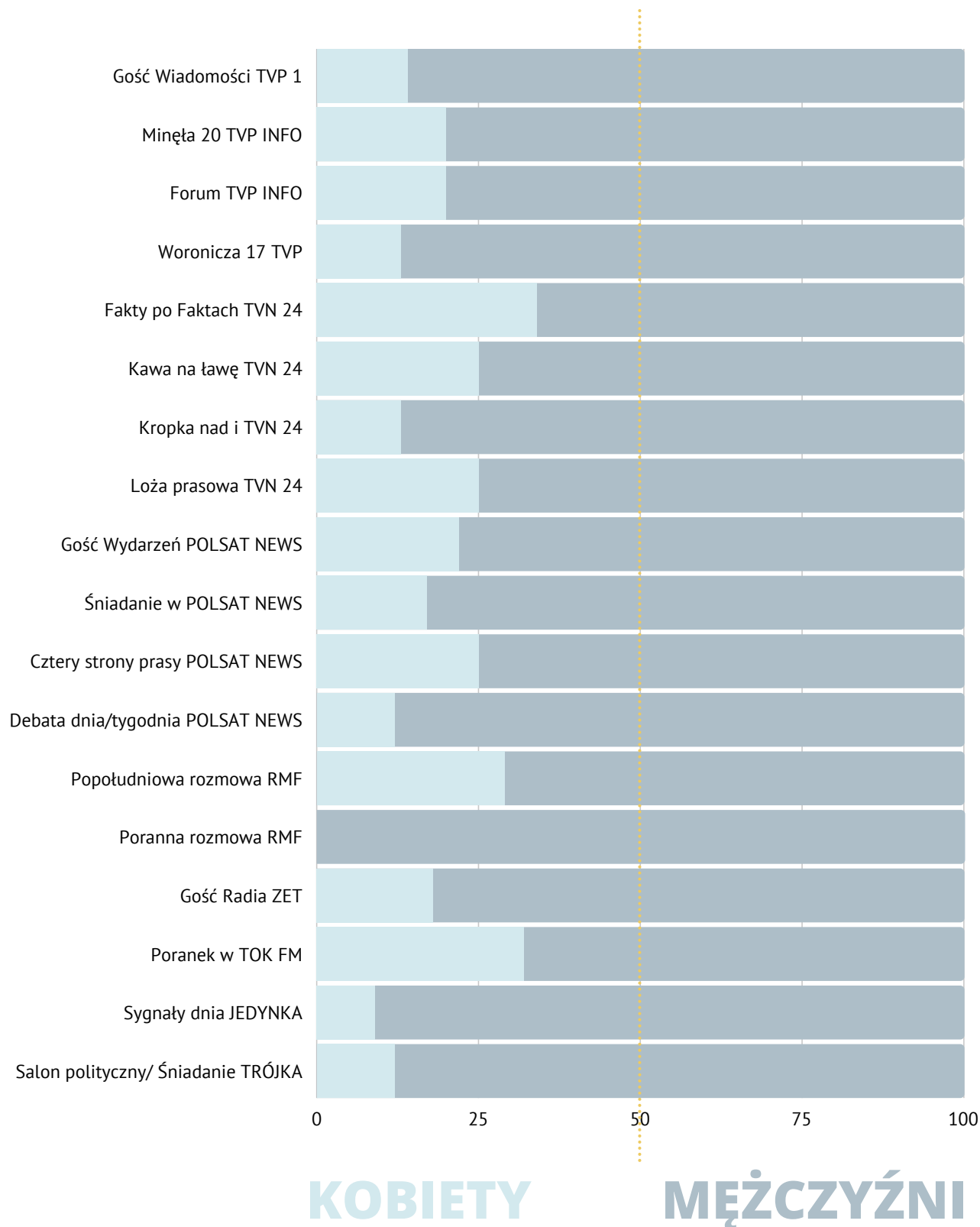
Spadek liczby ekspertek wypowiadających się w mediach nie ominął też najpopularniejszych stacji radiowych. Najbardziej drastycznym przykładem jest tutaj „Poranna rozmowa RMF” prowadzona przez Roberta Mazurka. Pierwsze badanie dało wynik 33 proc. obecności kobiet w tej audycji. W badaniu zrealizowanym cztery tygodnie później, liczba kobiet spadła do zera. Między 19 a 29 listopada w programie Mazurka gościli wyłącznie mężczyźni. Podobne zjawisko dało się zaobserwować w „Popołudniowej rozmowie RMF” prowadzonej przez Marcina Zaborskiego. Zaraz po wyroku TK, kobiety stanowiły w tej audycji zdecydowaną większość - 71 proc. Cztery tygodnie później proporcje uległy odwróceniu, liczba kobiet spadła do 29 proc. całej liczby gości programu. Spadek zanotował też „Gość Radia ZET”. W czasie, w którym prowadzone było pierwsze badanie, kobiety stanowiły 40 proc. gości na antenie. Cztery tygodnie później, było ich już tylko 18 proc. Spadku liczby zapraszanych do audycji publicystycznych nie uniknął także TOK FM. W „Poranku TOK FM” liczba wypowiadających się na antenie kobiet spadła w ciągu miesiąca z 58 proc. do 32 proc.

Największe dysproporcje kobiet i mężczyzn zapraszanych do udziału w audycjach publicystycznych są w programach nadawcy publicznego – Polskiego Radia. W „Sygnałach dnia” radiowej Jedynki podczas pierwszego badania pojawiło się zaledwie 17 proc. kobiet (najgorszy wynik w całym badaniu przeprowadzonym 22.10-1.11.2020). Cztery tygodnie później ta liczba była jeszcze niższa: kobiety stanowiły zaledwie 9 proc. wszystkich gości tej audycji w badanym okresie. Mężczyźni dominują również w programach o polityce

emitowanych w „Trójce”. W ciągu czterech tygodni, liczba kobiet będących gośćmi Beaty Michniewicz w „Rozmowie dnia” (oraz w „Śniadaniu Trójki” w sobotę) spadła z 18 proc. (pierwsze badanie) do 12 proc. (badanie drugie).

BADANIE II

Udział kobiet i mężczyzn w wybranych 18 programach publicystycznych radia i telewizji. Badanie zostało zrealizowane 19.11 - 29.11.2020, cztery tygodnie po pierwszym badaniu.



Media publiczne a nadawcy komercyjni – porównanie wyników badań

Analizując wyniki badania warto sobie postawić pytanie o to, jak w kwestii parytetów płci wypadają media publiczne na tle nadawców komercyjnych. W odróżnieniu od prywatnych stacji radiowych i telewizyjnych, Telewizja Polska i Polskie Radio mają dodatkowe, konkretne obowiązki wynikające z Ustawy o radiofonii i telewizji z dnia 29 grudnia 1992 r. oraz przyjętych przez media publiczne kodeksów etyki zawodowej i dziennikarskiej.

I tak na przykład, w Art. 21 pkt 1 Ustawy, sformułowano misję mediów publicznych: „Publiczna radiofonia i telewizja realizuje misję publiczną, oferując, na zasadach określonych w ustawie, całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom, zróżnicowane programy i inne usługi w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, cechujące się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integralnością przekazu”.

Bardziej szczegółowe wytyczne znajdziemy w przyjętych kodeksach etycznych. W dokumencie Zasady etyki dziennikarskiej w Telewizji Polskiej S.A. w rozdziale XI. („Szacunek dla osób”) znajduje się zapis o następującej treści: „Dziennikarzowi nie wolno nikogo dyskryminować ze względu na płeć, wiek, niepełnosprawność, rasę, narodowość lub pochodzenie etniczne, religię lub wyznanie, przekonania polityczne, przynależność organizacyjną, odrębność kulturową czy obyczajową, orientację seksualną”.

Wśród kodeksów etycznych przedstawionych na stronie Komisji Etyki Telewizji Polskiej [13] znajduje się również deklaracja zasad międzynarodowej federacji dziennikarzy FIJ (Federation Internationale des Journalistes IFJ/International Federation of Journalists), w której pkt. 7 brzmi następująco: „Dziennikarz powinien być świadomy niebezpieczeństw, jakie niosą ze sobą przejawy dyskryminacji w mediach, powinien więc unikać wyrażania dyskryminujących opinii w kwestiach płci, orientacji seksualnej, języka, religii, opinii publicznych, czy też pochodzenia społecznego lub narodowego”. [14]

Mając na względzie powyższe, należy zauważyć że media publiczne nie tylko są zobowiązane do dbania o pluralizm i równowagę doboru gości, ale też same postanowiły o to zadbać, wprowadzając dobrowolnie odpowiednie zapisy do własnego kodeksu etyki lub przyjmując zasady etyki międzynarodowych organizacji dziennikarskich.

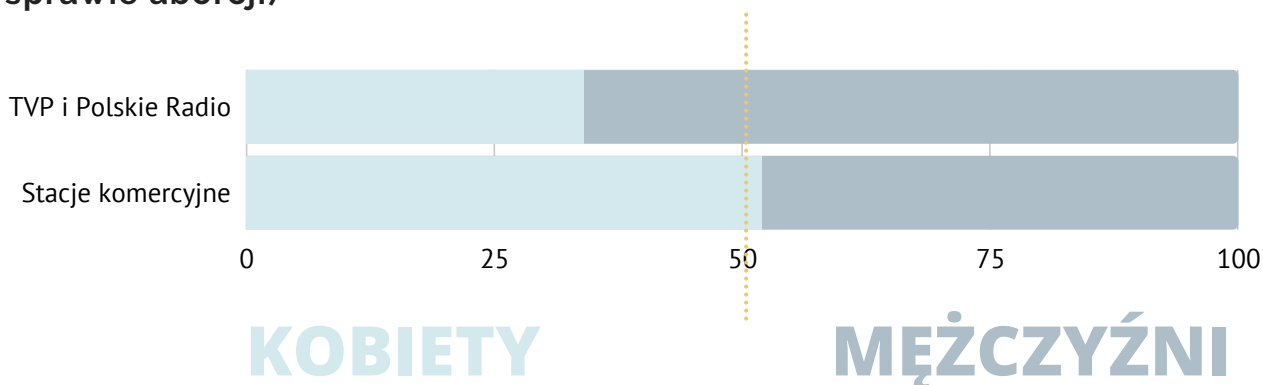
Jak w praktyce wygląda realizacja ww. zasad?

Dzieląc wszystkie stacje i programy ujęte w badaniu Instytut Zamenhofa na dwie grupy: nadawców publicznych oraz komercyjnych, zyskujemy dodatkowy obraz tego, jak wygląda proporcja kobiet i mężczyzn zapraszanych do wzięcia udziału w programach publicystycznych.

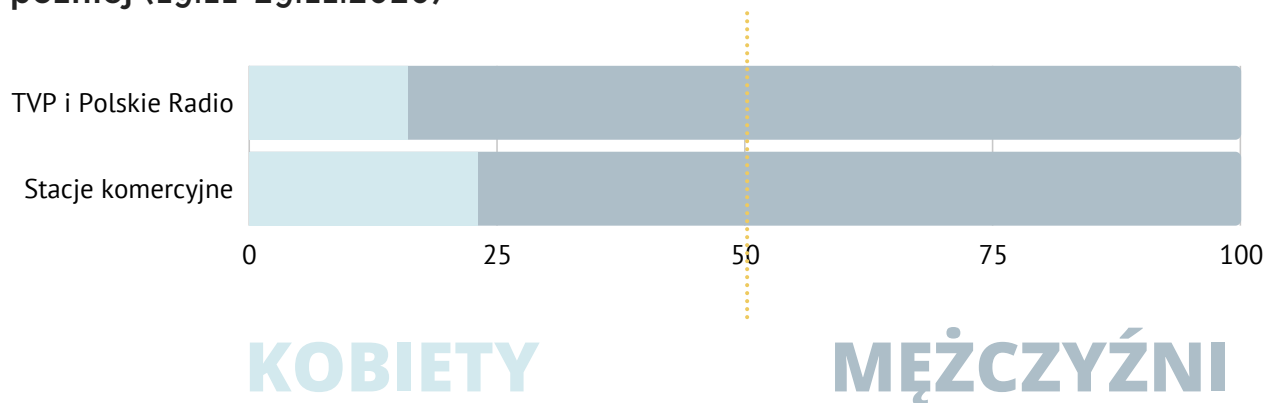
[13] <https://centruminformacji.tvp.pl/15781035/kodeksy-etyczne>

[14] <https://centruminformacji.tvp.pl/15781036/deklaracja-zasad-fij>

Udział kobiet i mężczyzn w audycjach publicystycznych między 22.10 a 1.11.2020 (10 kolejnych dni po wyroku Trybunału Konstytucyjnego w sprawie aborcji)



Udział kobiet i mężczyzn w audycjach publicystycznych cztery tygodnie później (19.11-29.11.2020)



I tak, w pierwszym badaniu przeprowadzonym zaraz po wyroku TK w dniach 22.10-01.11.2020 w programach nadawanych przez media komercyjne kobiety stanowiły 52 proc. liczby gości (w audycjach głos zabrało 108 kobiet na 206 zaproszonych gości). Ta liczba, zgodnie z opisanym w poprzednim rozdziale trendem, wyraźnie spadła 4 tygodnie później. W drugim pomiarze w dniach 19-29 listopada 2020 w tych samych audycjach kobiety stanowiły już tylko 23 proc. (z grupy 210 gości).

W grupie nadawców publicznych (Telewizja Polska i Polskie Radio) w pierwszym badaniu, na 108 zaproszonych gości, kobiet było 37, co stanowiło 34 proc. całej liczby gości. Cztery tygodnie później, kobiet było jeszcze mniej w programach TVP i Polskiego Radia. Na 106 gości zaproszonych do programów publicystycznych TVP i PR w badanym okresie było tylko 17 kobiet, co stanowi zaledwie 16 proc. całej listy gości.

WNIOSKI Z BADAŃ

Analiza wyników badań oraz komentarzy wybranych dziennikarzy pozwala na sformułowanie następujących wniosków:

01

Głos w polskich mediach należy w większości do mężczyzn. To oni najczęściej wypowiadają się w roli ekspertów bądź są proszeni przez redakcje o komentarz do bieżących wydarzeń. Kobiety, jeśli w ogóle pojawiają się w programie, to z reguły stanowią niski procent zaproszonych gości. Skrajnym przypadkiem są programy publicystyczne, w których kobiety nie pojawiają się w ogóle, nawet przez kilkanaście tygodni. Często spotykany na antenie obraz to audycja z udziałem 4 lub 5 polityków i tylko jednej polityczki.

02

Dziennikarze i wydawcy są świadomi tej nierówności. Pod wpływem krytyki opinii publicznej są w stanie zaplanować skład gości w swoich programach tak, aby kobiety stanowiły połowę lub nawet większość zaproszonych osób. Ale taka zmiana ma charakter pozorny i krótkotrwały. Po ustaniu krytyki kobiety znowu znikają z anten.

03

Za winnych takiego stanu rzeczy przedstawiciele mediów często wskazują polityków. Wydawcy i prowadzący programy o polityce bez skrępowania przyznają, że o doborze gości do ich programów decydują biura prasowe partii politycznych, a nie oni sami. Media „abdykowały” na rzecz polityków, rezygnując pod ich presją z możliwości decydowania o kształcie programu poprzez samodzielny wybór komentatorów.

04

Największy problem z nierównością kobiet i mężczyzn w programach publicystycznych mają media publiczne: Telewizja Polska i Polskie Radio. Mimo iż nadawcy publiczni mają określone obowiązki w tym obszarze, wynikające z ustawy o radiofonii i telewizji oraz przyjętych kodeksów etyki.

05

Z relacji dziennikarzy prowadzących programy publicystyczne wynika, że problem małej liczby kobiet w mediach może mieć także swoje źródło w pewnej niechęci kobiet do publicznego zabierania głosu. Powodem może być brak czasu wynikający z nierównego podziału i nadmiaru obowiązków domowych oraz niepewność wobec własnej kompetencji. Powtarza się opinia, że mężczyźni nie mają żadnych problemów z zabraniem głosu, nawet gdy nie mają wiedzy specjalistycznej na dany temat. Kobiety są w tej kwestii bardziej zachowawcze.

“

-To nie jest tak, że jest mało dziennikarek, które zajmują się polityką czy tematami społecznymi. Jest ich mnóstwo. A ich brak na wizji i na antenach to zwykle kwestia złej rutyny i niedoinformowania wydawców. Czas zaktualizować bazy danych gości. Znam te argumenty, że kobiety odmawiają. Miewam z tym do czynienia. Panowie proszeni o wypowiedź po prostu się zgadzają, nie analizują „czy mają coś na ten temat do powiedzenia”, „czy dobrze wypadną” itd. Czasem słyszę, jak moje koleżanki, odpowiadając na zaproszenia innych mediów, mówią: „Nie wiem, czy znam się na tym wystarczająco dobrze”. Tutaj ważne jest wsparcie zespołu. Reagujmy, mówmy koleżankom: „Tak, znasz się, świetnie sobie poradzisz”. Sama tak robię. Wśród kobiet istnieje przekonanie, że muszą być wybitnymi specjalistkami, aby zabrać głos. Kobiety są surowiej oceniane przez opinię publiczną i same siebie surowo oceniają. Jest takie powiedzenie, że kobieta musi zrobić dwa razy więcej, aby osiągnąć połowę tego, co mężczyzna. Jest w tym ziarno prawdy. Do tego dochodzą kwestie czasowe: moje koleżanki, które mają dzieci, nie zgodzą się na udział w każdej audycji, jednak zakładanie z góry, że kobieta nie przyjdzie do programu, bo zajmuje się domem, to dyskryminacja. Najszybciej zmiany dokonują się w mediach społecznościowych, wolniej w dużych mediach, w telewizjach. Myślę jednak, że po protestach pojawiła się świadomość, że coś jest nie tak, że brak kobiet to obciach. Obserwowałam, jak prowadzący programy byli zmuszani do tłumaczenia się, dlaczego nie zapraszają kobiet. Jeśli ktoś oglądał np. CNN w dniu wyborów prezydenckich i porównał z polskimi wieczorami wyborczymi, to widział uderzającą różnicę pod względem liczby komentujących kobiet. Wydaje mi się, że polskim prowadzącym i wydawcom zapaliła się lampka ostrzegawcza. Myślę, że zmiana w mediach nadchodzi, bo zmiana zachodzi w społeczeństwie.

REKOMENDACJE

Nieobecność kobiecych głosów komentujących wydarzenia w radiu, telewizji czy prasie to problem nie tylko polskich mediów. Największe znane badanie tego zjawiska: „Who makes the news”, realizowane cyklicznie przez Global Media Monitoring Project wykazało, że w 2015 roku kobiety stanowiły tylko 24 proc. osób, które można było przeczytać, usłyszeć lub zobaczyć w prasie, radiu i telewizji. W badaniu uwzględniono ponad 21 tysięcy publikacji i audycji ze 114 państw. [15] Dwadzieścia lat wcześniej ta liczba była niższa i wynosiła 17 proc. W ciągu dwóch dekad udział kobiet prezentujących informacje i opinie w mediach zmienił się o zaledwie 7 punktów procentowych.

Świadome problemu redakcje coraz częściej próbują same się z nim zmierzyć.

Przykładem wartym przytoczenia jest projekt 50:50 realizowany od 2017 roku w programach BBC. Inicjatywa miała charakter oddolny. Jej autorem jest Ros Atkins, który w 2017 roku postawił sobie za cel zwiększenie liczby kobiet zaproszonych do jego audycji do 50 proc. [16] Od tamtej pory do projektu 50:50 dobrowolnie dołączyło ponad 500 programów i zespołów dziennikarskich BBC. W ciągu dwóch lat, aż 74 proc. z nich udało się osiągnąć założony cel. [17] Na przykładzie tego, ale też innych zakończonych sukcesem działań zwiększających udział kobiet w mediach, można wyciągnąć kilka wniosków i rekomendacji dla dziennikarzy, wydawców i prowadzących programy, mających ambicję do zmierzenia się z tym wyzwaniem.

1. Zaczynij od siebie

Każda zmiana zaczyna się od uświadomienia sobie skali problemu. Wielu dziennikarzy nie ma świadomości problemu dyskryminacji kobiet w mediach bądź próbuje wypierać jego istnienie. Na początek przyjrzyj się programom, na które sam masz wpływ. Jeśli jesteś wydawcą, zastanów się nad tym, co decyduje o doborze gości w programie. Jeśli jesteś reporterem, zastanów się nad tym, do kogo z reguły dzwonis z prośbą o nagranie „setki”. Jeśli jesteś prezenterem – porozmawiaj z wydawcą i zastanów się, co możecie wspólnie zrobić, aby w Waszym programie nie występowali wyłącznie mężczyźni. Jeśli tylko zaczniesz dostrzegać zjawisko nierówności i będziesz o nim myśleć, to ułatwi zmianę takiego stanu rzeczy.

[15] <https://www.weforum.org/agenda/2020/03/women-representation-in-media/>

[16] <https://www.bbc.co.uk/5050>

[17] <https://hbr.org/2019/06/tackling-the-underrepresentation-of-women-in-media>

2. Bądź aktywny

Praca w mediach jest wymagająca i kosztuje wiele wysiłku. Ale to nie oznacza, że lista gości czy ekspertów, z której korzystasz musi być ograniczona do tych samych, powtarzających się nazwisk. Przynajmniej raz na jakiś czas spróbuj podjąć wysiłek dotarcia do nowego eksperta lub komentatora. Najlepiej - skoro występuje dysproporcja płci - niech będzie to kobieta. Docenią to Twoi widzowie i czytelnicy, którzy często są już znudzeni tym samymi, powtarzającymi się ciągle twarzami „dyżurnych ekspertów” gotowych do wypowiadania się na każdy temat.

3. Nie zmuszaj - zachęcaj

Nie obrażaj kolegów i koleżanek, którzy zapraszają do programu wyłącznie mężczyzn. Im bardziej będziesz kogoś zmuszać do jakiegoś działania, tym większe ryzyko, że wywoła to zdecydowany opór (tzw. reaktancja). Będzie lepiej, jeśli zainicjujesz spokojną rozmowę na ten temat i wskażesz dobre praktyki oraz sposoby na to, jak zwiększyć liczbę zapraszanych do audycji kobiet. Za sukcesem akcji BBC 50:50 stoi fakt, że inicjatywa miała charakter oddolny, a udział w niej był dobrowolny. Jeśli w Twojej audycji pojawi się ciekawa, nieznana wcześniej ekspertka, poinformuj o tym pozostałe osoby w redakcji, a najlepiej przekaz koleżankom i kolegom numer telefonu do tej osoby.

4. Daj kobietom szansę

Jeśli kobieta odmówi udziału w Twoim programie, nie skreślaj jej z listy kontaktów. To, że nie może udzielić komentarza danego dnia nie musi oznaczać, że jest zamknięta na kontakt z mediami. Być może to właśnie, tak często nierówno dzielone obowiązki domowe, nie pozwalają jej wziąć udziału w audycji w niedzielę itp. Zapytaj, jakie programy preferuje. Wśród ekspertów obu płci są goście, którzy nie lubią lub nie umieją dawać „setek”, ale są wartościowym rozmówcą w dłuższym programie na żywo.

5. Mierz i porównuj

Aby móc walczyć z problemem nierówności kobiet w mediach trzeba poznać jego prawdziwą skalę. Zacznij sumować liczbę kobiet i mężczyzn, występujących w Twoim programie. Wprowadzaj zmiany drobnymi krokami i badaj ich skuteczność. Wtedy sam zauważysz, jak niewiele potrzeba, aby liczba kobiet w audycjach i materiałach prasowych wzrosła. Sama świadomość, że na koniec miesiąca, kwartału czy roku trzeba będzie dokonać porównania liczby zaproszonych kobiet i mężczyzn sprawi, że proporcje bardziej się wyrównają. Badanie i porównywanie wyników pomiędzy różnymi zespołami i programami wprowadza też element rywalizacji. Nikt nie chce być tym najgorszym, najbardziej dyskryminującym kobiety zespołem.

“

- Obecna sytuacja w mediach to wynik wieloletnich procesów: kobiety nie są pewne siebie, myślą, że „się nie nadają”. Mam wrażenie, że media śmieją się z polityków, że są „dziadersami”, a tymczasem same są ich uosobieniem. Zaznaczam, że nie chodzi o wiek, a o mentalność, o rozmijanie się z rzeczywistością. Mam wrażenie, że Strajk Kobiet tylko ten fakt unaoczniał - kobiety są notorycznie pomijane w mediach, sama to obserwuję już od dłuższego czasu. Często jestem jedyną kobietą, która komentuje wśród czterech mężczyzn. Warto podać przykład - choćby wieczoru wyborczego - ten skład był zdumiewający nie tylko dla mnie. Sławomir Sierakowski umieścił na Facebooku zdjęcia z wieczorów wyborczych, z których wynikało, że 95 proc. gości to mężczyźni. Dotyczyło to polityków i publicystów. Wszystkie stacje pominęły wtedy kobiety, o dziwo TVP zaprosiła ich najwięcej. Owszem, większą pewność siebie w przebicciu się mają panowie. Niestety pracowaliśmy na to latami: w środowiskowym rozumieniu publicysta jako „mądra głowa” to zawód męski. Skoro kobiety przez lata słyszą, że „do pewnych rzeczy się nie nadają” to w końcu będą miały mniejszą chęć przebiccia się. Drugą kwestią jest to, że to one zajmują się rodziną, idą na urlopy macierzyńskie. W naszym zawodzie ta kwestia nie jest uregulowana: znam przykłady dziewczyn, które nie mają etatów, które wróciły z macierzyńskiego trwającego trzy miesiące i usłyszały, że „nie ma dla nich miejsca”. Niektóre z kobiet zostały w ten sposób wyeliminowane z rynku pracy. Mężczyźni owszem, mają większą pewność siebie, ale ktoś ich w tej pewności utwierdza. Mało kto o tym mówi, traktując to jako temat tabu - w tym zawodzie jest szklany sufit. Dość precyzyjnie opisała to Jadwiga Sztabińska, była redaktor naczelna „Dziennika Gazety Prawnej”, która stwierdziła, że awans dziennikarki w mediach kończy się na średnim szczeblu i rzadko kiedy zostaje ona szefem. Wystarczy spojrzeć na redaktorów naczelnych tygodników i dzienników opinii. Jest tylko jedna redaktor naczelna - Katarzyna Kozłowska w „Fakcie” i w radiu - Kamila Ceran kieruje TOK FM. Oczywiście możemy zamknąć oczy na tę rzeczywistość i powiedzieć, że to absurd, albo że „wszyscy mamy równe szanse”, ale z rzeczywistością wiele wspólnego by to nie miało. Nie czuję się feministką o lewicowych poglądach, opisuję polityczną rzeczywistość, ale jeśli mam opisać tę medialną - publicystki są coraz częściej pomijane. Zamiast iść do przodu, mam wrażenie, że się wręcz cofamy.

JOANNA MIZIOŁEK
WPROST

Instytut
ZAMENHOFA

*Maam eahof
Zamenhof*