



You have downloaded a document from  
**RE-BUŚ**  
repository of the University of Silesia in Katowice

**Title:** Męski vs kobiecy – sport w wieczornych wydarzeniach sportowych

**Author:** Sylwia Ryszawy

**Citation style:** Ryszawy Sylwia. (2020). Męski vs kobiecy – sport w wieczornych wydarzeniach sportowych. "Media i Społeczeństwo" Nr 12 (2020), s. 229-243



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersYTET ŚLĄSKI  
W KATOWICACH



Biblioteka  
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki  
i Szkolnictwa Wyższego

Sylvia Ryszawy<sup>1</sup>  
Uniwersytet Śląski w Katowicach  
ORCID ID: 0000-0001-8519-4796  
e-mail: sylvia.ryszawy@us.edu.pl

## Męski vs kobiecy – sport w wieczornych wydarzeniach sportowych

### ABSTRAKT

Celem badań było określenie stopnia prezentowania w wieczornych wydarzeniach sportowych informacji dotyczących udziału kobiet i mężczyzn w rywalizacji sportowej. Analizie poddane zostały wieczorne wydarzenia sportowe czterech stacji telewizyjnych cieszących się największą oglądalnością: TVP1, TVP2, TVN, Polsat. Badania przeprowadzone zostały od 6 czerwca do 8 lipca 2019 roku. Sformułowano tezę o dostrzeganym w sferze medialnej prezentacji sportu znacznym zróżnicowaniu w kontekście płci. Wyniki badań potwierdziły powyższą tezę. Sport kobiet jest marginalizowany, a brak informacji o uczestnictwie kobiet w rywalizacji sportowej i ich wynikach sugeruje odbiorcy, że sport jest domeną mężczyzn. Ponadto ujawniły, iż szczególnie różnice zaznaczają się w przypadku piłki nożnej, która w wydarzeniach sportowych ukazywana jest jako sfera męskiej dominacji. Jedynym sportem, w odniesieniu do którego widoczna jest równość w prezentowanych komunikatach, jest piłka siatkowa.

SŁOWA KLUCZOWE: sport kobiet, sport mężczyzn, media, wydarzenia sportowe

### Wprowadzenie

Przez lata kobiety walczyły o możliwość uczestnictwa w rywalizacji sportowej, które było dla nich „jednym z wielu sposobów pozyskiwania dla siebie praw w nowoczesnym świecie”<sup>2</sup>. Wykluczenie kobiet z udziału w wielu dyscyplinach olimpijskich sprawiało, że „nie miały równych szans, by realizować motto olimpijskie *Citius, Altius, Fortius* (szybciej, wyżej, mocniej)”<sup>3</sup>. Zmiany w kwestii dostępu kobiet do współzawodnictwa sportowego, dokonane na przestrzeni lat, są

<sup>1</sup> Data złożenia tekstu do Redakcji „MiS”: 12.03.2020 r.; data zatwierdzenia tekstu do druku: 16.06.2020 r.

<sup>2</sup> T. Sahaj, *Kobiety we współczesnym sporcie*, „Sport Wyczynowy”, 2004, nr 1-2, s. 58.

<sup>3</sup> J. W. Loy, F. McLachlan, D. Booth, *Connotations of Female Movement and Meaning: The Development of Women’s Participation in the Olympic Games*, „Olympika XVIII”, 2009, s. 1.

wynikiem długoletnich zmagania kobiet i przeciwstawiania się panującym obyczajom i stereotypom. Jak podaje Teresa Socha: „na przełomie XX i XXI wieku światowy sport zdominowały dwa główne zjawiska. Jednym z nich jest jego profesjonalizacja, a drugim wywalczony przez kobiety dostęp do uprawiania wszystkich dyscyplin sportu”<sup>4</sup>. Wieloletnie dążenia kobiet do równouprawnienia w sporcie, w sferze możliwości uczestnictwa, zostały urzeczywistnione. Nadal jednak kobiety są mniej aktywne fizycznie niż mężczyźni.

Mniejsze uczestnictwo kobiet w aktywności fizycznej wynika przede wszystkim z przypisanych im ról społecznych. Kobiety, „które w wyniku emancypacji pełnią podwójną rolę (w pracy i w domu) mają wiele różnych powodów do unikania sportu wyczynowego”<sup>5</sup>. Badania wskazują, iż głównymi przyczynami zmniejszonej aktywności ruchowej kobiet jest brak czasu wynikający z macierzyństwa, obowiązków domowych i pracy zawodowej<sup>6</sup>.

Głównym celem badań było określenie stopnia prezentowania w wieczornych wydarzeniach sportowych informacji dotyczących udziału kobiet i mężczyzn w rywalizacji sportowej. W badaniach wykorzystano metodę analizy dokumentów oraz analizę ilościowo-jakościową.

Analizę problematyki przeprowadzono w oparciu o założenia teoretyczne Pierre’a Bourdieu, dotyczące „męskiej dominacji”, ukształtowanej w procesie historycznym<sup>7</sup>, którego zdaniem „w obrazach telewizyjnych kobiety są prawie zawsze przedstawione w przypisanych »płci słabej« umniejszających je rolach”<sup>8</sup>. Ponadto zdaniem P. Bourdieu od kobiet oczekuje się, że będą „»kobiece«, to znaczy uśmiechnięte, podległe, uważne, dyskretne, wycofane”<sup>9</sup>. Kobieta, która wybiera karierę sportową, przeczy tym oczekiwaniom, narażając się na utratę „kobiecości”. „Bycie »kobiecią« oznacza bowiem trzymanie się z daleka od działań i właściwości, które mogą funkcjonować jako oznaki męskości”<sup>10</sup>. Zawodowa aktywność sportowa kobiet wykracza poza granicę stereotypu kobiecości i podstawowych komponentów kobiecej tożsamości: urody, małżeństwa i macierzyństwa, które określają jej role społeczne. Brak ich wypełnienia może prowadzić do braku społecznej akceptacji<sup>11</sup>. Telewizyjne wydarzenia sportowe stają się więc polem reprodukcji męskiej dominacji.

---

<sup>4</sup> T. Socha, *Sport kobiet: historia, teoria, praktyka*, Centralny Ośrodek Sportu, Warszawa 2002, s. 5.

<sup>5</sup> Z. Wyżnikiewicz-Kopp, *Image sportu kobiet*, [w:] *Sport w życiu kobiet*, Z. Żukowska (red.), Polskie Stowarzyszenie Sportu Kobiet, Warszawa 1995, s. 24.

<sup>6</sup> M. Nowak, *Analiza wybranych przyczyn braku aktywności ruchowej kobiet*, [w:] *Sport w życiu kobiety...*, op. cit., s. 56-63; U. Parnicka, *Przyczyny rezygnacji ze sportu kobiet – mieszkanki Białej Podlaskiej*, [w:] *Sport w życiu kobiety...*, op. cit., s. 101-104.

<sup>7</sup> P. Bourdieu, *Męska dominacja*, tłum. L. Kopiciewicz, Oficyna Naukowa, Warszawa 2004.

<sup>8</sup> *Ibidem*, s. 74.

<sup>9</sup> *Ibidem*, s. 82.

<sup>10</sup> *Ibidem*, s. 117.

<sup>11</sup> Więcej na ten temat: A. Korzińska, *Uroda, małżeństwo, macierzyństwo, jako komponenty tożsamości płci*, [w:] *Gender w kulturze popularnej*, M. Radkiewicz (red.), Wyd. Rabit, Kraków 2003, s. 49-62.

## Medialna prezentacja sportu

Raport „Sport i aktywność fizyczna”<sup>12</sup> wskazuje, że w 2017 roku w Unii Europejskiej regularny udział w aktywności fizycznej lub sporcie zadeklarowało 8% mężczyzn i 7% kobiet, a odsetek osób, które zadeklarowały brak uczestnictwa, wyniósł 40% dla mężczyzn i 52% dla kobiet (tab. 1).

**Tab. 1. Uczestnictwo w aktywności fizycznej lub w sporcie w Europie w 2017 r. [w %]**

	Regularnie	Z pewną regularnością	Rzadko	Nigdy
Mężczyźni	8	36	16	40
Kobiety	7	29	12	52

Źródło: Special Eurobarometer 472, Report: *Sport and physical activity*, grudzień 2017.

Wyniki badań przeprowadzone przez Główny Urząd Statystyczny<sup>13</sup> wskazują, że kobiety biorą aktywny udział w rywalizacji sportowej na szczeblu międzynarodowym i stanowią znaczną grupę reprezentantów naszego kraju. W 2018 roku, podczas Zimowych Igrzysk Olimpijskich w Pjongczang, Polskę reprezentowało 62 zawodników – 25 kobiet i 37 mężczyzn, a polskie związki sportowe powołały 10,6 tys. członków kadry narodowej, spośród których 38,7% stanowiły kobiety. Wysoki odsetek uczestnictwa kobiet wskazuje nie tylko na ich predyspozycje i uzdolnienia fizyczne, ale przede wszystkim na istotne znaczenie dla rozwoju sportu.

Pomimo widocznych przeobrażeń w rozwoju kobiecego sportu i możliwości ich uczestnictwa wciąż widoczny jest brak równouprawnienia pomiędzy sportem kobiet i mężczyzn, szczególnie w sferze medialnej, mentalnej i formalnej<sup>14</sup>. Dotyczy on nie tylko mniejszych nakładów finansowych przeznaczonych na sport kobiet i marginalizowania ich wyników sportowych, ale również obecności kobiet w organach decyzyjnych instytucji sportowych. Jak wynika z raportu przygotowanego przez Europejski Instytut ds. Równości Kobiet i Mężczyzn (EIGE)<sup>15</sup>, organizacje sportowe (w państwach Unii Europejskiej) zdominowane są przez mężczyzn. W 2015 roku kobiety zajmowały średnio 14% kierowniczych stanowisk

<sup>12</sup> Special Eurobarometer 472, Report, *Sport and physical activity*, grudzień 2017, <https://ec.europa.eu/comfrontoffice/publicopinion/index.cfm/ResultDoc/download/DocumentKy/82432> (21.05.2020).

<sup>13</sup> Główny Urząd Statystyczny, Urząd Statystyczny w Rzeszowie, *Kultura fizyczna w latach 2017 i 2018*. Warszawa, Rzeszów 2019, <https://rzeszow.stat.gov.pl/publikacje-i-foldery/sport-turystyka/kultura-fizyczna-w-latach-2017-i-2018,2,5.html> (21.05.2020).

<sup>14</sup> Więcej na ten temat: K. Kornacka, *Nierówność płci w sporcie*, [w:] *Sport – sportowcy – kibice. Perspektywa socjologiczna*, R. Kossakowski, L. Michałowski (red.), Wyd. Orbis Exterior, Pszczółki 2013, s. 85-100.

<sup>15</sup> European Institute for Gender Equality, *Gender Equality Index 2017. Measuring gender equality in the European Union 2005-2015*, Report 2017, [https://eige.europa.eu/sites/default/files/documents/20177277\\_mh0517208enn\\_pdf.pdf](https://eige.europa.eu/sites/default/files/documents/20177277_mh0517208enn_pdf.pdf) (21.05.2020).

w federacjach sportowych – najwięcej w Szwecji (42%), najmniej w Polsce (3%).

Równość płci w sporcie stała się przedmiotem dyskusji toczonych na szczeblu międzynarodowym. W konkluzjach Rady Unii Europejskiej (z dnia 21 maja 2014 roku) „w sprawie równości płci w sporcie”<sup>16</sup> zwróciła się ona do państw członkowskich o promowanie działań związanych z polityką równości płci w sporcie, w szczególności na stanowiskach decyzyjnych, zachęcając również między innymi do opracowania programów edukacyjnych eliminujących stereotypy płci, badań i analizy wpływu stereotypów na wysiłki zmierzające do osiągnięcia rzeczywistej równości płci w sporcie.

Nieodłącznym elementem życia społecznego są media, które dostarczają nam informacji. Odgrywają one znaczącą rolę w kształtowaniu osobowości dzieci i młodzieży, dostarczając wzorów do naśladowania i modeli zachowań<sup>17</sup>. Treści zawarte w telewizji, Internecie i prasie mają znaczenie dla naszego postrzegania rzeczywistości i kształtują opinię publiczną. Janusz Gajda<sup>18</sup>, omawiając kulturotwórcze funkcje telewizji, wyróżnia funkcje podstawowe (główne) i funkcje im towarzyszące (pochodne):

- upowszechniania różnorodnych treści (informacyjna, edukacyjna, estetyczna, eksplikacyjna, kompensacyjna);
- ludyczna (rozrywkowa, relaksowa, estetyczna);
- stymulująca (estetyczna, wychowawcza);
- wzorotwórcza (wychowawcza, edukacyjna);
- interpersonalna (wychowawcza, informacyjna).

Z punktu widzenia przeprowadzonych badań i ich analizy niezwykle istotną funkcją telewizji jest funkcja socjalizacyjna, pod której wpływem dzieci „kształtują swoje wyobrażenia o społeczeństwie, począwszy od ogólnych przekonań co do tego, jakie role, zajęcia i zawody są odpowiednie dla dziewcząt (kobiet), a jakie dla chłopców (mężczyzn), a skończywszy na konkretnych zachowaniach w konkretnych sytuacjach”<sup>19</sup>.

Media są także instytucją wspierającą i podtrzymującą hierarchię płci<sup>20</sup>. Badacze zorientowani feministycznie ukazują telewizję jako instytucję podtrzymującą patriarchalne wartości i wzory kultury, w których kobiety są pomijane lub

---

<sup>16</sup> Konkluzje Rady z dnia 21 maja 2014 r. w sprawie równości płci w sporcie (2014/C 183/09), [https://eurlex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52014XG0614\(09\)&from=EN](https://eurlex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52014XG0614(09)&from=EN) (21.05.2020).

<sup>17</sup> Więcej na ten temat: J. Spychalska, *Idol w mediach jako czynnik kształtujący młodzież*, [w:] *Dzieci i młodzież w kręgu oddziaływań mediów i grup rówieśniczych – w i pomimo czasów ponowoczesnych*, J. Aksman, J. Pułka (red.), Wyd. Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne sp. z o.o., Kraków 2012, s. 85-91.

<sup>18</sup> J. Gajda, *Media w edukacji*, Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 2007, s. 42-47.

<sup>19</sup> M. Mrozowski, *Funkcje telewizji w społeczeństwie*, [w:] *Człowiek a telewizja*, K. Jakubowicz, B. Puszczewicz (red.), Wyd. Nauczycielskiego Uniwersytetu Radiowo-Telewizyjnego, Warszawa 1990, s. 45.

<sup>20</sup> Z. Mazur, N. Organista, *Niedoreprezentowanie kobiet w sporcie. Analiza sportowych przekazów medialnych*, [w:] *Kobiety w sferze publicznej. Perspektywy interdyscyplinarne problemu*, M. Pataj (red.), Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2017, s. 132.

przedstawiane w sposób stereotypowy<sup>21</sup>. „Świat mediów przenikają te same nierówności i światopoglądy, co świat »nie-mediów« (...). Jest to szczególnie widoczne w obszarze zagadnień związanych z podziałem i nierównościami płci – media skupiają w soczewce wszystkie znaczące elementy opresji opartej na różnicy płci”<sup>22</sup>. Często stają się one czynnikiem umacniającymi utrwalone w społeczeństwie role przypisane płci, widoczne szczególnie w reklamach telewizyjnych<sup>23</sup>.

Znaczne zróżnicowanie, w kontekście płci, dostrzec można również w sferze medialnej prezentacji sportu. Sport to obszar, który umożliwia „reprodukować się kulturowemu porządkowi płci”, w którym mężczyźni mają szansę na potwierdzenie swojej męskości, a działania kobiet są „marginalizowane i trywializowane”<sup>24</sup>. Badania przeprowadzone na przestrzeni lat, w różnych krajach, wskazują, że informacje sportowe prezentowane w mediach były zdominowane przez mężczyzn, a kobiety ulegały w nim „symbolicznemu unicestwieniu”. Różnice dotyczyły nie tylko większego czasu poświęconego na relacjonowanie sportu mężczyzn, ale również języka używanego do ich opisu, w którym mężczyźni przedstawiani byli w kategoriach siły i sukcesu, a kobiety przy podkreślaniu ich atrakcyjności<sup>25</sup>.

Jak pokazują wyniki badań przeprowadzone w Polsce, czas oraz liczba informacji zawartych w wydarzeniach sportowych jest nierówna i wskazuje na dominację sportu męskiego i marginalizację kobiecego<sup>26</sup>.

---

<sup>21</sup> B. Kijewska, *Badania kwestii płci w telewizji*, [w:] *Zawartość mediów masowych: od kultury popularnej przez studia genderowe do języka komunikowania*, P. Dudek, M. Kuś (red.), Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2010, s. 175-186.

<sup>22</sup> E. Majewska, *Teoria krytyczna w starciu ze stereotypem. Propozycje dla feministycznej krytyki mediów*, [w:] *Kobiety, feminizm i media*, E. Zierkiewicz, I. Kowalczyk (red.), Stowarzyszenie Kobiet „Konsola”, Poznań 2005, s. 12.

<sup>23</sup> Więcej na temat stereotypu kobiety w reklamie: A. Kamińska, *Stereotyp kobiety w reklamie telewizyjnej*, [w:] *Kobiety w sferze publicznej. Teoria i praktyka*, M. Pataj (red.), Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2015, s. 112-125; M. Wasilewska, *Wzory kobiet w reklamie telewizyjnej w Polsce*, [w:] *Portrety kobiet i mężczyzn w środkach masowego przekazu oraz podręcznikach szkolnych*, R. Siemieńska (red.), Wyd. Naukowe „Scholar”, Warszawa 1997, s. 70-88; A. Belcer, *Wizerunek kobiety w reklamie*, [w:] *(Nie)obecność kobiet w przestrzeni publicznej*, M. Pataj (red.), Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2014, s. 17-33.

<sup>24</sup> Z. Mazur, N. Organista, *Niedoreprezentowanie kobiet w sporcie. Analiza sportowych przekazów medialnych...*, *op. cit.*, s. 132.

<sup>25</sup> Więcej na ten temat: A. Bernstein, *Is It Time for a Victory Lap? Changes in the Media Coverage of Women in Sport*, „International Review for the Sociology of Sport”, 2002, nr 3–4, s. 415-428; Ch. Cooky, M. A. Messner, R. H. Hextrum, *Women play sport, but not on TV: A longitudinal study of televised news media*, „Communication & Sport”, 2013, nr 1 (3), s. 203-230.

<sup>26</sup> U. Kluczyńska, *Konstruowanie relacji między rodzajami w sporcie. Analiza telewizyjnych wiadomości sportowych*, [w:] *Kalejdoskop genderowy. W drodze do poznania płci społeczno-kulturowej*, K. Slany, B. Kowalska, M. Ślusarczyk (red.), Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2011, s. 383-400; J. Kramarczyk, M. Gneciak, J. Kiżuk, *Obecne czy nieobecne? O kobiecym sporcie w mediach*, [w:] *Sport kobiet i mężczyzn: uwarunkowania, różnice, granice*, H. Jakubowska (red.), Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Poznań 2013, s. 93-110.

## Męska dominacja – wyniki badań własnych

Badania własne przeprowadzone zostały od 6 czerwca do 8 lipca 2019 roku, z uwagi na odbywające się w tym czasie (7.06 – 7.07) Mistrzostwa Świata w Piłce Nożnej Kobiet we Francji. Analiza wydarzeń sportowych dzień przed rozpoczęciem Mistrzostw i dzień po ich zakończeniu służyła weryfikacji możliwych zapowiedzi i podsumowania rozgrywek. Wybór czasu trwania badań był intencjonalny, ponieważ pozwolił na szczególne porównanie sportu określanego jako „bastion męskości” – piłki nożnej – ukazując jednocześnie jego marginalizację podczas trwania najważniejszego kobiecego wydarzenia piłkarskiego.

W czasie trwania badań odbywały się również ważne wydarzenia sportowe z udziałem mężczyzn (eliminacje piłkarskich Mistrzostw Europy 2020, mecze finałowe Ligi Narodów UEFA, Mistrzostwa Ameryki Południowej – Copa America, Piłkarskie Mistrzostwa Europy do lat 21, Złoty Puchar CONCACAF, Formuła 1: Grand Prix Kanady, Grand Prix Francji, Grand Prix Austrii, Żużlowa Grand Prix Czech – Praga, Żużlowa Grand Prix Szwecji – Hallstavik), i kobiet (Mistrzostwa Europy koszykarek, Liga Narodów kobiet w siatkówce).

Analizie poddane zostały cztery wieczorne wydarzenia sportowe stacji telewizyjnych, cieszących się największą oglądalnością: TVP1, TVP2, TVN, Polsat. Łącznie przeanalizowanych zostało 127 wydarzeń sportowych<sup>27</sup>, których czas trwania wyniósł 5 godzin i 44 minuty. W badaniach wykorzystano metodę analizy dokumentów<sup>28</sup>.

Materiał empiryczny zebrano za pomocą autorskiego arkusza badań, którego kategorie odnosiły się do głównych obszarów badawczych: sportu kobiet, mężczyzn, sportów określanych jako „neutralne”, „wspólne”, najważniejszego wydarzenia dnia, zapowiedzi rywalizacji sportowej, czasu trwania komunikatów, ich liczby, prezentowanych wywiadów. Wydarzenia sportowe były nagrywane, a następnie kilkakrotnie oglądane w celu analizy ilościowo-jakościowej.

Głównym celem badań było określenie stopnia prezentowania w wieczornych wydarzeniach sportowych informacji dotyczących udziału kobiet i mężczyzn w rywalizacji sportowej.

Biorąc pod uwagę czas trwania komunikatów, 76% czasu antenowego w wieczornych wydarzeniach sportowych poświęcone zostało sportom mężczyzn, 12% sportom kobiet, 8% wydarzeniom wspólnym, 4% wydarzeniom neutralnym. Komunikaty określone kategorią „wspólne” najczęściej dotyczyły dwóch dyscyplin: tenisa i lekkiej atletyki. Jako wydarzenia „wspólne” zostały również potraktowane

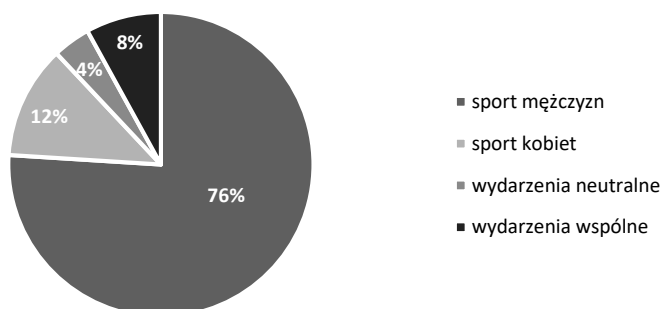
---

<sup>27</sup> W dniach: 21.06, 22.06, 28.06, 29.06 wydarzenia sportowe nadawane przez stację TVP1 nie były emitowane z uwagi na transmisję spotkań reprezentacji Polski w rozgrywkach Ligi Narodów FIVB. Nie odbyła się również emisja wydarzeń sportowych 16.06 na antenie TVP2 z powodu transmisji meczu ME U-21 Polska-Belgia.

<sup>28</sup> M. Łobocki, *Metody i techniki badań pedagogicznych*, Wyd. Impuls, Kraków 2011, s. 215-243.

odbywające się w Mińsku II Igrzyska Europejskie oraz letnia Uniwersjada w Neapolu. Komunikaty definiowane jako „neutralne” nie dotyczyły rywalizacji sportowej kobiet i mężczyzn. Znalazły się wśród nich m.in. przekazy dotyczące wyboru gospodarza Zimowych Igrzysk Olimpijskich w 2026 r., oświadczyń piłkarza Arkadiusza Milika oraz ślub siatkarki Malwiny Smarzek.

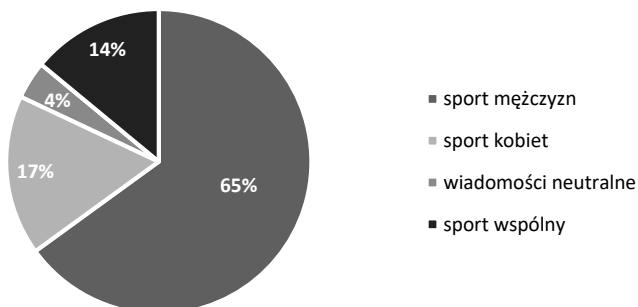
**Rys. 1. Czas trwania komunikatów**



Źródło: badania własne

Najważniejsze wydarzenia dnia prezentowane na początku programów dotyczyły przede wszystkim sportu męczyzn. Spośród wszystkich 127 komunikatów zaprezentowanych jako pierwsze 65% dotyczyło sportu męczyzn, 17% sportu kobiet, 14% sportów prezentowanych jako wspólne, 4% określonych jako neutralne.

**Rys. 2. Komunikaty prezentowane jako pierwsze**



Źródło: badania własne



Największa liczba komunikatów dotyczyła piłki nożnej (31%) oraz piłki siatkowej mężczyzn (18%). W odniesieniu do kobiet wyłącznie dwa sporty zostały zaprezentowane na początku audycji. Na trzecim miejscu prezentowanych komunikatów znalazła się piłka siatkowa kobiet (15%). Drugim sportem, prezentującym wyniki kobiet (pomijając sporty prezentowane jako wspólne), był tenis (2%). Pozostałe informacje odnosiły się do sportów prezentowanych w odniesieniu do mężczyzn (tenis, boks, wyścigi żużlowe, koszykówka, piłka ręczna, wyścigi F1). Częściej jako pierwsze prezentowane były informacje dotyczące sportów zespołowych (67%) niż indywidualnych (15%).

Znacząca różnica widoczna jest również w zapowiedziach nadchodzących (lub trwających w czasie nadawania programu) wydarzeń sportowych. Łącznie zapowiedziane zostały 283 wydarzenia, z czego aż 82% odnosiło się do mężczyzn, a tylko 18% do kobiet. Wyraźna jest także różnica biorąc pod uwagę ilość zapowiadanych dyscyplin: 14 w odniesieniu do mężczyzn, 5 w odniesieniu do kobiet. Wśród dyscyplin „męskich” najczęściej zapowiedzi odnosiły się do rozgrywek piłki nożnej (42%), piłki siatkowej (17%) oraz boksu (10%). Pojawiły się również informacje zachęcające do obejrzenia rozgrywek mniej popularnych dyscyplin w naszym kraju: golfa i futbolu amerykańskiego. Zapowiedzi wydarzeń sportowych z udziałem kobiet dotyczyły: piłki siatkowej (64%), tenisa (16%), piłki nożnej (16%), koszykówki (2%) oraz boksu (2%).

**Tab. 2. Zapowiedzi wydarzeń sportowych z udziałem mężczyzn i kobiet**

	<b>Sport mężczyzn</b>	<b>Sport kobiet</b>
Ilość zapowiedzianych wydarzeń	233 (82%)	50 (18%)
Ilość zapowiedzianych dyscyplin	14	5
Najczęściej zapowiadane wydarzenia	Piłka nożna (42%) Piłka siatkowa (17%) Boks (10%)	Piłka siatkowa (64%) Tenis (16%) Piłka nożna (16%)

Źródło: badania własne

Wydarzenia sportowe rozpoczynają się zazwyczaj od informacji dotyczącej najważniejszego wydarzenia w sporcie mężczyzn, a kończą zapowiedzią kolejnego. Brak zapowiedzi istotnych kobiecych wydarzeń sportowych nie sprzyja popularyzacji sportu kobiet, nie zachęca do jego obejrzenia oraz przekonuje widza, że nie są one transmitowane w telewizji i/lub kobiety nie uczestniczą w zawodach sportowych.

Wszystkie informacje dotyczące sportu mężczyzn odnosiły się do 17 dyscyplin, z kolei sportu kobiet ograniczały się wyłącznie do 7. Z analizy wydarzeń sportowych wynika, że kobiety uprawiają takie dyscypliny jak: piłka siatkowa (52% z komunikatów dotyczących sportu kobiet), tenis (25%), piłka nożna (12%),

koszykówka (5%), boks (4%), kolarstwo (1%) oraz konkurencje lekkoatletyczne (1%). Pozostałe natomiast, prezentowane wyłącznie w odniesieniu do mężczyzn, przekonują widza o braku uczestnictwa kobiet między innymi w rozgrywkach: hokejowych, golfowych, piłki ręcznej, futbolu amerykańskiego, wyścigach motocyklowych i samochodowych.

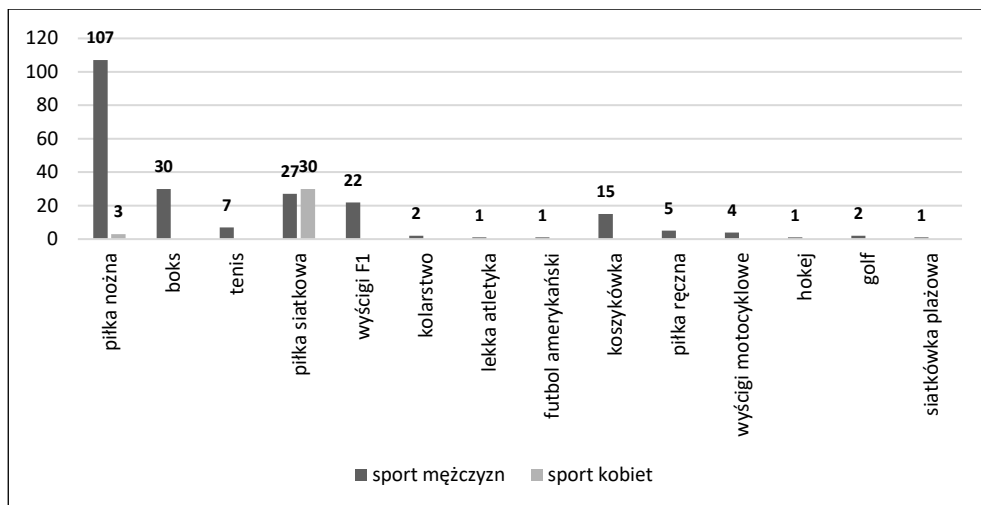
Zarówno w odniesieniu do sportu mężczyzn, jak i kobiet, częściej prezentowane były komunikaty odnoszące się do sportów zespołowych niż indywidualnych. Wiadomości o rywalizacji zespołowej mężczyzn stanowiły 64% wszystkich komunikatów dotyczących sportu mężczyzn, a dotyczące rywalizacji zespołowej kobiet 69%.

Podczas trwania badań każdego dnia, w 127 poddanych analizie wydarzeniach sportowych, prezentowane były informacje odnoszące się do sportów uprawianych przez mężczyzn. Kobiecy sport nie cieszył się tak dużym zainteresowaniem. Aż w 48 wydarzeniach sportowych nie pojawił się żaden komunikat o sporcie kobiet, a w 22 wydarzeniach kobiecy sport został przypisany do kategorii komunikatów „wspólnych”. Łącznie w 70, a więc ponad połowie prezentowanych wydarzeń sportowych (55%), nie pojawiły się komunikaty bezpośrednio przypisane do kategorii „sport kobiet”.

Znacząca różnica ukazująca dominację męskiego sportu widoczna jest w zaprezentowanych wywiadach. Łącznie, we wszystkich stacjach, widz mógł obejrzeć 268 wywiadów, z czego 225 odnosiło się do dyscyplin męskich, a 43 przedstawianych zostało w odniesieniu do sportu kobiet. Zdecydowana dysproporcja odnosi się również do dyscyplin, których dotyczyły wywiady: 14 dyscyplin w odniesieniu do sportu mężczyzn, 2 w odniesieniu do sportu kobiet (piłka siatkowa, piłka nożna).

Najwięcej wywiadów zaprezentowanych zostało w odniesieniu do piłki nożnej mężczyzn (107), boksu (30), piłki siatkowej (27), wyścigów F1 (22), koszykówki (15), tenisa (7). W pozostałych dyscyplinach (piłka ręczna, wyścigi motocyklowe, kolarstwo, golf, hokej, lekka atletyka, futbol amerykański, siatkówka plażowa) wywiady stanowiły znikomy odsetek.

Ryc. 3. Liczba wywiadów w odniesieniu do sportu mężczyzn i kobiet



Źródło: badania własne

## Piłka nożna i piłka siatkowa – męskie czy kobiece?

Spośród zaprezentowanych w wieczornych wydarzeniach sportowych informacji na szczególną uwagę zasługują dwie dyscypliny – piłka nożna oraz piłka siatkowa. Komunikaty dotyczące piłki nożnej mężczyzn stanowiły największą liczbę ze wszystkich przekazywanych informacji, a komunikaty dotyczące piłki nożnej kobiet znalazły się na trzecim miejscu, biorąc pod uwagę liczbę wiadomości w odniesieniu do sportu kobiet. Piłka siatkowa to dyscyplina najczęściej prezentująca kobiece rozgrywki i będąca na drugim miejscu pod względem liczby komunikatów w męskim sporcie. Zestawiając liczbę komunikatów, wywiadów oraz zapowiedzi odnoszących się do piłki nożnej i piłki siatkowej, zauważyć można jednak zróżnicowanie.

Piłka nożna w Polsce to obszar męskiej dominacji. W wieczornych wydarzeniach sportowych komunikaty dotyczące tej dyscypliny zostały zaprezentowane aż 194 razy w odniesieniu do mężczyzn i tylko 10 razy w odniesieniu do kobiet, pomimo trwającego przez cały okres badań najważniejszego piłkarskiego kobiecego wydarzenia sportowego – Mistrzostw Świata we Francji. Wysokie zróżnicowanie zauważyć można również w liczbie zaprezentowanych wywiadów i czasie ich trwania – 107 wywiadów w komunikatach odwołujących się do męskiej piłki, trwających niemal 17 minut i 3 wywiady dotyczące kobiecej piłki, których czas trwania wyniósł niespełna pół minuty. Nieznaczna liczba wywiadów w kobiecej piłce nożnej skłania do wniosków o braku profesjonalizmu kobiet-piłkarek i uwydatnia mniejsze znaczenie tego sportu. Piłkarze przedstawieni zostają jako zawodowcy, których opinia na temat meczu i jego ocena jest istotna. O profesjonalizmie

w męskiej piłce przekonują również wywiady z selekcjonerami, ekspertami, trenerami oraz działaczami PZPN. Wszystkie informacje o piłce nożnej mężczyzn trwały około 1 godz. 50 min łącznego czasu antenowego, podczas gdy relacje z mundialu kobiet około 5 minut. Kolejne spotkania i rozgrywki mężczyzn zapowiedziane zostały 97 razy, a mistrzostwa kobiet ośmiokrotnie.

**Tab. 4. Piłka nożna mężczyzn vs piłka nożna kobiet**

	Piłka nożna mężczyzn	Piłka nożna kobiet
Liczba komunikatów	194	10
Czas trwania komunikatów	1h 50 min	5 min
Liczba wywiadów	107	3
Czas trwania wywiadów	17 min	0,30 sek.
Liczba zapowiedzi	97	8

Źródło: badania własne

Do zaprezentowania piłkarskich wiadomości ze sportu kobiet nie przekonują nawet ich wybitne wyniki i osiągnięcia. Mistrzostwa świata w piłce nożnej kobiet są nie tylko fascynujące ze względu na wysoki poziom rozgrywek, ale również ze względu na towarzyszące im emocje. Podczas meczu USA – Tajlandia padł bramkowy rekord zarówno w mistrzostwach kobiet, jak i mężczyzn. Zawodniczki Stanów Zjednoczonych wygrały aż 13:0. Sensacji dokonała również Marta Vieira da Silva, brazylijska piłkarka, która zdobyła 17. gola na mistrzostwach, wyprzedzając tym samym w klasyfikacji strzelców mundialu zarówno kobiet, jak i mężczyzn – Miroslava Klose. Kobięce rekordy piłkarskie, nawet jeśli dominują nad męskimi, są pomijane.

W komunikatach dotyczących piłki siatkowej różnica nie jest aż tak znaczna – 52 komunikaty dotyczące piłki siatkowej mężczyzn i 42 dotyczące piłki siatkowej kobiet. Kobiety przeważają w ilości i czasie trwania wywiadów. Podczas komunikatów zaprezentowanych zostało 27 wywiadów dotyczących piłki siatkowej mężczyzn o łącznym czasie trwania niewiele ponad 4 minuty oraz 40 wywiadów dotyczących piłki siatkowej kobiet, które zajęły blisko 6 minut czasu antenowego. Kobiety-siatkarki często uczestniczyły w wywiadach, a ich opinie mogły być znaczące dla odbiorcy. Wywiad daje szansę na podzielenie się własnymi emocjami i odczuciami, a osobę w nim uczestniczącą ukazuje jako eksperta w swojej dyscyplinie. Wypowiedzi udzielane podczas niego mogą także zawierać pewnego rodzaju usprawiedliwienie dla przegranego meczu. Wywiady przeprowadzone z trenerem, sztabem szkoleniowym i kibicami ukazują, że piłka siatkowa kobiet nie jest lekceważona. Biorąc pod uwagę ilość zapowiedzi kolejnych siatkarskich spotkań, piłka siatkowa mężczyzn nieznacznie przeważa nad kobietą – 40

zapowiedzi odnoszących się do rozgrywek mężczyzn i 32 do rozgrywek kobiet.

**Tab. 5. Piłka siatkowa mężczyzn vs piłka siatkowa kobiet**

	Piłka siatkowa mężczyzn	Piłka siatkowa kobiet
Liczba komunikatów	52	42
Liczba wywiadów	27	40
Czas trwania wywiadów	4 min	6 min
Liczba zapowiedzi	40	32

Źródło: badania własne

Wieczne wydarzenia sportowe przekonują widza, że piłka siatkowa to sport przeznaczony zarówno dla kobiet, jak i dla mężczyzn. W przeciwieństwie do piłki nożnej, w której analiza jednoznacznie wskazuje na męską przewagę, rozgrywkom siatkarskim kobiet i mężczyzn poświęcona zostaje zbliżona liczba komunikatów i zapowiedzi.

## Podsumowanie

Zdaniem Pierre'a Bourdieu „telewizja sprawia, że ludzie widzą coś i wierzą w to, co ona pokazuje”<sup>29</sup>. Zdecydowanie mniejsza liczba komunikatów dotycząca sportu kobiet niż mężczyzn przekonuje odbiorcę o bierności i braku uczestnictwa kobiet w rywalizacji sportowej oraz uprawiania przez nie niektórych dyscyplin sportowych. Kobięcy sport jest medialnie marginalizowany, lekceważony, a kobieta-sportowiec i jej osiągnięcia są niedoceniane. Brak informacji dotyczących uprawiania przez kobiety dyscyplin, w których rywalizują, ich dokonań i sukcesów, nie zachęca do aktywności sportowej kobiet i młodych dziewczyn. Wydarzenia sportowe ukazują znaczną, męską dominację w sporcie, w której kobiety stanowią jedynie dodatek i uzupełnienie. Rekonstruują one utrwalony społecznie podział na sporty „męskie” i „kobiecy”, a znikome informacje o ich sportowym uczestnictwie utrwalają stereotyp kobiety – matki, żony, gospodyni domowej, hamując możliwość jego zmiany. „Środki masowego przekazu odgrywają istotną rolę w procesie kategoryzacji świata i konstruowania własnej tożsamości w kategoriach płci już we wczesnym dzieciństwie”<sup>30</sup>, dlatego tak ważne jest ukazanie możliwości i umiejętności kobiet w wielu obszarach życia społecznego, również w sporcie.

<sup>29</sup> P. Bourdieu, *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, tłum. K. Sztandar-Sztanderska, A. Ziółkowska, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2011, s. 47.

<sup>30</sup> R. Siemieńska, *Środki masowego przekazu jako twórcy obrazu świata, [w:] Portrety kobiet i mężczyzn w środkach masowego przekazu oraz podręcznikach szkolnych..., op. cit., s. 24.*

Telewizja pełni funkcję „nadawania statusu osobom, instytucjom, problemom”, rozpowszechniając przekonanie, że prezentowane wydarzenia są najważniejsze<sup>31</sup>. Znacznie mniejsza liczba komunikatów dotyczących sportów uprawianych przez kobiety, w porównaniu z dyscyplinami męskimi, ukazuje marginalną pozycję kobiet, rozpowszechniając przekonanie o prestiżu męskich zmagani i prezentując ich w roli profesjonalistów.

Sport jest obszarem ukazującym różnicowanie społeczne ze względu na płeć, które wynika z ukształtowanych na przestrzeni lat stereotypów, ról przypisanych płci oraz utrwalonego podziału kategoryzującego dyscypliny sportowe na „męskie” i „kobiecy”.

Zgodnie ze „Strategią Rady Europy na rzecz równości płci” opracowaną na lata 2018-2023: „równość płci wiąże się z równymi prawami kobiet i mężczyzn, dziewcząt i chłopców, a także taką samą widocznością, wzmocnieniem pozycji, odpowiedzialności i uczestnictwa we wszystkich sferach życia publicznego i prywatnego”<sup>32</sup>. Analiza treści informacji wieczornych wydarzeń sportowych wskazuje na brak równości płci przejawiający się w mniejszej liczbie przekazywanych informacji dotyczących sportu kobiet, prezentowanych wywiadów i zapowiedzi rozgrywek, krótszym czasie ich trwania. Pokazuje sport jako arenę męskich zmagani i podziałów płciowych, utrwalonych przez stereotypy i społeczne oczekiwania względem kobiet i mężczyzn.

Mniejsza liczba informacji, prezentowana w wydarzeniach sportowych, a odnosząca się do sportu kobiet, utrudnia jego rozwój. Przekazywanie treści dotyczących wysokich wyników sportowych kobiet, ich wybitnych osiągnięć, rekordów i uczestnictwa w rywalizacji sportowej, sprzyjałoby zainteresowaniu sponsorów. Medialna marginalizacja, mająca znaczenie dla pozyskiwania funduszy, tworzy zamknięty obszar, w którym promocja kobiecej rywalizacji zostaje zahamowana.

Argumentem uzasadniającym medialne marginalizowanie sportu kobiet może być nieobecność reprezentacji Polski podczas odbywających się w czasie badania piłkarskich Mistrzostw Świata w piłce nożnej kobiet oraz Mistrzostw Europy w koszykówce kobiet. Być może brak zainteresowania wynika z braku ich uczestnictwa. Polki rywalizowały w siatkarskiej Lidze Narodów, a ich wyniki, wywiady oraz zapowiedzi spotkań prezentowane zostały w wydarzeniach sportowych. Argument ten wymaga jednak potwierdzenia, które możliwe będzie w wyniku przeprowadzenia badań, w przypadku uzyskania przez kobiece reprezentacje awansu do najważniejszych drużynowych imprez sportowych w Europie i na świecie. Warto również poddać analizie najważniejsze wydarzenia

---

<sup>31</sup> M. Mrozowski, *Funkcje telewizji w społeczeństwie*, [w:] *Człowiek a telewizja...*, op. cit., s. 46.

<sup>32</sup> Strategia Rady Europy na rzecz równości płci 2018-2023, <https://rm.coe.int/gender-equality-strategy-2018-2023-pl/168097fa52> (21.05.2020).

sportowe, w których do udziału nie zakwalifikuje się Polska reprezentacja mężczyzn, by określić medialne zainteresowanie rozgrywkami, w których nie uczestniczy nasza reprezentacja.

## Bibliografia

- Belcer A., *Wizerunek kobiety w reklamie*, [w:] *(Nie)obecność kobiet w przestrzeni publicznej*, M. Pataj (red.), Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2014.
- Bernstein A., *Is It Time for a Victory Lap? Changes in the Media Coverage of Women in Sport*, „International Review for the Sociology of Sport”, 2002, nr 3–4.
- Bourdieu P., *Męska dominacja*, tłum. L. Kopciewicz, Oficyna Naukowa, Warszawa 2004.
- Bourdieu P., *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, tłum. K. Sztandar-Sztanderska, A. Ziółkowska, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2011.
- Cooky Ch., Messner M. A., Hextrum R. H., *Women play sport, but not on TV: A longitudinal study of televised news media*, „Communication & Sport”, 2013, nr 1 (3).
- Gajda J., *Media w edukacji*, Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 2007.
- Kamińska A., *Stereotyp kobiety w reklamie telewizyjnej*, [w:] *Kobiety w sferze publicznej. Teoria i praktyka*, M. Pataj (red.), Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2015.
- Kijewska B., *Badania kwestii płci w telewizji*, [w:] *Zawartość mediów masowych: od kultury popularnej przez studia genderowe do języka komunikowania*, P. Dudek, M. Kuś (red.), Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2010.
- Kluczyńska U., *Konstruowanie relacji między rodzajami w sporcie. Analiza telewizyjnych wiadomości sportowych*, [w:] *Kalejdoskop genderowy. W drodze do poznania płci społeczno-kulturowej*, K. Słany, B. Kowalska, M. Ślusarczyk (red.), Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2011.
- Kornacka K., *Nierówność płci w sporcie*, [w:] *Sport – sportowcy – kibice. Perspektywa socjologiczna*, R. Kossakowski, L. Michałowski (red.), Wyd. Orbis Exterior, Pszczółki 2013.
- Korzińska A., *Uroda, małżeństwo, macierzyństwo, jako komponenty tożsamości płci*, [w:] *Gender w kulturze popularnej*, M. Radkiewicz (red.), Wyd. Rabit, Kraków 2003.
- Kramarczyk J., Gnieciak M., Kiżuk J., *Obecne czy nieobecne? O kobiecym sporcie w mediach*, [w:] *Sport kobiet i mężczyzn: uwarunkowania, różnice, granice*, H. Jakubowska (red.), Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Poznań 2013.
- Loy J. W., McLachlan F., Booth D., *Connotations of Female Movement and Meaning: The Development of Women’s Participation in the Olympic Games*, „Olympika XVIII”, 2009.
- Łobocki M., *Metody i techniki badań pedagogicznych*, Wyd. Impuls, Kraków 2011.
- Majewska E., *Teoria krytyczna w starciu ze stereotypem. Propozycje dla feministycznej krytyki mediów*, [w:] *Kobiety, feminizm i media*, E. Zierkiewicz, I. Kowalczyk (red.), Stowarzyszenie Kobiet „Konsola”, Poznań 2005.
- Mazur Z., Organista N., *Niedoreprezentowanie kobiet w sporcie. Analiza sportowych przekazów medialnych*, [w:] *Kobiety w sferze publicznej. Perspektywy interdyscyplinarne problemu*, M. Pataj (red.), Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2017.
- Mrozowski M., *Funkcje telewizji w społeczeństwie*, [w:] *Człowiek a telewizja*, K. Jakubowicz, B. Puszczewicz (red.), Wyd. Nauczycielskiego Uniwersytetu Radiowo-Telewizyjnego, Warszawa 1990.
- Nowak M., *Analiza wybranych przyczyn braku aktywności ruchowej kobiet*, [w:] *Sport w życiu kobiety*, Z. Żukowska (red.), Polskie Stowarzyszenie Sportu Kobiet, Warszawa 1995.
- Parnicka U., *Przyczyny rezygnacji ze sportu kobiet – mieszkanki Białej Podlaskiej*, [w:] *Sport w życiu kobiety*, Z. Żukowska (red.), Polskie Stowarzyszenie Sportu Kobiet, Warszawa 1995.
- Sahaj T., *Kobiety we współczesnym sporcie*, „Sport Wyczynowy”, 2004, nr 1-2.

- Siemieńska R., *Środki masowego przekazu jako twórcy obrazu świata*, [w:] *Portrety kobiet i mężczyzn*, R. Siemieńska (red.), Wyd. Naukowe „Scholar”, Warszawa 1997.
- Socha T., *Sport kobiet: historia, teoria, praktyka*, Centralny Ośrodek Sportu, Warszawa 2002.
- Spychalska J., *Idol w mediach jako czynnik kształtujący młodzież*, [w:] *Dzieci i młodzież w kręgu oddziaływań mediów i grup rówieśniczych – w i pomimo czasów ponowoczesnych*, J. Aksman, J. Pułka (red.), Wyd. Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne sp. z o.o., Kraków 2012.
- Wasilewska M., *Wzory kobiet w reklamie telewizyjnej w Polsce*, [w:] *Portrety kobiet i mężczyzn*, R. Siemieńska (red.), Wyd. Naukowe „Scholar”, Warszawa 1997.
- Wyżnikiewicz-Kopp Z., *Image sportu kobiet*, [w:] *Sport w życiu kobiet*, Z. Żukowska (red.), Polskie Stowarzyszenie Sportu Kobiet, Warszawa 1995.

### Źródła internetowe

- European Institute for Gender Equality, *Gender Equality Index 2017. Measuring gender equality in the European Union 2005-2015*, Report 2017, [https://eige.europa.eu/sites/default/files/documents/20177277\\_mh0517208enn\\_pdf.pdf](https://eige.europa.eu/sites/default/files/documents/20177277_mh0517208enn_pdf.pdf).
- Główny Urząd Statystyczny, *Urząd Statystyczny w Rzeszowie, Kultura fizyczna w latach 2017 i 2018*. Warszawa, Rzeszów 2019, <https://rzeszow.stat.gov.pl/publikacje-i-foldery/sport-turystyka/kultura-fizyczna-w-latach-2017-i-2018,2,5.html>.
- Konkluzje Rady z dnia 21 maja 2014 r. w sprawie równości płci w sporcie (2014/C 183/09), [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52014XG0614\(09\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52014XG0614(09)&from=EN).
- Special Eurobarometer 472, Report, *Sport and physical activity*, Grudzień 2017, <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/ResultDoc/download/DocumentKy/82432>.
- Strategia Rady Europy na rzecz równości płci 2018-2023, <https://rm.coe.int/gender-equality-strategy-2018-2023-pl/168097fa52>.

## Male vs Female – Sport in the Evening Sport News

### Summary

The aim of the examination was determining the extent of presenting information concerning men and women's participation in sport competitions in the evening TV news. The analysis was carried out on the basis of evening sport news transmitted by four TV channels which have the largest audience in Poland: TVP1, TVP2, TVN and Polsat. The examination was conducted from the 6th of June to the 8th of July 2019.

It was proposed that there exists a noticeable disparity in the matter of gender as far as presenting sport in media is concerned. Results of the examination prove the thesis. Female sport is marginalized and lack of information about women's participation in sport competitions and their scores suggest to viewers that sport is men's domain. Moreover, the results showed that there is a particular difference in the case of football, which is presented in the news as an area of male dominance. Volleyball is the only sport discipline which is shown as equal in the presented material.

Keywords: Female sport, male sport, media, sport news