



MONITORING PRINTANIH MEDIJA U BOSNI I HERCEGOVINI

ZASTUPLJENOST I NAČIN PREDSTAVLJANJA ŽENA U MEDIJIMA

Monitoring printanih medija u BiH o pojavnosti i prezentaciji žene
Udruženje/udruga "BH novinari", juli/srpanj 2005. godine

Analizom medijskog rukopisa jednog društva najlakše je spoznati njegov svakodnevni obrazac odnosa prema ženi, odnosno vladajuću predstavu o rodnim ulogama u toj zajednici. Iako se medije ne može držati direktno odgovornima za akcije, stavove ili ponašanje pojedinaca, oni su nepobitno moćni u oblikovanju i definiranju javnog diskursa, uključujući održavanje rodnih uloga i prenošenje mogućih negativnih i stereotipnih slika žene. Ako je glavni medijski posao prezentiranje stvarnosti, odnosno proces kojim se oblikuju i razmjenjuju određena značenja unutar jedne kulture, onda je jasno da vladajuće predstave o ženama umnogome zavise od medijskog reprezentiranja.

Dvosedmični monitoring dnevnih novina u Bosni i Hercegovini, različitih uredjivackih politika, geografske pokrivenosti ili profila čitalaca, pokazao je ogromnu sličnost u načinu prezentiranja žene i odnosu prema njoj, odnosno zajedničku matricu ignoriranja žene u društvu.

Osnovne karakteristike pojavnosti žena u bh. medijima, koje je polučio ovaj monitoring su:

- *Žene su marginalizirane u medijima i u pogledu zastupljenosti ali i tematski*
- *Žene se, s izuzetkom jednog lista, ne oslovljavaju rodno korektno*
- *Mediji tretiraju žene više kao transmitore necijeg mišljenja nego protagonistice dešavanja koje imaju osobni stav o temi koja se obradjuje*
- *Mediji nisu senzibilni za ženska pitanja i dostugnuća žena*
- *Mediji reproduciraju patrijarhalno obojeni model žene u društvu*
- *Način oslikavanja žene gotovo je identican u svim medijima što znači da predstavlja dominantnu karakteristiku zajednice*

Kada slične poruke o ženi generiraju veoma različiti mediji to upućuje na postojanje dominantne politike predstavljanja koja je u skladu s vazećim kulturnim obrascima. Korišćenjem ovih obrazaca mediji pažljivo

kultiviziraju poželjne predstave o rodnim identitetima i ulogama. Zato je s razine medijske politike bitno ne samo koliko je ženski spol zastupljen u medijima već, prvenstveno, kako je on predstavljen. Tačnije, da li je taj pogled stereotipan i tradicionalistički isključiv ili pak standardiziran u duhu politike rodne ravnopravnosti te potreba balansirano izvještavanja i nestereotipne prezentacije žena u medijima.

Metodologija i vremenski okvir: Analiza printanih medija u BiH o predstavljenosti žene u medijima radjena je na osnovu dvosedmičnog monitoringa pet dnevnih novina (Dnevni Avaz, Oslobođenje, Nezavisne novine, Glas srpske i Dnevni list) u periodu od 05. do 19. jula 2005. godine. Monitoring je obuhvatao kompletan autorski sadržaj pomenutih novina, izuzevši reklamni prostor, estradu i zabavu, te vanjsku politiku koja se odnosi na pominjanje žena koje dolaze izvan prostora BiH. Monitoringom je obuhvaćeno 68 izdanja pomenutih dnevnika sa približno 4.500 objavljenih naslova (kratke vijesti, informacije, izvještaji, tematski tekstovi, intervjui, komentari) s ciljem determiniranja *a*) učestalosti/zastupljenosti pojavljivanja žena u novinama i *b*) načina njihove prezentacije, odnosno socijalnog obrasca o ženi koji se medijima prenosi. Monitoringom je, takodjer, obuhvaćena i prezentacija djece u dnevnim novinama u istom periodu i medijskom uzorku.

Pojavnost žena u medijima: Dobijeni podaci nedvosmisleno ukazuju da su žene u medijima marginalizirane, a da za djecu nema mjesta u “svijetu odraslih” izuzev u humanitarnim pozivima za pomoć ugroženima. Što se tiče učestalosti pojavljivanja žene u medijima, statistika je više no poražavajuća - u ukupnom broju objavljenih tekstova u svim novinama žena se aktivno ili pasivno pojavljuje samo u 4,4 posto tekstova a od tog broja više od jedne četvrtine objavljenih tekstova odnosi se na mahom pasivno spominjanje žene na stranicama crnih kronika (26,2 posto). Nažalost, čak i ovako konzervativni podaci o učestalosti pojavljivanja žena u medijima mogu biti uzeti s rezervom s obzirom da je monitoring radjen u vrijeme obilježavanja desetogodišnjice srebreničke tragedije (prva polovina jula). Objektivna pretpostavka da se 11 posto objavljenih tekstova koji se odnose na prikazivanje žena prognanica, povratnica ili žrtava rata u BiH te rada

njihovih udruga, ne bi pojavilo u drugom vremenskom periodu monitoringa, što bi dodatno umanjilo ionako nisku zastupljenost žena u BH medijima.

Analiza tekstova u kojima se pojavljuju žene pokazuje da su one i tematski marginalizirane u odnosu na muškarce, odnosno da se ta razlika povećava s povećanjem razine moći. Naime, žene se ne pojavljuju u tekstovima koji se odnose na državno ustojstvo ili javne organe na razini države (zabilježena su samo 4 slučaja!), a kako moć opada s državne na entitetsku, kantonalnu ili općinsku razinu tako se pojavnost žene povećava iako i dalje u ukupnom zbroju ne prelazi par postotaka. Interesantno je da se žene ne pojavljuju u tradicionalno "bliskim" tematikama poput školstva, no to se također može pojasniti činjenicom da je vrlo malo tekstova o toj tematici objavljivano u periodu ljetnjeg raspusta.

Žene se uopće ne pojavljuju u tekstovima iz domena stranačkog života (politika je čvrsto "rezervirana" za muškarce) ili sigurnosti društva (Žena i vojska/policija? Nečuveno!) potom ekologije ili poljoprivrede, a neznatnatan je udjel u tekstovima iz oblasti nauke, vanjske politike, demografije ili turizma. No zato će informacija o otvaranju bazena u bilo kojem dijelu BiH biti ilustrirana fotografijom djevojaka u što oskudnijim kostimima, što će im obezbijediti mjesto čak na prednjim stranicama novina, rezerviranim za "ozbiljne muške stvari".

Očekivano, žena se u većem dijelu tekstova pojavljivala na stranicama kulture (10,7 posto) ali se od tog broja više od 90 posto tekstova odnosilo na informacije i intervjue s glumicama i pjevačicama dok je zabilježen samo jedan tekst sa slikaricom iz Banja Luke. Žene iz drugih domena kulture uopće nisu tretirane. Primjerice, na listi od 20 knjiga koje mostarski dnevnik preporuča čitateljima za vrijeme ljetnjeg odmora, 19 je autora pisaca a jedna knjiga spisateljice namijenjena je djeci predškolskog i školskog uzrasta.

Žena sportistkinja dobija pažnju medija isključivo kad postigne zapažene rezultate na međunarodnoj sportskoj sceni ili kao izvor za informaciju u slučaju da visoko kotira u klubskoj hijerarhiji (trenerica ili direktorica nekog ženskog tima). Dok sportisti, pogotovu nogometa ili košarke, prostor u medijima dobijaju i izvan sportskih terena ili uspjeha (otputovao na ljetovanje, uganuo nogu i slično) sportistkinji isti tretman nije zagarantiran

niti kada donese zlato s međunarodnog takmičenja. Primjer: banjalučki dnevnik nakon održanih Mediteranskih igara u Španjolskoj objavljuje tekst o uspjesima BH sportista napominjući u podnaslovu kako je karatista Adnan Hadžić *najuspješniji* sportista naše zemlje na ovim igrama jer je osim ovogodišnje srebrne medalje i prije 4 godine osvojio bronzu u Tunisu. Njegov bronžani uspjeh od prije četiri godine time je postao daleko bitniji od ovogodišnjeg zlata karatistkinje Arnele Odžaković (što će pak saznati samo oni koji isčitaju čitav tekst) a pogotovu od uspjeha Merime Softić uz koju nipodaštavajuće stoji da se i ona okitila medaljom, “ali bronžanom”. Ostali bh. sportisti s bronžanom medaljom, za razliku od sportistkinja, dobili su veći prostor, objavljenu fotografiju te neskriveno novinarsko priznanje.

Takodjer važno za napomenuti jeste da su u proteklom periodu objavljeno svega tri teksta koja se odnose na ravnopravnost spolova u BiH, odnosno tretiranjem ženskog pitanja u zajednici, te jedan članak o Sigurnoj kući za žene žrtve nasilja u obitelji. Od tekstova o gender ravnopravnosti jedan se odnosio na izvještaj sa sastanka o implementaciji Zakona o ravnopravnosti spolova u BiH i objavljen je samo u banjalučkom dnevniku. Druga dva teksta objavljena su u mostarskom dnevniku od kojih su u jednom o ravnopravnosti spolova govorile članice nevladinog sektora, inače angažirane na promociji ženskog aktiviteta. Iako je tekst objavljen u revijalnom dijelu vikend izdanja (neposredno prije teksta o najljepšim ženskim grudima kroz povjest) ipak je vrijedno zabilježiti da je objavljen na dvije stranice i da sugerira veći aktivitet nevladinog sektora u promociji spolne jednakopravnosti. Drugi tekst objavljen u istoj novini svojevrsni je korak unatrag i bolje ga je što prije “zaboraviti”. Iako se bavi jednakopравноšću spolova tekst pokazuje veliku medijsku ignoranciju po ovom pitanju. Novinarka, naime, na više od pola stranice “otkriva” čitateljima kako će BiH uskoro dobiti Zakon o ravnopravnosti spolova i što sve takav zakon može sadržavati i regulirati. Za neupućene, BiH Zakon o ravnopravnosti spolova ima već više od dvije godine, ali je njegova implementacija i polularizacija, očito, neatraktivna za ovdašnje medije.

Aktivna i pasivna pojavnost žena u tekstovima: Primjetno je da se žene pojavljuju aktivno u većini tekstova u kojima se očituju (izuzetak crna kronika, gdje se pasivno pominje žena kao žrtva ili sudionik događaja), odnosno da govore, citirane su ili se kao izvor informacije navode u tekstu.

Aktivno pojavljivanje direktno je povezano s funkcijom koju žena obavlja (glasnogovornice državnih organa i uposlenice javnih institucija, najčešće zdravstvenih ili socijalnih, a rjeđe regulatornih poput RAK-a) i najčešće se pojavljuju samo kao prijenosnik stavova institucije koju predstavljaju.

Od ukupnog broja tekstova u kojima se aktivno ili pasivno pojavljuje žena ili se na ženu tekst odnosi (230 naslova), u 24 posto (55 tekstova) žena je subjekt članka odnosno glavni ili jedan od bitnijih izvora informacije. Od ovog broja tekstova žene kao aktivne sugovornice dolaze kao predstavnice nevladinog sektora u 30.1 posto slučajeva (većinom iz udruga stradalnica rata, odnosno srebreničke tragedije, manje kao humanitarne djelatnice, predstavnice udruge prijeratnih deviznih štediša, a vrlo rijetko kao aktivne članice ženskih udruga) potom javnih institucija (28,4 posto), uposlenice različitih razina vlasti (14,5 posto), privatnog sektora 18 posto (najčešće iz domena kulture – muzika, teatar i film) te kao stručnjakinje u tek 9 posto (advokatice obrane, forenzičarke, liječnice epidemiološkinje). Žene su u najvećem broju članaka prikazane kao osobe koje vrše neku funkciju (bilo vladinom ili nevladinom sektoru) ili ulogu povezanu s temom koja se obradjuje. Govor žene u medijima češće se referira na organizaciju koju predstavlja, a daleko manje na osobno djelovanje ili interese.

Geografski kontekst iz kojeg žene o kojima se piše dolaze usko je vezan za entitetsku podjelu BiH i pokrivenost čitalačke publike koju medij preferira. Velika većina žena dolazi iz većih gradova poput Sarajeva, Banja Luke ili Mostara, s tim da se odnos mijenja u odnosu na entitetsku pripadnost same novine.

Interesantno je da se navodjenje profesije žene na koju se tekst reflektira vezuje mahom za žene koje dolaze iz privatnog sektora ili stručnjakinja u nekoj oblasti, dok se u potpunosti izostavlja kod žena koje dolaze iz nevladinog, vladinog ili javnog sektora gdje dominira isključivo navodjenje njihovih funkcija (članica, glasnogovornica, predstavnica, predsjednica i sl.) bez referiranja o njenim stručnim ili radnim dostignućima.

Navodjenje stranačke pripadnosti ili političkih afiniteta žene je vrlo rijetko: ukoliko obavlja neku državnu funkciju podrazumijeva se da je poznat njen politički background, a ukoliko dolazi iz nevladine, privatne ili stručne sfere mediji ne postavljaju pitanje njenog političkog promišljanja već je naprotiv

časte apolitičnim komplimentima tipa “ne pripada niti jednoj stranci” ili “nju politika je ne zanima”.

Godine, temperament ili metafore na izgled i intelekt žena nisu predmetom pisanja BH medija. Postoje određena referiranja poput “mlada i lijepa Bosanka” ali su ona vezana isključivo za predstavljanje žena iz privatnog sektora, odnosno kulturnog miljea. Mada je direktno referiranje na intelekt žene izostavljen u tekstovima, oprema drugih tekstova ili potpisi pod fotografije nerjetko šalju poruke da je žena tek lakomisleni potrošač, što je nakon uloge majke ili žrtve njena dominantna uloga u bh. medijima. Primjerice, podnaslov teksta o sezonskim sniženjima odjeće i obuće glasi “Sniženja obradovala mostarske pomodarke”, mada se u tekstu navodi da se sniženja odnose na sve odjevne predmete, koje logično odjevaju i muškarci. No, ženska kupovina odjeće karakterizira ju kao lakomislenu “pomodarku” dok je muškarčeva, za pretpostaviti, rezultat kulturoloske potrebe. (Uostalom, postoji li u našem jeziku izraz “pomodarac”?)

Rodno oslovljavanje: S izuzetkom Dnevnog lista (Mostar), mediji ne oslovljavaju žene rodno korektno. Najdosljedniji u muskuliziranom oslovljavanju žena su Glas srpske (Banja Luka) te Nezavisne novine (Banja Luka). Dnevnicima sa sarajevskom centralom, Oslobođenje i Dnevni avaz, također su većinom rodno nekorektni iako se u pojedinim tekstovima može pronaći ženska forma oslovljavanja kod tradicionalno “muških zanimanja” i titula, što očito ovisi od samog autora ili autorice teksta. Rodno korektno oslovljavanje koristi u većini slučajeva samo Dnevni list (Mostar) što se može tumačiti upotrebom hrvatskog jezika u kojem je princip vidljivosti žene u standardnom jeziku nadređen principima jezičke derivacije.

Korektno rodno oslovljavanje pojavljuje se u svim medijima isključivo kada se navode zanimanja poput pjevačice ili glumice, nešto rjeđe liječnice ili profesorice, ali su sve “bitnije” funkcije (predstavnik, predsjednik, ministar, zamjenik ministra, ombudsman, član, pa čak i glasnogovornik) najčešće rezervirane za formu muškog roda. Drugim riječima, rodno nekorektno oslovljavanje i tituliranje u muškom rodu direktno je proporcionalno zanimanjima koja označavaju veću društvenu moć. Formom muškog roda mediji nerjetko izrazavaju poštivanje i pozitivan stav o ženi o kojoj pišu, perpetuirajući time opasne stereotipe da su muškarci sposobniji, odgovorniji ili pametniji od žena. Kad se citira liječnica koja govori o broju oboljelih od

serioznog meningitisa rodno oslovljavanje je korektno. Međutim, kada se treba odati počast poginuloj profesorici Stomatološkoj fakulteta u Foči i naglasiti njena stručna dostignuća, doktorica Olga Blagojević automatski postaje “profesor doktor, dekan Olga Blagojević”.

Jačina stereotipa o muškoj superiornosti, dakle spolu vrijednom divljenja i pažnje, naspram ženske blago rečeno nesavršenosti, ponekad pravi i tragikomične situacije u medijima. Iako nema medija koji će rodno nekorektno osloviti pjevačice, pogotovu narodne muzike, želja za odavanjem priznanja kao da se radi o “savršenom muškarcu” nagnala je banjalučki dnevnik da formom muškog roda u naslovu oslovi pjevačicu Merimu Njegomir,: “Pjevač srpske izvorne muzike”. Jer “Pjevač”, kako to gordo zvuči! Ili pak kada se uz tekst o operaciji jajnika pojašnjava kako se nakon operacije osjeća tretirani “pacijent”, iako sama priroda nalaže da isključivo pacijentica može operirati jajnike.

Kada se u tekstovima sa zanimanjima koja se tradicionalno oslovljavaju muškom formom i označavaju viši stepen hijerarhijske moći u drstvu (poput “univerzitetski profesor”) iznenada pojavi forma ženskog roda i to već u samom naslovu, uočljivo je da autori već takvim rodnim oslovljavanjem sugeriraju nemoć žene ili negativni odnos prema ženama koje iz sfere privatnog, za nju rezerviranog okruženja, prelazi u javni: “Izbor za dekana: Nezadovoljne profesorice mogu se samo žaliti sudu”.

Žena u službi patriotizma: Mada je marginalizacija žena u medijima posljedica patrijarhalno socio-kulturnog nasljedja i nedovoljnog učešća žena u društvenim procesima odlučivanja, odnosno raspodjeli ekonomske i druge moći, mediji ne mogu biti izuzeti od odgovornosti za stalno promicanje stereotipa o ženama. Čak i u situaciji više no očitog odsustva tekstova u kojima se reflektira interes ili mišljenje žena, bh. mediji opremom drugih tekstova iznova potiču protok stereotipa o ženi kao neprestalnom simbolu slabosti, neimaštine, nesposobnosti, neminovne žrtve ili pak potrošača.

Naime, žene se najčešće koriste za opremanje tekstova koji treba da prikažu bijedu ili probleme zajednice, a fotografije žena žrtava rata više su u funkciji glorificiranja “nacionalnog patriotizma” nego interesa žene, ratne stradalnice. Afirmacija ideja i ideologije etničkog ekskluziviteta promovirala je vrijednosti domoljublja, religije i tradicionalizma, te time revitalizirala

patrijarhalne vrijednosti i model žene kao majke i “bića obitelji”. (Najeklatantniji primjer tekst sa naslovnice banjalučkog dnevnika o ratnim stradanjima Srba u Srebrenici u kojem se citiraju isključivo brojni političari a fotografija prikazuje uplakanu majku nad grobom, najvjerojatnije, poginulog djeteta). Tekstovi o poskupljenjima, refleksiji uvođenja PDVa, posljedicama loše privatizacije, nezaposlenosti, neimpletiranju određenih zakonskih rješenja, javnim nabavkama, akcizama i slično - u pravilu su praćeni fotografijama na kojima su prikazane žene zbijene u redovima, prodavaonicama ili pak zatrpane registrima u neuvjetnim kancelarijama, kao simboli društvene neimaštine i bezizlaznosti. Primjerice, sarajevski će dnevnik na istoj stranici objaviti tekst o uvođenju PDV-a s naslovom “Prijeti li nam glad?” i ilustracijom žene s piletinom na pultu prodavaonice, dok će tik uz njega stajati informativni tekst “Traže se nova zanimanja” ilustriran slikom dva dobro obučena mladića koji rade u ofisu za kompjuterima. Poruka je jasna – obitelj, njeno preživljavanje i žrtva neimaštine su prirodno ženski, a napredak, tehnologija i zarada ekskluzivno muški svijet.

Mada oglasni prostor nije bio predmetom ovog monitoringa ipak je uočeno da većina medija (isključujući pri tome samo Dnevni avaz) redovito objavljuje reklame za hot-line a banjalučki dnevnik čak prakticira takvu reklamu publicirati na udarnoj, naslovnoj strani.

Osnovni razlozi za marginalizaciju žena u medijima: Prikazani status žena u medijima, kao što je već rečeno, posljedica je više faktora koji utječu na konstrukciju modela spolnih uloga u glasilima. Osnovno je dakako patrijarhalno socijalno-kulturno naslijedje koje onemogućava medijskim uposlenicima ali i uposlenicama prepoznavanje diskriminacije na osnovu spolnih obilježja. Tako se kao sasvim normalno poima objavljivanje članaka s obrazovnom tematikom u kojem direktorica srednjoškolskog centra u Goraždu pojašnjava šta su “muški” a šta “ženski poslovi” a sarajevski dnevnik objavljuje taj tekst uz naslov “Manjak ženskih zanimanja”.

Drugi razlog je svakako stupanj društvene emancipacije žena, odnosno njihovo učešće u procesima društvenog odlučivanja. Kako su muškarci dominantni u hijerarhijskoj strukturi vlasti i moći, pogotovu ekonomske, jasno je da će se višestruko češće pojavljivati u medijima nego li žene za koje je prostor i dalje rezerviran na tzv. lakšim stranama. Ovdje ne treba

smetnuti s uma ni sindrom “sjećanja na ravnopravnost” koji je sadašnjoj zajednici ostavio socijalizam u naslijeđe. Naime, iako je socijalizam pokušao žensko pitanje (kao uostalom i nacionalno, religijsko, manjinsko i druga) pokazati rješeno, deklarativno poklanjajući ženama mnoga prava, on ih nikada nije učinio istinskim političkim subjektom. Time su žene nespemne dočekale sadašnji režim koji se lukavo koristi upravo “sjećanjem na ravnopravnost”, ali suštinski pokušava poništiti neka zakonska prava koje je socijalizam garantirao. Reducirajući stvarnost o kojoj izvještavaju zarad poslovne efektivnosti, mediji (nesvjesno?) promoviraju konceptualnu razdvojenost ponašanja u zajednici – u ovoj zemlji žene posjeduju obitelj, a muškarci posjeduju zemlju.

I treći, ne tako nezanemarljiv razlog medijske marginalizacije žena, usko je vezan za profesionalizaciju samih medija. Oni su još uvijek više glasnogovornici oficijalnih ili politika centara moći nego što su u službi svojih čitalaca. Naime, sadržaji medija u ogromnom postotku vezani su za rad državnih i javnih organa, čiji aktivitet bukvalno diktira šta će narednog dana osvanuti na stranicama bh. dnevnika. Kako žene ne participiraju, ili to čine neznatno, u tijelima najveće državne ili političko-ekonomske moći, jasno je da se neće pojavljivati niti kao izvor informacija ili prijenosnik stavova centara moći. Kad uređivačke politike bh. dnevnika kao ideju vodilju budu imale životne interese svojih čitalaca, odnosno kad financiranje medija od ekonomskih centara moći predje na tržišno, logično je očekivati i drukčiji medijski sadržaj. Drugim riječima, kad na red dodju interesna pitanja kvalitete života pojedinca, žene će se daleko učestalije pojavljivati na stranicama novina.

Preporuke: U procesu reprezentiranja stvarnosti mediji nužno pojednostavljaju tu stvarnost te u reduciranom svijetu vrlo lako umjesto tipova nude stereotipove a umjesto afirmiranja razločitosti proizvode uprošćene predstave drugog ili drukčijeg. Time se nerjetko koristi zajednička matrica neodgovarajućeg predstavljanja žena u medijima i prenošenja stereotipnih slika o rodnim ulogama.

Što Udruženje/udruga “BH Novinari” može učiniti u promjeni zajedničke matrice neodgovarajućeg predstavljanja žena u medijima?

- Povećanje svjesnosti samih medijskih djelatnika o gender jednakosti i ravnopravnosti. Ova aktivnost odnosi se na promjenu dosadašnje prakse te zahtjeva prevashodno povećanje informiranosti i promjene stava samih medija. U tu svrhu organizirati okrugle stolove, seminare, distribuciju odgovarajućeg materijala medijima, promociju i bolju komunikaciju s ženskim nevladinim organizacijama te Gender centrima u BiH.
- Kontinuirano, u određenom vremenskom roku, raditi monitoring medija o učestalosti i načinu prezentacije žene. Povećan broj analiza i statističkih podataka o medijskom senzibilitetu za jednakopravnost spolova povećat će interes medija za promjene svog sadržaja u cilju što kvalitetnijeg izvještavanja.
- Inicirati i organizirati rasprave unutar profesije o rodnom oslovljavanju u standardnom jeziku medija. Zajedno s Gender centrima na razini entiteta i BiH, te uz podršku jezičkih eksperata sva tri jezika u BiH, prirediti svojevrsan “Vodič za rodno oslovljavanje u standardnom jeziku medija”. Lobirati kod medija obavezanost za poštivanje naputaka iz takvog Vodiča te slične aktivnosti pokrenuti s RAK-om i elektronskim medijima.
- Razmotriti i unaprijediti Kodeks za novinare u cilju spriječavanja marginalizacije i širenja stereotipa o ženi u medijima.
- Kreirati i implementirati istraživanje o ženama uposlenim u medijima, njihovo učešće u rukovodećim tijelima i učešće u vlasničkoj strukturi medija.
- Ispitati potrebe dodatne edukacije žena zaposlenih u medijima i učiniti napor da im se obezbjedi potrebno obrazovanje.
- Inicirati objavljivanje tekstova koji promoviraju uspješnost žena, njihova dostignuća ili interese, kao i teme koje su od njihovog životnog interesa (ekonomska samostalnost, nasilje nad ženama, pristup zdravstvenim uslugama, povećani broj pobačaja, seoske ženske sredine, spolno prenosive bolesti, maligna oboljenja kod žena, diskriminacija u oblasti zapošljavanja, spolna segregacija u obrazovanju, trgovina ženama, žena u politici i ženske izborne kvote...)
- Podrška medijima i novinarima/novinaricama koji pokazuju interes za publiciranje tema koje se reflektiraju na rušenje stereotipa o ulozi žene u društvu – mjesečne pohvale, medijski “gender barometar”...
- Proizvodnja i distribucija materijala o gender jednakosti u medijima
- Moguća organizacija novinarki unutar “BH novinara” u cilju promoviranja interesa i prava žena u medijima

**Monitoring printanih medija u BiH o pojavnosti i prezentaciji žene
Udruženje/udruga “BH novinari”, juli/srpanj 2005. godine**

PRILOG 1

Prezentacija i pojavnost djece u dnevnim novinama u BiH

Djeca i njihovi interesi nisu predmetom dnevnih novina, a vrlo rijetko i teme koje se bave problematikom djece. Iako je u periodu monitoringa zabilježeno 27 tekstova u kojima se spominju djeca, samo se jedan odnosio na problem trgovine djecom u BiH, tri teksta su govorila o mogućoj epidemiji serioznog meningitisa koja je pogadjala djecu, dva su bila iz domena zabave (trojke koje slave deseti rođendan i blizanci koji se mijenjaju za vrijeme odgovaranja pred nastavnikom) te jedan o policijskoj akciji spriječavanja romske djece u prosjačenju na ulicama Mostara. Ostali tekstovi su se odnosili na humanitarne pozive čitateljima za pomoć obeljeloj ili socijalno ugroženoj djeci i njihovim obiteljima.

Velikim brojem tekstova – poziva čitateljima za pomoć najugroženijoj djeci – apelira se na društvenu humanist i rješavanje problema pojedinaca (napomena: više od plovice tih tekstova objavljeno je u Dnevnom avazu) što zasigurno jeste za pohvalu. Međutim, riješiti problem pojedinog djeteta ne znači ukloniti ili ukazati na uzroke koji su rezultirali javnim pozivom za pomoć, kao posljednjoj instancom u traženju rješenja. Uloga medija trebala bi biti usmjerena daleko više ka ukazivanju propusta države države i odgovornosti nadležnih u rješavanju poroblema djece.

Tekstovi u kojima se spominju djeca u periodu ovog monitoringa napisani su mahom korektno, odnosno uz postivanje osnovnih načela Kodeksa za novinare. Međutim, ono što zabrinjava jesu fotografije na kojima se mogu jasno prepoznati djeca (poput slika oboljele djece u bolnicama) a pogotovu nejednaki kriteriji kada su u pitanju romska djeca. Primjerice, mostarski dnevnik, koji najčešće korektno objavljuje fotografije djece sa zamagljenim očima zbog onemogućavanja prepoznavanja o kome je riječ, iste kriterije ne koristi kada objavljuje fotografije romske djece na ulici. Zaključak koji se, nažalost, sam nameće jeste – “naša” djeca i romska djeca ne mogu imati ista prava!/? Slični propusti uočljivi su i kod objavljivanja fotografija žena uz različite tematske tekstove tako da se dešava da se uz informaciju o povećanom broju spolno prenosivih oboljenja u Prijedoru objavi fotografija jano prepoznatljivih djevojka u šetnji gradom. Pitanje je – koji bi to novinar ili novinarka pristao da uz tekst o spolnom oboljenju vidi objavljenu svoju ili sliku članova svoje obitelji?

PRILOG 2

Tematsko odredjenje priloga u dnevnim novinama u koji se odnose na žene

Tema	Broj tekstova	Izraženo u procentima	Aktivno	Pasivno
Državni ustroj	4	1,7	100 %	0 %
Entitetski ustroj	6	2,5	100 %	0 %
Kantolani/općinski ustroj	12	5,1	90 %	10 %
Unutrašnja politika	6	2,5	80 %	20 %
Ekonomija	9	3,8	80 %	20 %
Zapošljavanje/karijera	4	1,7	70 %	30 %
Zdravstvo	9	3,8	87 %	23 %
Socijalna skrb	12	5,2	72 %	28 %
Poljoprivreda	0	0	-	-
Demografija	1	0,4	100 %	0 %
Znanost	1	0,4	100 %	0 %
Sigurnost/vojska/policija	0	0	-	-
Vanjska politika	1	0,4	100 %	0 %
Stranački zivot	0	0	-	-
Povratnici/prognanici	26	11,5	79 %	21 %
Kultura	25	10,7	94 %	6 %
Ekologija	0	0	-	-
Turizam	2	0,8	50 %	50 %
Crna kronika	61	26,2	8 %	92 %
Ravnopravnost spolova	4	1,7	75 %	25 %
Školstvo/sudstvo	1	0,4	100 %	0 %
Zanimljivosti	11	4,7	60 %	40 %
Sport	17	7,3	58 %	42 %
Humanitarne\NVO teme	20	8,5	77 %	23 %
Prosjek:		4,4	79 %	21 %

Monitoring printanih medija u BiH o pojavnosti i prezentaciji žene
Udruženje/udruga "BH novinari", juli/srpanj 2005. godine

PRILOG 3

Tematsko odredjenje priloga u kojima se pojavljuju žene po novinama

Objavljeni tekstovi	Dnevni avaz	Oslobodje nje	Glas srpske	Nezavisne novine	Dnevni list
Državni ustroj	1	1	0	1	1
Entitetski ustroj	1	0	2	1	2
Kantolani/općinski ustroj	4	2	4	1	1
Unutrašnja politika	2	3	1	0	0
Ekonomija	3	1	2	1	2
Zapošljavanje/karijera	0	1	1	0	2
Zdravstvo	2	0	2	2	3
Socijalna skrb	5	1	1	2	3
Poljoprivreda	0	0	0	0	0
Demografija	0	0	1	0	0
Znanost	0	1	0	0	0
Sigurnost/vojska/policija	0	0	0	0	0
Vanjska politika	1	0	0	0	0
Stranački zivot	0	0	0	0	0
Povratnici/prognanici	10	8	1	3	4
Kultura	3	10	6	5	1
Ekologija	0	0	0	0	0
Turizam	1	0	0	0	1
Crna hronika	20	10	12	9	10
Ravnopravnost spolova	0	0	0	2	2
Školstvo/sudstvo	1	0	0	0	0
Zanimljivosti	4	3	2	1	1
Sport	3	2	6	5	1
Humanitarne/NVO teme	5	4	4	5	2
Prosjek u odnosu na ukupan broj tekstova u odredjenoj novini	5,1 %	4,2 %	4,1 %	4,7 %	3,7 %