

JAK JĘZYK KSZTAŁTUJE RZECZYWISTOŚĆ?

RAPORT Z BADANIA ILOŚCIOWEGO
NA TEMAT FEMINATYWÓW



BNP PARIBAS

Bank zmieniającego się świata

Nazywając coś, na nowo to stwarzamy

- To, co i jak mówimy ma znaczenie. Banał? Być może. Z pewnością jednak o niebanalnych konsekwencjach.
- Język ma wielką moc. Służy nie tylko do nazywania rzeczy, ale zmienia nasze postrzeganie świata.
- Raport podsumowuje kluczowe ustalenia płynące z badań zrealizowanych przez firmę Difference na zlecenie Banku BNP Paribas.

CEL BADANIA

- Eksperymentalne sprawdzenie, czy posługiwanie się końcówkami męskimi lub neutralnymi rodzajowo zmienia postrzeganie przedstawicieli tych profesji wśród dzieci;
- Pogłębione zbadanie percepcji osób opisywanych „męskimi” i „neutralnymi” rodzajowo określeniami;
- Weryfikacja kluczowych ustaleń na próbie dorosłych w badaniu CAWI.

CEL BADANIA

- Wyobraźmy sobie, że powiemy o kimś, że jest „malarką”, o kimś innym: że jest „malarzem”, a o kimś jeszcze, że jest „osobą, która maluje obrazy”.
- Czy przypisywane tym ludziom cechy będą podobne czy inne? KobiECE czy męskie?
- Czy opis, tu wyzwalany przez krótką męskoosobową, żeńskoosobową czy też neutralną formę, sprawi, że skojarzenia, jakie pojawią się w naszej głowie będą inne?



BADANIE DZIECI

BADANIE DOROSŁYCH



BADANIE WŚRÓD DZIECI

Badanie przeprowadzone na uczniach szkół podstawowych: jako eksperyment w schemacie międzygrupowym uzupełniony o audytoryjną dyskusję z dziećmi.



METODOLOGIA



Łącznie 248 uczniów (123 w grupie eksperymentalnej i 125 w kontrolnej).



Dzieci z klas 1-8 szkoły podstawowej, 48% chłopców, 52% dziewczynek



Uczniowie z dużego (21,2%), średniego (49,5%) i małego miasta/wsi (29,3%).



Spontaniczne rysowanie przedstawicieli 2 profesji określonych w wersji męskiej i neutralnej (np.: naukowiec vs. osoba prowadząca eksperymenty naukowe).



Dyskusja z dziećmi na temat stworzonych postaci – ich cech i zachowań.





Zadanie dla grupy eksperymentalnej

Narysuj...

- naukowca, czyli kogoś, kogo pracą jest prowadzenie eksperymentów naukowych,
- pilota,
- policjanta.



Zadanie dla grupy kontrolnej

Narysuj...

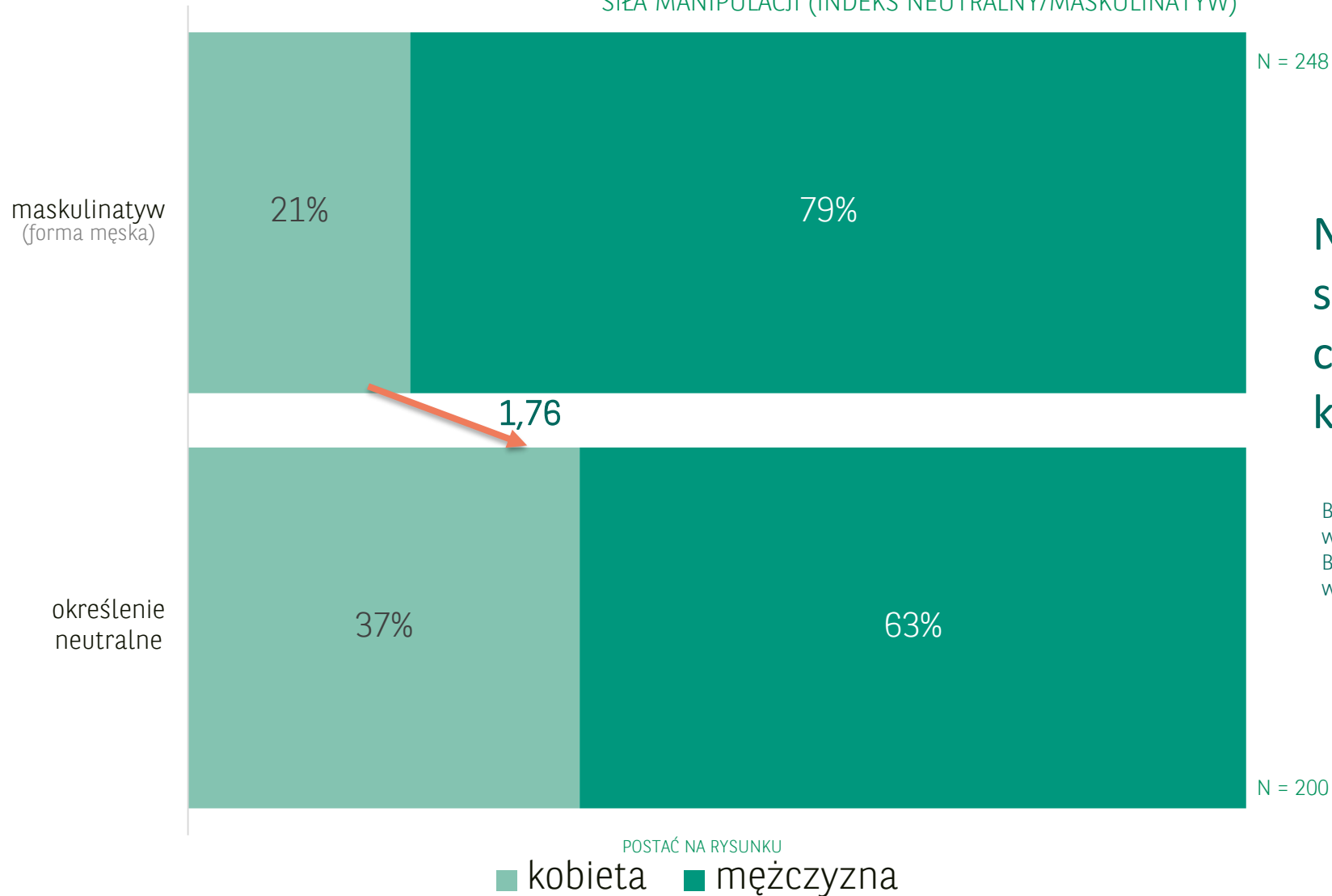
- osobę, której pracą jest prowadzenie eksperymentów naukowych,
- osobę, która pilotuje samolot,
- osobę, która chodzi w mundurze i łąpie złodziei.

Aby uniknąć nieporozumień i możliwych wątpliwości, poprosiliśmy uczniów, aby po zakończeniu rysowania nadali imię postaci, którą stworzyli – by można było precyzyjnie określić jej płeć.



JĘZYK ZMIENIA PERCEPCJĘ

SIŁA MANIPULACJI (INDEKS NEUTRALNY/MASKULINATYW)



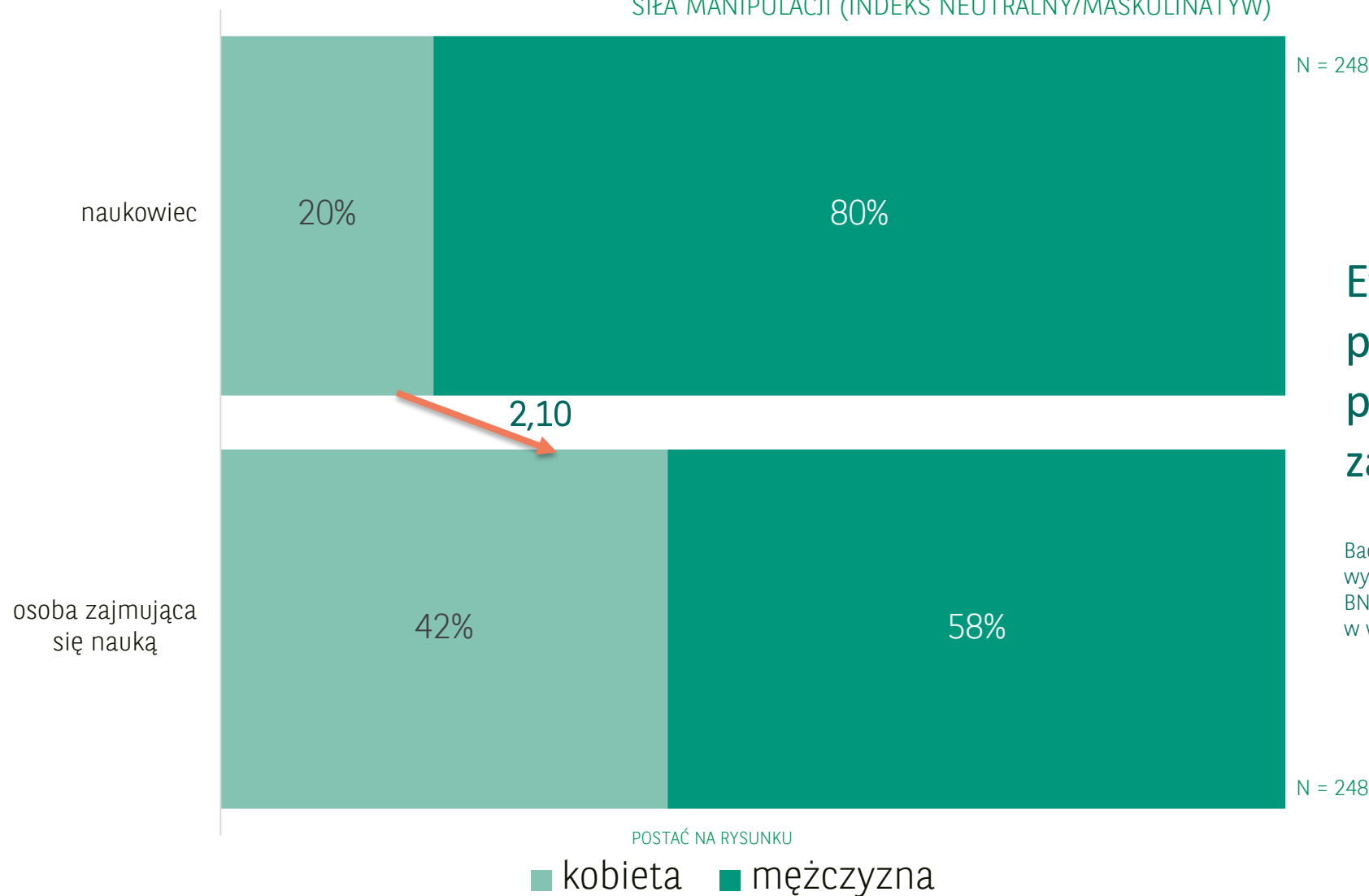
Neutralne formy rodzajowe skutkują dwukrotnie częstszymi reprezentacjami kobiet.

Badanie "Jak język kształtuje rzeczywistość", wykonane w lutym 2022 r. na zlecenie Banku BNP Paribas przez firmę Difference; n=248 dzieci w wieku 9-13 lat



JĘZYK ZMIENIA PERCEPCJĘ

SIŁA MANIPULACJI (INDEKS NEUTRALNY/MASKULINATYW)



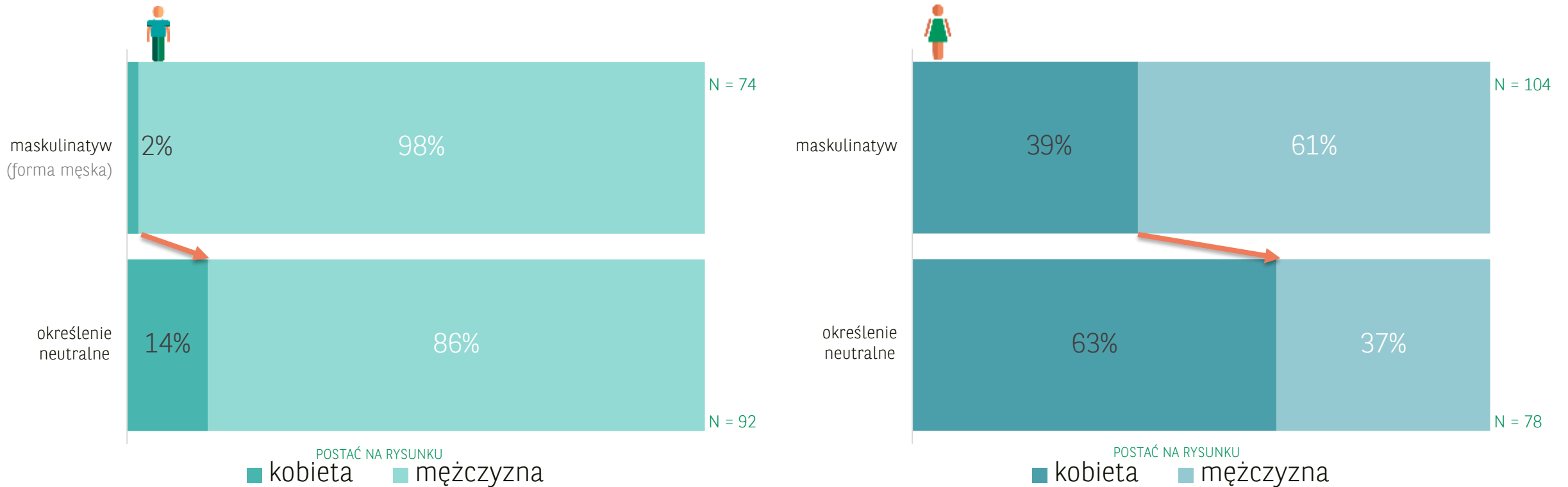
Efekt ten zależy jednak od profesji – jest silniejszy w przypadku nauki niż innych zawodów.

Badanie "Jak język kształtuje rzeczywistość", wykonane w lutym 2022 r. na zlecenie Banku BNP Paribas przez firmę Difference; n=248 dzieci w wieku 9-13 lat



„WŁĄCZAJĄCY” JĘZYK OŚMIELA DZIEWCZYNKI

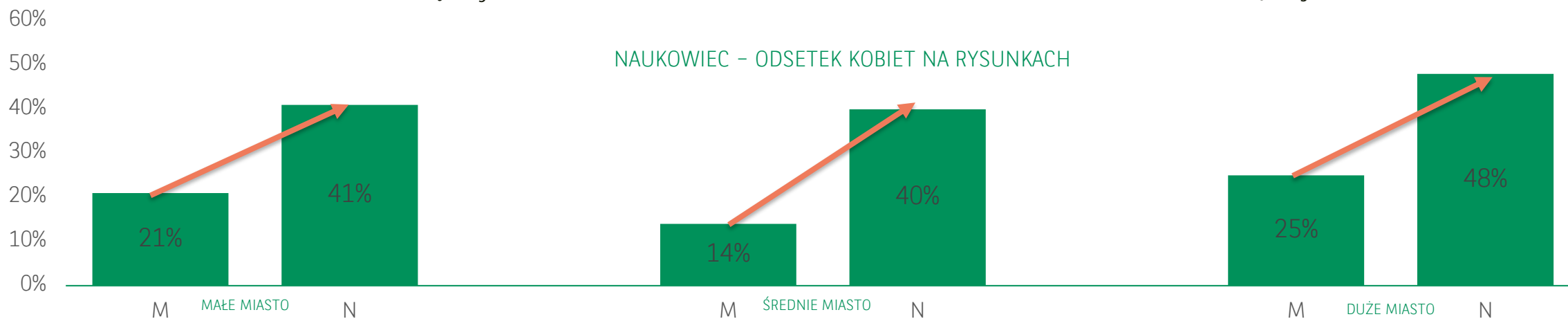
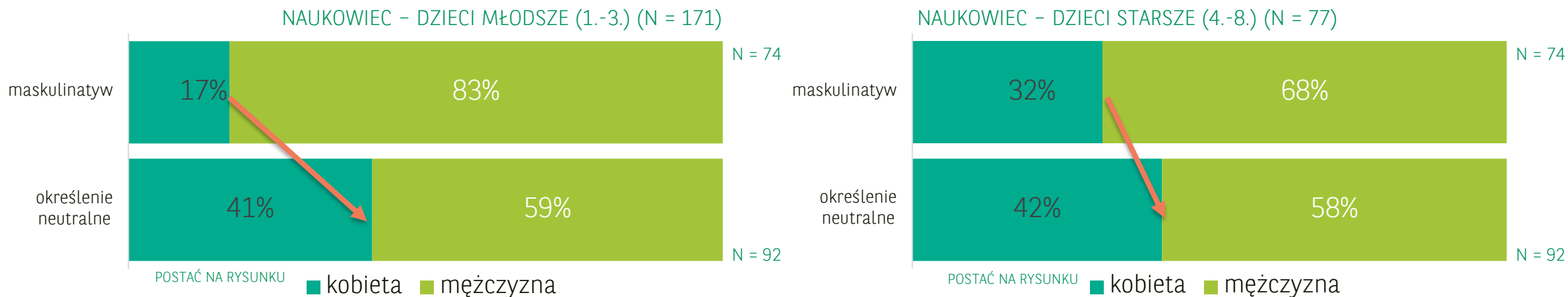
Dziewczynki znacznie łatwiej dopuszczają możliwość, że kobieta może pełnić określoną rolę, a neutralne mówienie o zawodach tylko wzmacnia ten efekt.



Badanie "Jak język kształtuje rzeczywistość", wykonane w lutym 2022 r. na zlecenie Banku BNP Paribas przez firmę Difference; n=248 dzieci w wieku 9-13 lat, W przypadku części rysunków niemożliwe okazało się zidentyfikowanie ptci rysującego (autora).

SILNIEJSZY EFEKT WŚRÓD MŁODSZYCH DZIECI

Dzieci starsze w ogóle bardziej dopuszczają wykonywanie poszczególnych zawodów przez kobiety.



Badanie "Jak język kształtuje rzeczywistość", wykonane w lutym 2022 r. na zlecenie Banku BNP Paribas przez firmę Difference; n=248 dzieci w wieku 9-13 lat, W przypadku części rysunków niemożliwe okazało się zidentyfikowanie ptci rysującego (autora)

DZIECIĘCE SŁOWOTWÓRSTWO: PRZYKŁADY NAZW ZAWODÓW

	kl.I	kl.II	kl.VI	kl.VII	kl.VIII
Kominiarz	Kominiarka	Kominiarka	kominiarka Pani kominiarz	Kominiarka	kominiarka Pani kominiarz
Muzyk	Muzyczka, Muzykantka	Muzyczka	Muzyczka	Muzykantka	Pani muzyk
Sędzia	Sędziowa, Sędziarka	Sędziarka	Sędzina	Sędzina	Sędzina
Chirurg	Chirurgka	Chirurgiczka, chirurgczyni	Pani chirurg	Chirurgiczka	Pani chirurg
Prezydent	Prezydentka, Prezent	Prezydentka	Pani prezydent, Prezydentka		Pani prezydent
Kierowca	Kierownicza	Kierowczyni	Pani kierowca		Pani kierowca, kierownicza
Pilot	Pilotka	Pilot	Pilotka	Pilotka	Pilotka
Naukowiec	Naukowczyni, Naukowieczka		Pani naukowiec	Pani naukowiec	
Strażak		Strażaczka	Strażaczka, pani strażak	pani strażak	Strażaczka
Klaun	Klaunka	Klaunka	Pani Klaun, Klauniczka, Klaunka		Pani klaun
Elektryk	Elektryczka	Elektryczka	Elektryczka, Pani elektryk		Pani elektryk
Niania	Nianieć	Niań		niańka pani opiekunka	Pani opiekun
Stewardesa	Stewardess	Stewardess	Steward	Steward	Stewardess
Budowlanec		Budowlanka, Budowczyni	Pani budowlanec	Budowlaniczka	Budowlanka
Sprzątaczk		Sprzątaczk	Sprzątaczk	Sprzątaczk	Sprzątaczk





1.

Spontaniczna percepcja zawodów takich, jak naukowiec, policjant czy pilot – uwzględnionych w badaniu eksperymentalnym dzieci – **nie jest rodzajowo neutralna**. Wprost przeciwnie: **jest silnie zmaskulinizowana** – naukowiec, pilot i policjant, to (zdaniem dzieci) męczyzna w ośmiu na dziesięć przypadków.

- Ten stan rzeczy ma wiele przyczyn: faktyczną dominację mężczyzn w tych profesjach, język: zmaskulinizowaną formę nazwy, którą na ogół się posługujemy, ale też stereotypy rodzajowe – przypisywanie tym profesjom częściej męskich niż żeńskich właściwości. **Język jest tu jednym z ważnych powodów, ale jednym z wielu.**





2.

Jednak **zmiana języka i sposobu, w jaki mówimy** o przedstawicielach określonych zawodów **zmienia dziecięce postrzeganie** – gwałtownie i istotnie rośnie akceptacja faktu, że w danej profesji może również spełniać się kobieta.

- Gdy zamiast o naukowcu mówimy o „osobie, która zajmuje się prowadzeniem eksperymentów naukowych”, **udział kobiet jako przedstawicielek tego rośnie dwukrotnie** – z 20% do 40%. Choć więc wciąż dominują mężczyźni, różnica jest mniejsza, a zmiana wyraźna.





3.

Pozytywny efekt neutralnego języka widać zarówno wśród dziewcząt, jak i chłopców. W przypadku chłopców niemal powszechne jest łączenie badanych profesji z mężczyznami. Bardziej otwarty, neutralny sposób komunikowania sprawia jednak, że na rysunkach pojawiają się kobiety.

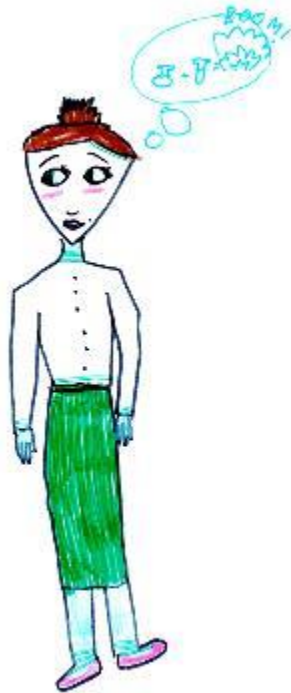




4.

Na rysunkach dziewcząt kobiety stanowią znaczący (mniej więcej 40-procentowy, w zależności od profesji) udział nawet przy zmaskulinizowanych formach. Jednak gdy dziewczynki, „rysowały osobę, która...”, na ich rysunkach **kobiety wyraźnie dominowały nad mężczyznami.**

- Efekt polegający na preferowaniu i większej dostępności własnej płci (chłopcy rysujący mężczyzn a dziewczynki kobiety) jest dobrze znany i obserwowany na całym świecie. Jednak niezależnie od niego, zmiana języka wyraźnie osłabia zjawisko podobieństwa płciowego autor-postać na rysunkach.



5.

Kluczowy efekt eksperymentu – **wpływ etykiety na większy udział kobiet** wśród wszystkich rysowanych postaci – **jest podobny wśród młodszych i starszych dzieci**. Co interesujące, to młodsze dzieci w warunku zmaskulinizowanej instrukcji (narysuj „naukowca”) prezentowały bardziej stereotypowe, męskie postaci. **Neutralna instrukcja sprawiała, że udział kobiet na rysunkach tej grupy wzrastał dwuipółkrotnie.**



6.

Dzieci 10-14-letnie częściej dopuszczają możliwość, że kobieta zajmuje się nauką, nawet rysując „naukowca”. Jednak również w ich przypadku bardziej włączający język („osoba, która”), powodował wzrost udziału kobiet wśród wszystkich narysowanych postaci.

- Wyższy poziom akceptacji kobiet jako naukowców wśród starszych dzieci może być pochodną ich większego doświadczenia, bogatszych kontaktów i większej wiedzy (np.: o wybitnych naukowczyniach).



7.

Dyskusje z dziećmi po zakończeniu rysowania wskazywały na ich **dużą swobodę oraz otwartość w posługiwaniu się feminatywami**. Dziecięce słowotwórstwo było w tym zakresie bardzo duże. Co istotne, dzieci spontanicznie, bez barier ani oznak dystansowania się tworzyły żeńskie (i męskie – np.: „niań”) formy nazw. **Feminatywy przychodziły im naturalnie, nie powodowały niechęci.**



BADANIE WŚRÓD DOROSŁYCH

Badanie online (CAWI) dorosłych, w którym wykorzystując moduł czasów reakcji, sprawdzono wpływ feminytywów na percepcję osobowości przedstawicieli różnych profesji.

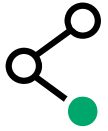


BNP PARIBAS

METODOLOGIA



Ilościowe badania online na próbie N = 400 dorosłych.



Sprawdzaliśmy, jak silny jest efekt manipulacji nazwami profesji, badając efekt przypisywania osobom określonym formami męskimi, żeńskimi i nijakimi różnych cech osobowości.



Pozwoliło to sprawdzić ukryte (utajone) skojarzenia, bariery i stereotypy przypisywane kobietom i mężczyznom wykonującym różne zawody.



Dwie wyraźne sfery: stereotypy i postawy wobec feminatywów



Stereotypy rodzajowe

- Pewne zawody są bardziej dla mężczyzn, inne dla kobiet – i nic tego nie zmienia.
- Płeć nie ma znaczenia – niezależnie od niej można realizować się w każdym zawodzie.
- Mężczyzna nigdy nie zajmie się dziećmi tak dobrze jak kobieta.
- Kobiety zwykle gotują, ale to mężczyźni są najlepszymi szefami kuchni.

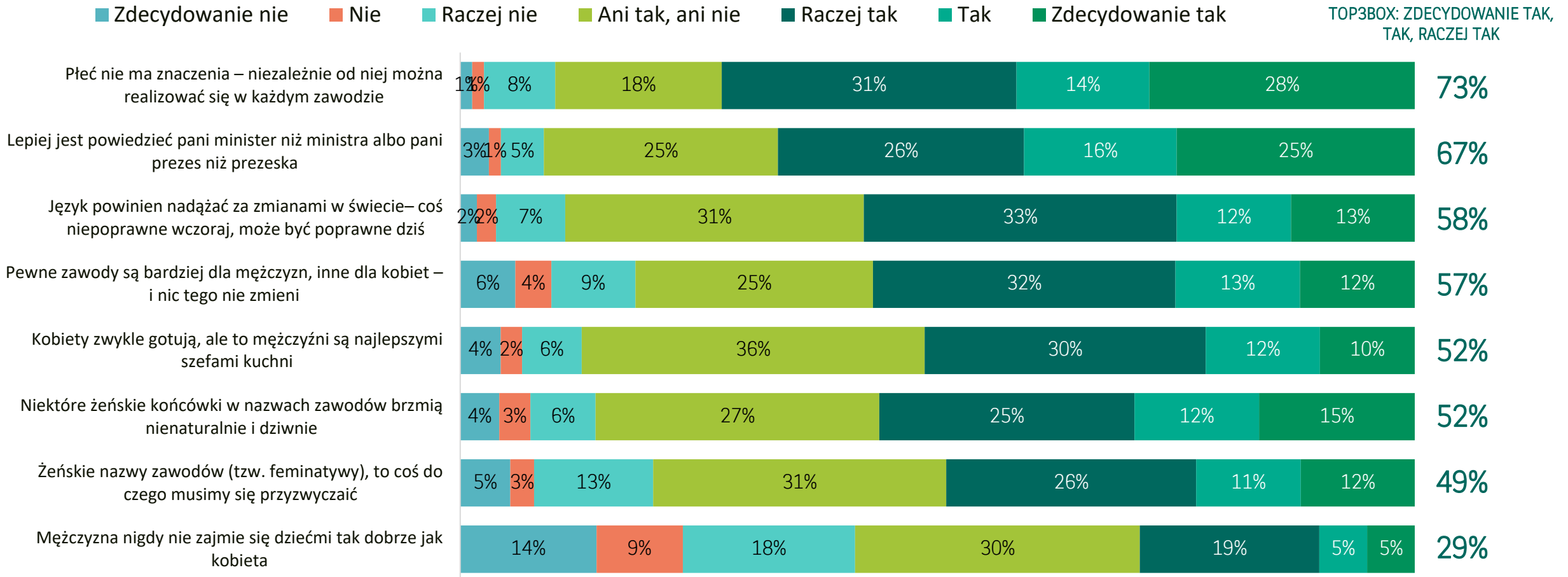


Stosunek do feminatywów i języka

- Język powinien nadążać za zmianami w świecie – coś niepoprawne wczoraj, może być poprawne dziś.
- Niektóre żeńskie końcówki w nazwach zawodów brzmią nienaturalnie i dziwnie.
- Żeńskie nazwy zawodów (tzw. feminatywy), to coś do czego musimy się przyzwyczaić.
- Lepiej jest powiedzieć pani minister niż ministra albo pani prezes niż prezeska.

OPINIE I POSTAWY

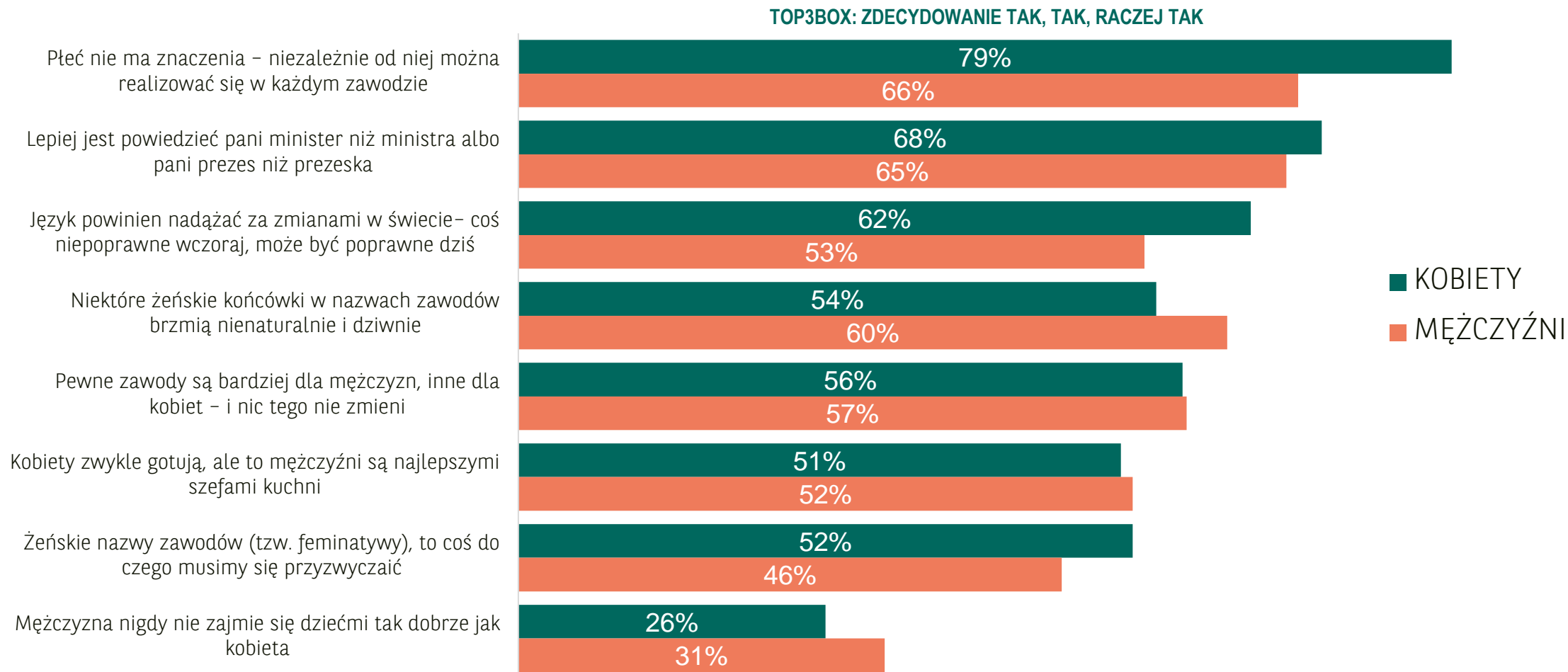
Mimo znacznej stereotypowości, duża akceptacja feminatywów



Badanie online wykonane w lutym 2022 r. na zlecenie Banku BNP Paribas przez firmę Difference; n=400 dorosłych w wieku 18-60 lat



Wyższa otwartość i gotowość stosowania feminatywów wśród kobiet



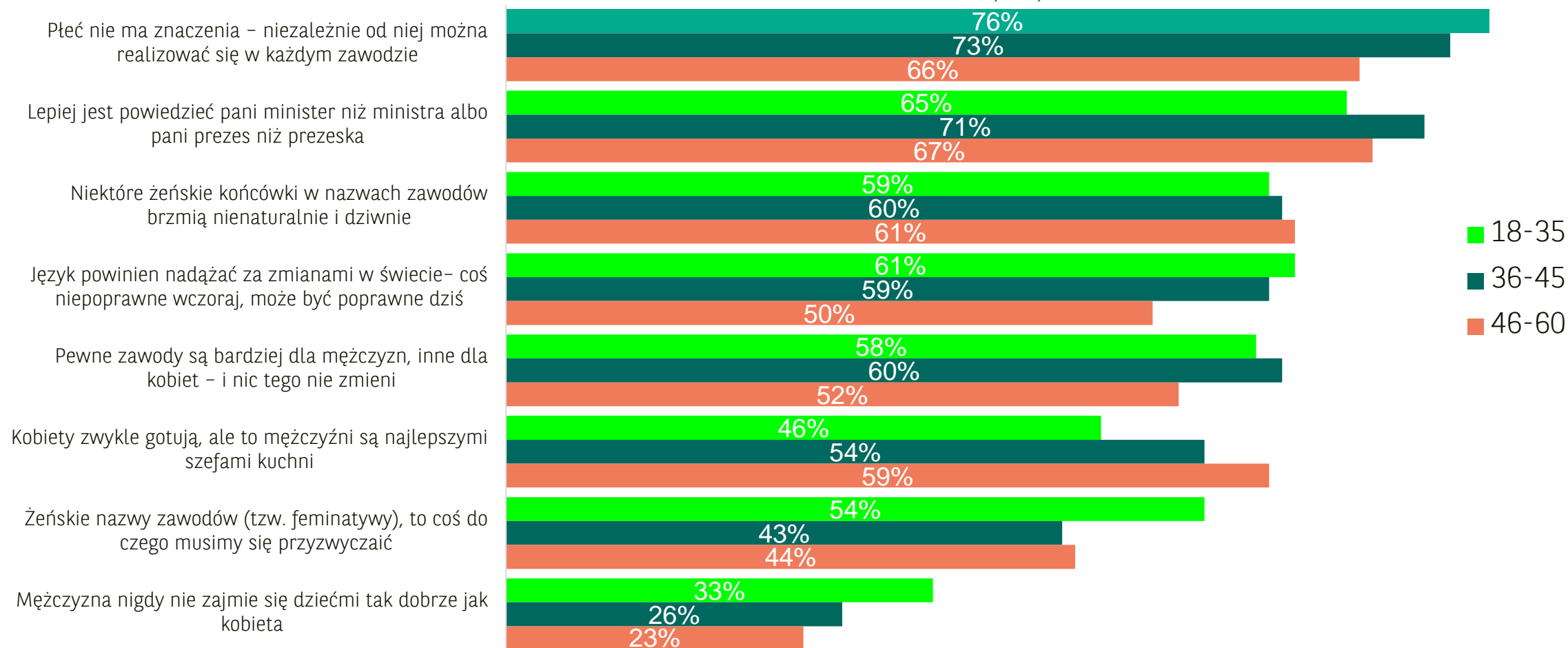
Badanie online wykonane w lutym 2022 r. na zlecenie Banku BNP Paribas przez firmę Difference; n=400 dorosłych w wieku 18-60 lat



OPINIE I POSTAWY

Młodzi = profeminatywowi

TOP3BOX: ZDECYDOWANIE TAK, TAK, RACZEJ TAK



Badanie online wykonane w lutym 2022 r. na zlecenie Banku BNP Paribas przez firmę Difference; n=400 dorosłych w wieku 18-60 lat





TRADYCJONALIŚCI

„Niektóre żeńskie końcówki w nazwach zawodów brzmią nienaturalnie i dziwnie. Lepiej jest powiedzieć pani minister niż ministra albo pani prezes niż prezeska”.

Tomek, 46 lat



NIEZAANGAŻOWANI

„Nie wiem, co mam o tym wszystkim myśleć. Ciężko mi się określić. Z jednej strony chcę iść do przodu razem z rozwijającym się światem, a z drugiej trudno mi przyzwyczaić się do tych nowych zasad i poglądów”.

Jacek, 38 lat



GOTOWI NA ZMIANY

„Mężczyzna nigdy nie zajmie się dziećmi tak dobrze jak kobieta. Kobiety zwykle gotują, ale to mężczyźni są najlepszymi szefami kuchni”.

Marek, 35 lat



FEMIFAN(K)I

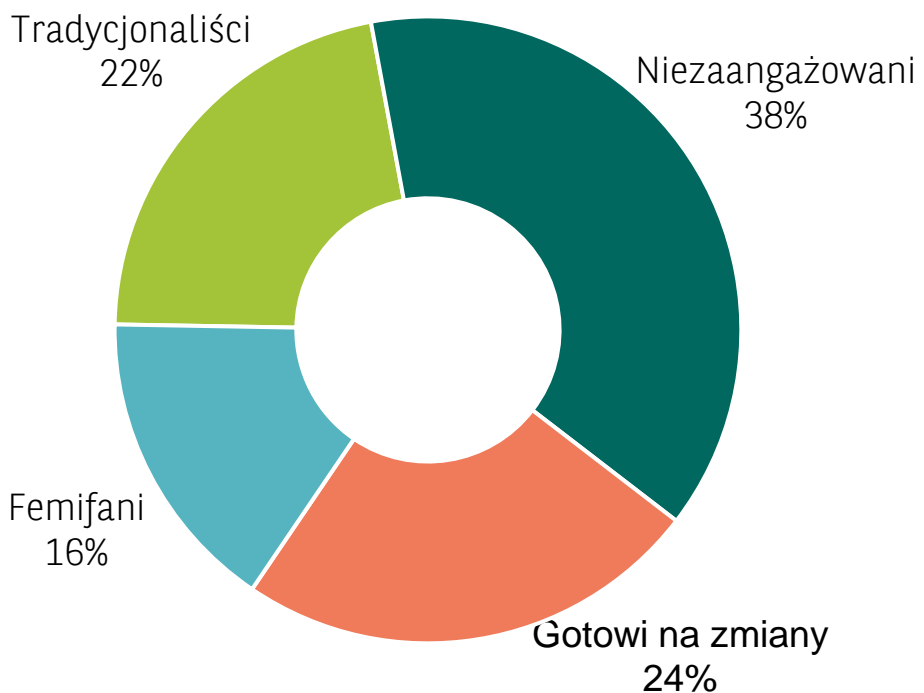
„Płeć nie ma znaczenia - niezależnie od niej można realizować się w każdym zawodzie. A mężczyzna może zajmować się dzieckiem tak samo dobrze, jak kobieta”.

Ania, 27 lat



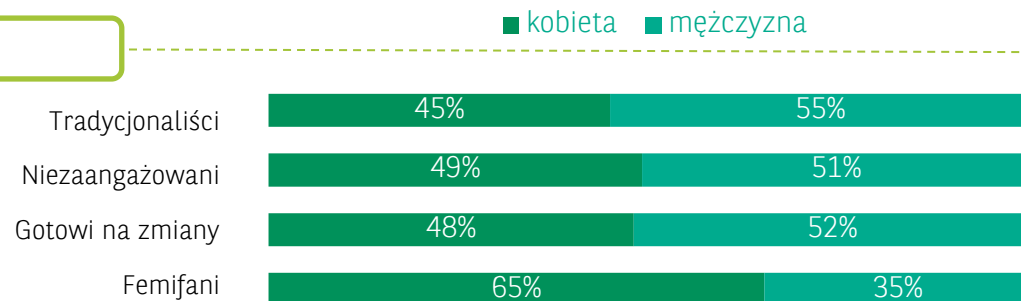
OPINIE I POSTAWY

Nieco poniżej połowy populacji otwarte na feminatywy (segmenti femifanów i gotowi na zmiany).

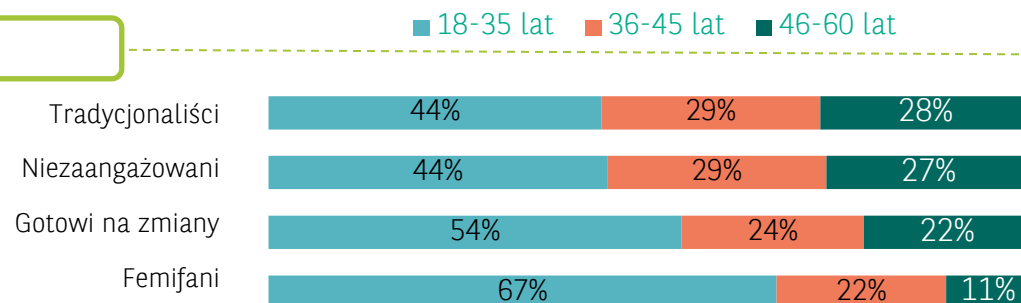


Badanie online wykonane w lutym 2022 r. na zlecenie Banku BNP Paribas przez firmę Difference;
n=400 dorosłych w wieku 18-60 lat

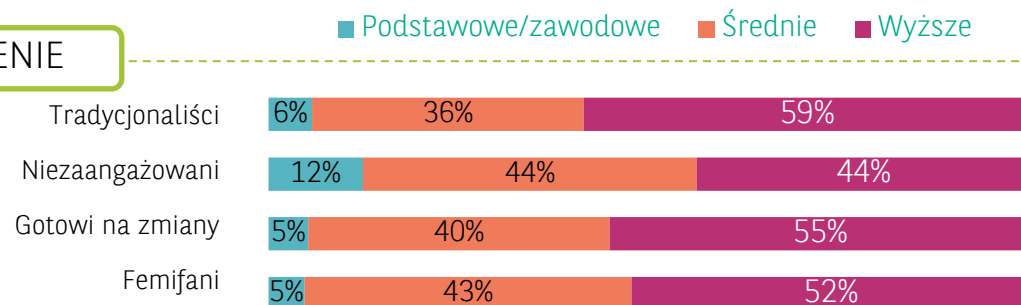
PŁEĆ



WIEK

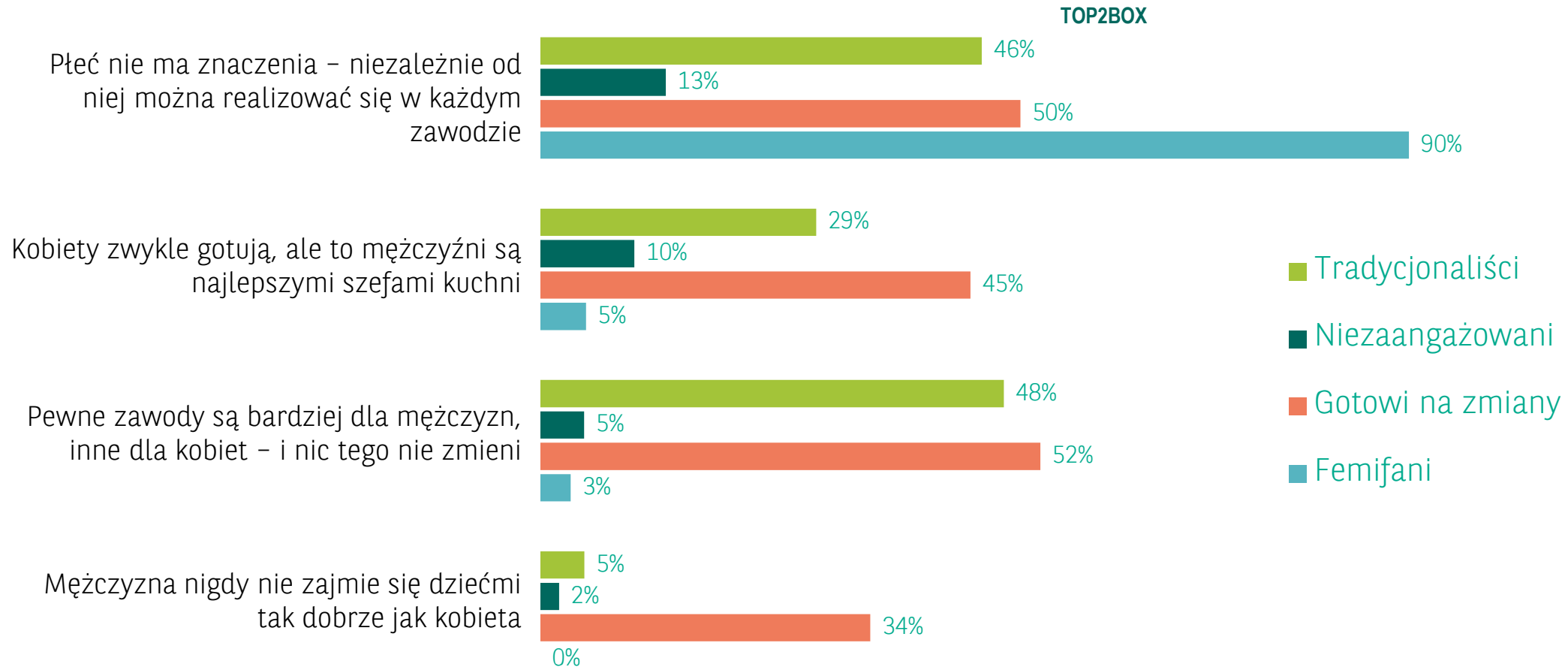


WYKSZTAŁCENIE



OPINIE I POSTAWY

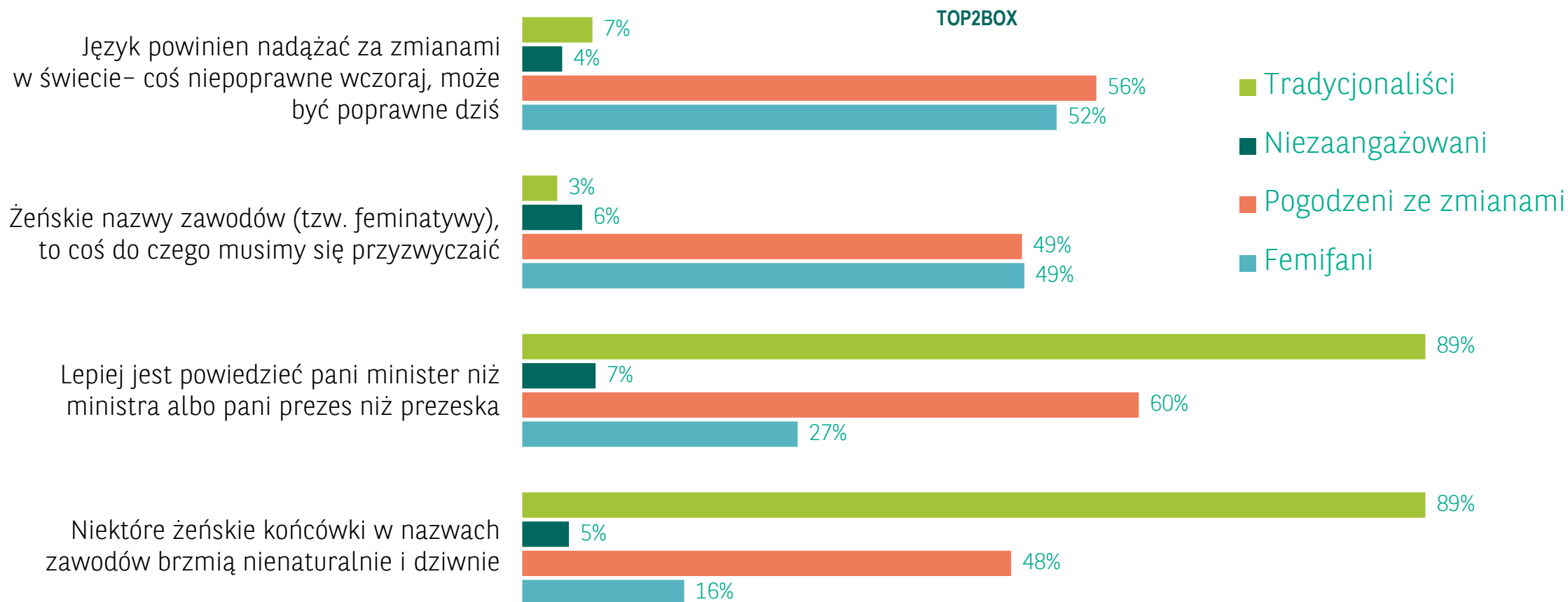
Femifani zdecydowanie najbardziej wspierają równość płci. Gotowi na zmiany są otwarci na zmiany językowe, ale konserwatywni w warstwie ról.



Badanie online wykonane w lutym 2022 r. na zlecenie Banku BNP Paribas przez firmę Difference; n=400 dorosłych w wieku 18-60 lat

OPINIE I POSTAWY

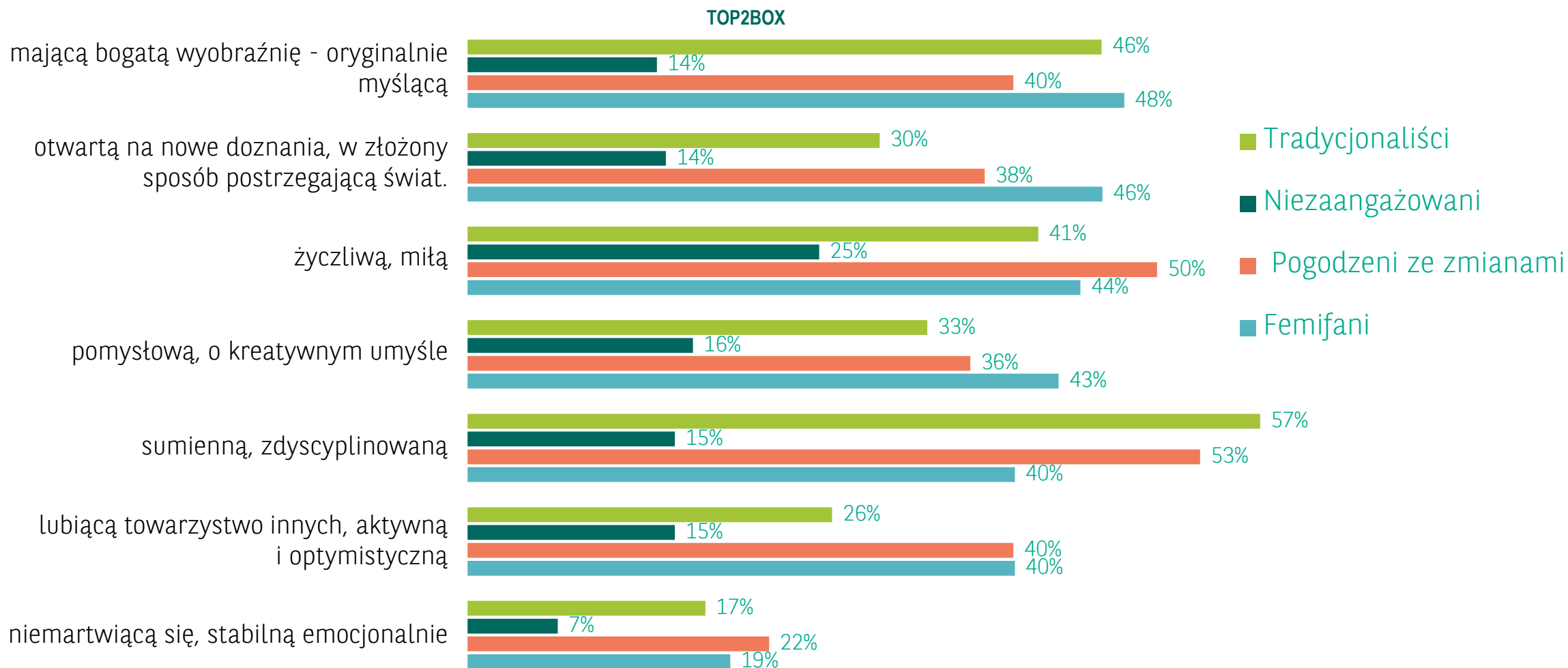
Tradycjoniści są wyraźnie przeciwko stosowaniu feminatywów i negatywnie nastawieni do zmian w języku.



Badanie online wykonane w lutym 2022 r. na zlecenie Banku BNP Paribas przez firmę Difference; n=400 dorosłych w wieku 18-60 lat

OPINIE I POSTAWY

Otwarte segmenty są bardziej optymistyczne.

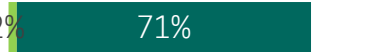
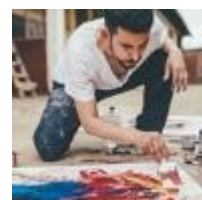


Badanie online wykonane w lutym 2022 r. na zlecenie Banku BNP Paribas przez firmę Difference; n=400 dorosłych w wieku 18-60 lat



ONA CZY ON? PERCEPCJA ZAWODÓW PRZEZ PRYZMAT PŁCI

Miarą siły skojarzeń są częste i szybkie skojarzenia z daną cechą.



■ Kobiety ■ Mężki

■ Kobiety ■ Mężki

Badanie online wykonane w lutym 2022 r. na zlecenie Banku BNP Paribas przez firmę Difference; n=400 dorosłych w wieku 18-60 lat

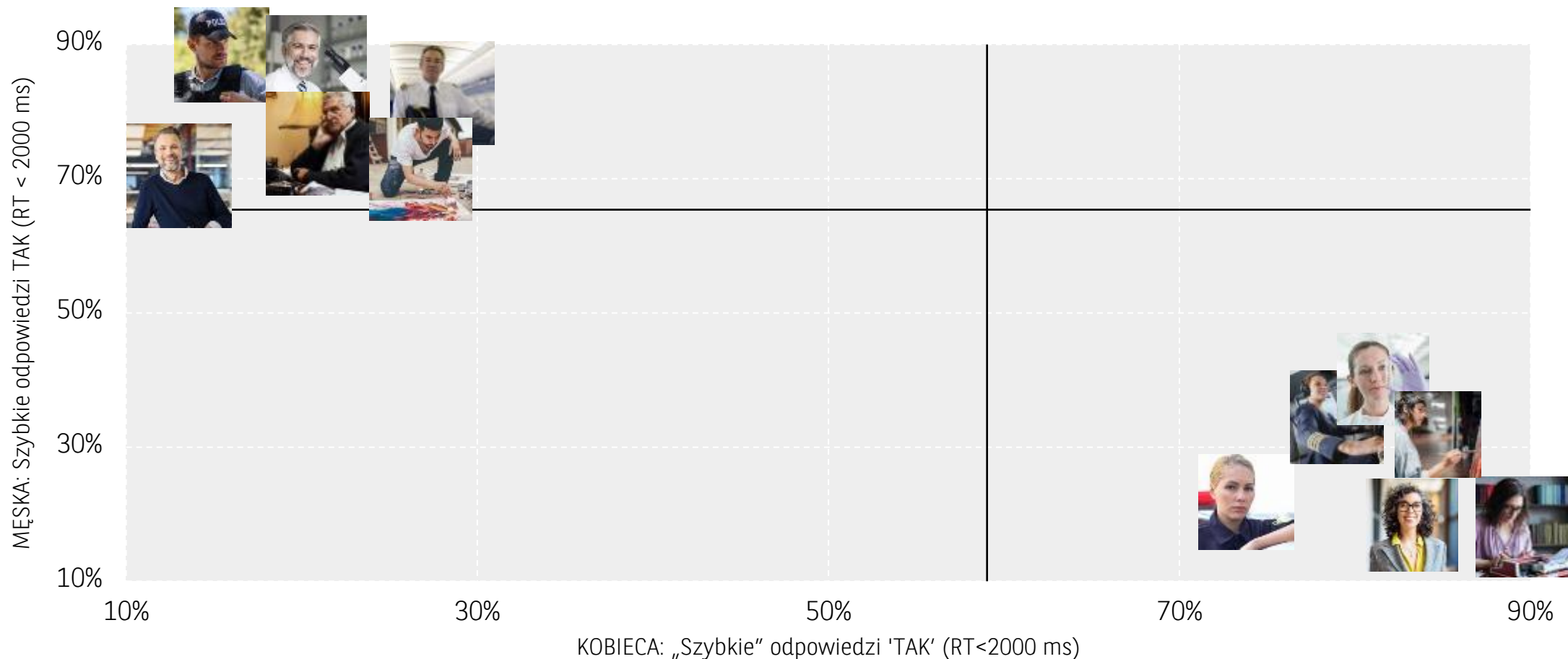


BNP PARIBAS

Bank zmieniającego się świata

ONA CZY ON? PERCEPCJA ZAWODÓW PRZEZ PRYZMAT PŁCI

W przypadku zdjęć o postrzeganej „męskości-kobiecości” niemal wyłącznie decyduje płeć osoby, a nie jej profesja.

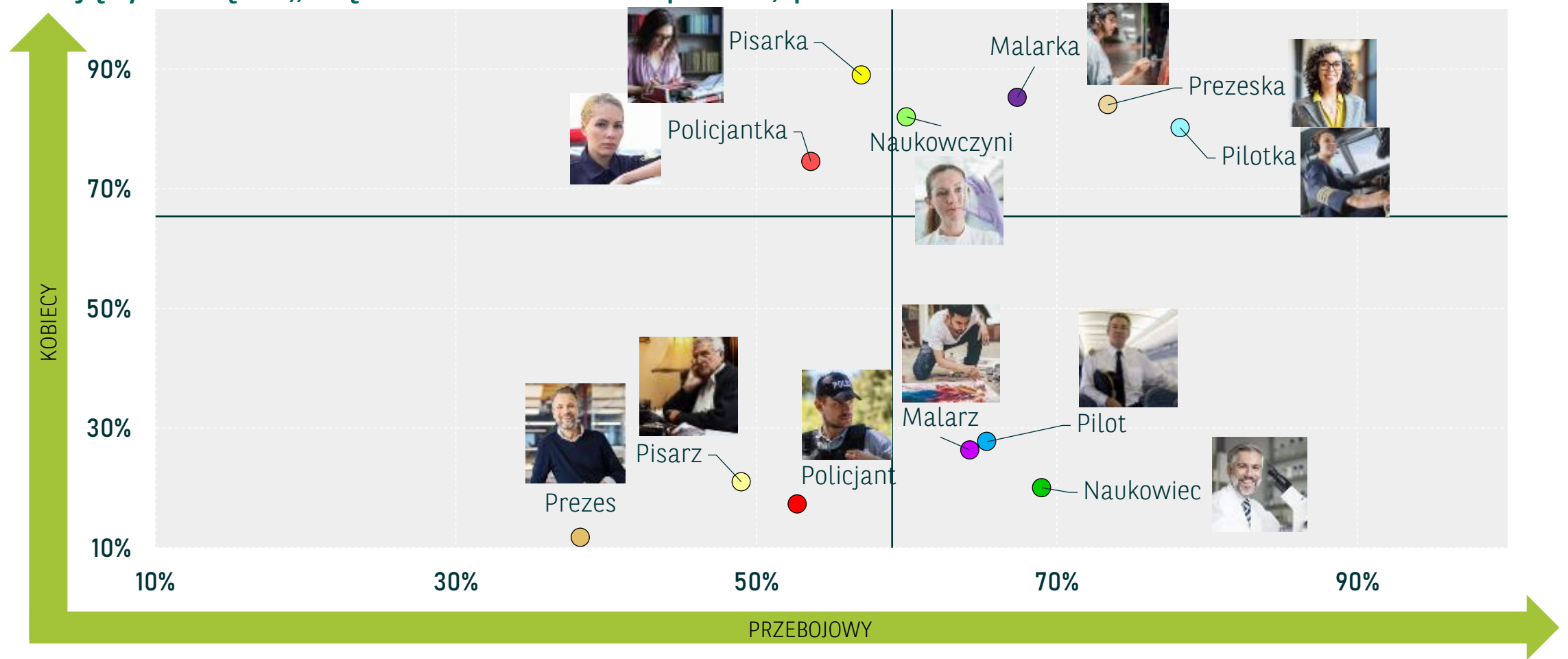


Badanie online wykonane w lutym 2022 r. na zlecenie Banku BNP Paribas przez firmę Difference; n=400 dorosłych w wieku 18-60 lat



ONA CZY ON? PERCEPCJA ZAWODÓW PRZEZ PRYZMAT PŁCI

Kobiety postrzegane jako bardziej przebojowe od mężczyzn. Dotyczy to zwłaszcza kobiet spełniających się w „męskich” zawodach: pilotki, prezeski.



Badanie online wykonane w lutym 2022 r. na zlecenie Banku BNP Paribas przez firmę Difference; n=400 dorosłych w wieku 18-60 lat





1.

Feminytywy bywają źródłem napięć – większość z nas rozumie, że język musi dostosowywać się do rzeczywistości, ale jednocześnie nowe słowa często „nie brzmią”. Wiedzeni przyzwyczajeniem, a czasem stereotypem, wybieramy dobrze oswojone, zmaskulinizowane formy.

2.

Jednocześnie **niemal 40% dorosłych Polaków** uczestniczących w badaniu ilościowym przejawia przynajmniej **umiarkowany entuzjazm wobec feminytywów**. Częściej widać go wśród kobiet i osób młodszych. To ich język, już oswojony i rozpoznany. Nowa normalność.

KLUCZOWE WNIOSKI



3.

Kluczowym czynnikiem przewidującym **otwartość na feminatywy jest otwartość w ogóle**. Im bardziej stereotypowo i sztywno postrzegamy role płciowe i przypisane im zadania, tym trudniej nam pogodzić się ze zmianami – również tymi, które pojawiają się w warstwie językowej. Język zmienia postawy, ale i postawy wpływają na język.

4.

Segment FEMIFANÓW (a w zasadzie **FEMIFANEK**) – to **grupa młodych dobrze wykształconych, otwartych na świat i pewnych siebie kobiet**, które z pełnym przekonaniem twierdzą, że język musi się dopasować do rzeczywistości, a żeńskie formy są elementem takiego dopasowania.





5.

Co interesujące, identyfikujemy też liczny (jedna czwarta populacji) segment **GOTOWYCH NA ZMIANY** – częściej mężczyzn, którzy **myśląc dość stereotypowo** o rolach płciowych, **rozumieją konieczność adaptacji języka** do zmieniającego się świata.

6.

Jednocześnie widzimy również duży segment **TRADYCJONALISTÓW**: mocno stereotypowych i niechętnych zmianom językowym – ludzi nieco starszych, bardziej zamkniętych.



CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU



- Jesteśmy bankiem zmieniającego się świata. Chcemy być inicjatorem pozytywnych zmian, dlatego prowadzimy działania na rzecz naszego otoczenia.
- W 2017 roku zostaliśmy partnerem Agendy 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju i aktywnie uczestniczymy w realizacji planu naprawy świata przyjętego w 2015 roku przez wszystkie kraje członkowskie ONZ.



DZIAŁAMY ZGODNIE Z CELAMI ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU



Cele biznesowe realizujemy w zgodzie z naszymi zobowiązaniami środowiskowymi i społecznymi



WYODRĘBNIONA STRUKTURA ZARZĄDZA

Obszar Zrównoważonego Rozwoju z CSO (Chief Sustainability Officer) na czele powołany w celu wzmocnienia strategicznej roli banku w budowaniu zrównoważonej gospodarki



ZRÓWNOWAŻONE FINANSOWANIE

6,6 mld zł: łączna wartość kredytów udzielonych przez bank na projekty wspierające zrównoważony rozwój, z czego 3,9 miliarda złotych w 2021 r.

Zaprzestanie (2017) finansowania kopalni węgla oraz elektrowni węglowych

Ograniczenie (2017), a następnie zaprzestanie (2020) finansowania chowu i hodowli zwierząt futerkowych



OGRANICZENIE WŁASNEGO WPŁYWU

Od 2021 r. 100% energii elektrycznej używanej przez bank pochodzi ze źródeł odnawialnych
Emisja CO₂ pod stałą kontrolą i z celem obniżenia jej o 55% do 2025 r. (vs. 2019)

Od 2018 r. redukcja wykorzystania dokumentów papierowych w całym banku (współpraca z Autenti)



PROMOWANIE RÓŻNORODNOŚCI I DOSTĘPNOŚCI

Bank przystępny, inkluzywny, dbający o różnorodność i przyjazny osobom z grup mniejszościowych (77 oddziałów z certyfikatem „Obiekt bez barier”, certyfikat OK SENIOR® w oddziałach)

Oddolne społeczności pracownicze (m.in.: BNP Paribas Pride; Kobiety Zmieniające BNP Paribas; Tato, masz to jak w banku)



DOCENIENIE NA RYNKU

Nr 1 w klasyfikacji generalnej wg Rankingu Odpowiedzialnych Firm w latach 2021, 2020, 2019

NASZ WKŁAD W CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU



Szlachetna Paczka



Projekty społeczne, granty, Agronomist



BEneFIT, Dobrze, Dobre kilometry



Klasa, Bakcyl, Misja Edukacja



Kobiety zmieniające BNP Paribas, Fundacja Share the care



„Woda – tak, plastik – nie” - edukacja ekologiczna



Finansowanie odnawialnych źródeł energii (OZE)



Finansowanie rozwoju polskiej gospodarki



Wspieranie strategicznych inwestycji Klientów



Ułatwianie dostępu Klientom z niepełnosprawnościami



Finansowanie termomodernizacji



Wspieranie zrównoważonego rozwoju w branży rolno-spożywczej



Bank Zielonych Zmian, Eko-flota Odejście od węgla



Polityki CSR, Agrokonferencja, Zmniejszenie stosowania azotu



Pasieki, Sadzenie drzew, Likwidacja obiegu dokumentów papierowych



Uwzględnianie norm etycznych w podejmowanych inicjatywach finansowych. Deklaracja Odpowiedzialnej Sprzedaży



FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

CCI FRANCE POLOGNE

ZWIĄZEK BANKÓW POLSKICH

MALE CHAMPIONS OF CHANGE

KARTKA RÓŻNORODNOŚCI

European Investment Bank

Dostępność Plus

FORUM DARCZYKÓW

Global Compact Network Poland



BNP PARIBAS

Bank zmieniającego się świata

W ZAKRESIE CSR PRZEWODZIMY WŚRÓD INSTYTUCJI FINANSOWYCH



- Zajęliśmy 1. miejsce w XIII (2019), XIV (2020) i XV (2021) edycji ROF w klasyfikacji generalnej oraz w kategorii „bankowość, sektor finansowy i ubezpieczeniowy”.
- Ranking Odpowiedzialnych Firm to jedyne zestawienie firm działających w Polsce ocenianych pod kątem jakości zarządzania społeczną odpowiedzialnością biznesu (CSR)
<http://rankingodpowiedzialnychfirm.pl/>





BNP PARIBAS

**DZIĘKUJEMY ZA
UWAGĘ !**

www.wystarczyslowo.pl
[#wspieramfeminatywy](https://www.instagram.com/wspieramfeminatywy)