

Magdalena Szpunar

KOBIETY W POLITYCE – AKTYWNE CZY PASYWNE?

Kobieta i mężczyzna w Rzeczypospolitej Polskiej mają równe prawa w życiu rodzinnym, politycznym, społecznym i gospodarczym

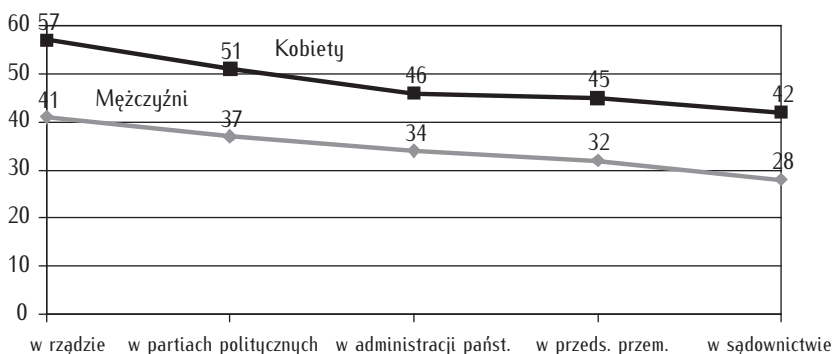
Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej, art. 33

Co trzeci Polak jest przekonany, że w Polsce lepiej się żyje mężczyznom, niż kobietom (36%). Zdecydowanie gorzej swoją sytuację oceniają kobiety, wśród których niemal co druga ocenia, że mężczyznom żyje się lepiej, niż kobietom (44%), zaś z tym stwierdzeniem zgadza się jedynie co czwarty mężczyzna (26%). Wśród mężczyzn dominują opinie, iż mężczyznom i kobietom żyje się tak samo (55%). Kobiety częściej od mężczyzn dostrzegają, że są dyskryminowane (48%), zaś wśród mężczyzn hipotezę o dyskryminacji kobiet popiera jedynie 35% mężczyzn. Kobiety nie zgadzają się z opinią, wedle której obowiązujące w Polsce prawo w wystarczającym stopniu zapewnia kobietom i mężczyznom równe traktowanie w życiu publicznym (49% twierdzących odpowiedzi wśród kobiet vs. 57% wśród mężczyzn), w życiu rodzinnym (56% twierdzących odpowiedzi wśród kobiet vs. 70% wśród mężczyzn) oraz w pracy (50% twierdzących odpowiedzi wśród kobiet vs. 59% wśród mężczyzn)¹. Opinie te przekładają się na ocenę partycypacji kobiet w różnych sferach życia, w tym i w polityce. Co drugi ankietowany uważa, że więcej kobiet, niż obecnie powinno zajmować kierownicze stanowiska w rządzie (50% – wzrost o 9 punktów procentowych z porównaniu z 1992 rokiem), w partiach politycznych

¹ J. Szczepańska, *Kobiety w społeczeństwie – równouprawnienie czy dyskryminacja*, Komunikat CBOS, BS/182/2006.

(45% – wzrost o 18 punktów procentowych) oraz w administracji państwowej (40% – wzrost o 10 punktów procentowych). Zdecydowanie częściej za większą liczbą stanowisk kierowniczych obsadzanych przez kobiety opowiadają się kobiety, niż mężczyźni².

Rys. 1. Opinie kobiet i mężczyzn zgadzające się z opinią, iż powinno być więcej kobiet na stanowiskach kierowniczych w poszczególnych aspektach życia społecznego



Źródło: opracowanie własne, na podstawie: J. Szczepańska, *Udział kobiet w życiu publicznym*, Komunikat CBOS, BS/186/2006.

Początki aktywnego udziału polskich kobiet w obszarze polityki określa dekret Józefa Piłsudskiego z 28 listopada 1918 roku, w którym to, przyznaje on wszystkim obywatelom, bez względu na ich płeć, bierne i czynne prawo wyborcze³. Długo pokutowało przekonanie, a w pewnych kręgach funkcjonuje ono do dzisiaj, że kobieta nie powinna aktywnie angażować się w kwestie polityczne, gdyż jest przeznaczona do innych celów i kłóci się to z tradycyjnymi rolami jej przypisywanymi. Roman Dmowski do Izabeli Lutosławskiej miał mówić, iż gdy zaczniesz angażować się

² J. Szczepańska, *Udział kobiet w życiu publicznym*, Komunikat CBOS, BS/186/2006.

³ S. Walczewska, *Damy, rycerze i feministki. Kobięcy dyskurs emancypacyjny w Polsce*, Kraków 1999.

w politykę, będzie dziwadłem, wiedźmą i nie wyjdzie za mąż⁴. Jak słusznie zauważa A. Graff nieszczęściem jest, jeśli kobieta polityk jest atrakcyjna, bo kłóci się to z powagą funkcji, którą pełni. Paradoksalnie jednak, jeśli urody jej brak, jej działalność polityczna bywa odczytywana jako reakcja na frustrację, spowodowaną brakiem urody. Tak naprawdę, każde jej działanie będzie interpretowaną jako zbyt lub przeciwnie – niekobiece⁵. Jak wskazuje Graff, kobieta polityk na szklanym ekranie to głównie nogi, a nie intelekt. Kobieta polityk dłużej musi udowadniać całemu światu, że jest równie profesjonalna jak mężczyzna i że swojej pozycji nie osiągnęła dzięki urodzie, lecz dzięki wytrwałej pracy.

Początkowo kobiety niechętnie korzystały z biernego prawa wyborczego, a jeśli już z niego korzystały, to były rzadko wybierane. W Sejmie i Senacie I kadencji (1922–1928) odsetki kobiet wynosiły odpowiednio 2,02% i 3,6%, w II kadencji (1928–1930) 1,8% i 3,6%, w III kadencji (1930–1935) 3,37% i 3,6%, w IV kadencji (1935–1938) 0,97% i 5,20%, zaś w V kadencji (1938–1939) 0,48% i 4,16%⁶. Po wojnie dobór posłów był znacząco kontrolowany przez PZPR, zgodnie z zasadą, że Sejm ma stanowić wierne odzwierciedlenie struktury społeczeństwa⁷. Zwraca się jednak uwagę, że udział kobiet w parlamencie zmniejsza się, gdy parlament uzyskuje rzeczywistą władzę, co potwierdza odsetek kobiet w tzw. Sejmie Kontraktowym z 1989 roku, który wyniósł 13,5% – dla porównania odsetek kobiet w Sejmie IX kadencji (1985–1989) wynosił 20,2%⁸.

Przyczyn niskiej partycypacji kobiet w życiu politycznym jest co najmniej kilka. W. Cwalina i A. Falkowski zwracają uwagę na czynniki o charakterze kulturowym, społecznym, ekonomicznym i politycznym.

⁴ R. Wapiński, *Kobiety i życie publiczne – przemiany pokoleniowe*, [w:] A. Żarnowska, *Równe prawa i równe szanse. Kobiety w Polsce międzywojennej*, red. A. Szwajc, Warszawa 2000, s. 32.

⁵ A. Graff, *Świat bez kobiet. Pleć w polskim życiu publicznym*, Warszawa 2008.

⁶ J. Klimczak-Ziółek, *Kobieta jako podmiot i przedmiot w parlamentarnej kampanii wyborczej (2005 r.)*, [w:] *Marketing polityczny. Szansa czy zagrożenia dla współczesnej demokracji*, red. P. Pawełczyk, Poznań 2007, s. 205.

⁷ W. Cwalina, A. Falkowski, *Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna*, Gdańsk 2005, s. 217.

⁸ Ibidem, s. 218.

Jeśli chodzi o sferę kulturową autorzy słusznie zwracają uwagę na funkcjonujący stereotyp mówiący o tym, że polityka to sfera zarezerwowana wyłącznie dla mężczyzn. Kryteria społeczne związane z godzeniem roli osoby pracującej zawodowo, matki i żony, w wielu przypadkach są nie do pogodzenia. Z punktu widzenia ekonomii, kobiety są mało atrakcyjne dla partii politycznych, gdyż z reguły dysponują dużo niższym kapitałem, nie wnosząc zaplecza finansowanego do partii. Kryteria polityczne dotyczą selekcji podejmowanych wewnątrz partii, wybierają mężczyzn⁹. Należy pamiętać, że o sukcesie wyborczym w wielu przypadkach decyduje samo miejsce na liście, jakie dana osoba zajmuje. Jak dowodzi J. Klimczak-Ziółek na podstawie wyborów z 2005 roku, na czołowych miejscach list wyborczych lokowana była jedna z pięciu kobiet (w najlepszym przypadku) lub jedna spośród szesnastu (w najgorszym przypadku)¹⁰. W wyborach w 2005 roku trzy pierwsze miejsca najchętniej obsadzały kobietami raczej partie mniejsze, takie jak: Polska Partia Narodowa (19,7%), Polska Konfederacja – Godność i Praca (19,6%), Socjaldemokracja Polska (19%), Polska Partia Pracy (17%), Partii Inicjatywa RP (17%) oraz Narodowe Odrodzenia Polski (16,7%)¹¹.

Kobiety przejawiają o wiele mniejsze zainteresowanie kwestiami politycznymi, niż mężczyźni. Jedynie 49% mężczyzn deklaruje, że nie interesuje się polityką (34% raczej się nie interesuje, a 15% w ogóle się interesuje), podczas gdy takie opinie wyraża aż 63% kobiet (37% raczej się nie interesuje, a 26% w ogóle się interesuje). Zainteresowanie polityką wyraża 37% kobiet (32% raczej się interesuje, a 5% bardzo się interesuje), natomiast wśród mężczyzn to zainteresowanie sięga 51% (40% raczej się interesuje, a 11% bardzo się interesuje)¹².

Brak zainteresowania polityką pociąga za sobą trudności w określaniu swoich poglądów politycznych. Co druga kobieta deklaruje brak sprecyzo-

⁹ Ibidem, s. 219.

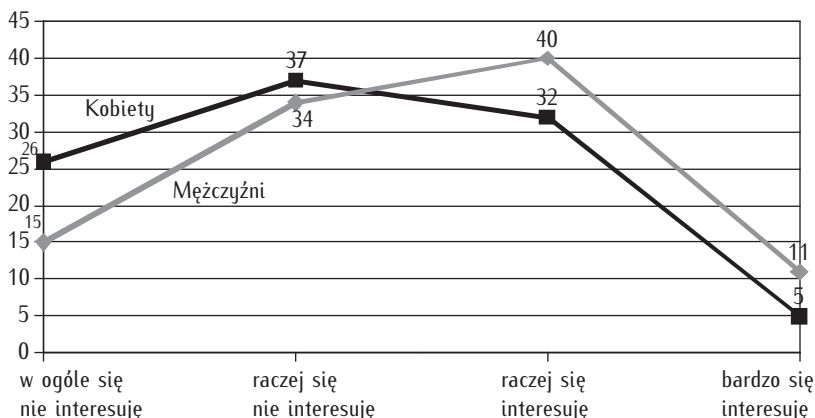
¹⁰ J. Klimczak-Ziółek, *Kobieta jako podmiot i przedmiot w parlamentarnej kampanii wyborczej (2005 r.)*, [w:] *Marketing polityczny. Szansa czy zagrożenia dla współczesnej demokracji...*, s. 209.

¹¹ Ibidem, s. 209.

¹² *Aktualne problemy oczyma kobiet*, sondaż TNS OBOP, Warszawa 2005.

wanych poglądów politycznych (57%). Jeśli już posiada ona wyklarowane poglądy polityczne, to najczęściej lokują się one po prawej stronie sceny politycznej (22%), rzadziej mają charakter lewicowy (8%) lub centroprawicowy (5%). Największy odsetek kobiet jest zwolenniczkami PO (17%), PiS-u (10%) i nieistniejącego już dzisiaj LPR-u (8%)¹³. Kobiety wycofując się z życia politycznego, potwierdzają jedynie stereotyp, że do polityki się nie nadają. Jak zauważa R. Siemieńska, właśnie ich aktywna partycypacja w polityce może przekonać mężczyzn, ale także same kobiety, że nadają się do polityki i sfera ta, nie jest zarezerwowana wyłącznie dla mężczyzn¹⁴. Przypomina to mechanizm autoselekcji opisany przez W. Cwalinę i A. Falkowskiego, którzy powołując się na badania R. Deber wskazują, że kobiety są mniej chętnie ubiegają się o stanowiska polityczne¹⁵. Wycofując się z polityki nie mają szans by przekonać do siebie opinię publiczną, wyka-

Rys. 2. Stopień zainteresowania polityką wśród mężczyzn i kobiet



Źródło: opracowanie własne, na podstawie: *Aktualne problemy oczyma kobiet*, sondaż TNS OBOP, Warszawa 2005.

¹³ *Aktualne problemy oczyma kobiet*, sondaż TNS OBOP, Warszawa 2005.

¹⁴ R. Siemieńska, *Płeć a przekonanie o efektywności działań politycznych*, [w:] *Płeć władza wybory*, red. R. Siemieńska, Warszawa 2005.

¹⁵ W. Cwalina, A. Falkowski, *Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna...*, s. 219.

zać się kompetencją i fachowością. W związku z mechanizmem spirali milczenia opisanym przez Noelle-Neumann wygrywiają bardziej głośne i powtarzane od lat opinie, że w polityce mężczyźni sprawdzają się lepiej od kobiet.

Jeśli chodzi o aktywną partycypację kobiet w życiu politycznym, kobiety praktycznie w nim nie istnieją, choć można zauważyć nieznaczne polepszenie się tej sytuacji. Przedstawicielki płci pięknej rzadko decydują się na kandydowanie do Sejmu i Senatu, a jeśli nawet podejmują taką decyzję, są wybierane rzadziej od mężczyzn. Co zaskakuje, kobiety nie wykazują w tym względzie solidarności związanej z płcią. Na przykład w kwestii relacji w środowisku pracy 40% kobiet wolałoby mieć mężczyznę szefa, niż kobietę szefa (11%). Mężczyźni natomiast zdecydowanie wolą na szefa przedstawiciela tej samej płci (33%), niż kobietę szefa (13%)¹⁶. Od 1991 roku do 2008 roku udział kobiet w Sejmie i Senacie utrzymuje się niemal na stałym poziomie, nie przekraczając 20% w przypadku Sejmu, zaś w przypadku Senatu 24%¹⁷. Pokutuje również pogląd, że kobieta-polityk będzie głównie po wyborach prezentowała swoją pleć. Badania prowadzone w Australii, nie potwierdzają tej obiegujowej opinii. Okazuje się, że kandydatki głównie prezentują swoją partię, kolejno wyborców, a dopiero na końcu swoją pleć¹⁸. Okazuje się więc, że kobiety wcale nie preferują swojej płci i potrafią kompetentnie zajmować się polityką i reprezentować interesy swoich wyborców i swojej partii politycznej.

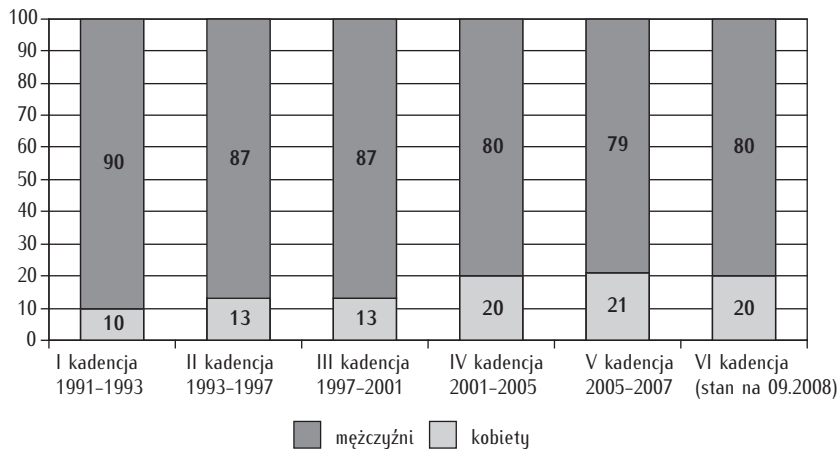
Również analiza zawartości przekazów telewizyjnych potwierdziła dominację mężczyzn nad kobietami, jeśli chodzi o przekazy o charakterze politycznym. Choć można by podejrzewać, że kobiety będą dobrze prezentować się na szklanych ekranach, dodając „twardej” polityce nieco subtelności, partie rzadko sięgają po ten oręż. Jak dowodzi J. Klimczak-Ziółek, na podstawie programów emitowanych podczas kampanii wyborczej

¹⁶ K. Biały, B. Wciórka, *Opinie o kobietach pracujących zawodowo*, Komunikat CBOS, BS/125/2003.

¹⁷ M. Żuk, *Kobiety w polityce*, http://www.socialwatch.org/es/informeImpreso/pdf/polsce7_2008_pol.pdf, 13.05.2009.

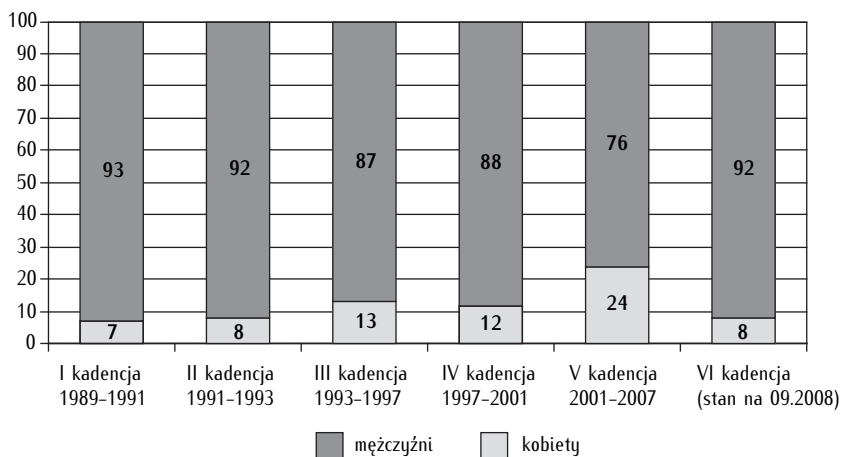
¹⁸ W. Cwalina, A. Falkowski, *Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna...*, s. 216.

Rys. 3. Udział kobiet i mężczyzn w Sejmie w latach 1991–2008 (dane w %)



Źródło: opracowanie własne, na podstawie: M. Żuk, *Kobiety w polityce*, http://www.socialwatch.org/es/informeImpreso/pdf/polsce7_2008_pol.pdf, 13.05.2009.

Rys. 4. Udział kobiet i mężczyzn w Senacie w latach 1989–2008 (dane w %)



Źródło: opracowanie własne, na podstawie: M. Żuk, *Kobiety w polityce*, http://www.socialwatch.org/es/informeImpreso/pdf/polsce7_2008_pol.pdf, 13.05.2009.

2005 roku mężczyźni w programach tych zajmowali 88,7% czasu antenowego. Nie tylko pojawiali się częściej, ale jak wskazuje autorka częściej zabierali głos. Jeśli już określone ugrupowanie polityczne decydowało się na prezentowanie kobiety w debacie telewizyjnej (w 2005 roku najczęściej było to SdPI, PD, PSL, SLD, Samoobrona i PO), to kobiety brały udział jedynie w specyficznych debatach, głównie poświęconych zdrowiu i edukacji, rzadziej zaś wypowiadały się w kwestii programów partyjnych, polityki wewnętrznej kraju, podatków, czy reform policji i funkcjonowania samorządów¹⁹. Klimczak-Ziółek dowodzi, że w reklamach wyborczych kobieta rzadko pojawia się jako frontmenka, z reguły jest jedynie tłem, a staje się najbardziej skuteczna wtedy, gdy reprezentuje tradycyjne wzorce kobiecości²⁰.

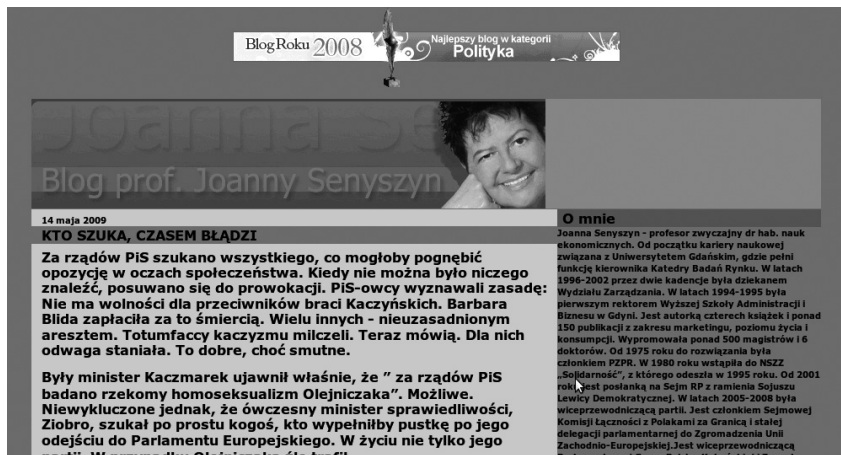
Kobiety zajmujące się polityką, szukają wielu bezpośrednich dróg dojścia do potencjalnego wyborcy, czy interakcji z osobami zainteresowanymi ich działalnością ale nie tylko. Doskonałym sposobem taniej, efektywnej i skutecznej promocji działań politycznych, jest Internet. Swoją blog prowadzi Joanna Senyszyn. Choć kobiety i na tym polu są mniej aktywne od mężczyzn, bywa że są w tych działaniach bardziej skuteczne. Blog posłanki Senyszyn został oceniony jako najlepszy blog w kategorii Polityka, wyprzedzając inne popularne blogi prowadzone przez panów-polityków. Co ważne, blogi było oceniane nie tylko przez kapitułę konkursową, ale także internautów. Blog Senyszyn jest interesujący z punktu widzenia komunikacji z osobami go odwiedzającymi. Autorka podjęła dość ryzykowną decyzję i nie cenzuruje treści postów publikowanych pod jej wypowiedziami. W związku z tym pojawiają się pod jej notkami komentarze niewybredne, kąśliwe, czasem jawnie atakujące autorkę, włączając w krytykę argumenty *ad personam*. Niecenzurowanie treści przynajmniej niektórych postów świadczyć może niewątpliwie o dużym dystansie autorki do siebie. Pod niektórymi notkami znajduje się ponad

¹⁹ J. Klimczak-Ziółek, *Kobieta jako podmiot i przedmiot w parlamentarnej kampanii wyborczej (2005 r.)*, [w:] *Marketing polityczny. Szansa czy zagrożenia dla współczesnej demokracji...*, s. 211.

²⁰ *Ibidem*, s. 212.

700 komentarzy, wydaje się jednak, że autorka nierzadko świadomie prowokuje i wypowiada się w ten sposób, by zachęcić do dyskusji i polemiki z jej argumentami.

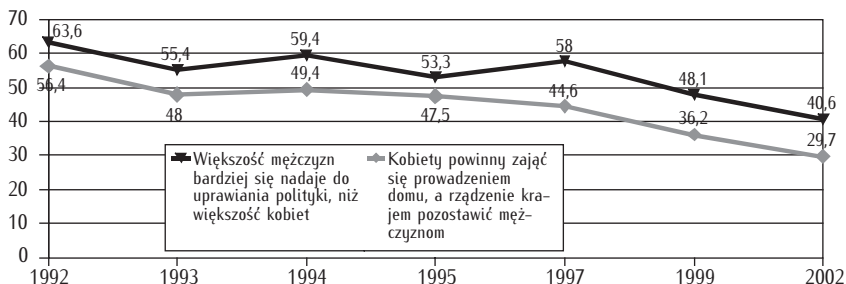
Rys. 5. Blog Joanny Sensyzyn



Z *Polskiego Generalnego Sondażu Społecznego* wynika, że coraz mniej odsetek naszego społeczeństwa uważa, że sfera polityki wyłącznie powinna stanowić domenę mężczyzn. W ciągu dekady (od 1992 do 2002 roku) o ponad 20 punktów procentowych zmniejszył się odsetek osób, które zgadzają się ze stwierdzeniem, iż „Większość mężczyzn bardziej nadaje się do uprawiania polityki, niż większość kobiet”, a także tych, które uważają, że „Kobiety powinny się zająć prowadzeniem domu, a rządzenie krajem pozostawić mężczyznom”²¹. Te pozytywne tendencje, zrywające ze stereotypowym postrzeganiem ról typowo kobiecych i męskich przedstawia poniższy wykres.

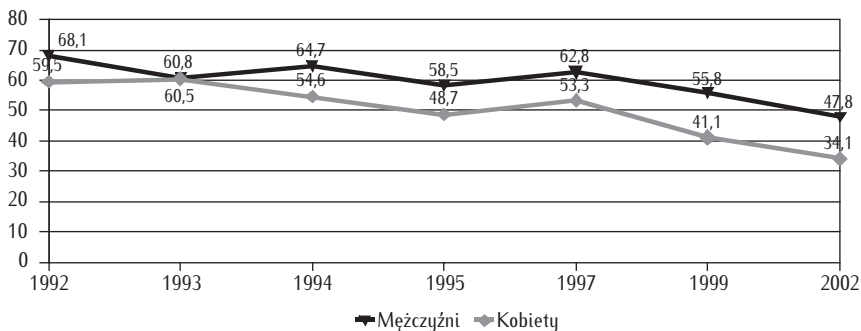
²¹ B. Cichomski, T. Jerzyński, M. Zieliński, *Polskie Generalne Sondaże Społeczne*, Warszawa 2002.

Rys. 6. Odsetki odpowiedzi „zgadzam się” dotyczących ról mężczyzn i kobiet w polityce (dane w %)



Źródło: opracowanie własne, na podstawie: B. Cichomski, T. Jerzyński, M. Zieliński, *Polskie Generalne Sondaże Społeczne*, Warszawa 2002.

Rys. 7. Odsetki odpowiedzi „zgadzam się” dotyczących stwierdzenia „Większość mężczyzn bardziej nadaje się do uprawiania polityki, niż większość kobiet” w zależności od płci (dane w %)

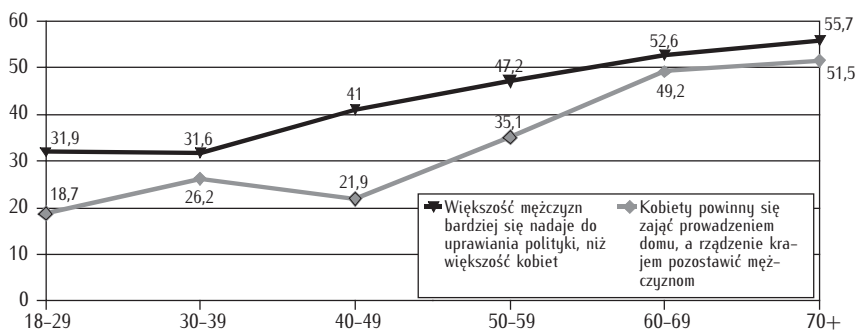


Źródło: opracowanie własne, na podstawie: B. Cichomski, T. Jerzyński, M. Zieliński, *Polskie Generalne Sondaże Społeczne*, Warszawa 2002.

Warto jednocześnie wskazać, iż wraz z wiekiem wzrasta odsetek osób, które zgadzają się ze stwierdzeniem, iż „Większość mężczyzn bardziej nadaje się do uprawiania polityki, niż większość kobiet”. W kategorii wiekowej 18–29 lat zgadzało się z tą opinią 31,9% ankietowanych, w kategorii 30–39 lat – 31,6%, w przedziale wiekowym 40–49 lat – 41%, 50–59 lat

– 47,2%, 60–69 lat – 52,6%, zaś w wieku powyżej 70 lat – 55,7%. Analogiczna sytuacja dotyczy zgody ze stwierdzeniem „Kobiety powinny się zająć prowadzeniem domu, a rządzenie krajem pozostawić mężczyznom”. Wraz z wiekiem rośnie odsetek osób aprobujących to stwierdzenie. Z tą opinią zgadzało się 18,7% osób w wieku pomiędzy 18–29 rokiem życia, 26,2% w kategorii 30–39 lat, 21,9% w wieku pomiędzy 40–49 rokiem życia, 35,1% – 50–59 latków, 49,2% - 60–69 latków i 51,5% osób w kategorii 70+²².

Rys. 8. Odsetki odpowiedzi „zgadzam się” dotyczących stwierdzenia „Większość mężczyzn bardziej nadaje się do uprawiania polityki, niż większość kobiet” oraz „Kobiety powinny się zająć prowadzeniem domu, a rządzenie krajem pozostawić mężczyznom” w zależności od wieku (dane w % – za 2002 r.)



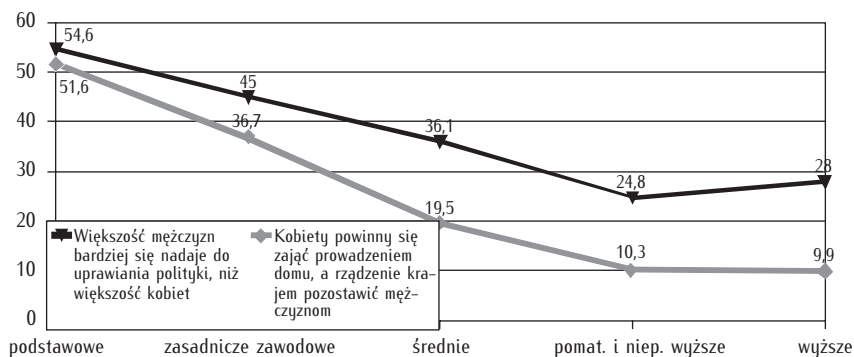
Źródło: opracowanie własne, na podstawie: B. Cichomski, T. Jerzyński, M. Zieliński, *Polskie Generalne Sondaże Społeczne*, Warszawa 2002.

Natomiast wraz ze wzrostem poziomu wykształcenia maleją odpowiedzi zgodne ze stwierdzeniami stereotypizującymi, jawnie preferującymi mężczyzn w obszarze polityki, w stosunku do kobiet. Z opinią, że „Większość mężczyzn bardziej nadaje się do uprawiania polityki, niż większość kobiet” zgadza się 54,6% osób legitymujących się wykształceniem

²² B. Cichomski, T. Jerzyński, M. Zieliński, *Polskie Generalne Sondaże Społeczne*, Warszawa 2002.

podstawowym, 45% z wykształceniem zasadniczym zawodowym, 36,1% ankietowanych posiadających wykształcenie średnie, 24,8% z wykształceniem pomaturalnym i niepełnym wyższym oraz 28% z wykształceniem wyższym. Podobną tendencję obserwujemy w przypadku drugiego stwierdzenia, mówiącego, iż „Kobiety powinny się zająć prowadzeniem domu, a rządzenie krajem pozostawić mężczyznom”. Z taką tezą zgadza się 51,6% osób z wykształceniem podstawowym, 36,7% osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym, 19,5% z wykształceniem średnim, 10,3% z pomaturalnym i niepełnym wyższym oraz 9,9% legitymujących się wykształceniem wyższym²³.

Rys 9. Odsetki odpowiedzi „zgadzam się” dotyczących stwierdzenia „Większość mężczyzn bardziej nadaje się do uprawiania polityki, niż większość kobiet” oraz „Kobiety powinny się zająć prowadzeniem domu, a rządzenie krajem pozostawić mężczyznom” w zależności od wykształcenia (dane w % – za 2002 r.)



Źródło: opracowanie własne, na podstawie: B. Cichomski, T. Jerzyński, M. Zieliński, *Polskie Generalne Sondáže Społeczne*, Warszawa 2002.

Zatem zasadne jest udzielenie odpowiedzi na pytanie, czy kobieta w ogóle powinna stawać w szranki z mężczyzną, próbując swoich sił na niwie politycznej? Odpowiedź jaką powinny usłyszeć kobiety powinna

²³ Ibidem.

być pozytywna. Jak dowodzą chociażby badania K. Sanbonmatsu czynniki, które wpływają na poparcie kobiety w wyborach, to właśnie jej płeć, przekonanie, że kobieta lepiej wyraża poglądy w zakresie aborcji oraz ma wyższe kompetencje w zakresie dbania o bezpieczeństwo socjalne²⁴. Jednocześnie, jak wskazują badania E. Tomczak, młodsza kandydatka wzbudza bardziej pozytywne emocje, niż starsza kobieta i młodszy mężczyzna, jedynie podobną sympatią potencjalnych wyborców cieszy się starszy kandydat²⁵.

Margaret Thatcher, Condoleezza Rice, Angela Merkel to przykłady kobiet-polityków, które w niczym nie ustępują mężczyznom, a w wielu kwestiach uważane są za lepszych ekspertów od przedstawicieli płci brzydkiej. Doskonale wykształcone, w wielu przypadkach bezkompromisowe, okazały się być osobami, które doskonale sprawdzają się na polu uważanym za domenę mężczyzn. To kobiety muszą same się przekonać do tego, że w sferze politycznej mogą być tak samo skuteczne jak mężczyźni. Brak tego przekonania, wycofywanie się z tego pola, jedynie potwierdza stereotypowe przekonania, że do polityki w ogóle się nie nadają.

²⁴ K. Sanbonmatsu, *Gender stereotypes and vote choice*, „American Journal of Political Science” 46, podają za: W. Cwalina, A. Falkowski, *Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna...*, s. 225.

²⁵ E. Tomczak, *Wpływ wieku i płci kandydatów politycznych na preferencje wyborcze obywateli*, podają za: W. Cwalina, A. Falkowski, *Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna...*, s. 237.