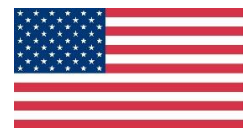




AKADEMIJA
ŽENSKOG LIDERSTVA
LIDERKE.ORG

Akademija ženskog liderstva
**Nasilje nad ženama u (pred)izbornoj kampanji –
analiza medijskog izveštavanja**
Preliminarni nalazi



Ideja ovog segmenta istraživanja je da analizira da li, koliko i na koji način mediji izveštavaju o problemu nasilja prema ženama u izbornom procesu. U tom cilju primenjena je kvantitativno-kvalitativna metoda analiza medijskog sadržaja.

Kako bi se obezbedila raznovrsnost medijskog korpusa, istraživanjem je obuhvaćeno:

- pet štampanih izdanja dnevnih novina: dva informativno-politička dnevna lista - Politika i Danas, list koji se karakterišu kao polu-tabloid - Večernje novosti i dva tabloida – Informer i Alo.
- tri televizije: analizirane su centralno-informativne emisije na javnom servisu RTS, televiziji koja ima nacionalnu pokrivenost Pink i kablovskom emiteru N1.

Uporedna analiza medijskog sadržaja sprovedena je u periodu od 7. marta do 10. aprila, dakle ukupno pet nedelja, četiri nedelje pre izbora i jedna nedelja nakon izbora.

Fokus je stavljen na tekstove i priloge koji se bave nekom od mogućih pozicija žene u političkoj kampanji: političarka, kandidatkinja, aktivistkinja političke stranke, kontrolorka, članica izborne komisije, aktivistkinja, glasačica, novinarka-izveštačica.

Izveštavanje Informera, Alo i Večernjih novosti je u najvećem broju slučajeva bilo senzacionalističko, ogoljeno propagandno, sa učestalim kršenjem novinarskog kodeksa, da je vrlo teško analizirati njihove tekstove kao relevantan informativni sadržaj.

Ključni rezultati analize

Prve dve nedelje kampanje u novinama su dominirali tekstovi koji se bave ratom u Ukrajini. Frekvencija tekstova posvećenih izborima bila je na izrazito niskom nivou. Izgledalo je kao da predizborne kampanje uopšte nema.

Opšti utisak je da je podzastupljenost žena na nivou prethodnih analiza (čije rezultate uzimamo kao polazne), ali da je u svetlu činjenice da je ova kampanja imala najviše kandidatkinja do sada i to tri za predsedničke izbore, tri nositeljke liste i više od 1.700 kandidatkinja na listama za republički parlament i nekoliko stotina za lokalne izbore u 13 gradova i opština, taj podatak još dramatičniji.

- nasilje prema ženama u predizbornoj kampanji mediji ne prepoznaju kao važnu temu

Iako je tokom trajanja kampanje zabeležen porast tenzija i nasilja u samoj kampanji, naročito od kada je ona ušla u završnicu, a zabeležena je i veća učestalost i brutalnost nasilja na društvenim mrežama, u medijima se o slučajevima nasilja prema ženama u izbornom procesu uglavnom nije izveštavalo. Televizije obuhvaćene monitoringom su za pet nedelja objavile tri priloga o nasilju nad ženama u kampanji, dok se u štampanim medijima može izdvojiti svega nekoliko tekstova koji direktno govore o slučajevima nasilja, od čega su samo u dva lista pomenuti slučajevi fizičkog i verbalnog nasilja prema ženama u toku izbornog dana.

Samo jedan tekst, koji analizira budući sastav Skupštine Srbije, odgovara na pitanje „Kako izbeći verbalne ratove među poslanicima“ i podseća na slučajeve uvreda i verbalnog nasilja prema političarkama u ranijim sazivima – prema Mariniki Tepić i Ani Brnabić.

- žene su u medijima jedva vidljive

Od ukupnog broja emitovanih televizijskih priloga (1.130), žene su pomenute u 219, od toga je 16 priloga u crnoj hronici i jedan u rubrici društvo. Kada su u pitanju prilozima iz crne hronike, uglavnom je u pitanju fizičko nasilje, ubistvo, napadi nožem, seksualno nasilje...

Mada je tokom ovih pet nedelja zabeležen porast nasilja u porodičnom i partnerskom kontekstu, o toj temi se uglavnom izveštava kao o pojedinačnim događajima, a ne pridaje joj se značaj kao važnom društvenom problemu. Objavljen je samo jedan analitički tekst i nekoliko televizijskih priloga koji problematizuju rodno zasnovano nasilje.

Nasilje prema ženama kao tema kampanje u štampanim medijima bilo je vidljivo/zabeleženo samo u izjavama kandidatkinje Biljane Stojković.

- mediji ne percipiraju problem rodne neravnopravnosti kao važnu temu u predizbornoj kampanji

Iz izveštavanja dnevnih listova nije se mogao steći utisak da su pitanja rodne ravnopravnosti, položaja žena ili nasilje i diskriminacija tema učesnika/ca izbora.

Samo nekoliko kandidatkinja, predsednička (Biljana Stojković) i dve kandidatkinje za narodne poslanice (Alma Rizvanović iz Stranke pravde i pomirenja i Tamara Milenković Kerković iz Dveri), kao i Ivica Dačić, nosilac liste SPS-JS-ZS, u svojim porukama navode da se zalažu za veće uključivanje žena u sve sfere, afirmaciju ženskog preduzetništva, privilegije, izjednačavanje plata sa platama muškaraca.

Mediji izveštavaju sa aktuelnih događaja koji su u vezi sa položajem žena u društvu (obeležavanje 8. marta, antiratni protesti ili dodela nagrade za feminističko medijsko izveštavanje), ali pitanja rodne ravnopravnosti ne postavljaju se u korelaciju sa temama koje se smatraju važnim u izbornom procesu.

Poruke o potrebi za većim uključivanjem žena i ravnopravnošću sa muškarcima poslali su povodom Osmog marta Dragan Đilas i Biljana Stojković, dok su Boško Obradović, Milica Đurđević Stamenkovski i Zdravko Ponoš svoje poruke tog dana usmerili na podršku ženama za bolji položaj u porodici i njeno emotivno osnaživanje.

- instrumentalizacija žena radi učvršćivanja pozicija moći

Predsednik damama darovao ruže – “žene su oslonac srpskog društva, nosilac našeg napretka i čuvari stabilnosti naše zemlje” (Alo i Informer, 9. mart)

Osmog marta je predata kandidatura Aleksandra Vučićeva za predsednika, predstavnici SNS-a su doneli u RIK dve kutije sa ružama, jedan muškarac iz delegacije je dao jednu ružu članici komisije RIK.

Ilustracija umesto zaključka

U štampanim medijima objavljene su fotografije i propratni tekstovi sa glasanja kandidata i kandidatkinja. U Danasu, od 16 fotografija, na tri žene, a ostalo su muškarci. Sa druge strane, Alo se bavio toaletama na dan izbora i pod naslovom “skockali se”, objavio deset fotografija, od kojih se na šest žene, na dve su muškarci, dok su dve porodične - prikazani su političari sa suprugama.

Sve tri posmatrane televizije su protokolarno izveštavale o tome ko je gde i sa kim glasao, pa su pomenute i tri predsedničke kandidatkinje – Milica Đurđević Stamenkovski, Biljana Stojković i Branka Stamenkovski,

kao i kandidatkinje za poslanice – Marinika Tepić, Danica Grujičić, Ana Brnabić. Samo su na Pinku spomenute sve ove kandidatkinje, dok su N1 i RTS prikazale glasanja nekih od njih.

Tim za praćenje medija Akademije ženskog liderstva:

Prof. dr Smiljana Milinkov, vanredna profesorka, Filozofski fakultet Univerziteta u Novom Sadu

Marija Srđić, članica tima AŽL

Tamara Jakonić, novinarka

„Ovaj projekat finansiran je od strane Vlade Sjedinjenih Američkih Država. Mišljenja, nalazi i zaključci koji su u ovom izveštaju navedeni, predstavljaju stavove Akademije ženskog liderstva i autorki i ne odražavaju nužno stavove Vlade Sjedinjenih Američkih Država“

