

članak primljen: 26. maja 2016.
članak prihvaćen: 11. juna 2016.
originalan naučni rad
UDK 32.019.5:343.62-055.2(497.113)"2015"
316.644:343.63-055.2(497.11)"2015"
316.77:343.63-055.2(497.11)"2015"

Bogdanka Rangelov

studentkinja doktorskih studija, Fakultet za medije i komunikacije, Beograd
bogdanka.rangelov@fmk.edu.rs

Analiza uticaja medijskog izveštavanja na percepciju u javnosti teme *Nasilje nad ženama u Srbiji* – studija slučaja

Apstrakt: Na oblikovanje percepcije javnosti ključan uticaj ima izveštavanje medija, što podrazumeva kvantitet i kvalitet objava. Iako se u nacionalnim medijima svakodnevno izveštava o nasilju u porodici, može se oceniti da način na koji se ova tema obrađuje negativno utiče na položaj i prava žena i na njihovu percepciju u javnosti. Rad se najvećim delom bazira na studiji slučaja Komunikacione strategije koju je autorka ovog teksta pripremala za Pokrajinski sekretarijat za privredu, zapošljavanje i ravnopravnost polova AP Vojvodine.

Ključne reči: nasilje nad ženama, mediji, etičko izveštavanje, rodna ravnopravnost

Uvod

Uprkos pomacima na polju rodne ravnopravnosti, u svakodnevnom životu postoje velike razlike u položaju žena i muškaraca u političkim, ekonomskim i kulturnim aspektima društva. Ovaj rad se bavi analizom medijskog izveštavanja na temu nasilja nad ženama, istraživanjem percepcije i stavova građana ove teme u javnosti, komunikacionim aspektima i strategijama koje bi dovele do promene percepcije i ponašanja, a koji bi potom doveli do suštinskog napretka u polju rodne ravnopravnosti i osnaživanja žena u svim aspektima društva. Deo rada posvećen je globalnom istraživanju učešća žena u medijima. Rad se najvećim delom bazira na studiji slučaja Komunikacione strategije koju je autorka ovog teksta pripremala za Pokrajinski sekretarijat za privredu, zapošljavanje i ravnopravnost polova AP Vojvodine (u daljem tekstu PSV), a koja se sastojala iz tri faze – Situacione analize, Medijske strategije i Implementacionog plana. Pojedine aktivnosti iz Implementacionog plana i dalje se sprovede u AP Vojvodini.

PSV u saradnji sa drugim pokrajinskim organima i institucijama i organizacijama civilnog sektora sprovodi Program za zaštitu žena od nasilja u porodici i partnerskim odnosima i drugih oblika rodno zasnovanog nasilja u AP Vojvodini za period od 2015. do 2020. godine. Glavni cilj Programa je da doprinese uspostavljanju nulte tolerancije na nasilje prema ženama u porodici i u partnerskim odnosima u AP Vojvodini i tretiranju ovog oblika nasilja kao kršenja ljudskih prava. Aktivnosti koje se sprovode u okviru Programa predstavljaju nastavak politike Pokrajinske vlade u suzbijanju nasilja prema ženama u porodično-partnerskom odnosu koji se kroz brojne projekte već sedam godina uspešno sprovodi. Ovaj pokrajinski organ, predlagač je i sprovodilac Strategije za zaštitu od nasilja u porodici i drugih oblika rodno zasnovanog nasilja, prvog dokumenta u Srbiji koji se sistemski bavi ovom temom, čije je sprovođenje (sa preko 80% ispunjenih ciljeva) pohvaljeno u Izveštaju Evropske komisije o napretku Srbije (2010).

Polazne osnove

Nakon usvajanja Strategije za zaštitu od nasilja u porodici i drugih oblika rodno zasnovanog nasilja 2008. godine, prvog dokumenta u Srbiji koji se sistemski bavi ovom temom, PSV je pokrenuo kampanju „Ka sveobuhvatnom sistemu za okončanje nasilja nad ženama u AP Vojvodini“ (2009–2013) uz podršku UN Trust Fonda. U tom periodu, fokus rada bio je usmeren na dva polja: 1) Podizanje kapaciteta rada institucija – nakon što je ustanovljeno da 80% službenika nije bilo adekvatno obučeno za pružanje pomoći u slučaju identifikacije nasilja nad ženama, organizovano je i održano preko 200 radionica i treninga po gradovima u Vojvodini, čime je proširen kapacitet institucija za prepoznavanje i rešavanje problema; 2) Podizanje svesti u javnosti u periodu 2009–2013 (informisanje javnosti) – uspešno su implementirane tri kampanje, čiji je osnovni cilj bio razbijanje predrasuda i stereotipa i podizanje na viši nivo svesti o ovom problemu. Sve tri kampanje imale su naziv „Hoću da znaš“, ali se fokus menjao u segmentiranom ili opštem obraćanju javnosti.

Na osnovu postignutih rezultata, PSV je 2013. godine postao partner zadužen za teritoriju Vojvodine u okviru projekta Integrisani odgovor na nasilje u porodici u Srbiji (2012–2014) koji sprovode UNDP, UNICEF i UN Women u saradnji sa Ministarstvom rada i socijalne politike i Ministarstvom prosvete, nauke i tehnološkog razvoja.

Nakon toga, u decembru 2014. godine, Vlada AP Vojvodina usvaja Program za zaštitu žena od nasilja u porodici i u partnerskim odnosima i drugih oblika rodno zasnovanog nasilja u Autonomnoj pokrajini Vojvodini za period 2015–2020 (u nastavku teksta Projekat). Projekat predstavlja nastavak politike Vlade AP Vojvodine u suzbijanju nasilja prema ženama u porodično-partnerskom odnosu, koja se sprovodila kroz Strategiju, kao i kroz projekte „Ka sveobuhvatnom sistemu za suzbijanje nasilja nad ženama u Vojvodini“ i „Integrisani odgovor na nasilje nad ženama u Srbiji“. PSV u sprovođenje Projekta kreće finansirajući se iz budžeta AP Vojvodina i ima za osnovni zadatak povećanje javne svesti i informisanosti.

U Projektu je naveden krajnji željeni cilj: „*Podignut nivo javne svesti o neprihvatljivosti nasilja prema ženama, uključujući osetljivost na potrebe žena iz višestruko marginalizovanih društvenih grupa, razvojem sistema preventivnih mera i aktivnosti-ma u koje su uključeni klasični i novi mediji, budući profesionalci iz relevantnih ustanova, organa i organizacija, udruženja građana, posebno ženske organizacije, deca i mladi, roditelji i stručnjaci koji rade sa decom i mladima u AP Vojvodini.*“¹

Konkretno, mere koje je potrebno preduzeti su: podsticati medije na teritoriji AP Vojvodine da primenjuju Kodeks rodno osetljivog izveštavanja i obezbediti stalnost u sprovođenju i finansiranju obuka za medijske radnike i radnice o rodno osetljivom, nediskriminatornom, etičnom izveštavanju; podsticati klasične i nove medije da realizuju tematske emisije i medijske aktivnosti kojima se podiže nivo javne svesti; podsticati privatni sektor, sektor za informacione i komunikacione tehnologije i sredstva javnog informisanja da daju maksimalni doprinos; informisati decu, roditelje i stručnjake koji rade s decom i mladima o opasnostima degradirajućeg sadržaja seksualne ili nasilne prirode.²

Prethodna medijska strategija nije bila usklađena sa kapacitetima koje PSV interno može da ispuni. Od medijskih aktivnosti postojala je inicijativa da se realizuju treninzi i seminari, a realizovana je pres konferencija povodom početka projekta i medijski doručak u Kanjiži, koji je ocenjen kao uspešan. Video klipovi i džinglovi distribuirani su medijima i naišli su na dobro interesovanje. Izrađen je sajt hocudaznas.org, koji pruža mnoštvo korisnih informacija, od onih namenjenih zrtvama nasilja do statističkih podaka i drugih relevantnih informacija koje se mogu koristiti u istraživačkom radu, a pre svega u radu medija. Uzimajući u obzir višejezičnost u Vojvodini, vrlo bitna prednost sajta je to što je obrađen na sedam jezika, a pored toga sadržaj je obrađen i u audio formatu. Sajt je i dalje aktivan.

Partneri

PSV je u navedenim kampanjama saradivao sa međunarodnim institucijama u Srbiji (UNDP, UNICEF, UN Women, UNTF), državnim institucijama (Ministarstvo rada i socijalne politike, Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja), lokalnim samoupravama (sve opštine u AP Vojvodina), NVO sektorom (Atonomni ženski centar, Ekumenska humanitarna organizacija, Centar za podršku ženama Kikinda, SOS ženski centar Novi Sad, Ženska alternativa Sombor, Udruženje Roma Novi Bečej i dr.), centrima za socijalni rad, sigurnim kućama u Vovodini i drugim institucijama i organizacijama. Inače, kampanja „Ka sveobuhvatnom sistemu za okončanje nasilja nad ženama u AP Vojvodini“ (2009–2013) jedan je od četiri projekta u Srbiji, a u vezi sa borbom protiv nasilja nad ženama, koji je bio podržan od strane UN u Srbiji.³

¹ Program za zaštitu žena od nasilja u porodici i u partnerskim odnosima i drugih oblika rodno zasnovanog nasilja u Autonomnoj pokrajini Vojvodini za period 2015–2020.

² Ibid.

³http://www.rs.undp.org/content/serbia/sr/home/operations/projects/poverty_reduction/integrated-response-to-violence-against-women-in-serbia.html

Zakonska regulativa

Tek od 2002. godine Republika Srbija, po prvi put u Krivičnom zakonu objavljuje da nasilje u porodici nije lična stvar člana porodice nego da je to društveno i državno pitanje. U tom zakonu se pod članom 164. propisuju krivična dela i kazne koje su zaprećene i po tom zakonu nasilje u porodici se smatra krivičnim delom, a nasilnicima se izriču kazne po okončanju sudskog postupka.

Pored ovog, najvažniji zakoni su: Porodični zakon – uređuje brak i odnose u braku i vanbračnoj zajednici, zaštitu od nasilja u porodici i primenjuje se kada se protiv nasilnika izreknu mere zaštite od nasilja; Zakonik o krivičnom postupku – predviđa dodatnu zaštitu posebno osetljivih i zaštićenih svedoka tokom trajanja krivičnog postupka i posebne mere zaštite oštećenih lica; Zakon o javnom redu i miru – primenjuje se u prekršajnom postupku u slučajevima nasilja u porodici.

Osim toga, doneti su opšti i posebni protokoli i nacionalne strategije koje pokrivaju ovu oblast: Opšti protokol za zaštitu dece od zlostavljanja i zanemarivanja (2009) – propisuje obaveze i aktivnosti države radi sprečavanja svih oblika i vrsta diskriminacije, naročito u pogledu posebno osetljivih kategorija lica među kojima su i žrtve nasilja u porodici; Nacionalna strategija za poboljšanje položaja žena i unapređivanje rodne ravnopravnosti (2009) utvrđuje politiku i ciljeve države u pogledu eliminisanja diskriminacije žena i poboljšanja njihovog položaja u društvu; Nacionalna strategija za sprečavanje i suzbijanje nasilja nad ženama u porodici i u partnerskim odnosima (2011), koja definiše uzroke i oblike nasilja i utvrđuje politiku i ciljeve države u pogledu sprovođenja zaštite žena od svih oblika partnerskog i porodičnog nasilja; Opšti protokol o postupanju i saradnji ustanova, organa i organizacija u situacijama nasilja nad ženama u porodici i partnerskim odnosima (2011), utvrđuje obavezu međusobne saradnje i informisanosti institucija i njihovo zajedničko delovanje u slučajevima nasilja u porodici, a radi brze i efikasne zaštite žrtava porodičnog nasilja; Posebni protokoli: Poseban protokol o postupanju policijskih službenika u slučajevima nasilja nad ženama u porodici i u partnerskim odnosima; Poseban protokol o postupanju centra za socijalni rad – organa starateljstva u slučajevima nasilja u porodici i ženama u partnerskim odnosima; Poseban protokol Ministarstva zdravlja Republike Srbije za zaštitu i postupanje sa ženama koje su izložene nasilju; Posebni protokol za pravosuđe u slučajevima nasilja nad ženama u porodici i partnerskim odnosima.

Relevantni dokumenti koji takođe čine pravni okvir za zaštitu od nasilja nad ženama i nasilja u porodici jesu: Zakon o ravnopravnosti polova, Zakon o zabrani diskriminacije, Zakon o socijalnoj zaštiti i Zakon o zaštiti podataka o ličnosti.

Stanje u oblasti – statistički podaci

U 2014. godini u Srbiji je ubijeno 27 žena u porodično-partnerskom odnosu (femicid), prema podacima Mreže „Žene protiv nasilja“. Najveći broj ubijenih žena bilo je starosti između 36 i 45 godina (33,30%). Kada je reč o rasprostranjenosti femicida po regionima, najveći broj femicida u 2014. godini učinjen u Vojvodini, u Južnobačkom okrugu. Podaci pokazuju zabrinjavajuću činjenicu da se čak svaka četvrta žena obratila se za pomoć i podršku nadležnim institucijama i pre nego što je ubijena. Čak u dve trećine slučajeva deca su prisustvovala nasilju koje otac čini prema majci, a u polovini slučajeva nasilje je bilo prisutno i prema deci, što čini ovaj problem još ozbiljnijim u društvenom smislu.⁴

U prvih šest meseci 2015. godine u porodično-partnerskom odnosu ubijeno je čak 26 žena, dok su u istom kontekstu, 2013, ubijene 43 žene.

Istraživanja nasilja prema ženama u porodičnom kontekstu u Srbiji, prate osnovne globalne karakteristike fenomena. Prema istraživanju Viktimološkog društva Srbije sprovedenog 2001. godine, svaka druga žena u Srbiji je doživela neki oblik fizičkog nasilja (46,1%), svaka treća je doživela neki fizički napad od nekog člana porodice (30,6%).

Kao glavne uzroke raširenosti nasilja nad ženama mogu se oceniti zavisn položaj, izazvan velikom nezaposlenošću žena, siromaštvo, tradicionalizam koji je naročito izražen u manjim sredinama i drugi. Po poslednjem popisu stanovništva u Srbiji (2011), stopa nezaposlenosti žena je za polovinu veća od stope nezaposlenosti muškaraca. Među zaposlenima u Srbiji ima 44% žena, a među nezaposlenima 54,3% su žene. Među onima koji su napustili posao „iz porodičnih razloga“ 80% su žene, a među onima kojima je rad u domaćinstvu jedini posao, čak 98% su žene. Udeo žena u vlasništvu nad uknjiženim objektima u Srbiji je 29,7%, a na upravljačkim mestima u privredi žene se nalaze u oko 30% slučajeva.⁵

Analiza medijskog izveštavanja o Projektu PSV – 2014. godina

U toku 2014. godine, zabeleženo je ukupno 28 medijskih objava u kojima se pominju aktivnosti u okviru projekta „Integrirani odgovor na nasilje nad ženama“.⁶ Od ukupno 28 medijskih objava, 23 objave su bile lokalnim medijima, a 5 u nacionalnim i to: 2 objave u dnevnom listu *Danas*, 2 objave na portalu RTS-a i jedna objava u magazinu *Poslovna žena*.

Prema tipu medija, najviše je objava bilo u štampanim medijima (15 objava) i na TV stanicama (9 objava), a po 2 objave su zabeležene na radio stanicama i na portalima.

⁴http://www.zeneprotivnasilja.net/images/pdf/FEMICID-Kvantitativno-narativni_izvestaj_za_2014_godinu.pdf

⁵ <http://euinfo.rs/nasilje-nad-zenama-najcesci-oblik-kršenja-zenskih-prava-2/>

⁶ Analiza je pripremljena na osnovu Ebart klipinga.

Najveći broj objava zabeležen je u julu (13 objava) a kada su podjednako obrađene sledeće teme: Potpisivanje Sporazuma o saradnji institucija u sprovođenju zaštite žrtava nasilja u porodici u Zrenjaninu – 5 objava; Program zapošljavanja žena žrtava porodičnog nasilja – 6 medijskih objava. Skoro sve objave obrađene su kao kratka informacija i samo u 4 objave u štampanim medijima teme su obrađene šire. S obzirom na to da su aktivnosti u okviru projekta u kojem je učestvovao PSV u 2014. godini i bile usmerene na teritoriju AP Vojvodine, mali broj objava u nacionalnim medijima ne iznenađuje.

IZVEŠTAVANJE MEDIJA O SLUČAJEVIMA NASILJA NAD ŽENAMA U 2015. GODINI (FEBRUAR, MART, APRIL)⁷

Što se tiče izveštavanja medija o slučajevima nasilja nad ženama, tromesečna analiza izveštavanja koju je uradila agencija Kontakta objavljena na portalu Cenzolovka, pokazala je da se samo sedmina svih objavljenih tekstova bavi fenomenom nasilja u partnerskim ili porodičnim vezama kroz šire novinarske forme (članak, komentar, intervju sa zvaničnicima), stavljajući akcenat na pojavu, a ne na pojedinačne slučajeve. Skoro polovina analiziranih tekstova (oni koji nisu u kratkoj formi) su tekstovi tabloidnog tipa. Nasilje nad ženama se kao tema našlo 53 puta na naslovnim stranama dnevne štampe. Stereotipno izveštavanje o ženama može se naći u četvrtini svih objavljenih tekstova, a u 40 odsto ovog štiva novinari i sagovornici nagađaju motive nasilja ili ubistva. Novinari koji izveštavaju o slučajevima nasilja nad ženama češće u fokus svojih priča stavljaju izjave članova porodica, komšija i svedoka, nego što citiraju izjave stručnjaka ili nadležnih lica. Samo jedna trećina analiziranih tekstova sadrži izjavu stručnjaka ili nadležnog lica.

ISTRAŽIVANJE MEDIJSKE EKSPONIRANOSTI NASILJA NAD ŽENAMA – 2011.

Istraživanje pod nazivom „Medijska eksponiranost nasilja nad ženama i rodna ravnopravnost u 2011.“, koje je sprovedla agencija *Ninamedia*, pokazuje da su domaći štampani mediji objavili čak 2 411 tekstova, a elektronski mediji emitovali 430 priloga o nasilju nad ženama i rodnoj ravnopravnosti. Iako ti podaci ukazuju na veliko interesovanje medija za ovaj problem, sadržaj objavljenih tekstova, odnosno priloga, otkriva da je nasilje najčešće stavljeno u funkciju senzacionalizma.

Još jedan problem u izveštavanju o ovoj temi predstavlja sve češće kršenje odredbi Kodeksa novinara Srbije koje se odnose na zaštitu identiteta, jer je u 45,7 odsto slučajeva direktno ili indirektno otkriven identitet nasilnika, a u 38,6 odsto i identitet žrtve. Istovremeno se na kaznu propisanu za počinioca nasilja ukazuje u svega 11,2 odsto slučajeva, a najveći udeo medijskih sadržaja koje se odnose na ovu temu su objavljeni u rubrici „Hronika“, što ukazuje na intenzitet senzacionalističkog izveštavanja.

⁷<http://kontakta.rs/analiza-izvestavanja-dnevne-stampe-o-nasilju-u-porodici-februar-mart-april-2015/>

Da bi se poboljšao kvalitet medijskog izveštavanja o ovom problemu, Uprava za rodnu ravnopravnost 2011. godine izdala je priručnik za medijsko izveštavanje o nasilju u porodici i nasilju nad ženama u kojem se navode preporuke namenjene svim novinarima koji izveštavaju o nasilju. Izbegavanje senzacionalizma, zaštita identiteta žrtve, navođenje propisanih sankcija i izbegavanje diskriminacije i stereotipa samo su neka od pravila kojih bi trebalo da se pridržavaju svi medijski profesionalci.

Percepcija javnosti o tematici

Na oblikovanje percepcije javnosti ključan uticaj ima izveštavanje medija, što podrazumeva kvantitet i kvalitet objava. Iako se u nacionalnim medijima svakodnevno izveštava o nasilju u porodici, može se oceniti da način na koji se ova tema obrađuje negativno utiče na položaj i prava žena i na njihovu percepciju u javnosti. Ovo je najčešće slučaj kada se na krajnje senzacionalistički način izveštava o žrtvama nasilja u porodici koje su javne ličnosti. Na ovaj način se u javnosti skreće fokus sa čina nasilja i krivice nasilnika na razne istinite ili neistinite detalje iz života žrtve i nasilnika što utiče na to da u javnosti žrtva nasilja često bude osuđivana, a nasilnik podržavan. Ovakvi slučajevi se dešavaju i kada žrtve nisu javne ličnosti. U medijima se često plasiraju romantizovane priče o tragičnoj ljubavi, o nasilniku kao dobrom i mirnom komšiji, pažljivom sinu itd.⁸ Sve ovo u javnosti relativizuje čin zločina.

Sa druge strane, skoro da ne postoje edukativni tekstovi koji sadrže informacije o tome gde i na koji način žene koje trpe nasilje mogu da se obrate za pomoć, o tome kako pomoći ženama u toj situaciji, o pozitivnim primerima kako se žena izborila sa nasilnikom i sl.

Poseban problem, svakako, predstavlja percepcija marginalizovanih grupa (Romkinje, žene na selu, žene invalidi) kojima je pristup informacijama otežan. Zbog socio-ekonomske situacije, utvrđenog načina razmišljanja grupe ili drugih razloga, za promenu razmišljanja marginalizovanih grupa potreban je poseban napor i pažljivo prilagođen pristup komunikacionim aktivnostima.

U analizama medijskog izveštavanja došlo se do zaključka da je izveštavanje o nasilju nad ženama senzacionalističko i da postoje gruba kršenja etičkog kodeksa novinara.

Stavovi građana o temi – rezultati ankete

Autorka je učestvovala u pripremi i sprovođenju ankete sa PSV-om koja je sprovedena u okviru akcije „16 dana aktivizma u borbi protiv rodno zasnovanog nasilja“ (25. novembar–10. decembar 2015), na ulicama gradova u Vojvodini, u kojoj je učestvovalo blizu 400 ispitanika/ca.

Svaki drugi Vojvođanin/ka izjasnio/la se da direktno (njih 37 odsto), ili preko poznanika (27 odsto ispitanika) poznaje ženu koja je žrtva nasilja u

⁸<http://kontakta.rs/analiza-izvestavanja-dnevne-stampe-o-nasilju-u-porodici-februar-mart-april-2015/>

porodično-partnerskom odnosu, pa ipak, preko 40 odsto njih kaže da ne zna da li bi se odlučio i da zavisi od situacije da li bi prijavio nasilje nad ženama. Preko 70% ispitanika smatra da žene nemaju ravnopravan status u našem društvu.

Velika većina, 76% ispitanika/ca priznaje da sumnja u efikasnost sistema zaštite žrtava, i to, trećina odgovara da ovakav stav polazi iz iskustva nekoga iz okruženja, a polovina njih ne zna direktno ali smatra da nemaju dobru zaštitu. Samo 3% anketiranih odgovorilo je da iz iskustva žena iz okruženja zna da je stepen zaštite dobar. Kada su upitani kome bi prijavili nasilje prema ženama, prvi izbor anketiranih (58%) bio je policija, potom socijalne službe (19%), a odmah iza toga slede organizacije civilnog sektora koje se bave ovom temom. Manji broj (8%) odgovorilo je da ne zna kome bi se obratio u tom slučaju. Iako skoro polovina ispitanika/ca (45%) misli da je najčešći oblik nasilja prema ženama u Srbiji psihičko nasilje, ispitanici/e većinski smatraju (78%) da se verbalno i psihološko nasilje ne definiše kao ozbiljan problem. Interesantan podatak je da većina ispitanika/ca (64%) nije znala ni kolika je maksimalna zatvorska kazna za učinioce krivičnog dela nasilja nad ženama.

Konkurs za medijsko izveštavanje o nasilju nad ženama i nasilju u porodici

Ove godine, PSV je raspisao konkurs za medijsko izveštavanje kao jednu od preporučenih aktivnosti iz Komunikacione strategije. Predmet konkursa je dodela bespovratnih sredstava medijskim kućama, nezavisnim produkcijama i organizacijama civilnog društva na teritoriji AP Vojvodine za doprinos unapređenju profesionalnih standarda u izveštavanju o nasilju prema ženama i nasilju u porodici. Sredstva su namenjena projektima unapređenja proizvodnje medijskih sadržaja koji će biti objavljeni u elektronskim, štampanim i onlajn medijima. Uz prijavu se šalju novinarski predlozi teksta, video ili audio-video rada koji do sada nisu objavljeni u medijima.

Ciljevi konkursa su: promocija koncepta rodne ravnopravnosti iz perspektive ljudskih prava, podsticanje medija da promovišu nestereotipne predstave o ženama, unapređenje medijske pismenosti i profesionalnih standarda u izveštavanju o nasilju prema ženama.

Prijave će se razmatrati na osnovu kriterijuma koji pokazuju: doprinos podizanju svesti javnosti o neprihvatljivosti rodno zasnovanog nasilja, uticaj, javni interes, etičnost, originalnost, inovativnost i kreativnost medijskog sadržaja, inicijativu pozitivnih promena za nenasilni model u društvu, nediskriminatorno, etično izveštavanje o rodno zasnovanom nasilju, kao i promociju nestereotipne i pozitivne predstave o ženama i značaju rodne ravnopravnosti za društvo u celini.

Učešće i uticaj žena u medijima – rezultati globalnog istraživanja

Iako broj žena koje rade u medijima globalno beleži rast, istraživanja su pokazala da su na rukovodećim pozicijama (producenti, glavni i odgovorni urednici i izdavači) i dalje dominantno muškarci. Projekat Globalni monitoring medija (The Global Media Monitoring Project, GMMP) objavljuje da će u celom svetu, novinarkama vrlo verovatno biti dodeljene ‘mekе’ teme kao što su porodica, lajfstajl, moda i umetnost. ‘Teške’ teme, vesti, politika i ekonomija, mnogo je manje verovatno da će biti poverene ženama. Nivo učešća i uticaja žena u medijima ima direktne implikacije na medijski sadržaj – više je verovatno da će žene medijski profesionalci da presnu potrebe i perspektive žena od svojih muških kolega.

Važno je da se prizna, međutim, da neće sve žene koje rade u medijima biti rodno svesne i sklone zastupanju potreba i perspektiva žena, kao što nije nemoguće da će muškarci efikasno pokrivati rodna pitanja. Bez obzira na to, izvesno je da će prisustvo žena na radiju, televiziji i u štampi da obezbedi pozitivne uzore za žene i devojke da steknu poverenje u žene kao izvor informacija, te da će privući ženski publiku.

Obrađivanje teme rodne ravnopravnosti u medijima trebalo bi da bude profesionalno i etički zastupljeno, slično poštovanju za ispravnost informacija, pravičnosti i poštenja. Ipak, nejednako prikazivanje rodne ravnopravnosti je široko rasprostranjeno. Projekat GMMP nalazi da će žene, češće od muškaraca biti istaknute kao žrtve u vestima i da će biti identifikovane prema porodičnom statusu. Žene su takođe daleko manje nego muškarci istaknute u naslovima glavnih vesti i da će se na njih osloniti kao na ‘glasnogovornike’ ili kao ‘eksperte’. Određene kategorije žena, kao što su siromašne, starije žene, ili one koje pripadaju etničkim manjinama, još su manje vidljive.

Stereotipi, takođe, svakodnevno preovladavaju u medijima. Žene se često prikazuju isključivo kao domaćice, zavisne od muškaraca ili kao objekti muške pažnje. Izveštavanje žena reportera sigurno će se više boriti protiv stereotipa od onih koje dostavljaju muškarci. Može se zaključiti da postoji veza između učešća žena u medijima i poboljšanja percepcije i zastupljenosti žena u javnosti.

Evropska komisija (2010) preporučuje, na primer, da bi trebalo da postoje postavljena očekivanja rodne jednakosti na panelima eksperata na televiziji ili radiju kao i kreiranje tematske baze žena koje će biti intervjuisane kao eksperti od strane medijskih profesionalaca. Pored toga, trebalo bi uložiti napore da se žene i muškarci predstave u medijima u ne-stereotipnim situacijama.

Ovaj izveštaj ukazuje na jaz između realnog života žena i muškaraca u Evropi i reprezentacija u medijima. Izveštaj predlaže mere za promociju: uravnoteženih i ne-stereotipnih perspektiva; jednakih mogućnosti i uslova rada u medijskom sektoru; povećano učešće i pristup pozicijama donosilaca odluka za žene u medijima. Izveštaj poziva da se pripremi dubinsko istraživanje javnog imidža žena u medijima, uključujući i advertajzing.

Mediji nastavljaju da prikazuju javni život kao domen muškog dela populacije, iako sve više žena igra vodeću ulogu u društvu. Na primer, samo 10 odsto evropskih

političara u vestima su žene, ispod svetskog proseka od 12 odsto. Pored toga, video igre predstavljaju žene stereotipno i seksistički.

Iako postoje mnoge žene koje rade u medijskom sektoru, one su nedovoljno zastupljene na pozicijama odlučivanja. Prepreke sa kojima se žene suočavaju u medijskoj profesiji su slične onima sa kojima se susreću na tržištu rada generalno:

- Diskriminacija u fazi zapošljavanja, razlike u primanjima u proseku od 18%, nesigurniji uslovi zapošljavanja.
- Postoji tendencija gde su žene medijski profesionalci vrednovane prema fizičkom izgledu: Projekat GMMP iz 2010. godine pokazuje da čak 79% žena prezentera ima manje od 34 godine. Ova prisutnost pada na čak samo 7% u starosnoj dobi od 50 do 64 godine.
- Žene su nedovoljno zastupljene kao reporteri i često im se dodeljuju lokalne teme, društvo, zdravlje i obrazovanje.

U cilju promovisanja ravnopravnog učešća žena u medijima i donošenju odluka, treba preduzeti sledeće korake:

- Medijske kuće trebalo bi da podstiču i osnažuju žene za preuzimanje visokih pozicija, da garantuju jednake uslove rada za muškarce i žene, stvaraju baze podataka o ženama ekspertima i obezbede paritet u ekspertskim panelima.
- Trebalo bi prikupiti baze podataka o muškarcima i ženama u medijima i finansirati studije o zastupljenosti stereotipa u medijima.
- Medijska i advertajzing udruženja trebalo bi da aktivno promovišu etičke kodekse i rodno osetljiva pitanja među svojim članovima.
- Udruženja bi trebalo da promovišu nagrade za rodno osetljive reklame i novinske među svojim članovima. Oni bi trebalo da promovišu kampanje za podizanje svesti usmerene na decu, studente i širu javnost.
- EU bi trebalo da uspostavi Evropsku grupu za monitoring medija, koja bi trebalo da podstiče zemlje da sprovede postojeće zakonske regulative EU i da prati njihovu primenu.

Appendix 1 - SWOT analiza komunikacione pozicije Projekta PSV

SNAGE (Strengths)	SLABOSTI (Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Značaj borbe protiv nasilja nad ženama za društvo <input type="checkbox"/> Prvi regionalni državni organ u Srbiji koji je sistemski pristupio rešavanju ovog problema <input type="checkbox"/> Iskustvo saradnje sa brojnim institucijama i organizacijama <input type="checkbox"/> Iskustvo u organizovanju preko 200 radionica i treninga po gradovima u Vojvodini <input type="checkbox"/> Uspešno implementirane tri kampanje za podizanje svesti o nasilju nad ženama <i>Hoću da znaš</i> <input type="checkbox"/> Sedmogodišnji kontinuirani rad na ovom polju (od 2008. godine) <input type="checkbox"/> Olakšan pristup saradnji sa lokalnim NVO organizacijama i stručnjacima iz državnih institucija (lekarima, psiholozima, socijalnim radnicima i dr.) <input type="checkbox"/> Dobra upoznatost i saradnja sa lokalnim medijima <input type="checkbox"/> Dobro koncipiran informativni web sajt <i>hocudaznas.org</i> koji je i dalje aktivan 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Velike teškoće u pristupanju marginalizovanim grupama <input type="checkbox"/> Ograničeni kapaciteti tima (3 člana) <input type="checkbox"/> Lokalni uticaj aktivnosti na Projektu <input type="checkbox"/> Nedostatak saradnje sa nacionalnim medijima
MOGUĆNOSTI (Opportunities)	PRETNJE (Treats)
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Povezivanje sa brojnim međunarodnim i državnim institucijama, kao i NVO sektorom, zbog značaja teme <input type="checkbox"/> Sve veća tendencija društvene emancipacije <input type="checkbox"/> Značaj rada u ovoj oblasti za EU integracije <input type="checkbox"/> Uspostavljanje medijskog partnerstva <input type="checkbox"/> Saradnja sa kompanijama u okviru njihovih CSR aktivnosti <input type="checkbox"/> Ostvarivanje saradnje sa novinarkama i ženama iz javne sfere <input type="checkbox"/> Sve veći uticaj društvenih mreža kao kanala komunikacije (Facebook, Twitter, YouTube i dr.) 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Pokrajinski izbori i potencijalne političke promene <input type="checkbox"/> Premeštanje fokusa javnosti na druge društveno značajne teme (migranti, siromaštvo, politička previranja i dr.) <input type="checkbox"/> Površno i senzacionalističko izveštavanje medija o slučajevima nasilja nad ženama <input type="checkbox"/> Neadekvatan izbor sagovornika u medijima kada su u pitanju slučajevi nasilja nad ženama <input type="checkbox"/> Dominantan patrijarhalni model razmišljanja u Srbiji

Zaključak

Iako su u protekloj godini štampani i elektronski mediji u Srbiji objavili čak 2 841 prilog o nasilju nad ženama i rodnoj ravnopravnosti, kvalitet medijskog izveštavanja o ovoj temi nije zadovoljavajući. Dominira senzacionalizam, često se krši Kodeks novinara Srbije, a potpuna interpretacija problema o kojem društvo i dalje čuti gotovo i da ne postoji.

Nasilje nad ženama i u porodici je društveni problem, a ne problem pojedinca ili samo porodice. To nije privatna stvar koju treba sakrivati, ali tabloidnim iznošenjem detalja iz privatnog života žrtve koja se time omalovažava, čime se posredno implicira da je navodno izazvala nasilnika, stvara se utisak da je nasilje opravdano. Na gruba kršenja etičkog kodeksa novinara, potrebne su reakcije medijskih i stručnih udruženja, civilnog sektora i države, jer izveštavanje o nasilju u nad ženama i u porodici, direktno oblikuje stavove građana i građanki u Srbiji. Mediji imaju presudnu ulogu u formiranju javnog mnjenja, na njima je odgovornost i zadatak da kroz svoje izveštavanje zaštite žrtvu i nedvosmisleno poruče da je nasilje krivično delo i da mora biti kažnjivo.

Osnovni nedostatak medijskog izveštavanja o nasilju u porodici i nasilju nad ženama je način na koji se piše o ovoj temi, jer je povod gotovo uvek nasilan čin koji se završi ubistvom žene, a izveštavanje se uglavnom završi bez osude samog nasilja. Neretko se koriste senzacionalistički naslovi praćeni tekstem koji pokušava da rasvetli sam zločin tražeći uzroke porodične tragedije u karakteru i ponašanju žrtve (žene), vrlo retko se navode stručna tumačenja. Sve ovo ukazuje na visok stepen tolerancije prema nasilju u društvu.

Komercijalna dobit i trka za tiražom dovodi do medijskih zloupotreba koje često za žrtve mogu biti štetne podjednako kao i samo nasilje. Regulatorna tela bi u brojnim slučajevima kršenja etičkog Kodeksa novinara Srbije morala da reaguju. Državne institucije nemaju zvaničnu statistiku o ženama žrtvama nasilja.

Značaj Pokrajinskog programa za zaštitu žena od nasilja, pored činjenice da je to još uvek jedini starteški dokument u državi koji je usaglašen sa Konvencijom Saveta Evrope protiv nasilja prema ženama, jeste opredeljenost za njegovu primenu. Plan za ekonomsko osnaživanje žena i za podršku ženama sa invaliditetom, Romkinjama i seoskim ženama sa iskustvom nasilja, uz otvoreno uvažavanje ekspertize specijalizovanih ženskih organizacija, takođe čini posebnim ovaj dokument.

Neophodna je i kontinuirana nacionalna kampanja podizanja nivoa svesti javnosti o neprihvatljivosti nasilničkog ponašanja, ali i upoznavanja građana sa obavezama institucija koje postupaju u slučajevima nasilja.

Analysis of Contribution of Media Reporting on Public Perception of the Topic Violence Against Women in Serbia – Case Study

Abstract: In the design of public perception, media coverage has key influence, including the quantity and the quality of releases. Although the national media, daily reports on domestic violence, it can be said that the ways in which this theme is treated in media negatively affects the status and rights of women and their perception by the public. The paper is based on a case study of the Communication Strategy which the author prepared for the Provincial Secretariat for Economy, Employment and Gender Equality of AP Vojvodina.

Keywords: violence against women, the media, ethical reporting, gender equality