

mgr Magdalena Pokrzywa

Instytut Socjologii, Wydział Socjologiczno-Historyczny, Uniwersytet Rzeszowski

Płeć kulturowa a technologie informacyjne i komunikacyjne

WPROWADZENIE

Pojęcie płci w socjologii nie jest pojęciem nowym, ale istotnym zmianom ulega zakres, w jakim zwraca się na nią uwagę oraz sposób jej definiowania. W obecnej literaturze socjologicznej poświęconej płci rozróżnia się tę kategorię na płeć biologiczną i płeć kulturową (*gender*). Płeć biologiczna jest określona w momencie narodzin – to właściwości biologiczne odróżniające osobniki żeńskie od męskich, natomiast płeć kulturowa związana jest ze społecznym tworzeniem koncepcji męskości i kobiecości. Odnosi się ona do cech nabytych – to zespół atrybutów, postaw, ról społecznych i zachowań przypisany mężczyźnie lub kobiecie przez szeroko rozumianą kulturę. Płeć kulturowa jest wykształcana w ciągu całego życia jednostki. W kontaktach z instytucjami odpowiedzialnymi za socjalizację, dzieci stopniowo internalizują przyporządkowane danej płci normy i oczekiwania społeczne, co powoduje, że kobiety i mężczyźni uczą się w procesie socjalizacji różnych ról. W nauce owych ról pomagają pozytywne i negatywne sankcje, czyli stosowane przez społeczeństwo sposoby nagradzania za jedne zachowania i powstrzymywania od innych. Powodują one dostosowanie się do wymogów ról społecznych przez chłopców i dziewczynki¹.

Współcześnie jesteśmy obserwatorami wzrostu znaczenia informacji oraz wykorzystania technologii informacyjnych i komunikacyjnych (ICT) nie tylko w gospodarce, lecz niemal we wszystkich aspektach życia społecznego. Coraz więcej prac z zakresu nauk społecznych podejmuje problematykę formowania się tzw. społeczeństwa informacyjnego, w którym „przetwarzanie informacji z wykorzystaniem technologii informacyjnych i komunikacyjnych stanowi znaczącą wartość ekonomiczną, społeczną i kulturową”². Istotne jest zatem pytanie, czy we współczesnej Europie (zwłaszcza Polsce) istnieje społeczne zróżnicowanie w zakresie partycypacji w formującym się społeczeństwie informacyjnym ze względu na płeć. Pierwszą ważną kwestią związaną ze zróżnicowaniem płci w związku z ICT jest dostęp do technologii informacyjnych i komunikacyjnych, który jest podstawowym warunkiem możliwości ich efektywnego wykorzysta-

¹ A Giddens, *Socjologia*, PWN, Warszawa 2004, s. 129.

² *Strategia rozwoju społeczeństwa informacyjnego w Polsce do roku 2013*, Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji, Warszawa 2008, s. 2, www.mswia.gov.pl/strategia.

nia. Jednak oczywiście kwestia nierówności płci z związku z wykorzystaniem ICT ma o wiele szerszy zakres. Dostęp jest warunkiem koniecznym, lecz niewystarczającym do aktywnego i równoprawnego uczestnictwa kobiet i mężczyzn w społeczeństwie informacyjnym. Nawet w krajach, gdzie dostęp nie jest zróżnicowany płciowo, istnieją rozbieżność w zakresie: aktywnego uczestnictwa, posiadanych umiejętności oraz udziału pracowników w branży związanej z nowoczesnymi technologiami. Wysoki poziom kwalifikacji związanych z ICT, zachęcanie kobiet i mężczyzn do podnoszenia poziomu swoich umiejętności informatycznych jest warunkiem pełnego uczestnictwa w społeczeństwie informacyjnym oraz czerpania z niego korzyści³.

Niniejszy artykuł ma na celu zaprezentowanie wyników badań oraz danych statystycznych odnoszących się do różnic w korzystaniu z technologii informacyjnych i komunikacyjnych przez kobiety i mężczyzn oraz określenie głównych przyczyn tego zróżnicowania. Przedstawione w artykule badania można wykorzystać do projektowania polityki społecznej w zakresie równej partycypacji kobiet i mężczyzn w społeczeństwie informacyjnym oraz równoprawnego dostępu do zasobów informacji. Mogą również służyć projektowaniu działań mających na celu zachęcenie większej liczby kobiet do pełniejszego wykorzystania ICT i podejmowania kariery zawodowej związanej z tą branżą.

PŁEĆ KULTUROWA A KORZYSTANIE Z ICT

Rozwój technologii informacyjnych i komunikacyjnych spowodował szereg zmian w życiu społecznym i gospodarczym. Zwłaszcza Internet i komputer stają się dla wielu osób niezbędnymi narzędziami pracy, formą rozrywki oraz skarbnicą informacji. Umiejętność posługiwania się tymi technologiami wydaje się być niezbędnym warunkiem uzyskania dobrej pozycji na obecnym rynku pracy oraz partycypacji w życiu społecznym. Wciąż wzrasta znaczenie ICT jako źródła szans życiowych. Internet staje się istotnym środkiem dostępu do wiedzy, rynku pracy, edukacji i wszelkiego rodzaju informacji, które mogą umożliwiać dostęp do wielu innych zasobów. Podniesienie umiejętności obywateli w zakresie stosowania ICT stanowi wyzwanie dla edukacji i jest istotnym elementem rozwoju społeczeństwa informacyjnego w Polsce⁴.

Jak wskazują wyniki badań, liczba osób korzystających z komputera i Internetu w Polsce kształtuje się na różnym poziomie w zależności od wieku, płci, wykształcenia, aktywności zawodowej i miejsca zamieszkania. Tradycyjnie najwięcej stałych użytkowników ICT odnotowuje się wśród osób uczących się,

³ S. Huyer, N. Hafkin, H. Ertl, H. Dryburgh, *The digital divide to digital opportunities. Women in the information society* [w:] *From the Digital Divide to Digital Opportunities: Measuring Infostates for Development*, red. G. Sciadas, Orbicom, Quebec 2005, s. 6.

⁴ *Strategia rozwoju społeczeństwa informacyjnego...*, s. 4.

w młodym wieku, z wyższym wykształceniem oraz mieszkańców dużych miast⁵. Na podstawie tablic wynikowych z badań przeprowadzonych przez Główny Urząd Statystyczny pn. „Wykorzystanie technologii informacyjno-(tele)komunikacyjnych w przedsiębiorstwach i gospodarstwach domowych w 2010 roku”⁶ przeanalizowano zróżnicowanie ze względu na płeć w zakresie korzystania z komputera i Internetu przez Polki i Polaków.

Różnica pomiędzy odsetkami kobiet i mężczyzn będących regularnymi⁷ użytkownikami komputerów wyniosła w 2010 roku trzy punkty procentowe (59,3% mężczyzn [M], 56,3% kobiet [K]). Zarówno kobiety, jak i mężczyźni najczęściej korzystali z komputera lub Internetu w domu oraz w miejscu pracy. Kobiety nieznacznie częściej niż mężczyźni skorzystały ze szkoleń komputerowych (41% K, 37,2% M). Mimo iż różnice płci w przypadku regularnych użytkowników są nieznaczne, to jednak w poziomie deklarowanych czynności i poziomie umiejętności obsługi komputera można zauważyć duże różnice. Jeśli chodzi o wykonywanie czynności wymagających podstawowych umiejętności z zakresu obsługi komputera (kopiowanie i przenoszenie plików) płeć nie była czynnikiem różnicującym. Jednak wykonywanie czynności wymagających średniozaawansowanych umiejętności (obliczenia w arkuszach kalkulacyjnych, kompresowanie plików, instalowanie urządzeń) jest bardziej charakterystyczne dla mężczyzn (46,4%) niż dla kobiet (38,8%). Podobnie przedstawia się udział kobiet i mężczyzn w wykonywaniu czynności wymagających zaawansowanych umiejętności komputerowych, tj. podłączanie komputera do sieci lokalnej, rozwiązywanie problemów, instalowanie nowych urządzeń – są to czynności wykonywane częściej przez mężczyzn (37,6%) niż przez kobiety (23,1%).

Udział regularnych użytkowników Internetu również nie różnicuje się znacznie ze względu na płeć. Osobami regularnie korzystającymi byli nieznacznie częściej mężczyźni (56,6%) niż kobiety (52,9%). Jednak w przypadku określenia celu wykorzystania oraz umiejętności korzystania z Internetu można zauważyć pewne różnice. W związku z faktem, że mężczyźni są częściej użytkownikami Internetu dominowali w większości kategorii określających cel jego wykorzystania. Niemniej kobiety częściej niż mężczyźni posługiwały się Internetem do poszukiwania informacji dotyczących zdrowia (29,6% K, 20,5% M). Stosunkowo częściej pobierały formularze urzędowe, poszukiwały informacji dotyczących edukacji lub ofert szkoleniowych oraz wykorzystywały Internet do komunikowania się za pomocą serwisów społecznościowych (np. Nasza-klasa, Facebook, Grono, MySpace). Kobiety również częściej niż mężczyźni wykorzy-

⁵ *Spółeczeństwo informacyjne w Polsce. Wyniki badań statystycznych z lat 2006-2010*. GUS, Warszawa 2010, www.stat.gov.pl.

⁶ Tablice wynikowe dostępne na stronie Głównego Urzędu Statystycznego w temacie: *Nauka i technika. Spółeczeństwo Informacyjne* – www.stat.gov.pl.

⁷ Jako regularnego użytkownika komputera lub Internetu określono osobę, która korzysta z nich co najmniej raz w tygodniu.

stywały Internet do kontaktów z administracją publiczną. Z drugiej strony można zauważyć dużą przewagę mężczyzn nad kobietami w zakresie wykorzystywania Internetu do: pobierania programów komputerowych (21,4% M, 12,3% K), grania w gry komputerowe, pobierania plików z gramami, muzyką, filmami, grafiką (25,7% M, 18,7% K), grania z innymi osobami w sieciowe gry komputerowe (12,1% M, 4,8% K) oraz słuchania radia, oglądania TV (24,9% M, 19,5% K). Mężczyźni również częściej niż kobiety wyszukiwali informacji przydatnych do uzyskiwania dochodów (24,6% M, 19,2% K). Mężczyźni wciąż dokonują więcej zakupów w Internecie niż kobiety. W ciągu ostatnich 12 miesięcy 31,7% mężczyzn dokonało takiego zakupu w stosunku do 26,4% kobiet, a średnia wartość zakupionych towarów wyniosła w przypadku mężczyzn 1772 zł rocznie, a kobiet 1388 zł. Podobnie jak w przypadku poziomu umiejętności i wykonywanych czynności z zakresu obsługi komputera, tak i w deklarowanych czynnościach i poziomie umiejętności korzystania z Internetu istnieją różnice odnoszące się do płci. Im czynności wykonywane przez Internet wymagają wyższego poziomu umiejętności tym większa dominacja mężczyzn w tym zakresie. Mężczyźni częściej wykonywali czynności wymagające średniozaawansowanych lub zaawansowanych umiejętności (52,7% M i 40,1% K).

Różnice płci odnoszące się do czynności wykonywanych w sieci oraz w zakresie obsługi komputera, jak również różnice w poziomie umiejętności obsługi ICT mogą być częściowo wyjaśnione wpływem stereotypów. Stereotypy płci odnoszą się głównie do ról społecznych – opierają się one na społecznie i kulturowo utrwalonych przekonaniach o właściwym dla kobiet i mężczyzn sposobie funkcjonowania w określonych sytuacjach społecznych oraz cechach posiadanych przez kobiety i mężczyzn⁸. Stereotypy związane z płcią pojawiają się już we wczesnym okresie życia dziecka. Dorośli uczą dzieci, gdzie jest ich miejsce w społeczeństwie oraz jakie role mają w nim odgrywać. Wraz z wiekiem zwiększają się oczekiwania, że dzieci będą zachowywać się stosownie do płci, gdy spełnią oczekiwania społeczeństwa są chwalone i nagradzane⁹. Poza rodziną ogromny udział w przekazywaniu i podtrzymywaniu stereotypów ma całe społeczeństwo poprzez media: telewizję, kino, czasopisma, Internet itp. Media wzmacniają w jednostkach przekonanie, że kobiety i mężczyźni bardzo się od siebie różnią, a każda płeć ma właściwe tylko sobie cele, zainteresowania, zdolności i role społeczne. Człowiek utwierdza się w przekonaniu, jakie są oczekiwania społeczeństwa pod jego adresem ze względu na posiadaną płeć, jak należy spełniać te oczekiwania oraz, że ich niespełnienie skupi na nim nieprzychylną uwagę otoczenia¹⁰.

⁸ J. Klimczak, *Stereotypy płci w polskiej telewizji*, „Kultura i Społeczeństwo” nr 2/2001, s. 159.

⁹ H. Moore, *Płeć kulturowa i status – wyjaśnienie sytuacji kobiet* [w:] *Badanie kultury: elementy teorii antropologicznej*, red. M. Kempy, PWN, Warszawa 2003, s. 335.

¹⁰ T. Nelson, *Psychologia uprzedzeń*, GWP, Gdańsk 2003, s. 272.

Jak wskazują badania¹¹ technologie informacyjne i komunikacyjne postrzegane są jako domena męska. Kobięce modele ról społecznych dziewczyn (głównie matki, nauczycielki oraz sławne kobiety) nie dają pozytywnego przykładu i nie zachęcają do poszerzania umiejętności w zakresie korzystania z ICT. Dziewczynki dorastają bez przykładów kobiet, które są kompetentne lub pewne wiedzy o komputerach i Internecie. Dodatkowo znaczne treści przekazywane przez mass media przekonują, że „mężczyźni czują się onieśmieni przez mądre dziewczyny”, a wysoki poziom umiejętności obsługi ICT kojarzy się z tzw. kulturą *Geek'ów*.

PŁEĆ KULTUROWA A BRANŻA ICT

Status kobiet w społeczeństwie w znacznej mierze zależy od tego, czy mają one kontrolę nad: dostępem do zasobów, warunkami swojej pracy oraz dystrybucją produktów swojej pracy¹². Stereotypy dotyczące kobiet, wywierają wpływ na postawy mężczyzn wobec kobiet, na opinię kobiet na własny temat, na wybory zawodowe kobiet oraz inne aspekty ich życia¹³.

Jak twierdzi Henryk Domański: „Układ, w którym kobiety zajmują niższą pozycję społeczną nie krystalizuje się na łonie rodziny, ale na rynku pracy. Tu bowiem kobiety koncentrują się na mniej eksponowanych stanowiskach ustępując mężczyznom miejsca na szczycie hierarchii władzy, wyraźnie mniej od nich zarabiają i mają mniejsze, w porównaniu z mężczyznami możliwości awansu”¹⁴.

We współczesnym społeczeństwie dzięki dynamicznemu rozwojowi ICT istotnym czynnikiem stymulującym wzrost gospodarczy stała się umiejętność pozyskiwania, gromadzenia i wykorzystania informacji. Znaczenie tego rozwoju dla wzrostu gospodarczego oraz naukowo-technologicznego podkreślają statystyki, według których ICT w ostatnich latach odpowiada za ¼ wzrostu PKB oraz za 40% wzrostu produktywności w Unii Europejskiej¹⁵.

Według danych za 2005 rok Europę zamieszkiwało 32 mln osób w wieku od 20 do 24 lat, z czego 49% to kobiety. Kobiety stanowiły 55% ogółu studentów, ale udział kobiet wśród studentów nauk ścisłych (MST – *Mathematics, Science, and Technology*) wyniósł już jedynie 31%¹⁶. Kobiety w Unii Europejskiej sta-

¹¹ A. Gras-Valazquez, A. Joyce, M. Derby, *Women and ICT. Why are girls still not attracted to ICT studies and careers?*, White Paper INSIGHT, Brussels 2009, s. 2.

¹² H. Moore, *Płeć kulturowa...*, s. 329.

¹³ T. Nelson, *Psychologia...*, s. 264.

¹⁴ H. Domański, *Zadowolony niewolnik idzie do pracy*, IfiS PAN, Warszawa 1999, s. 14.

¹⁵ *Strategia rozwoju społeczeństwa...*, s. 2.

¹⁶ M. Durando, P. Wastiau, A. Joyce, *Women in IT. The European situation and the role of public-private partnerships in promoting greater participation of young women in technology*, European Schoolnet, Brussels 2009, s. 4.

nowią 27,8% kierowników ds. systemów komputerowych i informatycznych, 9,6% inżynierów zajmujących się sprzętem komputerowym oraz 5,6% osób z wyższymi stanowiskami w dziedzinie inżynierii i technologii¹⁷. Badanie¹⁸ przeprowadzone przez European Schoolnet na zlecenie firmy Cisco System miało na celu odpowiedź na pytanie jaka jest przyczyna niskiego udziału kobiet na studiach związanych z nowoczesnymi technologiami oraz wśród pracowników w branży ICT. Wyniki badań wskazują, że chłopcy i dziewczynki w wieku licealnym są w równym stopniu zainteresowani technologiami komunikacyjnymi i informacyjnymi. Dodatkowo poziom wiedzy z tego zakresu jest podobny u obu płci. Informatyka jest ponadto ulubionym przedmiotem szkolnym wśród dziewcząt (w Polsce 91% wskazań uczennic ma ten przedmiot). Niemniej jednak połowa uczennic pomimo zainteresowania nowoczesnymi technologiami odrzuca możliwość podjęcia dalszych studiów w tym zakresie. Badania wykazały, że przyczyną braku zainteresowania dziewczyn studiami i pracą związaną z branżą ICT jest głównie stereotypowe postrzeganie płci. Większość rodziców (zarówno matek, jak i ojców) oraz nauczycieli postrzega nowoczesne technologie jako domenę męską.

Również uczniowie (choć w mniejszym stopniu niż rodzice i nauczyciele) postrzegają pracę w branży informatycznej jako odpowiedniejszą dla mężczyzn niż dla kobiet. Dodatkowo bardzo duży wpływ na wybór studiów oraz przyszłego zawodu wywierają rodzice oraz wzorce ról społecznych typowych dla obu płci, przy czym chłopcy są bardziej podatni na wpływ ojców, zaś dziewczynki na wpływ matek. Pomimo uzyskiwania podobnych ocen z przedmiotów ścisłych przez dziewczęta i chłopców oraz podobnego poziomu zainteresowania i umiejętności związanych z ICT dziewczynki są bardzo często zniechęcane (lub niezachęcane) przez rodzinę, nauczycieli oraz doradców zawodowych do wyboru studiów i kariery związanej z ICT.

Wnioski wyciągnięte z szeregu badań dotyczących płci i ICT podsumowała Nancy Hafkin określając, że kobiety nie są równoprawnymi beneficjentami korzyści z projektów rozwojowych, chyba że dołożone są dodatkowe starania w celu określenia ich sytuacji, potrzeb oraz że zostały podjęte działania w celu włączenia ich udziału w prace. Kobiety nie mają równego dostępu do projektów rozwojowych oraz sektora ICT, co może być wynikiem społeczno-kulturowego kontekstu, w którym kobiety są często w niekorzystnej sytuacji określanej przez kulturę i jednocześnie mają nierówny dostęp do różnego rodzaju zasobów¹⁹.

¹⁷ A. Gras-Valazquez, A. Joyce, M. Derby, *Women and ICT. Why are girls still not attracted to ICT studies and careers?*, White Paper INSIGHT, Brussels 2009, s. 4.

¹⁸ Badanie "Gender Reseach" zostało przeprowadzone wśród uczniów nauczycieli i rodziców we Włoszech, Polsce, Wielkiej Brytanii, Holandii oraz Francji. Wyniki zostały przedstawione w: A. Gras-Valazquez, A. Joyce, M. Derby, *Women and ICT...*

¹⁹ N. Hafkin, *Are ICTs gender neutral? A gender analysis of six case studies of multi-donor ICT projects*, Washington 2002, www.un-instraw.org

Celem zwiększenia udziału kobiet w sektorze ICT należy podjąć działania zmierzające do mniej stereotypowego postrzegania zawodów i dzielenia ich na te odpowiednie dla kobiet lub mężczyzn oraz zachęcanie dzieci (zarówno chłopców, jak i dziewczynek) przez rodziców, doradców zawodowych i nauczycieli do podjęcia studiów i dalszej pracy zawodowej związanej z technologiami informacyjnymi i komunikacyjnymi. Należy również zadbać o pozytywne wzory dla dziewcząt, które w swoim otoczeniu oraz w przekazie medialnym nie dostrzegają kobiet mogących ich zachęcić do wybrania kariery związanej z nowoczesnymi technologiami. Istotną kwestią wydaje się współpraca pomiędzy instytucjami sektora publicznego (zwłaszcza szkołami) i prywatnego, która może wpłynąć na zmianę nastawienia dziewcząt do technologii poprzez zapewnienie im dostępu do sprawdzonych informacji i kariery zawodowej w dziedzinie ICT. Przykładem dobrej praktyki może być innowacyjny portal stworzony przez Komisję Europejską pn. *EUD Meeting point for ICT Women in Europe* dostępny pod adresem www.ictwomendirectory.eu, który ma na celu zwiększenie udziału kobiet w branży ICT poprzez: wymianę doświadczeń, ukazanie dobrych praktyk, dostęp do informacji, kontakt z potencjalnymi pracodawcami, zamieszczanie ofert pracy itp.

PODSUMOWANIE

Stereotypowe założenia są zwykle oparte na kulturowym postrzeganiu różnic pomiędzy kobietami i mężczyznami. Opisują one kobiety jako „mniej odpowiedzialne” lub „mniej zainteresowane” dziedzinami technologicznymi. Siła stereotypów odnoszących się do płci nie dotyczy jedynie sfery myślowej; mają one również charakter materialny, który przyczynia się do wzmocnienia społecznych i ekonomicznych warunków, w których stereotypy zostały wypracowane i w których są stosowane. Męski wizerunek ICT jest bardzo rozpowszechniony i można go znaleźć zarówno w codziennych, prywatnych relacjach społecznych, w dziedzinie edukacji (nauczyciele, doradcy zawodowi), jak również wśród wielu profesjonalistów z branży nowoczesnych technologii oraz w projektowaniu produktów informatycznych. Badania sektora ICT w Europie wskazują, że stereotyp związany z postrzeganiem technologii jako właściwych dla mężczyzn, brak modeli kobiecych ról społecznych związanych z nowoczesnymi technologiami, męski mentoring oraz nadmierne obciążenie kobiet obowiązkami domowymi są głównymi przyczynami małego udziału kobiet pracujących w tym sektorze. Wyniki badań wskazują na następujące potrzeby działań celem wyrównania dostępu i wykorzystania technologii informacyjnych i komunikacyjnych przez kobiety i mężczyzn: przełamywanie stereotypowego postrzegania ICT jako męskiej domeny, propagowanie partnerstwa w obowiązkach domowych, mentoring kobiet w zakresie technologii na poziomie szkoły i uniwersyte-

tu, przedstawianie pozytywnych wzorów kobiet odnoszących sukcesy w branży związanej w nowoczesnymi technologiami itp. Czerpanie korzyści z aktywnego uczestnictwa w społeczeństwie informacyjnym obu płci zasadza się na konieczności posiadania odpowiednich umiejętności związanych z ICT. Różnica w zakresie udziału kobiet i mężczyzn w branży związanej z technologiami może mieć negatywny wpływ na przewidywane niedobory wykwalifikowanych pracowników w tej branży. Mniejszy udział kobiet w tym sektorze stanowi obecnie z jednej strony utratę talentów kobiet, które mogłyby być istotne dla przemysłu i rozwoju, z drugiej strony jest utratą szansy przez kobiety na uzyskanie dobrej pozycji na rynku pracy.

LITERATURA

- Domański H., *Zadowolony niewolnik idzie do pracy*, IfiS PAN, Warszawa 1999.
- Durando M., Wastiau P., Joyce A., *Women in IT. The European situation and the role of public-private partnerships in promoting greater participation of young women in technology*, European Schoolnet, Brussels 2009.
- Giddens A., *Socjologia*, PWN, Warszawa 2004.
- Gras-Valazquez A., Joyce A., Derby M., *Women and ICT. Why are girls still not attracted to ICT studies and careers?* White Paper INSIGHT, Brussels 2009.
- Hafkin N., Are ICTs gender neutral? A gender analysis of six case studies of multi-donor ICT projects Washington 2002, www.un-instraw.org.
- Huyer S., Hafkin N., Ertl H., Dryburgh H., *The digital divide to digital opportunities. Women in the information society [w:] From the Digital Divide to Digital Opportunities: Measuring Infostates for Development*, red. Sciadas G., Orbicom, Quebec 2005.
- Klimczak J, *Stereotypy płci w polskiej telewizji*, „Kultura i Społeczeństwo”, 2/2001.
- Moore H., *Płeć kulturowa i status – wyjaśnienie sytuacji kobiet [w:] Badanie kultury: elementy teorii antropologicznej*, red. M. Kempy, PWN, Warszawa 2003.
- Nelson T., *Psychologia uprzedzeń*, GWP, Gdańsk 2003.
- Społeczeństwo informacyjne w Polsce. Wyniki badań statystycznych z lat 2006–2010*. GUS, Warszawa 2010, www.stat.gov.pl.
- Strategia rozwoju społeczeństwa informacyjnego w Polsce do roku 2013*, Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji, Warszawa 2008, www.mswia.gov.pl/strategia.

Streszczenie

Współcześnie jesteśmy obserwatorami wzrostu znaczenia informacji oraz wykorzystania technologii informacyjnych i komunikacyjnych (ICT) nie tylko w gospodarce, lecz niemal we wszystkich aspektach życia społecznego. Istotne jest zatem pytanie, czy we współczesnej Europie (zwłaszcza Polsce) istnieje społeczne zróżnicowanie w zakresie partycypacji w formułującym się

społeczeństwie informacyjnym ze względu na płeć. W artykule podjęto próbę wskazania różnic płci w korzystaniu z technologii informacyjnych i komunikacyjnych oraz w samej branży ICT. Stereotypy płciowe, które są obecne w życiu codziennym, sferze edukacji, rynku pracy i innych aspektach życia społeczno-gospodarczego określają kobiety jako „mniej kompetentne” i „mniej zainteresowane” nowoczesnymi technologiami. Owe stereotypy i brak pozytywnych ról kobiecych związanych z ICT są uważane za główne przyczyny luki związanej z płcią w odniesieniu do uczestnictwa w społeczeństwie informacyjnym. Znacznie ograniczony udział kobiet w sektorze ICT i społeczeństwie informacyjnym stanowi, z jednej strony dużą stratę talentów, które mogłyby być wykorzystane, z drugiej zaś jest stratą dla samych kobiet, które tracą możliwość uzyskania dobrej pozycji na rynku pracy.

Gender and information and communication technologies

Summary

Information and communication technologies (ICT) have become a major driver of economic growth and social development in the European Union. This article is an attempt to examine the gender disparities that exist in the use of information and communication technology and in the ICT sector. The male image of ICT is very alive and can be found in the daily life, educational sphere, labour market and in the design of informatics products. Sex stereotypes which are describing women to be “less competent” or “less interested” in technological fields and lack of female role models in the ICT sector are considered to be the main reasons of ICT gender gap. The lack of women entering the ICT sector currently represents loss talent for industry and loss of opportunity for females to have good position in the labour market.