

- Alger Chadwick (1977) *Role of People in the Future Global Order*, v: *Alternatives IV (1978-79)*, Institute for World Order
- Alger Chadwick (1985) *Bridging the Micro and the Macro in International Relations Research*, *Alternatives* 10, Winter 1984-85, 319-44
- Alger Chadwick (1984) *Effective Participation in World Society: Some Implications of the Columbus Study*, v: Michael Banks, (ed.) *Conflict in World Society*, Brighton, Wheatsheaf Books-Harvester
- Bell Colin, Newby Howard (1975) *Community Studies*, London, George Allen and Unwin
- Brunn Stanley and Thomas Leinbach (1991) (eds.) *Collapsing Space and Time*, London, Hammersmith
- Burnett Alan and Peter Taylor (1981) *Political Studies from Spatial Perspectives*, New York, John Wiley
- Burton John W. (1972) *World Society* Cambridge, Cambridge University Press
- Collins Randall (1981) *On the Microfoundations of Macrosociology*, *American Journal of Sociology*, 86
- Cracknell Arthtur and Hayes Ladson (1991) *Introduction to Remote Sensing*, London, Taylor and Francis
- Domenak Žan-Mari (1991) *Evropa: Kulturni izazov*, Beograd, Prosveta
- Featherstone Mike (ed.) (1990) *Global Culture*, SAGE Publications, London
- Fisher S. Claude et al. (1977) *Networks and Places*, New York, The Free Press
- Giddens Anthony (1985) *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*, Cambridge, Polity Press
- Giddens Anthony (1992) *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Cambridge: Polity Press
- Hamelink Cess (1983) *Cultural Autonomy in Global Communications*, New York, Longman
- Inkeles Alex (1973) *The Emerging Social Structure of the World*, paper, IPSA, Montreal
- Janelle Donald (1968) *Central place development in a times-space framework*, *Professional Geographer*, 20
- Jeffrey Alexander in Giesen Bernhard (1992) *Od redukcije k povezavi: pregled razprave o mikro-makro povezavi*, *Družboslovne razprave* 13, Ljubljana
- Knorr-Cetina K. and A. V. Cicourel (1981) *Advances in social theory and methodology, Toward an integration of micro- and macro-sociologies*, London, Routledge and Kegan Paul
- Kuklinski Antoni (1990) *Globality versus Locality*, Warsaw, Institute of Space Economy
- Mlinar Zdravko (1990) *Territorial identities: between individualization and globalization*, v: Kuklinski Antoni (ed.) (1990) *Globality versus Locality*, Warsaw, Institute of Space Economy
- Mlinar Zdravko (1990) *Avtonomija in integracija v evropskem prostoru*, *Teorija in praksa*, št. 12
- Mlinar Zdravko (ed.) (1992) *Globalization and Territorial Identities*, Aldershot, Avebury
- Neuman Russell W. (1991) *The Future of the Mass Audience*, Cambridge, Cambridge University Press
- Ploman Edward (1984) *Space, Earth and Communication*, London, Frances Pinter
- Pogačnik Jože (ur.) (1987) *Slovenska misel*, Ljubljana, CZ
- Rosenau James (1990) *Turbulence in world politics: a theory of change and continuity*, Princeton, Princeton University Press
- Roszak Theodor (1981) *Person and Planet*, London, Granada
- Simon Nora and Minc Alain (1980) *The Computerization of Society*, Cambridge, MA, MIT Press
- Sklair Leslie (1991) *Sociology of the Global System*, London, Harvester Wheatsheaf
- Solar Milivoj (1987) *Kulturni pluralizam u Jugoslaviji*, *Kulturni radnik*
- Teune Henry, Zdravko Mlinar (1978) *The Developmental Logic of Social Systems*, SAGE Publications, London
- Teune Henry, Zdravko Mlinar (1973) *Participacija i razvoj*, *Revija za sociologiju*, Zagreb, št. 3
- Wallerstein Immanuel (1974, 1980) *The Modern World System I, II*, New York: Academic Press
- Webster David (1984) *Direct Broadcast Satellites: Proximity, Sovereignty and National Identity*, *Foreign Affairs* (Summer)

DOROTEA VERŠA*

Televizijska podoba spolov

Uvod

Z večanjem pomena medijev in s pričetkom znanstvenega ženskega vprašanja sta postala problematika odnosa množičnih medijev do ženske in njen položaj v medijih pogost predmet raziskav.

Prve raziskave zasledimo že v petdesetih letih (Smythe, 1954; Head, 1956, po

* Dorotea Verša, diplomirana sociologinja.

Gutner, 1989), pozneje pa so vse pogostejše: (Cantor, 1973; Tedesco, 1974; Downing, 1974; Miles, 1975; McNeil, 1975; Lemon, 1978; Knill, Pesch, Perlof, 1981; Livingstone, Green, 1986; Harris, Stobart, 1986; po Gutner, 1989; Eckman, Steingbard, 1987; Crreedon et al., 1989; Brown et Al., 1990; Muramatsu, 1990; Sasidheran, 1990 in drugo). V Sloveniji in Jugoslaviji pa so tovrstne študije še danes redke (Jogan, 1986; Raičević, 1986; Plavašić, Savić, 1989; Jogan, 1989; Perković, 1990; Jogan, 1990).

To besedilo je nastalo kot povzetek diplomske naloge pod naslovom *Lik ženske na televiziji*, opravljene pod mentorstvom prof. dr. Mace Jogan na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani.

Iz širokega spektra pogledov na problematiko odnosa med spolom in množičnimi mediji sem izbrala kvantitativne in kvalitativne vidike upodabljanja spolov na televiziji s poudarkom na podobi ženske.

Spolna hierarhija in televizija

Stratifikacija družbe po spolu je univerzalni družbeni pojav. Pripadnost določenemu spolu je biološko pogojena, toda okoli te naravne determiniranosti je oblikovana cela družbena konstrukcija pomenov in odnosov. Spolni vzorci so trdno zasidrani v vsakdanjem mišljenju in obnašanju, zato pripadnost spolu usodno determinira življenjski stil, družbeni položaj in izkušnje posameznika.

Raziskave številnih področij družbenega življenja so pokazale, da so odnosi med spoloma hierarhični (Jogan, 1991, a). Odnosi podrejanja izhajajo iz asimetrično razporejene družbene moči; največ moči je skoncentrirane v rokah moških, ki zasedajo privilegirane položaje, precej manj pa v rokah žensk, ki zasedajo deprivilegirane in podrejene položaje (Jogan, 1990, a).

Oblike spolne hierarhije, pa tudi načini njenega utemeljevanja in opravičevanja so se skozi zgodovino spreminjali. V preteklosti je bil dejanski deprivilegiran položaj žensk (prepoved šolanja in dedovanja, odrekanje volilne pravice, prodaja žensk in podobno) usklajen z opredelitvami njenega položaja v vseh oblikah zavesti (pravo, morala, vera). Danes so ženskam in moškim z zakonom zagotovljene enake pravice. Toda razhajanje med deklariranim in dejanskim položajem ženske je večje kot kdaj koli prej, saj predsodki in stereotipi onemogočajo ženskam izrabo ponujenih možnosti, vključitev ženske v sfero plačanega dela ni zamajalo tradicionalne delitve vlog med spoloma v privatni sferi.

Deprivilegiranost žensk torej prehaja iz formalnih in eksplicitnih oblik v neformalne in latentne. Spreminjanje oblik podrejenosti žensk zahteva tudi drugačne oblike njenega opravičevanja. Opravičevanje hierarhičnega odnosa med spoloma se iz zakonov seli v osebna stališča in moralne norme. Množični mediji kot eden od dejavnikov socializacije sodelujejo pri njihovem oblikovanju.

Proces utemeljevanja družbene realnosti poteka na vseh področjih človekovega delovanja, tako tudi množičnem komuniciranju. Televizija je od vseh množičnih medijev zadovoljila največ človekovih čutov. Vizualni in avditivni dražljaji omogočajo, da se v dejanske ali namišljene dogodke vključi veliko število opazovalcev, ki se sicer fizično zaradi njihove množice in oddaljenosti ne bi mogli. Nove televizijske tehnologije bodo ta učinek samo še okrepile.

V omejenem programskem času, ki ga ima televizija na razpolago, lahko prikaže samo del obilice dogodkov, ki se ves čas dogajajo. Televizijske slike tako postanejo le izrezi iz celovite realnosti. Kateri izrezi bodo izbrani, kakšen pomen

bodo dobili in v kakšnih razmerjih do drugih dogodkov in pojavov bodo prikazani, je odvisno od ustvarjalcev televizijskega programa in tistih, ki jih nadzorujejo. Televizija lahko načrtno izbira določene dogodke in osebe in jih postavlja v povsem nov kontekst. Vsebinam lahko pripiše nove pomene in jih postavi v nova razmerja, neodvisno od realnih. Televizija lahko tako predeluje dejanske dogodke in osebe in montira novo podobo stvarnosti. »Vključeni smo namreč v paradigmo totalne inscenacije kot uprizarjanja vseh poglobitvenih razsežnosti družbenega življenja (od umetnosti in športa do politike in gospodarstva) in v modele tehniške simulacije« (Strehovec, 1991, b). Tej vrsti področij družbenega življenja, ki v medijih doživljajo svojo drugo resničnost, lahko dodam tudi odnose med spoloma.

Nosilci družbene moči bodo v proces utrjevanja svojih privilegiranih položajev vključili tudi medije. »Ljudje bodo prej fiksirani na tisto neizogibno, kot da bi se spremenili... To bi odgovarjalo ekonomsko zasnovani globalni tendenci današnje družbe, da v vseh oblikah zavesti ne presegajo samih sebe, svojega statusa quo, ampak da ga nenehno krepijo in da ga tam, kjer se jim zdi ogrožen, znova vzpostavljajo« (Adorno, 1975, po Prohič (ur.), 1978). Nove vloge, ki jih ženska sprejema, in priveski njene emancipacije nedvomno ogrožajo privilegirane položaje vladajočih (moških), zato bodo ti poskušali ohraniti videz statusa quo. Televizija ima s svojimi tehničnimi možnostmi reproduciranja in produciranja modelov mišljenja in obnašanja v tem procesu pomembno vlogo.

Cilji in vzorec televizijskega programa

Da bi ugotovila, kako sta na televiziji prikazana oba spola, sem z empirično analizo poskušala odgovoriti na vprašanja, koliko žensk in koliko moških nastopa v posameznih tematskih skupinah programov, koliko v celotnem programu in v kakšnih vlogah nastopajo.

Analiziram vzorec zajema celoten enotedenski spored prvega programa televizije Slovenija, kar znaša 98 ur programa. Da bi se izognila vplivu številnih ponavljanj oddaj in da bi izločila vpliv posebnih dogodkov, sem program vzorčila ves april 1991, tako da sem zajela vseh sedem dni v tednu. Menim, da je vzorec reprezentativen za letošnji televizijski program televizije Slovenija.

Sistem šifriranja in statistična analiza

Televizijski program sem razdelila na 10 tematskih skupin, ki zajemajo sorodne programe: 1. poročila in aktualnosti, 2. preostali informativni program, 3. igrani program, 4. videospoti, 5. zabavnokontaktne program, 6. glasbeni program, 7. risanke, 8. otroški igrani program, 9. otroški program, 10. reklame.

Za vsako tematsko skupino sem definirala vrsto spremenljivk, ki ponazarjajo posebnosti tematske skupine (določene vloge, prevladujoča okolja).

Merila, po katerih sem šifrirala v programu nastopajoče osebe, se po tematskih skupinah nekoliko razlikujejo, na splošno pa sem upoštevala tiste osebe, ki so se pojavile na zaslonu in so spregovorile.

V statistični analizi sem uporabila strukturne deleže za ugotavljanje števila žensk in moških v posameznih skupinah programov in v posameznih vlogah, razliko med deleži za ugotavljanje signifikantnosti razlik v frekvenci nastopanja žensk

in moških in hikvadrat ob 5% stopnji tveganja kot kazalnik povezanosti med spremenljivkama (na primer spol in vloga).

Predstavitev rezultatov

Poročila in aktualnosti

V to tematsko skupino programov sem uvrstila Dnevnike, Utrip, Zrcalo tedna in podobne oddaje. 75,5% oseb, ki so nastopile v teh oddajah, so bili moški, žensk pa je bilo 24,5%. Tudi po vlogah, v katerih so nastopali, so bili različno razporejeni: večina žensk se je pojavila v novinarskih vlogah oziroma v vlogah urednic – voditeljic TV-dnevnikov (36,5%) in reporterke (46,9%), medtem ko je večina moških nastopila v vlogah intervjuvanih (27,7%) in prikazanih (oseb, ki so bile prikazane na ekranu in o katerih je napovedovalec ali reporterka govoril/a) (25,7%).

Delež in položaj, ki ga imajo ženske, zaposlene kot novinarke v medijskih ustanovah, sta eden od kazalnikov položaja ženske v medijih nasploh. Skupaj je na Televiziji Slovenija od 103 zaposlenih v novinarskem poklicu 38% žensk in 62% moških. V svetu je delež novinark zelo različen in je od 0% v Avstraliji do 50% na Jamajki (Japonska 2%, Norveška 4%, Venezuela 35%, ZDA 40%) (Seager in Olson, 1986, po Steeves, 1989). Ženske so torej pri nas prodrle v novinarske poklice, vendar jih je zelo malo na vodilnih mestih. Na Televiziji Slovenija sta na uredniških, torej vodilnih mestih zaposleni 2 ženski (10%) in 17 moških (90%), na novinarskih mestih pa 37 žensk (44%) in 47 moških (56%). Podobne pojave zaposlovanja novinark na nižjih, manj odgovornih in slabše plačanih mestih opažajo tudi drugod po svetu (UNESCO, 1985, po Steeves, 1989). Vsekakor je vstop žensk v novinarstvo prvi pogoj za uveljavljanje ženskega pogleda na obravnavane teme.

Vzroke za majhno število žensk med intervjuvanimi (13%) in prikazanimi (3,6%), kjer prevladujejo vodilni gospodarstveniki, domači in tuji politiki in strokovnjaki, vidim v dveh poglavitnih razlogih.

Po eni strani televizija kaže dejanski položaj žensk v družbi, saj so ženske v javnem življenju manj prisotne kot moški. Na poti do uveljavitve jih ovirajo skrb za gospodinjstvo, materinstvo, predsodki do strokovnega dela žensk, manjše ambicije in drugi razlogi.

Po drugi strani pa televizija iz kompleksne realnosti izbira predvsem tiste teme, ki so zanimive za oba spola, ter poroča o področjih življenja, na katerih so moški bolj aktivni in zanimajo predvsem moške. Neprimerno manjšo pozornost pa posveča področjem življenja, v katerih so aktivne ženske in zadevajo predvsem ženske. Tako je na primer v najbolj gledanih dnevnoinformativnih oddajah rezerviran čas za redno športno rubriko, medtem ko ostajajo kulturne, ekološke in ženske teme brez stalne rubrike. Televizija tako konstruira družbeno realnost, v kateri postajajo ženske nevidne, njihove aktivnosti pa nepomembne.

Igrani program

V filmih, dramah in nadaljevankah je v analiziranem vzorcu nastopilo 34,3% žensk (193 oseb) in 65,7% moških (370 oseb). Podobno razmerje med spoloma se

pojavi v oddajah iz te skupine ne glede na njihovo zemljepisno poreklo. Tako se skozi široke izrazne in vsebinske možnosti, ki jih ponuja igrani program, ni uspelo prebiti temam ali pogledom, ki bi zagotovile številčnejšo zastopanost žensk.

V igranem programu sem posebno pozornost posvetila povezanosti med spoloma in družbenimi vlogami, v katerih nastopajo liki. Ugotovitve bi lahko strnila v trditve, da v tej televizijski zvrsti prevladuje tradicionalna delitev vlog na ženske in moške. Tako so na primer vloge »poročenih« (18% žensk in 9% moških), »druženje z družino« (10% žensk in 5% moških), »skrbijo za otroke« (11% žensk in 2,4% moških), »opravljajo hišna dela« (0% žensk in 0,8% moških), »vozijo se v avtomobilu« (7% žensk in 3% moških) signifikantno povezane z ženskim spolom. Obratno so vloge »zaposleni« (74% moških od vseh nastopajočih zaposlenih), »nadrejeni položaj na delovnem mestu« (2% žensk in 9% moških), »voznja avtomobila« (3% žensk in 11% moških) signifikantno moške vloge.

Stvarno življenje je vir snovi za oblikovanje filmskega programa, zato je ta nujno tudi izraz dejanskega položaja in odnosov v družbi. Veliko žensk se dejansko ukvarja z gospodinjskimi deli in vzgojo otrok, moški pa dejansko zasedajo vodilne položaje in se zato tudi na televiziji pojavljajo v teh vlogah. Toda televizija ima izjemne tehnične možnosti, da iz kompleksne stvarnosti izbere samo določene elemente, jih postavi v nova razmerja in jim da nov pomen ter tako montira nove modele. Pri portretiranju ženskih, pa tudi moških likov jih televizija omeji na samo eno vlogo ali na določeno skupino sorodnih vlog. Stereotipnost televizijskih likov izhaja ravno iz takega enostranskega in enodimenzionalnega portretiranja ljudi.

Omejevanje žensk in moških ni naključno, temveč se suče okoli natančno definiranih točk. To so tisti deli družbe in tiste vloge, ki doživljajo spremembe. Proces družbenega razvoja vsebuje protislovje med potrebo po nenehnem dinamičnem gibanju in spreminjanju in hkratno željo po ohranitvi statusa quo. Zato je treba iskati vedno nova opravičila za preseganje tega nasprotja. Televizija pa se je izkazala kot zelo primeren medij za opravljanje te naloge.

V zadnjih sto letih se je položaj žensk bistveno spremenil. Množično so se vključile v trg plačanega dela, kar jim je zagotovilo ekonomsko neodvisnost. Sistem izobraževanja je postal dostopen tudi ženskam, kar jim je odprlo pot na intelektualno področje. Razvoj tehnike in tehnologije in podružbljanje nekaterih družinskih funkcij sta jim omogočila več prostega časa. Sodobna medicina je omogočila učinkovito načrtovanje rojstev. Postopno se ženske vključujejo v sistem odločanja na političnem in gospodarskem področju. Vseh teh procesov dolgoročno ni mogoče preprečiti, lahko pa jih upočasnimo z zaježitvijo sprememb v zavesti. Televizijski stereotipni modeli žensk in moških so za gledalca posebna oblika življenjske izkušnje, ki oblikuje njegovo zavest. Omejevanje likov, ki temelji na tradicionalni delitvi vlog med spoloma, učinkuje kot orodje za zamegljevanje družbenih sprememb in ohranitev reda, v katerem ima ženska podrejen položaj.

Posebej se mi zdi pomemben odnos do tistih vlog v produkcijskem procesu, ki morajo nujno ostati nespremenjene, če naj se ohrani ravnotežje. Meja med javno sfero (politika, gospodarstvo) kot področjem produkcije in privatno sfero (vzdrževanje gospodinjstva, vzgoja otrok) kot področjem porabe mora ostati jasno začrtana, če naj ostane produkcijski sistem rentabilen. Prehajanje načel iz javne sfere v privatno bi zaprlo del virov dobička javne sfere, prejemanje denarnega nadomestila za opravljanje gospodinjskih del, za pripravo hrane, za nakupovanje in rojevanje ljudi in bi privatno sfero vključilo v javno produkcijo, kar bi zahtevalo drugačno prerazporeditev družbenega bogastva. Če vemo, da so moški glavni nosilci aktivnosti v javni sferi, ženske pa v zasebni, potem postanejo jasnejši vzroki

stanja, ki ga je ugotovil UNESCO: ženske v svetu opravijo 70% vseh del, imajo pa le 30% svetovnega bogastva.

Povezanost med spolom in družbeno vlogo se je pokazala kot nesignifikantna pri naslednjih vlogah: »imeti ljubezensko razmerje«, »komunicirati z otroki« (se igrati ali pogovarjati z njimi), »materialno in moralno pomagati drugim«, »imeti podrejen položaj na delovnem mestu« in »imeti prosti čas«. Naštete vloge, ki pokrivajo javno in zasebno sfero, kažejo, da televizija le počasi zaznava razkroj tradicionalne delitve vlog med spoloma.

Risanke

Risanke, zajete v vzorcu, so bile namenjene predvsem otrokom. Dejavniki socializacije, ki so jim v tem življenjskem obdobju izpostavljeni otroci, oblikujejo njihove osebnosti in njihova stališča. Zato je še posebej pomembno, kakšne bodo podobe spolov, ki jih bodo otroci spremljali v otroških televizijskih programih.

V risankah je bil delež resničnih in izmišljenih bitij, ki so imela lastnosti žensk, 31,1%, tistih, ki so imela lastnosti moških, pa 68,9%. Risanke so tako zvrst televizijskega programa z največjo razliko med številom žensk in moških. Manjše število ženskih likov pomeni tudi manjše število vzorcev obnašanja, življenjskih slogov, poklicev in drugih aktivnosti, ki jih lahko opravljajo tudi ženske. Dekleta so tako že v izhodišču prikrajšana za junakinje, s katerimi bi se lahko identificirale in jih posnemale.

Sklep

Zaradi omejenosti prostora sem v tem prispevku predstavila le del rezultatov. Sklepi temeljijo na širši podlagi podatkov, kot je tukaj predstavljena.

Samo v dveh od desetih tematskih skupinah programov (zabavno-kontaktni in otroški vodeni program) je bilo število žensk in moških, ki so nastopili, statistično enak, v vseh preostalih pa so prevladovali moški. V celotnem vzorcu je nastopilo 4490 oseb, od katerih je bilo 35% žensk in 65% moških. Če vemo, da je delež žensk v slovenski populaciji 51%, je očitno razhajanje med razmerjem spolov v populaciji in razmerjem spolov, prikazanih na televiziji. Televizija producira nevidnost žensk v javnosti in ustvarja vtis, da ženske zelo malo prispevajo k družbenemu razvoju. Zato lahko rečem, da se seksističnost prvega programa televizije Slovenija kaže predvsem v pomanjkanju žensk.

Televizija prikazuje ženske in moške v vlogah, ki jih dejansko zasedajo, s tem pa reproducira in utrjuje obstoječo delitev vlog med spoloma. S posredovanjem selekcioniranih vsebin in družbenih vlog televizija obenem konstruira družbeno stvarnost in stereotipne modele žensk in moških, ki z načeli vplivanja medijev oblikujejo družbo. Marginaliziranje tistih področij javnega in zasebnega življenja, v katerih so ženske aktivne in za katera se ženske posebej zanimajo, prikrajšuje ženske za informacije specifičnega pomena, kar bi lahko definirali kot posebno obliko diskriminacije – informacijsko diskriminacijo (Vreg, 1990).

V celotnem vzorcu ni bilo ne posebne oddaje ne prispevka, ki bi obravnaval katero koli specifično žensko temo. Nezmožnost izražanja ženskih interesov v množičnih medijih in nezmožnost komuniciranja prek njih ustvarjata vtis, da takšnih interesov ni. Brez javno izraženih skupnih interesov in idej pa ostajajo

ženske razdrobljene, neorganizirane in prepuščene obvladovanju težav na osebni ravni.

Problem predstavitve ženske na televiziji torej obstaja. Do podobnih rezultatov in ugotovitev so prišli tudi drugje v svetu.

Različne mednarodne organizacije in telesa so izdelali smernice in napotke za oblikovanje medijev, ki naj bi spodbudili emancipacijo žensk in ustvarjali pogoje za dejansko enakopravnost spolov (Nairobijska dolgoročna strategija za izboljšanje položaja ženske do leta 2000, Mednarodna konferenca o ženskah, medijih in oglaševanju, Manila, 1991). Številne države (Švedska, Norveška, Kanada) že imajo zakonsko definiran odnos medijev do žensk ali vsaj kodekse novinarjev in oglaševalcev, ki preprečujejo najbolj grobo diskriminacijo in poniževanje žensk.

Telekomunikacijska povezanost sveta, predvsem satelitski prenos televizijskih programov je omogočil, da lahko vsi gledamo vse. Večino svetovne televizijske produkcije imajo v svojih rokah razvite zahodne države, ki s svojim močnim sistemom distribucije in oddajanja programov z vrednotami in vzorci obnašanja, vsebovanimi v oddajah, vplivajo na odnose med spoloma po svetu. Tako postaja televizija z reproduciranjem zaželenih spolno pogojenih vzorcev obnašanja podaljšana roka vladajočih struktur najrazvitejših držav. Taka ideološka kolonizacija pripravljala ugodne razmere za nadaljnjo ekonomsko in politično kolonizacijo oziroma podrejanje manj razvitih družb. Posebej pomembno je, da je programe, distribuirane s pomočjo satelitov, nemogoče nadzorovati.

Revne družbe, kot je naša, so zaradi nezadostne in neakovostne lastne televizijske produkcije prisiljene uvažati programe. Ti pa so, ponovno zaradi pomanjkanja finančnih sredstev, pogosto neakovostni. S slabimi programi pa uvažamo tudi marginalnost in podcenjenost žensk, ki jo nato v lastnih programih znova reproduciramo.

Intenzivnejše vključevanje Slovenije v mednarodne ekonomske tokove bo povzročilo poplavo domačih medijev z različnimi tujimi programi (na primer reklama) tudi nesprejemljivih vsebin. Slovenska medijska politika je za prodor tujih programskih vsebin nepripravljena. Zato bi morali mednarodno sprejete smernice in navodila za ureditev in definiranje položaja ženske v medijih čim prej operacionalizirati v lastni medijski politiki in spremeniti nacionalno televizijo iz dejavnika zaviranja v dejavnik pospeševanja enakosti med spoloma.

LITERATURA

Brown, M. E. (1990), *Television and women culture: The Politics of the Popular*. London, Newbury Park, New Delhi: SAGE Publications.

Creedon, P. J. et al (ur.) (1989), *Women in Mass Communication*. Women in Mass Communication. Newbury Park, London, New Delhi: SAGE Publications.

Ekman, M., Stigbrand, K. (1987), *Sexist Advertising-What Is That?* (Report for Swedish Government). The National Swedish Board for Consumer Policies, Vällingby.

Gutner, B. (1986), *Television and Sex Role Stereotyping*. London, Paris: John Libbey & Co.

Jogan, M. (1986), *Eva je premagala Marijo*. Prispevek na srečanju v Banjaluki (rokopis).

Jogan, M. (1989, a), *Primjeri produkcije ženskog lika u »lakoj štampi«*. V: *Masovni mediji i humanizacija odnosa među polovima: zbornik radova (1989) Banjaluka: Pedagoška akademija*.

Jogan, M. (1990, a), *Družbena konstrukcija hierarhije med spoloma*. Ljubljana, FSPN.

Jogan, M. (1990, b), *The Mass Media as (Re)producers of Women's Social (In)visibility*. Referat na XII konferenci IMACAR. Bled.

Muramatsu, Y. (1990), *Of Women by Women for Women? Japanese Media Today*.

Plavašič, P. S., Savič, J. (1989), *Model evaluativnih istraživanja u projektu*. V: *Masovni mediji i humanizacija odnosa među polovima: zbornik radova. (1989) Banjaluka: Pedagoška akademija*.

- Prohić, E. (ur.) (1978), *Priroda televizijskog medija*: zbornik. Sarajevo: Svjetlost.
- Raičević, Z. (1986), *Tretman žene u suvremenim sredstvima javnog informiranja*. Zagreb, *Žena*, 1986, 4.
- Sasidharan, M. R. (1990), *Visibility of Woman in Indian Magazines*. (Referat na konferenciji IAMCR, Bled).
- Steeves, H. L. (1989), *Gender and Mass Communication in Global Context*. V: Creedon P. J. et al (ur.) *Women in Mass Communication*.
Newbury Park, London, New Delhi: SAGE Publications (83-11).
- Vreg, F. (1990), *Demokratsko komuniciranje*. Maribor, Obzorja.