



Czy kobiety są widoczne w mediach i przestrzeni publicznej?  
Wyniki badań

## Kobiety w przestrzeni publicznej:

Polki są ambitne, przedsiębiorcze i należą do najbardziej wykształconych w Europie. Dzięki swoim kompetencjom i zaangażowaniu przyczyniają się do sukcesów firm i instytucji, którymi zarządzają. Niestety nie widać tego w przestrzeni publicznej i mediach. Czasem trudno im wejść do męskiego grona ekspertów, dyrektorów, czy też w skład zarządów lub rad nadzorczych.



**11,6%\***

kobiet zasiada w zarządach polskich spółek giełdowych.



Na konferencjach biznesowych wg naszych badań w roli ekspertów występuje :

**10-13% kobiet**

Podobnie wyglądają proporcje w mediach.

# Kobiety w mediach – dane ilościowe - Polska

**ZNANE  
EKSPERTKI**  
Inicjatywa promująca obecność kobiet  
w debacie publicznej oraz w mediach

24%



na wypowiedzi kobiet  
najczęściej powoływano się  
w **tematach społecznych**  
i **obyczajowych**



natomiast na wypowiedzi  
mężczyzn w tematach  
**politycznych,**  
**ekonomicznych**  
i **gospodarczych\***

76%



# Kobiety w mediach na świecie

---

## Dane Global Media Monitoring Project\* :

- kobiety stanowią 19% mówców oraz 20% ekspertów (wg raportu za 2010 rok opracowywanego raz na 5 lat,
- są podmiotem wiadomości w 24% (76 % to mężczyźni),
- Kobiety relacjonują historie w reportażach, newsach w 49%, mężczyźni - w 51%

### Badanie jakościowe: „Czy ekspert ma płeć” przeprowadzone przez Instytut Stosunków Międzynarodowych przeprowadzonych kwiecień – maj 2014

Na podstawie **13 pogłębionych wywiadów** jakościowych  
z dziennikarzami i wydawcami pracującymi w telewizji: TVP, Polsat, TVN, TV Biznes.  
Średni czas pracy w mediach: 21 lat

## Sposoby poszukiwania ekspertów.

### Czy baza [www.znaneekspertki.pl](http://www.znaneekspertki.pl) jest potrzebna?

- Korzysta się z nazwisk ekspertów znanych w danej redakcji, są to osoby sprawdzone i dostępne.
- Własna lista kontaktów w telefonach komórkowych, traktowanych są jako osobisty dorobek dziennikarski lub dorobek redakcji.
- Rzadko prowadzone są tzw. centralne bazy ekspertów (np. w formie elektronicznej, gdzie nazwiska ekspertów i gości powiązane są z konkretnymi dziedzinami/obszarami tematycznymi)
- Istnieją także zakładki „persona non grata”.
- Poszukiwanie nowego eksperta: burza mózgów, potem źródła internetowe, prasa. Często poszukiwane są osoby spoza Warszawy.
- Sprawdzanie nowych ekspertów pod kątem merytorycznym: publikacje, wystąpienia
- Partie polityczne i zapraszane firmy same proponują swoich ekspertów.



# ZNANE EKSPERTKI

Inicjatywa promująca obecność kobiet  
w debacie publicznej oraz w mediach

## Cechy „eksperta idealnego”

---

- **Swoboda wypowiedzi przed kamerą** - płynność wypowiedzi, umiejętność budowania krótkich, zwartych zdań, komunikatywność, zrozumiałość wypowiedzi dla przeciętnego widza (dyskwalifikuje: duki, zacinań się, długie milczenie, spinanie się przed kamerą). Umiejętność zwięzłego i treściwego wypowiedzania się liczy się obecnie nie tylko w programach na żywo, ale również tych nagrywanych, gdzie obowiązuje obecnie coraz częściej standard 1 do 1 (czas nagrania do czasu na wizji).
- **Wiedza merytoryczna** - ważna jest wiarygodność eksperta
- **Dostępność czasowa**
- **Wyrazistość** - w sposobie bycia, mówienia, poglądach (przykładem prof. Belka, prof. Wolniewicz), łatwość zapamiętania.



## Cechy „eksperta idealnego”

---

- **Pragmatyzm** – rozumiany jako umiejętność powiązania wypowiedzianych treści z codziennym życiem widzów, przekładania trudnych sformułowań i wiedzy na praktykę życia codziennego, umiejętność odnoszenia posiadanej wiedzy do codzienności.
- **Wygląd** - schludność, odpowiedni dobór ubrania do sytuacji (nie powinno być zbyt ekstrawaganckie).
- **Wiedza i umiejętność** dostosowania się do wymogów programu telewizyjnego - umiejętność bycia w dialogu, poszanowanie dla podstawowych standardów rozmowy- słuchanie, dawanie miejsca na wypowiedź drugiej osobie.
- **Przewidywalność zachowania** - gość nie zaskoczy autorów/wydawców kontrowersyjnym zachowaniem w studiu, nie wywoła awantury, nie będzie obrażał czy dyskredytował innych gości oraz prowadzących.

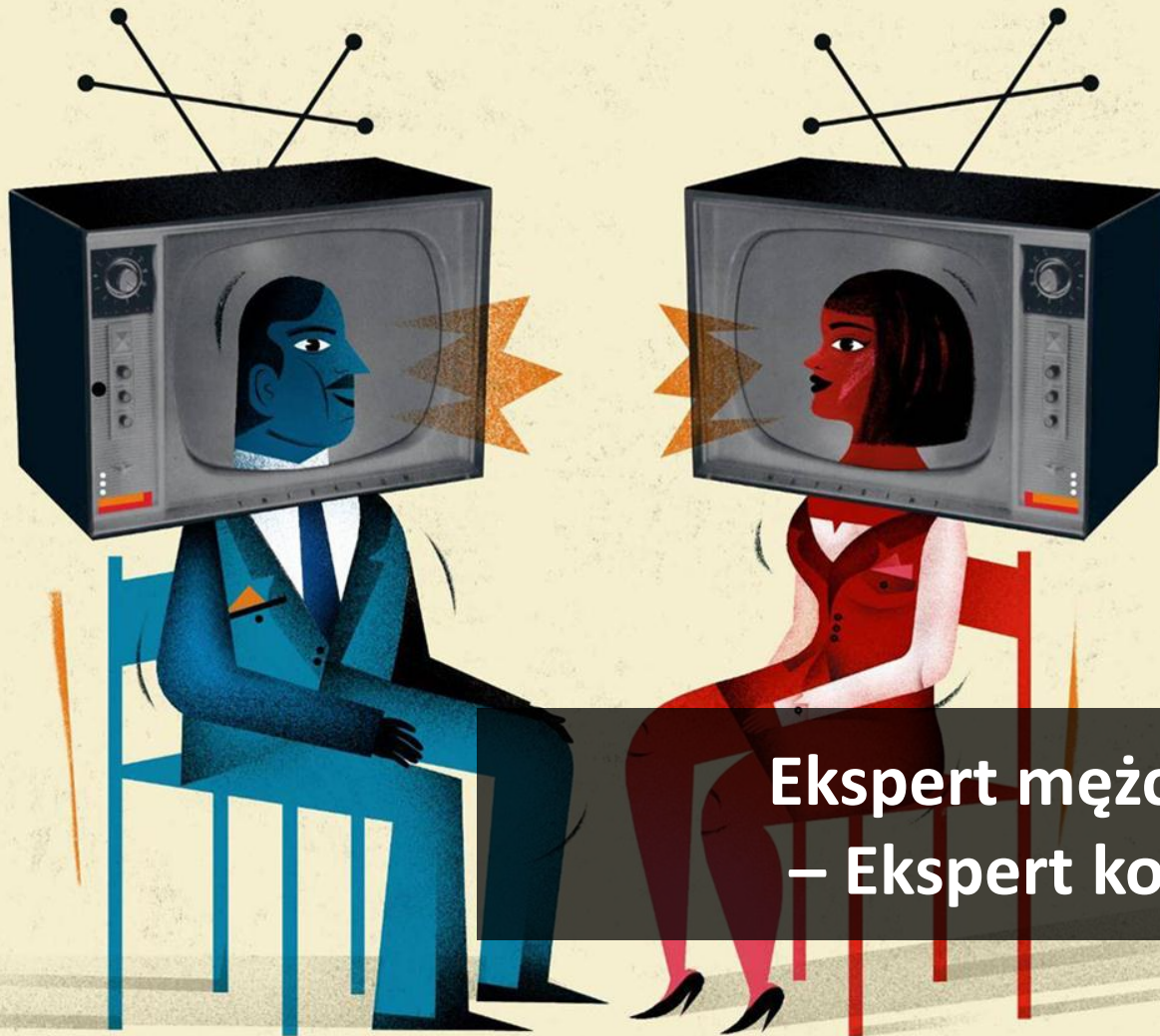
## Cechy „eksperta-katastrofy”

---

- Nieparlamentarne zachowania na wizji, używanie obraźliwych słów, określeń pod adresem adwersarzy
- Bezpośrednie dyskredytowanie osób prowadzących program
- Brak aktywności na wizji - milczenie, zacinanie się, brak uczestnictwa w dyskusji.
- Spóźnianie się na umówiony program lub niepojawianie się w studiu pomimo umówienia się

# ZNANE EKSPERTKI

Inicjatywa promująca obecność kobiet  
w debacie publicznej oraz w mediach



Ekspert mężczyzna  
– Ekspert kobieta


## Stereotypy

---

- Niektórzy dziennikarze i wydawcy powielają stereotyp, zgodnie z którym pewne dziedziny wiedzy „należą” do mężczyzn, a jednocześnie nie podejmują wysiłków, by poszukać wśród ekspertów kobiet. Czasem kobiety - ekspertki są zapraszane z przekory i chęci przełamania tego stereotypu np. w dziedzinie motoryzacji.
- Kobiety-respondenci, wśród dziedzin stereotypowo przypisywanych przez dziennikarzy kobietom wymieniły - kosmetykę, modę, życie rodzinne, krzywdzenie dzieci, „ludzką twarz” polityki, macierzyństwo, prawa kobiet.
- Dziedziny postrzegane w opinii badanych kobiet przez dziennikarzy jako męskie to - polityka, ekonomia, giełda, rynek, prawo karne, obronność, motoryzacja, analiza procesów i zjawisk społecznych.

# ZNANE EKSPERTKI

Inicjatywa promująca obecność kobiet  
w debacie publicznej oraz w mediach



**KOBIETY** czasem  
celowo zaprasza się  
tylko do określonych  
tematów.

## Obawy dziennikarzy:

---

- Kobiety mniej wierzą w siebie niż mężczyźni, nawet kobiety wykształcone, z ogromną wiedzą, mogą być bardzo niepewne siebie.
- Według badanych kobiet-dziennikarek media bywają czasem bardziej krytyczne wobec kobiet piastujących męskie stanowiska.
- Niektóre kobiety na wizji bywają bardziej spięte, mniej swobodne, bardziej nastawione na to, jak zostaną ocenione, mają większą potrzebę aprobaty społecznej.



# ZNANE EKSPERTKI

Inicjatywa promująca obecność kobiet  
w debacie publicznej oraz w mediach

**Kobiety-eksperci zachowują się  
w telewizji inaczej od mężczyzn**

## Kobiety-ekspertki zachowują się w telewizji inaczej od mężczyzn

- Kobiety ekspertki częściej są lepiej przygotowane, dążą do konsensusu.
- Zdaniem respondentów kobiety są bardziej analityczne, nastawione na rozmowę o szczegółach w większym stopniu niż na podsumowywanie, uogólnienia, refleksje z meta poziomem.
- Częściej odnoszą się do codziennego życia widzów, są „bardziej praktyczne”, są „bliżej życia”,
- Zachowują większy dystans niż mężczyźni, nie pozwalają sobie na ostre starcia, na rywalizację, prezentują łagodniejsze obyczaje.
- Jednocześnie bardziej angażują się emocjonalnie w dyskusję na tematy, które są dla nich ważne lub bliskie, zdarza się im „chować urazę”, obrażać się na adwersarzy i wychodzić ze studia telewizyjnego z wyraźną niechęcią.
- W przypadku programów politycznych kobiety postrzegane są jako mniej wyraziste w poglądach, obawiają się wypowiadać w sposób kontrowersyjny, mocny.
- Badani wykazali zgodność, iż kobiety ekspertki pojawiające się w studiu telewizyjnym wśród mężczyzn zdecydowanie łagodzą obyczaje. Mężczyźni zazwyczaj są bardziej nastawieni na rywalizację, spór, manifestowanie swoich racji, w gronie kobiet nie pozwalają sobie na złośliwości, chcą zrobić na kobietach dobre wrażenie.



# ZNANE EKSPERTKI

Inicjatywa promująca obecność kobiet  
w debacie publicznej oraz w mediach



## Wnioski

---

- Dyskusja z udziałem kobiet jest ciekawsza „będzie nie tak gorąco, ale ciekawiej”.
- Dla dziennikarzy zaproszenie do studia mieszanego grona ekspertów oznacza łagodniejszy ton rozmowy, ale też poszerzenie kontekstu o różnorodne perspektywy
- kobiety poprzez swoją emocjonalność, empatię, zaangażowanie wprowadzają nową jakość.

## Interaktywna baza

---

- Aby ułatwić dziennikarzom zadanie przygotowaliśmy interaktywną bazę [www.znaneekspertki.pl](http://www.znaneekspertki.pl) zawierającą profile i kontakty do utytułowanych i doświadczonych kobiet - specjalistek z różnych dziedzin, przygotowanych do wystąpień medialnych.
- Niekomercyjna i ogólnodostępna baza jest połączona z tematyczną wyszukiwarką i zawiera blisko **300** nazwisk. Baza kładzie nacisk na sferę biznesu i finansów, w których panie, wg badań, są szczególnie mało widoczne jako eksperci.
- W bazie znalazło się: ponad **50** - CEO, dyrektorów generalnych dużych korporacji, firm, instytucji publicznych, doradczych, ponad **40** pań, które zasiadają w zarządach firm, ponad **35** dyrektorów departamentów, kierowników, naczelników, menadżerów, partnerów w dużych kancelariach prawa gospodarczego, ponad **20** profesorów, wiele pań dr i dr habilitowanych, przedstawicielki kilku izb gospodarczych i branżowych, szefowe specjalnych stref ekonomicznych.

## W bazie **Znane Ekspertki** zarejestrowały się:

- ekspertki rynku ropy i gazu, płatności bezgotówkowych, polityki antymonopolowej, bezpieczeństwa gospodarczego, systemów naprawczych w przedsiębiorstwach, prawa własności intelektualnej, e-commerce, polityki regionalnej, firm rodzinnych, partnerstwa publiczno-prywatnego, promocji eksportu, współpracy międzynarodowej, finansów samorządu terytorialnego, funduszy unijnych, analiz giełdowych, specjalistki od prawa spółek, prawa pracy, sporów zbiorowych, fuzji i przejęć, planowania finansowego w czołowych polskich spółkach jak np. Orlen, ekspertki ds. lotnictwa, czy gospodarki odpadami.
- sędzia golfa, dyrygentka honorowa Brandon Hill Chamber Orchestra w Bristolu, astrofizyk, która zajmuje się układami podwójnych gwiazd i kwazarami, panie prowadzące badania nad tkaninami antybakteryjnymi, zajmujące się telemedycyną, psychoterapią osób zakonnych, budownictwem społecznym, aspektami ekologicznymi poszukiwania gazu łupkowego, lobbingiem (z punktu widzenia nauki), inteligentnymi systemami transportowymi, nowoczesnymi metodami edukacji, adopcją, biochemią kliniczną, testujące nowe metody leczenia astmy.