



GENDER_PUBLIC DEBATE: TRAINING & SENSITIZING ACTIVITIES FOR MEDIA STAKEHOLDERS AND STUDENTS (WP2)

2.4. Έκθεση στάσεων και αντιλήψεων για το φύλο

D2.4 Report on equal opportunities in gender representation in the media

Επίπεδο δημοσιότητας: Δημόσιο

Αύγουστος 2020



This Project is co-funded by the European Union's Rights, Equality and Citizenship Programme (2014-2020). The content of this represents the views of the author only and is his/her sole responsibility. The European Commission does not accept any responsibility for use that may be made of the information it contains.



*Έκθεση στάσεων και αντιλήψεων για το φύλο
(D2.4 Report on equal opportunities in gender representation in the media)*

Συγγραφείς: Καθ. Γιώργος Πλειός, Δρ. Δέσποινα Χρονάκη και Δρ. Σοφία Καναούτη

Με τη συμβολή των: Άρτεμις Κουλουρά, Νάσια Λαμπροπούλου και Δημήτρης Δεδούσης (φοιτητές στο Τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών)

Αναφορά σε: Πλειός, Γ., Χρονάκη, Δ. και Καναούτη, Σ. (2020). *Gender Public Debate: Έκθεση στάσεων και αντιλήψεων για το φύλο* (Παραδοτέο D.2.4.). Αθήνα: Κέντρο Ευρωπαϊκού Συνταγματικού Δικαίου. Διαθέσιμο στο: <http://nosexism.isotita.gr/en/actions/publications/>

Περιεχόμενα

1	Executive Summary	4
2	Το έργο Gender Public Debate	7
3	Ενδυνάμωση γυναικών που συμμετέχουν στο δημόσιο διάλογο: Σεμινάρια για δημοσιογράφους και φοιτητές τμημάτων Επικοινωνίας και ΜΜΕ.....	9
3.1	Σεμινάρια για επαγγελματίες ΜΜΕ.....	9
3.2	Σεμινάρια για φοιτητές τμημάτων Επικοινωνίας και ΜΜΕ.....	10
4	Φύλο και δημόσια σφαίρα: γυναίκες στην πολιτική και η αναπαράσταση στη δημόσια σφαίρα	12
5	Μεθοδολογικό σημείωμα και δημογραφικά στοιχεία όσων συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο στάσεων και αντιλήψεων	15
5.1	Δημογραφικά στοιχεία συμμετεχουσών/όντων στις εκπαιδευτικές δράσεις (Σεμινάρια για επαγγελματίες ΜΜΕ).....	16
5.2	Δημογραφικά στοιχεία συμμετεχουσών/όντων στις εκπαιδευτικές δράσεις (Σεμινάρια για φοιτήτριες και φοιτητές)	21
6	Αντιλήψεις για το φύλο και τη συμμετοχή στη δημόσια σφαίρα	25
6.1	Επαγγελματίες ΜΜΕ και αντιλήψεις για το φύλο	25
6.1.1	Η θέση των γυναικών στον επαγγελματικό στίβο	27
6.1.2	Η σχέση των γυναικών με τη δημόσια σφαίρα.....	31
6.2	Φοιτητές ΜΜΕ και αντιλήψεις για το φύλο	34
6.2.1	Η θέση των γυναικών στον επαγγελματικό στίβο	36
6.2.2	Η σχέση των γυναικών με τη δημόσια σφαίρα.....	39
7	Συμπεράσματα και προτάσεις για τη χάραξη στρατηγικών	42
8	Βιβλιογραφικές αναφορές.....	46
9	Παράρτημα: Ερωτηματολόγιο	51



This Project is co-funded by the European Union's Rights, Equality and Citizenship Programme (2014-2020). The content of this represents the views of the author only and is his/her sole responsibility. The European Commission does not accept any responsibility for use that may be made of the information it contains.

1 Executive Summary

This report discusses the results of a small-scale quantitative study about attitudes towards gender and women in politics. The study has been conducted in the context of the project ‘Capacity building for women candidates and media stakeholders in public debates in Greece’ (GENDER_PUBLIC DEBATE) after the implementation of a series the training workshops held in Athens, Thessaloniki and in an online format. These training workshops, planned and organized by the Department of Communication and Media Studies (National and Kapodistrian University of Athens) and the Center for European and Constitution Law with the contribution of the General Secretariat of Family Policy and Gender Equality, aimed at reinforcing the capacity of female politicians and candidates in the public sphere and Media stakeholders (journalists, Media students, bloggers) to recognize, address and prevent gender discrimination in public debates.

In particular for the training workshop targeting Media stakeholders, 45 media stakeholders and 41 media students overall, filled a short questionnaire addressing specific issues on:

- gender roles within the household,
- women’s relation to the workplace and media industries more specifically and
- last but not least, women’s political participation.

The majority of the participants that both participated in the workshops and filled the questionnaire were women. Most media stakeholders were between 30 and 50 years old that use social media on a daily basis and are reading leftwing Press, popular news sites, and Facebook. In what concerns media students, most of them are between 20 and 30 years old, using social media on a daily basis and are also informed by leftwing Press, popular news sites and Facebook.

As mentioned above the questionnaire addressed three **angles of social life in order to examine attitudes toward gender** among workshop participants. Overall, participants’ position towards women’s role in the domestic space, at the workplace and in politics

reflects liberal views about gender and the differences in attitudes between women's and men's roles are small. For example, the majority of participants believe that there are no 'women's jobs' at home and that both genders have the same responsibilities over household finance. Along the same lines in answering about whether there are professional specializations in the media industry, the majority believes that gender is not related to the job someone does. Equally, the contribution of aesthetics and appearance in professional success is something that the majority believes is true, pretty much irrespectively of gender. Last but not least, when it comes to politics, most participants believe that it is an activity where both women and men are equally skillful irrespectively of the area they are talking/responsible about (education, family policy, public safety, economy etc.).

However, a closer look at the results reveal three findings that may potentially inform both academic and policy agendas: To begin with, if one looks at the particular nature of the issues that women politicians are able to cover/talk about, responses vary slightly among the 'naturally masculine' issues (e.g. military issues, economy, public safety) and 'naturally feminine' ones (e.g. education, family policy, gender issues). Along the same lines, when asked which professional specializations are more suitable for women, photojournalism and working as a cameraman were considered less suitable for them. Last but not least, the responses to the question if aesthetics and appearance plays a role in professional success varied among men, women and queer people. Nevertheless, the percentage replying that this is true mostly for women was higher. Such results pinpoint at a need to **focus on further research and policy making addressing particular angles of social, cultural and professional life, including the field of women as politicians** (given that the minister of public safety during SYRIZA administration was a woman).

Furthermore, especially when it comes to queer people and the LGBTQ+ community another finding emerges: Queer and LGBTQ+ identities are still casted with stereotypes, while the community itself is in many ways still marginalized, if not ridiculed in the context of political participation and as a profession in the media



*Έκθεση στάσεων και αντιλήψεων για το φύλο
(D2.4 Report on equal opportunities in gender representation in the media)*

industry). As a result, LGBTQ+ visibility when it comes to politics is a lot less than in other European countries; nevertheless, this does not mean it is not subject to gender/sexual stereotyping or discrimination and incidents of sexism. What emerges then is a need **for future research and policy making to focus a lot more on issues of discrimination and marginalization of the LGBTQ+ community, including empowering LGBTQ+ people in politics.**

Last but not least, the final finding draws both from the small-scale study presented in this report and the outcomes of the training workshops. The issue of gender, women's political participation and issues of sexism reappear constantly in public and policy agendas. Nevertheless, long established discourses about gender and women's position in the social context raise an issue of educating the young into gender politics. Therefore, it would be necessary to see such light differences in some aspects of the social life and political participation as **a need to increase educational activities and research into young people's perceptions and attitudes towards gender equality, and issues of sexism.**

2 Το έργο Gender Public Debate

Το έργο Capacity building for women candidates and media stakeholders in public debates in Greece – “Gender Public Debate” στοχεύει α) στην ενημέρωση και ενδυνάμωση γυναικών πολιτικών ή υποψηφίων στην Ελλάδα γύρω από ζητήματα διακρίσεων με βάση το φύλο και την προτροπή β) επαγγελματιών των ΜΜΕ και φοιτητών τμημάτων ΜΜΕ να αναγνωρίσουν, να αναδείξουν και να εμποδίσουν τις διακρίσεις με βάση το φύλο στη δημόσια σφαίρα.

Πιο συγκεκριμένα οι δράσεις του Gender Public Debate έχουν στόχο να ευαισθητοποιήσουν ανθρώπους που δραστηριοποιούνται στα ΜΜΕ ή εκπαιδεύονται στις Σπουδές Μέσων, προκειμένου να αναγνωρίζουν, να ταυτοποιούν και να εμποδίζουν φαινόμενα σεξισμού και διακρίσεων με βάση το φύλο στα ΜΜΕ. Επίσης, στοχεύει να τους παροτρύνει να εντείνουν τις προσπάθειες για την ανάδειξη τέτοιων ζητημάτων αλλά και προς την περαιτέρω εξασφάλιση ίσων ευκαιριών για γυναίκες δημοσιογράφους. Το έργο απευθύνεται και σε γυναίκες που δραστηριοποιούνται πολιτικά (είτε ως εκλεγμένες σε αιρετές θέσεις είτε ως υποψήφιες), στοχεύοντας στην ενδυνάμωσή τους σε θέματα ταυτοποίησης και αντιμετώπισης περιστατικών σεξισμού και άνισης μεταχείρισης στη δημόσια σφαίρα. Στο πλαίσιο αυτών των στόχων έχει σχεδιαστεί ένα πλάνο δημοσιότητας των δράσεων του προγράμματος, για την όσο το δυνατόν ευρύτερη δημοσιότητά τους. Ένας από τους βασικότερους δε στόχους του είναι η συμβολή στη δημιουργία μιας προοπτικής μακροπρόθεσμης συνεργασίας των εμπλεκόμενων μερών, με στόχο την προώθηση δημοσιογραφικών και επικοινωνιακών πρακτικών χωρίς διακρίσεις.

Το έργο Gender Public Debate συντονίζεται από το Κέντρο Ευρωπαϊκού Συνταγματικού Δικαίου, Ίδρυμα Θεμιστοκλή και Δημήτρη Τσάτσου, το οποίο έχει ταυτόχρονα την ευθύνη για την υλοποίηση εκπαιδευτικών δράσεων για γυναίκες που δραστηριοποιούνται πολιτικά. Εταίροι του προγράμματος είναι το Τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών και η Γενική Γραμματεία Οικογενειακής Πολιτικής και Ισότητας των Φύλων. Το Τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης είχε



*Έκθεση στάσεων και αντιλήψεων για το φύλο
(D2.4 Report on equal opportunities in gender representation in the media)*

την ευθύνη για την υλοποίηση εκπαιδευτικών δράσεων για δημοσιογράφους και φοιτητές ΜΜΕ σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, ενώ η ΓΓΟΠΠΦ έχει την ευθύνη για τη δημοσιοποίηση του έργου (ανάπτυξη της ιστοσελίδας nosexism.isotita.gr, δημιουργία τηλεοπτικού σποτ, έκδοση οδηγών καλών πρακτικών, οργάνωση τελικού συνεδρίου). Στο πλαίσιο του έργου εκτιμάται ότι 116 δημοσιογράφοι και φοιτητές στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη και περίπου 112 γυναίκες που δραστηριοποιούνται πολιτικά ωφελήθηκαν από τις εκπαιδευτικές δράσεις. Επίσης εκτιμάται ότι οι συμμετέχουσες και συμμετέχοντες θα λειτουργήσουν ως πολλαπλασιαστές της γνώσης που συλλέχθηκε κατά τη διάρκεια των δράσεων αυτών.

3 Ενδυνάμωση γυναικών που συμμετέχουν στο δημόσιο διάλογο: Σεμινάρια για δημοσιογράφους και φοιτητές τμημάτων Επικοινωνίας και ΜΜΕ

Η παρούσα έκθεση στοχεύει στην αποτύπωση των στάσεων και αντιλήψεων για το φύλο, όπως προκύπτουν από τις απαντήσεις επαγγελματιών στα ΜΜΕ και φοιτητών ΜΜΕ που συμμετείχαν στα σεμινάρια του Πακέτου Εργασίας 2 του έργου (TRAINING & SENSITIZING ACTIVITIES FOR MEDIA STAKEHOLDERS AND STUDENTS) το οποίο συντόνισε το Τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (ΕΚΠΑ). Τα σεμινάρια αυτά υλοποιήθηκαν μεταξύ Οκτωβρίου 2019 και Ιανουαρίου 2020 στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη. Στις εκπαιδευτικές δράσεις αυτές του ΕΚΠΑ συμμετείχαν συνολικά 116 άτομα (54 επαγγελματίες των ΜΜΕ και 62 φοιτητές ΜΜΕ).

3.1 Σεμινάρια για επαγγελματίες ΜΜΕ

Πριν την παρουσίαση της μικρής κλίμακας μελέτης στάσεων και αντιλήψεων για το φύλο ακολουθεί μια σύντομη περιγραφή των εκπαιδευτικών δράσεων για επαγγελματίες ΜΜΕ τα οποία έλαβαν χώρα στην Αθήνα και στη Θεσσαλονίκη.

Σεμινάριο στην Αθήνα: Για τα σεμινάρια στην Αθήνα επιλέχθηκε μια τοποθεσία κοντά στην πόλη, όπου συνολικά **27** άτομα πέρασαν δυο συνεχή σαββατοκύριακα συμμετέχοντας σε εκπαιδευτικές δράσεις τις οποίες σχεδίασε η επιστημονική ομάδα του ΕΚΠΑ και υλοποίησε με τη βοήθεια ειδικών σε ζητήματα φύλου και πολιτικών (ακαδημαϊκών, και υπευθύνων χάραξης στρατηγικών). Οι εκπαιδευτικές δράσεις περιλάμβαναν παρουσίαση περιπτωσιολογικών μελετών για ζητήματα φύλου στην Ελλάδα, παρεμβάσεις από υπεύθυνους χάραξης στρατηγικών της ΓΓΟΠΠΦ (Γενική Γραμματεία Οικογενειακής Πολιτικής και Ισότητας των Φύλων) και βιωματικές δράσεις με παιχνίδια ρόλων. Οι συμμετέχουσες/οντες μοιράστηκαν προσωπικές εμπειρίες γύρω από θέματα σεξιστικής συμπεριφοράς, διακρίσεων με βάση το φύλο και ζητήματα φύλου στη δημόσια σφαίρα ευρύτερα, ενώ ενεπλάκησαν και σε ομαδικές

δράσεις με σκοπό την ανάπτυξη προτάσεων δεοντολογικής αντιμετώπισης του φύλου στη δημόσια σφαίρα. Οι συμμετέχουσες/οντες ήταν πρόθυμοι να μοιραστούν τις εμπειρίες τους και σε πολλές περιπτώσεις ζήτησαν από την ομάδα υλοποίησης των δράσεων να διακόψει τη διαδικασία μαγνητοσκόπησης (που λάμβανε χώρα σε κάποιες από τις εισηγήσεις) για να μπορέσουν να μιλήσουν περισσότερο ελεύθερα. Στο τέλος κάθε σεμιναρίου η ομάδα αφιέρωνε την τελευταία ενότητα σε πρακτικές brainstorming για την ανάπτυξη προτάσεων πάνω στα θέματα που συζητήθηκαν.

Σεμινάριο στη Θεσσαλονίκη: Για την υλοποίηση αυτού του σεμιναρίου επελέγη ένα κεντρικό σημείο της πόλης και συγκεκριμένα η Ένωση Συντακτών Ημερησίων εφημερίδων Μακεδονίας-Θράκης (ΕΣΗΕΜΘ). Συμμετείχαν 23 δημοσιογράφοι συνολικά σε δράσεις που διήρκησαν επίσης δυο σαββατοκύριακα. Και αυτό το σεμινάριο περιλάμβανε εκπαιδευτικές δράσεις της ίδιας φύσης με το σεμινάριο της Αθήνας, ενώ όσες/οι συμμετείχαν επίσης μοιράστηκαν προσωπικές εμπειρίες από την εμπειρία τους στη δημόσια σφαίρα και στον επαγγελματικό χώρο των ΜΜΕ. Παρατηρήθηκε όμως ότι ήταν λιγότεροι οι πρόθυμοι να το κάνουν, πιθανώς λόγω του μικρότερου μεγέθους της δημοσιογραφικής κοινότητας στη Θεσσαλονίκη (για την ακρίβεια αρκετές/οί δήλωσαν ότι γνωρίζονται μεταξύ τους αρκετά καλά και αυτό τους εμποδίζει να μιλήσουν ελεύθερα για ευαίσθητα θέματα).

3.2 Σεμινάρια για φοιτητές τμημάτων Επικοινωνίας και ΜΜΕ

Τα σεμινάρια για φοιτήτριες/τές ΜΜΕ υλοποιήθηκαν στους χώρους του Τμήματος Επικοινωνίας και Μέσων μαζικής Ενημέρωσης (Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών) και του Τμήματος Δημοσιογραφίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης).

Σεμινάριο στην Αθήνα: Στο σεμινάριο στην Αθήνα συμμετείχαν 27 φοιτήτριες/τές που συμμετείχαν σε εκπαιδευτικές δράσεις διάρκειας δυο σαββατοκύριακων. Και σε αυτό το σεμινάριο προσέφεραν εισηγήσεις ειδικοί σε θέματα φύλου, από το χώρο της ακαδημίας, της δημοσιογραφίας και της χάραξης στρατηγικών. Οι

συμμετέχουσες/οντες ήταν ιδιαίτερα πρόθυμοι να μοιραστούν γνώση και εμπειρίες για ζητήματα σεξιστικής συμπεριφοράς και διακρίσεων με βάση το φύλο, όσο και για ζητήματα φύλου ευρύτερα. Παρότι δεν είχαν εμπειρίες ως επαγγελματίες δημοσιογράφοι, προσέφεραν σημαντικά στη συζήτηση με πληροφορίες και εμπειρίες από τη χρήση των κοινωνικών δικτύων και ενεπλάκησαν σε συζητήσεις και προτάσεις για θέματα φύλου και το ζήτημα του σεξισμού ευρύτερα.

Σεμινάριο στη Θεσσαλονίκη: Συνολικά 39 φοιτήτριες/τες συμμετείχαν στις εκπαιδευτικές δράσεις διάρκειας δυο σαββατοκύριακων, που υλοποιήθηκαν -όπως και στην Αθήνα- με εισηγήσεις από ειδικούς σε ζητήματα φύλου (ακαδημαϊκούς, υπεύθυνους χάραξης στρατηγικών και δημοσιογράφους). Και στην περίπτωση αυτή, οι συμμετέχουσες/οντες δούλεψαν ομαδικά και μοιράστηκαν αρκετές πληροφορίες σχετικά με ζητήματα σεξιστικής συμπεριφοράς, διακρίσεων με βάση το φύλο και ζητήματα φύλου ευρύτερα. Παραταύτα ήταν λιγότεροι οι πρόθυμοι να τοποθετηθούν σε ζητήματα φύλου σε σχέση με τις συμμετέχουσες/οντες στο σεμινάριο της Αθήνας.

4 Φύλο και δημόσια σφαίρα: γυναίκες στην πολιτική και η αναπαράσταση στη δημόσια σφαίρα

Το ζήτημα του φύλου και ζητήματα συμμετοχής των γυναικών στην πολιτική και τη δημόσια σφαίρα ευρύτερα απασχολούν το δημόσιο και ακαδημαϊκό διάλογο για πολλές δεκαετίες. Στόχος της έκθεσης αυτής δεν είναι να εμπλακεί σε μια ακόμη θεωρητική συζήτηση για το φύλο μιας και το θέμα τόσο σε εθνικό όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο έχει καλυφθεί εκτενώς (βλ. Παντελίδου-Μαλούτα, 1989; Pantelidou -Maloutas, 2007; Κακεπάκη, 2013; Campbell & Childs, 2010; Pascal & Lewis, 2020). Για το λόγο αυτό στην ενότητα αυτή θα αναφερθούμε συνοπτικά σε μέρος της βιβλιογραφίας που ασχολείται με τις αναπαραστάσεις των γυναικών που ασχολούνται με την πολιτική, στη δημόσια σφαίρα. Ως εκ τούτου επιλέγουμε να εστιάσουμε σε μια σύντομη συζήτηση για την πολιτική συμμετοχή των γυναικών και τις αναπαραστάσεις τους στα Μέσα, για να χαράξουμε το πλαίσιο μέσα στο οποίο τοποθετείται και η συγκεκριμένη μικρής κλίμακας μελέτη αλλά και το έργο Gender Public Debate ευρύτερα.

Όπως αναφέρει η Παντελίδου-Μαλούτα (2015: 21) «Τα αιτήματα για το φύλο συγκροτούν πάντα σημαντικό δημοκρατικό διακύβευμα όσο είναι έκδηλη και νομιμοποιημένη η έμφυλη ανισότητα». Ζητήματα φύλου σε δημόσιες, πολιτικές και ακαδημαϊκές συζητήσεις βρίσκονται συνεχώς στο επίκεντρο ευρύτερων συζητήσεων πολιτεϊότητας (citizenship), τάξης αλλά και δημόσιας σφαίρας. Αντλώντας σε μεγάλο βαθμό από αντιλήψεις που απορρέουν από την κοινωνική κατασκευή του φύλου ήδη από το 19^ο αιώνα, τα ζητήματα φύλου, ανάμεσα στα οποία έχουν κυρίαρχη θέση οι συζητήσεις για έμφυλη βία, ανισότητα, σεξισμό επανέρχονται στις συζητήσεις αυτές με τη μορφή της ανάγκης για περαιτέρω δράσεις προς την κατεύθυνση της ισότητας φύλου. Αυτές οι συζητήσεις αναπαράγονται και στη δημόσια σφαίρα, κυρίως μέσα από τα Μέσα όπου αρκετές έρευνες σε διεθνές επίπεδο καταγράφουν είτε το βαθμό στον οποίο αναφέρονται/δημοσιεύονται περιστατικά διακρίσεων, είτε το βαθμό αναπαραγωγής έμφυλων στερεοτύπων, είτε το βαθμό και τη φύση της πολιτικής συμμετοχής των γυναικών. Για παράδειγμα σε μελέτη των Τασσόγλου κ.α. (2020) από

την ανάλυση 1528 άρθρων στον εγχώριο Τύπο το 31.5% συζητάει το φύλο μέσω στερεοτυπικών αναφορών, δηλαδή 1 στα 3 άρθρα.

Ευρύτερα, η συγκεκριμένη μελέτη αναφέρει ότι στην Ελλάδα οι γυναίκες πολιτικοί ή με πολιτικό ρόλο αναφέρονται αρκετά όταν είναι σε ανώτατα στρώματα της πολιτικής ιεραρχίας, και ως επί το πλείστον οι αναφορές αφορούν γυναίκες πολιτικούς σε ευρωπαϊκό και λιγότερο σε εθνικό επίπεδο. Αντίστοιχα, η προβολή βουλευτριών συναντάται σε ένα 13.8% από τις 1983 ειδήσεις που αναλύθηκαν σε έρευνα Εργαστηρίου Κοινωνικής Έρευνας στα ΜΜΕ (ΕΚΠΑ) που συζητάται στο ίδιο άρθρο. Σε τάξη μεγέθους, παρότι τα ποσοστά των γυναικών που συμμετέχουν στην πολιτική έχουν αυξηθεί σχετικά και έχουν αναπτυχθεί ευρύτερα διαφοροποιημένες πρακτικές πολιτικής συμμετοχής στην Ελλάδα (βλ. Κακεπάκη, 2013), είναι ακόμα περιορισμένα σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο (βλ. ο.π.; Campbell & Childs, 2010). Πλην όμως ακόμα πιο περιορισμένη είναι η αναπαράστασή τους στα Μέσα ή σε πολλές από τις περιπτώσεις ο τρόπος με τον οποίο πλαισιώνονται ή καλούνται να συζητήσουν είναι σε μεγάλο βαθμό έμφυλος. Στην περίπτωση της Ελλάδας, μπορεί οι γυναίκες πολιτικοί που εμφανίζονται στις τηλεοπτικές ειδήσεις να προσδιορίζονται κυρίως βάσει του επαγγέλματος ή της ιδιότητας τους αλλά εξακολουθούν πλαισιώνονται με αναφορές στη μητρότητα, τα ψυχολογικά-συμπεριφορικά χαρακτηριστικά, την οικογενειακή κατάσταση ή τη σχέση τους με κάποιο άνδρα (Εργαστήριο Κοινωνικής Έρευνας, 2018). Μάλιστα, στη διεθνή φεμινιστική βιβλιογραφία για την αναπαράσταση των γυναικών πολιτικών στα Μέσα, ερευνήτριες όπως οι Ross & Sreberny (2000) αναφέρουν ότι η εικόνα και η γλώσσα της πολιτικής όπως διαμεσολαβείται από τα Μέσα, αναπαράγει αφηγήσεις που παραπέμπουν στην πολιτική ως ανδρικό πεδίο και ως εκ τούτου οι γυναίκες εμφανίζονται ως εξαιρέσεις. Συνεπώς, αναπαραστάσεις γυναικών πολιτικών, ενσωματώνουν σε μεγάλο βαθμό υποθέσεις για το πως οι επιτυχημένες γυναίκες πρέπει να μοιάζουν, να μιλούν και να φέρονται, κατασκευάζοντας «ηρωίδες» και «γυναίκες-θύτες» (Garcia-Blanco & Wahl-Jorgensen, 2012). Όσον αφορά δε ένα στοιχείο που εμφανίζεται και στη δική μας μελέτη στάσεων και αντιλήψεων, η Campbell (2014) αναφέρει ότι φαίνεται τα πολιτικά θέματα που

θεωρούνται περισσότερο ταιριαστά σε γυναίκες πολιτικούς είναι ζητήματα κοινωνικά, φύλου, φτώχειας και πολιτισμικά (βλ. επίσης Falk, 2010).

Τέτοιες παρατηρήσεις δεν αφορούν μόνο τις αναπαραστάσεις των γυναικών που συμμετέχουν στη δημόσια ζωή αλλά σύμφωνα με θεσμούς. Έρευνες σε εγχώριο επίπεδο όπως αυτές που αναφέρθηκαν νωρίτερα ενημερώνουν οδηγούς καλών πρακτικών όπως ο οδηγός του ΚΕΘΙ (2018) που στόχο έχει τον εντοπισμό αλλά και συστάσεις προς τα Μέσα για την αντιμετώπιση και αποφυγή αναπαραγωγής έμφυλων στερεοτύπων ή σεξιστικής συμπεριφοράς. Τέτοιες προσεγγίσεις της αναπαράστασης του φύλου ανάγονται σε πολύ ευρύτερες και εδραιωμένες αντιλήψεις για την κοινωνική κατασκευή του φύλου που χρονολογούνται από το 19^ο αιώνα και αυτή η συνθήκη σχεδόν ‘κανονικοποιεί’ αν όχι ‘φυσικοποιεί’ τη διαδικασία αναπαραγωγής τέτοιων έμφυλων προσδιορισμών σε επίπεδο κοινωνικό και πολιτισμικό. Υπάρχει συνεπώς η ανάγκη, και αυτό προκύπτει και από την παρουσίαση των αποτελεσμάτων της μελέτης που υλοποιήσαμε, να αντλήσει τόσο η ερευνητική δραστηριότητα όσο και οι προσπάθειες χάραξης στρατηγικών για το φύλο, από συζητήσεις που προσδιορίζουν αναλυτικά την ιστορική, πολιτισμική και κοινωνική κατασκευή κατηγοριών όπως η γυναίκα και ο άνδρας. Μέσα από αυτή την αναλυτική διαδικασία μπορούν να εντοπιστούν με πολύ μεγαλύτερη ακρίβεια τα στοιχεία και οι πτυχές της κατασκευής του φύλου με αφορμή τις οποίες αναπαράγονται οι στερεοτυπικές ή ενίοτε σεξιστικές αφηγήσεις για τις γυναίκες και να υλοποιηθούν πολύ περισσότερο στοχευμένες δράσεις στο πεδίο της χάραξης στρατηγικών.

Στην ενότητα αυτή περιγράψαμε πολύ συνοπτικά μέρος της ερευνητικής συζήτησης για τον τρόπο που η συμμετοχή των γυναικών στην πολιτική αναπαρίσταται στη δημόσια σφαίρα. Δεν προβήκαμε σε εκτενή θεωρητική συζήτηση εξαιτίας της φύσης της έκθεσης αυτής, ως μιας έκθεσης με στόχο τη χάραξη στρατηγικών στο πεδίο των δράσεων για την έμφυλη ισότητα και λιγότερο ως μιας ακαδημαϊκής δημοσίευσης. Ως εκ τούτου, ευελπιστούμε να συμβάλλει σε επόμενους σχεδιασμούς δράσεων, τόσο σε ερευνητικό επίπεδο όσο και σε επίπεδο χάραξης στρατηγικών.

5 Μεθοδολογικό σημείωμα και δημογραφικά στοιχεία όσων συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο στάσεων και αντιλήψεων

Από αυτούς, 45 επαγγελματίες των ΜΜΕ και 41 φοιτητές ΜΜΕ συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο στάσεων και αντιλήψεων (βλ. Παράρτημα), από το οποίο προκύπτει η παρούσα έκθεση. Τα ερωτηματολόγια αποτελούνταν από 16 ερωτήσεις και συμπληρώθηκαν ανώνυμα, πριν την έναρξη και μετά την ολοκλήρωση των σεμιναρίων. Λόγω του ότι αρκετοί συμμετέχοντες έφυγαν από τα σεμινάρια λόγω εργασίας και σε κάποιες περιπτώσεις αντικαταστάθηκαν από άλλους, δε στάθηκε δυνατό να εξάγουμε συγκριτικά συμπεράσματα και να κάνουμε εκτίμηση για τυχόν αλλαγή στάσεων μεταξύ των σεμιναρίων. Παραταύτα, από τα υπάρχοντα ερωτηματολόγια μπορούμε να **εξάγουμε κάποια γενικά αποτελέσματα για τις στάσεις και αντιλήψεις των συμμετεχουσών/όντων για το φύλο.**

Εκτός από τα δημογραφικά στοιχεία που συλλέχθηκαν (φύλο, ηλικία, επίπεδο εκπαίδευσης, χρήση Μέσων), οι ερωτήσεις αφορούσαν τις παρακάτω θεματικές:

- Τα δυο φύλα και ο οικιακός χώρος
- Η θέση ανδρών και γυναικών στον τομέα της εργασίας
- Η θέση ανδρών και γυναικών στον τομέα της πολιτικής

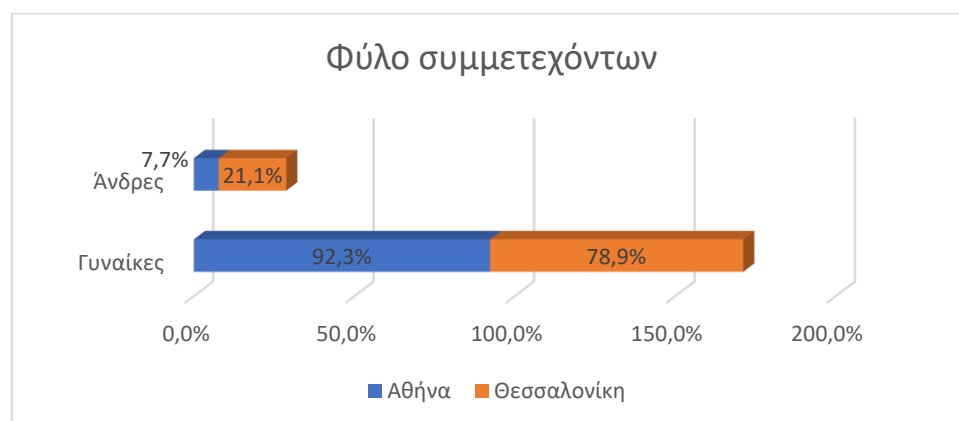
Ενδεικτικό του ότι τα ζητήματα συμμετοχής των γυναικών στη δημόσια σφαίρα απασχολούν κατά κύριο λόγο γυναίκες, είναι τα στοιχεία των συμμετεχουσών και συμμετεχόντων δημοσιογράφων και φοιτητών στις εκπαιδευτικές δράσεις. Οι γυναίκες συμμετέχουσες ήταν περίπου στο 90% του συνόλου, τόσο στα σεμινάρια για δημοσιογράφους όσο και στα σεμινάρια για φοιτητές. Συνεπώς, από μεθοδολογική άποψη, οι απαντήσεις στο ερωτηματολόγιο αναμένεται να είναι περισσότερο θετικές ως προς τις αντιλήψεις για το φύλο και την ίση εκπροσώπησή του στον τομέα της εργασίας, της δημοσιογραφίας συγκεκριμένα και της πολιτικής ευρύτερα. Είναι σημαντικό όμως το γεγονός ότι οι αναλυτικές εκτιμήσεις των στάσεων που καταγράφηκαν στα ερωτηματολόγια που παρουσιάζονται στην έκθεση αυτή,

στηρίζονται σε μεγάλο βαθμό και στη βιωματική γνώση που προσέφεραν οι περισσότερες από τις συμμετέχουσες στην επιστημονική ομάδα κατά τη διάρκεια των δράσεων (βλ. σχετικά Ramazanoglu & Holland, 2002). Ας σημειωθεί ότι λόγω του μικρού αριθμού των συμμετεχόντων στις εκπαιδευτικές δράσεις, τα ευρήματα της μικρής αυτής κλίμακας μελέτης είναι ενδεικτικά και όχι αντιπροσωπευτικά. Επίσης, πρόκειται για ένα τυχαίο μεν, εθελοντικής φύσης δείγμα δε (self-selective), εφόσον οι άνθρωποι που απάντησαν επέλεξαν να συμμετέχουν στις εκπαιδευτικές αυτές δράσεις, άρα και εκ προοιμίου ενδιαφέρονται για τα ζητήματα που τέθηκαν. Παραταύτα επιλέξαμε να παρουσιάσουμε τα δεδομένα σε μορφή ποσοστιαίων μονάδων, θεωρώντας ότι απεικονίζουν ευκρινέστερα το χάρτη των ευρημάτων (βλ. Murdock, 1997).

5.1 Δημογραφικά στοιχεία συμμετεχουσών/όντων στις εκπαιδευτικές δράσεις (Σεμινάρια για επαγγελματίες ΜΜΕ)

Θεωρούμε σκόπιμο να παρουσιαστούν τα δημογραφικά στοιχεία για τις συμμετέχουσες και τους συμμετέχοντες στην ενότητα αυτή, διότι φαίνεται να αποτελούν ένα παράγοντα διαμόρφωσης των στάσεων και αντιλήψεων για το φύλο στις απαντήσεις τους. Το προφίλ των συμμετεχουσών/όντων φαίνεται να είναι ενδεικτικό - όπως θα δούμε στις παρακάτω δυο ενότητες- των απαντήσεων που έδωσαν οι συμμετέχουσες/οντες και γίνεται συνεπώς ένα ζήτημα μεθοδολογικό.

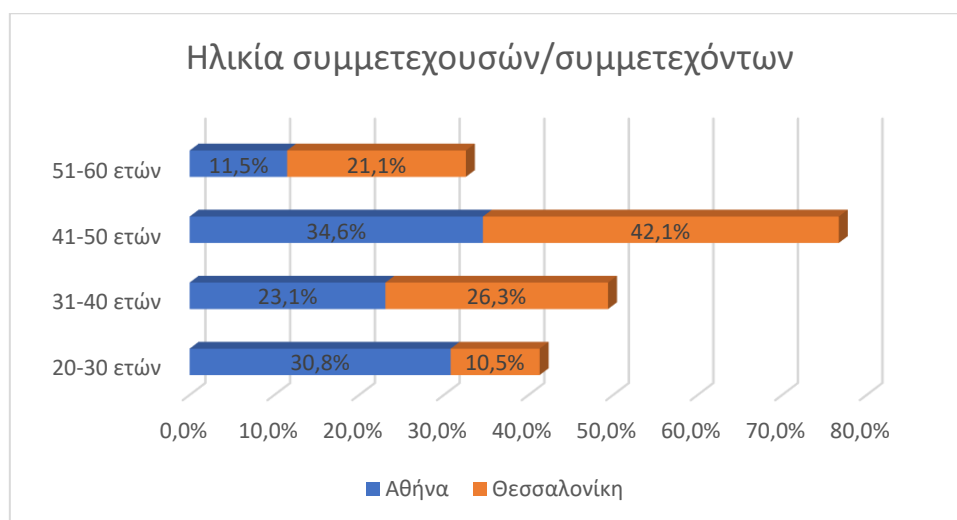
Διάγραμμα 5.1.1.



Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, οι συμμετέχουσες στα εκπαιδευτικά σεμινάρια του Τμήματος Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, ήταν ως επί το πλείστον γυναίκες, κάτι που δηλώνει την έμφυλη διάσταση του ζητήματος. Συνεπώς το ζήτημα των διακρίσεων με βάση το φύλο καθώς και η συμμετοχή γυναικών στη δημόσια σφαίρα δεν φαίνεται να αποτελεί ένα είναι θέμα που αφορά το γενικό πληθυσμό αλλά ένα θέμα που αφορά το φύλο που βιώνει αυτή τη συνθήκη. Ως εκ τούτου, δημιουργεί την ανάγκη δημοσιοποίησης τέτοιων ζητημάτων στον γενικότερο πληθυσμό περαιτέρω και κυρίως την ανάδειξή τους ως θεμάτων φύσει πολιτισμικών, κοινωνικών και πολιτικών και όχι -απλώς- έμφυλων.

Σημαντικό στοιχείο είναι η συμμετοχή νεαρών ανθρώπων στα σεμινάρια των επαγγελματιών στα ΜΜΕ, και παρατηρείται καταμερισμός στις ηλικιακές ομάδες περίπου 50-50 όσον αφορά τους έως 50 και από 41 χρονών και άνω, κάτι που δείχνει ότι ζητήματα φύλου είναι υψηλά στην κοινωνική και επαγγελματική ατζέντα ανεξαρτήτου ηλικίας:

Διάγραμμα 5.1.2

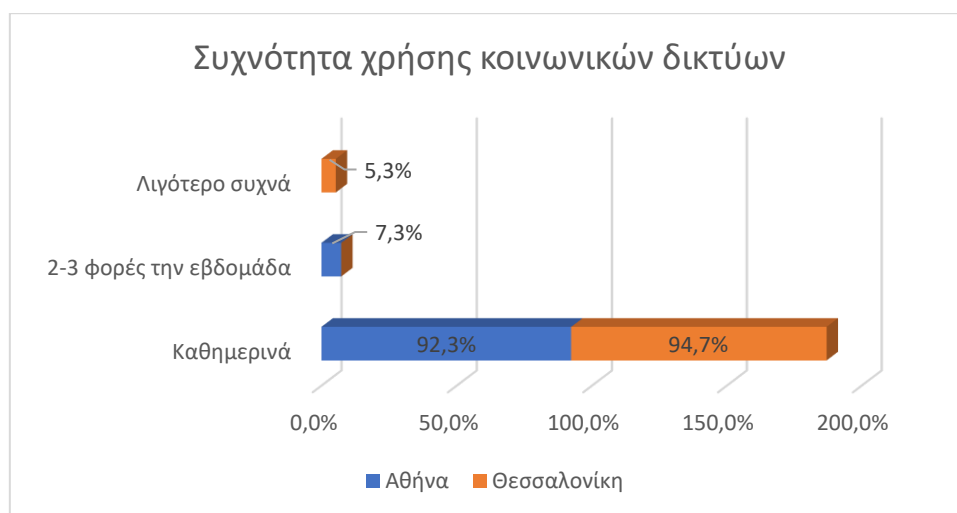


Αν δει κανείς τα παραπάνω ποσοστά αθροιστικά, προκύπτει ότι άνθρωποι σε όλο το φάσμα της ηλικιακά ενεργής επαγγελματικής τους δραστηριότητας, από 20 έως και 60 ετών θεωρούν σημαντικά τα θέματα διακρίσεων με βάση το φύλο, σεξισμού και της

συμμετοχής των γυναικών στη δημόσια σφαίρα. Αυτό ενδεχομένως δείχνει ότι α) ζητήματα διακρίσεων, εργασιακών σχέσεων αλλά και η έλλειψη συμμετοχής των γυναικών στη δημόσια σφαίρα είναι θέματα που απασχολούσαν και απασχολούν το δημόσιο διάλογο και παρά τις προσπάθειες ενδυνάμωσης των γυναικών στους σχετικούς τομείς, το ζήτημα εξακολουθεί να απαιτεί περαιτέρω δράσεις (βλ. Αθανασιάδου κ.α., 2001 Παντελίδου- Μαλούτα, 2007; 2013; Στρατηγάκη, 2013).

Στη συντριπτική πλειοψηφία, οι συμμετέχουσες και συμμετέχοντες στα σεμινάρια χρησιμοποιούν σε καθημερινή βάση τα κοινωνικά δίκτυα και σε κάποιο βαθμό ενημερώνονται και από αυτά.

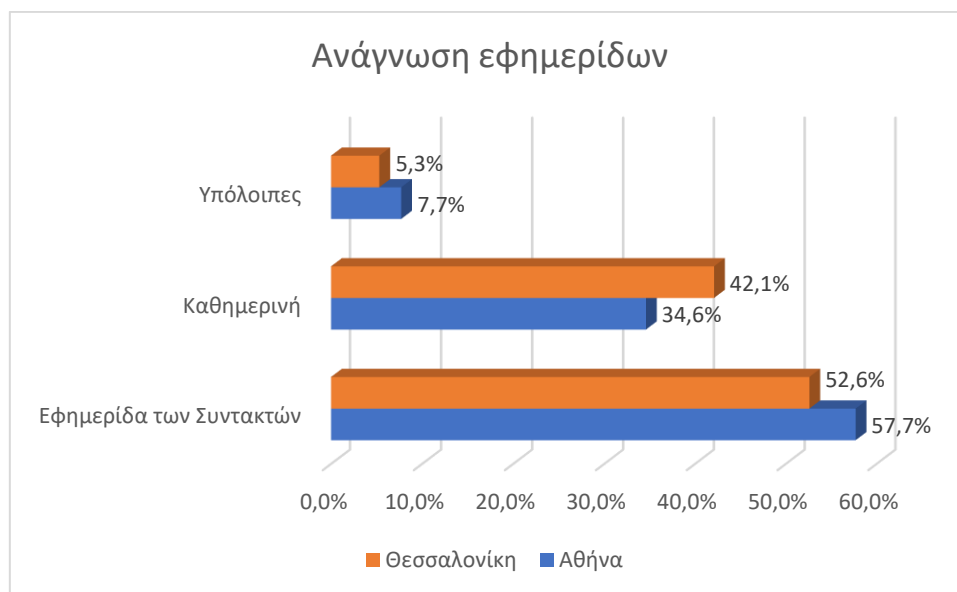
Διάγραμμα 5.1.3.



Η ευρύτερη χρήση των κοινωνικών δικτύων ήταν αναμενόμενη εφόσον αποτελεί και κομμάτι της δουλειάς των ανθρώπων αυτών. Είναι όμως και μια ένδειξη ότι έρχονται σε επαφή με ένα μεγάλο αριθμό πληροφοριών που αφορούν ζητήματα φύλου αλλά και με περιστατικά σεξιστικής συμπεριφοράς και διακρίσεων τα οποία σε μεγάλο βαθμό μοιράστηκαν κατά τη διάρκεια των δράσεων. Επιπλέον το στοιχείο αυτό αποτέλεσε και παράγοντα περαιτέρω δημοσιοποίησης των εκπαιδευτικών δράσεων.

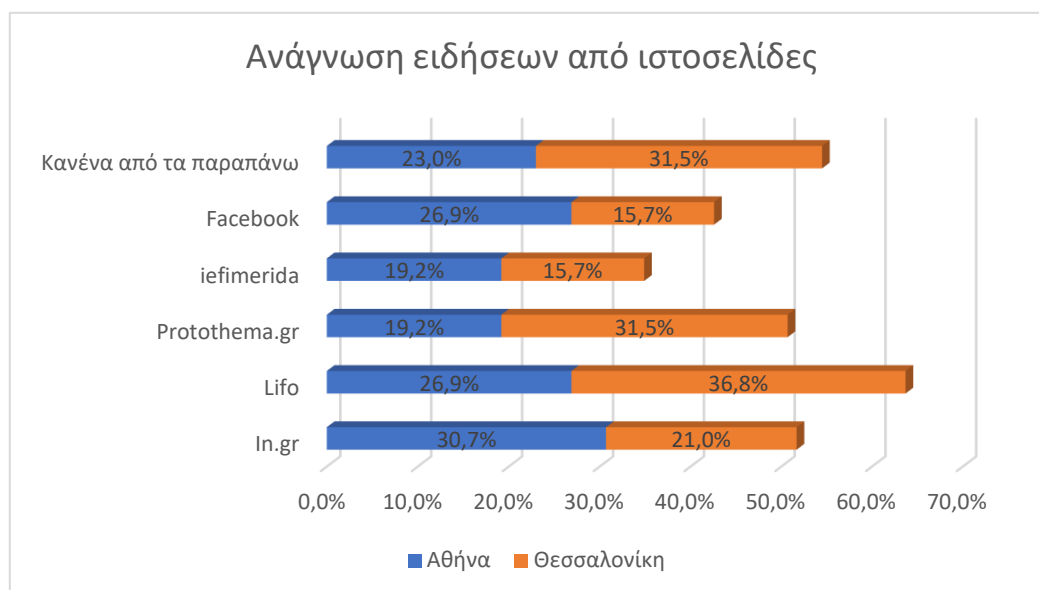
Παράλληλα με την ερώτηση για τη χρήση κοινωνικών δικτύων, η επιστημονική ομάδα ενδιαφέρθηκε για τα Μέσα (έντυπα και ηλεκτρονικά) από τα οποία οι ίδιοι οι δημοσιογράφοι ενημερώνονται πιο συχνά. Η ερώτηση αυτή αποτελεί μια σχετική ένδειξη για την ιδεολογική τοποθέτηση των συμμετεχουσών/όντων:

Διάγραμμα 5.1.4.



Αυτό που κυρίως δείχνει ο παραπάνω διάγραμμα είναι η επιλογή των δημοσιογράφων να ενημερώνονται από δυο εφημερίδες μεγάλης κυκλοφορίας, οι οποίες ταυτόχρονα έχουν συγκεκριμένη ιδεολογική τοποθέτηση που αντικατόπτριζε την περίοδο εκείνη τα δυο πρώτα πολιτικά κόμματα στην εκπροσώπηση της Βουλής. Σε μια σχετική κλίμακα όμως, ο παραπάνω διάγραμμα αποτυπώνει το βαθμό στον οποίο οι συμμετέχουσες/οντες τοποθετούνται ιδεολογικά. Απαντήσεις όπως οι παραπάνω δικαιολογούν -ιστορικά- και το μεγαλύτερο βαθμό ενδιαφέροντος για ζητήματα φύλου και το γυναικείο ζήτημα (βλ. Beckwith, 1985; Segal, 1991).

Διάγραμμα 5.1.5.



Στον παραπάνω πίνακα, οι απαντήσεις ήταν επίσης αναμενόμενες, στο βαθμό που οι ενημερωτικές ιστοσελίδες που φαίνεται να προτιμούν για την ανάγνωση ειδήσεων οι συμμετέχουσες/οντες συμβαδίζουν και με τη δημοφιλία τους ευρύτερα. Αυτό που κάνει τον παραπάνω πίνακα περισσότερο ενδιαφέροντα είναι η εδραίωση του Facebook ως ενός κοινωνικού μέσου με ειδησεογραφικό ρόλο, ακόμα και για τους επαγγελματίες ΜΜΕ (βλ. Von Nordheim κ.α. 2018; Hille & Bakker, 2014).

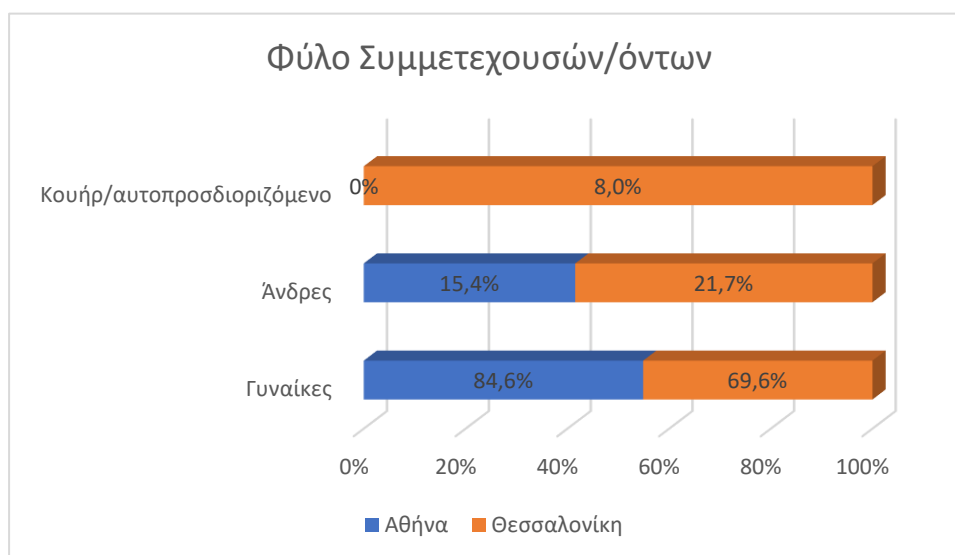
Σε σχετική συζήτηση κατά τη διάρκεια των δράσεων οι συμμετέχοντες δήλωσαν ότι μέσω Facebook διαβάζουν κυρίως διεθνείς ειδήσεις, τόσο απευθείας από τα αντίστοιχα ειδησεογραφικά Μέσα όσο και από αναδημοσιεύσεις άλλων χρηστών.

Συνοψίζοντας έως τώρα, οι επαγγελματίες ΜΜΕ που συμμετείχαν στις εκπαιδευτικές δράσεις του ΕΚΠΑ και απάντησαν στο ερωτηματολόγιο στάσεων και αντιλήψεων για το φύλο, είναι κατά μέσο όρο γυναίκες μεταξύ 30 και 50 ετών που χρησιμοποιούν καθημερινά τα κοινωνικά δίκτυα, ενημερώνονται από αριστερής τοποθέτησης Τύπο και από δημοφιλείς εγχώριες ιστοσελίδες ενημέρωσης.

5.2 Δημογραφικά στοιχεία συμμετεχουσών/όντων στις εκπαιδευτικές δράσεις (Σεμινάρια για φοιτήτριες και φοιτητές)

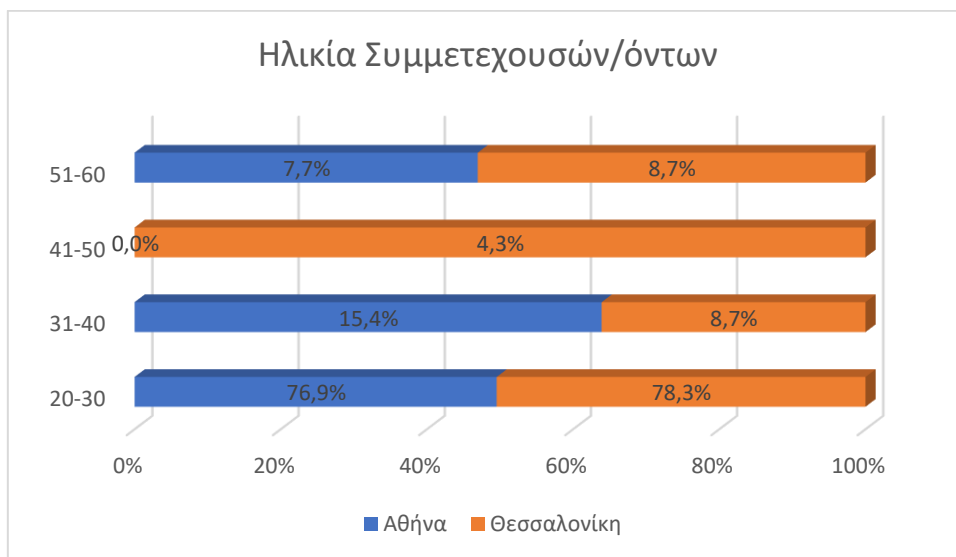
Η εικόνα του προφίλ των φοιτητριών και φοιτητών που συμμετείχαν στα σεμινάρια σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη δεν έχει μεγάλες διαφορές από το προφίλ των επαγγελματιών στα ΜΜΕ. Και στην περίπτωση αυτή το σεμινάριο επέλεξαν ως επί το πλείστον γυναίκες:

Διάγραμμα 5.2.1.



Είναι γνωστό ότι τα ακαδημαϊκά τμήματα Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης έχουν μεγαλύτερο αριθμό γυναικών φοιτητριών από ότι άνδρες και σε ένα βαθμό αυτό δικαιολογεί τη διαφορά στον αριθμό των συμμετεχόντων. Παραταύτα, είναι ενδεικτικό ότι ενώ στη Θεσσαλονίκη συμμετείχαν περισσότεροι άνδρες από ότι στην Αθήνα, η διαφορά στους αριθμούς εξακολουθεί σημαντική. Είναι δε και στην περίπτωση των φοιτητριών και φοιτητών ένδειξη ότι τα ζητήματα φύλου, ως προς την κοινωνική και πολιτική τους φύση αφορούν περισσότερο τις γυναίκες και λιγότερο τους άνδρες.

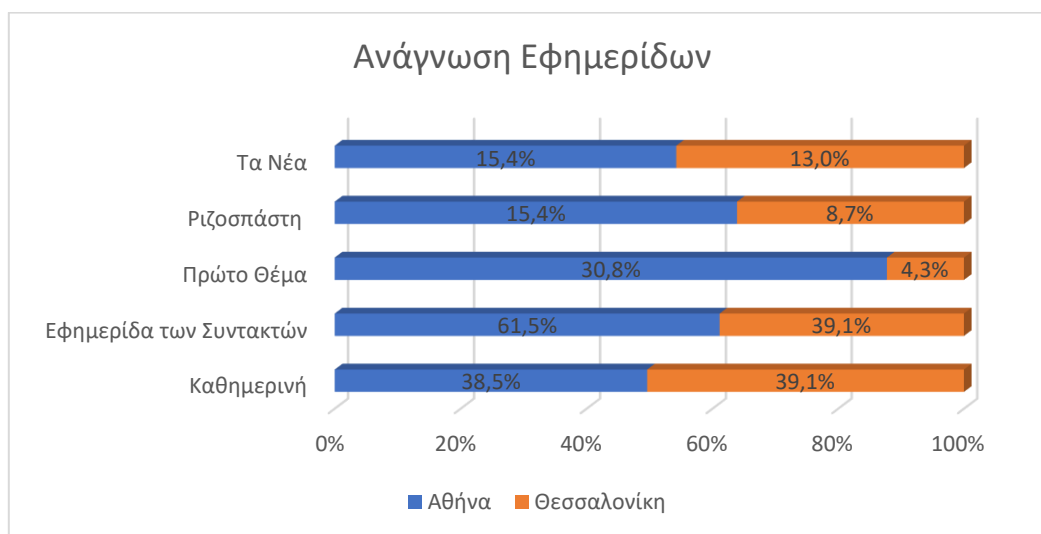
Διάγραμμα 5.2.2.



Όπως ήταν αναμενόμενο, το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων στα σεμινάρια για φοιτήτριες/φοιτητές ήταν άνθρωποι 20-30 ετών. Πλην όμως υπήρχε συμμετοχή και από μεγαλύτερους φοιτητές των σχετικών τμημάτων που μάλιστα συμμετείχαν εξίσου στην εντατική εκπαιδευτική δραστηριότητα όπως και οι νεότεροι.

Και στην περίπτωση των φοιτητριών/των υπήρχε ενδιαφέρον να δει κανείς τις εφημερίδες που επιλέγουν για την ενημέρωσή τους. Στην περίπτωση αυτή το εύρος των απαντήσεων είναι μεγαλύτερο:

Διάγραμμα 5.2.3



Όπως έχει ήδη αναφερθεί νωρίτερα υπάρχει σε κάποιο βαθμό σχέση μεταξύ της επιλογής του Μέσου για την ενημέρωση κάποιου και της ιδεολογικής του τοποθέτησης (Madianou, 2005; Lee, 2013). Λόγω του μικρού αριθμού των συμμετεχόντων και εφόσον δεν κάναμε συμπληρωματική ποιοτική έρευνα δε μπορούμε να είμαστε απολύτως σίγουροι αν όντως το παραπάνω διάγραμμα αντανακλά και το ιδεολογικό προφίλ των συμμετεχουσών και συμμετεχόντων. Είναι όμως πιθανό, αν αυτό συνδυαστεί και με το γεγονός ότι ζητήματα φύλου και διάκρισης με βάση το φύλο είναι θέματα υψηλά σε πιο φιλελεύθερες ατζέντες. Επίσης, είναι πιθανό αν λάβουμε υπόψη την παραδοσιακή τάση των νέων προς αριστερές ιδεολογίες (Μαλούτα, 2015). Η διαφορά στο παραπάνω διάγραμμα φαίνεται μόνο σε επίπεδο γεωγραφικό (μεταξύ Αθήνας και Θεσσαλονίκης) στοιχείο που φαίνεται να συνάδει με την ιδεολογική τοποθέτηση των πολιτών και ανά γεωγραφική περιοχή (Χριστοφόρου, 1998).

Διάγραμμα 5.2.4



Στην περίπτωση της ανάγνωσης ειδήσεων από ιστοσελίδες υπάρχει μια σχετικά διαφορετική εικόνα και γεωγραφικές διαφορές: στη Θεσσαλονίκη οι συμμετέχουσες και συμμετέχοντες φαίνεται να επιλέγουν αρκετές από τις δημοφιλείς ιστοσελίδες για την ενημέρωσή τους. Ανάμεσα στους φοιτητές της Αθήνας φάνηκε μια τάση προς ιστοσελίδες που έχουν και ένα μεγάλο εύρος ειδήσεων lifestyle και κοινωνικών



*Έκθεση στάσεων και αντιλήψεων για το φύλο
(D2.4 Report on equal opportunities in gender representation in the media)*

θεμάτων. Αναλογικά δε, το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων και στις δυο περιοχές φαίνεται να ενημερώνεται ειδησεογραφικά από πλατφόρμες όπως το Facebook, κάτι που παρατηρήθηκε και στην περίπτωση των δημοσιογράφων και συνάδει με τα ευρήματα πρόσφατων μελετών διεθνώς (Von Nordheim, Boczek, & Koppers, 2018).

Συνοψίζοντας έως τώρα, οι φοιτήτριες/τες ΜΜΕ που συμμετείχαν στις εκπαιδευτικές δράσεις του ΕΚΠΑ και απάντησαν στο ερωτηματολόγιο στάσεων και αντιλήψεων για το φύλο, είναι κατά μέσο όρο γυναίκες μεταξύ 20 και 30 ετών που χρησιμοποιούν καθημερινά τα κοινωνικά δίκτυα, ενημερώνονται από αριστερής ως επί το πλείστον τοποθέτησης Τύπο και από δημοφιλείς εγχώριες ιστοσελίδες ενημέρωσης.

6 Αντιλήψεις για το φύλο και τη συμμετοχή στη δημόσια σφαίρα

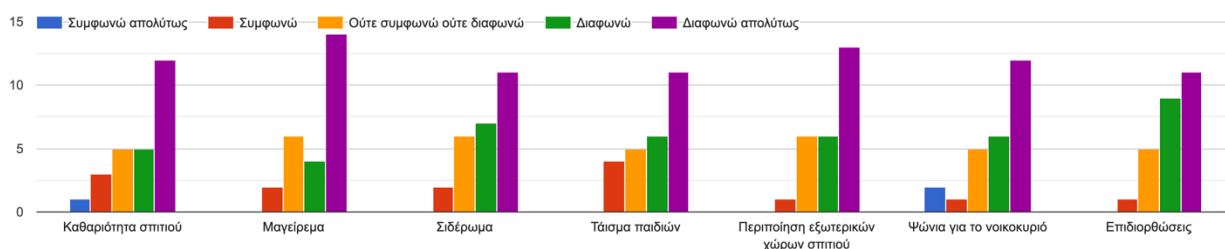
Οι επόμενες ενότητες είναι χωρισμένες σε δυο υποενότητες, στις οποίες εξετάζεται η σχέση των γυναικών με τον επαγγελματικό στίβο και με τη δημόσια σφαίρα, ενώ παρουσιάζονται χωριστά οι αντιλήψεις των επαγγελματιών ΜΜΕ και των φοιτητών. Είναι οι ίδιες μεταβλητές που στο επόμενο κεφάλαιο θα εξεταστεί αν έχουν υποστεί οποιαδήποτε μεταβολή με την ολοκλήρωση των σεμιναρίων.

6.1 Επαγγελματίες ΜΜΕ και αντιλήψεις για το φύλο

Για να χαρτογραφήσουμε τις στάσεις και αντιλήψεις για το φύλο σε σχέση με τη συμμετοχή στη δημόσια σφαίρα αλλά και στον επαγγελματικό στίβο ανάμεσα στις συμμετέχουσες και τους συμμετέχοντες στα σεμινάρια, συμπεριλάβαμε και κάποιες γενικές ερωτήσεις για την άποψή τους για τη θέση της γυναίκας στον οικιακό χώρο:

Διάγραμμα 6.1.1.

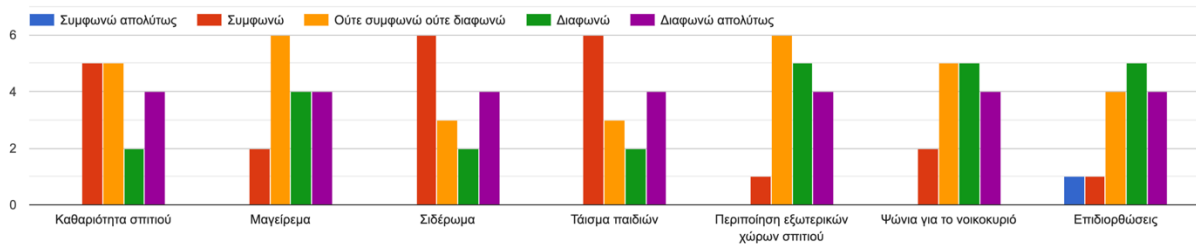
Ποιες οικιακές εργασίες θεωρείτε ότι είναι περισσότερο σχετικές με το γυναικείο φύλο;



Στοιχεία από το σεμινάριο επαγγελματιών ΜΜΕ στην Αθήνα

Διάγραμμα 6.1.2.

Ποιες οικιακές εργασίες θεωρείτε ότι είναι περισσότερο σχετικές με το γυναικείο φύλο;

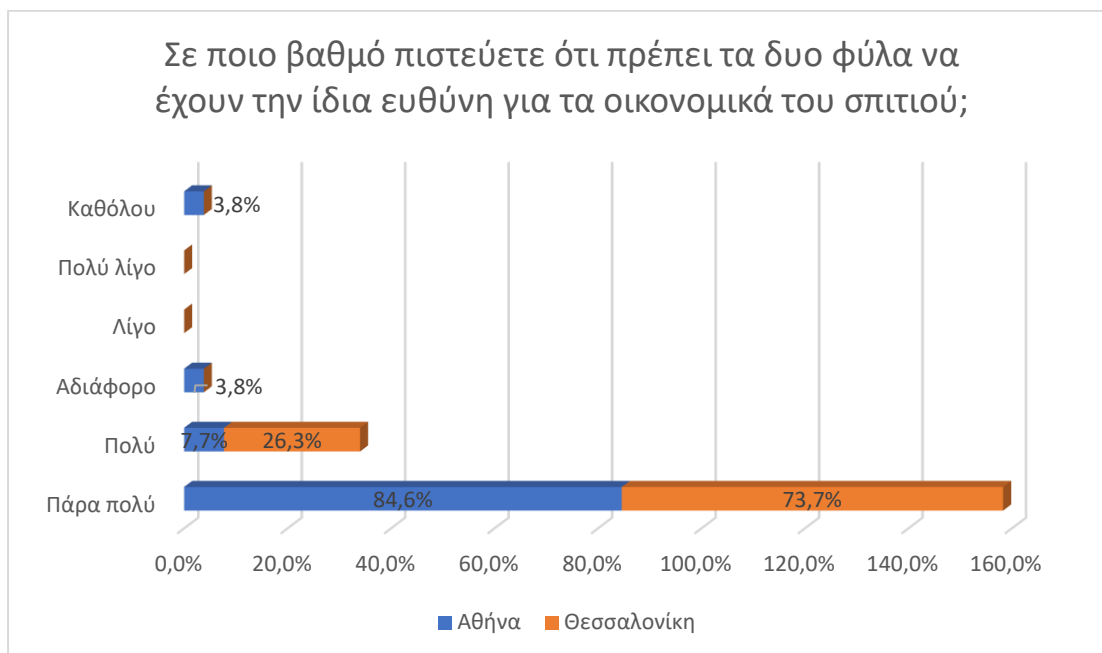


Στοιχεία από το σεμινάριο επαγγελματιών MME στην Θεσσαλονίκη

Όπως φαίνεται από τα παραπάνω διαγράμματα, στο μεγαλύτερο ποσοστό, οι συμμετέχουσες και συμμετέχοντες στα σεμινάρια της Αθήνας διαφωνούν απολύτως με την άποψη ότι υπάρχουν γυναικείες και ανδρικές δουλειές, δεν είναι ίδια η εικόνα στη Θεσσαλονίκη. Εδώ υπάρχει ένα ποσοστό επαγγελματιών που θεωρούν ότι οι δουλειές του σπιτιού έχουν σε μεγάλο βαθμό έμφυλη διάσταση. Δεδομένου ότι αρκετοί επέλεξαν την απάντηση ‘ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ’ πιθανώς και να αντικατοπτρίζει μια στάση που απλώς αντιλαμβάνεται την έμφυλη διάσταση του οικιακού χώρου ως κάτι δεδομένου και εδραιωμένου κοινωνικά και πολιτισμικά («έτσι μάθαμε», «έτσι είναι η κοινωνία») (Rezeanu, 2015). Πλην όμως, εφόσον δεν υπήρχε η δυνατότητα ποιοτικής μελέτης αυτό το επιχείρημα παραμένει μια ερευνητική υπόθεση που πρέπει να διερευνηθεί περαιτέρω.

Σε αντίθεση με τα παραπάνω διαγράμματα, στο παρακάτω που αφορά τη διαχείριση των οικονομικών στο σπίτι, παρόμοια ποσοστά ισχύουν και για τις δυο περιοχές:

Διάγραμμα 6.1.3.

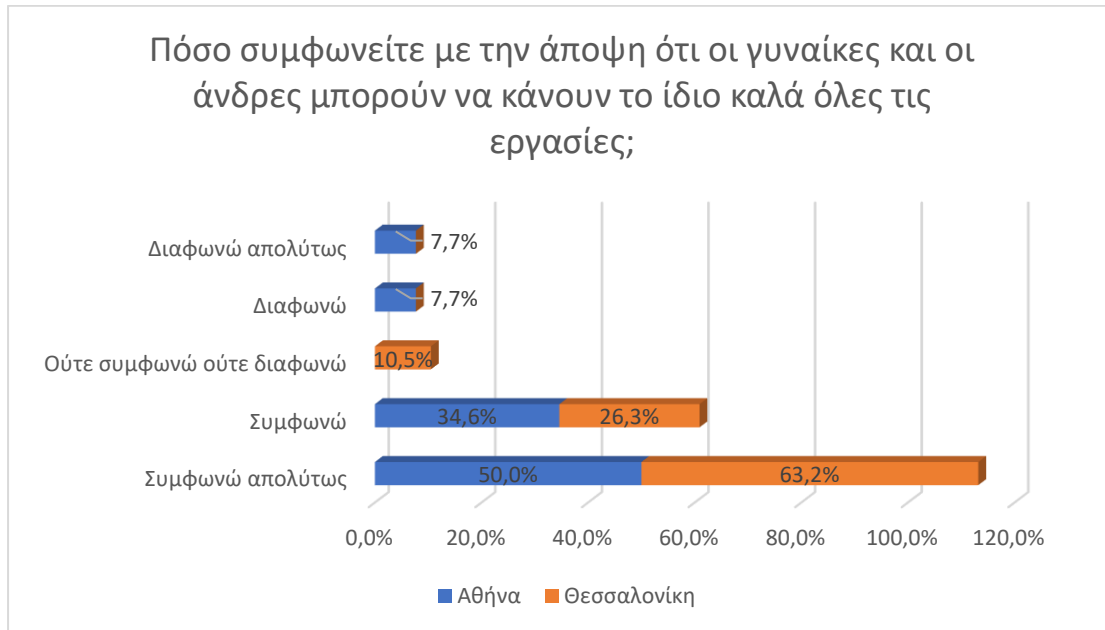


Από το παραπάνω διάγραμμα φαίνεται οι συμμετέχουσες/οντες να αναγνωρίζουν την οικονομική συμβολή -άρα και ευθύνη- των δυο φύλων στον οικιακό χώρο. Συνδυάζοντας τις απαντήσεις στα παραπάνω διαγράμματα, είναι πιθανό να στηρίζεται επιπρόσθετα η παραπάνω ερευνητική υπόθεση, ότι ο έμφυλος χαρακτήρας του οικιακού χώρου ως προς τις οικιακές εργασίες αντανακλά βαθιά εδραιωμένες αντιλήψεις για τον κοινωνικό και πολιτισμικό ρόλο της γυναίκας.

6.1.1 Η θέση των γυναικών στον επαγγελματικό στίβο

Σε ερώτηση του ερωτηματολογίου σχετικά με τις επιστημονικές εξειδικεύσεις που θεωρεί κάποια/κάποιος ότι ταιριάζουν σε άνδρες και γυναίκες, οι συμμετέχουσες/οντες στην πλειοψηφία τους απάντησαν ότι αυτό δε σχετίζεται με το φύλο. Αντίστοιχα, άσχετη σε μεγάλο βαθμό με το φύλο, θεώρησαν ότι είναι και η φύση της εργασίας:

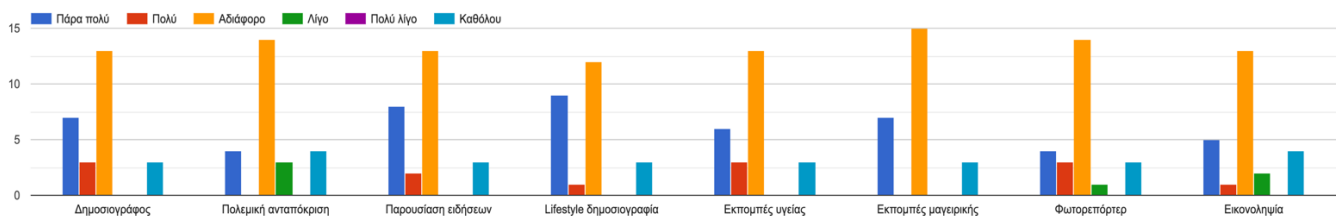
Διάγραμμα 6.1.1.1.



Όπως φαίνεται από το παραπάνω διάγραμμα, οι συμμετέχουσες/οντες θεωρούν στην πλειοψηφία τους ότι άνδρες και γυναίκες μπορούν να κάνουν εξίσου καλά όλες τις εργασίες. Εξειδικεύοντας τις ερωτήσεις στη δημοσιογραφία και στο βαθμό που ταιριάζουν σε γυναίκες διαφορετικές πτυχές του δημοσιογραφικού επαγγέλματος, τα φαίνεται επίσης ότι δεν υπάρχει έντονο το έμφυλο στοιχείο:

Διάγραμμα 6.1.1.2.

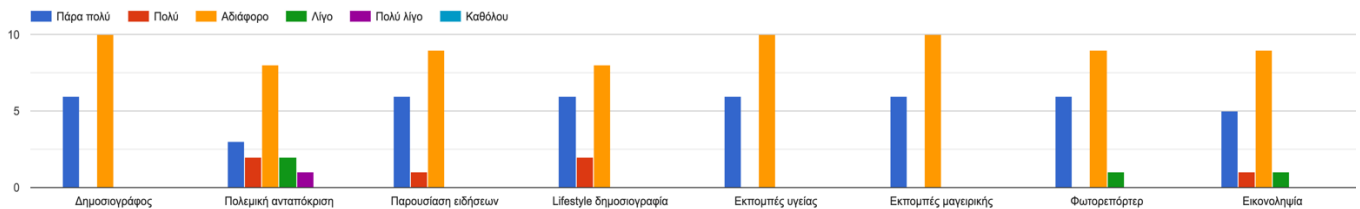
Από τις παρακάτω εξειδικεύσεις ΜΜΕ ποιες θεωρείτε ότι ταιριάζουν περισσότερο σε γυναίκες;



Στοιχεία από το σεμινάριο επαγγελματιών ΜΜΕ στην Αθήνα

Διάγραμμα 6.1.1.3.

Από τις παρακάτω εξειδικεύσεις ΜΜΕ ποιες θεωρείτε ότι ταιριάζουν περισσότερο σε γυναίκες;



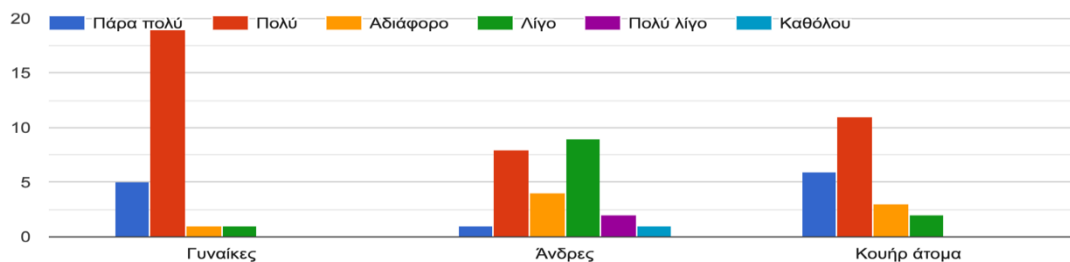
Στοιχεία από το σεμινάριο επαγγελματιών ΜΜΕ στη Θεσσαλονίκη

Πράγματι, με βάσει τις απαντήσεις στην παραπάνω ερώτηση, οι συμμετέχουσες/οντες θεωρούν ότι οι γυναίκες μπορούν να καλύψουν τις αναφερόμενες πτυχές του δημοσιογραφικού επαγγέλματος. Αυτή η εικόνα είναι πιθανώς διαμορφωμένη έτσι λόγω του ότι οι περισσότερες συμμετέχουσες είναι γυναίκες. Το ίδιο στοιχείο πιθανώς εξηγεί και τις περιορισμένες απαντήσεις όσων έδωσαν περισσότερο στερεοτυπικές απαντήσεις, όπως για παράδειγμα ότι ταιριάζει λιγότερο σε μια γυναίκα η πολεμική ανταπόκριση, η εικονοληψία ή το φωτορεπορτάζ.

Ενδιαφέρον είναι το στοιχείο για το βαθμό στον οποίο η εμφάνιση συμβάλλει στην επαγγελματική επιτυχία. Δε μπορεί κάποιος να πει με ασφάλεια αν η απάντηση στην ερώτηση αυτή αφορά και το επάγγελμα της δημοσιογραφίας και τη συμμετοχή στη δημόσια σφαίρα. Δεδομένου όμως ότι και οι δυο δραστηριότητες είναι αμιγώς δημόσιες, οι απαντήσεις μπορούν να ισχύσουν και στις δυο περιπτώσεις:

Διάγραμμα 6.1.

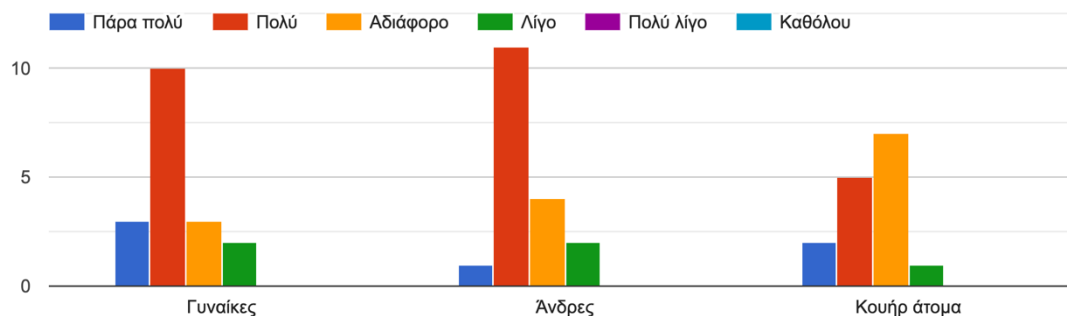
Σε ποιο βαθμό θεωρείτε ότι η εμφάνιση συμβάλλει στην επαγγελματική επιτυχία;



Στοιχεία από το σεμινάριο επαγγελματιών ΜΜΕ στην Αθήνα

Διάγραμμα 6.1.1.5.

Σε ποιο βαθμό θεωρείτε ότι η εμφάνιση συμβάλλει στην επαγγελματική επιτυχία;



Στοιχεία από το σεμινάριο επαγγελματιών ΜΜΕ στη Θεσσαλονίκη

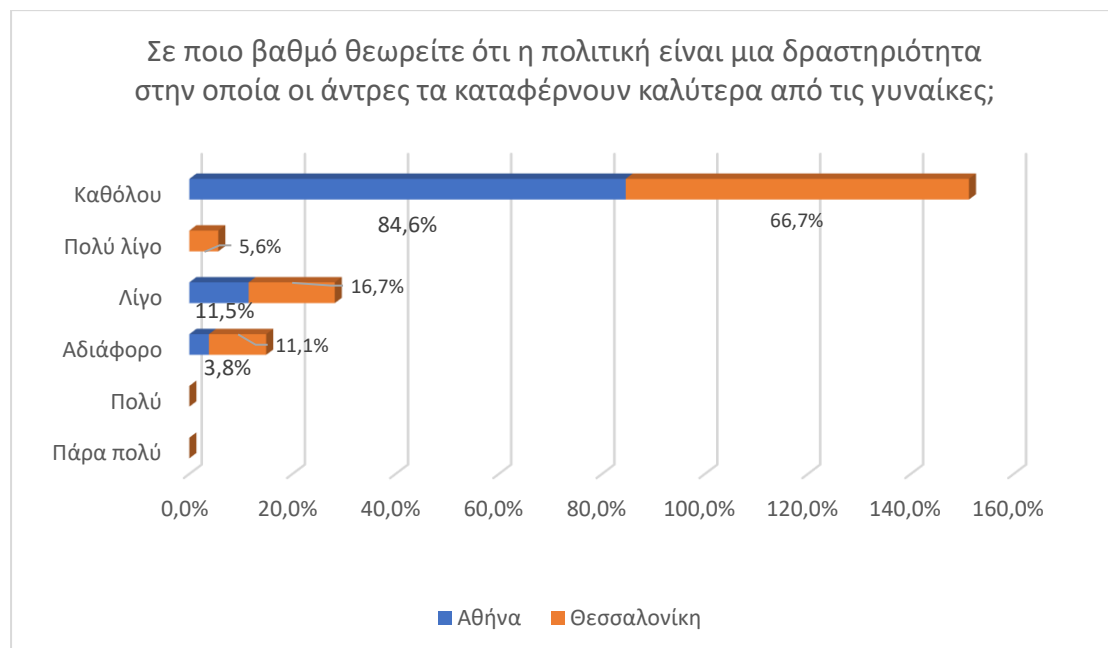
Σε παλαιότερες δεκαετίες, ζητήματα αισθητικής στη δημόσια σφαίρα παρέπεμπαν περισσότερο στις γυναίκες και όχι στους άνδρες. Με την εδραίωση της αισθητικής και του fitness και την ευρεία ανάπτυξη της κουλτούρας της διασημότητας, τα στοιχεία της εμφάνισης ως στοιχεία ενός υγιούς και καλαίσθητου τρόπου ζωής (lifestyle) εδραιώθηκαν ως ενδογενή στοιχεία της επαγγελματικής επιτυχίας στη δημόσια σφαίρα τόσο για τους άνδρες όσο και για τις γυναίκες (Corner & Pels, 2003). Για την ακρίβεια, στοιχείο της εκλογικής επιτυχίας του J.F. Kennedy και της δημοφιλίας του στη δεκαετία του 1960 υπήρξε επιπρόσθετα τόσο η νεότητα, ο αθλητικός χαρακτήρας και η γοητεία του ως άνδρα (Smith, 2016; Wheeler, 2012), όσο και η αισθητική και η εμφάνιση της συζύγου του, Jackie Kennedy. Αντιλαμβάνεται λοιπόν κανείς ότι η κοινωνική κατασκευή της νεότητας, του νεαρού ή αθλητικού -και γενικά καλαίσθητου- σώματος, και η αισθητική, είναι στοιχεία ενδογενή της κουλτούρας της δημόσιας σφαίρας και όσων συμμετέχουν σε αυτή. Ως εκ τούτου, ενώ πιθανώς κάποιος να περίμενε οι συμμετέχουσες/οντες στα σεμινάρια να απαντήσουν ότι η εμφάνιση παίζει μεγαλύτερο ρόλο στην επαγγελματική επιτυχία των γυναικών, οι απαντήσεις ισχύουν εξίσου για τους άνδρες. Ενδιαφέρον είναι το στοιχείο για τα κουήρ άτομα και το βαθμό που η εμφάνιση παίζει ρόλο στην επαγγελματική επιτυχία. Εδώ είναι πιθανό η κοινωνική κατασκευή του κουήρ και της ομοφυλοφιλίας ως μιας μη αποδεκτής

κοινωνικής συνθήκης και η αρκετά περιθωριοποιημένη θέση της στη δημόσια σφαίρα να εξηγεί τις παραπάνω απαντήσεις (βλ. Brooks, 1997; Taylor et al. 2010). Για μια ασφαλέστερη εκτίμηση όμως σχετικά πρέπει η συγκεκριμένη πτυχή της ερώτησης να διερευνηθεί ποιοτικά.

6.1.2 Η σχέση των γυναικών με τη δημόσια σφαίρα

Κρίνοντας από τις απαντήσεις στις παραπάνω ερωτήσεις δεν κάνει πιθανώς εντύπωση το παρακάτω διάγραμμα όπου φαίνεται ότι οι συμμετέχουσες και συμμετέχοντες θεωρούν ότι άνδρες και γυναίκες τα καταφέρνουν εξίσου καλά στην πολιτική.

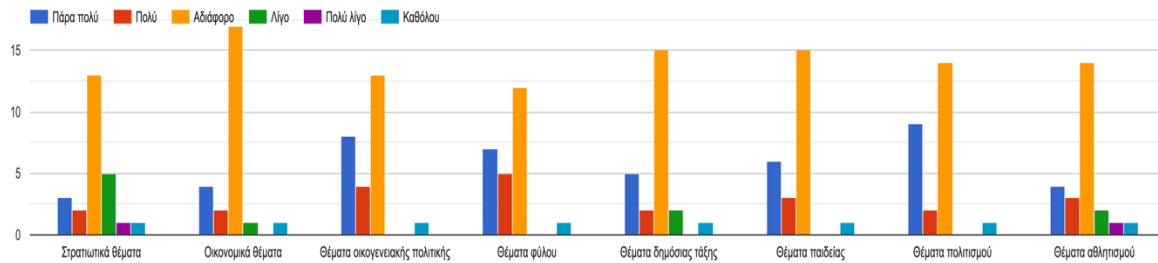
Διάγραμμα 6.1.2.1.



Οι περιπτώσεις απαντήσεων που αντανakλούν διαφορετική άποψη είναι πολύ λιγότερες, κάτι που ενδεχομένως έχει να κάνει με το φύλο των ανθρώπων του δείγματος της έρευνας αυτής. Τα επόμενα όμως διάγραμματα είναι περισσότερο ενδεικτικό της κυρίαρχης άποψης που εκφράστηκε για την πολιτική δεινότητα των γυναικών:

Διάγραμμα 6.1.2.2.

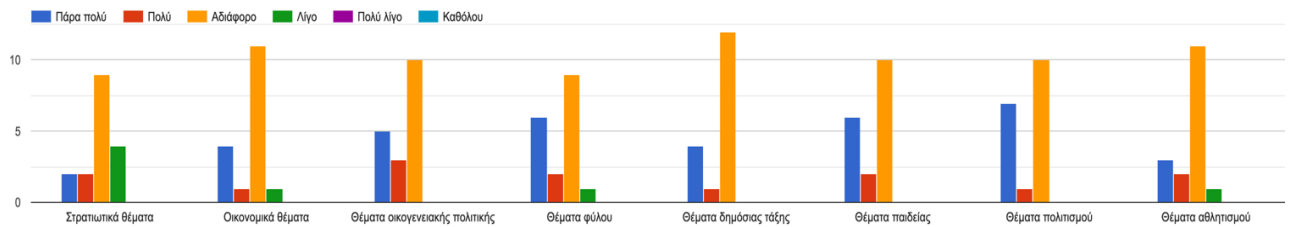
Ποια θέματα θεωρείτε ότι οι γυναίκες πολιτικοί είναι πιο αρμόδιες να καλύψουν;



Στοιχεία από το σεμινάριο επαγγελματιών ΜΜΕ στην Αθήνα

Διάγραμμα 6.1.2.3.

Ποια θέματα θεωρείτε ότι οι γυναίκες πολιτικοί είναι πιο αρμόδιες να καλύψουν;

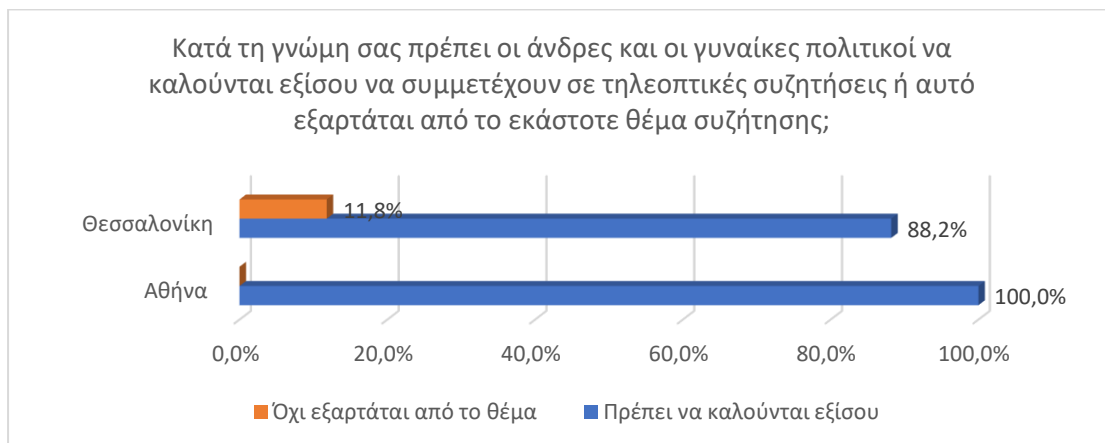


Στοιχεία από το σεμινάριο επαγγελματιών ΜΜΕ στη Θεσσαλονίκη

Όπως φαίνεται να προκύπτει από τις απαντήσεις στις σχετικές ερωτήσεις, οι γυναίκες πολιτικοί φαίνεται να θεωρούνται ικανές να διαχειριστούν όλα τα πολιτικά ζητήματα και άρα δεν αποτελεί μια αμιγώς έμφυλη δραστηριότητα η πολιτική. Όμως τα ποσοστά σημειώνουν μια μικρή διαφορά όταν τα πολιτικά θέματα αφορούν ζητήματα παιδείας, φύλου οικογενειακής πολιτικής και πολιτισμού. Σε ένα βαθμό (όχι όμως ιδιαίτερα έντονο) φαίνεται ότι τα πεδία που συνάδουν περισσότερο με τη γυναικεία δραστηριότητα θεωρούνται και πιο ταιριαστά για τις γυναίκες πολιτικούς (Mackay, 2001).

Τέλος, ρωτήσαμε αν οι συμμετέχουσες και συμμετέχοντες θεωρούν ότι πρέπει γυναίκες και άντρες πολιτικοί να καλούνται εξίσου σε τηλεοπτικές συζητήσεις:

Διάγραμμα 6.1.2.4.



Το διάγραμμα δίνει μια αναμενόμενη εικόνα για το αν άνδρες και γυναίκες πρέπει να καλούνται εξίσου σε τηλεοπτικές συζητήσεις -ανεξάρτητα από το θέμα συζήτησης. Ο λόγος που το συμπεριλάβαμε στην έκθεση αυτή είναι για να υπογραμμίσουμε ότι η άποψη των επαγγελματιών δεν αντανακλά την πραγματικότητα που είναι ότι γυναίκες πολιτικοί δεν καλούνται για όλα τα θέματα ανεξαιρέτως σε τηλεοπτικές συζητήσεις (π.χ. στρατιωτικά θέματα) (βλ. Douglas-Vavrus, 2002; Lovenduski & Norris, 2003).

Έως τώρα φαίνεται ότι οι αντιλήψεις των επαγγελματιών στα ΜΜΕ για το φύλο δεν αντανακλούν κάποια στερεοτυπική αντίληψη, στο βαθμό που να θεωρηθεί ότι οι γυναίκες θεωρούνται αταίριαστες ή μη ικανές να συμμετέχουν εξίσου στη δημόσια σφαίρα με τους άνδρες. Όμως αν οι απόψεις αυτές συσχετιστούν με το φύλο των συμμετεχουσών/όντων, με τα ποσοστά εκπροσώπησης των γυναικών τόσο στην πολιτική όσο και στη δημόσια σφαίρα των ΜΜΕ καθώς και με τις θέσεις εργασίας στα ΜΜΕ, προκύπτει ότι πρέπει να δούμε προς ποιες κατευθύνσεις πρέπει να ενταθούν οι συζητήσεις, δράσεις και η έρευνα σχετικά με ζητήματα φύλου στην Ελλάδα.

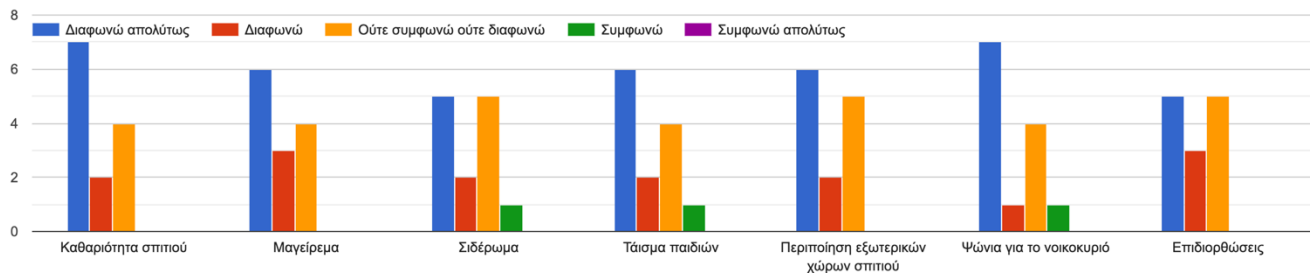
6.2 Φοιτητές ΜΜΕ και αντιλήψεις για το φύλο

Οι μεταβλητές που παρουσιάστηκαν από τα ερωτηματολόγια των επαγγελματιών των ΜΜΕ, εξετάστηκαν και για τους φοιτητές. Στην ενότητα αυτή θα παρουσιάσουμε τα δεδομένα που προέκυψαν από τα ερωτηματολόγια που συμπληρώθηκαν πριν την έναρξη των σεμιναρίων και αφορούν και στην περίπτωση αυτή τη θέση των γυναικών στον επαγγελματικό στίβο και τη σχέση τους με τη δημόσια σφαίρα.

Ακολουθούν οι απόψεις των φοιτητριών/τών για τη θέση της γυναίκας σε σχέση με τον οικιακό χώρο:

Διάγραμμα 6.2.1.

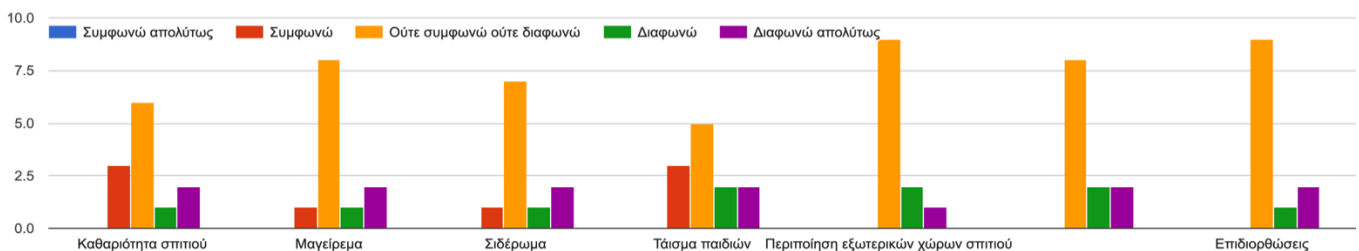
Ποιες οικιακές εργασίες θεωρείτε ότι είναι περισσότερο σχετικές με το γυναικείο φύλο;



Στοιχεία από το σεμινάριο φοιτητριών/τών στην Αθήνα

Διάγραμμα 6.2.2.

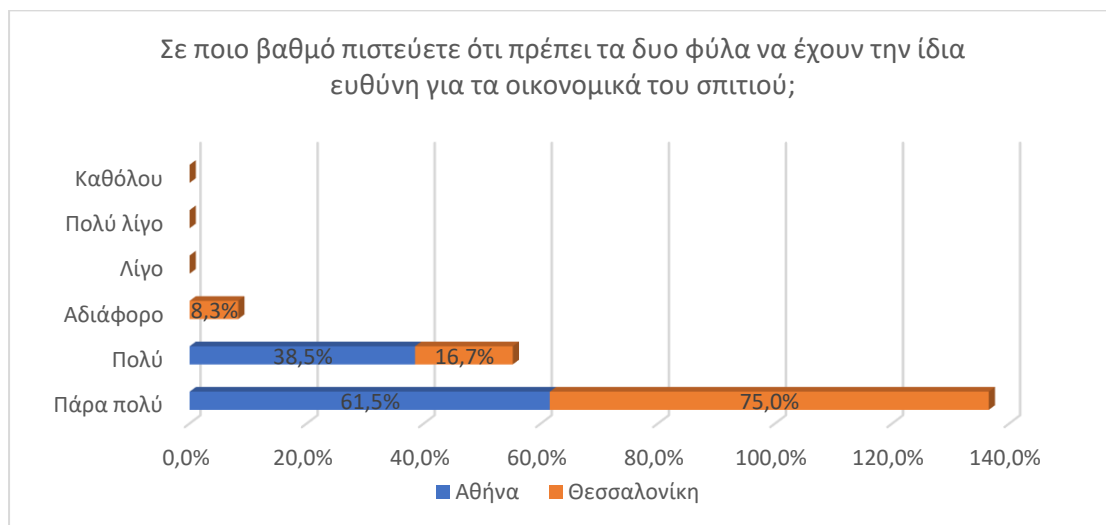
Ποιες οικιακές εργασίες θεωρείτε ότι είναι περισσότερο σχετικές με το γυναικείο φύλο;



Στοιχεία από το σεμινάριο φοιτητριών/τών στη Θεσσαλονίκη

Από τα παραπάνω διαγράμματα φαίνεται μια πιο έντονη στάση ανάμεσα στις φοιτήτριες και τους φοιτητές στην Αθήνα απέναντι στη θέση της γυναίκας στο οικιακό πλαίσιο σε σχέση με τους φοιτητές στη Θεσσαλονίκη. Για την ακρίβεια, ενώ στη Θεσσαλονίκη οι περισσότερες/οι θεωρούν ότι ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με το αν κάποιες οικιακές εργασίες ταιριάζουν περισσότερο στις γυναίκες, στην Αθήνα κατά κύριο λόγο επέλεξαν την απάντηση «διαφωνώ απολύτως». Οι πιο μετριασμένες απαντήσεις των συμμετεχουσών/όντων της Θεσσαλονίκης είναι πιθανό να συνάδουν με μια μεγαλύτερη αποδοχή της κοινωνικής κατασκευής της γυναίκας ως υπεύθυνης για συγκεκριμένες οικιακές εργασίες που σχετίζονται περισσότερο με την φροντίδα των παιδιών και την συντήρηση του νοικοκυριού (βλ. Τεπέρογλου, 1999).

Διάγραμμα 6.2.3.



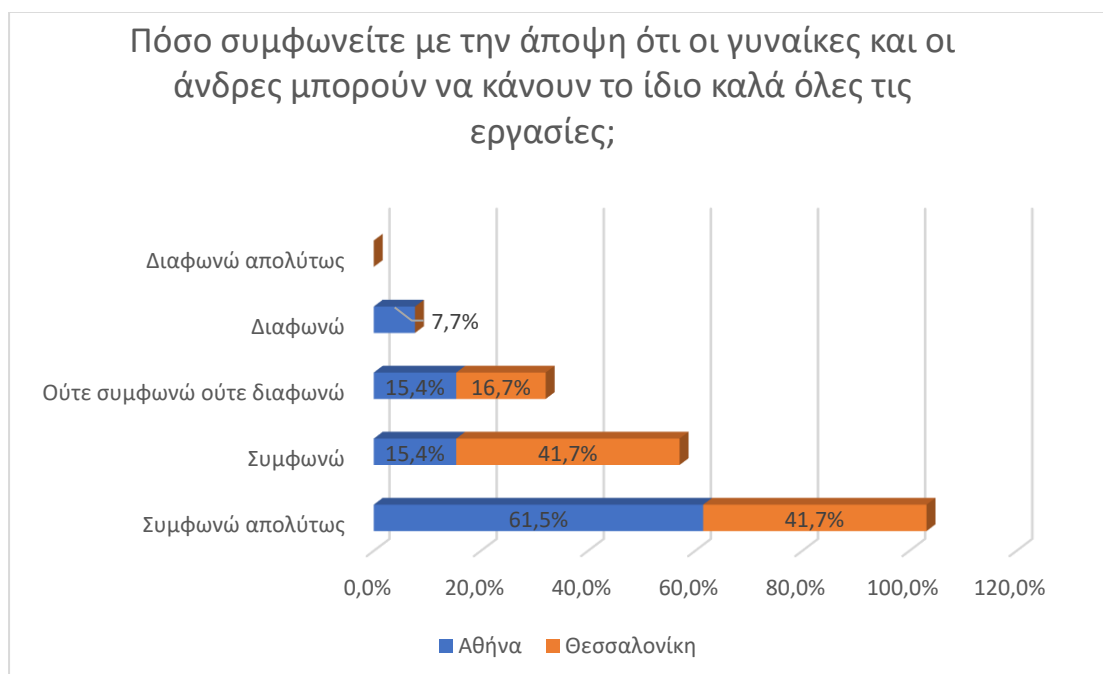
Αυτό που παρατηρείται και στην περίπτωση των φοιτητριών/των είναι η αποδοχή της γυναίκας ως ενός οικονομικού παράγοντα ενός νοικοκυριού/οικογένειας και ως εκ τούτου εξέφρασαν σχεδόν κατ' αποκλειστικότητα ότι την ευθύνη για τα οικονομικά του σπιτιού πρέπει να την έχουν και τα δυο φύλα.

Στις υποενότητες που ακολουθούν εξετάζονται οι αντιλήψεις για το φύλο ως προς τη σχέση της γυναίκας με τον επαγγελματικό και πολιτικό στίβο.

6.2.1 Η θέση των γυναικών στον επαγγελματικό στίβο

Για να διακρίνουμε τις αντιλήψεις φοιτητριών/των για τη σχέση της γυναίκας με την εργασία και συγκεκριμένα με τα ΜΜΕ ως εργασιακό χώρο κοιτάξαμε πρώτα αν συμφωνούν ή διαφωνούν με την άποψη ότι άντρες και γυναίκες μπορούν να κάνουν καλά όλες τις εργασίες:

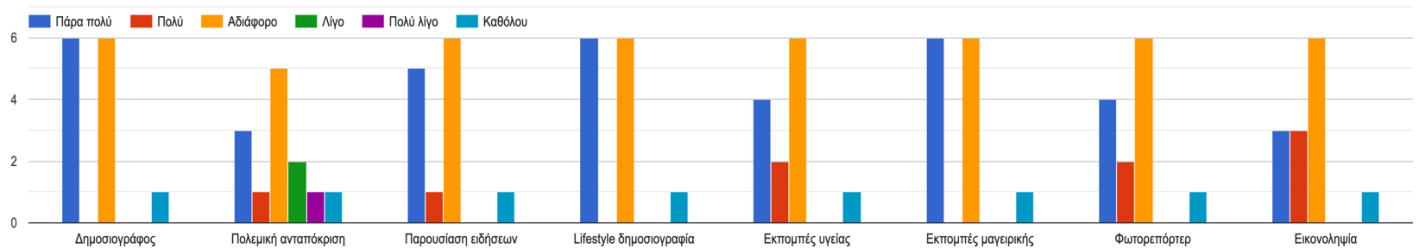
Διάγραμμα 6.2.1.1.



Όπως φαίνεται από το παραπάνω διάγραμμα οι φοιτήτριες/τες θεωρούν σχεδόν κατ' αποκλειστικότητα ότι και τα δυο φύλα μπορούν να κάνουν το ίδιο καλά όλες τις εργασίες, μια αναμενόμενη εν πολλοίς απάντηση.

Διάγραμμα 6.2.1.2.

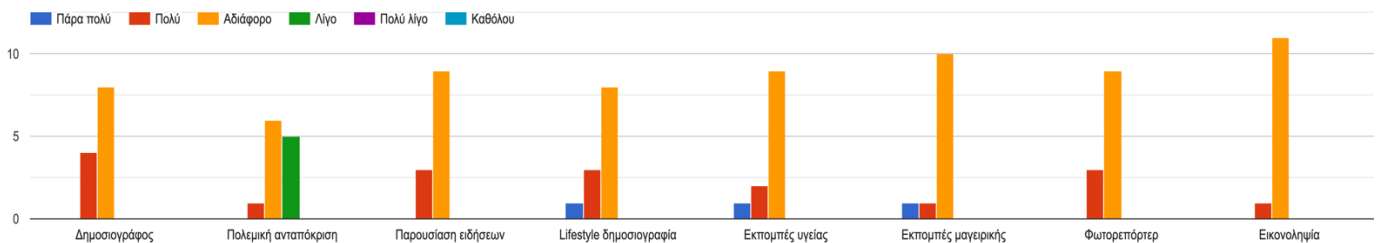
Από τις παρακάτω εξειδικευμένες ΜΜΕ ποιες θεωρείτε ότι ταιριάζουν περισσότερο σε γυναίκες;



Στοιχεία από το σεμινάριο φοιτητριών/τών στην Αθήνα

Διάγραμμα 6.2.1.3.

Από τις παρακάτω εξειδικευμένες ΜΜΕ ποιες θεωρείτε ότι ταιριάζουν περισσότερο σε γυναίκες;



Στοιχεία από το σεμινάριο φοιτητριών/τών στη Θεσσαλονίκη

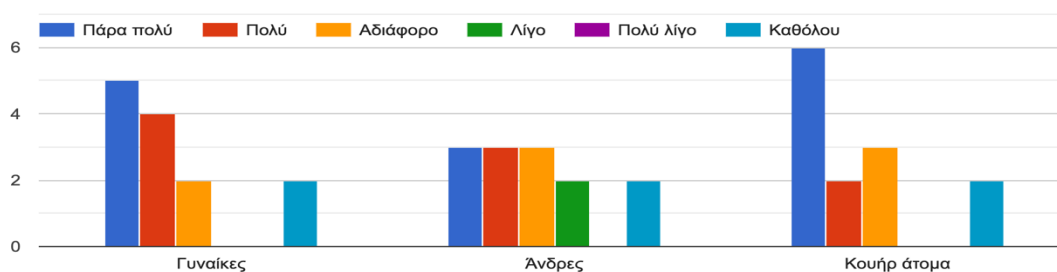
Στα παραπάνω διαγράμματα φαίνεται ότι ως επί το πλείστον οι συμμετέχουσες και συμμετέχοντες στα σεμινάρια για φοιτήτριες/τες θεωρούν ότι δεν το επάγγελμα της δημοσιογραφίας δεν είναι έμφυλο στο μεγαλύτερο βαθμό. Παραταύτα, στην περίπτωση της Αθήνας υπάρχει ένα μεγαλύτερο εύρος απαντήσεων με κυρίαρχες βέβαια τις απαντήσεις «πάρα πολύ» και «αδιάφορο». Ειδικά οι μικρότεροι αριθμοί στην απάντηση «πάρα πολύ» όταν η επιλογή είναι η πολεμική ανταπόκριση, εκπομπές υγείας, φωτορεπόρτερ και εικονοληψία (διάγραμμα 6.2.1.2) είναι ενδεικτικοί για το ότι

εξακολουθούν να υπάρχουν στεγανά στο ποιες δημοσιογραφικές εξειδικεύσεις (ίσως και ποιες δουλειές ευρύτερα) ταιριάζουν στις γυναίκες.

Τελευταία σχετική μεταβλητή που θα παρουσιάσουμε είναι εκείνη που αφορά το αν η επαγγελματική επιτυχία σχετίζεται και με την εμφάνιση:

Διάγραμμα 6.2.1.4.

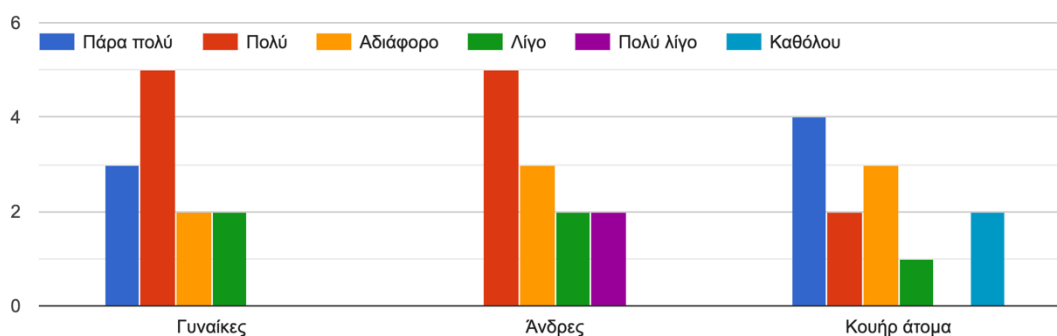
Σε ποιο βαθμό θεωρείτε ότι η εμφάνιση συμβάλλει στην επαγγελματική επιτυχία;



Στοιχεία από το σεμινάριο φοιτητριών/τών στην Αθήνα

Διάγραμμα 6.2.1.4.

Σε ποιο βαθμό θεωρείτε ότι η εμφάνιση συμβάλλει στην επαγγελματική επιτυχία;



Στοιχεία από το σεμινάριο φοιτητριών/τών στη Θεσσαλονίκη

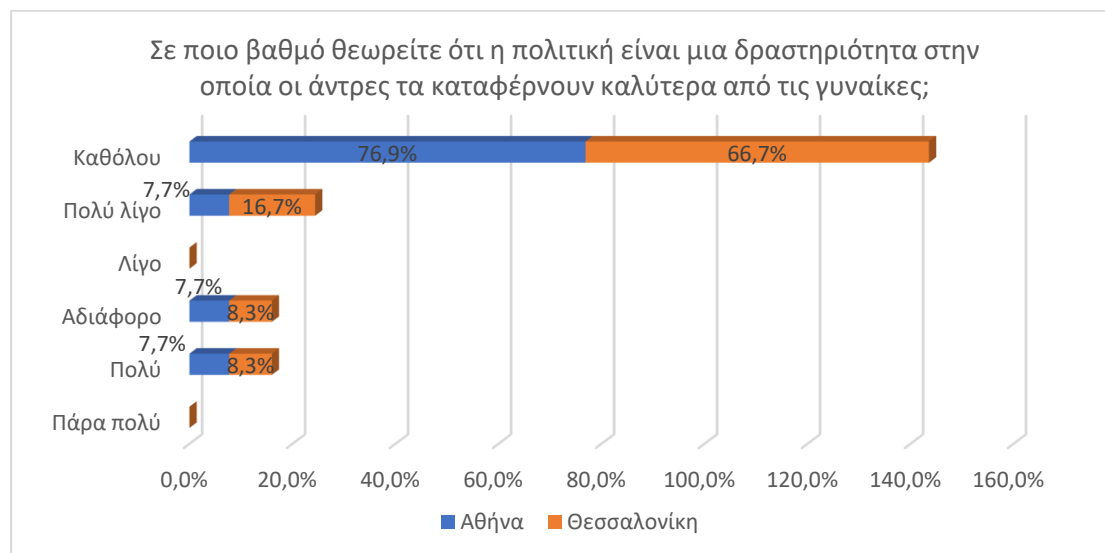
Στη φεμινιστική σκέψη που αντλεί κυρίως από το δεύτερο φεμινιστικό κίνημα, υπάρχει η άποψη ότι η εμφάνιση μιας γυναίκας παίζει σημαντικό ρόλο στην επαγγελματική της επιτυχία (Dellinger & Williams, 1997). Στα παραπάνω διαγράμματα φαίνεται ότι οι

φοιτήτριες/τες έχουν αυτή την άποψη εξίσου για άνδρες και γυναίκες αλλά και για τα κοινή άτομα. Ειδικά σε σχέση με την τελευταία ομάδα, θεωρούν ότι η εμφάνιση παίζει επίσης σημαντικό ρόλο στην επαγγελματική επιτυχία κάτι που δεν καταγράφηκε στις απαντήσεις των δημοσιογράφων. Η απάντηση αυτή πιθανώς προκύπτει ως αποτέλεσμα ενός ανανεωμένου ενδιαφέροντος τόσο στο δημόσιο όσο και στον ακαδημαϊκό διάλογο, για την εδραίωση της ‘πολιτικής της αισθητικής/εμφάνισης’ (politics of appearance) που σχετίζεται με τη δραστηριότητα στη δημόσια σφαίρα (Boris, 2006; Sanghvi & Hodges, 2015).

6.2.2 Η σχέση των γυναικών με τη δημόσια σφαίρα

Όπως και στην περίπτωση των δημοσιογράφων, έτσι και στην περίπτωση των φοιτητών μας ενδιέφερε να δούμε πως αντιλαμβάνονται τη σχέση των γυναικών με την πολιτική:

Διάγραμμα 6.2.2.1.



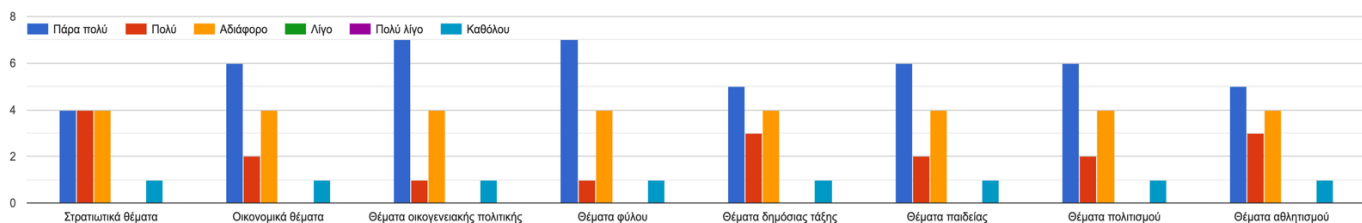
Στο παραπάνω διάγραμμα είναι εμφανές ότι οι συμμετέχουσες/οντες θεωρούν ότι η πολιτική δεν είναι προνομιούχο πεδίο των ανδρών. Το ποσοστό των απαντήσεων, σχετίζεται αφενός με το γεγονός ότι ως επί το πλείστον οι απαντήσεις προέρχονται από

γυναίκες, αλλά σχετίζεται και με το νεαρό της ηλικίας τους. Οπωσδήποτε όμως είναι ενδεικτικό ότι σε επίπεδο αντίληψης για τη συμμετοχή των γυναικών στη δημόσια σφαίρα η πλειοψηφία των συμμετεχόντων, επαγγελματιών και φοιτητών θεωρούν ότι η πολιτική είναι ένα πεδίο στο οποίο οι γυναίκες τα καταφέρνουν όσο και οι άνδρες.

Αυτό που έχει ενδιαφέρον είναι να δει κανείς και στην περίπτωση των φοιτητριών και των φοιτητών αν η πολιτική είναι και για εκείνους ένα πεδίο με έμφυλη δυναμική:

Διάγραμμα 6.2.2.2.

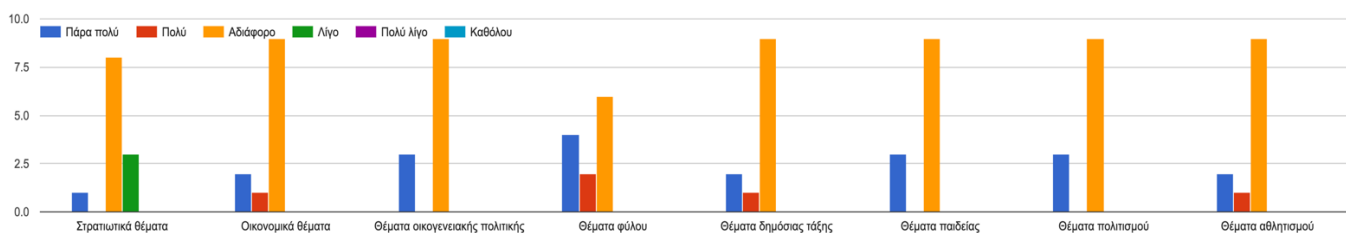
Ποια θέματα θεωρείτε ότι οι γυναίκες πολιτικοί είναι πιο αρμόδιες να καλύψουν;



Στοιχεία από το σεμινάριο φοιτητριών/τών στην Αθήνα

Διάγραμμα 6.2.2.3.

Ποια θέματα θεωρείτε ότι οι γυναίκες πολιτικοί είναι πιο αρμόδιες να καλύψουν;



Στοιχεία από το σεμινάριο φοιτητριών/τών στη Θεσσαλονίκη

Οι απαντήσεις στα παραπάνω διαγράμματα, δείχνουν εκ πρώτης όψης ότι όσες και όσοι απάντησαν στο ερωτηματολόγιο θεωρούν ότι οι γυναίκες μπορούν να καλύψουν τα ίδια θέματα σε επίπεδο πολιτικής με τους άνδρες. Όμως, αν κοιτάξει κανείς με

μεγαλύτερη λεπτομέρεια τη στήλη που αφορά την απάντηση «πάρα πολύ» θα δει τις μικρές -πλην όμως ειδοποιούς- διαφορές που υπάρχουν ανάμεσα σε διαφορετικά πολιτικά θέματα. Για παράδειγμα, τα στρατιωτικά θέματα, τα θέματα αθλητισμού και δημόσιας τάξης, θεωρούνται περισσότερο ‘ανδρικά’ και λιγότερο ‘γυναικεία’. Σημασία εδώ έχει συνεπώς, να υπογραμμίσει κανείς ότι όσο και αν οι γυναίκες θεωρούνται εξίσου ικανές πολιτικά με τους άνδρες, υπάρχουν ακόμα θέματα της πολιτικής ζωής που συγκρούονται με την κοινωνική κατασκευή της γυναίκας και άλλα που θεωρείται ότι συνάδουν (οικογενειακή πολιτική, πολιτισμός, παιδεία, φύλο).

Στη δεύτερη αυτή υποενότητα παρουσιάστηκαν τα αποτελέσματα από τη μικρής κλίμακας έρευνα αντιλήψεων ανάμεσα στις φοιτήτριες και τους φοιτητές ΜΜΕ που συμμετείχαν στις εκπαιδευτικές δράσεις. Παρότι οι στάσεις τους ως προς το φύλο και τη σχέση του με τον οικιακό χώρο, τα επαγγέλματα στο πεδίο των ΜΜΕ και την εργασία ευρύτερα, και την πολιτική φαίνεται να μην έχουν κάποιο ιδιαίτερο έμφυλο βάρος, υπάρχουν αρκετά στοιχεία που υποδηλώνουν ότι οι έμφυλες κοινωνικές κατασκευές είναι αρκετά βαθιά εδραιωμένες με αποτέλεσμα να εξακολουθούν να αναπαράγονται σε κάποιο βαθμό.

7 Συμπεράσματα και προτάσεις για τη χάραξη στρατηγικών

Η έκθεση αυτή είναι αποτέλεσμα μιας μικρής κλίμακας μελέτης στάσεων και αντιλήψεων για το φύλο ανάμεσα σε επαγγελματίες των ΜΜΕ στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη και φοιτήτριες/τές των ακαδημαϊκών τμημάτων ΜΜΕ στις ίδιες περιοχές. Η μελέτη αυτή έγινε στο πλαίσιο των εκπαιδευτικών δράσεων που υλοποιήθηκαν από το τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών) για το έργο Gender Public Debate. Από τους 116 συμμετέχοντες συνολικά σε όλα τα σεμινάρια, 45 επαγγελματίες των ΜΜΕ και 41 φοιτήτριες/τές συμπλήρωσαν ανώνυμα το ερωτηματολόγιο στάσεων και αντιλήψεων που κάλυπτε τις εξής θεματικές:

- Τα δυο φύλα και ο οικιακός χώρος
- Η θέση ανδρών και γυναικών στον τομέα της εργασίας
- Η θέση ανδρών και γυναικών στον τομέα της πολιτικής

Το δείγμα της μελέτης, καθώς είναι αριθμητικά περιορισμένο και ως εκ τούτου ενδεικτικό των στάσεων και αντιλήψεων για το φύλο σε σχέση με τους παραπάνω τομείς, τα ευρήματα δεν είναι *απαραίτητα* αντιπροσωπευτικά των στάσεων του γενικού πληθυσμού. Δεδομένου ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων που παρακολούθησαν τα σεμινάρια ήταν γυναίκες, γυναίκες ήταν και η πλειοψηφία όσων συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο.

Συνοπτικά, οι επαγγελματίες ΜΜΕ που συμμετείχαν στην έρευνα, είναι κατά μέσο όρο γυναίκες μεταξύ 30 και 50 ετών που χρησιμοποιούν καθημερινά τα κοινωνικά δίκτυα, ενημερώνονται από αριστερής τοποθέτησης Τύπο και από δημοφιλείς εγχώριες ιστοσελίδες ενημέρωσης. Αντίστοιχα, οι φοιτήτριες/τές είναι κατά μέσο όρο γυναίκες μεταξύ 20 και 30 ετών που χρησιμοποιούν καθημερινά τα κοινωνικά δίκτυα, ενημερώνονται από αριστερής ως επί το πλείστον τοποθέτησης Τύπο και από δημοφιλείς εγχώριες ιστοσελίδες ενημέρωσης.

Όπως αναφέρθηκε και νωρίτερα, επιλέξαμε τρεις πυλώνες της έμφυλης κοινωνικής ζωής για να δούμε τις αντιλήψεις και στάσεις των συμμετεχουσών/όντων στα σεμινάρια. Διαβάζοντας κάποιος την παρουσίαση των αποτελεσμάτων τόσο για τον οικιακό χώρο όσο και για την επαγγελματική ζωή γυναικών και ανδρών και το βαθμό ενασχόλησης με τη δημόσια ζωή (πολιτική), οι διαφορές μεταξύ ανδρών και γυναικών είναι φαινομενικά μικρές. Για παράδειγμα, η πλειοψηφία όσων απάντησαν θεωρεί ότι δεν υπάρχουν αμιγώς γυναικείες δουλειές και ότι τα δυο φύλα έχουν την ίδια ευθύνη για τα οικονομικά του σπιτιού. Αντίστοιχες είναι και οι απόψεις για το ποιες εξειδικεύσεις ΜΜΕ ταιριάζουν περισσότερο σε γυναίκες: **η πλειοψηφία όσων απάντησαν θεωρούν ότι το φύλο δεν έχει σχέση με τη φύση της εξειδίκευσης**. Η συμβολή της εμφάνισης και της αισθητικής στην επαγγελματική επιτυχία είναι επίσης ένα στοιχείο με το οποίο συμφωνούν όσοι απάντησαν ανεξάρτητα σε κάποιο βαθμό με το φύλο. Τέλος, όσον αφορά την πολιτική οι περισσότερες συμμετέχουσες και περισσότεροι συμμετέχοντες θεωρούν ότι είναι μια δραστηριότητα που τα καταφέρνουν και τα δυο φύλα εξίσου καλά και σε όλες τις θεματικές για τις οποίες ερωτήθηκαν.

Προκύπτουν όμως από τα παραπάνω αποτελέσματα ευρήματα στα οποία πρέπει να εστιάσει τόσο η μελλοντική έρευνα όσο και επόμενες δράσεις στο πεδίο της χάραξης στρατηγικών: Καταρχάς, φαίνεται ότι ενώ σε γενικές γραμμές υπάρχει η αντίληψη ότι γυναίκες και άνδρες έχουν, μπορούν ή πρέπει να έχουν τον ίδιο ρόλο στο οικιακό και επαγγελματικό πλαίσιο και στη δημόσια ζωή, όταν ερωτηθούν οι άνθρωποι για επιμέρους πτυχές αυτών, τότε αναδεικνύονται οι έμφυλες διαφορές. Για παράδειγμα, οι περισσότερες απαντήσεις ανάμεσα στους δημοσιογράφους για τα θέματα που μπορούν οι γυναίκες πολιτικοί να καλύπτουν έχουν διαβαθμίσεις: οι γυναίκες πολιτικοί θεωρούνται λιγότερο αρμόδιες να καλύπτουν στρατιωτικά θέματα και περισσότερο θέματα παιδείας. Αντίστοιχα ισχύει και με την απάντηση για το ποιες δημοσιογραφικές εξειδικεύσεις ταιριάζουν περισσότερο σε γυναίκες: το φωτορεπορτάζ και η εικονοληψία σημείωσαν χαμηλότερα ποσοστά προτίμησης από ότι η lifestyle δημοσιογραφία για παράδειγμα. Τέλος, στην απάντηση για το αν η εμφάνιση συμβάλλει στην επαγγελματική επιτυχία, οι συμμετέχουσες/οντες απάντησαν ότι αυτό

ισχύει και για τους άνδρες και για τα κούηρ άτομα, αλλά στην περίπτωση των γυναικών ήταν αναλογικά υψηλότερα τα ποσοστά. Αυτό το στοιχείο υποδηλώνει την ανάγκη τόσο **οι ερευνητικές δράσεις όσο και η χάραξη στρατηγικών να εστιάζει σε περιπτώσεις που αφορούν πολύ πιο συγκεκριμένες πτυχές του κοινωνικού, επαγγελματικού γίνεσθαι και της συμμετοχής των γυναικών στην πολιτική** (δεδομένου δε ότι το παράδειγμα γυναίκας υπουργού δημόσιας τάξης και προστασίας του πολίτη, αποτελεί πεπραγμένο στην Ελλάδα).

Ειδικά όσον αφορά την ερώτηση για το βαθμό στον οποίο η εμφάνιση παίζει ρόλο στην επαγγελματική επιτυχία προκύπτει άλλο ένα εύρημα το οποίο αναδείχθηκε από τις συμμετέχουσες/οντες και κατά τη διάρκεια των συζητήσεων στο πλαίσιο των σεμιναρίων. Η κούηρ ταυτότητα, την οποία ενσωματώνουν άνθρωποι με σεξουαλικό προσανατολισμό που δεν εμπίπτει στο κυρίαρχο ετεροφυλοφιλικό μοτίβο, είναι ομάδες περιθωριοποιημένες στην Ελλάδα σε μεγάλο βαθμό. Όπως αναφέρθηκε και κατά τη διάρκεια της παρουσίασης των αποτελεσμάτων, η κοινωνική κατασκευή της κούηρ ταυτότητας ως μια ταυτότητας λιγότερο αποδεκτή κοινωνικά από τους ετεροφυλόφιλους ανθρώπους, δεν έχει την ορασιμότητα που έχει σε άλλες χώρες, είναι σε μεγάλο βαθμό περιθωριοποιημένη, καρικατουροποιημένη ή ανύπαρκτη στη δημόσια σφαίρα των Μέσων και στη δημόσια ζωή (πολιτική) στην Ελλάδα. Αυτό όμως δεν την καθιστά λιγότερο έκθετη σε περιστατικά διακρίσεων με βάση το σεξουαλικό προσανατολισμό και περιστατικά σεξιστικής συμπεριφοράς. Προκύπτει λοιπόν, ότι **μελλοντική έρευνα αλλά και δράσεις με σκοπό τη χάραξη στρατηγικών πρέπει να εστιάζουν σε αρκετά εκτενέστερο βαθμό σε περιπτώσεις διακρίσεων και περιθωριοποίησης, που αφορούν την κούηρ κοινότητα και τη συμμετοχή της στον επαγγελματικό στίβο και τη δημόσια ζωή.**

Τέλος, θα αναφερθούμε σε ένα τρίτο εύρημα που προκύπτει συνολικά τόσο από τη μικρής κλίμακας μελέτη που παρουσιάστηκε εδώ όσο και από τις βιοματικές εκπαιδευτικές δράσεις που υλοποιήθηκαν από το τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (ΕΚΠΑ). Ζητήματα φύλου, η συμμετοχή των γυναικών στην πολιτική ζωή και το ζήτημα της σεξιστικής συμπεριφοράς απέναντι σε γυναίκες και

κουήρ άτομα (όπως προκύπτει), ανακινούνται αλλά και είναι συνεχώς στο επίκεντρο δημόσιων και ακαδημαϊκών συζητήσεων λόγω της κοινωνικής κατασκευής του φύλου ως μιας συνθήκης με βαθιές ιστορικο-κοινωνικές και πολιτισμικές συνιστώσες. Ευρήματα όπως τα παραπάνω αλλά και το επιχείρημα της ‘ανάγκης για εκπαίδευση’ των ανθρώπων σε ζητήματα φύλου, ανάγεται πολύ συχνά, και αυτό συνέβει και στα σεμινάρια αυτά, σε ανάγκη εκπαίδευσης των νεαρότερων γενεών. Ως εκ τούτου, οφείλουμε να δούμε συνδυαστικά τις διακυμάνσεις που εμφανίστηκαν στα αποτελέσματα της μελέτης αυτής, την περιθωριοποίηση της ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητας και τα επιχειρήματα για εκπαίδευση των νεότερων γενεών. Από αυτό προκύπτει ότι **μελλοντικές δράσεις οφείλουν να εστιάσουν και στον τομέα της εκπαίδευσης, με σκοπό να εξοικειωθούν τα παιδιά περισσότερο, με ζητήματα φύλου, έμφυλης διαμόρφωσης της κοινωνίας, της γλώσσας και της δημόσιας ζωής καθώς και περιστατικά σεξιστικής συμπεριφοράς.**

Η παρούσα μελέτη αποτελεί μια μικρής κλίμακας ποσοτική προσέγγιση των στάσεων και αντιλήψεων για το φύλο ανάμεσα σε επαγγελματίες των ΜΜΕ και φοιτητές ακαδημαϊκών τμημάτων ΕΜΜΕ. Εξαιτίας του σχετικά μικρού αριθμού των απαντήσεων, χρειάζεται να γίνει ακόμα εκτενέστερη σχετική προσέγγιση με σκοπό να προκύψουν περισσότερο αντιπροσωπευτικά αποτελέσματα και πιο στοχευμένες μελλοντικές ενέργειες.

8 Βιβλιογραφικές αναφορές

Beckwith, K. (1985). Feminism and leftist politics in Italy: The case of UDI-PCI relations. *West European Politics*, 8(4), 19-37.

Boris, E. (2006). Desirable dress: Rosies, sky girls, and the politics of appearance. *International Labor and Working-Class History*, 123-142.

Brooks, A. (1997). *Postfeminisms: Feminism, cultural theory and cultural forms*. London and New York: Routledge

Campbell, R. Childs, S. (2010). ‘Wags’, ‘Wives’ and ‘Mothers’ ... But what about Women Politicians?, *Parliamentary Affairs*, 63(4): 760–777

Campbell, X.M. (2014), *Gendered Mediation: A Continued Disadvantage to Female Politicians*, Department of Political Science, Montreal: McGill University.

Constantin, A., & Voicu, M. (2015). Attitudes towards gender roles in cross-cultural surveys: Content validity and cross-cultural measurement invariance. *Social Indicators Research*, 123(3), 733-751.

Corner, J., & Pels, D. (Eds.). (2003). *Media and the restyling of politics: Consumerism, celebrity and cynicism*. Sage.

Dellinger, K., & Williams, C. L. (1997). Makeup at work: Negotiating appearance rules in the workplace. *Gender & Society*, 11(2), 151-177.

Douglas- Vavrus, M. (2002). *Postfeminist news: political women in media culture*. Albany, NY: State University of New York Press



Έκθεση στάσεων και αντιλήψεων για το φύλο
(D2.4 Report on equal opportunities in gender representation in the media)

Falk, E. (2010). *Women for president: Media bias in nine campaigns*. Champaign, IL: University of Illinois Press.

Hille, S., & Bakker, P. (2014). Engaging the social news user: Comments on news sites and Facebook. *Journalism Practice*, 8(5), 563-572.

Garcia-Blanco, I. & Wahl-Jorgensen, K. (2012) The Discursive Construction of Women Politicians in the European Press, *Feminist Media Studies*, 12:3, 422-441.

Lovenduski, J., & Norris, P. (2003). Westminster women: the politics of presence. *Political studies*, 51(1), 84-102.

Lee, A. M. (2013). News audiences revisited: Theorizing the link between audience motivations and news consumption. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(3), 300-317.

Madianou, M. (2005). *Mediating the nation: News, audiences and the politics of identity*. Psychology Press.

Mackay, F. (2001). *Love and politics: Women politicians and the ethics of care*. London and New York: Continuum.

Murdock, G. (1997). Thin descriptions: questions of method in cultural analysis. In J. McGuigan (ed) *Cultural methodologies*, London & Thousand Oaks: Sage, pp.178-192.

Pantelidou-Maloutas, M. (2007). *The gender of democracy: Citizenship and gendered subjectivity*. London and New York: Routledge.

Pascall, G., & Lewis, J. (2020). Emerging gender regimes and policies for gender equality in a wider Europe. *Journal of social policy*, 33(3).



Ramazanoglu, C., & Holland, J. (2002). *Feminist methodology: Challenges and choices*. London & Thousand Oaks: Sage.

Rezeanu, C. I. (2015). The relationship between domestic space and gender identity: Some signs of emergence of alternative domestic femininity and masculinity. *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology*, 6(02), 9-29.

Ross, K. & Sreberny, A. (2000), Women in the House: Media Representations of British politicians, in: A. Sreberny, & L. Van Zoonen (eds), *Gender, politics and communication*, Cresskill, NJ: Hampton Press, 79-99.

Sanghvi, M., & Hodges, N. (2015). Marketing the female politician: an exploration of gender and appearance. *Journal of Marketing Management*, 31(15-16), 1676-1694.

Segal, L. (1991). Whose left? Socialism, feminism and the future. *New Left Review*, (185), 81.

Smith, A. (2016). Mediated political masculinities: the commander-in-chief vs. the new man. *Social Semiotics*, 26(1), 94-110.

Taylor, Y., Hines, S. and Casey, M. (2010) (eds). *Theorizing Intersectionality and sexuality*. Basingstoke: Palgrave Macmillan

Von Nordheim, G., Boczek, K., & Koppers, L. (2018). Sourcing the Sources: An analysis of the use of Twitter and Facebook as a journalistic source over 10 years in The New York Times, The Guardian, and Süddeutsche Zeitung. *Digital Journalism*, 6(7), 807-828.

Wheeler, M. (2012). The democratic worth of celebrity politics in an era of late modernity. *The British Journal of Politics and International Relations*, 14(3), 407-422.

Ελληνικές αναφορές

Αθανασιάδου, Χ., Πετροπούλου, Σ. και Μιμίκου, Γ. (2001). *Οι συνθήκες της γυναικείας απασχόλησης στην Ελλάδα*. Αθήνα: ΚΕΘΙ

Εργαστήριο Κοινωνικής Έρευνας στα ΜΜΕ (2018) *Κοινωνικοί ρόλοι και έμφυλα στερεότυπα στα ΜΜΕ (τηλεοπτικές ειδήσεις)*. Έρευνα για λογαριασμό του Κέντρου Έρευνας Θεμάτων Ισότητας (Κ.Ε.Θ.Ι.)

Κακεπάκη, Μ. (2013). «Είναι ένας νέος τρόπος να ακουστεί η φωνή μου»: έμφυλες διαστάσεις της συλλογικής και ατομικής δράσης στην Αθήνα της κρίσης. *Ελληνική Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης*, 41: 35-59

ΚΕΘΙ (2018), *Οδηγός προς τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας για την εξάλειψη του σεξισμού και των έμφυλων διακρίσεων*. Αθήνα: ΚΕΘΙ

Παντελίδου-Μαλούτα, Μ. (1987). Οι Ελληνίδες και η ψήφος: το φύλο της ψήφου και η ψήφος του γυναικείου φύλου. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, 73(73): 3-38

Παντελίδου-Μαλούτα, Μ. (2007). Κρατικός φεμινισμός, πολιτικές για την έμφυλη ισότητα και κοινωνικές αντιλήψεις. *Ελληνική Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης*, 29: 5-39

Παντελίδου-Μαλούτα, Μ. (2013). Από τη σκοπιά του φύλου: όψεις της κρίσης. *Ελληνική Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης*, 41: 9-34

Παντελίδου-Μαλούτα, Μ. (2015). Η νεολαία επιστρέφει; Ελληνική πολιτική κουλτούρα και μεταβαλλόμενα πρότυπα πολιτικότητας των νέων στην κρίση. *Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης*, 43:5-46

Στρατηγάκη, Μ. (2013). Η πολιτική ισότητας των φύλων στη δίνη της οικονομικής κρίσης. *Ελληνική Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης*, 41: 60-83

Τασσόγλου Μ., Μοσχοβάκου Ν., Πουλακιδάκος Σ., Πλειός Γ., Βασιλακοπούλου Μ., Κούτσικος Λ., Σιγάλα Ε. (2020) “Οι Αναπαραστάσεις των Γυναικών Πολιτικών και της Έμφυλης Βίας στα ΜΜΕ: Ανάλυση Περιεχομένου σε Εφημερίδες, Ιστοσελίδες και Τηλεοπτικούς Σταθμούς”. Στο Σ. Κονιόρδος (επιμ). *Το πολιτικό φαινόμενο σε μετάβαση. Προκλήσεις για τη Δημοκρατία, το Κράτος και την Κοινωνία- Επιλεγμένες Εισηγήσεις*. Αθήνα: Κριτική

Τεπέρογλου, Α. (1999). Οικογένεια, γάμος, θεσμοί: απόψεις και αντιλήψεις των έγγαμων νέων: αποτελέσματα εμπειρικής έρευνας Νομού Θεσσαλονίκης. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, 98(98-99): 221-256.

Χριστόφορου, Χ. (1998) Γεωγραφία και κοινωνιολογία των εκλογικών αποτελεσμάτων. *Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης*, 11: 166-185

9 Παράρτημα: Ερωτηματολόγιο

Capacity building for women candidates and media stakeholders in public debates in Greece

Ερωτηματολόγιο στάσεων και αντιλήψεων σχετικά με το ζήτημα φύλου και ίσων ευκαιριών

- a. Φύλο
 - i. Γυναίκα
 - ii. Άνδρας
 - iii. Κουήρ
 - iv. Αυτοπροσδιοριζόμενο
- b. Ηλικιακή ομάδα
 - i. 20-30
 - ii. 31-40
 - iii. 41-50
 - iv. 51-60
- c. Επίπεδο εκπαίδευσης
 - i. Πρωτοβάθμια
 - ii. Δευτεροβάθμια
 - iii. Μεταδευτεροβάθμια
 - iv. Τριτοβάθμια
- d. Σε ποιο βαθμό χρησιμοποιείτε κοινωνικά δίκτυα (twitter, Facebook, Instagram)
 - i. Καθημερινά
 - ii. 2-3 φορές την εβδομάδα
 - iii. 2-3 φορές το μήνα
 - iv. Λιγότερο συχνά
 - v. Καθόλου
- e. Ποια από τις παρακάτω ημερήσιες πολιτικές εφημερίδες διαβάζετε με μεγαλύτερη συχνότητα τα τελευταία πέντε με έξι χρόνια;
 - i. Καθημερινή
 - ii. Εφημερίδα των Συντακτών
 - iii. Δημοκρατία
 - iv. Πρώτο Θέμα
 - v. Αυγή
 - vi. Ριζοσπάστη
 - vii. Τα Νέα

- viii. Κόντρα
 - ix. Ελεύθερη Ωρα
 - x. Φιλελεύθερος
 - xi. Μακελειό
 - xii. Εστία
 - xiii. Λόγος
 - xiv. Ελεύθερος Τύπος
 - xv. Espresso
 - xvi. Αγγελιοφόρος
 - xvii. Μακεδονία
 - xviii. Τύπος Θεσσαλονίκης
 - xix. Καμία από τις παραπάνω
- f. Ποια από τις παρακάτω αθλητικές εφημερίδες διαβάζετε με μεγαλύτερη συχνότητα τα τελευταία πέντε με έξι χρόνια;
- i. Φως
 - ii. Sport Day
 - iii. Κόκκινος Πρωταθλητής
 - iv. Live sport
 - v. Σούπερ Στόιχημα
 - vi. Ωρα για Σπορ
 - vii. Match Money
 - viii. Σπορ του Βορρά
 - ix. Metrosport
 - x. Καμία από τις παραπάνω
- g. Από ποιο από τα παρακάτω sites διαβάζετε συχνότερα τις ειδήσεις;
- i. Makeleio.gr
 - ii. Zougla.gr
 - iii. Protothema.gr
 - iv. Iefimerida.gr
 - v. In.gr
 - vi. Lifo.gr
 - vii. Enimerotiko.gr
 - viii. Thessalonikipress.gr
 - ix. Facebook.com
 - x. Κανένα από τα παραπάνω
- h. Πόσο συμφωνείτε με την άποψη ότι οι γυναίκες και οι άνδρες μπορούν να κάνουν το ίδιο καλά όλες τις εργασίες; (π.χ. νηπιαγωγός, οικοδόμος, αεροσυνοδός κλπ)
- i. Συμφωνώ απολύτως
 - ii. Συμφωνώ
 - iii. Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
 - iv. Διαφωνώ
 - v. Διαφωνώ απολύτως

- i. Ποιες οικιακές εργασίες θεωρείτε ότι είναι περισσότερο σχετικές με το γυναικείο φύλο;

Ε/Σ	Συμφωνώ απολύτως	Συμφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Διαφωνώ	Διαφωνώ απολύτως
Καθαριότητα σπιτιού					
Μαγείρεμα					
Σιδέρωμα					
Τάισμα παιδιών					
Περιποίηση εξωτερικών χώρων σπιτιού					
Ψώνια για το νοικοκυριό					
Επιδιορθώσεις					

- j. Σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι πρέπει τα δυο φύλα να έχουν την ίδια ευθύνη για τα οικονομικά του σπιτιού;
- i. Πάρα πολύ
 - ii. Πολύ
 - iii. Αδιάφορο
 - iv. Λίγο
 - v. Πολύ λίγο
 - vi. Καθόλου
- k. Σε ποιο βαθμό θεωρείτε ότι η πολιτική είναι μια δραστηριότητα στην οποία οι άντρες τα καταφέρνουν καλύτερα από τις γυναίκες;
- i. Πάρα πολύ
 - ii. Πολύ
 - iii. Αδιάφορο
 - iv. Λίγο
 - v. Πολύ λίγο
 - vi. Καθόλου
- l. Ποιοι επιστημονικοί κλάδοι πιστεύετε ότι είναι καταλληλότεροι για τους άνδρες και ποιοι για τις γυναίκες (βάλτε Α για τους άνδρες και Γ για τις γυναίκες);

Ε/Σ	Πάρα πολύ	Πολύ	Αδιάφορο	Λίγο	Πολύ λίγο	Καθόλου
Ιατρική						
Νοσηλευτική						
Πολιτικός μηχανικός						
Οικονομικά						
Ψυχολογία						
Πυρηνική φυσική						
Αρχαιολόγος						
Κοινωνιολόγος						
Φιλολόγος						

m. Από τις παρακάτω εξειδικεύσεις ΜΜΕ ποιες θεωρείτε ότι ταιριάζουν περισσότερο σε γυναίκες;

Ε/Σ	Πάρα πολύ	Πολύ	Αδιάφορο	Λίγο	Πολύ λίγο	Καθόλου
Δημοσιογράφος						
Πολεμική ανταπόκριση						
Παρουσίαση ειδήσεων						
Lifestyle δημοσιογραφία						
Εκπομπές υγείας						
Εκπομπές μαγειρικής						
Φωτορεπόρτερ						
Εικονοληψία						

n. Σε ποιο βαθμό θεωρείτε ότι η εμφάνιση συμβάλλει στην επαγγελματική επιτυχία;

Φ/Σ	Πάρα πολύ	Πολύ	Αδιάφορο	Λίγο	Πολύ λίγο	Καθόλου
Γυναίκες						
Άνδρες						
Κουήρ άτομα						

- ο. Κατά τη γνώμη σας πρέπει οι άνδρες και οι γυναίκες πολιτικοί να καλούνται εξίσου να συμμετέχουν σε τηλεοπτικές συζητήσεις ή αυτό εξαρτάται από το εκάστοτε θέμα συζήτησης;
- i. Πρέπει να καλούνται εξίσου
 - ii. Όχι εξαρτάται από το θέμα
- ρ. Ποια θέματα θεωρείτε ότι οι γυναίκες πολιτικοί είναι πιο αρμόδιες να καλύψουν;

Φ/Σ	Πάρα πολύ	Πολύ	Αδιάφορο	Λίγο	Πολύ λίγο	Καθόλου
Στρατιωτικά θέματα						
Οικονομικά θέματα						
Θέματα οικογενειακής πολιτικής						
Θέματα φύλου						
Θέματα δημόσιας τάξης						
Θέματα παιδείας						
Θέματα πολιτισμού						
Θέματα αθλητισμού						

ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΚΑΙ ΓΙΑ ΤΑ ΣΧΟΛΙΑ ΣΑΣ



This questionnaire was funded by the European Union's Rights, Equality and Citizenship Programme (2014-2020).

The content of the questionnaire and the corresponding seminar represents the views of the CECL only and is its sole responsibility. The European Commission does not accept any responsibility for use that may be made of the information it contains.