

Kontakt:

Mirovni inštitut
Inštitut za sodobne družbene in politične študije
Metelkova 6
1000 Ljubljana
www.mirovni-institut.si

Vodja projekta: dr. Živa Humer
ziva.humer@mirovni-institut.si

Sodelavke pri projektu:
mag. Franja Arlič
mag. Jasna Babić
mag. Mojca Freljih
mag. Brankica Petković

Informacije o projektu:

<http://www.mirovni-institut.si/Projekt/Detail/si/projekt/Enakost-spolov-in-mediji/>

Financerji:

Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve
in enake možnosti ter Open Society Foundations.

»MDDSZ ni odgovoren za informacije, ki jih vsebuje gradivo, in za njihovo nadaljnjo uporabo, ker predstavljajo poglede avtoric«.

Beležke:



ENAKOST SPOLOV IN MEDIJI

Projekt odpira javni prostor za ozaveščanje o enakosti spolov v medijih in opozarja na obstoječe neenakosti med spoloma na ravni procesov odločanja in na ravni medijskih vsebin. Hkrati pa prevprašuje vlogo medijev pri udejanjanju enakosti žensk in moških v družbi.

Pekinška deklaracija in ženske v medijih

Prihodnje leto mineva 20 let od 4. svetovne konference o ženskah v Pekingu l. 1995, kjer so se države, med njimi tudi Slovenija, zavezale k uresničevanju enakih pravic žensk in moških, zagotavljanju uveljavljanja človekovih pravic žensk in deklet ter krepitvi moči in izboljšanju položaja žensk. Področje medijev je v Pekinški deklaraciji in Pekinških izhodiščih za ukrepanje prepoznano kot eden ključnih izzivov za doseganje enakih možnosti žensk in moških v sodobnih družbah. Povečanje deleža žensk v procesih odločanja v medijih, možnost izražanja in odločanja v medijih ter spodbujanje uravnoveženega zastopanja obeh spolov vključno z nestereotipnim upodabljanjem žensk so zapisani kot eden ključnih ciljev deklaracije.

Nedavna študija Evropskega inštituta za enakost spolov o položaju žensk v medijih je potrdila tezo o vertikalni segregaciji in steklenem stropu, kar pomeni, da je delež žensk, ki so vključene v procese odločanja na najvišjih ravneh v medijih še vedno nizek. V Sloveniji je na ravni vodstva 35% žensk in 68% moških, na ravni izvršnega direktorja je 20% direktoric. Nižje po hierarhični lestvici odločanja gremo, delež žensk narašča. Tako je na srednji, operativni ravni vodenja 41% žensk.

<http://eige.europa.eu/content/women-and-media>

Kakšen pa je pogled žensk, novinark, urednic in direktoric v medijih na teme, povezane z enakostjo spolov in delovanjem v medijih?

Enakost spolov vključuje tako ženske kot moške, s čimer naslavljamo tudi pričujoči projekt, vendar smo se v empiričnem delu projekta osredotočile zgolj na ženske, ki delujejo na področju medijev. S tem želimo dati glas ženskam v medijih, da so slišane, da so lahko spregovorile o temah, ki so dostikrat prezrte, o katerih nekatere sogovornice ne razmišljajo pogosto, o temah, ki so pogosto pometene pod preprogo v siceršnjem družbenem prepričanju, da je enakost spolov nekaj, kar že živimo in udejanjamo. Kot je pokazala analiza enakost spolov v medijih, tako na ravni vsebin kot na ravni institucij, ter širše v slovenski družbi (še) ne obstaja.

Ključni izsledki analize so:

- Sogovornice na vodstvenih položajih ocenjujejo, da so se za vodstvene položaje morale bolj dokazovati z delom, vložiti več energije in napora v primerjavi z moškimi kolegi.
- Hkrati to velja tudi pri uveljavljanju žensk na področjih, ki veljajo za 'moška' področja, kot so politika, gospodarstvo, šport. Tudi napake so potem bolj vidne in izpostavljene ter pogosto pospremljene tudi s predsodki in spolnimi stereotipi.

- Zaznava primerov odkritega seksizma oz. diskriminacije zaradi osebne okoliščine spola pri zaposlovanju in plačilu ter seksistične šale kot sprejemljiv način komuniciranja.
- Ženske kot krizne menedžerke: v zaostrovanju in poslabševanju razmer v družbi, na medijskem trgu, ko se slabša razmerje med pogoji dela, delom in plačilom, se delež žensk na višjih položajih povečuje.
- Prepletanje spolnih vlog: pri ženskah se zaposlitev in delovanje v javni sferi percipira in gleda skozi njeno zasebno življenje (družina, skrb za otroke in starejše) ne glede na raven delovanja in pozicije moči, medtem ko pri moških velja ostrejša ločnica med vlogami v zasebni in javni sferi.
- Vkolikor obstaja zavedanje o enakosti spolov, občutljivost za uravnoveženo zastopnost žensk in moških v medijih pri tistih, ki medijske vsebine ustvarjajo, več možnosti je, da se to v praksi potem tudi udejanja. Pogosto to pomeni tudi oranje ledine v kolektivih in stalno opozarjanje znotraj kolektivov.
- Spolna strukturiranost družbe se kaže tudi pri ustvarjanju medijskih vsebin in reprezentacijah žensk in moških v medijih - vloga medijev kot akterja, ki reproducira obstoječe neenakosti med spoloma ali akterja spreminjanje družbenih vzorcev v smeri večje enakosti žensk in moških?