

Meedia ja sooline võrdõiguslikkus. Peamised probleemid ja uuemad uuringud

Barbi Pilvre

Naised vabaks! Karvadest

Näide naiste emantsipatsiooni
trivialiseerimisest Eesti
reklaamitegijate poolt
2000ndatel

[https://elu24.postimees.ee/216085/
kuidas-saada-siledaks-nagu-lea-liit
maa](https://elu24.postimees.ee/216085/kuidas-saada-siledaks-nagu-lea-liitmaa)

Sanna Marin “näitas iseloomu”: Soome peaminister käib Eestis

Läbi sõnavaliku toimuv meedia
patroneeriv suhtumine noore naise
suhtes, kes on hõivanud
traditsiooniliselt meestele kuuluva
positsiooni poliitikas

<https://www.oh tuleht.ee/988858/sanna-marin-naitas-eestis-iseloomu-muujatudrukust-peaminister-andis-helme-stiilipuhta-ninanipsu>

Kui president on naine, jutuks riided

Naine traditsiooniliselt meestele kuulunud ametipostil: meediapoolne sanktsioneerimine, trivialiseerimine läbi soo ja mitte ametialase pädevusega seostuva teemapüstituse

<https://www.oh tuleht.ee/980244/galerii-presidendipaari-esindusroivad-oln-kolme-aastaga-neelanud-maksumaksja-rahakotist-ligi-90-000-eurot>

Meedia osa naiste emantsipatsioonis: vedur või pidur?

Meedia osa soolise süsteemi püsimises ja muutumises on keskne.

Meedia osa naiste emantsipatsioonis on võtmelise tähendusega. Miks naiste meediakujutis on suhteliselt püsiv ja stereotüüpne, pigem konservatiivne, kuigi ühiskonnas on naiste positsioonis suured muutused 20. Sajandil?

Naised Eestis tegutsevad ensesestmõistetavalt avalikus sfääris: palgatööl, poliitikas. Eestil on naispresident. Riigikokku kandideeris 2019 32% naisi, kellest osutus valituks 28%. KOV volikogudes on naisi kolmandik. Eestis on olnud naisministreid, aga mitte kunagi näiteks justiits- või kaitseministrina. Eestis pole seni olnud naissoost peaministrit.

Eesti naised tööelus hõivatud

Eesti naiste tööga hõivatus on Euroopa Liidu keskmisest kõrgem (2008. a 66,3% vrdl EL 59,1%) ja tööhõive määra lõhe meeste ja naiste vahel Euroopa keskmisest väiksem. Eesti tööturg on jätkuvalt sooliselt segregeeritud, seda nii horisontaalses kui vertikaalses mõttes: naised endiselt hõivatud rohkem nn "pehmetel" tegevusaladel (tervis, haridus, teadus, kultuur, sotsiaaltöö), samas kui "mehelikeks" aladeks on ehitus, transport jms.

Sooline palgalõhe EL suurim: <https://www.stat.ee/pressiteade-2019-122>

Naised Eesti poliitikas <http://www.praxis.ee/tood/naised-poliitikas/>

Meediategelikkus

Meedia osa tegelikkuse keelelisel tootmisel ja taastootmisel, sotsialiseerumise, legitimatsiooni ja ka muutuste protsessides on keskne. Meediastumine (mediatization)

Meedia on üks institutsioonidest hariduse, juura, religiooni, teaduse, meditsiini kõrval, kus toimub diskursiivselt soo määratlemine, kultuuriline tootmine ja taastootmine.

Ajakirjanduslikud valikud

Naiste kujutis meedias on erinevate teadvustatud ja teadvustamata ajakirjanduslike valikute tulemus: kultuur, organisatsioon, ajakirjanik

Meediakujutis kui konstruktsioon mitte peegeldus

Mis tähendus antakse naise bioloogilisele soole? Foucault' (1976) arusaam võimukasutusest seksuaalsuse defineerimisel: kultuuriline sugu on teadmiste- ja võimustusüsteemide või diskursuste toode.

“Naine kui niisugune” kuulub privaatsfääri

Avalikus sfääris on naiste tegevus üha laialdasem ja mõjukam, kuid “naine kui niisugune” seostub argiteadvuses endiselt privaatsfääriga.

Naiste kultuuriline representatsioon, ka meedia tegeleb selle “vastuoluga” läbi teemapüstituste, tegelaste valiku, visuaalse materjali, kirjelduste. Sümboolne anihileerimine (mahavaikimine, kaanonist välistamine), trivialiseerimine - pisendav, halvustav kujutamine, patroneeriv suhtumine, kõrvalised teemad. Meedia kui sotsiaalse kontrolli vahendi sanktsioneeriv suhtumine ilmneb teemapüstituses (naispresidendi riided maksavad), tegevuse kajastamises “müüjannast peaminister näitab iseloomu”, suhtumises naiste emantsipatsiooni (Vabaks? Karvadest)

Ühiskond areneb, meedia teeb valikud

Naiste kujutamine meediapildis on ühelt poolt seotud naiste emantsipatsiooniga: mida rohkem naisi on avalikus elus tegevad, seda enam peaks naisi esinema ka meediakujutises.

Kindlasti ongi olemas seosed naiste osakaalu vahel meediapildis ning ühiskonna poliitilises ja majanduslikus eliidis, kuid need seosed pole mehaanilised.

Näiteks naiste kujutiste kasv meedia sisus pole üheselt seotud naiste kasvava rolliga avalikus sfääris, vaid räägib ajakirjanduslikest valikutest meediaorganisatsiooni igal tasandil.

Ajakirjanduslikud valikud

Naiste või meeste kohalolek või puudumine meediapildis ei peegelda seega mitte niivõrd tegelikkust, vaid tekstide tootjate valikuid.

Suur osa valikutest on seotud professionaalsete praktikatega. Ajakirjanduse eliidikesksus ja kallutatus teatud eliidiga seotud temade poole (majandus, poliitika, riigikaitse, julgeolek, krimi) -- McQuail e.k. 2003. Milline on naiste kujutamise traditsioon ajakirjanduses.

Laiem kultuuriline ja ideoloogiline kontekst, diskursuse kord (Foucault 1971/2005).

Misogüünia.

Meediamajade kultuur ja ühiskondlikud meeleolud

Fairclough (1995) järgi tuleb meediatekstide mõtestamisel arvestada nii meedia institutsionaalseid praktikaid: meediamajade ja toimetuste kultuur.

Laiema sotsiaalkultuuriline kontekst, ühiskondlikud meeleolud, sest meediatööstuse insitutsionaalsed asjaolud seletavad meediapraktikaid vaid osaliselt.

Kehtiv soosüsteem (sookord, soorollid) mille raames „bioloogiline seksuaalsus” muudetakse sotsiaalseteks suheteks (Rubin 1975).

Meedia kommertsialiseerumine

Meedia kommertsialiseerumine ja selle soo aspekt: “müüvate” ehk stereotüüpsete dekoratiivsete naisekujutiste ülekaal meedia sisus: meelelahutustööstusega seotud naiste ülekaal: näitlejad, sportlased, artistid, TV tegelased: Eesti Ekspressi Persooni uuring, Sugu telepildis (Pilvre doktoritöö: <https://dspace.ut.ee/handle/10062/17921>)

Realistlike naisekujutiste (vanad, tavalised, mitte-eestikeelsed naised) vähesus või puudumine või esinemine ainult teatud teemadega seotud nagu sotsiaalprobleemid, integratsioon, ohvrid, vox populi.

Nõukogude ajast reaktsioon töötava naise kujutamise vastu?

Rahvusvahelisi uuringuid, andmebaase

Global Media Monitoring Project GMMP (1995, 2000, 2005, 2010, 2015)

www.whomakesthenews.org

Screening Gender (2000) , Eestis läbi viidud uuring 2003 Sugu telepildis

<https://www.tlu.ee/rasimat/telesugu/sugutelepildis.php>

Advancing Gender Equality In Media Industries 2019, andmebaas, youtube'i loengud,
õppevahend <https://www.agemi-eu.org>

Naiste staatust toimetustes, globaalne vaade

<https://www.iwmf.org/resources/global-report-on-the-status-of-women-in-the-news-media>

/

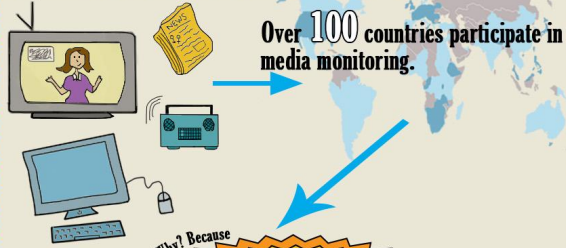
WHO
MAKES THE
NEWS?

THE GLOBAL MEDIA MONITORING PROJECT

The world's most extensive and significant global research
on gender in the news media.

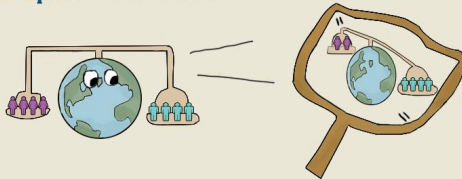
Every **5** years since 1995

The GMMP has documented trends in the portrayal
and representation of women and men in news media.



Why? Because
NEWS MATTERS

Underrepresentation of women in contrast to men results in
an imbalanced picture of our world.



GMMP
Global Media
Monitoring Project
WACC

For more information, check out:

 www.whomakesthenews.org

 Follow @whomakesthenews

 Like our facebook page:
facebook.com/GlobalMediaMonitoringProject

The GMMP is coordinated by the World Association for Christian Communication (WACC).

GMMP

Naiste esinemine uudistes
1995-2015, globaalne
vaade. Naisi 25% uudiste
tegelastest.

CHANGE

over the years

→ % of persons seen, heard or read about in news media that are women.

WHO
MAKES THE
NEWS?

News on Economy



News on Politics and Government



www.whomakesthenews.org



@whomakesthenews



Global.Media.Monitoring.Project



GMMP

Global Media
Monitoring Project

WACC

Bourdieu “Meeste domineerimine”

“Vaatamata muutustele domineerivad mehed endiselt avalikus ruumis ja võimuväljal (majanduses ja tootmises), samas kui naised jäävad üldreeglina eraruumi (kodusesse ja soojätkamise ruumi), või selle ruumi teatud laiendustesse nagu sotsiaalteenused, haridussüsteem või sümboolse tootmise maailm (kirjandus, kunst, ajakirjandus)” (e.k.2005)

Bourdieu

Vanad soopõhised jaotusstruktuurid määravad praegugi muutuste suunda ja vormi ...ning nad toimivad kolme praktilise printsiibi kaudu, mida naised ja nende lähikondsed oma valikutes rakendavad:

- naistele sobivateks ametiteks on kõik kodutööde pikendused (haridus, arstiabi ja teenindus) NB! Privaatsfäär kui “kingituste sfäär” seletab nende tööde odavuse
- naisel ei tohiks olla meeste üle võimu
- tehnika ja masinate käsitlemine on meeste monopol

Ajakirjandus kui “põlistamistöö” institutsioon

Bourdieu´d huvitab, kuidas on ühiskonna soopõhine jaotus ja vastavate nägemusprintsipiide struktuurid on “ajaloolisest kontekstist lahti ühendatud” ehk dehistoriseeritud ja põlistatud, mis aitab säilida meestekesksel ühiskonnal

„kõik, mis ajaloos esineb igavesena, on tegelikult üksnes põlistamistöö saadus, mida sooritavad niisugused (omavahel seotud) institutsioonid nagu perekond, kirik, riik, kool ning teisel tasandil ka sport ja ajakirjandus”

Naiste paradoksaalne alistumine

Bourdieu kirjeldab meeste domineerimist kui *doxa* paradoksi: naiste paradoksaalset alistumist, mis on „sümboolse, pehme, tajumatu ning ka ohvritele nähtamatu vägivalla tagajärg, mis põhiliselt toimib puhtalt suhtlemise ja teadvuse või pigem teadmatus, tunnustamise või äärmisel juhul tunnete sümboolsete kanalite kaudu”.

Doxa paradoksi tulemuseks on, „et kehtiv kord oma domineerimissuhete, õiguste ja erandite, privileegide ja ebaõiglustega põlistub nõnda lihtsalt ja lõplikult”.

Meestekeskne nägemus kui neutraalne

Bourdieu´ hinnangul näitab meeste domineerimiskorra tugevust see, et sellel pole tarvis õigustusi: meestekeskne nägemus valitseb kui neutraalne maailmanägemus ning sellel puudub vajadus end õigustavates diskursustes põhjendada.

Doxa mõiste on lähedane Foucault´ diskursuse korra käsitlesele (Foucault´ 1971/2005)

Meeste ülemvõimu seletusi

Connelli (1995, 2005) järgi võtab meessugu ühiskonnas vaatamata naiste emantsipatsioonile ja juurdevõidetud õigustele endiselt patriarhaalseid dividende. Et patriarhaat pole seoses ühiskondlike muutustega (eriti naiste tööellu siirdumise ja majandusliku iseseisvumisega) enam nii enesestmõistetav, tuleb meeste huve erinevates eluvaldkondades läbi erinevate poliitiliste, majanduslike ja kultuuriliste institutsioonide aktiivsemalt kaitsta. Hegemooniline maskuliinsus säilitab oma ülemvõimu tänu positsioonile tootmissuhetes, teatud emotsioonide ja lähedusega seotud eluvaldkondade marginaliseerimise ja keelamisega peavooluühiskonnas ning alternatiivsete seksuaalsuste ja maskuliinsuste alistamise ja marginaliseerimise teel.

Väljakutsed meeste ülemvõimule

Castells (1997) väidab, et patriarhaalsele perekonnale on tänapäev esitanud väljakutse seoses naiste massiivse hõivatusega tööjõuturul, sündivuse kontrollile ja uutele sotsiaalsetele liikumistele: üksikute kultuurile, vabaabielule jne.

Castells järgi pole reaktsioonilised poliitikad vaatamata meeste jätkuvale privilegeeritusele pikas perspektiivis meeste huvidele vastavuses ning kui ei soovita võrdõiguslikumaid suhteid, jäävad üle nostalgilised ainult-meeste institutsioonid või homoseksuaalsus.

Beck “Riskiühiskond” perekonna ja paarisuhete muutumisest, Zygmunt Bauman “Liquid Modernity”, “Liquid Love”, “Liquid Life”, “Liquid Times”, paremkonservatiivne reaktsioon.