



Natalia Organista*

Akademia Wychowania Fizycznego
Józefa Piłsudskiego w Warszawie

Martyna Halter-Bogołębska

Akademia Wychowania Fizycznego
Józefa Piłsudskiego w Warszawie

Sport w nowych mediach. Przekazy medialne w wybranych dyscyplinach podczas Igrzysk Olimpijskich w Rio de Janeiro**

KEYWORDS

sport, media, media coverage,
gender, Olympics, femininity,
masculinity

ABSTRACT

Organista Natalia, Halter-Bogołębska Martyna, *Sport w nowych mediach. Przekazy medialne w wybranych dyscyplinach podczas Igrzysk Olimpijskich w Rio de Janeiro* [Sport in the new media. Media coverages of selected sport disciplines during the Olympic Games in Rio de Janeiro]. *Kultura – Społeczeństwo – Edukacja* nr 2(16) 2019, Poznań 2019, pp. 203–223, Adam Mickiewicz University Press. ISSN 2300-0422. DOI 10.14746/kse.2019.16.13.

This study concerns the online sports media coverage, a topic that has not been previously analyzed in Poland. In recent decades many studies (in Anglo-Saxon countries in particular) indicated the major underrepresentation of women's sport and different framing of sportswomen and sportsmen. Those studies showed that the media plays important role in upholding gender stereotypes in sport and hindering empowerment of sportswomen. This study analyzes media coverage of three sports disciplines (gymnastics, swimming and weightlifting) during Rio Olympics on five websites. Findings revealed underrepresentation of women's sport and setting the trend to write about women's sport in disciplines consider as appropriated for women. The qualitative analysis did not indicate gender-specific descriptors in materials about sportspeople.

* ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0106-7568>.

** Badanie zrealizowano ze środków pozyskanych w ramach projektu DM-55: „Nierówności płciowe w sportowych przekazach w nowych mediach” Akademii Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie.

Wstęp

W ostatnich dekadach badacze reprezentujący nauki społeczne i zajmujący się sportem sporo uwagi poświęcili sportowym przekazom medialnym. Ich analizy wykazały niedoreprezentowanie w nich sportu kobiet. Zarówno w mediach drukowanych, jak i przekazach telewizyjnych dominowały informacje o sporcie mężczyzn (Fink, 2015; Kane, 2013; Cooky et al., 2015; Jakubowska, 2015, Dziubiński et al., 2019). Jeżeli w mediach pojawiały się informacje o sporcie kobiet, to dotyczyły dyscyplin, które odtwarzały tradycyjnie rozumianą kobiecość; koncentrowano się na wyglądzie fizycznym i prezencji zawodniczek (tenis, gimnastyka artystyczna, jazda figurowa na łyżwach itp.) (Sherry, 2016). Natomiast analizy jakościowe wskazywały, iż o sporcie kobiet pisze się w odmienny sposób niż o sporcie mężczyzn. Sport kobiet często opisywano w ironiczny sposób, trywializowano wysiłek zawodniczek (Bruce, 2013). Według części badaczy nowe media¹, których nie dotyczą ograniczenia miejsca i czasu przekazu medialnego, mogą stanowić szansę dla szerszego opisu sportu kobiet. W związku z brakiem w polskiej literaturze przedmiotu badań na temat sportowych przekazów w Internecie, postanowiono sprawdzić, czy ilość miejsca poświęcona na sport kobiet i sport mężczyzn w nowych mediach jest porównywalna. To, jak portretowane są zawodniczki, jest istotne również ze względu na zainteresowanie dziewcząt sportem i aktywnym spędzaniem czasu wolnego.

Sport jest instytucją społeczną, która została stworzona przez mężczyzn i dla mężczyzn (Whitson, 1989; Kimmel, 1989). Poprzez sport dokonywano naturalizowania różnicy płciowej i tym samym podtrzymywano nierówności społeczne (Messner, Dworkin, 2002: 17–29). Wizerunki odnoszących sukcesy zawodniczek, szanowanych w społeczeństwie, potencjalnie mogłyby wpływać na podejście do niego dziewcząt i kobiet oraz uprawomocniać ich zainteresowania czy czynić bardziej aktywnymi (Messner, 1998). Wielu badaczy, szczególnie w Stanach Zjednoczonych, zwracało uwagę na fakt, iż sukcesy kobiet w sporcie mogłyby wpłynąć na płciową strukturę społeczeństwa (Cooky, 2009). Zawodniczki, które ze względu na swój fizyczny potencjał odnoszą sukces, osłabiają wciąż funkcjonującą narrację o „naturalnym braku zainteresowania sportem” wśród dziewcząt (Sabo et al.,

¹ W pracy korzystam z definicji nowych mediów z pracy *Dziennikarstwo wobec nowych mediów*: „Nowe media to techniki, technologie, a także instytucje służące komunikacji, wykorzystujące metody cyfrowe do rejestracji, zapisywania, przechowywania danych, tworzenia i transmisji przekazów. Nowe media charakteryzują się hipertekstualną strukturą przekazu i odbioru, możliwością programowania (...), interaktywnością, kumulatywnością, globalnym zasięgiem i jednocześnie indywidualizacją dostępu” (Bauer, 2009: 126). Porównania dotyczące mediów tradycyjnych i nowych można również znaleźć w: McQuail, 2012: 57–59, 149–153.

2004) oraz przyczyniają się do „rozmontowywania” nierówności płciowych w społeczeństwie, tworzonych na podstawie założeń o różnicy płciowej. Przekazy sportowe w nowych mediach wydają się kluczowe, ponieważ w szczególności dziewczęta i chłopcy czerpią swoją wiedzę w znacznym stopniu z Internetu i informacje pozyskane w tym medium mają wpływ na ich ocenę tego, co „kobiece” i „męskie” (Subrahmanyam et al., 2001).

Założenia teoretyczne

Sport i media masowe są ze sobą blisko związane i od siebie wzajemnie zależne². Media stanowią potężną instytucję społeczną mogącą w zasadniczy sposób wpływać na opinie odbiorców w wielu dziedzinach. Biorąc pod uwagę, iż znaczną większość wydarzeń sportowych konsumenci odbierają w zmediatyzowanej formie, a nie partycypując w wydarzeniach sportowych „na żywo”, istotniejsze wydają się treści przekazywane przez media.

Niniejsze badanie korzysta z teorii „ram” przekazów informacyjnych (*framing*), przedstawione po raz pierwszy przez Ervinga Goffmana w 1974 roku (Goffman, 1974). W ostatnich latach wiele badań dotyczących kwestii niedoreprezentowania sportu kobiet w mediach wykorzystywało teorię ram. Jak pisze Denis McQuail za Robertem Entmanem: „rama definiuje problemy, diagnozuje przyczyny, narzuca oceny moralne”. Stosowanie ram pozwala na „całościową interpretację odrębnych faktów”, nie jest jednak wolne od pewnej, czasami niezamierzonej, stronniczości (McQuail, 2012: 374). Zatem media podejmują wybrane wątki, a następnie nadają im określone znaczenie. Pełnią zatem funkcję „strażników” (*gatekeepers*) określonego sposobu przedstawiania wydarzeń. Decyzje dotyczące tego, co pokazać bądź opisać, a co pominąć, kształtują zdanie odbiorców. Jak zwraca uwagę Eagleman, jeżeli przekaz medialny na dany temat jest ujednolicony oraz od lat niezmienny, to pomijane kwestie stają się niewidoczne (Eagleman et al., 2014). Badaczka przekazów medialnych dotyczących sportu kobiet Mary J. Kane zwróciła uwagę, iż pomijanie doniesień ze sportu kobiet jest tworzeniem fałszywej narracji, iż jest on

² Istotne jest również powiązanie mediów i sportu z czynnikami ekonomicznymi. Obecnie dużo uwagi poświęca się bowiem nierozzerwalnemu powiązaniu w społeczeństwach zaawansowanego kapitalizmu czynników kulturowych z czynnikami ekonomicznymi. Media są siłą napędową dla czynników ekonomicznych (ponieważ przyciągają kapitał), równocześnie rozpowszechniają i wzmacniają bieżącą narrację o sporcie przyciągając więcej odbiorców i kapitału (Rowe, 2004: 68–79). Bliską relację między mediami, sportem a ekonomią oddają terminy: *sport-media complex* czy *media/sport production complex*.

nieinteresujący i niewarty uwagi odbiorcy (Kane, 2013). Podnoszona przez część badaczy strategia ambiwalencji (Fink, Kensicki, 2002; Bruce, 2013) w opisach sportu kobiet, polegająca na: „przekazie, który na pierwszy rzut oka wydaje się pozytywny, ale w rzeczywistości zawiera wyrazy, frazy bądź tematy, które subtelnie lekceważą kobiety” (Eagleman, 2015; tłum. własn.), sprawia, iż sport kobiet jest oceniany gorzej niż sport mężczyzn.

Medialne przekazy sportowe

Przedstawiane systematycznie od lat wyniki badań dotyczące medialnych przekazów sportowych są w znacznej mierze ze sobą zgodne. Szczególnie dobrze zanalizowane zostały przekazy podczas igrzysk olimpijskich chociażby ze względu na największą na świecie widownię. W tych badaniach wskazuje się na promowanie sportowców, chociaż w każdych kolejnych igrzyskach startuje więcej kobiet. Igrzyska w Londynie były pierwszymi, w których każda reprezentacja miała w składzie zarówno zawodniczki, jak i zawodników. Kobiety startowały również we wszystkich konkurencjach. Przewiduje się, iż w Rio de Janeiro zawodniczki będą stanowiły 45% startujących na igrzyskach (International Olympic Committee, 2016).

Z analiz Andrew Billingsa w amerykańskiej stacji NBC transmitującej Igrzyska w Vancouver mężczyźni otrzymali trzy piąte czasu antenowego po wykluczeniu konkurencji, w których kobiety startowały razem z mężczyznami (na przykład pary w łyżwiarstwie figurowym) (Angelini, MacArthur, Billings, 2012), w Turynie około 60% (Billings, et al., 2008), a w Salt Lake City około 65% badanego czasu antenowego (Billings, Eastman, 2003). Natomiast podczas letnich Igrzysk Olimpijskich (w latach 1996, 2000, 2004) różnice w czasie antenowym poświęconym na sport kobiet i sport mężczyzn są jedynie kilkuprocentowe (4–5%). Różnicę między igrzyskami zimowymi z lat 1998, 2002, 2006 a igrzyskami letnimi Billings tłumaczy większą liczbą dyscyplin, w których kobiety konkurują podczas igrzysk letnich (Billings, 2008b: 112–118).

Kolejnym wytłumaczeniem faktu częstszych przekazów na temat sportu kobiet podczas igrzysk niż w pozostałej części sezonu jest kwestia reprezentowania danego kraju, a nie dowartościowania kobiecości w sporcie (Wensing, Bruce, 2003; Hedenborg, 2013). Badania czasu pomiędzy igrzyskami wskazują już na znaczne niedoreprezentowanie sportu kobiet. Z badań longitudinalnych Cheryl Cooky, Michaela Messnera i Michel Musto (2015) wynika, iż przekazy na temat kobiecego sportu w amerykańskich stacjach telewizyjnych w 2009 roku zmalały do 1,6%, co jest najniższym poziomem od dwudziestu pięciu lat, a w 2014 roku utrzymywały

się na poziomie 3,2%. Inne badania przekazów telewizyjnych potwierdzają uzyskane przez badaczy wyniki (Martin et al., 2016; Turner, 2013; Billings, Young, 2015).

Badania mediów drukowanych podczas igrzysk olimpijskich początkowo również wskazywały na niedoreprezentowanie przekazów na temat sportu kobiet. Coraz częściej jednak wyniki przedstawiają proporcjonalny przekaz na temat sportu kobiet i sportu mężczyzn. Zarówno badania sprawdzające przekaz medialny w Kanadzie i Wielkiej Brytanii (Vincent et al., 2002), jak i pięciu europejskich krajach nie odnotowały istotnych statystycznie różnic (Capranica et al., 2005). Co ciekawe, O'Neill i Mulready pokazali, iż po igrzyskach przekaz dotyczący sportu kobiet wraca do liczby sprzed igrzysk (O'Neill, Mulready, 2014). Pomiędzy igrzyskami również w mediach drukowanych stwierdzono znaczne niedoreprezentowanie informacji o sporcie kobiet (Godoy-Presland, 2014; Harris, Clayton, 2002; Crolley, Teso, 2007; Bishop, 2003). Od lat nieproporcjonalna liczba przekazów o sporcie kobiet pozwala badaczom podtrzymywać podstawioną pod koniec lat siedemdziesiątych XX wieku tezę o symbolicznej anihilacji kobiet w mediach (Tuchman, 1979; Kane, 2013; Fink, 2015).

W Polsce jak dotąd przeprowadzono dwa badania dotyczące przekazów sportowych w mediach drukowanych. Honorata Jakubowska w polskiej części projektu badawczego *The International Sports Press Survey 2011* (kwiecień–lipiec) przeanalizowała 815 artykułów z polskich gazet: *Gazety Wyborczej*, *Głosu Wielkopolskiego* oraz *Gazety Codziennej: Fakt* (Jakubowska, 2015). Ponad 85% publikowanych informacji dotyczyło sportu mężczyzn, w tym 60% wiadomości poświęconych było sportom drużynowym. W przypadku kobiet proporcje były odwrotne: 73% przekazów odnośnie sportu kobiet dotyczyło dyscyplin indywidualnych. Badanie wiadomości z *Gazety Wyborczej* z lat 2010–2013 Dziubińskiego i współautorek pokazało znaczną przewagę informacji o sporcie mężczyzn (Dziubiński et al., 2019). Z przeanalizowanych 2997 artykułów jedynie 12% dotyczyło sportu kobiet, a 84% sportu mężczyzn. Opisywane badanie jest również zgodne z wynikami badań Jakubowskiej odnośnie opisywania w mediach określonych dyscyplin w sporcie kobiet i mężczyzn. Informacje o sporcie kobiet dotyczyły w 88% dyscyplin indywidualnych, a informacje o sporcie mężczyzn w 72% dotyczyły dyscyplin drużynowych.

Przegląd literatury dotyczącej analiz jakościowych medialnych przekazów na temat sportu

Toni Bruce, podsumowując lata badań nad przekazami medialnymi, wskazała powtarzające się „zasady” czy schematy dotyczące sposobu portretowania zawodni-

czek (Bruce, 2013). Sport kobiet jest „produkowany” w gorszy sposób, angażuje mniej środków finansowych i technicznych, co powoduje, że przekaz jest znacznie mniej ciekawy niż ten dotyczący sportu mężczyzn (Greer et al., 2009). Mała liczba dziennikarek pracujących w działach sportowych również wzmacnia przekonanie, iż sport to męska domena (Miloch, Pedersen, Smucker, Whisenant, 2005). Choćby badanie *The International Sports Press Survey* w części poświęconej Polsce wskazuje, iż dziennikarki sportowe stanowią 8% wszystkich dziennikarzy (Jakubowska, 2015). Badania Edwarda Kiana i Marie Hardin wskazywały, że płeć dziennikarza może mieć wpływ na sposób portretowania sportu kobiet (Kian, Hardin, 2009). Mężczyźni częściej wzmacniali stereotypy płciowe, opisując zawodniczki. Rzadziej również niż kobiety opisywali sport kobiet. Inne badania wskazują, iż zatrudnienie większej liczby dziennikarek nie uczyni dużej różnicy. Niekoniecznie musi mieć to związek z faktem niechęci dziennikarek wobec sportu kobiet, ale ich obawą przed oskarżeniami o „faworyzowaniem” zawodniczek oraz niechęcią wydawców do przedstawiania sportu kobiet (Hardin, Shain, 2005; Kian, 2007). Jak bowiem zwróciły uwagę Marie Hardin i Stacie Shain, w pracy zawodowej dziennikarki sportowe muszą cały czas negocjować między kobiecością a utrwaloną kulturowo postawą profesjonalnego dziennikarza. Aby być uważane za profesjonalistki, często muszą „odciąć się” od swojej tożsamości płciowej (Hardin, Shain, 2006; Schoch, Ohl, 2011). Badanie Bridget Gee i Sarah Leberman pokazało, iż tekst o sporcie kobiet musi sprostać wyższym kryteriom, aby zostać zaaprobowanym do druku (Gee, Leberman, 2011). Praktyki dziennikarskie charakteryzuje również przywiązanie do opisywania dyscyplin „odpowiedniej” dla każdej z płci (*sex-typing*) (Cronk, Theberge, 1994). Informacje odnośnie sportu kobiet dotyczą dyscyplin indywidualnych i niekontaktowych, natomiast te o sporcie mężczyzn dyscyplin kontaktowych i sportów zespołowych.

Toni Bruce wskazuje również na sposób nazywania zawodów sportowych. Zawody mężczyzn nazwane są po prostu „mistrzostwami świata”, natomiast zawody kobiet to „mistrzostwa świata kobiet”. W ten sposób wskazuje się, które wydarzenia są pierwowzorem i tym, co standardowe w sporcie (Crolley, Teso, 2007; Bruce, 2013). Pisząc o zawodniczkach, normą jest odnoszenie się do ich pozasportowego życia, do ról matki, żony czy partnerki (Daddario, 1994). Zawodniczki porównuje się również do męskich „odpowiedników”. Wzmacnia to męską „wielkość” i przekonanie, iż to, co męskie, w sporcie jest normą. W mediach niezmiennie chętniej opisuje się zawodniczki w heteroseksualnych związkach. Jak wskazuje Bruce, połączona z przymusową heteroseksualnością jest praktyka kładzenia nacisku na portretowanie zawodniczek reprezentujących tradycyjny ideał kobiecości (smukła sylwetka, biały kolor skóry, emocjonalność, zależność od innych) (Fink, Kensicki,

2002). „Zasada” ta łączy się również z seksualizacją zawodniczek. Media często przedstawiają zawodniczki jako obiekty seksualne, a nie przez pryzmat ich sportowych umiejętności (Bissel, Duke, 2007).

Bruce dostrzega także nowe tendencje w opisywaniu zawodniczek. Fotografie prasowe coraz częściej portretują je w akcji, podczas rywalizacji w sporcie, a nie w kontekście pozasportowym. „Przebijają” się również opisy zawodniczek jako wzorowych obywaterek godnych uznania czy wzorów do naśladowania. Jednak zdarza się, iż takie opisy dotyczą jedynie rodaczek, a zawodniczki innej narodowości opisuje się za pomocą „starych zasad” (Bruce, 2013).

Przekazy medialne w nowych mediach

Nieporównywalnie mniej jest badań dotyczących przekazów medialnych w nowych mediach. Wielu badaczy sugerowało, iż Internet, który nie dzielił przestrzennych ograniczeń z mediami drukowanymi i telewizją, będzie pozwalał na sprawiedliwszy przekaz odnośnie sportu kobiet. Będąc nowym medium, mógłby wprowadzić zmiany do utartego schematu raportowania (bądź brak tegoż) i postrzegania rywalizacji kobiet. Również dyskusja na temat „płci” Internetu i dzielonych przez część badaczy i badaczek przekonań, iż Internet tworzy i podtrzymuje sprzyjające kobietom środowisko (van Zoonen, 2003) sprawiła, iż w tym medium zaczęto widzieć możliwość zmiany schematu w relacjonowaniu sportu w mediach. Odmiennego zdania jest Wendy Griswold (2013: 206). Według badaczki interakcje w Internecie nie muszą prowadzić do zmiany stereotypów płci użytkowników nawet pomimo dostępu do różnorodnych doświadczeń i sposobów życia ludzi z całego świata. Komunikowanie w nowych mediach może również pogłębiać tradycyjne przekonania poprzez udostępnienie kolejnego miejsca, w którym można je upowszechniać (blogi, czaty itp.) Griswold konkluduje, że z obecnych badań wiemy raczej, że Internet pozwala ludziom sądzić i robić to, co dotąd sądzili i robili, tylko z większą skutecznością. Ponadto zwrócono uwagę, iż nowe media zmieniają sposób zbierania informacji, ich edycji oraz dostępu do nich przez konsumentów. Dodatkowo z nowych mediów najczęściej korzystają osoby młode, co mogłoby się wiązać z ich większą otwartością na treści w tradycyjnych mediach pomijane (Real, 2006).

Wyniki badań odnośnie przekazów sportowych w nowych mediach nie są tak spójne, jak przedstawione powyżej badania dotyczące mediów tradycyjnych. Część analiz wskazuje, iż przekazy w Internecie przedstawiają zawodniczki i zawodników w odmienny sposób niż media drukowane i telewizja, dlatego nie można utrzymać tezy, iż przekaz na temat sportu podtrzymuje męską supremację. Kian i współpra-

cownicy, badając zawartość stron ESPN.com oraz SportsLine.com podczas turniejów koszykarskich, nie znaleźli różnic w opisywaniu zawodników i zawodniczek typowych dla przekazów w tradycyjnych mediach (Kian et al., 2009). Więcej opisów wyglądu fizycznego czy ubioru oraz pozasportowych ról życiowych dotyczyło mężczyzn. Badacze stwierdzili natomiast, iż „przytłaczająca większość” zawartości stron relacjonowała zawody mężczyzn. Eagleman wraz ze współpracownikami badała zawartość stron internetowych w sześciu krajach podczas Igrzysk Olimpijskich w Londynie pod kątem ewentualnych stronniczych przekazów odnośnie płci i nacji (Eagelman et al., 2014). Również te badania wspierają tezę o bardziej równościowym charakterze relacjonowania sportu w Internecie. Autorzy znaleźli jedynie kilka różnic pomiędzy przekazami dotyczącymi kobiet i mężczyzn. Lauren Burch i współpracownicy przeprowadzili analizę stron internetowych podczas Igrzysk Olimpijskich w 2010 roku. Nie stwierdzili istotnych statystycznie różnic w ilości miejsca poświęconego na sport kobiet i sport mężczyzn proporcjonalnie do liczby startujących zawodniczek i zawodników (Burch et al., 2012).

Dianne Jones analizowała stronę internetową australijskiego nadawcy ABC News podczas kolejnych igrzysk olimpijskich w pierwszej dekadzie XXI wieku. Jej badania pokazały, iż różnice w opisie sportu kobiet i mężczyzn wciąż występują. Do opisu sportu kobiet używano częściej infantylnego języka i stereotypów płci oraz przedstawiano zawodniczki jako „pasywne przedmioty”, a nie „aktywnych sportowców” (Jones, 2010, 2004, 2006). Rzadko opisywano zawodniczki w dyscyplinach drużynowych (utożsamianych z „męskimi”) (Jones, 2006), natomiast liczba przekazów poświęconych sportowi kobiet była większa niż w mediach tradycyjnych, przedstawiano również więcej dyscyplin (Jones, 2004; 2006).

Jones przebadła również zawartość stron internetowych ABC (Australia), BBC (Wielka Brytania), CBC (Stany Zjednoczone) i TVNZ (Nowa Zelandia) podczas Igrzysk Olimpijskich w Pekinie w 2008 roku. Wykryła istotnie statystycznie więcej informacji, fotografii oraz głównych tematów odnośnie sportu mężczyzn niż sportu kobiet. Nie tylko głównym tematem igrzysk były historie dotyczące zawodników; zawodniczki były przedstawiane zgodnie ze stereotypowym podejściem jako słabe fizycznie, emocjonalne oraz zależne od pomocy innych (Jones, 2013).

Cel badań

W związku z brakiem w polskiej literaturze przedmiotu badań na temat sportowych przekazów w nowych mediach celem badań było sprawdzenie, czy liczba przekazów medialnych w wybranych dyscyplinach w sporcie kobiet w nowych

mediach podczas Igrzysk Olimpijskich w Rio de Janeiro jest porównywalna z liczbą przekazów o sporcie mężczyzn.

Celem szczegółowym było zbadanie, czy w nowych mediach utrzymywana jest tendencja do opisywania sportu kobiet głównie w dyscyplinach uważanych za kobiece (*female appropriate*), a sportu mężczyzn w dyscyplinach uważanych za męskie (*male appropriate*).

Dotychczasowe wyniki badań mediów tradycyjnych wskazują bowiem, iż sport kobiet relacjonuje się głównie w dyscyplinach, które podtrzymują tradycyjnie rozumianą kobiecość (Jakubowska, 2014: 459–470; Koivula, 2001). W badaniu analizowano materiały dotyczące gimnastyki sportowej i artystycznej, uważanej za dyscyplinę „kobietą”, pływania, uważanego za dyscyplinę „neutralną” pod względem płci sportowców, oraz podnoszenia ciężarów jako dyscypliny uważanej za „męską”. Kłasyfikując dyscypliny w ten sposób, skorzystano z badań Nathalie Koivuli (2001) oraz Honoraty Jakubowskiej (2014: 463–470). W badaniu Koivuli respondenci wskazali na precyzję, estetykę i kobiecość jako najważniejsze cechy dyscyplin „kobietych”. Natomiast za dyscypliny męskie uważa się przede wszystkim dyscypliny wymagające brutalności, kontaktowości, siły i agresji (sporty drużynowe oraz sztuki walki). Honorata Jakubowska wymienia cztery zasadnicze wskaźniki świadczące o tym, że dany sport uchodzi za „męski”: kontaktowość, wskaźniki motoryczne (siła, wytrzymałość i szybkość), skłonność do ryzyka i niebezpiecznych zachowań (sporty motorowe, sporty ekstremalne) oraz tworzenie homospołeczności (podtrzymywanie męskich więzi). Dotychczasowe badania pokazują, iż w mediach większość miejsca lub czasu antenowego zajmują właśnie dyscypliny uważane za „męskie”. Podział na sporty kobiece i męskie uzupełniają tak zwane dyscypliny neutralne (na przykład badminton, pływanie, tenis, żeglarstwo, siatkówka), postrzegane jako nadające się dla każdej z płci. Respondenci w badaniu Koivuli stwierdzili, iż najważniejsze cechy wpływające na fakt, że sport jest postrzegany za „neutralny”, to: precyzja, szybkość, fair play/wysoki poziom moralności.

Jakubowska za pomocą wywiadów fokusowych zbadła w Polsce, jak bardzo utrwalaony jest podział na dyscypliny „męskie” i „kobiece”. Wszyscy respondenci wymienili gimnastykę jako sport kobiecy, podobnie jak pływanie synchroniczne. Za sport męski badani jednogłośnie uznali również podnoszenie ciężarów (Jakubowska, 2014: 459–469).

Drugim celem szczegółowym było zbadanie różnic w badanym materiale ze względu na płeć opisywanych sportowców. Kolejnym celem szczegółowym było sprawdzenie, czyjego autorstwa były analizowane przekazy. Natomiast ostatnim – sprawdzenie, czy badany materiał odnosił się do Polaków, czy sportowców spoza granic kraju.

Metoda i próba badawcza

W badaniu wykorzystano metodę analizy treści. Pozwala ona badać różnego rodzaju dane służące do komunikacji: słowne, obrazkowe i symboliczne. Analiza treści jest powszechnie wykorzystywaną metodą w porównywaniu treści medialnych odnoszących się do sportu kobiet i mężczyzn (Cooky, 2015; Jakubowska, 2015). Zaliczana jest do metod niereaktywnych, czyli takich, w wyniku stosowania których nie wpływa się na otaczającą rzeczywistość społeczną. Badania niereaktywne pomagają uniknąć również typowych błędów badaczy korzystających z metod reaktywnych, czyli narzucania własnej woli osobom badanym, a więc wypaczania wyników badań (Babbie, 2009: 358–375). Analiza treści jest także metodą, z której korzysta się najczęściej, chcąc odpowiedzieć na pytania dotyczące przekazów: „kto mówi, co, do kogo, dlaczego, jak i z jakim skutkiem” (Babbie, 2009: 358).

Materiał badany stanowiły artykuły zamieszczone na stronach internetowych w dniach 5–21 sierpnia 2016 roku, podczas Igrzysk Olimpijskich w Rio de Janeiro. Zdecydowano się na przeanalizowanie przekazów medialnych z igrzysk olimpijskich, ponieważ jest to największa sportowa impreza świata, trafiająca poprzez media do większości ludzi (Billings, 2008b: 5–6). Ze względu na liczbę śledzących to wydarzenie fanów można również stwierdzić, iż igrzyska mają znaczny wpływ na kształtowanie opinii na temat sportowców. Są one również szansą dla zawodniczek na przedstawienie swoich umiejętności, podczas igrzysk bowiem zainteresowanie sportem kobiet jest większe niż standardowo (Billings, 2008b: 107). Igrzyska olimpijskie cieszą się w Polsce ogromnym zainteresowaniem. Są transmitowane przez publiczną telewizję przez większą część dnia. Ostatnie igrzyska w Rio de Janeiro transmitowane były w trzech programach publicznej telewizji (program I i II oraz TVP Sport oraz streamingu dwunastu specjalnych kanałów z relacjami sportowymi). Jakiś fragment igrzysk obejrzało 28 mln Polaków, czyli 80% osób mających dostęp do odbiornika telewizyjnego (*Business Insider*, 2016). Biorąc pod uwagę, iż 65% Polaków regularnie korzysta z Internetu, nie ma powodu, aby przypuszczać, iż przekazy sportowe w Internecie nie cieszyły się również zainteresowaniem (CBOS, 2016).

Za jednostkę analizy uznano artykuł zamieszczony na sportowych stronach internetowych wybranych do analizy. Analizie zostało poddanych: 106 artykułów z gimnastyki, 408 artykułów z pływania, 105 artykuły z podnoszenia ciężarów (tabela 1). Przeanalizowane zostały artykuły z pięciu najpopularniejszych internetowych serwisów informacyjnych dotyczących sportu na podstawie ana-

lize Megapanel PBI/Gemius za grudzień 2015³, tj.: eurosport.onet.pl; sport.tvp.pl; sportowefakty.wp.pl; sport.interia.pl; sport.pl.

Z analizy wyłączone zostały materiały zawierające jedynie materiały wizualne (wideo i zdjęcia), pominięto również materiały nieodnoszące się bezpośrednio do wydarzeń podczas igrzysk w Rio de Janeiro (w tabeli nazwane artykułami neutralnymi), a podnoszące treści okołosportowe (prawo w sporcie, wywiady z lekarzami, działaczami itp.). Wyłączonych zostało łącznie 168 artykułów. Publikacje te dotyczyły w głównej mierze wykrycia środków niedozwolonych w próbkach do testów antydopingowych braci Zielińskich oraz Krzysztofa Szramiaka i wywiadów oraz wypowiedzi związanych z tą sprawą. Nie brano także pod uwagę wypowiedzi działaczy Polskiego Związku Podnoszenia Ciężarów oraz Polskiego Związku Pływakackiego.

Tabela 1. Liczba artykułów dotyczących danej dyscypliny sportowej na danej stronie internetowej

Strony internetowe	Gimnastyka	Pływanie	Podnoszenie ciężarów
www.eurosport.onet.pl	22	98	22
www.sport.tvp.pl	21	71	18
www.sportowefakty.wp.pl	36	91	34
www.sport.interia.pl	16	73	18
www.sport.pl	11	75	13
ŁĄCZNIE	106	408	105

Źródło: opracowanie własne

Do analizowania materiałów stworzono arkusz kodowania. W części ilościowej zbierano informacje na temat: płci sportowców, opisywanej dyscypliny, długości artykułów (badając liczbę słów), płci dziennikarza piszącego dany artykuł (o ile artykuł był podpisany). W części jakościowej wyznaczono cztery kategorie kodowania, stworzone na podstawie najczęściej opisywanych w literaturze przedmiotu różnic między portretowaniem sportu kobiet i mężczyzn. Pierwsza kategoria kodowania dotyczyła opisów wyglądu fizycznego i seksualności sportowców (akcentowanie urody lub stroju). Druga odnosiła się do ról pozasportowych (matki, żony, dziewczyny, córki). Kolejna dotyczyła sarkastycznego czy infantylizującego języka stosowanego przy opisie sportu kobiet, a ostatnia – do stereotypowego sposobu odnoszenia się do zwycięstw bądź porażek (podkreślanie słabych występów, roli trenerów, zależności zawodników od innych osób, sposób tłumaczenia porażek itp.).

³ <http://media2.pl/badania/131499-Megapanel-grudzien-2015-kategorie-tematyczne/17.html>

Wyniki badań – analiza ilościowa

Przeanalizowano 106 artykułów dotyczących gimnastyki, czyli dyscypliny uważanej za „kobieca”. 58 artykułów (55%) dotyczyła kobiet, zaś 47 artykułów (44%) odnosiło się do mężczyzn (tabela 2).

Tabela 2. Liczba artykułów dotyczących gimnastyki z podziałem na płeć

Strony internetowe	Sport kobiet	Sport mężczyzn	Neutralne
eurosport.onet.pl	11	11	0
sport.tvp.pl	11	10	0
sportowefakty.wp.pl	20	15	1
sport.interia.pl	10	6	0
sport.pl	6	5	0
ŁĄCZNIE	58	47	1

Źródło: opracowanie własne

Płeć autora tekstu udało się ustalić w 36 z 106 tekstów. W pozostałych przypadkach autor nie został podany lub autorstwo przypisywane było całej redakcji sportowej. Wśród omawianych 36 tekstów 15 z nich (42%) napisanych zostało przez kobiety, zaś pozostałe 21 przez mężczyzn.

Należy również wspomnieć o znamiennej dużej liczbie artykułów nawiązujących treścią do sportowców obcokrajowców. Publikacji takich było 99 w stosunku do 7 odnoszących się do gimnastyków z Polski. Takie proporcje są zasadniczo odmienne od przedstawianej dotąd tendencji do opisywania szczególnie podczas igrzysk olimpijskich głównie swoich rodaków.

Z przeanalizowanych 408 artykułów dotyczących pływania 62% dotyczyło mężczyzn, a 35% odnosiło się do kobiet (tabela 3). Za treści neutralne pod względem płci sportowców uznano 11 przekazów, stanowiących 3% wszystkich artykułów.

Tabela 3. Liczba artykułów dotyczących pływania z podziałem na płeć

Strony internetowe	Sport kobiet	Sport mężczyzn	Neutralne
eurosport.onet.pl	35	63	0
sport.tvp.pl	25	44	2
sportowefakty.wp.pl	33	55	3
sport.interia.pl	25	46	2
sport.pl	26	45	4
ŁĄCZNIE	144	253	11

Źródło: opracowanie własne

Znaczna część artykułów dotyczących pływania w pięciu analizowanych portalach sportowych była niepodpisana (141) bądź jako autora wskazano całą redakcję (149 pozycji). Z pozostałego materiału dziennikarze napisali 87 artykułów (21%), zaś kobiety 31 (8%). 119 artykułów dotyczyło występów Polaków podczas Igrzysk Olimpijskich w Rio, a 289 obcokrajowców.

105 artykułów dotyczyło podnoszenia ciężarów, czyli sportu zakwalifikowanego jako „męski” (tabela 4). Większa część artykułów – 66 (63%) – dotyczyła mężczyzn. Spośród pozostałych publikacji 37 (35%) w swojej treści nawiązywała do rywalizacji kobiet, zaś 2 (2%), to artykułu neutralne.

Tabela 4. Artykuły dotyczące podnoszenia ciężarów z podziałem na płeć

Strony internetowe	Sport kobiet	Sport mężczyzn	Neutralne
eurosport.onet.pl	9	13	0
sport.tvp.pl	7	11	0
sportowefakty.wp.pl	12	21	1
sport.interia.pl	5	13	0
sport.pl	4	8	1
ŁĄCZNIE	37	66	2

Źródło: opracowanie własne

Autorstwo artykułów poddanych analizie w 72 przypadkach zostało przypisane zespołowi redakcyjnemu lub autor tekstu nie został podany wcale. W ramach pozostałych 33 publikacji 30 treści były dziełem dziennikarzy. Pozostałe 3 artykuły zostały napisane przez dziennikarki.

Treści analizowanych artykułów w znamiennej większości – 89 publikacji (85%) – dotyczyły obcokrajowców. Pozostałe 16 treści (15%) odnosiło się do rodaków.

Wyniki badań – analiza jakościowa

W analizowanym materiale tylko w jednym wypadku podkreślano urodę zawodniczki, a mianowicie węgierskiej pływaczki Zsuzsanny Jakabos. Opisywanie wyglądu fizycznego Jokobos nie miało nic wspólnego z jej predyspozycjami do uprawiania pływania. Tytuły doniesień prasowych również akcentowały wygląd zawodniczki i mogły stanowić „zachętę” do przeczytania artykułów.

Każde pojawienie się ślicznej Węgierki na basenie olimpijskim wywołuje poruszenie na trybunach obiektu w Rio de Janeiro.

Zjawiskowa Jakabos od dawna cieszy się dużą popularnością na Bałkanach, gdzie często pojawia się na okładkach kolorowych magazynów (10.08.2016 www.sportowefakty.wp.pl, *Nie zdobywa medali, ale zachwyca urodą. Piękna „Zsu” budzi męskie zmysły*).

W pozostałym materiale omawianie cech fizycznych zawodników i zawodniczek nie nosiło znamion seksualizacji, ale wskazywało na ich szansę odniesienia sukcesu w danej dyscyplinie sportu.

Eksperci przewidują, że młoda Amerykanka może zdominować tę dyscyplinę sportu na następne lata. Ma bowiem coś, czego nie mają inne zawodniczki, oprócz oczywiście odpowiedniej budowy ciała – przy wzroście zaledwie 142 cm, waży 45 kilogramów, a składa się z prawie samych mięśni. (14.08.2016 www.sportowefakty.wp.pl, *Rio 2016: ucieleśnienie American Dream. Simone Biles przełamuje bariery i rekordy*)

Phelps ma rozpiętość ramion równą 2,04 metra, jego numer obuwia to 48,5. Idealne parametry dla pływaka. Chyba nie było jeszcze człowieka, który w tak oczywisty i elegancki sposób potrafi poruszać się w wodzie. (8.08.2016, www.eurosport.onet.pl, *Kompletny człowiek*)

Należy jednak zwrócić uwagę na powtarzające się kilkakrotnie, szczególnie w przypadku niekwestionowanych gwiazd Igrzysk w Rio Simone Biles i Katie Ledecky, przedstawianie ich zdolności fizycznych w odniesieniu do możliwości mężczyzn. Sprawia to wrażenie, iż wyznacznikiem ich wielkości jest bycie „jak mężczyźni”. Taki sposób portretowania zawodniczek wzmacnia przekonanie, iż wzorami sportowców są zawsze mężczyźni.

Ma dopiero 19 lat i zaledwie 145 centymetrów wzrostu, a już nie sposób uniknąć porównań jej skromnej osoby do wielkiego, legendarnego Muhammada Alego. (15.08.2016, www.sport.tvp.pl, *Więcej niż sport: Biles jak Ali - symbol i nadzieja „czarnej” Ameryki*)

Ma metr czterdzieści cztery, ale stoi ramię w ramię z Phelpsem i Boltem. (11.08.2016, www.sport.pl, *Igrzyska olimpijskie Rio 2016. Gimmastyka. Nadleciała Simone Biles*).

Nauczył jej tego były trener Yuri Suguiyama, który uznał też, że Ledecky może nogami młócić jak mężczyzna – potężnie i szybko. Dzięki temu w pełni można wykorzystać jej siłę i furję. (13.08.2016, www.sport.pl, *Rio 2016. Katie Ledecky poza konkurencją, wirtualnie ściga się z mężczyznami*)

W badanym materiale nie odnotowano relacjonowania życia pozasportowego zawodniczek ani zawodników. Nie poświęcono również miejsca na informowanie o relacjach rodzinnych sportowców. Ponadto nie znaleziono, poza jednym przykładem, sposobów opisu marginalizujących czy wyśmiewających sportow-

ców. Wyjątkiem było nazwanie mistrzyni olimpijskiej Penny Oleksiak „dzieckiem” i „księżniczką”.

Dlatego w nauce pomagają jej starsze zawodniczki, pochodząca z Quebecu Sandrine Mainville pomaga jej we francuskim, a studiująca psychologię Chantal van Landeghem w całej reszcie. Dziecko prześcignęło opiekunki w niecały tydzień. Olimpijska pływalnia dostała kolejną księżniczkę. (14.08.2016, www.sport.pl, *Rio 2016. Nadchodzi nieporadna Penny Oleksiak - gwiazdka całej Kanady*).

W analizowanych artykułach nie znaleziono również stereotypowych tłumaczeń niepowodzeń sportowców (jak wcześniej wspomniana emocjonalność, brak zaangażowania, słabość mentalna itp.). W materiałach podkreślano za to siłę zawodników i wyrażano dla nich uznanie. Szczególnie widoczne było to w artykułach dotyczących podnoszenia ciężarów, czyli dyscypliny uważanej za „męską”. Jednak i w pływaniu doceniono klasę Katinki Hosszu, często powtarzając jej przydomek *Iron Lady*, jednoznacznie odsyłający czytelnika do wytrzymałości i siły zawodniczki.

Co za moc! Tak na igrzyskach walczyły najsilniejsze kobiety świata.

Najsilniejsze kobiety świata dźwigały ogromne ciężary (zwyciężczyni – 307 kg w dwuboju). Kosztowało je to mnóstwo wysiłku. Wystarczy spojrzeć na ich twarze. (15.08.2016, www.sportowefakty.wp.pl, *Rio 2016: co za moc! Tak na igrzyskach walczyły najsilniejsze kobiety świata*)

Emocje w olimpijskim konkursie podnoszenia ciężarów w kategorii powyżej 105 kilogramów, gdzie rywalizują wielcy siłacze, rozpoczęła się już od zmagania w grupie B. (17.08.2016, www.eurosport.onet.pl, *Rio 2016: Łasza Talachadze mistrzem olimpijskim w podnoszeniu ciężarów w kategorii powyżej 105 kilogramów*)

Na wyniki analizy jakościowej mogła mieć wpływ długość artykułów (tabela 5). Większość materiałów była bardzo krótka. Nie dawało to możliwości do tworzenia bogatych w szczegóły historii. Często relacjonowano jedynie przebieg rywalizacji i sprawozdawano wyniki. Należy zwrócić również uwagę, iż o sporcie kobiet napisano więcej artykułów średnich i długich tylko odnośnie gimnastyki. Natomiast na temat pływania i podnoszenia ciężarów więcej artykułów średnich i długich dotyczyło sportu mężczyzn. Jest to zgodne z opisaną w części teoretycznej tendencją do poświęcania większej ilości miejsca na opisy sportu kobiet w dyscyplinach „kobiecych”, a sportu mężczyzn w dyscyplinach uważanych za „męskie”.

Tabela 5. Długość analizowanych artykułów

PŁYWANIE			
	Krótkie (≤ 200)	Średnie (200–550)	Długie (≥ 550)
Sport kobiet	100	34	10
Sport mężczyzn	139	101	13
GIMNASTYKA			
	Krótkie (≤ 200)	Średnie (200–550)	Długie (≥ 550)
Sport kobiet	42	12	4
Sport mężczyzn	40	6	1
PODNOSENIE CIĘŻARÓW			
	Krótkie (≤ 200)	Średnie (200–550)	Długie (≥ 550)
Sport kobiet	25	12	0
Sport mężczyzn	35	27	4

Źródło: opracowanie własne

Dyskusja

Wyniki ilościowej części badań wskazują, iż w analizowanych trzech dyscyplinach wciąż więcej pisze się o sporcie mężczyzn (336 artykułów – 60,5%) niż sporcie kobiet (239 – 39,5%). Pomimo iż analizowany materiał dotyczył letnich igrzysk olimpijskich, gdzie zarówno w prasie (Capranica et al., 2005) jak i telewizji (Angelini, MacArthur, Billings, 2012; Billings et al., 2008; Billings, Eastman, 2003) nie notowano różnic w ilości miejsca/czasu w przekazach sportowych poświęconych każdej z płci, to odnośnie trzech analizowanych dyscyplin jest ona znaczna. Natomiast odsetek artykułów dotyczących sportu kobiet jest wyższy niż w niektórych analizach dotyczących mediów tradycyjnych w czasie pomiędzy igrzyskami (Jakubowska, 2015; Dziubiński, et al. w recenzji; Godoy-Pressland, 2014; Cooky et al., 2015; Harris, Clayton, 2002; Crolley, Teso, 2007). Należy jednak pamiętać, iż w niniejszej pracy analizowano jedynie trzy dyscypliny.

Zwraca również uwagę, iż w dyscyplinie „kobiecej”, czyli gimnastyce, pisze się więcej o sporcie kobiet niż o sporcie mężczyzn. Pozwala to podtrzymywać tezę na temat tak zwanego *sex-typing* przekazów sportowych (Cronk, Theberge, 1994). W pływaniu, a w szczególności w podnoszeniu ciężarów, więcej pisano już o sporcie mężczyzn (więcej było również dłuższych artykułów na temat zawodników). Biorąc jednak pod uwagę, iż w mediach tradycyjnych prawie wcale nie poświęcano miejsca na sport kobiet w dyscyplinach męskich (Jakubowska, 2015; Dziubiński et al., 2019; Cooky et al., 2015), liczbę przekazów odnośnie startów zawodniczek

w podnoszeniu ciężarów można uznać za pewien sygnał pozytywnych z punktu widzenia sportu kobiet zmian. Szczególnie, iż w analizie jakościowej nie znaleziono materiałów dezawuuujących wysiłki zawodniczek, a podczas ostatnich igrzysk polska reprezentacja kobiet w podnoszeniu ciężarów znacznych sukcesów nie odniosła.

Jedynie w części można znaleźć odpowiedź na pytanie o płeć dziennikarzy piszących o wybranych dyscyplinach podczas igrzysk w Rio. Znacznie więcej podpisanych materiałów napisali dziennikarze, jednak duża liczba informacji niedająca się jednoznacznie określić jako praca dziennikarza czy dziennikarki nie pozwala sformułować jednoznacznych wniosków.

W przeciwieństwie do większości badań prowadzonych w czasie igrzysk w mediach tradycyjnych wyniki niniejszych badań wskazują na relacjonowanie zmagania sportowców niezależnie od ich kraju pochodzenia. Tradycyjnie większą liczbę przekazów odnośnie sportu kobiet niż w pozostałych częściach sezonu tłumaczono faktem, iż starty reprezentantów kraju traktowane są jako wyraz kondycji danego kraju (Bruce, Wensing, 2003). Andrew Billings w swoich badaniach dowiódł, iż Amerykanie w stacji NBC byli portretowani częściej i w lepszym świetle niż nie-Amerykanie (Billings, 2008b: 99–105; Billings et al., 2008a). Również Hendenborg (2013), analizując szwedzki przekaz medialny podczas igrzysk w Londynie, stwierdziła, iż jest on raczej „nacjonalistyczny niż internacjonalistyczny”. Niniejsze badanie, podobnie jak badanie Eagleman i współpracowników (2014) dotyczące nowych mediów, nie wykazało tendencji do portretowania głównie rodaków bądź ich faworyzowania. Może być to związane z brakiem przestrzennych ograniczeń dotyczących zamieszczenia określonej liczby przekazów.

Zaprezentowane wyniki badań dotyczących sposobu portretowania zawodniczek podczas Igrzysk w Rio nie potwierdzają wyników prezentowanych przez Jones (2013, 2006, 2004). Nie stwierdzono bowiem, aby portretowano zawodniczki w sposób dewaluujący czy stosowano ironiczny komentarz. Nie opisywano ich również w rolach pozasportowych, co było dotąd jedną z częstszych tendencji (Bruce, 2013; Fink, 2015). Poza pojedynczymi przypadkami nie traktowano również zawodniczek jako obiektów seksualnych. Jedyną ze „starych zasad”, którą charakteryzowały się przekazy o sporcie kobiet, było porównywanie reprezentantek do ich „męskich odpowiedników” (Bruce, 2013). Pomimo tych przypadków należy uznać „za krok naprzód” sposób prezentacji sportu kobiet. Szczególnie w podnoszeniu ciężarów docenienie wyników zawodniczek jest pozytywnym sygnałem uprawomocnienia miejsca kobiet w sporcie. Zatem wyniki badań wspierają badanie Kian i współpracowników (2000), gdyż w badanym materiale nie znaleziono specyficznego dla stereotypowych przekazów podkreślania różnicy płci.

Badanie ma oczywiście swoje ograniczenia. Przede wszystkim należy do nich zanalizowanie jedynie trzech dyscyplin sportu. W przyszłości należałoby przeprowadzić analizę wszystkich przekazów sportowych publikowanych w wybranych portalach podczas Igrzysk Olimpijskich. Należałoby również sprawdzić przekaz sportowy w nowych mediach w pozostałych częściach sezonu. Na tle tych ustaleń łatwiej byłoby ocenić wygenerowane wyniki podczas Igrzysk w Rio. Brak większej liczby polskich badań na temat przekazów sportowych w sposób znaczący utrudnia wyciąganie wniosków z wyników badań. Porównywanie danych z polskich mediów z analizami treści z innych krajów w sposób oczywisty wikła się bowiem w problemy natury metodologicznej.

Wnioski

Niniejsze badanie dotyczyło niezbadanego, jak dotąd, w polskiej praktyce badawczej, obszaru sportowych przekazów medialnych w nowych mediach. Przedstawione wyniki analizy treści wskazują zarówno na niedoreprezentowanie artykułów o sporcie kobiet, jak i występowanie typowej dla sportowych przekazów medialnych tendencji do pisania o sporcie kobiet przede wszystkim w dyscyplinach uważanych za „kobiece”, natomiast o sporcie mężczyzn w dyscyplinach uważanych za „męskie” i „neutralne”. Natomiast analiza jakościowa wykazała, iż właściwie nie występowały uprzedzenia ze względu na płeć w opisie zawodniczek i zawodników. Fakt ten oraz (porównywalnie z innymi wynikami badań) znaczna liczba przekazów o sporcie kobiet pozwala liczyć, iż nowe media mogą sprzyjać sportowi kobiet. Jest to nie tylko istotne, biorąc pod uwagę zagadnienie promocji zdrowego trybu życia i zachęcanie dziewcząt do uczestnictwa w kulturze fizycznej, ale również ze względu na dążenie do równości płci w społeczeństwie i promowanie wizerunków aktywnych fizycznie dziewcząt. Przedstawianie zawodniczek jako silnych, wytrzymałych i odnoszących sukcesy może przyczynić się do zrywania ze stereotypem „słabej płci”. Rozpoznanie w mediach i uznanie, które się z tym wiąże mogłoby doprowadzić do dekonstrukcji stereotypów płci.

Bibliografia

- Angelini J.R., MacArthur P.J., Billings A.C. (2012), What's the gendered story? Vancouver's prime time Olympic glory on NBC, *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 56, s. 261–279.
- Babbie E. (2009), *Podstawy badań społecznych*, Warszawa.
- Bauer Z. (2009), *Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Historia, teoria, praktyka*, Kraków.

- Billings A.C. (2008), *Olympic Media. Inside the biggest show on television*, London.
- Billings A.C., Brown Ch.L., Crout J.H. III, McKenna K., Rice B., Timanus M., Ziegler, J. (2008), The games through the NBC lens: Gender, ethnic, and national equity in the 2006 Torino Winter Olympics, *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 52, s. 215–230.
- Billings A.C., Young B.D. (2015), Comparing flagship news programs women's sport coverage in ESPN's SportsCenter and FOX Sports 1's FOX Sports Live, *Electronic News* 9, s. 2–16.
- Bishop R. (2003), Missing in action. Feature coverage of women's sport in *Sport Illustrated*, *Journal of Sport and Social Issues* 27, s. 184–194.
- Bissell K.L., Duke A.M. (2007), Bump, set, spike: An analysis of commentary and camera angles of women's beach volleyball during the 2004 summer Olympics, *Journal of Promotion Management* 13(1–2), s. 35–53.
- Bruce T. (2016), New rules for new times: Sportswomen and media representation in the third wave, *Sex Roles* 74(7–8), s. 361–376.
- Burch L.M., Eagleman A.N., Pedersen P.M. (2012), New media coverage of gender in the 2010 Winter Olympics: An examination of online media content, *International Journal of Sport Management* 13, s. 143–159.
- Capranica L., Minganti C., Billat V., Hanghoj S., Piacentini M. F., Cumps E., & Meeusen R. (2005), Newspaper coverage of women's sports during the 2000 Sydney Olympic Games: Belgium, Denmark, France, and Italy, *Research Quarterly for Exercise and Sport* 76(2), s. 212–223.
- Cooky Ch. (2009), "Girls Just Aren't Interested": The social construction of interest in girls' sport, *Sociological Perspectives* 52(2), s. 259–283.
- Cooky Ch., Messner M.A., Musto M. (2015), "It's dude time!": A quarter century of excluding women's sports in televised news and highlights shows, *Communication & Sport* 3, s. 261–287.
- Crolley L., Teso E. (2007), Gendered narratives in Spain. The representation of female athletes in Marca and El País, *International Review for the Sociology of Sport* 42/2, s. 149–166.
- Cronk A., Theberge N. (1994), Work routines in newspaper sport departments and the coverage of women's sports, [w:] S. Birrell, Ch. Cole (red.), *Women, Sport and Culture*, Champaign, s. 289–298.
- Daddario G. (1994), Chilly scenes of the 1992 Winter Games: The mass media and the marginalization of female athletes, *Sociology of Sport Journal* 11(3), s. 275–288.
- Dziubiński Z., Organista N., Mazur Z. (2019), Still marginalized: Gender inequalities in the largest Polish daily's sports coverage, *Communications* 44(1), s. 33–57.
- Eagleman A. (2015), Constructing gender differences: newspaper portrayals of male and female gymnasts at the 2012 Olympic Games, *Sport in Society: Cultures, Commerce, Media, Politics* 18, s. 234–247.
- Eagleman A., Burch L.M., Vooris R. (2014), A unified version of London 2012: New-media coverage of gender, nationality, and sport for Olympics consumers in six countries, *Journal of Sport Management* 28(4), s. 457–470.
- Feliksiak M. (2016), Korzystanie z Internetu, *Komunikat z Badań CBOS nr 92*, http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2016/K_092_16.PDF, dostęp: 1.08.2017.
- Fink J.S. (2015), Female athletes, women's sport, and the sport media commercial complex: Have we really „come a long way baby”?, *Sport Management Review* 18, s. 331–342.
- Fink J.S., Kensicki L.J. (2002), An imperceptible difference: Visual and textual constructions of femininity in *Sports Illustrated* and *Sports Illustrated for Women*, *Mass Communication & Society* 5(3), s. 317–339.

- Gee B.L., Leberman S.I. (2011), Sports media decision making in France: How they choose what we get to see and read, *International Journal of Sport Communication* 4(3), s. 321–343.
- Godoy-Pressland A. (2014), 'Nothing to report': a semi-longitudinal investigation of the print media coverage of sportswomen in British Sunday newspapers, *Media, Culture & Society* 36(5), s. 595–609.
- Goffman E. (1974), *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*, New York.
- Greer J.D., Hardin M., Homan C. (2009), "Naturally" less exciting? Visual production of men's and women's track and field coverage during the 2004 Olympics, *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 53, s. 173–189.
- Griswold W. (2013), *Socjologia kultury. Kultury i społeczeństwa w zmieniającym się świecie*, Warszawa.
- Hardin M., Shain, S. (2005), Female sport journalist: Are we there yet? 'No', *Newspaper Research Journal* 26, s. 22–35.
- Hardin M., Shain, S. (2006), "Feeling Much Smaller than You Know You Are": The fragmented professional identity of female sports journalists, *Critical Studies in Media Communication* 23, s. 322–338.
- Harris J., Clayton B. (2002), Femininity, masculinity, physicality and the English tabloid press, *International Review for the Sociology of Sport* 37, s. 397–413.
- Hendeborg S. (2013), The Olympic Games in London 2012 from Swedish media perspective, *The International Journal of the History of Sport* 30, s. 789–804.
- International Olympic Committee (2016), *Factsheet. Women in the Olympic Movement*, https://stillmed.olympic.org/Documents/Reference_documents_Factsheets/Women_in_Olympic_Movement.pdf, dostęp: 2.11.2016.
- Jakubowska H. (2014), *Gra ciałem: praktyki i dyskursy różnicowania płci w sporcie*, Warszawa.
- Jakubowska H. (2015), Are women still the 'other sex': gender and sport in the Polish mass media, *Sport in Society: Cultures, Commerce, Media, Politics* 18, s. 168–185.
- Jones D. (2004), Half the story? Olympic women on ABC News online, *Media International Australia* 110, s. 132–146.
- Jones D. (2006), The representation of female athletes in online images of successive Olympics, *Pacific Journalism Review* 12, s. 108–129.
- Jones D. (2010), Women's sports coverage: Online images of the 2008 Olympic Games, *Australian Journalism Review* 32(2), s. 89–102.
- Jones D. (2013), Online coverage of the 2008 Olympic Games on the ABC, BBC, CBC and TVNZ, *Pacific Journalism Review* 19(1), s. 244–263.
- Kane M.J. (2013), The better sportswomen get, the more the media ignore them, *Communication & Sport*, 1(3), s. 231–236.
- Kian E.T., Mondello M., Vincent J. (2009), ESPN – The women's sports network? A content analysis of Internet coverage of March Madness, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 53(3), s. 477–495.
- Kian M.E. (2007), Gender in sports writing by the print media: an explanatory examination of writers' experiences and attitudes, *The SMART Journal*, 4, s. 5–26.
- Kian M.E., Hardin M. (2009), Framing of sport coverage based on the sex of sports writers: female journalists counter the traditional gendering of media coverage, *International Journal of Sport Communication* 2, s. 185–204.
- Kimmel M.S. (1989), Baseball and the reconstruction of American masculinity, 1880–1920, [w:] M.A. Messner, D.F. Sabo (eds.), *Sport, Men and the Gender Order*, Champaign.

- Koivula N. (2001), Perceived characteristics of sports categorized as gender-neutral, feminine and masculine, *Journal of Sport Behavior* 24(4), s. 377.
- Martin T.G., Suh Y.I., Williams A.S., Locey J., Ramirez J., Alea M. (2016), Comparative analysis of female and male coverage on ESPN's SportsCenter, *Global Sport Business Journal* 4, s. 14–24.
- Messner M.A. (1998), Sport and men domination: The female athlete as contested ideological terrain. *Sociology of Sport Journal*, 5, s. 197–211.
- Messner M.A., Dworkin S.L. (2002), Just do what? Sport, bodies, gender, [w:] S. Scraton, A. Flintoff (eds.), *Sport and Gender. A reader*, New York, s. 17–29.
- Miloch K.S., Pedersen P.M., Smucker M.K., Whisenant W.A. (2005), The current state of women print journalists: An analysis of the status and careers of females in newspapers sports departments, *Public Organization Review* 5(3), s. 219–232.
- O'Neill D., Mulready M. (2014), The invisible woman?, *Journalism Practice* DOI: 10.1080/17512786.2014.965925.
- Pallus P. (2016), Prawie 29 mln Polaków obejrzało chociaż fragment transmisji z igrzysk, *Business Insider Polska*, <http://businessinsider.com.pl/media/tv-radio/rio-igrzyska-olimpijskie-2016-podsumowanie-wyniki-ogladalnosci/cphvypz>, dostęp: 20.03.2017.
- Real M. (2006), Sports online: The newest player in mediasport, [w:] A. Raney, J. Bryant (eds.), *Handbook of Sports and Media*, London, s. 171–184.
- Rowe D. (2004), *Sport, Culture and the Media*, London.
- Sabo D., Miller K.E., Melnick M.J., Heywood L. (2004), *Her Life De-Pends On It: Sport, Physical Activity and the Health and Well-Being of American Girls*, New York.
- Schoch L., Ohl F. (2011), Women sports journalists in Switzerland: Between assignment and negotiation of roles, *Sociology of Sport Journal* 28(2), s. 189–208.
- Sherry E., Osborne A., Nicholson M. (2016), Images of sports women: A review, *Sex Roles* 74(7–8), s. 299–309.
- Subrahmanyam K., Greenfield P., Kraut R., Gross E. (2001), The impact of computer use on children's and adolescents' development, *Journal of Applied Developmental Psychology* 22(1), s. 7–30.
- Tuchman G. (1979), Women's depiction by the mass media, *Signs: Journal of Women in Culture and Society* 3, s. 528–524.
- Turner J.S. (2014), A longitudinal content analysis of gender and ethnicity portrayals on ESPN's SportsCenter from 1999 to 2009, *Communication & Sport* 4, s. 303–327.
- Van Zoonen L. (2002), Gendering the Internet: Claims, controversies and cultures, *European Journal of Communication* 17(1), s. 5–23.
- Wensing E., Bruce, T. (2003), Bending the rules. Media representations of gender during an International Sporting Events, *International Review for the Sociology of Sport* 38, s. 387–396.
- Whitson D. (1989), Sport in the social construction of masculinity, [w:] M.A. Messner, D.F. Sabo (red.), *Sport, Men and the Gender Order*, Champaign.