

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Pia Ažman

Podoba spolov v pogovornih oddajah novičarskega tipa na TV Slovenija

Magistrsko delo

Ljubljana, 2011

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Pia Ažman

Mentorica: red. prof. dr. Tanja Renner

Podoba spolov v pogovornih oddajah novičarskega tipa na TV Slovenija

Magistrsko delo

Ljubljana, 2011

»Because I am a woman, I must make unusual efforts to succeed. If I fail, no one will say, "She doesn't have what it takes." They will say, "Women don't have what it takes."

(Clare Boothe Luce, 1903–1987)

Svoji mentorici red. prof. dr. Tanji Rener se zahvaljujem predvsem za hitro pomoč in napotke takrat, ko je bila časovna stiska že velika. Za potrpljenje in pozitivne misli se zahvaljujem svojim najbližjim - Tilnu, Moniki, Tristanu, Timu in Poldki. Mojemu Žiru za družbo pri pisanju. Najlepša hvala tudi mojim sodelavkam za vso podporo, pomoč pri izboru teme in lekturo.

Podoba spolov v pogovornih oddajah novičarskega tipa na TV Slovenija

Magistrsko delo obravnava vprašanje podobe spolov in zastopanosti žensk v pogovornih oddajah novičarskega tipa na nacionalni televiziji. Enakost žensk in moških je temeljna pravica in skupno načelo Evropske unije (EU). Kljub zavzemanju številnih pravnih aktov in institucij za enakost spolov, so ženske v medijski produkciji in na vodilnih položajih premalo zastopane. Vodstvene položaje in strokovnost se tako v večji meri še vedno povezuje z moškimi. Analiza oddaj je pokazala, da je zastopanost žensk nizka tudi v pogovornih oddajah novičarskega tipa. Ženskam se tako onemogoča izražanje stališč in mnenj o obravnavanih tematikah v omenjenih oddajah. V medijih pogosto naletimo tudi na stereotipne predstave o spolnih vlogah žensk in moških. Le ti se, če jih pravočasno ne prepoznamo in se z njimi ustrezno soočimo, zlahka usidrajo v zavest in razmišljanje posameznic in posameznikov ter se (re)producirajo iz generacije v generacijo.

Ključne besede: seksizem, podoba spolov, moškosrediščnost, pogovorne oddaje novičarskega tipa, diskriminacija zaradi spola

Gender representation in hard news talk-shows on national television

The Master paper discusses the question of gender representation and representation of women in hard news talk-shows on national television. Equality between women and men is both a fundamental right and a common principle of the European Union (EU). Despite different legal acts and institutions promoting gender equality women are still underrepresented in media production and leading positions. Leading positions and proficiency are strongly linked to men. Analysis has shown that women are also underrepresented in hard news talk-shows. Women are disabled to express their opinions and point of view on topics discussed in talk-shows. In media we can also come across with gender stereotypes. If we do not tackle with them in a proper way, they can become easily imprinted in minds and thoughts of individuals and (re)produce themselves from generation to generation.

Key words: sexism, gender representation, androcentrism, hard news talk-shows, gender discrimination

KAZALO

1 UVOD	7
2 NAMEN MAGISTRSKEGA DELA.....	8
3 OSNOVNE RAZISKOVALNE TEMATIKE (RT) TER METODE ZA NJIHOVO PREVERJANJE	9
3.1 Teoretska konceptualizacija podobe spolov	9
3.2 Analiza podobe spolov	10
3.3 Raziskovalne tematike in raziskovalno vprašanje	11
4 TEORETSKA KONCEPTUALIZACIJA PODOBE SPOLOV	12
4.1 Predstavitev ključnih pojmov	12
4.2 Teorija o moškosrediščni ali androcentrični kulturi	17
4.3 Teorije in lestvice za merjenje seksizma	18
4.3.1 Lestvica za merjenje odnosa do žensk (ang. <i>Attitudes toward Women Scale – AWS</i>) in Lestvica za merjenje stopnje sovražnosti do žensk (ang. <i>Hostility toward Women Scale – TWS</i>)	18
4.3.2 Teorija ambivalentnega / protislovnega seksizma	19
4.4 Pregled podobe žensk v medijih od 19. stoletja do danes	28
4.4.1 Podoba žensk v 19. stoletju.....	29
4.4.2 Podoba žensk v 20. stoletju.....	30
4.4.3 Spoznanje o nujnosti spreminjanja podobe spolov v medijih.....	31
4.5 Smernice za spreminjane podobe žensk v medijih.....	31
5 ANALIZA PODOBE SPOLOV V POGOVORNIH ODDAJAH NOVIČARSKEGA TIPA	32
5.1 Relevantnejše raziskave s področja podob spolov na televiziji.....	33
5.1.1 Raziskava Dorotee Verša, 1991: Medijska podoba spolov	33
5.1.2 Raziskava Katjuše Štih, 2005: Reprezentacija spolov v informativnem programu televizije.....	34
5.1.3 Raziskava Mitja Čepiča, 2007: Ženske v pogovornih oddajah slovenskih televizij	35
5.2 Analizirane oddaje	36
5.2.1 Oddaja Tarča.....	37
5.2.2 Oddaja Omizje	39
5.2.3 Pogledi Slovenije	41

5.2.4 Oddaja Odmevi	44
5.2.5 Oddaja Studio City.....	46
5.2.6 Oddaja Intervju	49
5.2.7 Oddaja Polnočni klub.....	50
5.2.8 Zaposlenost žensk na TV Slovenija.....	52
5.3 Ključne ugotovitve analize	53
5.4 Potrditev ali zavrnitev RT in odgovor na RV.....	61
6 SKLEP.....	65
7 LITERATURA	68

1 UVOD

Slovenija je demokratična država, v kateri ima (naj bi imela) vsaka oseba enake pravice kot druge, je (bi morala biti) enako obravnavana in ima (naj bi imela) enake možnosti za uresničitev svojih potencialov. Potemtakem diskriminacije na podlagi spola, verskega prepričanja, etnične pripadnosti, spolne usmerjenosti, starosti oziroma druge osebne okoliščine ne bi smeli niti poznati, kaj šele občutiti. (Pre)mnogi so mnenja, da je enakost spolov *passé*, odkar imajo ženske volilno pravico in so enakopravne moškimi, pri tem pa ne razlikujejo med pojmom enakost in enakopravnost. Kljub temu, da med moškimi in ženskami v Sloveniji obstaja pravna enakost (vsaj na papirju), so slednje v bistveno manjši meri zastopane na vodilnih položajih v gospodarstvu, znanosti in politiki; zasedajo nižja delovna mesta; težje napredujejo v karieri; so slabše plačane glede na stopnjo strokovne usposobljenosti, imajo v povprečju nižje pokojnine kot moški, težje usklajujejo poklicno in družinsko življenje; imajo večje možnosti tveganja revščine in socialne izključenosti in ne nazadnje imajo pogostejše izkušnje z nasiljem tako v domačem okolju in partnerskih odnosih kot tudi na delovnem mestu. Kot občasna gledalka pogovornih oddaj s področja gospodarstva, politike in kulture sem opazila, da je zastopanost žensk nižja tudi v tovrstnih oddajah. Z željo po ugotovitvi, ali je temu res tako ali pa so moja bežna opazovanja napačna, sem se odločila za poglobljeno raziskovanje zastopanosti žensk v teh oddajah in prikazovanja podobe ženskega in moškega spola. Majda Hrženjak in Renata Šribar (2004, 2) pravita, da so ženske in moški v medijih prikazani v različnih vlogah, pri čemer se vodstvene pozicije in strokovnost najpogosteje povezuje z moškimi. Prepričanja, stališča in praktična vsakdanja delovanja, ki temeljijo na strogem ločevanju po spolu ter podeljujejo posameznicam in posameznikom posebne neenake lastnosti glede na spol, Maca Jogan (2001, 1) opredeljuje kot seksizem. Majda Hrženjak in Renata Šribar (2004, 2) tudi ugotavljata, da je prevladujoča značilnost medijske obravnave žensk njihova odsotnost v medijih, kar omenjeni avtorici opisujeta kot obliko socialne izključenosti. Z odsotnostjo žensk v medijih se (re)producirajo omejene možnosti, da bi ženske imele družbeno moč, kar razvrednoti njihov pomen v družbi. Moč medijev se skriva v njihovem nenehnem oblikovanju, kontekstualiziranju, interpretiranju in posredovanju znakov, reprezentacij, podob, pomenov in vednosti. Ključno pri tem pa je, da ta podoba ali informacija ni nikoli samo nevtralna oziroma ne odslikava realnosti, ampak s kontekstualizacijo in interpretacijo v posamezni družbi znova in na novo ustvarja realnost.

Dorotea Verša (1996, 7–8) dodaja, da vpliv nad mediji in njihovimi vsebinami pomeni upravljanje z enim od virov družbene moči, ki je neenakomerno razporejena in pogosto tudi kumulativna. Tiste posameznice in posamezniki, ki imajo politično ali ekonomsko moč, imajo tudi vpliv nad mediji. Proizvajanje medijskih vsebin, ki opravičujejo podrejen položaj vseh izključenih skupin, je učinkovit mehanizem ohranjanja prednostnega položaja vplivne manjšine. Tudi družbena izključenost je kumulativna, saj imajo tisti, ki ne razpolagajo z viri družbene moči (ženske, etnične in verske manjšine, revne, neizobražene, brezposelne osebe in drugi), omejen dostop tudi do medijev in tako je krog ohranjanja neenakih položajev v družbi sklenjen.

2 NAMEN MAGISTRSKEGA DELA

Namen magistrskega dela je raziskati in predstaviti podobo spolov, zastopanost žensk ter pojav seksizma v pogovornih televizijskih oddajah s strokovno tematiko. Horace Newcomb (2004, 2256) pravi, da so se pogovorne oddaje pojavile na podlagi novic in zabavnštva. Sčasoma pa so se razvili hibridni tipi pogovornih oddaj, ki so zmes novic, javnih zadev in zabavnštva. Horace Newcomb (2004, 2257) pogovorne oddaje deli na pogovorne oddaje novičarskega tipa¹ (ang. *hard news*), pogovorne oddaje lažjih novic (ang. *soft news*) in zabavne pogovorne oddaje. Ključen kriterij našega izbora oddaj je zagotovo strokovnost, zato smo preučevali t. i. *hard news* pogovorne oddaje oziroma pogovorne oddaje novičarskega tipa. Pogovorna oddaja novičarskega tipa je oddaja o novicah splošnega interesa oziroma o javnih zadevah in je lahko oblikovana kot omizje strokovnjakinj in strokovnjakov, omizje strokovnjakinj in strokovnjakov ter uglednega novinarja / medijske osebnosti, magazinska oddaja na eno temo, magazinska oddaja z več temami ali intervju s posamezno gostjo ali gostom. Vse to so standardne oblike obravnave t. i. *hard news* tematik (Newcomb 2004, 2257). Predmet proučevanja so torej oddaje s pomembnimi in aktualnimi vprašanji s političnega, gospodarskega in kulturnega področja na Televiziji Slovenija. Televizija Slovenija (Portal Rtv slo.si 2000) na spletni strani navaja poklicna merila in načela novinarske etike. Tako v oddajah in programih praviloma ni dovoljena uporaba prostaških izrazov ali načina izražanja, ki ni v skladu s splošnimi družbenimi normami. Zagotovljen mora biti najširši možen obseg izražanja različnih stališč in mnenj, saj se le tako lahko doseže uravnoteženost in nepristranskost. Tudi ko posamezne oddaje v nizu oddaj o določeni temi

¹ Takšen prevod je uporabil Mitja Čepič (2007) v raziskovalnem delu *Ženske v pogovornih oddajah slovenskih televizij*.

izražajo posamična stališča in mnenja, mora niz oddaj zagotoviti uravnoteženo predstavitev različnih stališč in mnenj o obravnavanih temah. Voditeljice in voditelji oddaj se morajo do sodelujočih v oddaji vesti vljudno in spoštljivo in ne smejo biti kritični ali zahtevni do enih ter spravljeni in naklonjeni do drugih. Predvsem pa je Televizija Slovenija dolžna zadovoljiti interese vseh družbenih slojev in skupin, pri čemer se je potrebno zavedati nevarnosti neresničnega prikazovanja družbe. Na spletni strani je med drugim navedeno, da je o predsodkih potrebno poročati in jih tudi predstaviti, pri tem pa se jih ne sme gojiti in podžigati. Ljudje morajo nastopati v vseh možnih vlogah, ki odsevajo realnost. Tako se ne sme razglašati žensk za gospodinje, Rome za kriminalce, starejše za nesposobne in podobno. Odnos do žensk je posebna točka med poklicnimi pravili in načeli novinarske etike. Prikazovanje in poudarjanje stereotipnih ženskih vlog, oziroma stereotipna delitev na ženske in moške vloge, je neprimerno. Potrebna je tudi uporaba obeh spolnih slovničnih oblik za poklice, nazive in podobno. Glede na to, da pogovorne oddaje novičarskega tipa temeljijo na strokovnosti, naj bi tudi v ta namen še posebej vestno upoštevali omenjena pravila. Ravno zato je morebiten pojav seksizma v takšnem tipu oddaj toliko bolj problematičen.

3 OSNOVNE RAZISKOVALNE TEMATIKE (RT) TER METODE ZA NJIHOVO PREVERJANJE

3.1 Teoretska konceptualizacija podobe spolov

Magistrsko delo je razdeljeno na dva dela. Prvi del magistrskega dela je sestavljen predvsem iz teorije in med drugim vključuje definicije ključnih pojmov, teorije seksizma, in zgodovinski pregled podobe spolov v medijih. V teoretičnem delu smo se opirali na dela Mace Jogan, ki se je poglobljeno ukvarjala s seksizmom v Sloveniji ter hierarhijo med spoloma pojasnjuje s teorijo o moškosrediščni oziroma androcentrični kulturi. V tem delu je pojasnjena tudi ena izmed novejših teorij, in sicer teorija ambivalentnega oziroma protislovnega seksizma, katere avtorja sta Susan T. Fiske in Peter Glick. Avtorica in avtor predlagata novo pojmovanje narave in meritve seksizma, saj menita, da je seksizem v sami osnovi protisloven. Izhajata torej iz domneve, da seksizem vsebuje tako subjektivno dobronameren kot tudi zlonameren odnos do žensk.

V teoretičnem delu so uporabljene naslednje metode: metoda deskripcije, zgodovinska metoda in komparativna ali primerjalna metoda. Metoda deskripcije je splošno uporabna

metoda v znanstvenoraziskovalnem delu. Pri tej metodi ne gre le za opisovanje predmetov ali pojavov, ampak za postavljanje hipotez in pojasnjevanje pojavov, ki jih raziskujemo (Ivanko 2007, 14). To metodo smo uporabili pri pojasnjevanju pojava seksizma, ki izhaja iz kulture, za katero Maca Jogan (2001, 1) pravi, da je moškosrediščna ali androcentrična. Pri zgodovinski metodi upoštevamo zlasti kronologijo, torej razvoj vzročno-posledične povezanosti o predmetu raziskovanja (Ivanko 2007, 18). Zgodovinska metoda je bila namenjena kronološkemu pregledu podobe žensk v medijih. Komparativna ali primerjalna metoda pa je postopek primerjanja enakih ali podobnih dejstev, pojavov, procesov in odnosov. Pri uporabi te metode najprej ugotovimo skupne značilnosti, nato pa še razlike med pojavi, dogodki ali stvarmi (Ivanko 2007, 15). Vse metode, ki bodo uporabljene v teoretičnem delu, bodo v pomoč tudi pri interpretaciji empiričnega dela magistrske naloge.

3.2 Analiza podobe spolov

V empiričnem delu je uporabljena metoda analize. Ena izmed mnogih definicij analize je, da je analiza postopek razčlenjevanja neke celote ali pojava na njegove sestavine, primerjanje delov oziroma sestavin po času in prostoru ter oblikovanje zaključkov o dobljenih ugotovitvah. V tem delu je uporabljena opisna (deskriptivna) analiza, ki opisuje prvine neke celote (Ivanko 2007, 11). Predmet analize so pogovorne oddaje novičarskega (ang. *hard news*) tipa na Televiziji Slovenija. Kriterij pri izboru oddaj je tudi gledanost, saj mora biti oddaja na sporedu v najbolj gledanem večernem terminu (t. i. *prime time* termin), in sicer med 19.00 in 23.00 uro. Pri analizi nas je zanimala tematika oddaj, udeležba sodelujočih glede na temo, poročanje voditeljic / voditeljev, udeležba sodelujočih (po spolu), vsebina vprašanj, ki so postavljena osebi glede na spol, zunaj govorni posegi (prekinjanje, puščanje besede s strani voditeljice / voditelja ter sogovornice / sogovornika), čas ter frekvenca govora, odziv voditeljic / voditeljev ter gostij in gostov na odgovor, kdo je prvi omenjen v napovedniku (glede na spol) in podobno. Pozorni smo bili tudi na seksistično rabo jezika oziroma seksističnega diskurza, kar Karmen Erjavec in Melita Poler Kovačič (2007, 32) razlagata kot določen način razumevanja sveta ter izražanja o njem in vključuje omejeno število izjav in besed.

Na področju podobe spolov na televiziji je bilo narejenih že nekaj raziskav. Ena prvih je bila raziskava Dorotee Verša z naslovom Medijska podoba spolov iz leta 1996. Leta 2005 je zelo podobno raziskavo kot Dorotea Verša naredila Katjuša Štih. Naslov njenega diplomskega dela

je Reprerentacija spolov v informativnem programu televizije. Dve leti kasneje se je z analizo žensk v pogovornih oddajah slovenskih televizij ukvarjal tudi Mitja Čepič. Rezultate omenjenih raziskav smo uporabili za primerjavo morebitnih podobnosti in razlik med navedenimi analizami in našo analizo.

Kot že omenjeno smo se osredotočili na pogovorne oddaje strokovnega tipa na TV Slovenija, zato smo si za analizo izbrali naslednje oddaje: Odmevi, Pogledi Slovenije, Tarča, Studio City, Omizje, Polnočni klub in Intervju. Zaradi različnega predvajanja oddaj (dnevno, tedensko in mesečno) smo se odločili, da pri vsaki izmed sedmih omenjenih oddaj analiziramo pet delov / oddaj. Empirični del magistrske naloge torej vključuje 35 analiziranih oddaj. Obdobje analize je prva polovica leta (od začetka januarja do konca junija) 2011. Termin oddaj smo izbrali naključno v omenjenem časovnem obdobju, saj smo želeli narediti čim bolj pester izbor tematik. Vse oddaje so dostopne na spletni strani RTV Slovenija, zato smo jih spremljali preko interneta, ki nam je omogočil, da smo oddaje lahko sproti s premorom prekinili in si zabeležili ključne ugotovitve. V pomoč so mi bili tudi magnetogrami nekaterih oddaj.

3.3 Raziskovalne tematike in raziskovalno vprašanje

V magistrskem delu smo želeli potrditi / zavrniti naslednje raziskovalne tematike (RT) in ter odgovoriti na raziskovalno vprašanje (RV):

RT 1: Ženske so v pogovornih oddajah novičarskega tipa zastopane v manjši meri kot moški, tako kot sogovornice kot tudi voditeljice.

RT 2: V pogovornih oddajah novičarskega tipa je mogoče opaziti vloge spolov, ki so skrčene na stereotipne, pri čemer prevladuje patriarhalna delitev družbenih vlog.

RT 3: Tematiziranje specifičnih vsebin, ki zadevajo ženske kot družbeno skupino, je redko.

RT 4: Ženske, zaposlene na nacionalni televiziji, so na mestih odločanja manj zastopane kot moški.

RV1: Katere so temeljne razlike in podobnosti medijske podobe spolov med ugotovitvami analiz iz leta 1996 (Dorotea Verša), 2005 (Katjuša Štih), 2007 (Mitja Čepič) in našimi ugotovitvami?

4 TEORETSKA KONCEPTUALIZACIJA PODOBE SPOLOV

4.1 Predstavitev ključnih pojmov

Za lažje razumevanje podobe spolov ter zastopanosti spolov v pogovornih oddajah novičarskega tipa je na začetku smiselno pojasniti nekatere ključne pojme, ki bodo uporabljeni v nadaljevanju magistrskega dela. Razlaga pojmov je ključna tudi z vidika razumevanja, zakaj sta resnična podoba žensk in njihova zastopanost v medijih pomembna. Vse razlage pojmov so citirane iz slovarja izrazov o enakosti žensk in moških z naslovom *Sto besed za enakost*, ki ga je leta 2007 izdal vladni Urad za enake možnosti (UEM).

Ko govorimo o spolu in podobi spolov, je treba opozoriti na razlikovanje med biološkim in družbenim spolom. **Biološki spol** (ang. *sex*) vključuje »biološke značilnosti, zaradi katerih se človeška bitja delijo na ženske in moške«, medtem ko se pojem **družbeni spol** (ang. *gender*) »nanaša na družbene razlike med ženskami in moškimi. Je družbena manifestacija biološkega spola, določena s konceptom nalog, funkcij in vlog, pripisanih ženskam in moškim v družbi ter v javnem in zasebnem življenju; je kulturno specifična definicija ženskosti in moškosti, zato se v prostoru in času spreminja.« Takšna družbena konstrukcija spola pripomore k izrazitemu razlikovanju med tistim, kar je označeno za »žensko« in tistim, kar je označeno za »moško«. Družbeno konstruirano »ženskost« in »moškost« utemeljujejo in opravičujejo različne prakse, diskurzi in institucije (Benokraitis in Feagin 1995, 16).

Ženske in moški morajo imeti pri svojem delovanju na različnih področjih **enake možnosti**, kar pomeni »odsotnost ovir za ekonomsko, politično in družbeno sodelovanje, ki bi temeljile na spolu«, ter morajo biti pri tem **enako obravnavni**, kar pomeni, da je potrebno »zagotavljanje odsotnosti diskriminacije glede na spol, tako neposredne kot posredne«. **Enakost spolov** je stanje, ko ženske in moški uživajo enake pravice in možnosti, in sicer tako, da se ravnanje, težnje, želje in potrebe žensk in moških vrednotijo enako ter se jim daje enak pomen. Nasprotje enakosti spolov ni razlika med spoloma, ampak **neenakost spolov** (Quinn 2009, 69).

Neposredna ali **odkrita diskriminacija zaradi spola** pomeni, da »se ena oseba zaradi spola obravnava manj ugodno, kakor se obravnava, se je obravnavala ali bi se obravnavala oseba drugega spola v primerljivi situaciji«. Nijole V. Benokraitis in Joe R. Feagin (1995, 39) pravita, da je takšno obravnavanje običajno namerno, precej očitno in ga je zato mogoče tudi lažje prepoznati. V omenjeno obliko diskriminacije spada nadlegovanje zaradi spola, seksističen diskurz in seksistične šale, fizično nasilje (na primer posilstvo, incest) ter druge oblike neenakega obravnavanja na področju zaposlovanja, politike, vere, prava, družine in podobnih področjih. **Posredna** ali **prikrita diskriminacija zaradi spola** pa se pojavi, »kadar bi bile zaradi navidezno nevtralnega predpisa, merila ali prakse osebe enega spola v posebej neugodnem položaju v primerjavi z osebami drugega spola, razen če ta predpis, merilo ali praksa objektivno temelji na zakonitem cilju in so sredstva za doseganje tega cilja ustrezna in potrebna«. Po besedah Nijole V. Benokraitis in Joe R. Feagin (1995, 42) gre pri tej obliki diskriminacije zaradi spola za škodljivo obravnavanje žensk, ki je prikrito, namerno in pogosto tudi zlonamerno, največji problem pa je, da je težje dokazljivo. Prikrita diskriminacija zaradi spola se nanaša na moške in njihov odnos do žensk, pri čemer prvi skušajo doseči neuspeh žensk. Nijole V. Benokraitis in Joe R. Feagin (1995, 41) govorita tudi o subtilni diskriminaciji zaradi spola. **Subtilna diskriminacija** zaradi spola se nanaša na neenako in škodljivo obravnavanje žensk, ki je sicer manj vidno in očitno kot odkrita diskriminacija zaradi spola. Veliko ljudi ponotranji seksistično obnašanje kot normalno oziroma naravno, zato je ta oblika diskriminacije pogosto prezrta. Avtorja pravita, da veliko moških in tudi žensk v sebi čuti, da ženske resnično niso tako dobre, sposobne, kompetentne in inteligentne kot moški, še posebej na področjih, »rezerviranih« za moške. Diskriminacijo štejemo za nespoštovanje načela enakega obravnavanja, kar je ena od najbolj osnovnih zahtev demokratične družbe. **Načelo nediskriminacije** je osnova za vzpodbujanje enakosti spolov (Neubauer 2003, 10).

Ukrepe, ki zagotavljajo enakost spolov, imenujemo **pozitivna diskriminacija**, kamor spadajo tudi kvote. **Kvota** je »določeno razmerje ali delež mest, sedežev ali virov, ki naj ga zapolni ali se dodeli posebni skupini, običajno z določenimi pravili ali kriteriji, katerih cilje je poprava prejšnjega nesorazmerja, po navadi na položajih odločanja ali pri dostopu do možnosti usposabljanja ali delovnih mest«. Kvote so pomemben ukrep na področju zaposlovanja, ko govorimo o segregaciji delovnih mest / zaposlovanja, kar pomeni koncentracijo »žensk in moških v različnih vrstah in na različnih ravneh dejavnosti in zaposlovanja /.../«. Pri tem je potrebno ločiti med horizontalno in vertikalno segregacijo. **Horizontalna segregacija** pomeni

koncentracijo »žensk in moških v določenih sektorjih in poklicih«, **vertikalna segregacija** pa koncentracijo »žensk in moških na določenih funkcijah, ravneh odgovornosti in položajih«. Za **desegregacijo trga delovne sile** je nujno sprejemanje politik, »katerih cilj je zmanjševanje ali odprava segregacije (vertikalne ali horizontalne) na trgu delovne sile«. Ženske se na delovnih mestih pogosto srečujejo tudi s problemom t. i. **steklenega stropa** (ang. *glass ceiling*), pojasnjeno kot »nevidna pregrada za nadaljnje napredovanje, ki izvira iz zapletenih sklopov struktur v organizacijah ter ženskam onemogoča zasesti odgovorne položaje«. Da lahko govorimo o **enakosti spolov**, je nujna »enaka prepoznavnost, moč in udeležba obeh spolov na področjih javnega in zasebnega življenja. Enakost spolov je nasprotje neenakosti in ne različnosti spolov, in skuša vzpodbuditi polno sodelovanje žensk in moških v družbi. Pomeni sprejemanje in enako vrednotenje razlik med ženskami in moškimi ter njihovih različnih vlog, ki jih imajo v družbi«. Pri tem omenjenega pojma ne smemo zamenjati z **enakopravnostjo spolov**, ki pomeni »pravno enakost (*de iure* enakost)«.

Podoba spolov vključuje tudi **stereotype** in **predsodke**. Prvi so med najbolj trdovratnimi vzroki za neenakost žensk in moških (European Institute for Gender Equality 2010, 19). Pojma stereotip in predsodek sta si sicer podobna, vendar je razlikovanje med njima nujno. Mirjana Nastran Ule (1994, 103) pravi, da o stereotipih govorimo takrat, ko neke sodbe temeljijo na kognitivni komponenti, torej na nepreverjenih dejstvih ali govoricah. Pojem stereotipa je v socialno psihologijo uvedel Walter Lippman, ki pravi, da je stereotip rezultat sklepanja na osnovi omejenih informacij ter potrebe po poenostavitvi kompleksnosti pojavov in dogajanj (Nastran Ule 1994, 103). Michael Pickering (2001, 48) pravi, da ima stereotip funkcijo družbene kontrole. Stereotipi pa prav tako delujejo kot sredstvo vrednotenja drugih ljudi ali kultur, in sicer z določene in prednostne perspektive (Pickering 2001, 70). Teresa Walas (1995, 14–15) navede nekaj osnovnih značilnosti stereotipov. Stereotipi so po Teresi Walas splošne reprezentacije družbenih pojavov, ki so rezultat tradicij in so pomemben vključevalni element družbe, z velikim čustvenim nabojem in popolnoma v nasprotju z realnostjo ali delno v zvezi z realnostjo. Prav tako so stereotipi sodbe (negativne ali pozitivne), ki so izjemno stabilne skozi dolga obdobja. Kot pravi Mirjana Nastran Ule (1994, 103) so stereotipi predstopnja predsodkov. Temelj predsodkov pa je polarizacija, torej maksimiziranje razlik med razredi objektov. Predsodki so procesi socialne kategorizacije, pri čemer gre za sprejemanje informacij o socialnih stanjih stvari ter predelavo le teh tako, da pri tem poudarimo določene značilnosti socialnih stanj in te značilnosti posplošimo v stereotipne predstave in sodbe (Nastran Ule 1994, 105). Dorotea Verša (1996, 10) ugotavlja, da so spolni

stereotipi togi in globoko zasidrani v sistem družbenih vrednot. Stereotipnost pojmovanja družbenih vlog ženske in moškega pa se v Sloveniji kaže kot tradicionalna, patriarhalna delitev spolnih vlog. Stereotipi veljajo za nespremenljive, rigidne, izkrivljene predstave, ki ne upoštevajo individualnih razlik in družbenih sprememb in ob tem odražajo in spodbujajo družbene predsodke. S prekrivanjem dejanskih razlik med posameznicami in posamezniki, s spreminjanjem kompleksnih informacij v preproste, z žrtvovanjem resnice za sprejemljivo, približno predstavo, se ohranja omejena sposobnost predelovanja informacij. Prav zaradi te »koristnosti« je stereotipiziranje nenatančno, rigidno, nesprejemljivo, čezmerno poenostavljanje in posploševanje, ki ne upošteva stvarnih dejstev (Oakes, Haslam in Turner v Nastran Ule 1999, 62–3). Kljub temu, da so stereotipi odporni na spremembe, pa je predstava o stereotipih kot nespremenljivih, togih sodbah, napačna (Ule 2009, 183). Penelope J. Oakes, Alexander S. Haslam in John C. Turner (v Nastran Ule 1999, 68–9) pravijo, da so stereotipi gibljivi in variabilni, spreminjajo pa se ustrezno s socialnim kontekstom. Stereotipi se spreminjajo v pomembnih razsežnostih, ko se spreminjajo medskupinski odnosi. Ta fenomen, kot pravi Mirjana Ule (2009, 184) raziskovalci imenujejo »hipoteza stika«. Srečanje s pripadnicami in pripadniki različnih skupin povzroči redukcijo stereotipov. Če pa se medskupinski odnosi ne spreminjajo, potem ostanejo tudi stereotipi nespremenjeni (Oakes, Haslam in Turner v Nastran Ule 1999, 69). Majda Hrženjak in Renata Šribar (2004, 4) pravita, da »vsako označevanje osebe, skupine ali skupnosti glede na predpostavljene spolne karakteristike pomeni utrjevanje in širjenje stereotipov in zato tudi omejevanje osebostnega in družbenega potenciala prizadetih«. Barbi Pilvre (v Gortnar 2008, 131) opozarja, da je produkcija podobe spolov v medijih pogojena s stalnim ponavljanjem določenih tekstualnih in vizualnih podob in stereotipov, pri čemer je podoba žensk bolj skrčena kot je v realnosti, saj se ženske v medijih povezuje predvsem z zasebno sfero.

John J. Macinois (v Taylor 2009, 11) je na podlagi spola razdelil tradicionalne stereotipe v dve skupini. Ženska naj bi bila, glede na **tradicionalne spolne stereotipe**, podrejena, odvisna, neinteligentna, čustvena, dovzetna, intuitivna, šibka, plašna, pasivna, kooperativna, občutljiva, spolni objekt ter privlačna zaradi fizičnega videza. Po drugi strani pa naj bi bil moški, glede na tradicionalne spolne stereotipe, dominanten, neodvisen, inteligenten, racionalen, samozavesten, analitičen, močan, pogumen, ambiciozen, aktiven, tekmovalen, neobčutljiv, spolno agresiven ter privlačen zaradi svojih dosežkov. Kot pravi Mirjana Ule (2009, 230) so tipično ženske lastnosti večkrat ocenjene z negativno konotacijo. Zaradi tega ženske tudi pogosteje razvijejo nizko samopodobo. Raziskave o spolnih razlikah v 70ih letih prejšnjega

stoletja so pokazale, da ženske sebi pripisujejo celo več negativnih lastnosti, kot jim jih pripisujejo moški (Ule 2009, 230).

Na tej točki je nujno omeniti tudi konstrukt tako imenovanih **ženskih tem**. Obravnavanje tematike s področja družine, sociale, vzgoje, prostitucije, nasilja v družini, usklajevanja poklicnega in družinskega življenja, politične participacije žensk in podobno na način, kot da gre predvsem za ženske teme, utrjuje tradicionalno in stereotipno podobo žensk, pri čemer se omejuje na zasebno sfero, materinstvo, emocionalnost in spolnost (Majda Hrženjak in Renata Šribar 2004, 5). Prikazovanje omenjenih vsebin kot izrazito ženskih tem ima negativne posledice tako za ženske kot za moške. Takšno prikazovanje ženske namreč stereotipizira in viktimizira, stereotipizira pa tudi moške. Na primer ženska kot žrtev nasilja v družini in moški kot nasilen, ali pa ženska kot prostitutka ter moški kot zvodnik in stranka. Takšno prikazovanje negativno vpliva tudi na moške, saj jih izključuje iz pomembnih področij življenja in iz problematik, ki jih zadevajo (na primer vključevanje očetov v skrb za otroke, nasilje nad moškimi v družini in podobno). Poleg tega samo definiranje vsebine kot ženske teme pogosto razvrednoti pomen in težo problematike ter vodi v poenostavljanje zapletenih vprašanj in problemov, ki so omenjeni zgoraj (Hrženjak in Šribar 2004, 6). Če se ženskam dodeljujejo ženske teme, pa naj bi bili moški dejavni predvsem pri »udarnih« temah s področja zunanje in notranje politike, ekonomije, vojne in terorizma ter športa (Hrženjak in Šribar 2004, 5). Očitna je torej skladnost že omenjenih tradicionalnih spolnih stereotipov / lastnosti ter delitev tem na »ženske« in »moške«.

V medijih je pogosto mogoče zaslediti tudi **seksistično rabo jezika** oziroma **seksističen diskurz**. Diskurzov je sicer več in vsak ima svojo terminologijo, določen žargon, način reprezentacije idej, logiko, predpostavke in argumentacije. Diskurzi so lahko vključevalni in izključevalni. Določajo namreč, kaj in kako se sme oziroma ne sme reči, razmišljati ali storiti glede določenega pojava. Diskurzi pa niso sestavljeni le iz jezika, ampak iz določenih institucionalnih in organizacijskih praks (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 17–18). Norman Fairclough in Ruth Wodak (v Erjavec in Poler Kovačič 2007, 24) pravita, da ima diskurzivna praksa lahko pomembne ideološke posledice, saj lahko pomaga pri produkciji in reprodukciji neenakih odnosov moči med ženskami in moškimi, in sicer na podlagi načinov reprezentacije stvari in pozicioniranja ljudi (na primer seksističen diskurz). Roman Kuhar (2003, 14) dodaja, da diskurz združuje tiste izjave, ki imajo pomen, moč in posledice znotraj družbenega konteksta. Igor Ž. Žagar in Mirjam Milharčič Hladnik (v Kozmik in Jeram 1995, 7–8) pravita,

da gre pri seksistični rabi jezika za sistematično rabo (moške) slovnične oblike namesto in na mestu ženske, ter zapostavljanje, zamolčevanje oziroma ne omenjanje žensk v korist moških. V seksistično rabo jezika spada tudi (že omenjena) uporaba žaljivih stereotipov in prisposodob. Takšna seksistična jezikovna praksa ženske postavlja na rob družbe in hkrati poudarja prevlado moških. Posplošena uporaba moškega spola za označevanje ljudi obeh spolov ovira vzpostavitev enakosti žensk in moških, saj zamolčuje obstoj polovice človeštva in formalno enakopravnost med spoloma. Odpravljanje seksistične rabe jezike pomeni odstranjevanje socialno-kulturnih vzorcev, v katerih je enemu spolu priznana večja vrednost kot drugemu. Pomeni odpravljanje najbolj samoumevne in neopazne diskriminacije, ki ženski spol podreja moškemu.

4.2 Teorija o moškosrediščni ali androcentrični kulturi

Kot je bilo že uvodoma povedano, seksizem v svojem bistvu zajema »celoto prepričanj, stališč, vzorcev delovanj in praktičnih vsakdanjih delovanj, ki temeljijo strogem ločevanju dejavnosti po spolu ter podeljujejo posameznikom posebne neenake lastnosti glede na spol« (Jogan 2001, 1). Ker so tiste vloge in privilegiji, ki so pripisani ženskam, skoraj vedno podrejeni tistim, ki so pripisani moškim, ima seksizem osrednjo vlogo pri udejanjanju in upravičevanju zatiranja žensk (Forbes in drugi 2007, 266–7). Kot pravi Maca Jogan (2001, 1) je (bila) delitev dela in osebnostnih lastnosti po spolu strogo zamejena, utrjevana in nadzorovana tako, da je bil moškim dodeljen hierarhično višji položaj v javni sferi ter hkrati tudi hierarhično višje mesto v zasebni sferi. Ženska naj bi bila »po naravi« mati, gospodinja in prenašalka (spolno neenakih) vzgojnih vzorcev. Takšna kultura, kot pravi Maca Jogan (2001, 1), je moškosrediščna ali androcentrična in je prežemala vse sfere človeškega delovanja ter bila hkrati neločljiva sestavina strukture družbe oziroma njenega institucionalnega reda. Nadoblast moža in očeta ni bila samo zapovedana v naši kulturi, ampak je bila tudi z vsemi razpoložljivimi sredstvi družbenega nadzora in prisile stalno praktično vzdrževana. Z vsemi sredstvi se je obnavljala ženska »prava narava«, torej krotkost, ponižnost, discipliniranost, molčečnost, potrpežljivost, vdanost v usodo in podobno. Določevanje takšne moralne države žensk ni omogočalo le nemoteno izvajanje moškega v družini (Jogan 1990, 8), ampak je bila hierarhija ustvarjena celostno, in sicer od mikro (partnerski odnosi in družina) do makro ravni (globalna struktura družbe) z medsebojnim nujnim pogojevanjem (Jogan 1990, 69). V androcentrični tradiciji je vloga ženske definirana kot »dekla gospodova«, kar pomeni, da

mora biti ženska podrejena, skromna, altruistična, ponižna, prijazna, potrpežljiva, dobra mati, žena in gospodinja (Jogan 1990, 63), v časih »gverilskega« oplaševanja pa tudi lepa lutka, ki pomaga prodajati nove proizvode (Jogan 2001, 41). Nasprotno pa je vloga moškega hladna, racionalna in aktivna (Jogan 1990, 63). Strogo bipolarno definiranje in diferenciranje spolov ter nujno hierarhično povezovanje se kažejo kot brezpogojno vzpostavljanje in ohranjanje odnosov gospodovanja in asimetrične razporeditve dobrin, kot so moč, bogastvo in ugled, na vseh ravneh človeškega delovanja. Tiste definicije moškosti in ženskosti, ki se jih v sodobnosti označuje za stereotipne, niso niti najmanj »naravne«, sploh pa ne naključne. K samoumevnosti večkratne hierarhične delitve (po spolu in socialnem statusu) in njune povezanosti je sistematično prispeval tudi uveljavljen androcentrično usmerjen tisk, o katerem bo več govora v nadaljevanju (Jogan 2001, 34–5).

Da pa vse ni ostalo le pri tisku nam sporočajo tudi ugotovitve na področju drugih medijev, še posebej televizije, ki je eden izmed najbolj spremljanih medijev (Jogan 2001, 35). Androcentrična usmerjenost ni vidna le v oglasnih sporočilih, ampak tudi v drugih zvrsteh sporočanja. S ponujanjem enodimenzionalne podobe ženske in moškega množični mediji prispevajo k reproduciranju drugorazrednosti družbenega položaja žensk ter spodbujajo hierarhijo med spoloma (Jogan 2001, 47). Čeprav je v sodobnosti vrsta zunanjih izrazov moškosrediščne kulture manj vidnih ali jih več ni, Maca Jogan (2001, 1) pravi, da androcentrizem še zdaleč ni izkoreninjen. Androcentrizem je v svoji rutiniziranosti namreč izredno trdovraten, kompleksen in vseprežemajoč (Jogan 2007, 3). Avtorica (2001, 199) pravi, da ob koncu 20. in začetku 21. stoletja lahko govorimo le o začetni stopnji erozije te vrste seksizma. Erozija pa ni posledice »naravne« evolucije ali samodejnega moralnega spreobračanje nosilcev prednostnih položajev, ampak je plod dolgotrajnega in naporenega organiziranega delovanja pripadnic podrejenega spola (Jogan 2007, 3).

4.3 Teorije in lestvice za merjenje seksizma

4.3.1 Lestvica za merjenje odnosa do žensk (ang. *Attitudes toward Women Scale – AWS*) in Lestvica za merjenje stopnje sovražnosti do žensk (ang. *Hostility toward Women Scale – TWS*)

Eden izmed glavnih napredkov pri razumevanju seksizma se je pojavil leta 1972, in sicer s predstavitvijo lestvice za merjenje odnosa do žensk (ang. *Attitudes toward Women Scale*, v nadaljevanju AWS), ki meri odnos do ženskih pravic in ženskih vlog (Glick v Forbes in drugi

2007, 267) in kot dodaja Peter Glick (1997, 122), točke na lestvici odražajo stopnjo bodisi liberalnih bodisi tradicionalnih pogledov osebe na te odnose. AWS je kmalu postala eno izmed najbolj pogosto uporabljenih orodij za merjenje seksističnih odnosov do žensk. Družbene spremembe, spoznanje, da je seksizem večdimenzionalen, in časovna distanca so pripeljale do spoznanja, da je AWS zastarelo in pomanjkljivo merilo. Kljub temu je AWS spodbudil nova raziskovanja na področju seksizma, ki so vpeljala nove in pomembne poglede v naravo seksizma ter razvoj novih, bolj dodelanih meril (Forbes in drugi 2007, 267). Merilo za merjenje sovražnosti in seksizma je tudi 10-delna lestvica za merjenje stopnje sovražnosti do žensk (ang. *Hostility toward Women Scale*, v nadaljevanju HTWS), ki zagotavlja relativno jasno meritev sovraštva do žensk, saj ne vsebuje opisov določenih vlog, vedenj ali privilegijev za ženske (Forbes in drugi 2007, 268). Definicije seksizma v splošnem poudarjajo dve sestavini seksizma, in sicer sovražnost do žensk (sovražna čustva) in odobravanje tradicionalnih spolnih vlog (omejevanje ženskega vedenja tako, da ustreza družbenim merilom in omejevanje ženskih vlog na tiste z nižjim statusom in manjšim vplivom, v primerjavi z moškimi). Že omenjena AWS je temeljila na enakem konceptu, pri čemer je ocenjevala sovražne pojave tradicionalnih pogledov na ženske (Glick in Fiske 1997, 119–20).

4.3.2 Teorija ambivalentnega / protislovnega seksizma

Teorija ambivalentnega / protislovnega seksizma (ang. *Ambivalent Sexism Theory*), katere avtorja sta Susan T. Fiske in Peter Glick, razlikuje med dvema vrstama seksizma, in sicer zlonamernim (ang. *hostile*) seksizmom in dobronamernim (ang. *benevolent*) seksizmom. Poudariti je potrebno, da besedna zveza »dobronamerni seksizem« ne pomeni pozitivne diskriminacije.

Čeprav je dolgo časa veljalo, da je tradicionalen odnos do ženskih vlog povezan s sovražnostjo, Peter Glick in Susan T. Fiske (1997, 120) pravita, da zadnje raziskave kažejo, da je ta domneva zavajajoča, saj je tradicionalen odnos povezan tako z zelo negativnim kot tudi zelo pozitivnim vrednotenjem žensk. Peter Glick in Susan T. Fiske (1997, 120) sta zato predlagala novo pojmovanje narave in meritev seksizma, ki se zaveda, da je seksizem v sami osnovi protisloven. Peter Glick in Susan T. Fiske izhajata iz domneve, da seksizem vsebuje tako subjektivno dobronamerna kot tudi zlonamerna čustva do žensk. Avtorica in avtor (1997, 121) ambivalentno teorijo seksizma pojasnita na primeru spolne reprodukcije. Spolna reprodukcija zahteva odvisnost moških od žensk, in sicer žensk kot žena, mater in

romantičnih objektov. Ker moški »ne morejo« živeti brez žensk, na njih ne gledajo izključno s sovražnega vidika. Kljub temu, da želi veliko moških izključiti ženske iz določenih aktivnosti in vlog, redki moški (tudi najbolj zlonamerni seksisti) želijo ženske popolnoma izključiti iz svojih življenj. Za razlikovanje med zlonamernim in dobronamernim seksizmom sta Peter Glick in Susan T. Fiske (1997, 124) na podlagi ambivalentne teorije seksizma sestavila novo merilo in ga poimenovala inventar ambivalentnega seksizma (ang. *Ambivalent Sexism Inventory*, v nadaljevanju ASI). Največja prednost ASI pred ostalimi merili je predvsem v tem, da je s pomočjo te lestvice mogoče razlikovati obe obliki seksizma med seboj. Celo v primerih, ko sta obliki povezani, se lahko lestvico statistično razdeli, da dobimo čiste meritve za vsako izmed oblik (Glick in Fiske 1997, 127–8). ASI je 22-delno merilo samoporočanja, ki je sestavljeno iz dveh 11-delnih lestvic (11 trditev), in sicer ene za zlonamerni seksizem (ang. *Hostile Sexism Scale*, v nadaljevanju ASI-H) in druge za dobronamerni seksizem (ang. *Benevolent Sexism Scale*, v nadaljevanju ASI-B). Primera trditev, ki sta vključena v ASI-H, sta naslednja: »Večina žensk sploh ne ceni, kaj vse moški naredijo za njih« in »Večina žensk interpretira nedolžne opazke ali dejanja kot seksistična«. Primera trditev, ki sta vključena v ASI-B, pa sta: »V primeru nesreče bi morale biti ženske rešene pred moškimi« in »Dobra ženska bi morala biti postavljena na piedestal, poleg svojega moškega« (Forbes in drugi 2007, 268). ASI torej obsega 22 trditev, vsaka izmed njih ima 6 možnih odgovorov (0 pomeni sploh se ne strinjam in 5 zelo se strinjam) ter tudi svoje točkovanje, glede na odgovor. Na podlagi povprečja točk posameznih delov se ugotovi, ali je oseba bolj nagnjena k zlonamernemu ali dobronamernemu seksizmu. ASI-H in ASI-B pa vsebujeta še dodatne tri dele, ki so oblikovani za merjenje odnosov moških do žensk, in sicer glede na moč (gospodovalno in zaščitniško pokroviteljstvo), spolno razlikovanje (tekmovalno in dopolnilno spolno razlikovanje) in heteroseksualnost (heteroseksualno sovraštvo in intimna heteroseksualnost). Kot razlagata Peter Glick in Susan T. Fiske (v Fischer 2006, 410) je zaščitniško pokroviteljstvo ideja, da ženske potrebujejo in si zaslužijo zaščito s strani moškega, saj imajo moški večjo oblast, moč in so tudi fizično močnejši. Zaščitništvo je najbolj močno še posebej do tistih žensk, od katerih so moški odvisni ali pa imajo občutek lastništva nad njimi – na primer žene, mame, hčere (Glick in Fiske 1997, 122). Pri gospodovalnem pokroviteljstvu pa prevladuje prepričanje, da morajo biti ženske nadzirane s strani moških, saj so same brez moči (Glick in Fiske 1997, 121). Dopolnilno spolno razlikovanje temelji na prepričanju, da se ženske razlikujejo od moških, vendar v pozitivnem smislu (na primer ženske so bolj »čiste«, nedolžne in imajo bolj razvit čut za moralno). To so predvsem ženske, od katerih so moški odvisni (na primer žene in matere). Tekmovalno spolno razlikovanje pa predstavlja negativno

stran te ideologije. Na podlagi negativnih stereotipov o ženskah so si moški uspeli pridobiti samozavest, saj verjamejo, da so boljši od druge polovice populacije. Stereotipi so pogosta strategija skupin, ki se samopoveščujejo na podlagi škodljivih prepričanjih o drugih. Heteroseksualna sovražnost predstavlja pogled na žensko zgolj kot na seksualni objekt ter kot strah, da bo ženska svojo seksualno privlačnost izkoristila za pridobitev nadzora nad moškimi. Na drugi strani pa je intimna heteroseksualnost romantična ideja, da moški potrebuje žensko, in sicer kot romantično partnerico, saj je le z njo lahko popoln (Glick in Fiske 1997, 122).

4.3.2.1 Učinek zlonamernega in dobronamernega seksizma

Zlonamerni in dobronamerni seksizem sestavljata dvojni ideologiji, ki služita ohranjanju in upravičevanju na spolu temelječih družbenih hierarhij (Sibley in Wilson 2004, 687). Teorija ambivalentnega seksizma predpostavlja, da zlonamerni in dobronamerni seksizem sestavljata celoten ideološki sistem, ki zagovarja, opravičuje in ohranja višji status in večjo moč moških v družbi, in sicer tako, da poudarja subjektivno pozitivne (dobronamerni seksizem) in subjektivno negativne (zlonamerni seksizem) ocene žensk, glede na njihovo družbeno vlogo (Sibley, Overall in Duckitt 2007, 743). Glede na negativen odnos, ki ga vsebuje zlonamerni seksizem, ne preseneča, da ta ideologija predpostavlja spolno neenakost na nacionalni ravni (Glick v Sibley, Overall in Duckitt 2007, 743). Tudi dobronamerni seksizem prispeva k ohranjanju stabilnega sistema spolne neenakosti, in sicer tako, da idealizira in uteleša ženske, ki se prilagajajo določenim spolnim vlogam. Učinkovitost dobronamernega seksizma, kot ideologije sistema upravičevanja (ang. *system-justifying ideology*), ki ohranja spolno neenakost, je predvsem v tem, da se ta oblika seksizma dojema kot subjektivno pozitivna ter da jo izvajajo ne le moški, ampak tudi veliko število žensk. Posledično to obliko seksizma odobravata oba spola (Sibley, Overall in Duckitt 2007, 743).

4.3.2.2 Zlonamerni seksizem (ang. *Hostile sexism*)

Zlonamerni seksizem je očiten, negativen in omejujoč predsodek o ženskah (Fischer 2006, 410). Zlonamerni seksizem Peter Glick (v Sibley, Overall in Duckitt 2007, 743) označi kot sovražstvo, odpor, izjemno nenaklonjenost do žensk, ki izzivajo moško moč, in sicer neposredno (na primer feministke). Zlonamerni seksizem zagovarja patriarhat, vsiljuje stroge omejitve glede ženskih vlog in se trudi očrniti ženske (Glick in Fiske v Forbes in drugi 2007, 267). Definiran je tudi kot sovražen pogled na odnose med spoloma, pri čemer se ženske

dojema kot da želijo imeti nadzor nad moškimi, in sicer s pomočjo seksualnosti ali pa (kot že omenjeno) feministične ideologije (Glick in Fiske v Sibley in Wilson 2004, 687). Zlonamerni seksizem stremi k upravičevanju moške moči, tradicionalnih spolnih vlog in moškega izkoriščanja žensk kot spolnih objektov in vse to na podlagi poniževalnih oznak žensk (Glick in Fiske 1997, 121). Sibley in Wilson (2004, 688) dodajata, da zlonamerni seksizem izraža subjektivno negativen in agresiven odnos do žensk, saj naj bi te tekmovali z moškimi in so zato grožnja družbeni hierarhiji.

4.3.2.3 Dobronamerni seksizem (ang. *Benevolent sexism*)

Nasprotno pa dobronamerni seksizem temelji na bolj prijaznih in vljudnih upravičevanjih moške nadvlade in pripisovanju spolnih vlog, pri čemer gre za priznavanje odvisnosti moških od žensk ter romantično opisovanje seksualnih odnosov z ženskami (Glick in Fiske 1997, 121). Dobronamerni seksizem je definiran kot odnos do žensk, ki je seksističen v smislu gledanja na ženske stereotipno ter v omejenih vlogah, pri čemer so čustva ali prizvok pozitivna za prejemnico (Sibley in Wilson 2004, 687). Peter Glick in Susan T. Fiske (1997, 121) pa opozarjata, da so takšni odnosi subjektivno pozitivni za seksiste, saj vsebujejo zaščitniška in ljubezenska čustva do žensk. Trditev pojasnita z naslednjim primerom: prostovoljna pomoč moškega lahko v ženski vzbudi domnevo, da je on bolj sposoben od nje. Moški se te seksistične domene lahko tudi ne zaveda in je lahko presenečen in prizadet, ko ženska njegovo dejanje obsodi za pokroviteljsko in zavrne njegovo pomoč. Dobronamerni seksizem namreč temelji na prepričanju, da je žensko potrebno zaščititi, kar se sicer zdi kot skrb, vendar vključuje tudi prepričanje, da je ženska šibka in s tem krepi obstoj moške nadvlade (Fischer 2006, 410). Dobronamerni seksizem razoroži ženski upor do moške nadvlade z obljubo, da bo moška moč uporabljena v korist žensk, vendar le v primeru, če bodo zaščitile višji status moškega zaščitnika. Tovrstna oblika seksizma prispeva k ohranjanju spolne neenakosti z upravičevanjem nenaklonjenosti in očrnitve žensk, ki se ne želijo prilagoditi vnaprej določenim vlogam in lahko neposredno tekmujejo z moškimi za status in vire. Na ta način dobronamerni seksizem upravičuje zlonamernega (Sibley, Overall in Duckitt 2007, 743).

4.3.2.4 Podobe žensk pri obeh vrstah seksizma

Zlonamerni in dobronamerni seksizem imata na podlagi izoblikovanih vlog tudi točno določeni podobi ženske, in sicer dva nasprotujoča si podtipa ženske. Negativna podoba ženske je, kot jo med drugim poimenuje Glick (v Sibley in Wilson 2004, 688), tako imenovana *seksi ženska*. Vendar pa Chris G. Sibley in Marc Stewart Wilson (2004, 688) opozarjata, da je takšno oznako potrebno pazljivo interpretirati, in sicer zaradi dvoumnosti tega izraza, saj bi se lahko hitro zmotili pri razlikovanju med pozitivnimi in negativnimi seksualnimi podtipi žensk. Potrebno je torej predpostavljati, da določeni ženski podtip aktivira zlonamerni ali dobronamerni seksizem, nikoli pa obeh (Glick v Sibley in Wilson 2004, 688). Glick (v Sibley in Wilson 2004, 688) je v eni izmed svojih raziskav predlagal, da se ženske podtype lahko razlikuje na podlagi zaznane seksualnosti. Dvojnost med pozitivnimi in negativnimi seksualnimi podtipi žensk je bila prikazana na različne načine. Carol Tavris in Carole Wade (v Sibley in Wilson 2004, 688) sta se navezovala na dvojnost device in vlačuge, pri čemer je prva povzdignjena na pedestal, druga pa zavržena v obcestni jarek. Devica je nedolžna, seksualno čista, moralna v nasprotju z vlačugo, ki zapeljuje, seksualno draži, se spogleduje. Anna R. Fischer (2006, 410) dvojnost podobe ženske vidi predvsem na podlagi tradicionalnih prepričanj o spolnih vlogah. Tradicionalna ženska je gospodinja, seksualno čista, medtem ko je ne-tradicionalna ženska karieristka, tudi feministka, ki izziva tradicionalne spolne vloge in je brez omejitev, kar zadeva seksualnost. Jackman (v Glick in Fiske 1997, 129) dvojnost pojasni tudi na primeru korenčka in palice. Dobronamerni seksizem predstavlja korenček, torej nagrado v obliki pozitivnih čustev, pozitivne podobe in zaščite, ki jo moški nudi ženski za sprejemanje tradicionalnih vlog. Na drugi strani pa zlonamerni seksizem predstavlja palico, in sicer v obliki sovraštva do tistih žensk, ki zavračajo tradicionalne vloge, da bi tistim moškim, ki želijo ženske postaviti na določena mesta, odvzele tradicionalne moške vloge.

4.3.2.5 Odnos med zlonamernim in dobronamernim seksizmom

Peter Glick in Susan T. Fiske sta preučevala tudi odnos med zlonamernim in dobronamernim seksizmom in prišla do ugotovitve, da imata obe vrsti seksizma lahko pozitivno povezanost pri eni skupini ljudi in negativno pri drugi. Odnosi žensk in mlajših moških naj bi bili pretežno odvisni od ideologije, v kateri so bili socializirani, torej v tradicionalno seksistični ali egalitarni, enakopravni ideologiji. Otroci, ki so bili vzgajani v okolju, ki upravičuje

tradicionalne vloge, so bolj nagnjeni k sprejemanju zlonamernega in dobronamernega seksizma, medtem ko sta pri otrocih, vzgojenih v egalitarnem okolju, obe obliki seksizma povsem neprimerni. Pri starejših osebah je povezanost med obema oblikama seksizma negativna. Avtorica in avtor negativno povezanost pojasnjujeta z izkušnjami starejših moških z ženskami. Nekatere izkušnje lahko vplivajo na nagnjenost k zlonamernemu seksizmu (na primer izguba podpore ženske), spet druge na nagnjenost k dobronamernemu seksizmu (na primer imeti hčerko). Starejši moški si ustvarijo mnenja glede na pretekle negativne, pozitivne ali mešane izkušnje z ženskami. Njihovi odnosi do žensk se lahko zelo razlikujejo, saj so odvisni od izkušenj. Moški, ki imajo bolj nezadovoljive odnose z ženskami, lahko postanejo čisti zlonamerni seksisti. Na drugi strani pa moški, ki imajo bolj zadovoljive izkušnje z žensko, lahko sčasoma postanejo bolj dobronamerno pokroviteljski, zaščitniški, imajo več moči in denarnih sredstev. To razlikovanje nam lahko pojasni nepovezanost med zlonamernim in dobronamernim seksizmom (Glick in Fiske 1997, 125–6).

4.3.3 Raziskave s področja seksizma

Od nastanka teorije ambivalentnega seksizma so bile na tem področju narejene številne raziskave. Glick (v Sibley, Overall in Duckitt 2007, 744) povzema, da raziskave kažejo na to, da zlonamerni in dobronamerni seksizem oblikujeta usklajen ideološki sistem, ki podpira in ohranja spolno neenakost. Na eni strani dobronamerni seksizem idealizira in obljublja nagrado (na primer varnost, skrb) ženskam, ki se prilagajajo določenim spolnim vlogam. Na podlagi te teorije je Adam Abrams (v Sibley, Overall in Duckitt 2007, 744) prikazal, da so posamezniki, ki imajo visoko stopnjo dobronamernega seksizma, nagnjeni k pripisovanju povečane odgovornosti in krivde žrtvi posilstva (ženskega spola) v primeru, da je bilo obnašanje žrtve razumljeno kot neprimerno (na primer, da je žrtev poljubila storilca isti večer pred posilstvom). Na drugi strani pa zlonamerni seksizem grozi s kaznovanjem žensk, ki predstavljajo konkurenco moškim in grožnjo družbeni hierarhiji. V skladu s teorijo sistema upravičevanja in teorijo družbene nadvlade so patriarhalni sistemi stabilni takrat, ko sta dobronamerna in zlonamerna ideologija, ki zagotavljata ta sistem, sprejeti tako s strani moških (dominantna skupina) kot tudi s strani žensk (podrejena skupina) v družbi (Sibley, Overall in Duckitt 2007, 744).

Glick (v Sibley, Overall in Duckitt 2007, 744) je prišel do ugotovitve, da v državah, kjer moški izražajo višjo stopnjo zlonamernega seksizma, ženske v večji meri odobravajo

dobronamerni seksizem. V državah, kjer je večja stopnja spolne enakosti (in nižja stopnja seksizma), ženske izkazujejo nižjo stopnjo tako dobronamernega kot tudi zlonamernega seksizma kot moški. Te ugotovitve nakazujejo, da so ženske bolj nagnjene k izkazovanju dobronamernega seksizma v državah z visoko stopnjo spolne neenakosti in visoko stopnjo sovražnega seksizma moških, in sicer zaradi varnosti, ki jo domnevno dobronamerna in zaščitniška ideologija zagotavlja pred bolj sovražnimi in agresivnimi oblikami seksizma. Podobne povezave je preiskovala tudi Ann R. Fischer. Preučevala je hipotezo, da ženske sprejmejo dobronamerni seksistični odnos in ne zlonamernega, kot odgovor na trditev, da imajo moški negativen odnos do žensk. Študija je pokazala, da so ženske, ki jim je bila ta trditev podana, izražale večjo mero dobronamernega seksizma, kot pa tiste ženske, ki jim ta informacija sploh ni bila podana, ali pa jim je bila podana trditev, da imajo moški pozitiven odnos do žensk. Anna R. Fischer je svoje ugotovitve prav tako interpretirala na podlagi predhodne ugotovitve, da ženske sprejmejo dobronamerni seksistični odnos kot samoobrambo pred negativnim odnosom moških do žensk. Ta strategija samoobrambe naj bi dovoljevala nekaterim ženskam, da zaščitijo samopodobo in podobo skupine pred negativnimi odnosi okoli njih (Fischer 2006, 414–15). Peter Glick in Susan T. Fiske (1997, 130) dodajata, da ženske lahko sprejmejo prepričanja dobronamernega seksizma, kot je na primer pogled na nepopolnega moškega, če le ta ni v romantičnem razmerju, v katerem bi ščitil in varoval ženske, tudi na podlagi drugih motivov. Eden izmed njih je tudi ženska, ki predstavlja konkurenco v tekmovanju za moško naklonjenost. Pri moških pa, kot že omenjeno, ta motiv temelji zgolj na prepričanju, da je moški izpopolnjen le v razmerju z žensko, zato do nje goji subjektivno pozitivna čustva, da bo izpolnila njegove potrebe. Pri zlonamernem seksizmu pa so motivi za sovražna prepričanja relevantni tako za moške kot tudi za ženske. Motiv moških temelji predvsem na želji po nadvladi nad ženskami, pri čemer se vidijo kot superiorni in izkoriščajo ženske kot seksualne objekte. Vse naštetu pa spodbuja sovražna čustva do ne-tradicionalnih žensk. Na drugi strani pa so ženske, ki sprejemajo sovražna prepričanja, običajno tradicionalistke, ki imajo sovražen pogled na ne-tradicionalne ženske (feministke, karieristke), ki grozijo z uničenjem priznavanja spolnih vlog, ki pa predstavljajo popolnost identitet tradicionalistk.

Julia C. Becker in Ulrich Wagner (2009, 487) sta v eni izmed raziskav predstavila model spolne identitete (ang. *Gender Identity Model*, v nadaljevanju GIM) ter preučevala stopnjo spolne identifikacije in vsebino identitete v povezavi s sprejemanjem seksističnih prepričanj in kolektivnimi ukrepi. GIM razlikuje med močjo identifikacije in vsebino identitete

(nagnjenost k tradicionalni ali ne-tradicionalni, progresivni spolni vlogi), torej na 4 tipe spolne identitete: tradicionalni identifikatorji, progresivni identifikatorji, tradicionalni ne-identifikatorji in progresivni ne-identifikatorji. Za lažje razumevanje rezultatov raziskave je potrebno bolj podrobno razložiti vsak tip (ne)identifikatorjev posebej. Progresivni identifikatorji so močno identificirani in dajejo prednost progresivnim vlogam. Takšne ženske svojo spolno skupino dojemajo kot nižji družbeni status v primerjavi z moškimi in strmiijo k spremembah v statusnih odnosih. Feministke bi lahko uvrstili v kategorijo progresivno identificiranih žensk. Ženske, ki so močno identificirane in dajejo prednost tradicionalni spolni vlogi v zasebnem življenju, so tradicionalni identifikatorji. Za njih je »biti ženska« najbolj pomembno in raje ostajajo doma kot gospodinje, skrbijo za družinske članice in člane, kot pa da bi ustvarjale kariero. Svojega spola ne dojemajo kot nižjega statusa v primerjavi z moškim spolom in upravičujejo trenutni spolni sistem. Pravzaprav gledajo na ženske kot pozitivno drugačne od moških. Primer takšnih žensk so gospodinje in anti-feministke. Tretji tip so progresivni ne-identifikatorji. Za te ženske »biti ženska« ni bistvenega pomena. Sebe dojemajo kot drugačne od drugih žensk in sprejemajo moške in ne ženskih značilnosti. Takšne ženske zavzemajo mesta predvsem v poklicih, kjer prevladujejo moški. Nekateri avtorji jih označujejo kot matice, ki se ne identificirajo s svojim spolom. Prav tako je mogoče, da gledajo na »neuspešne« ženske kot na manjvredne. Zadnja skupina so tradicionalni ne-identifikatorji, ki ocenjujejo pozicijo »biti ženska« kot nekaj nepomembnega in sočasno sprejmejo tradicionalno spolno vlogo. Takšne ženske podpirajo status quo pri obravnavi spola, pri čemer se ne ocenjujejo niti kot posebej ženstvene in niti možate. Takšne ženske naj bi se bolj poistovetile s svojim možem kot pa s svojim spolom v skupini. Predpostavlja se, da so to predvsem gospodinje, za katere spol (»biti ženska«) nima posebne vloge (Becker in Wagner 2009, 489–90). Rezultati raziskave so pokazali, da močno identificirane ženske z vsebinsko bolj tradicionalno identiteto v večji meri sprejemajo vse oblike seksističnih prepričanj in v večji meri nasprotujejo kolektivnim ukrepom v primerjavi z močno identificiranimi ženskami, ki imajo bolj progresivne vrednote (Becker in Wagner 2009, 495). Močno identificirane ženske z bolj očitno progresivno spolno vlogo so sploh strogo zavračale obe obliki seksizma (Becker in Wagner 2009, 500). V nasprotju pa ima vsebina identitete za šibko identificirane ženske manjši vpliv pri sprejemanju seksističnih prepričanj (Becker in Wagner 2009, 495). Na kratko, ženske nasprotujejo dobronamernemu in zlonamernemu seksizmu, ko so visoko identificirane s kategorijo žensk in imajo istočasno ponotranjeno progresivno vsebino identitete (Becker in Wagner 2009, 487).

V zgoraj omenjenih raziskavah so raziskovalke in raziskovalci preučevali predvsem odziv žensk na negativen odnos moških do žensk ter sovražen odnos med ženskami samimi. Chris G. Sibley in Marc Stewart Wilson (2004, 689) pa sta preučevala odziv moških na obnašanje žensk. V raziskavo sta vključila 61 moških, starih od 17 do 39 let. Razdeljena jim je bila zgodba, v kateri je imela glavno vlogo ženska po imenu Kate, ki je bila opisana kot spogledljivka, ki je imela spolne odnose s številnimi moškimi, pila alkohol in na koncu zgodbe zavrnila ponudbo za priložnostni spolni odnos z enim izmed moških karakterjev v zgodbi. Podane informacije so ciljale na oznako Kate kot na svobodno spolno zapeljivko, vlačugo (negativni spolni podtip ženske). V drugi zgodbi je bila Kate opisana kot oseba, ki ne mara spogledovanja in je imela spolni odnos z relativno malo moškimi, če sploh s kakšnim. Prav tako je pila alkohol in prav tako zavrnila spolni odnos z enim izmed moških karakterjev v zgodbi. Podane informacije so ciljale na opis Kate kot nedolžne, moralne in spolno čiste ženske, torej device (pozitivni spolni podtip ženske). Na koncu vsake zgodbe je bilo navedenih 7 pridevnikov za opis Kate, anketiranci pa so se z opisom strinjali ali ne (7-stopenjska lestvica strinjanja / nestrinjanja). Rezultati so pokazali, da so moški izražali višjo stopnjo zlonamernega seksizma in nižjo stopnjo dobronamernega seksizma do spogledljivke Kate, torej negativnega podtipa ženska, kljub temu, da je bil konec pri obeh zgodbah enak, torej zavrnitev spolnega odnosa. Pri nedolžni in spolno čisti Kate pa je bila slika ravno obratna. Anketiranci so izražali višjo stopnjo dobronamernega in nižjo stopnjo zlonamernega seksizma.

Peter Glick in Susan T. Fiske (1997, 125–6) sta preučevala tudi odnos med zlonamernim in dobronamernim seksizmom in prišla do ugotovitve, da imata obe vrsti seksizma lahko pozitivno povezanost pri eni skupini ljudi in negativno pri drugi. Odnosi žensk in mlajših moških naj bi bili pretežno odvisni od ideologije v kateri so bili socializirani, torej v tradicionalno seksistični ali egalitarni, enakopravni ideologiji. Otroci, ki so bili vzgajani v okolju, ki upravičuje tradicionalne vloge, so bolj nagnjeni k sprejemanju zlonamernega in dobronamernega seksizma, medtem ko sta pri otrocih, vzgojenih v egalitarnem okolju, obe obliki seksizma povsem neprimerni. Pri starejših osebah je povezanost med obema oblikama seksizma negativna. Peter Glick in Susan T. Fiske negativno povezanost pojasnujeta z izkušnjami starejših moških z ženskami. Nekatere izkušnje lahko vplivajo na nagnjenost k zlonamernemu seksizmu (na primer izguba podpore ženske), spet druge na nagnjenost k dobronamernemu seksizmu (na primer imeti hčerko). Starejši moški si ustvarijo mnenja glede na pretekle negativne, pozitivne ali mešane izkušnje z ženskami. Njihovi odnosi do žensk se

lahko zelo razlikujejo, saj so odvisni od izkušenj. Moški, ki imajo bolj nezadovoljive odnose z ženskami, lahko postanejo čisti zlonamerni seksisti. Na drugi strani pa moški, ki imajo bolj zadovoljive izkušnje z ženski, pa lahko sčasoma postanejo bolj dobronamerno pokroviteljski, zaščitniški, imajo več moči in denarnih sredstev. To razlikovanje nam lahko pojasni nepovezanost med zlonamernim in dobronamernim seksizmom.

4.4 Pregled podobe žensk v medijih od 19. stoletja do danes

(Ne)zastopanost in (pogosto napačna, nestvarna) podoba žensk v medijih je problematika, ki se je pojavila že v 19. stoletju in je pereča tema še danes. Če je bil tisk konec 19. in začetek 20. stoletja ključni medij, ki sta mu sledila radio in nato televizija, pa se danes informacije preko interneta širijo s svetlobno hitrostjo. Zato je pravo posredovanje informacij nujno in še toliko bolj pomembno, ko gre za reprezentacije ženskega (pogosto predstavljenega kot drugega) spola. Pomembno vlogo v vsakdanjem življenju žensk igrajo tudi stereotipi in predsodki. Predsodke do žensk in diskriminacijo zaradi spola lahko najdemo v različnih družbah in kulturah v vseh zgodovinskih obdobjih. V zahodni kulturi so povezani predvsem z »neekonomskim« statusom gospodinjskega in družinskega dela, ki ga v večji meri opravljajo ženske. Ženske se podcenjuje in marginalizira predvsem zato, ker naj bi bila njihova glavna domena zasebnost, družina in socializacija otrok (Ule 2009, 220). Mediji pa zavzemajo področje javnega, v katerem so glavni akterji pretežno moški. Kot pravi Mirjana Ule (2009, 220–1) se v zasebnosti uspeh namreč ne meri s storilnostjo in dosežki, zasluge in krivde pa se težko personalizirajo. Emancipacija žensk v zahodni družbi je predvsem emancipacija od tipičnih vlog. Tako kot na drugih področjih, se tudi v množičnih medijih ženske borijo za svoje mesto.

Za lažje razumevanje današnje podobe žensk v množičnih medijih je potrebno pogledati v preteklost ter na vlogo in podobo žensk v 19. in 20. stoletju. V 60ih letih prejšnjega stoletja so se začele izvajati raziskave medijskih vsebin. Takrat so prišli do ugotovitve, da tudi te politike vplivajo na (ne)obstojanje diskriminatornih praks. Znanost se je zavedala, da medijem primanjkuje objektivnosti ter da pogosto potvarjajo vsebine. Raziskave v 80ih in 90ih letih prejšnjega stoletja so pokazale, da v medijski produkciji prevladuje seksizem (Jogan 1993, 29). Kot pravi Maca Jogan (2001, 19) je na podlagi analize vsebine splošnega afirmativno usmerjenega tiska od sredine 19. stoletja naprej mogoče sklepati, da do sedemdesetih let

prevladuje molk o tistih problemih, ki so se pojavili skupaj z ženskim vprašanjem. Ženske nastopajo kot naravni instrumenti reda, njihove obravnave pa so usmerjene k utrjevanju obče hierarhije, pri čemer se poudarja ženska podrejenost in njena vloga, torej rojevanje in oživljanje edinega pozitivnega lika Device Marije. Takšna usmeritev je konec 19. in začetek 20. stoletja še bolj prihajala do izraza, saj so se začele pojavljati kritične presoje obstoječe urejenosti, ženske pa so v javnosti postajale vedno manj sramežljive, ponižne in pokorne. Zaradi prepričanja, da je ravno družina tista, ki nauči ponižnosti in pokornosti, se je ponovno začelo obujati »prave« podobe žensk kot glavnih prenašalk moralnih lastnosti, ki so hkrati ravno zaradi tega zelo nevarne in škodljive.

4.4.1 Podoba žensk v 19. stoletju

Maca Jogan (2001, 20) pravi, da je bila ženska v 2. polovici 19. stoletja razumljena kot koristna (v smislu kot »delovna žival«), vendar je bila v vsakdanjem življenju pogosto pod koristnostjo živali, saj so živali imele določeno tržno ceno. Ključna lastnost ženske je bila tudi skromnost, saj je moralo biti vzdrževanje ženske sorazmerno poceni. Določena in zahtevana je bila tudi ponižnost in izražanje preko moškega. Nasprotno pa so bili moški lahko razposajeni in veseli, le da niso smeli biti moralno izprijeni. Moška večja napadalnost in agresivnost je bila opravičena kot normalna sestavina moralno pravilne držbe. Izobražene ženske so bile dojete za nevarne, hudobne, označene tudi kot vlačuge. S takšnim prepričanjem se je ustvarjala najbolj moralno negativna in zastrašujoča podoba ženske, ki je popolno nasprotje moralni in »pravi« podobi ženske. Merilo za moralno pravilnost pri oblikovanju podobe ženske je bila zgolj in samo vernost, prestop tega merila pa je bil že vnaprej stigmatiziran kot najhujša nemoralnost in zlo (Jogan 2001, 20–1). Kot pravi avtorica (2001, 21) je definiranje prave podobe žensk v tisku temeljilo na treh ključnih predpostavkah, in sicer na hierarhiji med spoloma, prisilnem oblikovanju posameznikov po meri nosilcev moči ter »naravni« odvisnosti žene (ženske) od moža (moškega). Najpomembnejša naloga ženske je torej bila, da oblikuje popolnoma pokorne ljudi, zveste služabnike. Da bi ženske lahko svojo nalogo vestno opravljale, so morale biti same ustrezno oblikovane. To je pomenilo, da so morale biti čim bolj daleč od hudiča, zato jim je bil kot glavni zgled ponujen lik Device Marije, ki naj bi pomenil vse dobro in vse, kar je za žensko obvezno v vsakdanjem obnašanju in delovanju. Devica Marija je definirana kot podoba srčne potrpežljivosti, za katero sta bistveni predvsem dve lastnosti, in sicer veliko trpljenje ter njena ljubezen do trpljenja (Jogan 2001, 23). Vse, kar ni spadalo v ta zgled, je bilo povezano s »hudičem«. Kljubovalna ženska

je bila deležna še posebne obsodbe. Zatiranje ženske samostojnosti in kljubovalnosti se je še dodatno upravičevalo z razlago o ženski primarni zli naravi. Ženska je bila tako v tisku pogosto predstavljena kot hudičeva stvaritev, zaradi česar je morala biti deležna kontrolnih in urejevalnih institucij. Razlaga o ženski primarni zli naravi je tako globoko ukoreninjena, da deluje kot naravna. Tako je želja po begu od lakote postala lakomnost, želja po minimalnem odločanju o svojem življenju je postala razuzdanost, želja po drugačnih merilih je postala nemoralnost, želja po odločanju o rojstvu otrok je postala želja po abortusu, želja po dosegu pravic »gospodarja« na družinski ravni je postala želja po »pomožčenju« in podobno. V slovenskem tisku je bila želja po izobraževanju razglašena za željo po uničenju največje dobrine, in sicer družine. Želja ženske po izobraževanju je torej predstavljala nekaj najbolj gnusnega in nemoralnega (Jogan 2001, 22–3). Povečevanje Marije se je proti koncu 19. stoletja nekoliko zmanjšalo, vendar je bil zgled še vedno aktualen. Lik je bil močno utrjen in hkrati tudi množično sprejet (Jogan 2001, 28).

4.4.2 Podoba žensk v 20. stoletju

Ženska je bila v tisku konec 19. stoletja predstavljena kot popolno nasprotje moškemu. Ženska je veljala za čustveno in družinsko bitje, moški pa za razumsko, javno in družbeno bitje. Na podlagi te delitve so bile določene tudi tipične ženske lastnosti, in sicer ponižnost, potrpežljivost, umirjenost, nerazsodnost, čustvenost, rahločutnost in miloba. Nujna podreditev zasebne sfere javni, razumski sfere, se je opravičevala na podlagi spolne hierarhije, hkrati pa se je ustvarjal videz njune neodvisnosti oziroma nepovezanosti. Strogo seksistično zamejevanje vzorcev delovanja moških in žensk, ter stalno določanje delitve dela na javno in zasebno sfero, je jasno tudi z strukture sporočil, ki so obravnavala žensko problematiko. Le 20 % prispevkov se je leta 1892 navezovalo na zasebno sfero in še v teh prispevkih je prevladovala ideologija ženske, ki naj bo doma, kot pravilne in moralne (Jogan 2001, 29–32). Medijska produkcija spolno (ne)enakih identitetnih vzorcev je do konca 2. svetovne vojne potekala v okviru soočanja med dvema usmeritvama, in sicer strogo androcentrično seksistično usmerjenostjo (cerkev) in emancipacijsko usmerjenostjo (liberalni in radikalni tisk). Ti dve usmeritvi sta ujeti v analizo vsebine dnevnikov *Slovenec* in *Slovenski narod* (obdobje pred prvo svetovno vojno) ter *Slovenec* in *Ženski svet* (obdobje med obema vojnama). Tako v časniku *Slovenec* kot tudi v časniku *Slovenski narod* je prevladovalo seksistično ustvarjanje vloge ženske kot matere in gospodinje, in sicer v večini posredno, preko oglaševanja. V oglaševanju sta temeljili dve prevladujoči podobi, in sicer ženska kot

mati in ženska kot zapeljivka, z lepim, mladim in privlačnim telesom (Jogan 2001, 35–6). Podoba ženske kot sredstva v oglaševanju in pripomoček za boljše trženje različnih proizvodov je bila močno prisotna v obdobju med vojnama. Ženska je bila prikazana kot lepa lutka, ki pomaga prodajati nove proizvode. S tem se je krepilo ustvarjanje podobe ženske, ki je navzven odmaknjena od strogih meril ukalupljanja spolnosti, vendar pa hkrati utrjuje vlogo ženske kot sredstva, s katerim razpolagajo ustvarjalci vzorcev in stilov vsakdanjega življenja. Tako lik spolno zapeljive ženske kot lik matere skupaj pomagata pri ohranjanju spolne in razredne dominacije (Jogan 2001, 40–1). Vsebinska usmeritev je v mesečniku *Ženski svet* (v primerjavi s takratnimi časniki) egalitaristična in neseksistična, kljub temu pa je še vedno najpogosteje navzoča ženska v podobi zakonske žene in matere (Jogan 2001, 42–3).

4.4.3 Spoznanje o nujnosti spreminjanja podobe spolov v medijih

V 70ih letih 20. stoletja so se začela utrjevati spoznanja o nujnosti spreminjanja medijske usmeritve glede prikazovanja spolov. Komisija za status žensk pri Organizaciji Združenih narodov (OZN) je že leta 1972 opozorila na globoko ukoreninjene seksistične kulturne vzorce kot ovire pri odpravljanju diskriminacije žensk (Jogan 2001, 44). Nairobiske dolgoročne strategije za izboljšanje položaja žensk do leta 2000² (iz leta 1985) v 138. členu navajajo, da se je potrebno izogibati spolnim stereotipom na vseh področjih, ter v 206. členu dodajajo, da ima stereotipno prikazovanje žensk v medijih (ter oglaševalski industriji) izrazito negativne posledice, ko gre za odnos do žensk in med njimi samimi. V tem obdobju se je torej že utrdilo spoznanje, da je enodimenzionalno in pristransko prikazovanje žensk ena od pglavitnih značilnosti delovanja množičnih medijev. Ženska je tako prikazana kot spolno privlačen objekt, kot mati in lepa gospodinja. Kot večdimenzionalno bitje, dejavno tudi zunaj doma, pa je ženska v množičnem komuniciranju skoraj izgubljena. Takšno upodabljanje spolov, ki se je sicer utrdilo (v tisku) zlasti konec 19. in v začetku 20. stoletja, je očitno navzoče tudi v drugi polovici 20. stoletja (Jogan 2001, 47).

4.5 Smernice za spreminjane podobe žensk v medijih

Po vseh ugotovitvah raziskav se postavlja vprašanje, kaj je nujno spremeniti in na kakšen način lahko položaj in podobo žensk v medijih izboljšamo. Majda Hrženjak in Renata Šribar

² Nairobiske dolgoročne strategije za izboljšanje položaja žensk do leta 2000, sprejeto s strani OZN, Nairobi 15. – 26. julij 1985. Dostopno na: 17. oktober 2011).

(2004, 3–4) v *Priročniku za medije o upoštevanju načela enakih možnosti spolov* navajata splošna izhodišča za novinarsko in uredniško obravnavanje spolov. Pri pripravi novinarskega prispevka je nujno vprašanje zastopanosti spolov ter iskanje vira informacij, ki bodo v pomoč pri obravnavi teme s spolne perspektive. Pri promociji najširšega spektra ženskih življenjskih vlog in možnosti mora biti pokrita tudi raznovrstnost moškega socialnega življenja. Pri tem gre predvsem za pogosto zanemarjen vidik soudeležbe moških v družinskem in domačem življenju ter njihova čustvena in skrbstvena odgovornost v drugih razmerjih. Nujno je tudi spremljanje in posredovanje informacij o nacionalni, tuji in mednarodni zakonodaji ter drugih načelih regulacije glede družbene enakosti spolov v medijih. S tem se ozavešča in povzroča občutljivost medijske in širše javnosti za problematiko spolov kot pomembno temo družbe, v kateri se razvija demokracija. Ključno je tudi poznavanje področja delovanja ženskih organizacij. Napačne in namerno zavajajoče predstave o feminizmih in njihovih predstavnicah ne koristijo odnosom med spoloma. Vzpostavitev stika s strokovnjakinjami in aktivistkami je dobrodošla še posebej na področju človekovih pravic žensk (Majda Hrženjak in Renata Šribar 2004, 3–4). Avtorici (2004, 4) prav tako dodajata, da je pozornost pri uporabi jezika nujna, saj generični moški spol ni samoumevna jezikovna kategorija in v številnih primerih deluje neprimerno in zastarelo. Pri obravnavi in raziskovanju seksualnosti se je potrebno izogibati stereotipnih seksualnih vlog spolov, ki ne odražajo stvarnosti ženskega in moškega spolnega življenja. Lahkotno je mogoče raziskovati tudi zamolčane, drugačne dimenzije moških in žensk, kot je na primer prikaz moške potrebe po bližini in nežnosti, uprizarjanje želje žensk po aktivni spolnosti, raznovrstnost in prehodnost spolnih usmeritev, enakovredna udeležba moških in žensk v spolnih ritualih in podobno. Majda Hrženjak in Renata Šribar (2004, 13) pravita, da se namerno poudarjanje zunanjih značilnosti, z namenom seksualiziranja osebe in reduciranje le te zgolj na eno plat sebstva, pogosto uporablja za razvrednotenje statusa in dosežkov znanih žensk, ne le pri pripadnicah estradne popkulture (v katerem je poudarjanje seksualnosti sestavni del podobe), ampak tudi pri političarkah in športnicah.

5 ANALIZA PODOBE SPOLOV V POGOVORNIH ODDAJAH NOVIČARSKEGA TIPA

Pri analizi nam bodo v pomoč že opravljene raziskave s področja reprezentacije žensk na televiziji. Ena izmed obširnejših raziskav je bila objavljena v publikaciji Urada za žensko politiko (danes Urad za enake možnosti – UEM) iz leta 1996, z naslovom »Medijska podoba

spolov«, katere avtorica je Dorotea Verša. Dorotea Verša je proučevala televizijske programe in v svojo raziskavo vključila različne žanre, in sicer informativni program, igrani program, risanke in oglaševanje. Avtorica (1996, 38) je v svoji raziskavi navedla, da se na podlagi mednarodne raziskave svetovnih medijev, podoba spolov na televiziji v Sloveniji tudi nekaj let po prvi raziskavi televizijskega programa ni bistveno spremenila. Analize podobe spolov v informativnem programu se je v svojem diplomskem delu leta 2005 lotila tudi Katjuša Štih. Leta 2007 pa je področje žensk v pogovornih oddajah slovenskih televizij raziskoval Mitja Čepič. Z izjemo Mitja Čepiča nihče od navedenih ni analiziral pogovornih oddaj novičarskega tipa, vendar bom kljub temu poiskala ključne podobnosti in razlike raziskav in preverila, ali njihove ugotovitve držijo tudi za pogovorne oddaje novičarskega tipa in ali sta se podoba ter položaj žensk v medijih v tem času kaj spremenila.

5.1 Relevantnejše raziskave s področja podob spolov na televiziji

5.1.1 Raziskava Dorotee Verša, 1991: Medijska podoba spolov

Tako Majda Hrženjak in Renata Šribar (2004, 1) kot tudi Dorotea Verša (1992, 6) pravijo, da je slovenski medijski prostor z vidika spolov premalo raziskan. Prva empirična analiza prvega programa Televizije Slovenija je bila opravljena leta 1991, rezultate pa je v publikaciji *Medijska podoba spolov* predstavila Dorotea Verša.

Osnovni cilj Dorotee Verša je bil, da z empirično analizo ugotovi, kakšno podobo žensk in moških kažejo slovenski množični mediji. Za empirično analizo je avtorica izbrala en teden (98 ur) preučevanja 1. programa TV Slovenija, in sicer v aprilu leta 1991. Tistega leta je bila TV Slovenija najmočnejši elektronski medij v Sloveniji in takrat praktično edina televizijska postaja, ki je pokrivala skoraj celotno ozemlje Slovenije in imela več kot 10 ur programa dnevno. Avtorica je podobo spolov opredelila z dvema elementoma, in sicer kot pogostost pojavljanja žensk in moških ter kot družbene vloge, v katerih se pojavljata ženska in moški. Avtorica je televizijski program razdelila na osem tematsko povezanih oddaj, med katerimi so za področje mojega raziskovanja relevantne informativne oddaje. Dorotea Verša sicer ni analizirala konkretno pogovornih oddaj, vendar izbor njenih oddaj spada pod informativni program, kamor je umeščena tudi večina naših izbranih pogovornih oddaj.

Analiza je pokazala, da je bilo v enem tednu v informativnih oddajah prikazanih 784 oseb, od tega 25 % žensk in 75 % moških. V informativnem programu so na zaslonu pojavile tudi ustvarjalke in ustvarjalci oddaj. Urednice – voditeljice in uredniki – voditelji, ki so bili na višjih novinarskih položajih na TV Slovenija, so sestavljali poročila in v njih tudi nastopali. V informativnih oddajah je novinarski kader nastopil 436-krat, od tega je bilo 37 % žensk in 63 % moških. Med uredniki – voditelji so moški predstavljali 72 %, medtem ko so v vlogi poročevalk in poročevalcev ženske in moški nastopili enakomerno (50:50). Poročevalke in poročevalci si dokaj enakomerno delijo vsebinska področja poročanja. O notranjepolitičnih temah je poročalo več moških (57 %), o zunanjepolitičnih pa več žensk (69 %). Moški so v večji meri pokrivali teme s področja gospodarstva (56 %), ženske pa s področja znanosti in umetnosti (59 %). Avtorica je ugotovila, da pri obravnavi tem v informativnem programu ni mogoče govoriti o izrazitem stereotipnem vzorcu delitve glede na spol. Je pa opazila, da poročevalke pogosteje poročajo iz lokalnega oziroma slovenskega prostora, reporterji pa iz mednarodnega prostora. Opažen je bil tudi pojav sindroma mlajše novinarke in starejšega novinarja v informativnem programu. Pri ženskah se je s starostjo zmanjševala njihova udeležba v poročilih in sorodnih oddajah, medtem ko je bilo moških novinarjev vse več. Razlog za takšen izbor so različni estetski kriteriji za ženske in moške, ki predstavljajo eno izmed diskriminacijskih praks (Verša 1996, 14–15). V preučevanem obdobju se je poročalo o 348 osebah, med katerimi je bilo 9 % žensk in 91 % moških. Zapostavljenost ženske se ni izboljšala niti potem, ko je avtorica poročane osebe razdelila na intervjuvane (nastopile na zaslonu in govorile) ter na prikazane (nastopile so na zaslonu, o njih pa so poročali drugi). Rezultati analize so pokazali, da je bila na vsakih šest moških intervjuvana ena ženska, med prikazanimi pa je bila prikazana ena ženska na devetnajst moških (Dorotea Verša 1996, 16).

5.1.2 Raziskava Katjuše Štih, 2005: Reprezentacija spolov v informativnem programu televizije

Katjuša Štih je s svojo raziskavo, podobno kot Dorotea Verša (1996), želela proučiti številčno zastopanost obeh spolov v informativnem programu slovenskih osrednjih televizij. Predmet preučevanja torej ni bila le TV Slovenija, ampak tudi komercialna televizijska postaja POP TV. Pri tem je opazovala tako novinarski kader kot tudi vse ostale osebe, o katerih so poročale novinarke in novinarji in ki so same dale izjavo.

Katjuša Štih (2004, 44–46) je ugotovila, da je v času opazovanja v informativnem programu nastopilo 3.029 oseb, od tega 1.004 ženske (33,1 %) in 2.025 moških (66,9 %). Nadaljnja analiza je razkrila, da razlike v številu pojavljanja žensk in moških na TV Slovenija in POP TV v povprečju niso bile statistično značilne. Raziskava je tudi pokazala, da se je več žensk pojavljalo v vlogi voditeljic (65,7 %), novinark (55,0 %) in zunanjih dopisnic (53,0 %). Moških je bilo več med intervjuvanimi v studiu (90,0 %), tistimi, ki so dali neko izjavo (77,0 %) ter med prikazanimi (73,0 %). Več žensk (53,1 %) je bilo le med anketiranimi (Štih 2005, 46–7). Primerjava obeh televizij je pokazala, da je bilo več voditeljic na TV Slovenija (70,8 %) kot pa na POP TV (53,9 %), na POP TV pa bistveno več zunanjih dopisnic (66,7 %) kot na TV Slovenija (46,8 %). Kar zadeva pokrivanje tem oziroma področja, so ženske prevladovale na področju šolstva, zdravstva in sociale (94,3 %). 81,2 % novinark se je ukvarjalo z razvedrilno tematiko, s kroniko, nesrečami in sojenji pa 75 % žensk. O notranjepolitičnih dogajanjih je poročalo 74 % žensk, o kulturi pa 69,6 % žensk. Novinarji so močno izstopali na področju športa (82,6 %). Avtorica (2005, 48) je tudi ugotovila, da so novinarji in voditelji v svojih prispevkih dali prednost moškim, ženske pa so dobile besedo takrat, ko so bile v vlogi mimoidočih ali naključnih spremljevalk dogodkov. Tudi raziskava Katjuše Štih je pokazala, enako kot raziskava Dorotea Verša, da informativne oddaje 1. programa TV Slovenija in POP TV spola prikazujejo številčno nesorazmerno, vendar je prva, za razliko od druge, pokazala, da se delež prikazanih žensk v informativnem programu zvišuje, ter da so v novinarskem kadru zastopane predvsem ženske (Štih 2005, 60–1).

5.1.3 Raziskava Mitja Čepiča, 2007: Ženske v pogovornih oddajah slovenskih televizij

Mitja Čepič je v svoji raziskavi analiziral dve oddaji javne televizije, in sicer oddaji Pod žarometom in Tarča ter oddajo Trenja, ki jo je predvajala komercialna televizija. Oddajo Tarča smo analizirali tudi mi, medtem ko je oddaji Trenja zelo podobna oddaja Pogledi Slovenije, saj ima enako voditeljsko in uredniško zasedbo. Mitja Čepič je v raziskavo vključil 23 oddaj v skupni dolžini 29 ur 40 minut in 44 sekund. Analiza je pokazala, da je bila spolna sestava gostujočih neuravnotežena. Od 176 gostujočih v 23 oddajah je bilo žensk le 34, moških pa 142. V oddaji POP TV je delež žensk znašal 22,6 %, v oddajah TV Slovenija pa 14,3 % (Čepič 2005, 45–6). V osmih analiziranih oddajah ni nastopila niti ena ženska. Avtor (2005, 58) je ugotovil, da delež v diskurzu, torej delež izjav gostij v analiziranih oddajah, ni dosegel niti že tako nizkega deleža udeležbe. Povprečni delež izjav žensk je bil 17,2 %. Pomembna ugotovitev njegove raziskave je tudi ta, da so določene posameznice v televizijski

debatni enake moškimi, in sicer zato, ker ženske, glede na zbrane podatke, nimajo ne več ne manj besede kot moški in njihov glas ni ne bolj in ne manj slišan kot je glas moških. Dodati pa je potrebno, da je slišnost ženskih glasov, v primerjavi z moškimi, odvisna od tega, da govorijo s pozicije družbene moči in v številu, ki je primerljivo številu moških (Čepič 2007, 66).

5.2 Analizirane oddaje

V našo analizo smo vključili sedem različnih pogovornih oddaj novičarskega tipa, ki so dnevno, tedensko ali mesečno na sporedu na nacionalni televiziji. Primerjave med nacionalno in komercialno televizijo nismo delali. Med izbranimi analiziranimi oddajami so bile oddaja Tarča, Pogledi Slovenije, Intervju, Polnočni klub, Odmevi, Studio City in Omizje. Oddaje se med seboj nekoliko razlikujejo po obravnavanih temah, številu gostujočih in času predvajanja. Pri analizi nas je zanimala tematika oddaj, spolna sestava glede na temo, poročanje voditeljic / voditeljev, sestava gostujočih (po spolu), vsebina vprašanj, ki so postavljena osebi glede na spol, zunaj govorni posegi (prekinjanje, puščanje besede s strani voditeljice / voditelja ter sogovornice / sogovornika), čas ter frekvenca govora, odziv voditeljic / voditeljev in gostov na odgovor, kdo je prvi omenjen v napovedniku (glede na spol) ter družbena vloga gostje / gosta v oddaji, ki jo lahko razumemo kot indikator posamezničine oziroma posameznikove družbene moči. Z družbenimi položaji oziroma vlogami se je v svoji raziskavi ukvarjal že Mitja Čepič (2007, 48), ki je oblikoval naslednje kategorije: politična družba, administracija, represivni aparat, sodstvo, javni servisi / socialna država, gospodarstvo, kmetijstvo, znanost / stroka, nevladne organizacije in sindikati, mediji, slavne osebnosti in prizadete posameznice oziroma posamezniki³. Zaradi lažjega ugotavljanja podobnosti in razlik med Čepičevo in našo raziskavo, smo uporabili njegovo klasifikacijo.

³ Čepič (2005, 48–9) v politično družbo vključuje politični segment vlade, poslanke / poslance in državne svetnice / svetnike, občinske svetnice / svetnike, županje / župane in predstavnice / predstavnike političnih strank. S pojmom administracije je opredelil posameznike in posameznice, ki delajo v javnem sektorju na vseh ravneh. Posebni kategoriji sta tudi represivni aparat in sodstvo. Kategorija javnih servisov oziroma socialne države združuje javno šolstvo, zdravstvo in druge socialne servise. Čepič ločuje tudi med kategorijami gospodarstva in kmetijstva, saj bi bilo po njegovem mnenju skupno obravnavanje posameznic in posameznikov iz omenjenih skupin napačno. Znanost oziroma stroka temeljita na specialistični oziroma teoretsko utemeljeni vednosti. Ločeno se tudi obravnavata kategoriji nevladnih organizacij (NVO) in sindikatov. V kategorijo mediji so združene novinarke / novinarji in urednice / uredniki, ki so nastopili kot gostje. Med slavne osebnosti Čepič uvršča estradnice in estradnike. Prizadeti posamezniki so kategorija, ki zaobjema »navadne« ljudi, ki lahko o temi govorijo predvsem iz lastne izkušnje in zase, ki torej nimajo nekega institucionalnega ozadja.

5.2.1 Oddaja Tarča

Oddaja Tarča pokriva pereče tematike tako s političnega kot tudi kulturnega področja. V oddaji pa so med drugim predstavljene tudi tiste tematike, ki še niso doživele podrobne obravnave. Informativna oddaja je na sporedu enkrat mesečno ob 21. uri in traja 55 minut. Oddaja je zasnovana kot okrogla miza, ki običajno šteje štiri gostujoče ter voditeljico Lidijo Hren (Portal Rtv slo.si 2011a).

V analiziranih oddajah so bile obravnavane teme s področja politike in gospodarstva. Voditeljica je z gostjami in gosti razpravljala o korupciji med kapitalskimi in političnimi elitami, o utaji davkov, goljufijah in uvedbi davčnih blagajn, o varčevalnih ukrepih in racionalizaciji v javnem sektorju, o predlogu o ukinitvah obveznega članstva v zbornicah ter o nespoštovanju pravne države in odločb ustavnega sodišča. Glede na tematiko oddaje so bile ženske k sodelovanju povabljene takrat, ko so imele pomemben vpliv na obravnavano temo in so bile tudi same (v tistem času) na vodilnih položajih. Tako je pri razpravi o varčevalnih ukrepih v javnem sektorju sodelovala (takratna) ministrica za javno upravo, v razpravi o ukinitvi obveznega članstva v zbornicah pa je sodelovala (takratna) ministrica za gospodarstvo in izvršna direktorica Gospodarske zbornice Slovenije.

Zastopanost žensk v prvem polletju oddaje Tarča je bila zelo nizka. V petih analiziranih oddajah so predstavnice ženskega spola nastopile le v dveh oddajah. V eni izmed dveh oddaj je voditeljica najprej dala besedo gostji. Vse gostje so bile (v času predvajanja oddaje) na visokem položaju, in sicer dve na ministrskem položaju in ena kot izvršna direktorica. V vseh petih oddajah je nastopilo 16 moških. Med gosti so prevladovali predstavniki administracije, sindikatov in politične družbe. Gostje so priložnost za besedo dobile 16-krat (povprečno 5,3-krat na osebo) in časovno govorile 22 minut in 30 sekund (povprečno 7 minut in 30 sekund na osebo). Moški predstavniki so besedo v oddajah, v katerih so sodelovale tudi ženske, dobili 26-krat (povprečno 1,6-krat na osebo), časovno pa so govorili 30 minut in 55 sekund (povprečno 6 minut in 11 sekund na osebo).

Zunaj govorni posegi s strani voditeljice in gostov so bili izraziti pri predstavnicah ženskega spola. V dveh oddajah, v kateri so bile povabljene tudi ženske, so bile le te prekinjene s strani voditeljice 24-krat (povprečno 8-krat na osebo) in s strani sogovornic / sogovornikov 9-krat (povprečno 3-krat na osebo). Pri tem naj omenimo, da je bila med vsemi udeleženi osebami

največkrat prekinjena ministrica za javno upravo. Voditeljica ji je v besedo posegla 16-krat, sogovorniki pa 6-krat. Moški so bili v omenjenih dveh oddajah prekinjeni 26-krat (povprečno 5,2-krat na osebo).

Moški so prevladovali tudi v prispevkih, ki jih je za vsako oddajo pripravil novinar. Moški so bili v petih prispevkih omenjeni 62-krat (ženske 15-krat), izjavo jih je dalo 36 (žensk pa 10). V prispevkih so bile omenjene (oziroma dale izjavo) osebe, ki so bile tesno povezane s temo, o kateri so razpravljale osebe v studiu. Naključne mimoidoče osebe so bile v prispevkih zelo redke.

Vsebina zastavljenih vprašanj s strani voditeljice je bila odvisna predvsem od položaja sogovornice / sogovornika. Vprašanja so bila povezana z njihovim delovnim področjem, kar pomeni, da so udeleženke / udeleženci predstavili svoj pogled na obravnavano temo. Voditeljica je goste naslavljala z gospa in gospod ter s priimkom. V oddaji je bilo mogoče zaslediti odsotnost uporabe obeh spolnih slovničnih oblik, tako s strani voditeljice kot tudi s strani gostov v oddaji. Tako voditeljica kot tudi gostji in gosti so na primer govorili le o javnih uslužbencih, v enem izmed prispevkov je novinar našteval poklice izključno v moški slovnični obliki. Na koncu oddaje je voditeljica nagovorila zgolj gledalce, ne pa tudi gledalk.

Tabela 5.1: Pregled analiziranih oddaj Tarča, obravnavanih tem in gostov po spolu

Datum	Tema	Spol gostov		Skupaj
		Ž	M	
25.1.2011	Korupcija med kapitalskimi in političnimi elitami	0	4	4
22.2.2011	Uvedba davčnih blagajn	0	3	3
29.3.2011	Varčevalni ukrepi v javnem sektorju in racionalizacija	2	2	4
31.5.2011	Predlog o ukinitvah obveznega članstva v različnih zbornicah	1	3	4
28.6.2011	Nespoštovanje ustavnih odločb	0	4	4
Tarča – skupaj (število)		3	16	19
Tarča – skupaj (delež)		16 %	84 %	100 %

5.2.2 Oddaja Omizje

Tedenska informativna oddaja Omizje je zasnovana v obliki okrogle mize. Oddajo vodijo različni voditelji in voditeljice. Voditeljica oziroma voditelj izbranim gostom zastavlja vprašanja, pri čemer ne odpira le tematike posamezne oddaje, ampak jo tudi ovrednoti, razčleni in analizira. Oddaja ni namenjena zgolj izražanju političnih mnenj in nesoglasij, ampak skuša celovito odgovoriti na zastavljene dileme. Oddaja je na sporedu vsako sredo ob 22:00 in traja 70 minut (Portal Rtv slo.si 2011b).

V petih analiziranih oddajah se je razpravljalo o različnih tematikah s področja gospodarstva, politike in kulture. Gostje in gosti so debatirali o fenomenu elektronske knjige (e-knjige), o preoblikovanju filmskega sklada v slovenski filmski center in novostih na področju javnega financiranja filma, o referendumski zakonodaji in poplavi referendumov v Sloveniji, o poskusu prodaje podjetja Mercator ter o problemih v gradbenem sektorju. Vsako izmed oddaj je vodila druga oseba. Štiri oddaje so vodile voditeljice, oddajo o referendumih, ki je bila v tistem času ena izmed najbolj perečih tem, pa je povezoval voditelj. Z izjemo ene oddaje so bile voditeljice in voditelj pozorni na uporabo obeh spolnih slovničnih oblik, predvsem pri nagovarjanju gledalk in gledalcev.

Kot že omenjeno je bil izbor tematik precej pester in bi zato lahko pričakovali večjo uravnoteženost gostujočih po spolu. Pravzaprav je bilo ravno nasprotno. V petih oddajah sta nastopili 2 predstavnici ženskega spola, v eni oddaji pa je bila prikazana vnaprej posneta izjava (takratne) ministrice za gospodarstvo. Ministrica se oddaje ni mogla udeležiti, saj je bila v tistem času na službeni poti. Med skupaj 29 gostujočih (če zraven štejemo tudi vnaprej posneto izjavo za namen ene izmed oddaj) so v razpravi sodelovale 3 ženske in 26 moških. Med sodelujočimi v oddaji so prevladovali predstavnice področja znanosti in gospodarstva. Poleg ministrice za gospodarstvo se je razprave o prodaji podjetja Mercator udeležila predsednica upravnega odbora SKB banke. Pri razpravi o krizi v gradbeništvu je sodelovala prisilna upraviteljica SCT d.d. V oddajo so bile povabljene le 3 ženske, vendar vse na vodilnih položajih ter predvsem tesno povezane z obravnavanimi tematikami. V oddajah, ki so obravnavale tematike s področja kulture, gostij ni bilo. V oddajo o e-knjigi so bili, poleg slovenskega predstavnika, povabljeni tudi 3 tuji predstavniki.

V dveh oddajah, v katerih sta bila zastopana oba spola, so ženske imele besedo 14-krat (če zraven štejemo tudi izjavo ministrice, ki je bila posneta vnaprej in je trajala 2 minuti). Moški so dobili besedo 53-krat. Ženske so za svoje izjave porabile 21 minut (od tega je ministrica za izjavo v prispevku porabila 2 minuti), moški pa 1 uro in 35 minut (približno 3 minute in 40 sekund). Voditeljici sta v obeh oddajah gostjam (brez ministrice) posegli v besedo 14-krat (7-krat na osebo), s strani sogovornikov pa sta bili prekinjeni 9-krat (povprečno torej 4,5-krat na osebo). Moški so bili v 1 uri in 35 minutah s strani voditeljic prekinjeni 33-krat (povprečno 1,3-krat na osebo), s strani sogovornikov oziroma sogovornic pa 23-krat (povprečno 0,9-krat na osebo).

Pri analizi diskurza so izstopale nekatere izjave gostov. Ekonomist se je na izjavo ministrice o tem, kdo bi bil dober lastnik Mercatorja odzval sledeče: *»Jaz pravim samo, da mora gospa gospodarska ministrica prebrati zakon o varstvu konkurence, ker konkurenčna prava ne pozna. Kar ona govori, je popoln nonsens. Zagovarja vertikalno integracijo, kar je v nasprotju z interesi potrošnika. In prav te interese potrošnika varuje zakon o varstvu konkurence, tako da mislim, da mora iti nazaj na fakulteto in se kaj naučiti.«* Ko je voditeljica o obtožbah povprašala drugega sogovornika, prav tako ekonomista, je med drugim dodal: *»Ja, glejte, to, kar poslušamo s strani enega, drugega ali tretjega ministra, bi bilo res bolje, da bi ti ministri molčali. Bi morda najbolj koristili stvarjem.«* Z izjavami ministrice se ni strinjal niti odvetnik in svetovalc uprave, ki je povedal: *»Pri tem pomešanem načinu korporativnega upravljanja je treba se malo začeti spraševati o drugih pritiskih in vzvodih moči na UVK. Sem prepričan, da politika... Ne vem, če smo slišali izjavo ministrice za gospodarstvo, ona ne zna vplivati. Po tem, kar je povedala, verjamem.«* Na tej točki lahko govorimo o seksističnem diskurzu. V tem primeru gre za neprimerne in žaljive izjave, saj sogovorniki z uporabo izrazov skušajo zmanjšati vpliv ministrskega položaja na način, da ministrica za gospodarstvo svoji nalogi ni dorasla, ne pozna področja in ji v ta namen med drugim priporočijo dodatno izobraževanje. Ministrici se očita, da ne pozna zakonodaje na področju gospodarstva, torej področja, ki je »rezervirano« za moške. Če se navežemo na teorijo o ambivalentnem / protislovnemu seksizmu, lahko rečemo, da gre za primer zlonamernega seksizma, saj ženska na ministrskem položaju zagotovo velja za karieristko in je moškim trn v peti, saj zaseda mesto, ki ga običajno zasedajo moški. Druga izjava, ki pravi, da bi bilo bolje, da bi ministri molčali, saj so tako še najbolj koristni, to še dodatno potrjuje. Izjava naj bi sicer zadevala tudi druge ministre, vendar lahko iz konteksta razberemo, da je očitek namenjen ministrici.

V drugi oddaji, katere tema je bila kriza v gradbeništvu, je prisilna upraviteljica SCT d.d. govorila o posledicah stečaja podjetja, katerega posledice bi lahko čutilo tudi 12 do 15 tisoč ljudi, ki so zaposleni pri podizvajalcih. Predsednik slovenskega nepremičninskega združenja FIABCI jo prekine: »No, gospa Šantlova, treba je povedati; saj to je v redu, ta socialni element, delavci in tako naprej, ampak že leta 2000 je SCT, pa tudi nekateri drugi, imel kompletno svoje nepremično premoženje pod hipotekami zaradi bančnih garancij za novo izvedbo posla, za avtoceste in tako dalje.« Sogovornik s »socialnim elementom« v navedeni izjavi namiguje na emocionalnost žensk, torej na stereotip, da so ženske čustvene, moški pa razumski.

Tabela 5.2: Pregled analiziranih oddaj Omizje, obravnavanih tem in gostov po spolu

Datum	Tema	Spol gostov		Skupaj
		Ž	M	
30.3.2011	Branje 21. stoletja (e-knjiga)	0	4	4
6.4.2011	Preoblikovanje filmskega sklada v slovenski filmski center	0	5	5
20.4.2011	Referendumska zakonodaja in poplava referendumov pri nas	0	4	4
4.5.2011	Poskus prodaje podjetja Mercator	2	6	8
13.5.2011	Kriza v gradbeništvu	1	6	7
Omizje – skupaj (število)		3	25	28
Omizje – skupaj (delež)		11 %	89 %	100 %

5.2.3 Pogledi Slovenije

Pogovorno informativna oddaja Pogledi Slovenije analizira aktualne tedenske dogodke z različnih zornih kotov. Oddaja je na sporedu vsak četrtek ob 20. uri in traja 90 minut. Vodja projekta je Bojan Traven, ki je med drugim tudi novinar oddaje, poleg novinark Tine Hojnik in Nataše Markovič ter študentk raziskovalk Špele Češnovar in Ive Lačan. Oddajo vodi in ureja Uroš Slak (Portal Rtv slo.si 2011c).

V izbranih analiziranih oddajah je pogovor tekkel o različnih temah. Gostje so razpravljali o politizaciji policije in naročenih preiskavah, kjer je bila še posebej izpostavljena preiskava

mariborskega župana. Na tapeti so bili tudi cestni lobiji, afera DARS in zahteva računskega sodišča po odstititvi predsednice uprave DARS-a. Tudi v Pogledih Slovenije je bila ena izmed tem rekordna zadolženost Slovenije, zaradi česar izgublja svoje razvojne prednosti. Konec maja je izbruhnila afera o vladni referendumski kampanji, ki je bila po mnenju mnogih žaljiva do Slovenk in Slovencev. Osrednja tema ene izmed analiziranih oddaj je bilo tudi odločanja parlamenta o družinskem zakoniku, ki še vedno ostaja pereča tema. Tematike analiziranih oddaj so tako pokrivalo notranje politiko, gospodarstvo in socialne zadeve.

Predstavnice ženskega spola so sodelovale v 4 oddajah. V oddaji, katere tema je bila vladna referendumska kampanja, ni gostovala nobena ženska, kljub temu, da ženske predstavljajo polovico volilnega telesa. Poleg tega je kampanja vključevala ženske in njihove pravice, vendar v obliki parodije. V vladnem spotu nastopa ženska v, ki jo novinarka predstavi kot: *»Urško Čepin spoznamo najprej kot miss. Poda se v pevske vode. Postane voditeljica glasbene oddaje, pred kratkim vremenarka. Pred javnostjo ne skriva dobesedno ničesar. Svojo intimo pa razgrne pred meseci v srbski različici resničnostnega šova Dvor. Od teh posnetkov pa 26 letna blondinka prejšnji vikend postane obraz vladne pokojninske kampanje«*. Eden izmed sodelujočih v oddaji pa še doda: *»Je zelo luštna«*. Druga vladna pred referendumska poteza so bili letaki z napisi, da je za nizko nataliteto kriva kontracepcijska tabletko, kar je povzročilo ogorčeno reakcijo s strani žensk, zato so bili tudi hitro umaknjeni z medmrežja. Na tej točki ni bistvena vladna kampanja kot taka, ampak način vključenosti žensk vanjo in odsotnost žensk v oddaji. V ostalih oddajah so sodelovale tudi ženske.

V petih oddajah je sodelovalo 39 oseb, med njimi 9 žensk in 30 moških. Med gostjimi in gosti so prevladovali predstavniki / predstavnice politične družbe, administracije in gospodarstva. Zastopanost moških je očitna pri tematikah s področja gospodarstva in notranjih političnih zadev, medtem ko so bile ženske v večji meri zastopane v oddaji s socialno tematiko. V oddajah so bile osebe, ki so zastopale različna stališča oziroma področja, zato so bila temu primerna tudi voditeljeva vprašanja. Vsebina vprašanj je bila odvisna od področja, ki ga je oseba pokrivala.

V štirih oddajah, v katerih so v razpravi sodelovali tako moški kot ženske, so slednje dobile besedo 58-krat (povprečno 6,4-krat na osebo) ter v razpravi sodelovale 63 minut (povprečno 7 minut na osebo). V omenjenem času jim je voditelj v besedo posegel 33-krat (povprečno 3,7-krat na osebo), druge sodelujoče osebe v razpravi pa 16-krat (v povprečju 1,8-krat na osebo)

Moški so v analiziranih oddajah prišli do besede 96-krat (v povprečju 3,2-krat na osebo). Časovno so govorili 2 uri 32 minut in 10 sekund (v povprečju 5 minut in 5 sekund na osebo). Voditelj jih je prekinil 54-krat (povprečno 1,8-krat na osebo), ostali sodelujoči pa 14-krat (povprečno 0,5-krat na osebo). Iz rezultatov je mogoče razbrati, da kljub bistveno nižji zastopanosti ženske, le te v povprečju dobijo enako ali več možnosti za besedo. Tudi dolžina govora je pri ženskah presenetljivo dolga, v primerjavi z njihovo šibko zastopanostjo v oddajah.

V vsaki oddaji sta bila predstavljena najmanj dva prispevka na temo oddaje. Tudi v prispevkih je bila zastopanost žensk bistveno nižja kot zastopanost moških. V vseh prispevkih so bile ženske omenjene 20-krat, moški pa 44-krat. Izjavo, ki je bila uporabljena v prispevku, je dalo 12 žensk in 27 moških.

V oddajah je bilo mogoče opaziti neuporabo obeh spolnih slovničnih oblik s strani voditelja, kot je na primer izjava: »*Tako spoštovani gledalci, to so bili Pogledi Slovenije*« ali pa: »*Hvala vsem, ki ste prišli. Kakšen bo razplet dogodkov v zvezi z družinskim zakonikom bomo kmalu videli. Poslanci bodo o njem odločali že sredi tega meseca*«, pri čemer ne omenja tudi poslank. Kljub temu voditelj vse sodelujoče naslavlja enako, in sicer z gospa in gospod ter priimkom, pri čemer se ne ozira na nazive kot so doktor / doktorica ali minister / ministrica.

Tabela 5.3: Pregled analiziranih oddaj Pogledi Slovenije, obravnavanih tem in gostov po spolu

Datum	Tema	Spol gostov		Skupaj
		Ž	M	
5.5.2011	Očitki o politizaciji policije, naročene preiskave (primer Kangler)	1	8	9
12.5.2011	Cestni lobiji in afera DARS	2	8	10
19.5.2011	Rekordna zadolženost Slovenije in nedopustno zadolževanje	1	6	7
26.5.2011	Kampanje pred referendumom	0	6	6
2.6. 2011	Družinski zakonik	5	2	7
Pogledi Slovenije – skupaj (število)		9	30	39
Pogledi Slovenije – skupaj (delež)		23 %	77 %	100 %

5.2.4 Oddaja Odmevi

V informativni oddaji Odmevi vsak delavnik ob 22. uri predvajajo širok spekter domačih in tujih novic ter analize najpomembnejših dogodkov dneva. Ozadja dogodkov v prispevkih predstavijo novinarke in novinarji, v studiu pa poteka soočenje gostov. Odmeve vodijo Rosvita Pesek, Slavko Bobovnik in Igor E. Bergant, urejajo pa Nada Lavrič, Vlado Krejač in Aleksandra Saksida (Portal Rtv slo.si 2011d).

Oddajo Odmevi običajno sestavlja soočenje dveh gostujočih, prispevki in intervju z gostjo oziroma gostom. V proučevanem tednu (od 6. do 10. junija) je oddajo vodil Igor E. Bergant. V štiri izmed petih analiziranih oddaj v soočenje ni bila povabljena nobena ženska. Kljub temu so bile ženske intervjuvane v treh oddajah. Med petnajstimi gosti je bilo enajst predstavnikov moškega spola in štiri predstavnice ženskega spola. Med intervjuvanimi sta bili dve predstavnici znanosti in ena predstavnica politične družbe. Voditelj se je z njimi pogovarjal o tematikah s področja politike, zdravstva in socialnih zadev. Za nadaljnjo analizo so bila bistvena soočenja, katerih tematike so bile izključno s političnega področja. Voditelj je z gosti razpravljajal o porazu na referendumih, popravkih zakona o medijih, zahtevi po temeljiti rekonstrukciji vlade in izstopu stranke Zares iz koalicije, o zahtevah po prenovi levosredinske vlade in odzivu premierja na te zahteve, o vladni krizi in predčasnih volitvah ter o manjšinskih vladah in pravnih poteh nove vlade. Med povabljenimi v soočenje so prevladovali predstavniki stroke oziroma znanosti ter politične družbe.

Predstavnica ženskega spola je bila povabljena v soočenje, v katerem je s sogovornikom in voditeljem razpravljala o zahtevi po temeljiti prenovi vlade. Oba gosta sta takrat zasedala predsedniško mesto političnih strank in hkrati tudi ministrski položaj. Voditelj je besedo najprej dal gostji, in sicer na podlagi argumenta, da pripada manjši koalicijski stranki: »*Če začnemo z manjšo koalicijsko partnerico*«. Soočenje je trajalo 13 minut in 40 sekund. Oba gosta sta do besede prišla 5-krat. Gostja je v soočenju govorila okroglih 5 minut, gost pa 5 minut in 35 sekund. Tako gostji kot gostu je voditelj v besedo posegel enkrat. Gostja je sogovornika enkrat prekinila. Del soočanja običajno predstavlja tudi prispevek novinarke ali novinarja. V petih soočenjih so bili predstavljeni štirje prispevki. Tri prispevke je pripravil novinar, enega pa novinarka. V prispevkih je bilo 28 oseb, ki so dale izjave. Med njimi so bile 4 ženske in 24 moških. Prav vse osebe, ki so bile v prispevkih omenjene, so dale tudi izjavo. V prispevku o novem predlogu zakona o medijih, ki ga je pripravila novinarka, so izjavo dale

tri ženske, medtem ko v dveh prispevkih o porazu na referendumih in vladni krizi, ki jih je pripravil novinar, izjave ali omembe žensk ni bilo.

Voditelj je oba gosta naslavljal z gospa in gospod ter priimkom. Gost je gostjo občasno naslavljal kar z imenom, in sicer: *»Mi samo pričakujemo, da bodo pretehtali resnost situacije, ker jaz dodajam temu, kar je rekla Katarina, ne moremo kriviti samo ljudi ali njihove percepcije«*. Voditelj je bil pozoren na uporabo obeh spolnih slovničnih oblik, in sicer pri nazivih predsednica in predsednik stranke. Na drugi strani pa je gost govoril izključno v moški slovnični obliki, in sicer: *»/.../ Obe stranki, katerih predsednika tu danes sediva, smo dali sporočilo, kaj pričakujemo, ne pa, kaj morajo narediti /.../«*. Ali pa: *»Ne nazadnje aprila, ko sem predlagal, da se vsi trije predsedniki koalicijskih strank /.../«*. Kot že omenjeno so v ostalih oddaj gostovali samo moški, med njimi so bili tudi gosti z doktorskim nazivom. Voditelj jih je naslavljal izključno z doktor ter njihovim priimkom.

Tabela 5.4: Pregled analiziranih oddaj Odmevi, obravnavanih tem in gostov po spolu

Datum	Tema	Spol gostov		Skupaj
		Ž	M	
6.6.2011	Poraz na referendumih	0	2	2
	Intervju z Veroniko Učakar	1	0	1
<i>Skupaj 6.6.2011</i>		<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
7.6.2011	Nov predlog zakona o medijih	0	2	2
	Intervju z Igorjem Krišnarjem	0	1	1
<i>Skupaj 7.6.2011</i>		<i>0</i>	<i>3</i>	<i>3</i>
8.6.2011	Pogovor s predsednico LDS-a in predsednikom Zares	1	1	2
	Intervju s Samuelom Žbogarjem	0	1	1
<i>Skupaj</i>		<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
9.6.2011	Pogovor o trenutni vladni in politični krizi v Sloveniji	0	2	2
	Intervju z dr. Vlasto Jalušič	1	0	1
<i>Skupaj 9.6.2011</i>		<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
10.6.2011	Pogovor s pravnikoma o manjšinskih vladah in o pravnih poteh nove vlade	0	2	2
	Intervju z Vesno Pusić	1	0	1
<i>Skupaj 10.6.2011</i>		<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Odmevi – skupaj (število)		4	11	15
Odmevi – skupaj (delež)		27 %	73 %	100 %

5.2.5 Oddaja Studio City

Tedensko oddajo magazinsko-informativnega značaja zaznamuje alternativen in drzen pristop k obdelavi tem in dogodkov. Oddaja obsega pregled dogodkov preteklega tedna, analitične prispevke o notranjepolitičnih in svetovnih dogodkih, sodobni kulturi in družbeno perečih tematikah. Polemične debate vodi voditelj Marcel Štefančič jr., urednica oddaje je Alenka Kotnik. Oddaja je na sporedu vsak ponedeljek ob 21. uri (Portal Rtv slo.si 2011e).

Oddaja Studio City je zasnovana na najmanj dveh soočenjih ter več prispevkih. Voditelj v oddaji gosti več gostij in gostov. Na začetku oddaje običajno le enega, kar poteka v obliki intervjuja, nato pa sledita še dve soočenji z različno tematiko. V oddajah je bil predstavljen pester izbor tem, in sicer s področja notranje politike, gospodarstva, socialnih zadev in pravosodja. Voditelj se je z gostjami in gosti pogovarjal o aferi Patria, lobiranju in lobistih, beguncih, nizki podpori vlade, dokapitalizaciji bank, nasilju v družini, težavah v gradbenem sektorju, o reformah in padcu reform, korupciji, zaposlenih v industriji, odvzemu protipravno pridobljenega premoženja ter o slovenski ustavi.

Kljub pestremu izboru tem je bila udeležba žensk zelo nizka. V vseh petih analiziranih oddajah so bile ženske zastopane le v dveh, v katerih so sodelovale tri predstavnice ženskega spola. Od skupno 28 udeleženi oseb v petih oddajah je bilo predstavnikov moškega spola 25. Ženske so sodelovale v pogovorih o beguncih ter delavkah in delavcih v industriji. Ženske so torej pokrivalo izključno socialne tematike. Med intervjuvanimi osebami v oddajah ženske niso bile zastopane. Ženske niso bile zastopane niti pri temi o nasilju v družini, ki spada v sklop tematik socialnega značaja. Med povabljeni so prevladovali gostje s področja politike, znanosti in gospodarstva.

V soočenje o beguncih iz arabskih dežel sta bili povabljeni dve gostji, zato je bilo kakršno koli analiziranje glede na število izjav, čas govora in podobno, nesmiselno. Tako je v petih oddajah narejena le ena podrobnejša analiza, in sicer na temo zaposlenih v industriji. V oddajo je bila povabljena predsednica Sindikata kovinske in elektroindustrije ter samostojni svetovalec Zveze svobodnih sindikatov Slovenije za socialno področje, zaposlovanje in migrante. V 8 minut in 45 sekund dolgemu soočenju je gostja besedo dobila 6-krat in skupno govorila 3 minute in 40 sekund. Sogovornik je imel besedo na voljo 5-krat in za svoja mnenja porabil 2 minuti in 40 sekund. Voditelj je besedo najprej dal gostji, vanjo pa ji je posegel 6-krat, gostu pa 2-krat. Sogovornika si med seboj v besedo nista posegala. Kljub temu, da so bili v središču pogovora zaposleni v industriji, voditelj ni uporabljal obeh spolnih slovničnih oblik, ampak je omenjal le delavce. Tudi pri drugih temah se je uporabljala le moška slovnična oblika. Tako je bilo govora o lobistih, ne pa tudi lobistkah.

Tabela 5.5: Pregled analiziranih oddaj Studio City, obravnavanih tem in gostov po spolu

Datum	Tema	Spol gostov		Skupaj
		Ž	M	
4.4.2011	Intervju s Karlom Erjavcem o aferi Patria	0	1	1
	Lobiranje in lobisti	0	2	2
	Begunci iz arabskih dežel	2	0	2
<i>Skupaj 4.4.2011</i>		2	3	5
11.4.2011	Intervju z Maticem Muncem o nasilju v družini	0	1	1
	Nizka podpora vlade	0	3	3
	Dokapitalizacija bank	0	2	2
<i>Skupaj 11.4.2011</i>		0	4	4
18.4.2011	Intervju s Patrickom Vlačičem o neplačevanju računov v gradbeništvu	0	1	1
	Vladne reforme 1.	0	2	2
	Vladne reforme 2.	0	3	3
<i>Skupaj 18.4.2011</i>		0	6	6
2.5.2011	Intervju z Goran Klemenčičem o korupciji v Sloveniji	0	1	1
	Dokapitalizacija bank	0	2	2
	Zaposleni v industriji	1	1	2
<i>Skupaj 2.5.2011</i>		1	4	5
16.5.2011	Intervju z Juretom Aleksejevim o predlogu nove slovenske ustave	0	1	1
	Pokojninska reforma	0	3	3
	Zamrznitev in odvzem protipravno pridobljenega premoženja	0	2	2
<i>Skupaj 16.5.2011</i>		0	6	6
Studio City – skupaj (število)		3	25	28
Studio City – skupaj (delež)		11 %	89 %	100 %

5.2.6 Oddaja Intervju

Voditelj oddaje Intervju Lado Ambrožič je oddajo zasnoval kot pogovor z znano osebnostjo iz slovenskega javnega življenja, predvsem iz politike, prav tako pa tudi iz znanosti, gospodarstva in kulture. Oddaja poteka v obliki pogovora in izmenjave mnenj med gostjo / gostom oddaje in voditeljem, v ospredju pogovorov pa so aktualni dogodki ter odnos gostje / gosta do njih. Oddaja je na sporedu vsako prvo nedeljo v mesecu ob 21:45 (Portal Rtv slo.si 2011f).

V prvem polletju v omenjeni oddaji ni sodelovala nobena predstavica ženskega spola. Voditelj je goste predstavil kot zelo pomembne in vplivne osebe. Pri tem je uporabljal besedne zveze kot na primer *»eminentna osebnost«*, *»moj novinarski kolega«*, *»velik poznavalec«*, *»pomemben in prepoznaven«*, *»glavni krivec, da imamo Slovenci danes svojo državo«*, ob tem pa pozabil omeniti tudi Slovenke. Med gosti sta bila dva poznana kulturnika, zato sem ju uvrstila v kategorijo *»slavne osebe«*, ostali trije gosti so bili predstavniki politične družbe, gospodarstva in znanosti.

Voditelj se je z gosti pogovarjal predvsem o njihovem poklicnem življenju, karieri, dosežkih, njihovih načrtih za prihodnost in podobno. Ob koncu oddaje je beseda nanese tudi na zasebno življenje gostov in njihove partnerice ali soproge. Voditelj je zastavljal tudi bolj intimna vprašanja, kot na primer: *»Žena je še vedno vaša največja muza. Ali je bila vaša gospa kdaj ljubosumna, ker so vas kot čednega moškega oblegale mlade punce?«* Gost mu je odgovoril, da je zanj lepa in mlada punca največja realizacija in konkretizacija lepote kot take. In doda, da si kot pesnik ne more predstavljati, da bi bil brezbrizen do lepih žensk. Drugemu gostu je dejal: *»Nekoč ste rekli, če se prav spomnim, da ste največ denarja zgubili s poroko.«* Gost ga popravi in pove, da je bila to šala, nato doda, da je dejansko tako, saj se ob ločitvi vse da. O svoji ženi pove, da je sposobna podjetnica, od katere se ogromno nauči in se napaja z njeno energijo. Voditelj ga nato vpraša: *»Ali gospa soproga tudi tako dobro misli o vas, kot vi o njej?«*

Pri analizi je bilo med drugim mogoče opaziti, da voditelj ni uporabljal obeh spolnih slovnčnih oblik. Tako je med drugim govoril o politikih, managerjih in gledalcih, pozabil pa na političarke, managerke in gledalke.

Tabela 5.6: Pregled analiziranih oddaj Intervju, obravnavanih tem in gostov po spolu

Datum	Tema	Spol gostov		Skupaj
		Ž	M	
6.2.2011	Intervju s Cirilom Zlobcem	0	1	1
6.3.2011	Intervju z Bertom Pribacem	0	1	1
3.4.2011	Intervju z Janezom Škrabcem	0	1	1
8.5.2011	Intervju s prof. dr. Francetom Bučarjem	0	1	1
5.6.2011	Intervju s prof. dr. Nikom Tošem	0	1	1
Odmevi – skupaj (število)		0	5	5
Odmevi – skupaj (delež)		0 %	100 %	100 %

5.2.7 Oddaja Polnočni klub

Tedenska informativna oddaja Polnočni klub obravnava teme, ki niso vsakdanje. Bolj ali manj znane Slovenke in Slovenci se v oddaji pogovarjajo o stvareh, ki nam gredo težko z jezika, ker so preveč intimne, se jih morda sramujemo ali pa nas spravljajo v zadrego. Oddaja je na sporedu vsak petek in se prične ob koncu najbolj gledanega (ang. *prime-time*) termina, vendar se nam je zdela zanimiva za preučevanje, predvsem zaradi neobičajnih tematik, ki jih v drugih pogovornih oddajah novičarskega tipa ni mogoče zaslediti. Zanimalo me je, ali je zastopanost žensk v oddajah z bolj nenavadno tematiko višja ali ne (Portal Rtv slo.si 2011f).

Izkazalo se je, da je zastopanost spolov v oddaji Polnočni klub najbolj uravnotežena izmed vseh analiziranih oddaj. Med 20 povabljenimi je bilo 10 žensk in 10 moških. Oddaje so vodile različne voditeljice (Danica Lorenčič, Vida Petrovčič, Jasna Krljić Vreg in Barbara Zrimšek), ki so z gostji in gosti razpravljale o timskem delu, biotski raznolikosti in ogroženosti rastlinskih in živalskih vrst, pasjih ljubljenskih, urbanih vrtovih ter o potrošniški družbi in izbirah. Med moškimi je bila večina (osem od desetih) predstavnikov znanosti. Med ženskami je bilo pet predstavnic nevladnih organizacij (NVO), tri predstavnice gospodarstva, le ena med gostji je bila predstavnica znanosti. V oddaje je bilo povabljenih več predstavnikov stroke kot pa predstavnic.

V petih analiziranih oddajah so vse gostje skupaj dobile besedo 72-krat in govorile 2 uri 20 minut in 15 sekund (povprečno 14 minut na gostjo). Voditeljica jim je v besedo posegla 28-krat (povprečno 2,8-krat na osebo), sogovorniki in sogovornice pa 22-krat (povprečno 2,2-krat na osebo). Gosti so besedo dobili 70-krat, za kar so porabili 2 uri 29 minut in 30 sekund (povprečno 15 minut na gosta). Voditeljica jim je v besedo posegla 40-krat (povprečno 4-krat na gosta), drugi sogovorniki in sogovornice pa 20-krat (povprečno 2-krat na gosta). Analiza je pokazala, da bistvenih odstopanj oziroma razlik pri številu izjav, času govora in posegi med gostjami in gosti v oddaji ni bilo. Na podlagi rezultatov lahko potrdimo, da je oddaja Polnočni klub dober primer uravnotežene zastopanosti spolov.

Kljub pozitivnim ugotovitvam je bilo tudi v tej oddaji mogoče opaziti seksistično rabo jezika. Ponovno so voditeljice nagovorile le gledalce, ne pa tudi gledalk. Ena izmed voditeljic je govorila o urbanistih, kljub temu, da je bila v gostja v studiu urbanistka. Le ena izmed voditeljic se je zahvalila gostjam in gostu v studiu in pri tem uporabila obe spolni slovnični obliki. V oddaji o timskem delu je voditeljica gostjo vprašala: »Kaj pa ta intimnost? Prav na sindikalnih izletih se zgodi, da direktor dobi ljubico iz tima?« in jih kasneje tudi poimenuje kot »princa in princesko«. S tem vprašanjem voditeljica namiguje na stereotip direktorja in ženske kot njegove ljubice v podjetjih.

Tabela 5.7: Pregled analiziranih oddaj Polnočni klub, obravnavanih tem in gostov po spolu

Datum	Tema	Spol gostov		Skupaj
		Ž	M	
29.4.2011	Moč timskega dela	2	2	4
6.5.2011	Preživetje človeka	1	3	4
13.5.2011	Razumeti psa – razumeti sebe?	2	2	4
20.5.2011	Vrtovi v mestih	2	2	4
27.5.2011	Naše izbire	3	1	4
Polnočni klub – skupaj (število)		10	10	20
Polnočni klub – skupaj (delež)		50 %	50 %	100 %

5.2.8 Zaposlenost žensk na TV Slovenija

Dorotea Verša (1996, 37) je v svoji raziskavi prišla do ugotovitve, da ženske predstavljajo nekaj manj kot polovico vseh zaposlenih na televiziji in v drugih medijih v Sloveniji, vendar pa zasedajo le tretjino vodilnih položajih v medijskih podjetjih. Nizka zastopanost žensk pri sprejemanju odločitev je eden izmed ključnih vzrokov za neuravnoteženo in pristransko upodabljanje spolov v slovenskih medijih. Dorotea Verša (2004, 23–4) pravi, da je spolna struktura zaposlenih v medijskih podjetjih eno od pomembnejših meril pri ocenjevanju vloge spolov v medijih, saj imajo zaposleni pomemben vpliv na oblikovanje vsebine medijev. Med množico dogodkov in oseb, s katerimi se bodo pogovarjali, lahko izberejo tiste, ki bodo določeno problematiko predstavili in hkrati lahko tudi poudarijo posamezne vidike določene problematike. Možnost vplivanja na oblikovanje vsebin je povezana predvsem z močjo odločanja med zaposlenimi, ki pa je neenakomerno razporejena med ženskami in moškimi, saj so le ti neenakomerno porazdeljeni na hierarhični lestvici. Moč odločanja je omejena predvsem na najvišje, vodilne položaje, na katerih je zaposlenih malo žensk, kljub njihovi visoki in ustrezni izobrazbi.

Leta 1995 je takratni Urad za žensko politiko izvedel raziskavo o spolni strukturi zaposlenih v slovenskih medijih. Rezultati so pokazali, da je bilo tistega leta od skupno 2706 redno zaposlenih v 69 medijskih podjetjih 43 % žensk. V redakcijah ali uredništvih pa je bilo redno zaposlenih 42 % žensk. Istega leta je bilo od 705 redno zaposlenih žensk v novinarskem poklicu 47 % novinark, na položaju urednic posameznih redakcij, odgovornih ali glavnih urednic je bilo 34 % žensk, direktoric pa le 8 % (Verša 1996, 24). Po podatkih Mednarodnega združenja novinarjev (ang. *International Federation of Journalists* – IFJ) in Društva novinarjev Slovenije je bilo leta 2001 v Sloveniji med 1370 novinarji 48 % žensk. Največ novinark je bilo zaposlenih v časopisnih hišah, med lastniki medijev pa je bilo leta 2001 le šest lastnic ali direktoric (nekatero imajo obe vlogi). Istega leta je bilo v Sloveniji 31 glavnih urednic (Dobljekar 2001).

Leta 2011 je bilo v javnem zavodu RTV Slovenija na vodilnih položajih zaposlenih 34 oseb, od tega 10 žensk (29 %) in 24 moških (71 %). Prve tri položaje (generalni direktor, direktor televizije in direktor radia) so zasedali moški. Med odgovornimi urednicami in uredniki je bilo 6 žensk (33 %) in 12 moških (67 %). Med izbranimi oddajami je bilo 6 urednic (67 %) in

3 uredniki (33 %)⁴. V 35 analiziranih oddajah je v vlogi voditeljice nastopilo 12 žensk (67 %), v vlogi voditelja pa 6 moških (33 %)⁵. Prispevke je v analiziranih oddajah pripravilo 23 (67 %) novinark in 11 (33 %) novinarjev. Dodati je potrebno, da vsaka oddaja ne vključuje prispevka novinarke ali novinarja (na primer oddaji Intervju in Polnočni klub). Iz napisanega lahko torej razberemo, da je zastopanost žensk na vodilnih položajih na RTV Slovenija nižja kot zastopanost moških. So pa ženske v večji meri zastopane na položajih urednic izbranih oddaj. Prav tako so ženske tiste, ki večji meri vodijo oddajo in tudi pripravijo prispevek za oddajo.

5.3 Ključne ugotovitve analize

Z analizo pogovornih oddaj novičarskega tipa smo prišli do naslednjih ugotovitev. Prvič, kot so ugotovili že Dorotea Verša (1996), Katjuša Štih (2005) in Mitja Čepič (2007), je zastopanost spolov neuravnotežena tudi v pogovornih oddajah novičarskega tipa. V raziskavi iz leta 1996 (raziskava Dorotee Verša) je bila zastopanost žensk v informativnem programu 25 %. Leta 2005 (raziskava Katjuše Štih) se je delež žensk v informativnih oddajah nekoliko povečal, in sicer na 33 %. Pri tem je potrebno poudariti, da omenjeni raziskavi nista temeljili na pogovornih oddajah novičarskega tipa. Leta 2007 (raziskava Mitja Čepiča) se je pokazalo, da je zastopanost žensk v pogovornih oddajah novičarskega tipa 19 %. Ta odstotek je veljal za zastopanost žensk v pogovornih oddajah novičarskega tipa tako na nacionalni kot tudi komercialni televiziji. Nadaljnja analiza je razkrila, da je delež žensk v omenjenih pogovornih oddajah nižji na nacionalni televiziji (14 %) kot na komercialni (22 %). V 35 analiziranih oddajah prvega polletja 2011 je bila zastopanost žensk na nacionalni televiziji 21 % (glej Tabela 5.8 in Graf 5.1). Na podlagi omenjenih rezultatov lahko ugotovimo, da je delež žensk v pogovornih oddajah novičarskega tipa nižji kot v informativnem programu na splošno. Poleg tega je bila zastopanost žensk v omenjenih oddajah na nacionalni televiziji leta 2011 (21 %) višja kot leta 2007 (14 %). Mitja Čepič je v svoji raziskavi ugotovil, da v 8 od 23 (35 %) oddaj ni nastopila nobena ženska. V naši analizi se je pokazalo podobno, saj v 13 od 35 oddaj (37 %) ni gostovala nobena predstavica ženskega spola. Delež oddaj, v katerih ni sodelovala nobena ženska, je bil leta 2011 skoraj enak kot leta 2007, oziroma je bil leta 2011 ta delež še za 2 % višji. V raziskavi iz leta 2007 se je samo enkrat zgodilo, da je bilo število

⁴ Oddaja Odmevi ima dve urednici in enega urednika, zato je število urednic in urednikov višje od števila izbranih oddaj.

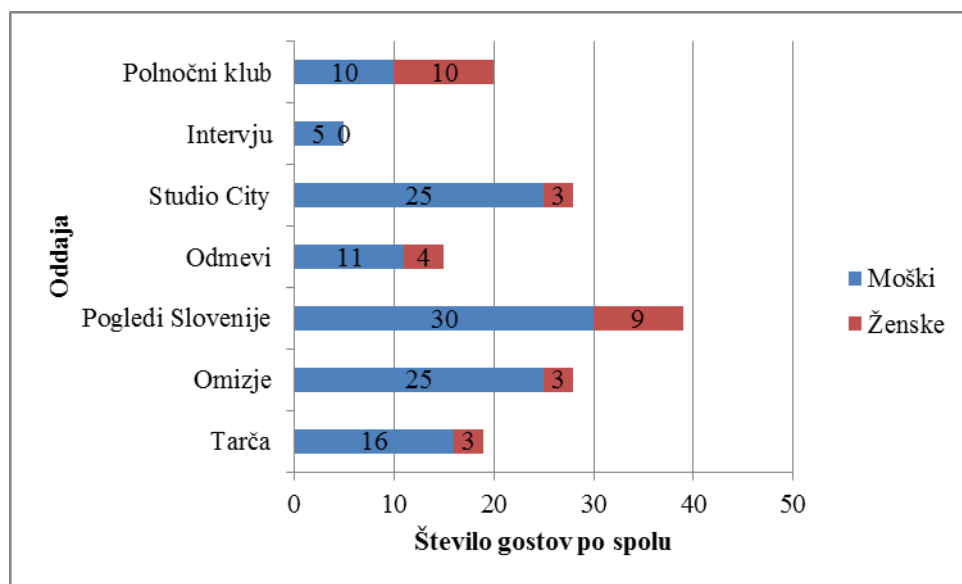
⁵ Nekatere oddaje (kot je na primer oddaja Polnočni klub) vodijo različne voditeljice in voditelji, zato je število višje od števila izbranih oddaj,

povabljenih žensk višje od števila povabljenih moških, trikrat je bilo število uravnoteženo, enkrat pa je bilo povabljenk ravno tretjina (Čepič 2007, 47). V naši raziskavi je v dveh oddajah nastopilo več žensk kot moških. Uravnotežena zastopanost spolov pa je bila v štirih oddajah, od tega v treh oddajah Polnočni klub. Med vsemi analiziranimi oddajami je največ žensk nastopilo v oddaji Polnočni klub (10 žensk), ki ji je sledila oddaja Pogledi Slovenije (9 žensk). Štiri gostje so nastopile v oddaji Odmevi. Po tri ženske v oddaji so nastopile v oddajah Tarča, Omizje in Studio City. Nobena ženska predstavница pa ni bila povabljena v oddajo Intervju. Kot pravi Dorotea Verša (1996, 37) je zapostavljenost žensk v medijih oblika socialne izključenosti, saj imajo omejene možnosti pri razpolaganju z družbeno močjo, kar razvrednoti njihov pomen v družbi. Seksizem na slovenski televiziji se tako kaže predvsem v proizvajanju vtisa o nepomembnosti žensk v vsakdanjem življenju.

Tabela 5.8: Pregled vseh analiziranih oddaj in gostov po spolu

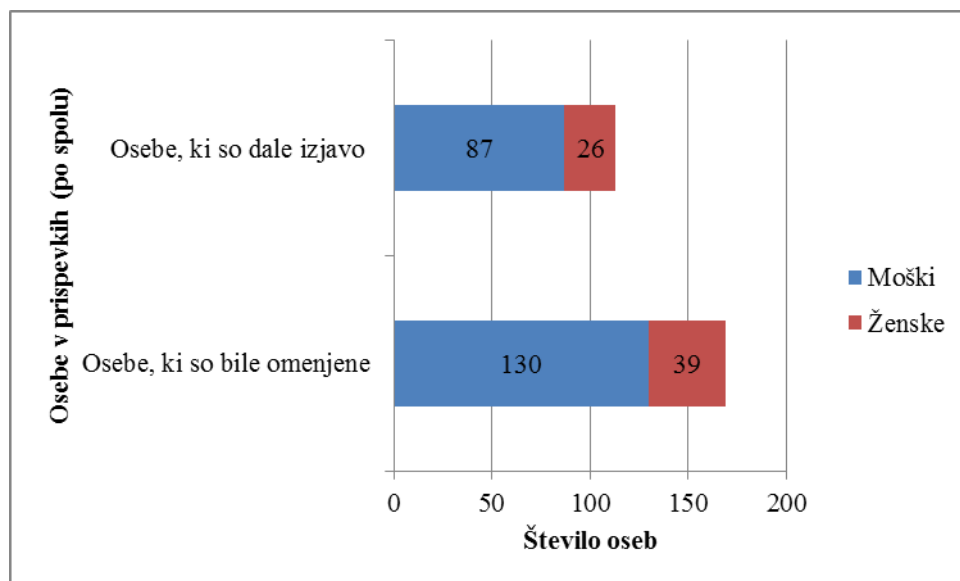
		Spol gostov		
Št.	Oddaja	Ž	M	Skupaj
1.	Tarča	3	16	19
2.	Omizje	3	25	28
3.	Pogledi Slovenije	9	30	39
4.	Odmevi	4	11	15
5.	Studio City	3	25	28
6.	Intervju	0	5	5
7.	Polnočni klub	10	10	20
Oddaje – skupaj (število)		32	122	154
Oddaje – skupaj (delež)		21 %	79 %	100 %

Graf 5.1: Pregled vseh analiziranih oddaj in gostov po spolu



Drugič, nižja zastopanost žensk je opazna tudi v prispevkih analiziranih oddaj novičarskega tipa (v tistih oddajah, katerih del so tudi prispevki). V prispevkih je bilo omenjenih 39 žensk (23 %) in 130 moških (77 %). Izjavo za prispevek je dalo 26 žensk in 87 moških. Razmerje je bilo prav tako 23 % proti 77 % (glej Graf 5.2). V raziskavi iz leta 1996 se je poročalo o 9 % žensk, intervjuvanih pa je bilo 17 %. Leta 2006 je v proučevanem obdobju izjavo dalo 26 % žensk. Na podlagi pridobljenih podatkov lahko rečemo, da je zastopanost žensk, v primerjavi z letom 1996, višja, vendar ne tudi v primerjavi z letom 2005.

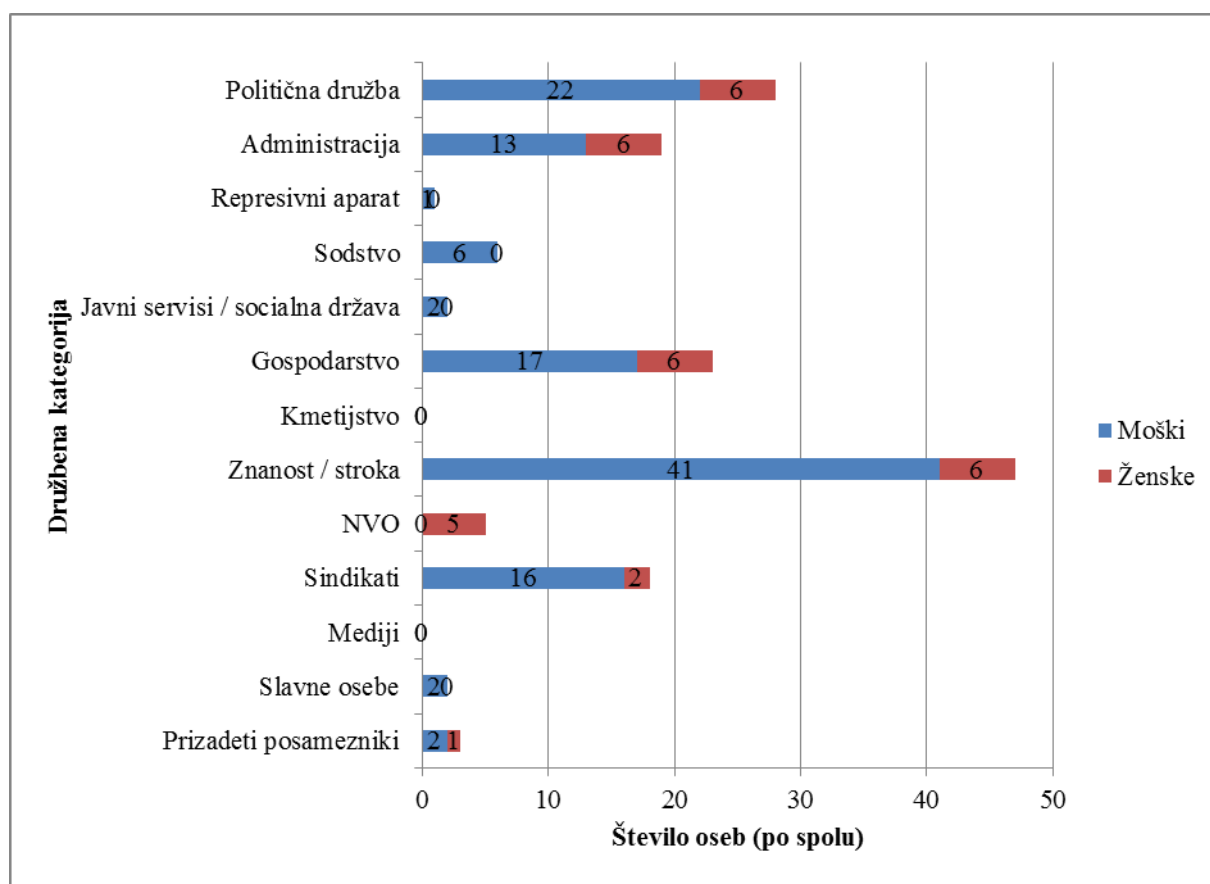
Graf 5.2: Pregled vseh analiziranih prispevkov in oseb v prispevkih po spolu



Tretjič, neuravnoteženost zastopanosti spolov se je pokazala tudi pri podrobnejši analizi strukture gostujočih glede na družbeni položaj. V analiziranih oddajah leta 2007 so bili zastopani predvsem predstavniki politične družbe (51 %). Čepič (2007, 50) je ugotovil, da je struktura po družbeni moči za ženske bistveno slabša kot za moške, saj so prve v večji meri zastopane v kategorijah z majhno družbeno močjo (na primer prizadete posameznice ali posamezniki oziroma posameznice ali posamezniki brez institucionalnega ozadja), slednji pa v kategorijah z večjo družbeno močjo (predvsem politična družba, znanost, gospodarstvo). Pri naši analizi se je izkazalo, da bili v analizirane oddaje povabljeni predvsem predstavniki znanosti, politične družbe in gospodarstva. Tudi med gostjami so bile predvsem predstavnice politične družbe in gospodarstva, med drugim pa tudi s področja administracije in nevladnih organizacij, kjer je bila zastopanost moških nizka (glej Graf 5.3). Na tej točki je nujno omeniti, da so s področja politične družbe prevladovala (takratne) ministrice ali predsednice strank. V prvem polletju 2011 je bilo v vladi šest ministric, in sicer na ministrstvu za gospodarstvo, notranje zadeve, javno upravo, obrambo, lokalno samoupravo in regionalno politiko ter kulturo. Ženske so torej vodile pomembne ministrske resorje in bile na podlagi svojega položaja tudi povabljene v oddaje. Zanimiva bi bila analiza izbranih oddaj drugega polletja, ko je bila na ministrskem položaju samo še ena ministrica. Majda Hrženjak in Renata Šribar (2004, 2) pravita, da so vodstvene pozicije in strokovnost najpogosteje povezane z

moškimi, kar je odsev družbene realnosti in posledica samoumevnega seksističnega odnosa oziroma odsotnosti sistematične politike enakih možnosti med spoloma v uredniških politikah.

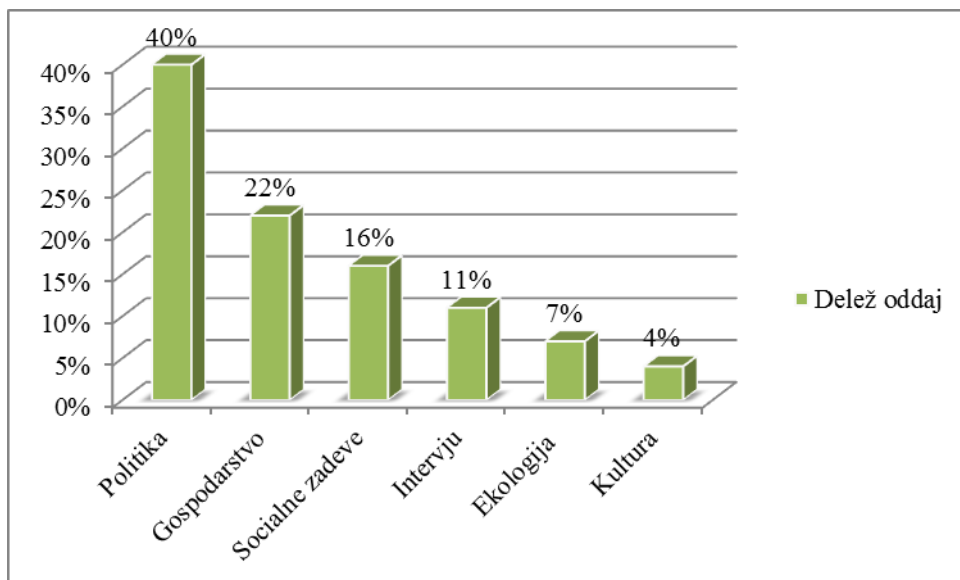
Graf 5.3: Vloge posameznic in posameznikov v analiziranih oddajah



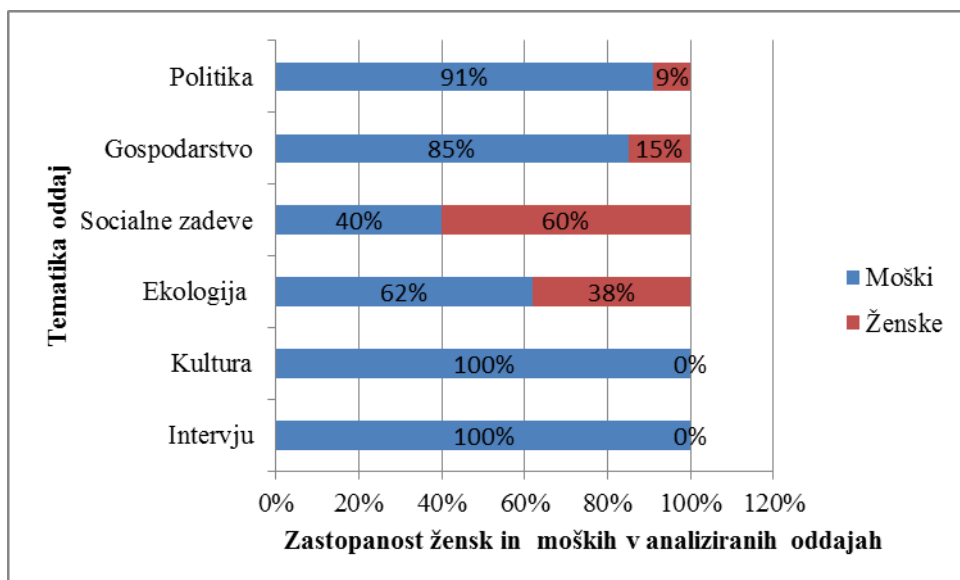
Četrtič, več kot polovica tematik analiziranih oddaj je bila s področja politike in gospodarstva (glej Graf 5.4). Nadaljnja analiza je pokazala, da je zastopanost žensk višja v oddajah s socialno tematiko (glej Graf 5.5). Višja zastopanost žensk je bila tudi v oddajah, katerih tematika je bila s področja ekologije. To so bile oddaje Polnočni klub, v katerih je bila zastopanost spolov na splošno bolj uravnotežena. V oddajah s področja kulture ni bilo zastopanosti žensk. Prav tako so v oddaji Intervju, ki smo jo uvrstili pod posebno kategorijo »intervju«, gostovali zgolj moški. Na informacijsko diskriminacijo je opozorila že Dorotea Verša (1996, 38), ki pravi, da je javno izražanje ženskih interesov na slovenski televiziji redko, pri čemer se ustvarja vtis, kot da teh interesov sploh ni. Informacijska diskriminacija žensk v medijih je povezana s pomanjkanjem specifičnih informacij, ki zanimajo predvsem

žensko publiko, ter redko izpostavljanje ženske perspektive, kar ženske prikrajšuje za informacije posebnega pomena.

Graf 5.4: Delež analiziranih oddaj glede na tematsko področje



Graf 5.5: Zastopanost žensk in moških glede na tematiko oddaj



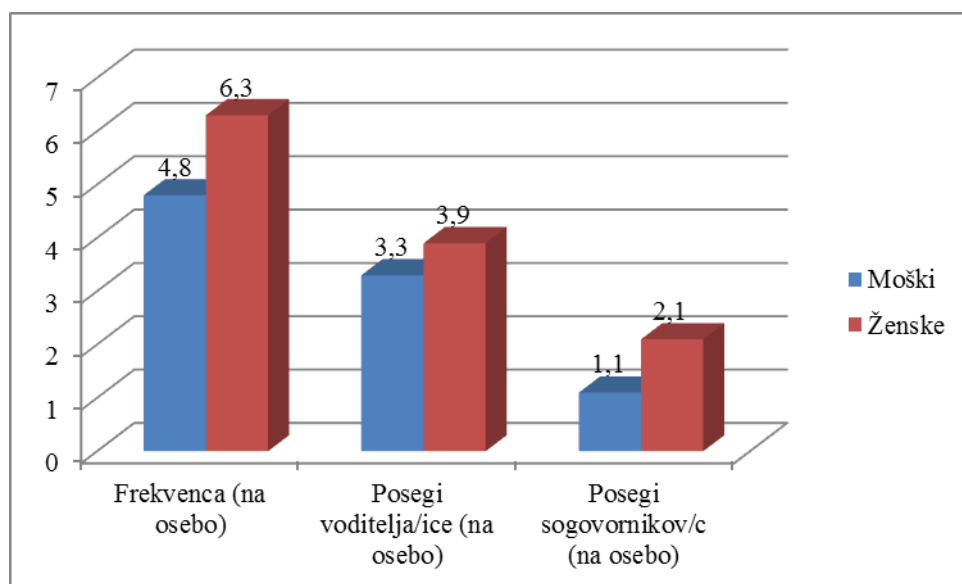
Petič, zastopanost žensk na vodilnih položajih na RTV Slovenija je še vedno bistveno nižje zastopanosti od moških. Na vodilnih položajih je 29 % žensk in 71 % moških. Tudi odgovorno uredništvo je v večini v moških rokah (67 %). Kljub temu pa izbrane analizirane

oddaje v večji meri urejajo in vodijo ženske. Dorotea Verša (v Štih 2005, 57) je v svoji raziskavi prišla do ugotovitve, da znotraj novinarskega kadra prevladujejo moški (63 %). Glede na zbrane podatke se ni moglo potrditi, da bi se novinarski poklic feminiziral, saj je bila v medijih zaposlena manj kot polovica žensk. Leta 1995 je bilo med vsemi zaposlenimi na televiziji 32 % žensk, med zaposlenimi v uredništvih 31,7 %, novinark je bilo 53,4 % žensk, na vodilnih položajih pa 29 % žensk (Kozmik in Jeram 1995, 47). Katjuša Štih (2005, 57) je leta 2005 ugotovila, da se je spolna struktura novinarskega kadra spremenila, saj je bilo v vlogah voditeljic 65,7 % žensk. Lahko bi govorili o t. i. feminizacij poklica, vendar, kot pravi Katjuša Štih (2005, 57) tega pojma ni primerno uporabljati, saj ima negativne konotacije. Vsak poklic, ki se feminizira, izgubi na ugledu in statusu. Novinarski poklic pri nas še ni izgubil ugleda, se pa tovrstne pojave beleži na področju vzgoje, šolstva in zdravstva (Dorotea Verša 1991, 16).

Šestič, analiza soočenj⁶ gostujočih v studiu (glej Graf 5.6) je pokazala, da so ženske v soočenjih besedo dobile 171-krat, in sicer v povprečju 6,3-krat na posameznico. Moški so v soočenjih besedo dobili 255-krat, in sicer povprečno 4,8-krat na posameznika. Časovno so ženske v analiziranih soočenjih govorile 4 ure 14 minut in 45 sekund, kar je povprečno 9 minut in 30 sekund na posameznico. Moški so za izjave porabili 7 ur 15 minut in 50 sekund, kar je povprečno 8 minut in 20 sekund na posameznika. Gostje so bile prekinjene s strani voditelja / voditeljice 106-krat, kar je povprečno 3,9-krat na gostjo, gosti pa 176-krat, povprečno torej 3,3-krat na gosta. Sogovorniki / sogovornice so ženskam v besedo posegli 56-krat, povprečno torej 2,1-krat na gostjo, moškim pa 58-krat, povprečno 1,1-krat na gosta. Analiza je pokazala, da kljub nižji zastopanosti žensk v oddajah, le te povprečno dobijo besedo večkrat kot gosti. Tudi časovno ženske povprečno govorijo dalj kot moški, vendar so pri tem pogosteje prekinjene tako s strani voditelja / voditeljice kot tudi sogovornikov / sogovornic.

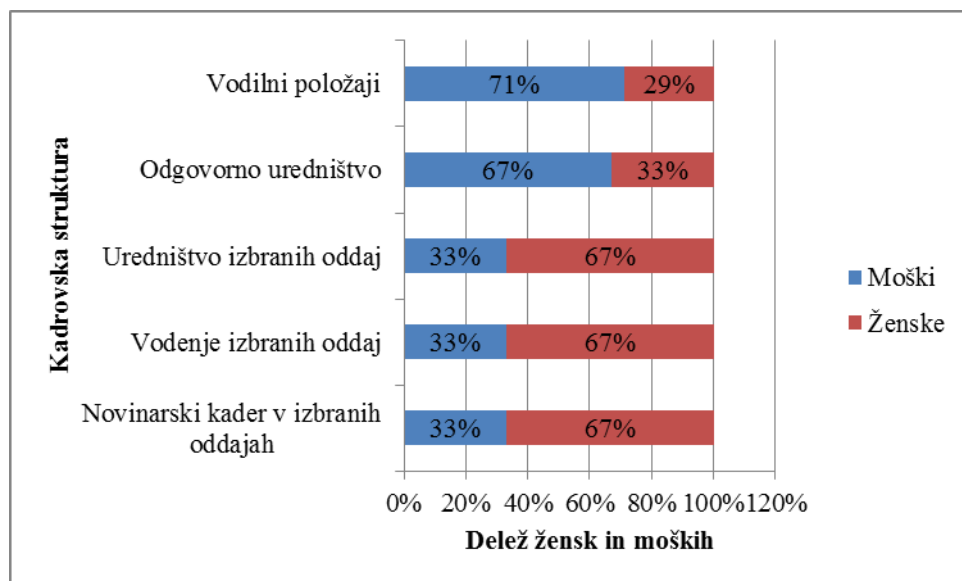
⁶ Soočenja so samo tiste oddaje oziroma del oddaj, v katerih sta zastopana oba spola, saj je bila podrobnejša le v teh primerih analiza smiselna. Oba spola sta bila zastopana oziroma so v oddaji / soočenju sodelovali tako moški kot tudi ženske, v 15 od 35 analiziranih oddaj. V 15 oddajah je nastopilo 27 žensk (34 %) in 53 moških (66 %).

Graf 5.6 Analiza gostov v soočenjih glede na število izjav in poseganj v besedo (po spolu)



In, ne nazadnje, v analiziranih oddajah je bilo mogoče opaziti seksistično rabo jezika, pri čemer je bila opazna predvsem neuporaba obeh spolnih slovničnih oblik. Tako voditelji kot tudi voditeljice so v oddajah pogosto naslavljali zgolj gledalce, ne pa tudi gledalk.

Graf 5.7: Kadrovska struktura analiziranih oddaj glede na spol



5.4 Potrditev ali zavrnitev RT in odgovor na RV

S pomočjo pridobljenih podatkov iz analize lahko za konec potrdimo oziroma zavrnemo raziskovalne tematike in odgovorimo na raziskovalno vprašanje.

RT 1: Ženske so v pogovornih oddajah novičarskega tipa zastopane v manjši meri kot moški, tako kot sogovornice kot tudi voditeljice.

Prvo raziskovalno tematiko lahko le delno potrdimo oziroma zavrnemo. Zastopanost žensk kot povabljenih v pogovorne oddaje novičarskega tipa je bistveno nižja kot zastopanost moških. Ugotovili smo, da je 19 % žensk nastopilo kot sogovornice v oddajah. Moških, ki so gostovali v analiziranih oddajah, je bilo 81 %. Prvi del RT 1 tako lahko potrdimo. Ne moremo pa potrditi drugega dela RT 1, saj so v izbranih analiziranih oddajah prevladovali ženske v vlogi voditeljic. Ženske so vodile 67 % oddaj, moški pa 33 %.

RT 2: V pogovornih oddajah novičarskega tipa je mogoče opaziti vloge spolov, ki so skrčene na stereotipne, pri čemer prevladuje patriarhalna delitev družbenih vlog.

Analiza strukture gostov in tematik oddaj je pokazala, da so bili moški gostje oddaj, katerih tematike so bile s področja politike (91 % zastopanost moških), gospodarstva (85 % zastopanost moških) in kulture (100 % zastopanost moških). Ženske so prevladovale v oddajah s socialno tematiko (60 %), nekoliko večja zastopanost žensk je bila tudi v oddajah, katerih tema je bila s področja ekologije (38 %). Manjša zastopanost žensk je torej očitna v pogovornih oddajah, katerih tematika posega na tradicionalno »moško« področje (politika, gospodarstvo, vojne, terorizem, šport). Kot pravita Majda Hrženjak in Renata Šribar (2004, 5) obravnavanje tematike s socialnega področja na način, kot da gre predvsem za ženske teme, utrjuje tradicionalno in stereotipno podobo žensk. Resda je bila zastopanost žensk v omenjenih oddajah nizka, vendar so bile kot gostje v studio povabljene ženske, ki zasedajo pomembna mesta predvsem v politiki, gospodarstvu in znanosti. Ženske, ki so bile gostje v oddajah, so bile glede položaja oziroma družbene moči vsaj tako pomembne (če ne še bolj) kot sogovorniki. Povabljene so bile med drugim na ministrskih in direktorskih položajih. Na podlagi ugotovljenega lahko zaključimo, da se ženske še vedno v večji meri »umešča« v oddaje, v katerih razpravljajo o socialnih zadevah, kar naj bi bila (stereotipno) domena žensk. Kljub temu pa ne moremo reči, kot je to ugotovil Mitja Čepič (2007, 54), da ženske v pogovornih oddajah nastopajo predvsem v vlogi žrtve oziroma kot osebno prizadete, kot skrbnice, vzgojiteljice ali estradnice, ampak ženske v analiziranih oddajah zastopajo predstavnice na vodilnih položajih v politiki, gospodarstvu in znanosti. Raziskovalne tematike ne moremo potrditi, saj se, glede na spolno sestavo gostujočih, ni izkazalo, da bi bile vloge žensk, kot gostij v pogovornih oddajah, skrčene na stereotipne.

RT 3: Tematiziranje specifičnih vsebin, ki zadevajo ženske kot družbeno skupino, je redko.

Analiza je pokazala, da so povabljene osebe z voditeljico oziroma voditeljem razpravljale predvsem o tematikah s področja politike (40 %) ali gospodarstva (22 %). V teh segmentih javnega življenja moški močno prevladujejo. Tematike, o katerih so v večji meri razpravljale povabljene osebe v studiu, so bile vladna kriza, referendum, dokapitalizacija bank, korupcija, nezaupanje v pravno državo in podobno. Omenjene tematike so bile obravnavane v šestih analiziranih oddajah, v nekaterih oddajah so se tudi ponavljale (na primer v oddaji Odmevi ali Studio City). Izjema je bila oddaja Polnočni klub, ki je obravnavala povsem drugačne vsebine s področja ekologije in socialnih zadev. V vseh 35 analiziranih oddajah je bilo tematik s področja socialnih zadev 16 %, s področja kulture pa 4 %. To so tudi področja, kjer je

zastopanost žensk večja (pri tem se navezujemo na zaposlenost žensk v zdravstvu, šolstvu, kulturi in podobno). Na podlagi podatkov lahko rečemo, da je tematiziranje vsebin, v katerih imajo ženske pomembne vloge, v pogovornih oddajah novičarskega tipa bolj redko. Kot ugotavlja Dorotea Verša (1996, 17), diskriminacijski odnos televizije do tematik, ki so pomembne za ženske in žensko videnje družbenega dogajanja, izhaja iz siceršnje seksistične delitve družbene moči v Sloveniji in iz moškosrediščne kulture, utelešene v medijskih organizacijah v našem prostoru.

RT 4: Ženske, zaposlene na nacionalni televiziji, so na mestih odločanja manj zastopane kot moški.

Med zaposlenimi na mestih odločanja na nacionalni televiziji prevladujejo moški, saj zasedajo 67 % vodilnih položajev, ženske pa 33 %. Prve tri najvišje direktorske položaje zasedajo moški. V odgovornem uredništvu je 33 % žensk in 67 % moških. Kljub temu je urednikovanje v analiziranih oddajah prepuščeno šestim urednicam in trem urednikom. Ženske v vlogi urednic torej prevladujejo v izbranih pogovornih oddajah novičarskega tipa, kar je zagotovo pozitivna ugotovitev, vendar so pri uredništvu oddaj še vedno pod nadzorom moških, ki zasedajo vodilne položaje. Raziskovalno tematiko, da so ženske na mestih odločanja na nacionalni televiziji zastopane v manjši meri, lahko potrdimo. Ženske naj bi pri napredovanju na vodilne položaje ovirali t. i. stekleni stropovi, vendar Maca Jogan (2007, 3) pravi, da posledic dolgotrajnega utrjevanja in reproduciranja androcentrizma in moškosredišnega družbenega reda ni mogoče odpraviti v nekaj letih, niti v nekaj desetletjih.

RV1: Katere so temeljne razlike in podobnosti medijske podobe spolov med ugotovitvami analiz iz leta 1996 (Dorotea Verša), 2005 (Katjuša Štih), 2007 (Mitja Čepič) in našimi ugotovitvami?

Najbolj očitna podobnost med vsemi raziskavami je zagotovo neuravnotežena zastopanost spolov. V vseh raziskavah so bile ženske zastopane v manjši meri kot moški. Zastopanost žensk v raziskavi Dorotee Verša (1996) je bila 25 %, v raziskavi Katjuše Štih (2005) 33 %, v raziskavi Čepiča (2007) 19 % (14 % na nacionalni televiziji), v naši raziskavi (2011) pa 21 %.

Glede na to, da sta Dorotea Verša in Katjuša Štih preučevali dnevno informativne oddaje, Mitja Čepič pa pogovorne oddaje novičarskega tipa, je bolj smiselna podrobnejša primerjava

naše in Čepičeve raziskave. Mitja Čepič je, za razliko od nas, analiziral oddaje tako na nacionalni kot tudi na komercialni televiziji. Le v eni izmed 28 oddaj, ki jih je analiziral Mitja Čepič (2007, 7), se je samo enkrat zgodilo, da je bilo število povabljenih žensk večje od števila povabljenih moških, trikrat pa je bilo število uravnoteženo. V naši analizi se je izkazalo, da je v dveh oddajah nastopilo več žensk kot moških, v štirih oddajah je bila zastopanost spolov uravnotežena. V pet oddaj Intervju pa ni bila povabljena nobena ženska. Glede na analizo vlog posameznic in posameznikov v izbranih oddajah so bili v raziskavi Mitja Čepiča (2007, 49) v največji meri v oddaje povabljeni predstavniki in predstavnice politične družbe ter znanosti. Največ predstavnic ženskega spola je bilo v kategoriji »politična družba«, »prizadete posameznice / posamezniki« in »slavne osebe«. Mitja Čepič je prišel do ugotovitve, da so ženske v pogovornih oddajah premalo zastopane na dva načina. Prvič, gostij je neprimerno manj kot gostov in drugič, ženske se v oddajah pojavljajo predvsem v vlogi žrtve oziroma prizadete posameznice ter estradnice (Čepič 2007, 54). Slednjega pa ne moremo trditi za našo analizo, saj so povabljene gostje v večji meri zasedale vodilne položaje na področju politike, znanosti in gospodarstva. Se je pa tudi v naši analizi pokazalo, da so na splošno v vseh oddajah gostovali predstavniki in predstavnice znanosti in politične družbe.

Mitja Čepič (2007, 66) v svoji raziskavi ugotavlja, da so določene posameznice v televizijski debati enake moškimi, in sicer zato, ker ženske, glede na zbrane podatke, nimajo ne več ne manj besede kot moški in njihov glas ni ne bolj in ne manj slišan kot je glas moških. Vendar dodaja, da je slišnost ženskih glasov, v primerjavi z moškimi, odvisna od tega, da prve govorijo s pozicije družbene moči in v številu, ki je primerljivo številu moških. V naši analizi se je pokazalo, da ženske v povprečju dobijo besedo večkrat kot gosti, kljub njihovi nižji zastopanosti v analiziranih oddajah. Tudi časovno ženske povprečno govorijo dalj kot moški, vendar so pri tem pogosteje prekinjene tako s strani voditelja / voditeljice kot tudi sogovornikov / sogovornic. Mitja Čepič (2007, 58) je v raziskavi ugotovil, da je bilo v analizirane oddaje povabljenih precej manj žensk kot moških, hkrati pa delež v diskurzu ni dosegel niti že tako nizkega deleža udeležbe. Kljub temu se je pokazalo, da je možnost, da nekdo dobi besedo, odvisna od njegove / njene družbene pozicije, ne pa primarno od spola. Da je bil delež izjav žensk tako nizek, lahko pojasnimo s spolno sestavo gostujočih glede na družbeni položaj. V njegovih analiziranih oddajah so nastopale predvsem predstavnice manjšega družbenega položaja (žrtve, prizadete posameznice in estradnice). V naših analiziranih oddajah pa so nastopale predvsem predstavnice s pozicije družbene moči, torej

predstavnice vodilnih položajev s področja politike, gospodarstva in znanosti, zaradi česar so tudi dobile besedo v večji meri.

6 SKLEP

Mediji zavzemajo pomemben prostor v družbi, zato ni nič nenavadnega, da jih nekateri štejejo za četrto vejo oblasti. Zdi se, da nas mediji spremljajo na vsakem koraku in nam dnevno posredujejo številne informacije. Zaradi njihove vsakdanje vključenosti v naša življenja je še toliko bolj pomembno, da so posredovane informacije odsev realne družbe. Vendar pa, kot pravi Maca Jogan (2001, 6), ustvarjanje in razširjanje informacij ni nevtrarno, nepolitično nasploh in tudi ne z vidika spolne hierarhije, saj so komunikacijska sredstva vedno uporabljali tisti, ki so jih tudi nadzirali, da bi vplivali na duhovni, politični in intelektualni razvoj ljudi. V množičnem komuniciranju je, na področju hierarhije med spoloma, predvsem težnja po ohranjanju *statusa quo* oziroma po reproduciranju androcentrične kulture.

Da lahko govorimo o kredibilnosti informacij, se mora zagotoviti izražanje različnih stališč in mnenj o obravnavanih temah, pri čemer pomembno vlogo igra uravnotežena zastopanost spolov. Kredibilnost informacij se pričakuje še posebej v pogovornih oddajah novičarskega tipa na nacionalni televiziji. Analiza izbranih oddaj je pokazala, da je spolna sestava povabljenih oseb v pogovorne oddaje novičarskega tipa bolj naklonjena moškim kot ženskam. Moški so torej tisti, ki se jim v večji meri omogoča izražanje različnih stališč in mnenj. Kot pravi Maca Jogan (2001, 5), so že različne raziskave pokazale, »da v medijski produkciji prevladuje seksizem in da pretežno enosmerno komuniciranje vključuje izrazit patriarhalni oziroma androarhalni potencial«. In dodaja (Jogan 2001, 50), da se seksistična tradicija ni ohranjala sama po sebi, ampak je bilo njeno ohranjanje v jedru celotne družbene ureditve. Oblikovanje urejevalnih pravil in dodeljevanje pomembnosti je pripadalo moškim, torej nosilcem moči, ki se niso (bili) pripravljene odreči prednostnim položajem tako na javnem kot na zasebnem področju. »Znanstvene«, torej spolno ne nevtralne, ampak moško pristranske, opredelitve in razlage družbenega reda so določale ženske kot intelektualno manjvredne in zadolžene za svojo »primarno naravno vlogo« v okviru strogo urejevanje »njegove« družine (Maca Jogan 2007, 2). Kot pravi Pierre Bourdieu (2001, 9) je moč moškega reda v upravičevanju, saj androcetizem samega sebe izpostavlja kot nevtralnega in tako ne potrebuje diskurza, ki bi ga legitimiziral. Problem takšnega pogleda je v tem, da se ljudem spolne

razlike zdijo nekaj povsem normalnega. Tako kot Maca Jogan (2001, 6) govori o ohranjanju *statusa quo* na področju hierarhije med spoloma, pa Peter Glick in Susan T. Fiske (1997, 121–2) s teorijo o ambivalentnem seksizmu utemeljita razlikovanje med zlonamernim in dobronamernim seksizmom, ki jima je skupno to, da prispevata k ohranjanju stabilnega sistema spolne neenakosti in upravičevanju le tega, razlikujeta pa se predvsem v odnosu do žensk. Medtem ko zlonamerni seksizem temelji na sovraštvu do tistih žensk, ki zavračajo predpisane tradicionalne vloge in predstavljajo grožnjo moškim, pa dobronamerni seksizem ženske idealizira, vendar le tiste, ki ustrezajo tradicionalnim vlogam in ne zavračajo patriarhalnega sistema.

Dorotea Verša (1996, 39) pravi, da slovenski medijski prostor postaja vedno bolj kompleksen in vpliven, zato je tudi potreba po delovanju medijev z drugimi družbenimi dejavniki in ustvarjanju stališč in vrednot, ki bodo zagotovile enake možnosti spolov, vedno bolj izrazita, če želimo odpraviti diskriminacijo žensk. Kako se stereotipnemu upodabljanju žensk in tudi moških lahko izognemo? Če povzamemo ključne ugotovitve in nasvete Majda Hrženjak in Renata Šribar (2004, 15), se je potrebno izogibati karakterizaciji spolov, rabi pridevnikov za opis ženske ali moškega, posploševanju o lastnostih obeh spolov, zoperstavljanju žensk in moških, prikazovanju spolov kot enovitih družbenih skupin, nujen pa je izbor vizualnega gradiva, ki za upodabljanje osebe ne pomeni degradacije ali žaljivega omejevanja na le eno dimenzijo življenja. Med ukrepe za preprečevanje seksističnega prikazovanja žensk pa Dorotea Verša (1996, 39) dodaja tudi sezname žensk, aktivnih na različnih področjih, ki se uporabljajo pri izbiranju strokovnjakinj kot sogovornic v poročilih in drugih oddajah. Pogoji za spreminjanje podobe spolov v medijih je, kot pravi Dorotea Verša (1996, 25), tudi ravnovesje v številu žensk in moških, zaposlenih v medijskih podjetjih. Vsi ustvarjalci medijskih vsebin se morajo zavedati pomena spolno uravnovešene strukture zaposlenih, pri čemer večanje števila žensk na vodilnih položajih lahko postane sestavni del strategije za izboljšanje podobe in položaja žensk v medijih. Boj proti predsodkom in stereotipom je ključnega pomena za podobo in zastopanost žensk v množičnih medijih. Mirjana Nastran Ule (1994, 119) pravi, da obstajajo določene strategije spreminjanja ali razgrajevanja predsodkov in med drugim navaja sprejemanje zakonskih aktov in predpisov proti diskriminaciji določenih skupin, sistematično informiranje o nesmiselnosti in neupravičenosti predsodkov, neposredni kontakti s posamezniki in skupinami, ki so tarča predsodkov in diskriminacij. Predvsem neposreden stik s pripadnicami / pripadniki različnih skupin lahko povzroči redukcijo stereotipov (tako imenovana »hipoteza stika«). Raziskave so pokazale, da so se

zmanjšali predvsem stereotipi do konkretnih članic / članov, ki so prišli v medosebni stik. Večje spremembe pa so se pokazale šele, če so člani drugih skupin reprezentativni članicami / člani ali pa so informacije ob stiku dramatično različne od stereotipov (Ule 2009, 184).

Med zgoraj naštetimi strategijami, pa kot pravi Nastran Ule (1994, 119), še ni razloga za optimizem, saj so predsodki trdovratnejši od naštetih strategij. To med drugim ugotavlja tudi Dorotea Verša (1996, 39), ki pravi, da je na področju zakonsko obvezujočega urejanja enake udeležbe in obravnave obeh spolov v slovenskih medijih storjenega še veliko premalo. Spodbuden pa je podatek, da stereotipi niso nespremenljivi, ampak se spreminjajo skladno z medskupinskimi odnosi (Ule 2009, 184). Kot pravi Mirjana Ule (2009, 184) so stereotipi produkt dinamičnega procesa socialnega presojanja, ki jih ustvarjamo sproti, zato da razložimo, opišemo in upravičimo socialne in družbene razlike med socialnimi, etničnimi, generacijskimi, spolnimi, religioznimi, političnimi skupinami. Zato je na področju množičnih medijev še toliko bolj nujno, da urednice / uredniki, novinarke / novinarji začnejo upoštevati nasvete in primere dobrih praks, saj le tako lahko pričakujemo napredek na tem področju. Potrebno pa je tudi spodbujanje zastopanosti žensk na področjih, na katerih prevladujejo moški. Če so posameznice prepričane, da so jim vrata do uspeha zaprta, bodo obupale. Oseba, ki ocenjuje, da ima malo možnosti za uspeh, ne vidi razlogov za trud in zato niti ne poskusi. Žrtve diskriminacije tako razvijejo »samoponižujoče« vzorce obnašanja (Ule 2009, 231). Marina Horner (v Ule 2009, 231) je ugotovila, da se ženske bojijo dosežati uspehe, saj se bojijo posledic, še posebej, če uspeh dosežejo na področju, ki je »rezervirano« za moške. Kot je pokazala tudi naša analiza, so množični mediji zagotovo področje, na katerem je mogoče opaziti neuravnoteženo zastopanost spolov. Analiza je pokazala, da so ženske v manjši meri zastopane ne le kot gostje pogovornih oddaj, ampak zasedajo tudi manj vodilnih položajev kot moški na TV Slovenija. Spodbujati je potrebno medijske politike, ki bodo zagotavljale enake možnosti spolov ter odpravljale enostransko prikazovanje žensk in moških. Le tako se bodo odpravljale stereotipne podobe o vlogi žensk in moških v družbi. Ključnega pomena je tudi odziv javnosti, ki se bo morala v prihodnje v večji meri odzivati na (pre)majhno zastopanost žensk in nestvarno upodabljanje obeh spolov v množičnih medijih.

7 LITERATURA

Becker, Julia C. in Ulrich Wagner. 2009. Doing gender differently – The interplay of strength of gender identification and content of gender identity in predicting women's endorsement of sexist beliefs. *European Journal of Social Psychology* 39: 487–508.

Benokraitis, Nijole V. in Joe R. Feagin. 1995. *Modern Sexism – Blatant, Subtle and Covert Discrimination*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Bourdieu, Pierre. 2001. *Masculine domination*. Cambridge: Polity Press.

Čepič, Mitja. 2007. Ženske v pogovornih oddajah slovenskih televizij. *Delovni zvezki ICK – Medijska vrsta* 1(1): 1–72.

Dobljekar, Nevenka. 2001. *Položaj žensk v medijih*. Dostopno na: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/12/slovenija/print.html#5> (17. oktober 2011).

Erjavec, Karmen in Melita Poler Kovačič. 2007. *Kritična diskurzivna analiza novinarskih prispevkov*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

European Institute for Gender Equality. 2011. *The European Institute for Gender Equality Annual Report 2010*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

Fischer, Anna R. 2006. Women's Benevolent Sexism as Reaction to Hostility. *Psychology of Women Quarterly* 30: 410–16.

Forbes, Gordon B., Linda L. Collinsworth, Rebecca L. Jobe, Kristen D. Braun in Leslie M. Wise. 2007. Sexism, Hostility toward Women, and Endorsement of Beauty Ideals and practices: Are Beauty Ideals Associated with Oppressive Beliefs? *Sex Roles* 56: 265–73.

Glick, Peter in Susan T. Fiske. 1997. Hostile and Benevolent Sexism – Measuring Ambivalent Sexist Attitudes Toward Women. *Psychology of Women Quarterly* 21: 119–35.

Gortnar, Maruša, ur. 2008. *Elimination of Gender Stereotypes*. Ljubljana: Government of the Republic of Slovenia, Office for Equal Opportunities.

Hrženjak, Majda in Renata Šribar. 2004. *Priročnik za medije o upoštevanju načela enakih možnosti spolov*. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Ivanko, Štefan. 2007. *Raziskovanje in pisanje del – Metodologija in tehnologija raziskovanja ter pisanja strokovnih in znanstvenih del*. Ljubljana: NUK.

Jogan, Maca. 1990. *Družbena konstrukcija hierarhije med spoloma*. Ljubljana: Fakulteta za sociologijo, politične vede in novinarstvo.

Jogan, Maca. 1993. Seksizem v medijih. *Razgledi: časopis za umetnost, družbo in humanistiko* 2(24): 29–31.

Jogan, Maca. 2001. *Seksizem v vsakdanjem življenju*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Jogan, Maca. 2007. *Ženske v znanosti: od izključenosti do (popolne) vključenosti*. Dostopno na: <http://www.uem.gov.si/fileadmin/uem.gov.si/pageuploads/PosvetZZRJogan2.pdf> (17. oktober 2011).

Kozmik, Vera in Jasna Jeram, ur. 1995. *Neseksistična raba jezika*. Ljubljana: Urad za žensko politiko.

Kozmik, Vera in Jasna Jeram, ur. 1995. *Ženske v novinarskih vrstah, vrsticah in med njimi*. Ljubljana: Urad za žensko politiko.

Kuhar, Roman. 2003. *Medijske podobe homoseksualnosti – Analiza slovenskih tiskanih medijev od 1970 do 2000*. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Organizacija združenih narodov. 1985. *Nairobi Forward-looking Strategies for the Advancement of Women* – Nairobiske dolgoročne strategije za izboljšanje položaja žensk do leta 2000, sprejete v Nairobi, 15.–26. julij 1985. Dostopno na: <http://www.un.org/womenwatch/confer/nfls/Nairobi1985report.txt> (10. oktober 2011).

Nastran Ule, Mirjana. 1994. *Temelji socialne psihologije*. Ljubljana: Narodna in univerzitetna knjižnica.

Nastran Ule, Mirjana, ur. 1999. *Predsodki in diskriminacije – Izbrane socialno-psihološke študije*. Ljubljana: Narodna in univerzitetna knjižnica.

Neubauer, Violeta, ur. 2003. *Posebni ukrepi za zagotavljanje enakosti žensk in moških*. Ljubljana: Urad Vlade RS za enake možnosti.

Newcomb, Horace, ur. 2004. *Encyclopedia of television*. New York in London: Fitzroy Dearborn.

Pickering, Michael. 2001. *Stereotyping – The politics of Representation*. New York: Palgrave.

Portal Rtv slo.si. 2000. *Poklicna merila in načela novinarske etike v programih RTV Slovenija*. Dostopno na: <http://www.rtv slo.si/poklicnamerila> (17. oktober 2011).

Portal Rtv slo.si. 2011a. *Oddaja Tarča*. Dostopno na: http://www.rtv slo.si/modload.php?&c_mod=rtvoddaje&op=web&func=read&c_id=24475 (18. oktober 2011).

Portal Rtv slo.si. 2011b. *Oddaja Omizje*. Dostopno na: http://www.rtv slo.si/modload.php?&c_mod=rtvoddaje&op=web&func=read&c_id=17585 (18. oktober 2011).

Portal Rtv slo.si. 2011c. *Oddaja Pogledi Slovenije*. Dostopno na: http://www.rtv slo.si/modload.php?&c_mod=rtvoddaje&op=web&func=read&c_id=25558 (18. oktober 2011).

Portal Rtv slo.si. 2011d. *Oddaja Odmevi*. Dostopno na: http://www.rtv slo.si/modload.php?&c_mod=rtvoddaje&op=web&func=read&c_id=22066 (18. oktober 2011).

Portal Rtv slo.si. 2011e. *Oddaja Studio City*. Dostopno na: http://www.rtv slo.si/modload.php?&c_mod=rtvoddaje&op=web&func=read&c_id=24472 (18. oktober 2011).

Portal Rtv slo.si. 2011f. *Oddaja Intervju*. Dostopno na: http://www.rtv slo.si/modload.php?&c_mod=rtvod daje&op=web&func=read&c_id=24493 (18. oktober 2011)

Portal Rtv slo.si. 2011g. *Oddaja Polnočni klub*. Dostopno na: http://www.rtv slo.si/modload.php?&c_mod=rtvod daje&op=web&func=read&c_id=24463 (18. oktober 2011).

Quinn, Sheila. 2009. *Vključevanje vidika spola v proračun: praktično izvajanje*. Ljubljana: Urad Vlade RS za enake možnosti.

Sibley, Chris G. in Marc Stewart Wilson. 2004. Differentiating Hostile and Benevolent Sexist Attitudes Toward Positive and Negative Female Subtypes. *Sex Roles* 51(11/12): 687–96.

Sibley, Chris G., Nickola C. Overall in John Duckitt. 2007. When Women Become More Hostilely Sexist toward their Gender: The System-Justifying Effect of Benevolent Sexism. *Sex Roles* 57: 743–54.

Štih, Katjuša. 2005. *Reprezentacija spolov v informativnem programu televizije – diplomsko delo*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Taylor, Frank. 2009. Content Analysis and Gender Stereotypes in Children's Books. *Sociological Viewpoints* 25 (Fall): 5–22.

Ule, Mirjana. 2009. *Socialna psihologija – Analitični pristop k življenju v družbi*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Urad Vlade RS za enake možnosti. 2007. *Pot k enakosti spolov – Smernice in dokumenti za izvajanje politike enakosti spolov*. Ljubljana: Urad za enake možnosti.

Verša, Dorotea. 1991. *Lik ženske na televiziji – diplomsko delo*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Verša, Dorotea. 1996. *Medijska podoba spolov*. Ljubljana: Vlada Republike Slovenije, Urad za žensko politiko.

Walas, Teresa. 1995. *Stereotypes and Nations*. Cracow: International Cultural Centre.