

**KOBIETA W MEDIACH. MEDIA O KOBIECIE –
SPRAWOZDANIE Z OGÓLNOPOLSKIEJ KONFERENCJI
NAUKOWEJ, UNIWERSYTET SWPS, 6 MARCA 2025 R.**

6 marca 2025 roku na Uniwersytecie SWPS w Warszawie odbyła się ogólnopolska konferencja naukowa pt. „Kobieta w mediach. Media o kobiecie”, której pomysłodawczynią i inicjatorką była profesor tejże uczelni Evelina Kristanova. Wydarzenie miało miejsce w siedzibie uczelni przy ulicy Chodakowskiej 19/31 i zgromadziło liczne grono przedstawicieli świata nauki, mediów oraz instytucji zajmujących się tematyką równości płci, komunikacji społecznej i wizerunku kobiet w przestrzeni publicznej. Po uroczystym otwarciu konferencji głos zabrali przedstawiciele władz uczelni – Rektor Uniwersytetu SWPS, prof. dr hab. Roman Cieślak, Dziekan Wydziału Nauk Społecznych, dr hab. Katarzyna Januszkiewicz, prof. USWPS, Dyrektor Instytutu Nauk Społecznych, prof. dr hab. Mikołaj Cześnik oraz organizatorka wydarzenia, dr hab. Evelina Kristanova, prof. USWPS. W swoich wystąpieniach podkreślili znaczenie refleksji nad miejscem kobiet w przestrzeni medialnej oraz konieczność krytycznej analizy języka i przekazów, które wpływają na sposób postrzegania kobiecości w kulturze współczesnej. Jako pierwsza referat wygłosiła dr hab. Ewa Marciniak (UW), prezentując wyniki raportu CBOS, który dotyczył wizerunku kobiet w mediach. Wystąpienie wprowadziło uczestników w tematykę konferencji, wskazując na społeczne i kulturowe konsekwencje medialnych reprezentacji kobiet.

Następnie odbyły się dwa równoległe panele eksperckie. Pierwszy z nich, zatytułowany „Głos, który kształtuje rzeczywistość”, zgromadził znane dziennikarki – Agnieszkę Gozdyrę z Polsat News, Brygidę Grysiak-Ciesiołkiewicz z TVN24 oraz Magdalenę Rigamonti z Onet.pl. Dyskusję poprowadzili Michał Chlebowski i Evelina Kristanova, a dotyczyła ona odpowiedzialności mediów za kształtowanie opinii publicznej oraz roli kobiet w przestrzeni medialnej. Drugi panel, „Kobiety w nauce i biznesie – między teorią a praktyką”, moderowany przez dr Katarzynę Bąkiewicz i dr Małgorzatę Bulaszewską, skupił się na wyzwaniach stojących przed kobietami w świecie nauki i gospodarki. Uczestniczki panelu – dr Katarzyna Brzoza-Kolorz, dr Zofia Leszczyńska oraz Anna Potocka-Domin – mówiły o barierach strukturalnych, stereotypach płciowych oraz o nowych modelach przywództwa kobiecego. Po zakończeniu paneli uczestnicy mieli okazję do krótkiej przerwy na kawę, która sprzyjała integracji i wymianie pierwszych wrażeń.

Po przerwie rozpoczęły się sesje naukowe, w ramach których odbyły się trzy równoległe bloki tematyczne. Pierwszy z nich, zatytułowany „Nagłówki, narracje, narratorki – jak mówi się o kobietach, jak mówią kobiety w mediach drukowanych”, koncentrował się na analizie języka i narracji w prasie kobiecej. Dr Dobrawa Skoneczna-Gawlik oraz dr Marta Woźniak przedstawiły historyczne portrety kobiet w prasie regionalnej okresu międzywojennego, natomiast dr hab. Olga Dąbrowska-Cendrowska przeanalizowała rolę kobiet w koncernach medialnych Bauer Media Polska i Burda Media Polska w latach 1990–2024. Ks. dr hab. Rafał Śpiewak (UE w Katowicach) skupił się na roli społecznej kobiet prezentowanej w materiałach publikowanych na łamach *Gościa Niedzielnego* z okresu międzywojennego. Druga sesja, „Nagłówki, klikbajty, narracje – kobiety w świecie cyfrowych treści”, dotyczyła współczesnych wyzwań wynikających z obecności kobiet w mediach społecznościowych. Wystąpienie dr hab. Magdaleny Hodalskiej odnosiło się do użytkowania smartfona w codzienności, ze szczególnym uwzględnieniem badań smartfonowych nawyków kobiet w Polsce. Dr hab. Agnieszka Łukasik-Turecka poruszyła kwestię dezinformacji w mediach społecznościowych w opinii Polek, natomiast dr hab. Jarosław Kończak wypowiedział się na temat wizerunku kobiety w reklamie. Ostatni referat w tej sekcji wygłosiła dr Pamela Szczerbik-Chudy (UO). W sesji trzeciej, prowadzonej przez dr hab. Evelinę Kristanovą „Portret kobiecy w sztuce, fotografii, polityce i religii”, zaprezentowano wystąpienia dotyczące m.in. kostiumologii w kobiecej telewizji – dr hab. Lucyna Rotter (UPJPII), kobiet w „Chłopakach do wzięcia” – dr hab. Sławomir Czapnik (UO) oraz roli kobiet w religijnych i politycznych narracjach Rozgłośni Polskiej RWE – dr hab. Evelina Kristanova.

Po zakończeniu pierwszego cyklu sesji i krótkiej przerwie rozpoczęły się kolejne sesje tematyczne. W następnym bloku wystąpien wygłoszono referaty dotyczące wizerunku kobiet w powojennej prasie i kulturze popularnej. Dr Jolanta Laskowska analizowała emancypacyjne wątki na łamach *Dziennika Bałtyckiego*, dr Justyna Harbanowicz i dr Agnieszka Dytman-Stasienko mówiły o wizerunku kobiet w miesięczniku *Ty i Ja*, natomiast dr Ewa Bulisz przedstawiła tematykę społeczną związaną z kobietami w czasopiśmie *Kobieta i Życie* oraz *Przyjaciółka*. Dr Ewelina Górka zapoznała uczestników z publicystyką Janiny Katz na łamach paryskiej *Kultury* (1972–1993). Równoległe toczyła się dyskusja na temat kobiet w przestrzeni cyfrowej prowadzona przez dra hab. Marka Kochana z Uniwersytetu SWPS, w której dr Marta Jarosz omówiła zawartość polskich portali kobiecych, a dr Maciej Saskowski i Kinga Dagmara Siedlak przeanalizowali język nienawiści i zjawisko dezinformacji wobec kobiet w internecie. Dr Bartosz Kicior zwrócił uwagę na „kobietę, która przeszkadza graczom”. W tym samym czasie w sesji poświęconej sztuce, kulturze i biznesowi, prowadzonej przez dra hab. Adama Szpaderskiego (U SWPS), referentki dr hab. Anna Prusak, dr Katarzyna Forst i Agnieszka Kos-Podalska omówiły kobiecą decyzyjność, język współczesnych kobiet oraz redefinicję sukcesu w świecie mediów. Dr hab. Edyta Zierkiewicz przedstawiła referat pt. „Medialne wizerunki kobiet w rolach pacjentek oraz w rolach nieformalnych opiekunek niedomagających domowników”. Dr hab. Katarzyna Flader-Rzeszowska wygłosiła z kolei

referat pt. „Historie Agnieszki Przepiórskiej. Ocalone w przekazach medialnych”. Po zakończeniu każdej z sesji odbyły się dyskusje.

Po południu rozpoczął się ostatni blok sesji naukowych. Pierwszą część wystąpienia poświęcono kobiecie w prasie i polityce. Dr Justyna Maguś wygłosiła referat pt. „Jerzy Giedroyc i dziennikarki”, dr Anna Szwed-Walczak – „Medialny obraz kobiety-polityka na łamach *Kobiety i Życia* w latach 1989–1992”; dr Katarzyna Brzoza-Kolorz mówiła o obrazach medialnych polityczek w kontekście teorii zagrożenia stereotypem, a dr Michał Chlebowski wypowiedział się o nierówności płci w mediach i koncepcji społecznej odpowiedzialności prasy. W drugiej części sesji dr Małgorzata Bulaszewska i dr Irena Kamińska-Radomska podjęły temat kobiecości w kulturze popularnej, omawiając znaczenie kolorów w budowaniu wizerunku kobiet w mediach oraz stereotypy dotyczące influencerek i celebrytek. Dr Urszula Sawicka analizowała medialne modele kobiecości w przestrzeni internetowej, w tym zjawisko tzw. „that girl”. W panelu „Portret kobiecy w sztuce, publicystyce i kulturze”, prowadzonym przez dra Marcina Zaborskiego (U SWPS), jako pierwszy głos zabrał ks. dr hab. Dariusz Raś, który przybliżył temat wizerunku kobiety w przekazach artystycznych i religijnych na przykładzie ołtarza mariackiego opisywanego na łamach prasy, zaś dr Milena Drzewiecka i Paweł Prus zaprezentowali wyniki badań Instytutu Zamenhofs dotyczące obecności kobiet w programach publicystycznych. Całość zamknęły wystąpienia dr Emilii Zakrzewskiej i dr Anny Miłoszewskiej-Kiełbiewskiej o sposobach etykietowania kobiet w przekazach medialnych oraz roli języka w kształtowaniu opinii publicznej. Po dyskusji konferencję oficjalnie zakończyła dr hab. Evelina Kristanova, dziękując wszystkim uczestnikom i prelegentom za aktywny udział. W swoim podsumowaniu zwróciła uwagę na potrzebę dalszych badań nad wizerunkiem kobiet w mediach oraz na znaczenie krytycznej analizy dyskursu medialnego w kontekście współczesnych przemian społecznych.

Konferencja „Kobieta w mediach. Media o kobiecie” okazała się ważnym forum wymiany myśli, doświadczeń i wyników badań naukowych. Poruszane zagadnienia dotyczyły szerokiego spektrum tematów – od historii prasy kobiecej i roli kobiet w mediach drukowanych, przez współczesne wyzwania związane z mediami cyfrowymi, po refleksje nad miejscem kobiet w kulturze, polityce, biznesie i sztuce. Temat kobiecości w mediach pozostaje żywy, wielowymiarowy i niezwykle istotny dla zrozumienia współczesnej komunikacji społecznej.

Evelina Kristanova

 0000-0003-4935-7417

