

Neúplná mozaika o ženách v médiích Evropské unie

Daniela Vajbarová

Ross, K., & Padovani, C. (2017). *Gender Equality and the Media. A Challenge for Europe*. New York/London: Routledge, Taylor & Francis Group. ISBN: 978-1-138-89268-2 Počet stran: 271

Rozložení žen a mužů pracujících v mediálních institucích se věnují četné sociálněvědní výzkumy už od 70. let 20. století. Za tímto zájmem badatelů a badatelek zhusta stála nebo stojí domněnka, že s vyváženějším zastoupením obou pohlaví v mediálních organizacích se promění mediální obsahy, a tím se zvýší také genderová rovnost ve společnosti. Na dané téma vznikla za posledních 40 let řada rozličných studií. Jen ojediněle se však objevují příspěvky, které konkrétně na zaměstnanost žen v médiích nahlíží v mezinárodní perspektivě. Knižní novinka *Gender Equality and the Media: A Challenge for Europe* mezi tyto výjimky patří. A co víc – vůbec poprvé na pozici žen v médiích a na genderovou rovnost nahlíží napříč všemi 28 členskými státy Evropské unie.

Publikace staví na datech z komplexního výzkumného projektu uskutečněného v letech 2012 a 2013 pod záštitou Evropského institutu pro rovnost žen a mužů, který chtěl zhodnotit, v jaké míře dokázaly země Evropské unie naplnit požadavky *Pekingské deklarace a akční platformy* (1995) pojící se s médiem. Projekt si přitom položil tři hlavní cíle: 1) zmapovat

míru zapojení žen do rozhodovacích pozic v mediálních institucích; 2) zjistit, s jakou frekvencí i v jakých rolích se ženy a muži objevují v nefikčních mediálních obsazích jednotlivých zemí; 3) odhalit, jaké politiky a mechanismy zkoumaná média využívají k podpoře genderové rovnosti. S tímto záměrem nahlédl výzkumný tým na genderové složení hierarchické struktury 99 vybraných mediálních institucí (se zástupci jak soukromých médií, tak médií veřejné služby) a u každé ze zemí EU uskutečnil týdenní monitorování dvou zvolených televizních stanic v hlavním vysílacím čase, které vydalo na 1200 hodin analytického materiálu. Kvantitativní data doplnily rozhovory s 65 ženami působícími na seniorských postech v redakcích i v managementu médií.

Editace knihy se ujaly hlavní představitelky projektu, Karen Rossová a Claudia Padovaniová, které se ve svých výzkumech dlouhodobě a systematicky zaměřují na vztah genderu a médií. V úvodní sekci přibližují pozadí vzniku projektu s jeho očekávaným přínosem a popisují také koncepci publikace i obsahovou náplň zbývajících čtyř sekcí.

Druhá sekce poskytuje přehled literatury vztahující se k jednotlivým aspektům výzkumu, z něhož publikace čerpá. Za zmínku stojí, že editorky k přípravě této části přizvaly Carolyn M. Byerlyovou, která patří k předním postavám genderových mediálních studií a mimo jiné před šesti lety vydala dosud největší celosvětovou studii o statusu žen ve zpravodajských médiích (zmapovala tehdy 522 mediálních organizací napříč 59 zeměmi světa). Spolu s Padovaniovou rozebírá ve druhé kapitole knihy problémy související se zaměstnáním žen v médiích a poukazuje zejména na jejich nerovné zastoupení na rozhodovacích pozicích, na bariéry pracovního postupu, na platové

rozdíly mezi muži a ženami na stejné pracovní pozici i na maskulinní povahu žurnalistické praxe. Autorky dále věnují pozornost politikám, doporučením a mechanismům, které existují na podporu genderové rovnosti v médiích. Představují zde výzkumy zaměřené na toto téma. Navíc poskytují přehled zásadních dokumentů, které na úrovni Evropské unie vznikly v posledních dvaceti letech s cílem podpořit genderovou rovnost v provozu mediálních institucí a genderově senzitivní přístup k tvorbě mediálních obsahů. Byerlyová s Padovaniovou neopomíjejí ani poznatky o reprezentaci žen v médiích, které poukazují na dlouhodobě přetrvávající marginalizaci a stereotypizaci žen v mediálních obsazích. Takto informačně bohatá – stále však přehledná a srozumitelná – kapitola zpřístupňuje text i čtenářům, kteří o dané oblasti mediálních studií nemají rozsáhlé povědomí.

Třetí sekce nastiňuje kontext výzkumu, představuje výzkumné cíle, průběh každé ze čtyř fází výzkumu a také postup při konstrukci výzkumného souboru mediálních organizací. Přestože je tato část kvalitně zpracovaná, některé doplňující informace v ní scházejí. Není například jasné, jak byly do studie vybírány respondentky z řad seniorských zaměstnankyň médií a jaký typ kvalitativního rozhovoru s nimi výzkumníci a výzkumnice uskutečnili. Více prostoru by si zasloužilo zdůvodnění, podle čeho si výzkumný tým stanovil termín monitorovacího týdne (případl na 17. až 23. února 2013). Čtenář by také jistě ocenil alespoň základní poznámky o analytické části, zejména o tom, jak bylo zacházeno s daty o zastoupení žen a mužů na organizační a strategické úrovni managementu. Princip strukturace instituce se totiž médium od média často liší, což může komplikovat nejen třídění výzkumného materiálu,

ale ve výsledku i komparaci dat. Část zmíněných nejasností sice vysvětluje výzkumná zpráva o projektu vydaná Evropským institutem pro rovnost žen a mužů (2013), pro čtenáře by však bylo jistě příjemnější, pokud by mohl získat relevantní informace o studii přímo z knihy.

Na zbývajících stranách třetí sekce jsou shrnuta stěžejní zjištění projektu. Nutno říci, že jsou poměrně obecná a neodchylují se od výsledků dalších mezinárodních studií (mj. Byerly, 2011; GMMP, 2015). Na ženy na rozhodovacích pozicích lze narazit spíše u nižších seniorských postů, zatímco klíčové operační a strategické role nezaujímají ženy ani ze čtvrtiny. Monitoring nefikčních pořadů u 56 televizních stanic ukázal, že v souhrnu se ženy a muži ve zkoumaném týdnu objevovali na televizních obrazovkách v poměru 1 : 2. Jejich rozložení s ohledem na zastávanou roli navíc vykazovalo komplexní genderové odlišnosti. Poměrně vyváženě sice byly ženy zastoupeny v roli žurnalistů, moderátorů a „osob z lidu“, na autoritativních a prestižních pozicích politiků a expertů však nepřesáhly hranici 25 procent. S věkem přitom značně klesal procentuální výskyt žen napříč všemi sledovanými pořady i rolemi. V souvislosti se studiem dokumentů pak projekt dospěl hned k několika zásadním zjištěním. Z 99 mediálních organizací jich méně než polovina ve svých politikách rovnosti alespoň zmiňuje gender a jen jedna pětina organizací disponuje dokumenty, které se zaměřují na genderovou rovnost. Pouze u devíti z 99 zkoumaných médií EU existuje oddělení, které dohlíží na dodržování zásad rovnosti a rozmanitosti obecně. Zajímavým – a překvapivým – poznatkem je, že výzkum neodhalil souvislost mezi existencí politik genderové rovnosti či rozmanitosti a vyrovnanějším zastoupením žen a mužů na rozhod-

vacích pozicích. Přesto autorky kapitoly Karen Rossová a Monia Azzaliniová poukazují na proaktivnější přístup médií veřejné služby v přípravě těchto politik i na mírně příznivější zastoupení žen na rozhodovacích pozicích (zatímco u sledovaných médií veřejné služby ženy zaujímaly v průměru třetinu seniorských postů, u soukromých médií to byla jen čtvrtina).

Čtvrtý oddíl knihy prezentuje případové studie z 16 vybraných zemí EU, které připravili výzkumníci a výzkumnice podílející se v daném státě na projektu. Patří mezi ně Rakousko, Belgie, Chorvatsko, Dánsko, Estonsko, Finsko, Francie, Malta, Nizozemsko, Polsko, Portugalsko, Rumunsko, Slovinsko, Španělsko, Švédsko a Velká Británie. Jisté zklamání pro českého čtenáře může představovat, že Česká republika v souboru nefiguruje, nicméně alespoň v přehledové části třetí sekce a v páté, závěrečné sekci jsou diskutována data vypovídající také o tuzemských médiích. Co je však bezpochyby přínosem, mezi těmito případovými studiemi se objevují i příspěvky referující o státech, o nichž jsou běžně k dispozici pouze zastaralé údaje, navíc pojednávající převážně o mediálním obsahu (mj. Chorvatsko, Nizozemsko, Portugalsko, Slovinsko).

Výsledky z jednotlivých zemí jsou seřazeny abecedně, což se může jevit jako dobré rozhodnutí pouze na první pohled. V praxi tento způsob organizace spíše komplikuje snahu komparovat výsledky mezi státy z geograficky blízkých oblastí, případně mezi státy s podobným vývojem politického, právního či sociokulturního přístupu k genderové problematice. S jiným principem seskupení zemí by bylo možné zapojit průběžná shrnutí, která by zjištění o státech z téže kategorie srovnala daleko podrobněji, než je tomu ve třetí či páté sekci.

Jak lze ze souboru případových studií tušit, každá stať pravděpodobně měla pokrýt sadu několika témat. Jmenovitě se jedná o následující: přístup společnosti i vlády konkrétní země k genderové rovnosti; přehled zákonů, doporučení a politik tematizujících genderovou rovnost (jak obecně, tak ve vztahu k médiím); výzkumy věnované genderu a médiím (s důrazem na genderovou strukturaci médií a na mediální reprezentaci žen a mužů); informace o zkoumaných médiích; data o zastoupení žen a mužů na rozhodovacích pozicích sledovaných mediálních institucí; politiky genderové rovnosti v organizacích zapojených do studie; reprezentace žen a mužů (z hlediska početního zastoupení, zaujímaných rolí, věku); zjištění z rozhovorů; příklady dobré praxe v naplňování principů genderové rovnosti. Způsob strukturace těchto témat v dílčích textech nicméně nedodrží nějaký dohodnutý princip výstavby, což ztěžuje orientaci ve čtvrté sekci.

Zásadnější připomínka se vztahuje k tomu, že mnohé případové studie nepokrývají všechna zmíněná témata. Pro ilustraci lze uvést několik příkladů. U některých příspěvků (například o Belgii, Rumunsku) scházejí informace o dosavadních genderových výzkumech médií. Jiné (o Rakousku či Finsku) nevěnují pozornost poznatkům z rozhovorů se zaměstnankyněmi médií. Další studie se nezmiňují o existenci a podobě politik genderové rovnosti u všech médií ze zkoumaného vzorku (příspěvky o Belgii, Dánsku, Estonsku nebo Francii). Několik případových studií (například z Chorvatska, Nizozemska, Rumunska) nepředstavuje zkoumaná média, takže lze jen tušit, proč ve vzorku figurují právě ona, případně respondentky (například stať o Rakousku, Dánsku, Slovinsku), takže čtenář nezná zastávanou pozici či příslušnost

k mediální organizaci. Některé texty (o Maltě či Švédsku) pak opomíjejí informaci o tom, ve kterých médiích se uskutečnil týdenní monitoring. Část příspěvků (mimo jiné z Estonska a Malty) u zjištění z monitoringu médií neuvádí konkrétní údaje o rolích, které ženy a muži zaujímali v mediálních obsazích, případně nepopisuje, jak se zastoupení mužů a žen lišilo s ohledem na věk (texty o Francii, Polsku, Švédsku a jiné). To čtenáře nejen mate, ale především mu to znesnadňuje (místy až znemožňuje) porovnat výsledky z jednotlivých zemí. Navíc – hned v několika případech jsou data o zastoupení žen a mužů na rozhodovacích pozicích, případně o jejich mediální reprezentaci, představována souhrnně pro celý zkoumaný vzorek z daného státu (namátkou státě o Chorvatsku, Estonsku, Francii, Maltě, Polsku, Španělsku a Švédsku). To je obzvláště problematické, protože čtenář tak nemá šanci získat informace o existujícím stavu v jednotlivých médiích veřejné služby a v médiích soukromých.

Grafy či tabulky, jež by některé z těchto údajů mohly obsahovat, čtenář nenajde ani v příspěvcích, ani v přílohách knihy. Součástí příloh je pouze seznam členů a členek výzkumného týmu za jednotlivé státy, seznam zkoumaných mediálních organizací z každé země EU (s rozlišením, zda se jedná o tisk, televizi či rozhlas) a seznam respondentek s informací o tom, ve které organizaci působí. Podstatně informačně přínosnější jsou přílohy výzkumné zprávy (2013). Kromě přehledové tabulky o zkoumaných médiích (mj. i s ohledem na zdroj financování) zde neschází tabulka s odůvodněním výběru soukromých médií do studie u každé země. Součástí jsou rovněž tabulky představující statistiky o počtech žen na rozhodovacích pozicích v jednotlivých

státech EU nejen napříč všemi médii zkoumanými v souvislosti s konkrétní zemí, ale také ve vztahu k soukromým médiím, k médiím veřejné služby či k formátu média (tisk, rozhlas, televize). Část přehledových tabulek je pak věnována popisu politik genderové rovnosti pro jednotlivá zkoumaná média ze zemí EU a také mechanismům, které mají v praxi v konkrétním médiu přispět ke zvýšení genderové rovnosti.

Editorky svěřily přípravu závěrečné, páté sekce Margaret Gallagherové, která jako jedna z prvních poukázala na problematiku genderovanosti vzorců týkajících se zaměstnanosti žen v médiích (Gallagher, 1981) a o několik let později vydala dnes již klasickou celosvětovou komparativní studii mapující pozici žen zaměstnaných v mediálních organizacích (Gallagher, 1995). Autorka se v poslední kapitole věnuje klíčovým tématům z 16 předložených případových studií, výsledky z jednotlivých států se snaží porovnávat a zjištění, k nimž projekt dospívá, zasazuje do kontextu existujících výzkumů. Tím vyvažuje převážně popisnou povahu většiny empirických statí (výjimkami jsou například studie z Finska, Francie, Portugalska, Rumunska nebo Velké Británie). V souvislosti se zjištěním, že se média sice mnohdy zavazují k politikám genderové rovnosti, ale v praxi se u nich neobjevuje genderově vyváženější obsah či rozložení žen a mužů ve struktuře organizace, se Gallagherová zamýšlí nad možnostmi, jak situaci změnit. Nakonec představuje a diskutuje efektivnost trojice indikátorů, jejichž sestavení si výzkumný projekt předsevzal coby jeden ze svých výstupů a jež mají umožnit vyhodnocení stavu genderové rovnosti v mediálních organizacích.

Závěrem lze konstatovat, že spíše než jako samostatně fungující text je tře-

ba publikaci se sérií 16 případových studií chápat jako doplněk již zmíněné výzkumné zprávy (2013). Přes mnohé výtky spočívá nezpochybnitelný přínos knihy v tom, že o ženách v médiích pojednává vůbec poprvé v souvislosti se státy Evropské unie. Autorky tu navíc provázaly studium genderové struktury mediálních organizací se studiem politik genderové rovnosti v médiích a s výzkumem mediálních obsahů. Díky tomu lze sledovat nejen přístup zkoumaných médií k problematice genderové rovnosti, ale také to, jestli (popřípadě jak) se mění mediální obsahy v závislosti na počtech žen a mužů na vlivných rozhodovacích pozicích v médiích. Svě čtenáře si kniha jistě najde mezi studenty a studentkami, zejména však mezi dalšími výzkumníky a výzkumnicemi zaměřenými na oblast genderu a médií, pro které může být inspirací. Nezbyývá přitom než doufat, že příští publikace na toto téma přinese nejen poznatky o dalších zemích, ale především že se u ní čtenář dočká úplnějších i detailnějších informací.

Literatura

- Byerly, C. M. (2011). *Global Report on the Status of Women in the News Media*. Washington, DC: International Women's Media Foundation.
- European Institut for Gender Equality. (2013). *Review of the Implementation of the Beijing Plaform for Action in the EU Member States: Women and the Media – Advancing Gender Equality in Decision-making in Media Organisations*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Gallagher, M. (1981). *Unequal Opportunities: The Case of Women and the Media*. Paris: Unesco Press.
- Gallagher, M. (1995). *An Unfinished Story: Gender Patterns in Media Employment*. Paris: Unesco Press.
- Macharia, S. (2015). *Who Makes the News? Global Media Monitoring Project 2015*. Toronto: World Association for Christian Communication.
- United Nations., & World Conference on Women. (1995). *Beijing Declaration and Platform for Action: Fourth World Conference on Women, Beijing, China, 4–15 September 1995*. New York: United Nations.