

SPOLNA DIFERENCIACIJA NA PRIMERU TRANSFORMACIJE NOVINARSKEGA POKLICA**

Povzetek. V članku problematiziramo feminizacijo novinarskega poklica v kontekstu neenakosti spolov v medijih. Izpostavimo, da se je delež novinark in urednic v novinarstvu v zadnjih desetletjih izrazilo povečal navkljub značilnim maskuliniziranosti (dolgi in netipični delovniki, pogoste službene poti, manjše možnosti usklajevanja zasebnega in poklicnega življenja). Hkrati pa se neenakosti v medijih kot področju zaposlovanja in na ravni medijskih reprezentacij niso zmanjšale, temveč se ohranjajo in reproducirajo skozi obstoječe uspoljene organizacijske strukture in procese delovanja, načine vodenja in položaje odločanja. Na podlagi analize desetih intervjujev z vodstvenimi in vodilnimi zaposlenimi v treh televizijskih hišah (TV Slovenija, POP TV in Planet TV) ugotavljamo, da je transformacija novinarskega poklica z vidika spola prepoznana izključno kot kvantitativni pokazatelj večjega števila žensk v novinarstvu ter posledično kot dosežena spolna enakost na področju zaposlovanja v televizijskih hišah. Ugotavljamo, da odsotnost kritičnega naslavljanja vprašanj o spolih in enakosti spolov pri vprašanih delovanja, vodenja in zaposlovanja v medijih omogoča reprodukcijo obstoječih neenakosti spolov v medijih.

Ključni pojmi: spol, mediji, spremembe, novinarski poklic, feminizacija

Uvod

O transformaciji novinarskega poklica v zadnjih desetletjih kot »krizi novinarstva« govori obsežna mednarodna literatura, ki se osredinja okrog tematik deprofesionalizacije in prekarizacije ter intenzifikacije dela (Franklin, 2012: 665; McChesney, 2012; Franklin, 2014; Wahl-Jorgensen et al., 2016). Radikalne spremembe novinarstva so posledica različnih dejavnikov, od digitalizacije medijev in novih tehnologij do institucionalnih sprememb,

* Dr. Živa Humer, raziskovalka; mag. Mojca Frelih, raziskovalka, Mirovni inštitut, Ljubljana.

** Izvirni znanstveni članek.

predvsem koncentracije medijev in porasta komercialnih medijev ter zasebnega kapitala v medijih, vključno z oglaševalskimi pritiski na medijske hiše (Franklin, 2012; McChesney, 2012; Franklin, 2014; Wahl-Jorgensen et al., 2016). Digitalizacija je korenito spremenila načine produkcije, poročanja in spremljanja medijskih vsebin. Posledično, kot ugotavljajo nekateri avtorji, je ogrožena avtonomija novinarjev in novinark, znižujejo se standardi novinarskega dela, poslabšujejo se delovne razmere, naraščajo prekarne oblike zaposlitve in nizka plačila (Franklin, 2012; McChesney, 2012). Tudi v Sloveniji so ugotovitve številnih avtorjev in avtoric podobne. Izpostavljajo problem degradacije novinarskega poklica od 90. let dalje zaradi privatizacije in komercializacije medijev, kar spremlja tudi poslabševanje delovnih razmer in zaposlovanja v medijski industriji (Banjanac Lubej, 2003; Klinar, 2004; Drakulič, 2004, 2006; Nahtigal, 2006; Jurančič, 2008; Stare, 2014). Zelo poudarjeno je opozarjanje, zlasti Sindikata novinarjev in Društva novinarjev Slovenije, na naraščajoče prekarne oblike zaposlitve in razraščanje neenakosti med redno in prekarno zaposlenimi novinarji in novinarkami (Babič Košir, 2002; Stare, 2014).

V kontekstu razprav o transformaciji novinarskega poklica je treba obravnavati tudi feministično literaturo s področja medijev, ki je osvetlila vidik spola v medijih, zlasti s tematizacijo položaja žensk, zaposlenih v medijski industriji, in medijskih reprezentacij spola v različnih žanrih (Spears et al., 2000; Gallagher, 2001; 2005; Byerly, 2016; Ross in Padovani, 2016). Raziskan je predvsem položaj žensk v medijih, zato Djerf-Pierre (2007) opozori, da bi študije morale proučevati tudi moške v medijih, pomene moškosti v novinarstvu, prepletanje moškosti in moči, nadzora kot elementov novinarstva.

Študije o položaju žensk v medijih v zadnjih tridesetih letih ugotavljajo porast vstopanja žensk v medijske poklice, ponekod ti deleži presegajo pariteto, a hkrati opozarjajo na neenakosti spolov v medijih (North, 2009; Byerly, 2016). Obstoj vertikalne spolne segregacije se odraža v tem, da z višanjem hierarhičnega položaja upada delež žensk, pri čemer najvišje vodilne položaje v medijskih hišah večinoma zasedajo moški (Byerly, 2016; Ross in Padovani, 2016). Od študije iz leta 1995 z ugotovitvijo, da je na najvišjih položajih v medijih globalno približno 12% žensk, se položaj nekoliko izboljšuje, a zelo počasi, kot je razkrila nedavna raziskava Evropskega inštituta za enakost spolov. Leta 2012 je bilo na ravni glavnega izvršnega direktorja oz. direktorice v EU le 16% žensk, v Sloveniji pa 20% žensk (Gallagher, 1995; EIGE, 2013; Petković, 2016). Neenakost spolov v medijski industriji se odraža v podreprezentaciji žensk na odločevalskih položajih, v strukturalnih ovirah za napredovanje in spolni plačni vrzeli v medijih, ki znaša v EU 17,4% (EWL, 2010: 100; Pajnik, 2012; EIGE, 2013; Ross in Padovani, 2016). S horizontalno spolno segregacijo v medijih se označuje uspoljenost področij in delitev dela na mezoravni medijskih hiš kot tudi na mikroravni uredništev

(North, 2009). Študija Global Media Monitoring Project, ki od leta 1995 vsakih pet let proučuje participacijo in upodabljanje žensk v medijih (časopis, radio, televizija), predstavlja obsežno bazo podatkov na globalni in lokalni ravni. Rezultati te študije potrjujejo spolno diferenciacijo v tradicionalnih (tisk, radio, televizija) in spletnih medijih ter v različnih žanrih, npr. podprezentiranost žensk kot subjektov novic v informativnih žanrih. Ženske so pogosteje gostje v informativnih oddajah o temah, ki pokrivajo zdravstvo, socialo, šolstvo, torej področja, na katerih so v večji meri zaposlene ženske (MediaWatch, 1995; Spears et al., 2000; Gallagher, 2005; Macharia et al., 2010; Macharia, 2015; Byerly, 2016). Prevladujoče študije o položaju žensk v medijski industriji temeljijo na kvantitativnih metodah o deležih žensk in moških, ki so pomembni pokazatelji neenakosti spolov v medijih: tako na ravni medijskih vsebin in žanrov kot na ravni organizacijskih struktur ter zaposlovanja. Gallagher (2001) ob tem poudari, da so tovrstni podatki pomembni tudi za spremljanje medijev in oblikovanje medijskih politik.

Študije o položaju žensk v medijih so spremljala tudi pričakovanja, da bo večje število žensk, zaposlenih v medijski industriji, vplivalo na večjo enakost spolov na vseh nivojih v medijih, kar pa se ni uresničilo. Ta pričakovanja so bila utemeljena na teoriji kritične mase, ki izhaja iz feminističnih političnih študij, da lahko določen delež (30%) žensk v politiki vpliva na odločitve in pomembno kreira politično agendo (Dahlerup, 2006). Feministične kritike teorije kritične mase so izpostavljale, da je do feminizacije medijske industrije prišlo s potrošniško logiko in tržno usmerjenostjo medijev, kar je določalo nove standarde v vsebinah in načinih poročanja, ki so spodbudili večje vstopanje žensk v novinarstvo (Van Zoonen, 1998). Prav tako Gallagher (2001: 7–8) zavrne pričakovanja o doseganju enakosti spolov v medijih kot zgrešena: »Reprezentacije žensk se ne bodo izboljšale z večjim številom novinark ali s tem, da v oglaševanju ne bo več primerov seksizma, potrebna je družbena in politična transformacija, po kateri bodo pravice žensk dejansko razumljene, spoštovane in uresničene tako v družbi kot v medijih.«

V članku obravnavamo spremembe novinarskega poklica z vidika spola v Sloveniji, pri čemer izhajamo iz razumevanja, da je – poleg kvantitativnih podatkov o položaju žensk v novinarstvu in širše v medijih – treba upoštevati tudi vidik uspoljenosti novinarskega poklica, medijev, odnosov moči in položajev odločanja. V uvodnem delu na kratko orišemo spremembe in problematiziramo feminizacijo novinarstva, s katerim se na eni strani označuje »žensko novinarstvo«, prevlado »mehkih novic« in tabloidizacijo medijev, na drugi strani pa naraščanje zaposlovanja žensk v medijskih poklicih. V osrednjem delu članka obravnavamo uspoljenost medijev in novinarskega poklica na podlagi kvalitativne študije, ki zajema 10 intervjujev z

vodstvenimi in vodilnimi zaposlenimi v treh televizijskih hišah.¹ Pri analizi se osredotočamo na percepcije intervjuvanih o spremembah novinarskega poklica, feminizaciji novinarstva in razumevanju enakosti spolov v medijih. V zadnjem delu povzamemo ključne ugotovitve iz intervjujev in nakažemo potrebne spremembe.

Spremembe novinarskega poklica in naraščajoč delež žensk v novinarstvu

O transformaciji novinarstva obstaja precejšen konsenz med avtorji in avtoricami (North, 2009; Wahl-Jorgensen et al., 2016). Številni med njimi opozarjajo na degradacijo novinarstva kot posledico različnih dejavnikov, kjer so v literaturi obsežno problematizirani digitalizacija medijev in nove tehnologije (Franklin, 2012; McChesney, 2012; Franklin, 2014). Nove tehnologije so korenito spremenile način medijske produkcije in potrošnje. Skrajšal se je čas za zbiranje informacij, pripravo novic in predvajanje ter spremljanje novic, kar je vplivalo na tradicionalno novinarstvo, zlasti v tiskanih medijih, in na pojav novih oblik dela, npr. spletno novinarstvo (North, 2009; Franklin, 2012, 2014; Wahl-Jorgensen et al., 2016). Intenzifikacija in fleksibilizacija novinarskega dela sta spodbudili t.i. večopravnost (npr. novinar oz. novinarka poleg vsebinskega dela priprave prispevka tudi zmontira prispevek), ki jo medijske hiše pričakujejo, plačila pa so nizka (Franklin, 2012; McChesney, 2012; Franklin, 2014). McChesney (2012) izpostavlja, da so nove tehnologije omogočile tudi večjo produkcijo in porast predvajanja t.i. mehkih novic, novic s področja zabave, lahkotnejših tem, ki zabavajo občinstvo, t.i. »infotainmenta« (Reinemann et al., 2011). Tehnologija je pospešila deprofesionalizacijo novinarskega dela, ko »lahko vsak postane novinar«, s čimer so se znižali standardi novinarskega dela (Wahl-Jorgensen et al., 2016).

Poleg tehnologije so tudi institucionalne spremembe v medijih, zlasti z upadanjem klasičnih medijev, predvsem tiskanih, in s porastom komercialnih medijev vplivale na novinarski poklic, na negotovost zaposlitev, nizka plačila ter ogrožen socialni status novinarjev in novinark (Bakker, 2012). Naraščajo neenakosti med novinarji in novinarkami glede na medij (tradicionalni mediji vs. spletni mediji) in glede na tip zaposlitve (standardne in netipične oblike zaposlitve). Tudi koncentracija medijev, tekmovalnost na medijskem trgu in vloge oglaševanja v medijih ter spremembe v medijskem

¹ Članek je nastal v okviru temeljnega projekta *Spolna diferenciacija v medijski industriji (2016–2018)*, ki ga financira Javna agencija za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije. Temeljni projekt izvaja Mirovni inštitut (vodja je dr. Mojca Pajnik) v partnerstvu s Fakulteto za družbene vede Univerze v Ljubljani. Več informacij o projektu: <http://www.mirovni-institut.si/projekti/spolna-diferenciacija-v-medijski-industriji/>.

lastništvu vplivajo na novinarstvo kot področje zaposlitve. Hkrati pa so vse bolj zabrisane meje med neodvisnim novinarstvom, odnosi z javnostmi in poplavo »fake news« (Wahl-Jorgensen et al., 2016).

Naraščajoč delež žensk v medijskih poklicih je označen kot feminizacija medijev ali feminizacija novinarstva (North, 2009); to spremljajo poslabševanje delovnih razmer in zaposlovanja v medijski industriji, naraščanje pre-karnih oblik zaposlitve, slabih plačil ipd. S pojmom feminizacija medijev se označuje tudi »spremenjena ideologija oz. filozofija o tem, kaj se pojavi kot novica« (North, 2009: 507). Porast »mehkih« novic, ki pokrivajo t.i. zabavne vsebine, vsebine, ki obravnavajo vsakdanje življenje in življenjske stile, se navezuje na feminizacijo medijev kot nasprotje »trdim« novicam, vsebinam, ki pokrivajo politiko, gospodarstvo. Ta globalni premik v medijskih vsebinah »se povezuje s procesi korporativne koncentracije, konglomeracije in hiperkomercializacije, ki so del procesov globalizacije« (McChesney, 1999 v North, 2009: 507). Naraščanje števila žensk, zaposlenih v medijski industriji, je potekalo vzporedno s feminizacijo medijskih vsebin, ki jo je spodbudila komercializacija medijev (Ross, 2001; Djerf-Pierre in Lofgren-Nilsson, 2004).

Uspoljenost medijev in novinarskega poklica

634

Feministične medijske študije so opredelile novinarstvo kot uspoljeno področje (Ross, 2001, 2016, 2017). Djerf-Pierre (2007) na primeru Švedske ugotavlja, da je bilo pred 100 leti področje raziskovalnega novinarstva tisto področje, kjer so se uveljavile prve novinarki. Sčasoma so se začeli vključevati moški in 70 let pozneje je to področje novinarstva postalo sinonim za visoko raven profesionalnega dela, status in moškost. Tudi področje mednarodnih novic, ki dandanes velja za »moško področje«, je bilo na začetku 20. stoletja vstopna točka za novinarki, ki so bile visoko izobražene, kar se je s tehnologijo in večjim vključevanjem moških spremenilo. Hkrati pa družbene teme postanejo »žensko področje« šele v zadnjih desetletjih, kar sovпада tudi s feminizacijo medijev kot področja zaposlovanja (Djerf-Pierre, 2007: 92–93).

Medijske organizacije, delovni položaji in delitve delovnih obveznosti niso spolno nevtralni. Uspoljenost organizacije se izraža v pričakovanjih o vlogah žensk in moških, ki so del dnevnih praks, rutin in ritualov, kar vpliva tudi na delitev dela v uredništvih (Byerly in Padovani, 2016). Zato je pri obravnavi sprememb novinarstva treba upoštevati tudi širši kontekst delovnih organizacij, delovnih položajev in delitve dela. Položaji moči in odločanja v organizacijah so maskulinizirani, kot poudarja Kanjuo Mrčela (2007: 179), »tako glede spola kot tudi glede pričakovanega sloga vodenja in načinov uporabe moči«. Pri maskuliniziranih položajih in poklicih je značilen način dela, ki predpostavlja dolge in netipične delovnike, popolno

predanost delu in delovni organizaciji ne glede na to, ali jih zasedajo ženske ali moški. Organizacijske kulture in norme temeljijo na stereotipnih družbenih vlogah in pričakovanjih posameznikov in posameznic, vezanih na osebne okoliščine spola, starosti, etnične pripadnosti, spolne usmerjenosti itn., kar je del dnevnih rutin in uredniških praks (Byerly in Padovani, 2016), vključno z razdelitvijo nalog med novinarje in novinarke. Uspoljenost hierarhične strukture organizacij pa se udejanja v lažjem, hitrejšem napredovanju moških na najvišje položaje odločanja tudi na izrazito feminiziranih področjih dela, kot sta novinarstvo in šolstvo, »v katerih moški spol predstavlja nevidno prednost« (Kanjuo Mrčela, 2007: 182). Ob stereotipnih predstavah vodje, menedžerja, povezanih z moškostjo, sta dve izraziti oviri, ki vplivata na napredovanje žensk znotraj delovnih organizacij; to so kultura dolgih delovnikov in neformalne moške poslovne mreže, iz katerih so ženske izključene (ibid.). Kultura dolgih delovnikov ob intenzifikaciji in fleksibilizaciji dela (Kanjuo Mrčela in Ignjatović, 2015), ki je značilna tudi za medijsko industrijo, je integralni del »požrešnih organizacijskih kultur«, utemeljenih na idealnem delavcu, popolnoma predanem delovni organizaciji in »osvobojenem« skrbstvenih in drugih obveznosti v zasebnem življenju (Kanjuo Mrčela, 2007: 187). Mennino in Brayfield (2002) izpostavita, da je v maskuliniziranih poklicih oziroma delovnih položajih, ne glede na to, ali jih zasedajo ženske ali moški, manj prilagajanja pri usklajevanju poklicnih in zasebnih obveznosti. V neoliberalnih okoliščinah trga dela je usklajevanje med zasebnim življenjem in profesionalno kariero zlasti problematično v poklicih, ki narekujejo dolge in netipične delovnike, kar velja tudi za novinarstvo.

Ženske v medijih – skozi številke

Študije o spolni strukturi zaposlenih v medijski industriji v Sloveniji ugotavljajo, da se je delež novinarv v zadnjih desetletjih povečal za več kot dvakrat, povečal pa se je tudi delež žensk na srednjih, operativnih ravneh vodenja (uredništva). Leta 1970 je bilo v novinarstvu zaposlenih 24 % žensk, v začetku devetdesetih 47 % novinarok, leta 2012 pa 58 % (Kozmik in Jeram, 1995: 48–50; Verša, 1996: 24; Podreka in Antić Gaber, 2015). V začetku devetdesetih je bilo zgolj 11 % urednic, leta 2012 je bilo 41 % urednic, v procese odločanja je bilo vključenih 35 % žensk, medtem ko je bilo na ravni izvršnega direktorja oz. direktorice samo še 20 % žensk (EIGE, 2013; Petković, 2016). Ženske so nedvomno podrle stekleni strop na srednjih, operativnih ravneh vodenja (Petković, 2016), medtem ko najvišje položaje moči zasedajo moški. Poleg tega ženske na vodilnih in vodstvenih položajih v medijih ocenjujejo, da so se morale v primerjavi z moškimi kolegi veliko bolj dokazovati s svojim delom in uspehi (Humer, 2014). Hkrati to velja tudi pri uveljavljanju

na področjih, ki veljajo za »moška področja«, kot so politika, gospodarstvo in šport. Ne glede na položaj na delovnem mestu se zaposlitev pri ženskah percipira tudi skozi njihovo zasebno življenje in skrbstveno vlogo v njem. Razumevanje ženske kot direktorice, urednice, novinark vključuje hkrati tudi percepcijo njihove skrbstvene vloge v zasebnem življenju (zlasti kot matere), medtem ko moške v delovnih okoljih dojemajo izključno prek njihove profesionalne vloge in položaja (ibid.). Prav tako študije ugotavljajo, da so zlasti obdobja finančnih, ekonomskih kriz pa tudi slabega poslovanja delovnih organizacij obdobja, ko se delež žensk kot kriznih menedžerk na vodilnih položajih poveča (ibid.), kar velja tako za medije kot druge sektorje (Ryan in Haslam, 2005; 2007). V nedavni pilotni študiji so ženske na vodilnih mestih v medijih izpostavile, da se je položaj žensk na najvišjih mestih odločanja začel izboljševati v zadnjih letih, vendar ne kot posledica udejanjanja politike enakosti spolov, temveč kot posledica poslabševanja okoliščin dela v medijih, ko se razmerje med delom, pogoji dela in plačilom slabšajo. Zlasti od časa krize naprej, ko so se še bolj zaostri pogoji dela in sta se povečali intenziteta dela ter tekmovalnost, ki je povezana z naklado, branostjo, gledanostjo, upadom oglaševanja ipd., se je delež žensk na višjih položajih začel povečevati (Humer, 2014).

Percepcije vodstev v treh televizijskih hišah o spremembah novinarskega poklica in enakosti spolov

Metodologija

Značilnosti raziskave in vzorca

Analiza temelji na izsledkih strukturiranih intervjujev, ki so bili izvedeni med majem in julijem 2016 v okviru projekta *Spolna diferenciacija v medijski industriji*. Vzorec zajema 10 intervjujev (4 ženske in 6 moških) na vodilnih in vodstvenih mestih v treh televizijskih hišah: TV Slovenija, POP TV in Planet TV.² V središče so bile postavljene tri največje in najbolj vplivne televizijske hiše, javna in dve zasebni televizijski hiši predvsem zaradi raznolikosti praks delovanja, trendov gledanosti, zaposlovanj ipd. Intervjuvane osebe so bile izbrane na podlagi položajev na delovnih mestih, ki so jih zasedale, tj. od direktorskega mesta do odgovornega uredništva in uredništva dnevno-informativnega programa.

V intervjuje smo vključili vprašanja, ki so se nanašala na medijske politike in spremembe novinarskega poklica, na politike zaposlovanja in delovno okolje, organizacijske vrednote, delovni proces in televizijske konvencije.

² Na TV Slovenija je bilo izvedenih pet intervjujev, na Planet TV dva in na POP TV trije intervjuji.

Spol smo naslavljali s posrednimi vprašanji, s čimer smo želeli čim bolj zmanjšati politično korektnost pri odgovorih. Hkrati pa je vprašalnik zajemal tudi konkretne podatke, ki kažejo na neenakost spolov v medijih, s katerimi smo soočili intervjuvane osebe in jih prosili za komentar.

Za namen analize spolne strukture zaposlenih smo se obrnili na obravnavane televizijske hiše, vendar nam podatkov o zaposlenih ni uspelo dobiti – s pojasnilom, da gre za varovanje poslovnih informacij komercialnih televizij (izjema je javna TV Slovenija). Iz navedenih razlogov navajamo zgolj podatke o spolni strukturi vodstva treh televizijskih hiš, pridobljene na njihovih spletnih straneh:³

- Vodstvo RTV Slovenija predstavlja 8 oseb, od katerih je 5 žensk. Generalni direktor je moški. Programsko-produkcijsko enoto (raven odgovornih urednikov) sestavljajo 4 osebe, od tega 2 urednici in 2 urednika.
- V vodstvu podjetja PRO PLUS, katerega del je POP TV, je 9 oseb. Med njimi so 3 ženske, ki zasedajo vodilna mesta na področju prodaje, upravljanja s človeškimi viri in informativnega programa. Generalni direktor je moški.
- V vodstvu televizijske hiše Planet TV je 6 oseb, od tega 1 ženska na položaju direktorice prodaje. Najvišji položaj direktorja zaseda moški.

Vse tri televizijske hiše vodijo moški, pri čemer pa podatki glede spolne strukture vodstev pokažejo, da je na RTV Slovenija vodstvo spolno uravnoteženo, medtem ko je na dveh komercialnih televizijah delež žensk bistveno manjši. Zlasti na Planetu TV, kjer direktorsko mesto, ki ni neposredno vezano na medijske vsebine, zaseda ženska.

Rezultati kvalitativne raziskave ne omogočajo posploševanja na vse medije, omogočajo pa uvid v razumevanje uspoljenosti organizacijskih struktur televizijskih hiš v Sloveniji ter nakazujejo mogoče trende na področju (ne)enakosti spolov v medijih. V nadaljevanju predstavimo percepcije vodstvenih in vodilnih zaposlenih v televizijskih hišah o spremembah novinarskega poklica in (ne)enakosti spolov v medijih.

Spremembe novinarskega poklica: degradacija in nove priložnosti

Intervjuvane osebe se v splošnem strinjajo, da sta se novinarstvo in položaj novinarjev ter novinark v zadnjih 25 letih v Sloveniji močno spremenila. Spremembe v novinarstvu so povezane tako z lastništvom medijev, razvojem komercialnih medijev (radio, televizija), s krčenjem stroškov (npr. ukinjanje dopisništev, zmanjševanja števila zaposlenih ipd.) kot tudi z vplivom novih tehnologij, ki so močno zaznamovale celotno medijsko krajino. Med premiki, ki so najbolj zaznamovali medijski prostor v Sloveniji,

³ Podatki iz spletnih strani na dan 14. 3.2017.

so izpostavljeni trendi, ki so jih prinesle digitalizacija in nove tehnologije s številnimi novimi možnostmi predvajanja in spremljanja medijskih vsebin. Zgolj redki prepoznavajo v sedanji medijski situaciji pozitivne priložnosti in možnosti za razvoj novinarstva.

Kar se tiče novinarstva v tem trenutku, je najboljši čas za biti novinar, z vidika novinarstva samega. Toliko možnosti, kot jih imaš danes za delat, tak razvoj kot se dogaja danes v novinarstvu, ga že zelo dolgo ni bilo. (Intervjuvanec 9, POP TV)

Spremembe v novinarskem poklicu intervjuvani zaznavajo v zlasti v intenzifikaciji dela, ko se je z razvojem tehnologije – ob nižanju vrednosti novinarskega dela – skrajšal čas za odzivnost in pripravo prispevkov. Fleksibilizacija dela zajema tudi večopravnost, ko novinar oziroma novinarka zaradi racionalizacije časa opravlja tudi druga dela, ki niso povezana zgolj z novinarstvom, npr. montaža prispevkov, priprava prispevkov za spletne medije. Poleg tega je izrazit poudarek na profesionalizaciji dela, ki ga intervjuvane osebe izpostavljajo v spremenjeni vlogi novinarstva kot »ogledala oblasti«.

638

Po osamosvojitvi oziroma od demokracije naprej se je tudi ta teža, vpliv novinarjev definitivno spremenil. Če so na nek način bili eni izmed ključnih nosilcev demokratičnih sprememb, so danes to, kar so v vsaki zreli zahodni demokraciji – pač ogledalo oblasti. (Intervjuvanec 8, POP TV)

Večina intervjuvanih je izpostavila, da je s poslabšanjem delovnih razmer, z ekonomsko in finančno krizo in slabim socialnim statusom prišlo tudi do krčenja avtonomije novinarjev in novinark in zniževanja standardov novinarskega dela. Velika fluktuacija v novinarskih vrstah je izrazita med novinarkami in novinarji, ki so zaposleni v prekarnih oblikah, zlasti prek statusa samostojni podjetnik, avtorskih, podjemnih pogodb in študentskih napotnic. Socialni in ekonomski položaj novinarstva se je v zadnjih letih občutno znižal, kar po mnenjih intervjuvanih vpliva tudi na kakovost dela. Poglobljenih prispevkov je vse manj na račun t.i. »instant« vsebin. Intervjuvani izpostavljajo tudi razlike med redno zaposlenimi starejšimi novinarji in novinarkami z relativno dobrimi zaslužki ter prekarno zaposlenimi mlajšimi novinarji in novinarkami, ki so visoko produktivni, a slabo plačani.

Če si ti honorarni sodelavec, potegne za sabo to, da nimaš takšnih pogojev, kakor jih imajo zaposleni. Definitivno nimaš istih pravic in

ugodnosti, ki jih imajo redno zaposleni. Seveda je to tudi verjetno kje drugje, vendar je to pri novinarstvu še posebej izrazito. Če si honorarni sodelavec in nimaš neke dolgoročne varnosti, potem se dogaja verjetno, da prej pristaneš na neke pogoje, ki so na meji sprejemljivosti. (Intervjuvanec 5, TV SLO)

Neenakosti med različnimi oblikami zaposlitev izhajajo iz delovno-pravne zakonodaje. Na eni strani so redno zaposleni upravičeni do službenega telefona, plačane bolniške odsotnosti, plačanega letnega dopusta, na drugi strani pa so iz teh pravic izključeni prekarno zaposleni, ki delo opravljajo npr. prek s.p.-ja, avtorskih in podjemnih pogodb ter študentskih napotnic. Trendi na trgu dela in zaposlovanja ne gredo v smeri izenačenja pravic z redno zaposlenimi, temveč prej krčenja obstoječih pravic zaposlenih.

Feminizacija novinarskega poklica in moški spol kot prednost

Šele poglobljen pogled s perspektive spola razkriva transformacijo v smeri feminizacije novinarskega poklica in prepoznavanja materinstva kot ovire pri opravljanju novinarskega dela ter zaviralca napredovanja novinark.

Novinarstvo je zelo feminiziran poklic, tako da jaz sploh ne bi rekla, da smo ženske kakorkoli zapostavljene. Če pa je malo bolj tak občutek, je pa res, da je novinarstvo tak poklic, da je služba zelo stresna in brez urnika. Ko imaš enkrat družino, to je... jaz mislim, da je predvsem tako, da se ženske raje same umaknejo, pa tega ne vzamejo, da lažje zvoziijo zasebno in poklicno življenje. (Intervjuvanka 10, POP TV)

V enem od intervjujev so bežno omenjeni tudi neformalni moški krogi, v katerih se odloča o pomembnih stvareh in v katerih žensk ni, kar Kanjuo Mrčela (2007) opredeli kot nevidno oviro pri napredovanju žensk na najvišje odločevalske položaje.

Že ko evidentirajo kandidate za napredovanje, to naredijo tam, ko sedijo nekje na enem pivu skupaj – fantje. To so krogi, kamor ženska tudi, če je kolegica, urednica že čisto po »defoltu« ali greš na eno pivo po službi? Katera ženska gre na pivo po službi? Nobena. Fantje pa grejo in se ogromno stvari tam zmenijo... (Intervjuvanka 2, TV SLO)

V splošnem se intervjuvani strinjajo z ugotovitvijo, da se je v zadnjih štirih desetletjih izrazilo povečalo število žensk v medijskih poklicih. Novinarski poklic je označen kot »žensko področje«, medtem ko so tehnični poklici v medijih opredeljeni kot prevladujoča »moška področja«. Poleg horizontalne

spolne segregacije le redki izpostavijo tudi obstoj vertikalne spolne segregacije.

... do leta 75' ni bilo žensk [zaposlenih na televiziji], zelo redke so bile. Bili so sami moški, to je bil moški poklic, zdaj je pa postal ženski, razen v produkciji ... se zelo razveselimo, če je kakšen moški pripravljen in sposoben kaj narediti tudi na tem programskem področju. (Intervjuvanka 1, TV SLO)

Razmišljanja intervjuvanih gredo predvsem v smeri, da je feminizacija novinarskega poklica posledica individualnih preferenc in izobraževalnega sistema, v katerem so ženske uspešnejše in dosegajo boljše učne uspehe, ki omogočajo vstop na visoko kotirajoče fakultete s programi medijskih študij. Ob tem so izpostavljene tudi specifične naturalizirane lastnosti žensk, ki vključuje »pridnost«, prilagodljivost, potrpežljivost kot pomembne značilnosti pri novinarskem poklicu. »Ženskost« je, kot izpostavlja eden od intervjuvanih, tudi »dodana vrednost«, ki novinarkam olajša delo, npr. pri pridobivanju informacij, iskanju sogovornikov za izjave ipd.

640

Že ko sem jaz hodil na faks, je bilo vedno več deklet. Poklici so zafrknjeni – zelo težko je delat, naporno je delat. Dela se turnuse, dela se vikende, dela se večere. Jaz mislim, da so dekleta bolj pridna. Imam znotraj redakcije večino deklet, ampak je ene par fantov. Po mojem je že to samo dejstvo, da je dostop na novinarski faks zelo zahteven, razmerna visok prag, in se ve, da so punce v osnovnih in srednjih šolah bolj pridne. (Intervjuvanec 9, POP TV)

Jaz bi rekel, da je zdaj trend feminizacije novinarskega poklica. Ampak spomnim se, ko sem začel svojo novinarsko kariero in ko sem se z dna po hierarhiji vzpenjal in sem opazil, da so bile uspešnejše, da so ženske bile uspešnejše pri pridobivanju virov, pri nabiranju informacij zaradi tega, ker so svoj spol znale izkoristiti za službene koristi. Moj občutek je, da so same znale izkoristiti prednost biti ženska. Ko danes s te pozicije gledam na ta pojav, pa opažam, da se moški sogovorniki neprimerno raje pogovarjajo z novinarkami kot z novinarji. Ženske so lažje pridobile sogovornike, da so se sogovorniki raje srečali z njimi in opravili z njimi pogovor, da so jim dali več informacij kot kolegu. (Intervjuvanec 7, Planet TV)

Zgolj redki problematizirajo feminizacijo novinarstva v širšem kontekstu poslabševanja pogojev dela, prekarnosti zaposlitev v medijih ter upada ugleda novinarskega poklica.

Ko eni branži – to je novinarska ali medijska branža – začne upadati tako družbeni ugled ... ko se mediji spreminjajo v neka trobila ali enih ali drugih grup, pritiskov ... kapitalskih in ne več ideoloških ... takrat se začne feminizacija tega poklica. (Intervjuvanka 2, TV SLO)

Feminizacija novinarskega poklica je dojeta izključno kot številčna prevlada žensk v novinarskih vrstah ter posledično kot pokazatelj enakosti spolov v medijih kot področju zaposlovanja. Nekateri zaznavajo, da lahko prav zaradi feminizacije novinarskega poklica moški spol predstavlja prednost pri izbiri za voditeljsko ali novinarsko mesto, zlasti zavoljo upoštevanja potreb po raznolikosti uredništev.

O novinarskem poklicu z vidika spola večinoma še niso razmišljali, ker so bolj pomembne kompetence, interesi in da »ljudje znajo delati«. Ponotranjeno je razmišljanje o novinarskem poklicu kot poslanstvu, »načinu življenja«, ki ne pozna tipičnega delovnega urnika, saj moraš biti stalno dosegljiv in na razpolago. Uspešnost posamezne osebe v novinarstvu je odraz lastnega prizadevanja, požrtvovalnosti in tekmovalnosti, s čimer je novinarstvo razumljeno kot spolno nevtrarno področje. Poleg tega je pogosto tudi prepričanje, da formalna enakost, ki izhaja iz zakonodaje, onemogoča diskriminacijske prakse zaradi spola, spolne plačne vrzeli ipd. (o minimiziranju vlog spola in zanikanju obstoja neenakosti in diskriminacije na podlagi spola gl. članek Pajnik in Petković v tej tematski številki).

Če kje, ne bi videl v medijih problema, kar se spolne sestave tiče, večjemu bi videl problem v tem, da bi bilo, kdaj pa kdaj fino imeti kakšnega fanta novinarja. (Intervjuvanec 9, POP TV)

... so malo v prednosti fantje, ker jih je manj in potem rečeš: »Joj, bi pa rabili kakšnega fanta več kot punco, zato da zadeve uravnotežimo!« Potem pa pogledamo, kaj dobimo in kaj ne dobimo, pogledaš na to, koliko jih bo sposobnih, in potem ti prevlada sposobnost, ne pa spol. (Intervjuvanka 4, TV SLO)

Jaz mislim, da mi v redakciji (v novinarstvu) potrebujemo in moške in ženske. Moški so bolj pogumni, jih zanimajo druge stvari, ženske pa so bolj pridne, bolj marljive ... (Intervjuvanka 10, POP TV)

Uravnoveženost med spoloma je delno zaznana kot pomemben dejavnik pri sestavi uredništva, pri upoštevanju televizijskih konvencij (npr. vodenje v paru ženska-moški). Hkrati pa so izpostavljene naturalizirane lastnosti žensk in moških kot komplementarne (»moška« in »ženska« energija) in potrebne v delovnih okoljih.

Intervjuvani večinoma poudarjajo, da je vodstvo spolno uravnoteženo, zlasti pri TV SLO in POP TV, kar se zdi, da še podkrepi percepcije o neproblematičnosti feminizacije novinarskega poklica. Izredno poudarjena sta strokovnost in usposobljenost osebe kot tista individualna dejavnika, ki omogočata napredovanje do najvišjih položajev, na katerih pa je žensk manj, kot izpostavljajo intervjuvane osebe, zaradi težavnosti usklajevanja med zaposlitvijo in skrbjo za otroke. Hkrati pa vloga novinark in novinarjev ni razumljena kot pomembna pri prispevku k spremembam enakosti spolov, ker enakost spolov ali vprašanja, ki se nanašajo na spol, niso prepoznana kot relevantna tema niti na ravni medijev kot področja zaposlovanja niti na ravni medijske reprezentiranosti. Spremembe novinarskega poklica z vidika spola se kažejo v feminizaciji, ki ga spremljata – podobno kot druge sektorje – prekarizacija in intenzifikacija dela. Novinarstvo je razumljeno kot spolno nevtralen poklic, pri čemer intervjuvane osebe zaznavajo feminizacijo kot enakost žensk in posledično večje zanimanje žensk za ta poklic.

Percepcije o vlogi medijev: »ogledalo družbe« ali sooblikovalec javnega mnenja?

642

Če intervjuvane osebe prepoznavajo vlogo novinarja oziroma novinarke kot aktivno in pomembno pri soustvarjanju stališč in mnenj, pri vplivu na družbo, pa je vloga medijev, ki lahko prispeva k večji enakosti spolov v družbi, spregledana. Glede na to da obstaja zelo nizka stopnja senzibilnosti za spol in teme, povezane z enakostjo spolov, ni presenetljivo, da je pod-reprezentiranost žensk v posameznih prispevkih ali oddajah razumljena kot izključno »ogledalo družbe« (o indiferentnosti medijskega sistema do vprašanj enakosti spolov gl. članek Pajnik in Petković v tej tematski številki). Podatke iz raziskave Metine liste (2016), ki pokažejo na nizek delež (v povprečju med petino in četrtno) žensk gostij v dnevno-informativnih oddajah na treh televizijah, večina intervjuvanih oseb dojema kot odraz stanja in razmerij porazdelitve moči v družbi. V tem kontekstu medijev ne razumejo kot ključnega akterja, ki sooblikuje javno mnenje, vrednote in stališča ter lahko vpliva na razumevanje spola in enakosti v družbi.

... jaz mislim, da je res zastopanost žensk nasploh v oddajah relativno odvisna od tega, na kakšen način se dogajajo premiki v družbi. Vsi imamo blazno radi, če imamo žensko direktorico in da kdaj pride. Vsi imamo izjemno radi, če kdaj pride ženska pa da je članica nadzornega sveta in nam kaj pove – da ne dobimo samo nekih moških. Ampak kolikor jih je, jih je. (Intervjuvanec 6, Planet TV)

Težava je recimo na prometnem ministrstvu, koga povabiš? Prometnega ministra, zakaj sem jaz kriv, če je prometni minister moški? ... Če je na vodstvenih položajih v Sloveniji večina moških in te ljudi vabiš v studio, ker so pristojni za to, da to rešujejo ... (Intervjuvanec 7, Planet TV)

Mediji tako prej reproducirajo kot presegajo obstoječe neenakosti spolov, saj se razlike med spoloma pri zastopanosti v oddajah razume kot potrditev stanja in razmerij moči v družbi. Intervjuji z vodstvi televizijskih hiš so pokazali, da (ne)enakost spolov ni tema, s katero bi se ukvarjali oziroma jo naslavljali pri svojem delu. Posledično to izhaja tudi iz splošnega prepričanja, da je enakost spolov v Sloveniji že dosežena oziroma da ni strukturnih ovir pri možnostih delovanja in napredovanja v medijskih poklicih. Prevladujoče razmišljanje v intervjujih je bilo, da se v medijih pojavljajo tisti akterji, ki so tudi sicer v javnosti bolj izpostavljeni, s čimer se reproducira stereotipizirane podobe spolov in spolnih vlog. Prav tako se v intervjujih pokaže, da če na ravni uredništva, redakcije ni zavedanja o pomenu uravnotežene zastopanosti žensk in moških, se to odraža v reproduciranju obstoječih neenakosti spolov v medijih.

Diskusija

643

Na področju proučevanja medijev in spola v Sloveniji so redke študije, ki bi zajele tudi razmišljanja in poglede vodstev v medijskih hišah o spremembah v medijih in novinarskem poklicu z vidika spolov (glej npr. Humer, 2014; Petković, 2016). Izsledki intervjujev z vodstvi na TV Slovenija, POP TV in Planet TV pokažejo, da so spremembe v novinarskem poklicu prepoznane predvsem v kontekstu »krize novinarstva« (Franklin, 2012: 655) od 90. let dalje, ki je posledica vpliva novih tehnologij in digitalizacije medijev, komercializacije medijev in sprememb na področju medijskega lastništva. Intervjuvane osebe izpostavljajo tudi poslabšanje zaposlitvenih razmer v medijih, zniževanje vrednosti novinarskega dela ter slab socialni položaj zlasti prekarno zaposlenih novinark in novinarjev. Vprašanja, povezana s spoli in enakostjo spolov, delujejo kot odvečna in nepotrebna pri razmišljanjih o delovanju medijev, vodenju in zaposlovanju v medijih. Spol in enakost spolov sta v kontekstu medijev kot področju zaposlovanja razumljena kot nepomembna dejavnika in brez vpliva na organizacijske strukture (Acker, 2006). Transformacija novinarskega poklica z vidika spola je prepoznana izključno kot kvantitativni pokazatelj večjega števila žensk v novinarstvu v zadnjih desetletjih, kar rezultira v doseženi spolni enakosti na področju zaposlovanja v televizijskih hišah. V intervjujih je materinstvo razumljeno kot ovira za novinarke pri njihovi karierni poti oziroma napredovanju. Manjše možnosti usklajevanja plačane zaposlitve in zasebnega življenja

predstavljajo oviro pri možnostih napredovanja žensk do najvišjih položajev odločanja (Kanjuo Mrčela, 2007). Po mnenju intervjuvanih se ženske odločijo za stabilnejše zaposlitve na nižjih in srednjih ravneh vodenja, pri čemer se za višje položaje niti ne potegujejo, ker materinstvu dajejo prednost pred profesionalno kariero. Samoomejitev je percipirana v individualiziranem kontekstu posameznice in ne kot problem strukturnih neenakosti.

Razumevanje feminizacije novinarskega poklica je zamejeno na individualno raven posameznic, njihovih poklicnih preferenc in odločitev ter naturaliziranih lastnosti (pridnost, potrpežljivost). Zaradi večjega števila žensk v novinarstvu intervjuvane osebe zaznavajo, da moški spol predstavlja prednost, zlasti pri sestavi uredništev ali iskanju voditeljev oziroma voditeljskih parov. Sočasno pa je novinarski poklic predstavljen kot spolno nevtralni poklic, za katerega so značilni dolgi in netipični delovniki, pogoste službene poti in mobilnost ter manjše možnosti za usklajevanje plačanega dela in zasebnega življenja. Kot smo v članku pokazali, se je v novinarstvu navkljub značilnostim maskuliniziranosti delež novinark in urednic v zadnjih desetletjih zelo povečal, medtem ko se neenakosti v medijski industriji ohranjajo tudi skozi obstoječe organizacijske strukture in procese delovanja, načine vodenja ob odsotnosti politike enakosti spolov v medijskih politikah.

Številna pričakovanja, kot ugotavlja Ross (2017), da bo več žensk na vodilnih položajih korenito spremenilo medije kot področje zaposlovanja in medijske reprezentacije spolov ter vneslo bolj prijazno delovno kulturo, se niso potrdila. Tudi ugotovitve študij so različne, saj nekatere potrjujejo, da spol vodstva ne vpliva na tematike in reprezentacije medijskih vsebin, vpliva pa lahko na organizacijsko kulturo in razdelitev nalog v uredništvih, medtem ko druge ugotavljajo ravno nasprotno (Craft in Wayne, 2004; Beam in Di Cicco, 2010). Izsledki teh študij nakazujejo, da spol ne deluje kot ločena individualna, osebna okoliščina, temveč se vedno prepleta z drugimi osebnimi okoliščinami in je vtkan v organizacijske strukture in razmerja moči. Byerly (2016) poudari, da je pri vplivih na položaj žensk v medijih treba upoštevati tudi strukturne dejavnike, zlasti ekonomski in politični sistem, zakonodajo, tehnologije, spolne ideologije in feministična gibanja.

V okvirih kvalitativne študije intervjujev z vodstvi treh televizijskih hiš se pokaže, da odsotnost kritičnega naslavljanja vprašanj o spolih in enakosti spolov ohranja obstoječe neenakosti v medijih na ravni poklicev in organizacij kot tudi na ravni medijskih reprezentacij. Odsotnost obravnave neenakosti spolov pri vprašanih delovanja medijev, vodenja in zaposlovanja v medijih omogoča reprodukcijo obstoječih neenakosti, ki je v intervjujih omejena na individualno raven posameznic in posameznikov. Skladno s tem mediji kot soustvarjalci družbenih vzorcev in norm niso prepoznani kot ključni akterji spodbujanja enakosti v družbi.

Sklep

V članku smo obravnavali feminizacijo novinarskega poklica v kontekstu neenakosti spolov v medijih. Večjo zastopanost žensk v novinarskih vrstah in na ravni uredniških mest ter prisotnost »steklenega stropa« je treba razumeti v povezavi z uspoljenostjo organizacijskih struktur, odnosov in položajev odločanja. Transformacija novinarskega poklica z vidika spola se kaže predvsem v kvantitativnem povečanju deleža žensk v medijskih poklicih ob hkratnem slabšanju zaposlitvenega statusa (negotove in prekarne oblike) ter v percepciji materinstva kot oviri za novinarke pri njihovi karierni poti oziroma napredovanju. Razvoj novinarstva je tesno povezan z digitalizacijo, ki zahteva nova znanja in veščine ter hkrati omogoča tudi opravljanje dela, ki ni nujno fizično vezano na en sam prostor (služba), zlasti pri pisanju prispevkov. Sočasno pa prav digitalizacija zahteva konstantno učenje in nove veščine, kajti spremembe na tem področju so izjemno hitre. Digitalizacija lahko ponudi nove priložnosti in pozitivne spremembe za novinarke in novinarje, ki imajo skrbstvene obveznosti doma, kajti sodobna tehnologija omogoča prožne oblike dela in drugačno obliko poročanja. Vendar je ob tem potrebna skrajna pazljivost, saj lahko tehnologija ob individualizaciji in prekarizaciji dela ljudi v negotovih zaposlitvah žene v to, da delajo vse več. Zato so na eni strani ključne sistemske spremembe na področju delovne zakonodaje z izenačitvijo pravic vseh zaposlenih, vendar ne na račun krčenja obstoječih delavskih pravic. Na drugi strani pa je potrebno v medijske politike bolj zavezujoče vključiti tudi vidik spola in nasloviti neenakosti v medijih tako na ravni zaposlovanja kot na ravni medijskih reprezentacij.

LITERATURA

- Acker, Joan (2006): *Inequality Regimes: Gender, Class and Race in Organizations*. *Gender & Society* 20(4): 441–464.
- Babič Košir, Ljuba (2002): Vsi na isti veji. *Medijska preža* 13: 50–51.
- Bakker, Piet (2012): *Aggregation, Content Farms and Huf nization: the rise of low-pay and no-pay journalism*. *Journalism Practice* 6(5–6): 627–637.
- Banjanac Lubej, Saša (2003): *Novinarji so za direktorje kot delavci v tovarni*. *Medijska preža* 16: 29.
- Beam, A., Randall in Damont Di Cicco (2010): *When Women Run the Newsroom*. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 87: 393–441.
- Byerly, M., Carolyn (ur.) (2016): *The Palgrave International Handbook of Women and Journalism*. London: Palgrave Macmillan.
- Byerly, M., Carolyn in Claudia Padovani (2016): *Research and Policy Review*. V: Karen Ross in Claudia Padovani (ur.), *Gender Equality and the Media: A Challenge for Europe*, 7–31. New York: Routledge/Taylor and Francis.

- Craft, Stephanie in Wayne Wanta (2004): Women in the Newsroom: Influences of Female Editors and Reporters on the News Agenda. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 81(1): 124-138.
- Dahlerup, Drude (2006): The Story of the Theory of Critical Mass. *Politics & Gender*, 2: 511-522.
- Djerf-Pierre, Monika in M. Monica Lofgren-Nilsson (2004): Gender-typing in the Newsroom: The Feminization of Swedish Television Production, 1958-2000. V: Marjan de Bruin (ur.) in Karen Ross (ur.), *Gender and Newsroom Cultures: Identities at Work*, 81-106. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Djerf-Pierre, Monika (2007): The Gender of Journalism: the Structure and Logic of the Field in the Twentieth Century. *Nordicom Review, Jubilee Issue*: 81-104.
- Drakulič, Igor (2004): (Ne)samostojni in (ne)svobodni. *Medijska preža* 20/21: 36.
- Drakulič, Igor (2006): Svobodni novinarji: kako urediti svoj status? *Medijska preža* 25/26.
- European Institute for Gender Equality - EIGE (2013): Review of the Implementation of the Beijing Platform for Action in the EU Member States: Women and the Media – Advancing Gender Equality in Decision-Making in Media Organizations. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Dostopno preko <http://eige.europa.eu/sites/default/files/MH3113742ENC-Women-and-Media-Report-EIGE.pdf> (24. 1. 2016).
- European Women's Lobby (EWL) (2010): From Beijing to Brussels. An Unfinished Journey. The European Women's Lobby Beijing+15 Report on the Activities of the European Union. Bruselj: European Women's Lobby.
- Franklin, Bob (2012): The Future of Journalism: Developments and Debates. *Journalism Studies* 13(5-6): 663-681.
- Franklin, Bob (2014): The Future of Journalism: In the Age of Digital Media and Economic Uncertainty. *Journalism Studies* 15(5): 481-499.
- Gallagher, Margaret (1995): An Unfinished Story: Gender Patterns in Media Employment. Pariz: UNESCO.
- Gallagher, Margaret (2001): Gender Setting: New Agendas for Media Monitoring and Advocacy. New York: Palgrave.
- Gallagher, Margaret (2005): Who Makes the News? Global Media Monitoring Project 2005. London: The World Association for Christian Communication.
- Humer, Živa (2014): Enakost spolov in mediji. Raziskovalno poročilo. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Jurančič, Iztok (2008): Svobodnjaki v medijski industriji. Dostopno preko http://sindikar.novinar.com/?m=18&id_clanek=369 (16. 6. 2016).
- Kanjuo Mrčela, Aleksandra (2007): Spol in organizacijska moč: ženske in moški v menedžmentu. V: Mateja Sedmak (ur.) in Zorana Medarič (ur.), *Med javnim in zasebnim: ženske na trgu dela*, 179-210. Koper: Univerza na Primorskem.
- Kanjuo Mrčela, Aleksandra in Miroljub Ignjatović (2015): Od prožnosti do prekarnosti dela: stopnjevanje negativnih sprememb v začetku 21. stoletja. *Teorija in praksa* 52(3): 350-381.
- Klinar, Rina (2004): Delodajalec - tako odveč, a hkrati potreben? *Medijska preža* 20/21: 31-33.

- Kozmik, Vera (ur.) in Jasna Jeram (ur.) (1995): *Ženske v novinarskih vrstah, vrsticah in med njimi*. Ljubljana: Vlada Republike Slovenije, Urad za žensko politiko.
- Macharia, Sarah, Dermot O'Connor in Lilian Ndangam (2010): *Who Makes the News?* Global Media Monitoring Project 2010. London: The World Association for Christian Communication.
- Macharia, Sarah (2015): *Who Makes the News?* Global Media Monitoring Project 2015. London: The World Association for Christian Communication.
- McChesney, Robert W. (2012): *Farewell to Journalism?*. *Journalism Studies* 13(5-6): 682-694.
- Mennino Falter, Sue in April Brayfield (2002): *Job-Family Trade offs: The Multidimensional Effects of Gender*. *Work and Occupations* 29 (2): 226-256.
- Metina lista (2016): *Ženske v medijih*. Dostopno preko http://metinalista.si/category/meta-dekleta/zenske_v_medijih/ (1.3.2017).
- Nahtigal, Neva (2006): *Kolektivna pogodba za vse novinarje*. *Medijska preža* 25/26: 69.
- National Watch on Images of Women in the Media - Media Watch (1995): *Global Media Monitoring Project. Women's Participation in the News*. Toronto: Media Watch.
- North, Louise (2009): *Gendered Experiences of Industry Change and the Effects of Neoliberalism*. *Journalism Studies* 10(4): 506-521.
- Pajnik, Mojca (2012): *Gender (in)equity in Post-Socialist Media*. V: John Downey in Sabina Mihelj (ur.), *Central and Eastern European Media in Comparative Perspective: Politics, Economy and Culture*, 89-111. Farnham, Burlington: Ashgate.
- Petković, Brankica (2016): *Slovenia*. V: Karen Ross (ur.) in Claudia Padovani (ur.), *Gender Equality and the Media: A Challenge for Europe*, 184-196. New York: Routledge.
- Podreka, Jasna in Milica Antić Gaber (2015): *Plačano delo, prestižne profesije in politika V: Milica Antić Gaber, Živa Humer, Slavko Gaber, Jasna Podreka, Sara Rožman, Irena Selišnik, Iztok Šori, Veronika Tašner in Pavel Zgaga, Zahtevna razmerja: spol, strukturne ovire in priložnosti*, 69-97. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta.
- Reinemann, Carsten, James Stanyer, Sebastian Scherr in Guido Legnante (2011): *Hard and Soft News: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings*. *Journalism* 13 (2): 221-239.
- Ross, Karen (2001): *Women at Work: Journalism as En-gendered Practice*. *Journalism Studies* (2:4): 531-544.
- Ross, Karen in Claudia Padovani (ur.) (2016): *Gender Equality and the Media: A Challenge for Europe*. New York: Routledge/Taylor and Francis.
- Ross, Karen (2016): *Gender, Politics, News: A Game of Three Sides*, 31-55. Chichester, West Sussex: John Wiley&Sons inc.
- Ryan, K., Michelle in S. Alexander Haslam (2005): *The Glass Cliff: Evidence that Women are Over-Represented in Precarious Leadership Positions*. *British Journal of Management* 16(2): 81-90.
- Ryan, K., Michelle in S. Alexander Haslam (2007): *The Glass Cliff: Exploring the*

- Dynamics Surrounding Women's Appointment to Precarious Leadership Positions. *Academy of Management Review* 32(2): 549–572.
- Spears, George, Kasia Seydegart in Erin Research (2000): *Who Makes the News? Global Media Monitoring Project 2000*. London: The World Association for Christian Communication.
- Stare, Špela (2014): *Prekerici 2014. Študija*. Ljubljana: Društvo novinarjev Slovenije.
- Verša, Dorotea (1996): *Medijska podoba spolov*. Ljubljana: Vlada RS, Urad za žensko politiko.
- Wahl-Jorgensen, Karin, Andrew Williams, Richard Sambrook, Janet Harris, Iñaki Garcia-Blanco, Lina Dencik, Stephen Cushion, Cynthia Carter in Allan Stuart (2016): *The Future of Journalism: Risks, Threats and Opportunities*. *Journalism Studies* 17(7): 801–807.
- van Zoonen, Liesbet (1998): *One of the Girls? The Changing Gender of Journalism*. V: Cythia Carter (ur.), Gill Branston (ur.) in Stuart Allan (ur.), *News, Gender and Power*, 33–46. New York: Routledge.