



Ženski informaciono-dokumentacioni centar

Majke Jevrosime 39, 11000 Beograd

tel. +381 11 33 46 191

fax. +381 11 33 46 190

e-mail: indokcentar@gmail.com

web: <http://www.awin.org.yu/srp/indok.htm>

„Dan kada privatno postaje javno“

Analiza praćenja 8. marta kroz dnevnu štampu
i nedeljnike u periodu od 1998-2007. godine

Vasiljević Lidija

Sadržaj :

Žene i mediji – borba za javnu sferu -----	3
Zašto 8. mart – Dan kada privatno postaje javno-----	11
Obeležja dnevne i nedeljne štampe u periodu od 1998 -2007. -----	14
Izvor štampe i metodologija -----	19
Način pokrivanja 8. marta -----	20
Dominantne teme -----	21
Tihi progres -----	28
Kolateralne štete vezane za 8. mart -----	29
Zaključak -----	30
Spisak korišćene literature -----	

Žene i mediji – borba za javnu sferu

Uloga i važnost medija

Mediji predstavljaju jedan od najvažnijih činilaca savremenog društva. Zbog svoje nezaobilazne informativne, komunikativne i simboličke funkcije, oni su ključni posrednici u prenošenju vrednosnih sistema. Prvenstveno nastali iz potrebe da povežu javnu i privatnu sferu, mediji su prenosili i reflektovali stavove, želje, strahove i dominantne vrednosti javnog mnjenja – bilo u celini, bilo njenih delova. Po mišljenju Aleksandera (Jefry Alexander), mediji mogu da postanu moralni regulatori celokupne zajednice ukoliko se izdignu iznad partikularnih i interesa pojedinih političkih partija. U tom slučaju, oni postaju normativne ustanove koje, zajedno sa ostalim normativnim društvenim institucijama, na sebi svojstven način obavljaju zadatak normativnog regulisanja celokupnog društva¹. Njihova regulativna funkcija je fleksibilnija, otvorenija i sposobnija za „fina” podešavanja, od one koju imaju npr. zakonodavni organi i sam pravni sistem jedne države. Ta funkcija, međutim, podrazumeva i ograničenja: mediji ne mogu da presuđuju niti da posreduju u odlučivanju o spornim pitanjima, zatim ne mogu da pružaju neposredne ciljeve zajednici kao što to čini politika, niti mogu da zastupaju vrednosti kao što to mogu umetnost ili religija. Mediji se mogu doživeti kao (socijalne) rodne tehnologije, smatra Liesbet van Zoonen². Oni, ne samo da kontrolišu politiku kao glas naroda, nego i utiču na dnevne političke teme i uzimaju učešća na izgradnji političkog mišljenja, koje vodi ka političkim odlukama. Tematika medija je postala centralna problematika današnje demokratije; ona se odnosi, npr. na unutrašnji „ethos“ medija, ali i na efekte medija u pogledu kursa političkih diskusija i sposobnosti delovanja političkih institucija pod medijalno insceniranim pritiskom vremena.

¹ Dž. Haloran: „Televizija i nasilje”; Treći program Radio-Beograda, 38 (1978).

² Van Zoonen, Liesbet „A 'New' Paradigm?”, in: *McQuail, Denis (ed.), McQuail's Reader in Mass Communication Theory*, SAGE Publications, 2002, p. 57.

Dnevne novine i žurnali spadaju u najstarije oblike (forme) medija. Ako ne računamo dobošare, koji su tokom srednjeg veka i renesanse imali ulogu prenosnika vesti, obaveštenja i tračeva, prve dnevne novine se pojavljuju veoma rano, već u X veku.

Već od samog svog nastanka dnevne novine, žurnali, nedeljnici, imaju zadatak ne samo da obaveštavaju, već i da emancipuju javnost, formiraju njen dominantni ukus. Kako pisani mediji odslikavaju i generišu potrebe javnosti i postoji li njihova emanipatorna funkcija?

Odgovarajući na ovo pitanje suočavamo se sa problemom definisanja pojma „javnosti“. Liberalna teorija se oslanja na starogrčko razdvajanje porodice, i polisa, od kojih je prvo „privatno“, a drugo „javno“. Kad je taj pojam prešao granice političke teorije i ušao u ekonomsku, s Rikardom (E.Ricardo) i Marksom (Karl Marx), iskrsnuo je problem: u pojmu „politička ekonomija“ kombinuje se grčki smisao javnog s grčkim smislom privatnog, jer je za njih ekonomija značila gospodarenje (privatnim) pokućstvom. Starija upotreba je sačuvala prostor za javnost na agori, ali se odnosi na raspravu o opštem dobru, a ne o tržišnim transakcijama (Mark: 201-206).³ Da bi stvar bila gora, danas naziv „privatno“ u svakodnevnom govoru označava govor i delovanje koji su izolovani, koje niko ne primjećuje, i ne nadzire. Privatnost sada postaje ograničena na prostor ličnog doma i u tom se smislu vraća na starogrčku upotrebu, iako se u međuvremenu struktura porodice dramatično promenila. Primera radi, prema Nancy Fraser „javna“ sfera suprotstavljena je „privatnoj“ sferi u tom smislu da je ona sedište „razgovora“, „prostor u kojem građani donose odluke o zajedničkim poslovima...“, što je suština demokratije (Mark: 57, 55). Postoje, dakle, ozbiljni problemi s korišćenjem naziva „javnost“ u vezi s politikom emancipacije. Problem javne sfere je jedan od osnovnih problema svake rekonceptualizacije demokratije. Međutim, medijska raznovrsnost, bez institucionalizovanih garancija zaštite, ne znači i medijski pluralizam⁴. Pošto se raspršena društvena energija

³ Poster, Mark „Cyber democracy: Internet and the Public Sphere“ Rutledge, 1996 (201-217).

⁴ Snježana Milivojević, Reč, br 64/10.dec 2001.

najjednostavnije kontroliše medijski, mediji postaju važan instrument političke hegemonizacije.

Ako mediji predstavljaju sponu između privatnog i javnog i „prozor u svet”, onda se na osnovu prisustva ili odsustva određenih sadržaja, grupa, ili tema u medijima, može suditi o vladajućim stavovima u periodu njihove analize.

Feminizam i shvatanje medija

Prvi moderni naučnici koji su proučavali vezu između sredstava komunikacije i njihovog doprinosa oblikovanju karaktera odgovarajućeg društva, njihovog uticaja na privredni, politički i kulturni život su Harold Inis i Maršal Makluan. Makluan je preuzeo Inisove ideje i proširio ih na moderan period. Po njemu, mediji su produžetak naših čula i naših funkcija, i oni menjaju i često potpuno narušavaju naš odnos sa okolinom. Ustanovio je da je štampana knjiga moćno sredstvo širenja znanja i ideja u modernoj Evropi⁵. Pojam javne sfere, smatra Rita Felski, mora biti sagrađen na „iskustvu” političkog protesta, mora uvažiti i osnažiti mnoštvenost subjekta (u smislu poststrukturalizma) i mora obuhvatiti rodne razlike (u smislu feminizma)⁶. Ona piše: „Za razliku od buržoaske javne sfere, feministička javna sfera, dakle, ne tvrdi da je reprezentacijski univerzalna nego nudi kritiku kulturnih vrijednosti s gledišta žena kao marginalizovane grupe u društvu. U tom smislu ona se konstituiše kao kontrakulturna javna sfera, ali u onoj meri u kojoj jeste *javna* sfera, njeni argumenti imaju i, cilj diseminacije feminističkih ideja i vrednosti u društvu kao cjelini” (Felski 1989:167).

Rita Felski ozbiljno revidira Habermasovo poimanje javne sfere razdvajajući je od njenih patrijarhalnih, buržoaskih i logocentričnih veza, ali ipak se i dalje poziva na pojam javne sfere te manje-više na nju svodi politiku.

„Neki oblik pozivanja na kolektivni identitet i solidarnost je nužan preduslov za pojavu i delotvornost opozicijskog pokreta; feministički teoretičari koji odbacuju

⁵ Rolend Lorimer; „Masovne komunikacije”; KLIO; Beograd, 1998.

⁶ Rita Felski, Gazing at Gender: Recent Work in Feminist Media Studies Journal Title: American Literary History. Volume: 8. Issue: 2. , 1996. .

svaku ideju sjedinjujućeg identiteta kao represivnu fikciju, a u prilog isticanju apsolutne razlike, ne uspevaju da pokažu kako se takva raznorodnost i fragmentacija mogu pomiriti s političkom borbom usmerenom na neki cilj. Pozivanje na zajedničko iskustvo represije pruža polazište s kojega se žene kao grupa mogu otvoriti za problematiku roda, a da u isto vrijeme predodžba rodne zajednice sadrži utopijsku dimenziju..." (Felski 1989: 168-169)

U svetu se položajem žena u medijima već dosta dugo bave aktivistkinje i feminističke teoretičarke kao što su Beti Fridan (Betty Friedan), koja je ukazala na problem „nevidljive, ali srećne domaćice”, Gej Takman (Geye Tackman) koja se bavila analizom medijskih sadržaja i neadekvatnim tretmanom žena u njima.

Po mišljenju Snježane Milivojević, vladajuće predstave o ženama umnogome zavise od medijskog reprezentovanja. Medijski tekstovi jesu odraz određene kulture, i upućuju na postojanje dominantne politike⁷.

Situacija na domaćem terenu

Tokom poslednjih 10-tak godina Srbija je prošla transformaciju preko 3 države: Jugoslavija, SCG i na kraju nezavisna (sama-ostala) Srpska država, koju su pratile ne manje burne post-ratne promene. Nakon Dejtonskog sporazuma, moglo bi se reći da tenzija nije padala, već se izoštravala. Mediji su bili, sem nekoliko nezavisnih (Dnevni telegraf, Naša Borba) u službi državne mašinerije i pod strogom kontrolom. Odgovornost za falsifikaciju realnosti, i indoktrinaciju iste, nije snosio niko (posebno), to se u istorijskom kontekstu po sebi podrazumevalo. Uključenost žena u javnu sferu, koja je u pojedinim segmentima bila na zavidnom nivou do obrušavanja komunističke tvorevine stare Jugoslavije, rapidno, tokom 90-tih godina gubi svoju snagu i regresira na nivo tradicionalizma gde je veoma malo prostora ostavljano ozbiljnim kritikama sistema iz vizure ženskog aktivizma .

⁷ Snježana Milivojević, Žene i mediji – strategije isključivanja, Genero - posebno izdanje, 2004.

Nezadovoljstvo postojećim stanjem u medijima, kao i načinom i kvantitetom reprezentovanja, žene su pokazale još 70-tih godina. Tema slike žene u medijima, bila je prisutna na tribinama i okruglim stolovima, u okviru opštih rasprava o ulozi žena u javnoj sferi⁸. Arhiva Nede Božinović i arhiva INDOK centra su sistematski pokrivali period od 50-tih godina do danas, u pojedinim segmentima rada ženskih organizacija, arhive novinskih članaka, i TV emisija.

Tema analize medija je dugo vremena bila potisnuta u drugi plan usred mnogo urgentnijih pitanja, od životnog značaja, koja su se ticala preživljavanja građanskih ratova, humanitarnih kriza, pružanja psihosocijalne pomoći, a ubrzo zatim i otvaranjem gorućih problema nasilja, diskriminacije, trgovine ženama, siromaštva.

Početak milenijuma, stekli su se povoljniji uslovi, među kojima su dovoljno sazreli procesi demokratizacije za ozbiljnije analize žena u medijima i kroz medije, i uključenost u svetske tokove, pridruživanje mrežama, boravak naših ekspertkinja u inostranstvu, kao i uključivanje vladinih institucija (stidljivo) u tretman ovih pitanja. Pored WACC⁹ media monitoringa na regionalnom i subregionalnom nivou, veoma je važan bio i predmet „Mediji, javna sfera i odgovornost“ koji se održavao na alternativnim studijama, a zatim, od 2005., na specijalističkim, a najzad i na magistarskim studijama¹⁰. Veliki broj polaznica kurseva uslovljava i povećano interesovanje, kako njih samih, zatim i šire javnosti po ovom pitanju.

Tokom 2002. započinjaju treninzi „Žene to mogu u medijima“, 2006. godine se osniva ženska sekcija NUNS-a, čiji je zadatak edukacija i afirmacija žena u medijima, smanjenje stereotipa, rodno senzitivni jezik i način posmatranja ženskih tema.

Aktivnosti u okviru stvaranja NAP-a¹¹ za poboljšanje položaja žena i unapređivanje rodne ravnopravnosti uključuje i pitanje medija¹². Među osnovnim ciljevima koje treba ostvariti do 2010. godine, ističu se: afirmacija rodno

⁸ Referenca pres kliping INDOK-a, Članci o osmom martu 1978-1980

⁹ WACC je organizacija koja je pokrenula projekat The Global Media Monitoring Project (GMMP) koji je najsveobuhvatnije istraživanje rodnihih komponenti u medijima. GMMP je 2005 obuhvatio 67 zemalja uz analizu 130.000 vesti (na TV, radiju i u štampi)

¹⁰ Predmet sa na MA studijama zove *Javna sfera i odgovornost*

¹¹ Nacionalni Plan akcije za žene

¹² Grupa NAP žene i mediji je uključila u svoj rad

senzitivnog medijskog delovanja, uklanjanje rodno zasnovanih stereotipa i eliminacija mizoginije u medijskim sadržajima (posebno kod višestruko marginalizovanih grupa), povećanje učešća žena u odlučivanju u medijima i sistematizacija istraživanja dokumentacije i statistike o radnoj ravnopravnosti u medijima. U našoj regiji među grupama koje se kao specifičnom oblašću bave medijima, mogu se izdvojiti: Žinec-Anima (Kotor), Infocentar (Skoplje), B.A.B.E. (Zagreb), Ženska Infoteka (Zagreb), Dicens (Novi Sad)

U bivšoj Jugoslaviji (danas Srbiji) kvantitativnom i kvalitativnom analizom stereotipa u medijima bavile su se INDOK Centar, Ženske studije, Labris, dok su se neke organizacije bavile medija monitoringom i iz potreba pres klipinga i analiza za njih važnih pitanja: ASTRA (pitanje seks trafikinga), AŽC (nasilje nad ženama). Treba spomenuti i autorke koje su radile i dalje rade na ovoj oblasti: Snježana Milivojević, Marina Blagojević, Milena Dragičević-Šešić, Zorica Tomić, Svenka Savić, Nadežda Radović i dr. Inicijativa protiv mizoginije u medijima (IPMM) kao «ad hok» grupa nastala iz potrebe ukidanja emisije na TV Pink, izrazito mizoginog sadržaja, ostvarila je svoj zadatak, ali se (na žalost) ubrzo primirila, iako je potreba za takvom vrstom intervencije, i dalje, goruća.

Dvostruko marginalizovane grupe kao što su seksualne manjine, invaltkinje, Romkinje, su veoma slabo prisutne u štampanim medijima ukoliko vest nije odjek određene kampanje. Labris je u okviru svog redovnog monitoringa dnevne štampe po pitanju LGBT populacije, utvrdio tokom 2004. i 2005. god. oko 7% prisutnosti u štampanim medijima na mesečnom nivou. Kultura igra veliku ulogu u umanjivanju ulogu žene sa invaliditetom u društvenom, roditeljskom i ekonomskom životu. Pošto su osobe sa invaliditetom često isključene iz društva, stavovi javnosti su veoma obojeni onako kako mediji prikazuju osobe sa invaliditetom. Žene sa invaliditetom se obično vide u običnim ulogama radnica ili majki¹³.

¹³ Sažetak zbirke tekstova o ženama sa invaliditetom i izvod iz informativne publikacije o ženama sa invaliditetom Svetske organizacije osoba sa invaliditetom DPI, Centar za samostalni život invalida, 2004.

Slika žene u dnevnoj i nedeljnoj štampi

„Samo 18 % svetskom medijskog prostora u svetu posvećeno je ženama, rezultati su studije analize medija u 70 zemalja. Trebaće 160 godina da se dostigne 50%“ (Blic, 7. mart, 2001.)

Da li mediji kaskaju za stvarnim ženama? Listajući novine, može nam se učiniti da je u Srbiji za žene – vreme stalo. Umnogome su žene prisutne slikom, a ne i rečju, a jezik kojim se novinari obraćaju ženskom delu čitateljstva, više priliči čitanci za osnovnu školu. Zastarelost jezika, stereotipni pridevi i imenice, redukcionizam i „prepisivačka“ tehnika prevlađuju u pisanom sadržaju namenjenom ženama.

Slika žene u medijima u Srbiji ne predstavlja odraz realnosti, sem u njenim pojedinim aspektima (marginalizacija količine sadržaja govori o marginalnoj ulozi žene u društvu). Kvantitet prisustva, tj. odsustva, žena iz glasila javne sfere, govori o stepenu javnog značaja koji joj se poklanja, a kvalitet članaka je veoma diskutabilan. Tipična žena kojoj se mediji obraćaju bila bi opsednuta: čistoćom, dovođenjem braka u red i spremanjem zimnica. Iako u drugim oblastima ide u korak sa savremenim (urbanim) načinom života, dnevna i nedeljna štampa u odslikavanju života žena ostaje zaglibljena u 70-te godine.

Već letimični pogled na dnevne novine ukazuje na vizuelnu degradaciju i stereotipizaciju žena kada je u pitanju tekstovna i ne-tekstovna forma. Pored odsustva članaka o ženama, i za žene (van stereotipno rađenih ženskih strana), fotografije koje dominiraju su u najmanju ruku veštačke i nerealne. Po istraživanju Snježane Milivojević (media monitoring 2000.), fotografije žena čine mahom od 10-20% od ukupnog broja fotografija¹⁴. Nalazi autorki WACC analize medija u Crnoj Gori iz 2004. godine govore da ondašnji mediji propagiraju sledeće vrednosti: „mlado, vitko, depilirano, bez mirisa, bijelo žensko tijelo, heteroseksualno, bogato“¹⁵.

Ovakav ponuđen standard zapravo se odnosi diskriminatorski prema ženama na dva načina: 1. Ne zahtevajući od muškarca takvo fizičko i vizuelno savršenstvo (njemu se „podrazumijeva pamet koja nije vidljiva“). 2. Stvaranjem nerealne slike

¹⁴ isto, vidi str. 16

¹⁵ FEMINOSKOP, ŽINEC – ANIMA, Kotor, 2005.

ženske poželjnosti i vrednosti za same žene – što onda i žene prihvataju kao „standard“. Jedna od posebnih podvrsta marginalizacije žena je izbegavanje starijih žena, sem ukoliko nisu u pitanju intervjuisane ličnosti. Dominantna slika je mlado telo žene, iako nisu u pitanju tabloidi vrlo sličnog vrednosnog sistema – razgolićeno, izazovno, poželjno.

Postojanje jake, sposobne sredovečne žene se skriva, a samim tim krije se i mogućnost samoostvarenja žena u zrelim godinama. Ne prikazuju se fizički nedostaci (forsiraju se zdravi), propagira se heteroseksualnost (preko prizora nasmejanih „mladih parova“) i fizička lepota. Homoseksualnost je retko prisutna u vizuelnoj formi, i ukoliko jeste, u pitanju su strani članci o poznatim ličnostima (Elton Džon, Elen De Dženeris).

Zašto 8. mart – Dan kada privatno postaje javno

I tako je 8. mart, Dan žena, prirodno odleteo tamo gde je nastao i gde mu je mesto. Smestio se u vode ženskih organizacija koje se preko građanskih i socijaldemokratskih parlamentarki povezuju s državom kako bi odbranile prava koje su komunjarke postigle. Tamo je i nastao, tamo se i vratilo, u svoje okruženje. Nacionalisti i fašisti sigurno neće propagirati takve stvari kao što su rodna jednakost, slobodno odlučivanje o rađanju i “dekonstrukcija kuhinje”. (Vesna Pešić, 8. mart 2007 SEE Portal¹⁶)

Oko osmog marta, svake godine, mediji se u većem obimu „zanimaju” za žene i ženska pitanja. Ovakva pažnja rezultuje većim brojem informacija o ženama i za žene, od kojih je jedan manji deo vezan za ženske aktuelnosti ¹⁷. Upravo su takve vesti i predmet ovog rada.

Već se na samom početku objašnjenja šta zapravo 8. mart znači¹⁸, odakle je, za koga i koliko je „levi” ili nije, susrećemo sa mnoštvom oprečnih informacija.

Svake godine u medijima postoji obavezan osvrt na pitanje nastanka ove tradicije, i insistiranje na bar nekolicini „suprotstavljenih” tabora od kojih se mogu razlikovati:

1. Oni koji shvataju 8. mart aktivistički, i uglavnom pozitivno
2. Shvatanje 8. marta kao „levičarskog” i pozitivno i negativno ¹⁹
3. Shvatanje 8. marta kao socijalističko-komunističko nasleđe SFRJ, negativno
4. Shvatanje 8. marta kao dana majki, pozitivno

¹⁶ SEE portal, Portal za Jugoistočnu Evropu

¹⁷ Misli se na vesti koje govore o aktuelnim ženskim problemima, i ženskim pitanjima koja nisu „vanvremenska” poput: kozmetičke nege, ljubavnih saveta, i sl.

¹⁸ 8. marta 1857. radnice iz fabrika tekstila i odjeće u New York-u su izvele masovni protest radi poboljšanja radnih uslova. Kako su demonstrantkinje rasterane od strane policijskih snaga, u roku od dve godine u svrhu organizovanog otpora formiran je i njihov prvi sindikat. Uskraćene za minimalno radno vrijeme, nadnice i prava glasa, marširalo je 15 hiljada radnica New York-a i 8. marta 1908, da bi, dvije godine kasnije na međunarodnoj konferenciji u Kopenhagenu, Klara Cetkin (Clara Zetkin), predstavnicica Socijalističke (druge) internacionale i jedan od budućih osnivača *Lige Spartaka / Komunističke partije Njemačke*, proglasila taj datum za Međunarodni dan žena.

¹⁹ „Da, čestitaju mi, ali ne raduje me to preterano. Ne dobijam poklone. Osmi mart, što mnoge žene zaboravljaju, jeste dan ženskih prava, a nikako dan kada ženi poklanjamo cvet i tako otklanjamo sve što smo zapostavili - kaže Aleksandra iz Socialdemokratske Lige Vojvodine ističe „značaj borbe za ravnopravnost žena u patrijarhalnoj zemlji kakva je Srbija”.

5. Stav da je poreklo nebitno, ali da je 8. mart prošlost - ovakav stav se obično izražava ponosnim odbijanjem da se učestvuje u obeležavanju istog (npr. „zabranila sam porodici da mi čestita 8. mart -..“)

Različiti stavovi prema prazniku koji se zvanično naziva i „Dan žena“, po pravilu odražava i neke druge razlike. Ove razlike govore o obaveštenosti, političkom stavu, načinu (i usmerenju) kojim se žene predstavljaju kroz javnu sferu. Stav prihvatanja ili odbijanja osmomartovske „pažnje“, zapravo ni ne govori o stepenu osvešćenosti potrebe da taj dan bude jednako ženski dan, kao i ostali dani, već više o pokušaju da se postojeća realnost kritikuje ili proceni na različite načine.

Same razlike, možda i ne bi bile toliko značajne (i različita mišljenja jesu dobrodošla), da nisu toliko potencirana od strane medija, kao svojevrsni kuriozitet. Ovakva estradizacija pitanja 8. marta u štampi odslikava stav uredništva da se potenciranje (stereotipna) ženske nesloge²⁰ može isplatiti, i komercijalizovati.

Ovaj praznik, koji to više nije (jer je radan) predstavlja i dalje datum u kome su žene prisutnije u medijima nego inače. Dnevne novine se tom prigodom „osvrću“ ne samo na sam praznik, već i na određene dominantne teme, koje su obeležile period od prethodnog 8. marta, koji možemo slobodno odrediti kao „osmomartovsku medijsku godinu“.

Prilikom analize dnevne štampe i nedeljnika u poslednjih 10 godina, može se primetiti dosta promena u :

- načinu na koji se mediji odnose prema ženskim temama (pridavanje važnosti temi, prisustvo na naslovnoj strani, ili na važnijim stranama, praćenost slikom, osnovni ton članka i sl.)
- stepenu uključenosti „ozbiljnih“ sadržaja (koji su ranijih godina bili nezamislivi)
- u jeziku koji dominira (uprošćavajući, bogat pridevima, visoko deskriptivni, zastareo)

²⁰ Jedan od jako uvreženih stereotipa koji dominiraju našim prostorima tiče se ženskog međusobnog neprijateljstva, ljubomore i rivalstva .

- prisutnosti žena u određenim rubrikama (politika i aktuelnosti, ekonomija, crna hronika ili zabavne strane)

Ta razlika je, očekivano, primetno velika, kada se sadržaj današnjih članaka poredi s člancima iz 60-tih, 70-tih i 80-tih godina (čija je nekolicina uzeta u obzir) po pitanju prisustva važnijih (ozbiljnih tema). Veoma je uočljiva promena odnosa medija prema pitanju ženskog zdravlja, prava, nasilja u porodici, diskriminacije i donekle obrazovanja. Dominantni jezik u tekstovima, stereotipi vezani sa ženski identitet - sliku žene, kao i način tretiranja braka i porodice najmanje su se promenili u poslednjih 40-tak godina. Zaključak koji nam se neumitno nameće, je upravo velika ukorenjenost tradicionalizma, i patrijarhalnog načina vrednovanja ženskog identiteta kroz pripadnost porodici, i ulogu majke.

Nekoliko dana uoči 8. marta, kao i nekoliko dana nakon njega (opseg od 7 dana) dnevna štampa pokriva ovu temu, gde su prethodni dani uvodni „ili zagrevanje za 8. mart”. Tada se obično najavljuju tribine, skupovi, i kulturne manifestacije, i objavljuju se intervjui i kolumne bilo ženskih autorki, ili tematski vezanih za 8. mart. Nakon samog 8. marta, daju se osvrti na događaj (često iz cele regije), zakasneli osvrti, i pregled važnih događaja koji su upotpunili praznik.

Nedeljna štampa, u većini slučajeva namešta da se u 8-martovskoj nedelji pokrije što više tzv. „ženskih tema” i pri tom se obično uključuju i feljtoni na neki način vezani za žensko pitanje²¹

Do tada veoma isključene žene i ženske teme, dobijaju priliku da ukorače u javnu sferu sa sigurnih 5-10% više prisutnosti²². Simbolika 8. marta je zapravo slična „one day hero ” konceptu, u kome je ženama dodeljen jedan utešni dan, kada će biti nešto vidljivije nego inače, i na kome bi trebalo da budu zahvalne.

²¹ Feljtoni u poslednjih 10 god

²² Podaci iz istraživanja INDOK-a objavljenih u okviru Indok Biltena

Obeležja dnevne i nedeljne štampe u periodu od 1998-2007.

Devedesetih godine žene u štampi su predstavljene u veoma tradicionalističkom svetlu. Mediji su, prateći istorijske i ideološke pokušaje repatrijarhalizacije, išli na ruku stvaranju neo-tradicionalizma. I pored mestimičnih osvrta na rad ženskih NVO, problema ekonomske prirode, teme vezane za 8. mart uglavnom su se fokusirale na pitanja nataliteta, mode, i razbibrige – kojima je cilj bio da ulepšaju deprimirajuću realnost²³. Ženski časopisi su nicali kao pečurke, nudivši manje - više iste teme, uz dodatak patriotskih osvrta na ono što se od žena u zemlji očekivalo da budu ili postanu²⁴. Jedan od pokušaja da se učini konstruktivni korak pri uključivanju žena u politiku 1991. je inicijativa ženske stranke ŽEST-a za osnivanjem ministarstva za žene, koja je odbijena u skupštini. To je jedina tema vezana za žene i politiku, (osim same ličnosti Biljane Plavšić), bila prisutna u medijima.

Početak ovog veka, žene u Srbiji su saznale da mogu, i da treba da se dobro raspitaju i za svoja prava, kao i teme, koje po pravilu pripadaju muškoj „sivoj strani” stvarnosti. Za vidljive promene u tretmanu ženskih pitanja prelomna je bila 2000. godina - kako u smislu razumevanja specifičnog položaja žena, tako i u smislu interesa za njihov politički i društveni angažman.²⁵ Tome je svakako doprinela konzistentnija politička aktivnost žena, kao i politički konsenzus oko strateškog plana da se u „prelomnoj” izbornoj godini iskoristi potencijal 52% ženske glasačke populacije. Političke snage koje po pravilu stoje iza većine visokotiražnih novina, u sopstvenom interesu su prepoznale i podržale značaj, korist i neophodnost ugledanja domaće štampe na svetsku, u kojoj borba za pridobijanje ženskog javnog mnjenja uveliko traje. Preuzimanje gotovih modela bio je naravno mač sa dve oštrice: s jedne strane povećao se ukupan broj tekstova „od značaja” za žene, ali se, proporcionalno gledano, drastično

²³ „Ona u ogledalu, sve obaveze prihvata ćutke , a najveća nagrada su joj zadovoljna lica njenih bližnjih“, 8. mart 1995, Politika

²⁴ 1991. god. donosi članak nadarenoj guslarici u kome se, između ostalog, moglo pročitati i to da se ona 1999. godine prijavila vojnom odseku da bi, ukoliko njeni sinovi budu bili pozvani na ratište, ona želela da im se pridruži

²⁵ Podaci preuzeti iz INDOK Presarijuma i arhive

uvećavao tradicionalni materijal namenjen ženama, dok je broj ozbiljnih priloga, opet proporcionalno, zaostajao²⁶. Pomak se desio uglavnom na površini, na nivou deklarativne korektnosti, u smislu odabira tema, donošenja vesti, izvlačenja naslova na početne stranice novina, dok se na nivou jezika i autentičnog doživljaja malo šta se promenilo.

Period postmiloševićevske ere, počevši od 2001. obeležava sve ozbiljniji pristup problemima koji se tiču žena: nezaposlenost, težak ekonomski položaj, nedovoljno učešće u javnim poslovima i politici. Medijski se pokrivaju promene i predlozi promena zakona savetovanja o učešću u politici, konferencije. Tokom 2003. godine, kraj februara i početak marta obeležava afera trgovinom ženama u Crnoj Gori i veoma dramatično suđenje, uz pretnje ženskim aktivistkinjama. Doprinos ženskih grupa se može videti u zakonu o radu i zapošljavanju, člancima o položaju Romkinja kao dvostruko marginalizovane grupe, problemima trgovine ženama, diskriminacije i nasilja.

Godine 2003. i 2004., mediji prate i rad ženskih grupa i organizacija u procesu rasprave i donošenja zakona o radu, zapošljavanju i penzionom osiguranju. Izveštaji na ove teme bili su prilično objektivni, relativno brojni i slični.

Tokom 2005. god. štampa se fokusira na nasilje nad ženama i u porodici, žensko zdravlje i natalitet, žene u politici, umetnosti. Postepeno sa fokusiranjem pažnje na položaj Roma kod nas i u svetu, pojavljuju se i članci o specifičnim problemima Romkinja. Svest o „drugima među nama“ osvežena je podlistkom u nedeljniku Vreme o muslimankama u Sandžaku. Otkriće o umešanosti znatnog broja žena u visoki kriminal tretirano je kao prvorazredni problem. Pitanje učešća žena u politici kao da je pomalo zamrlo. Uz uznapredovala istraživanja o sve većem postotku oboljevanja od raka među ženama u neposrednom okruženju, u provereno prihvatljive teme spada i dalje trgovina ženama, seksualno zlostavljanje i nasilje u porodici, SOS telefoni. Broj članaka je i dalje, na žalost veoma mali.

Po podacima medija monitoringa²⁷ iz 2006. godine izvršenog na 11 lokalnih dnevnih novina, može se videti da je zastupljenost žena, ženskih tema veoma

²⁶ Indok Presarijum

²⁷ Lokalni štampani mediji i ravnopravnost polova, Žene to mogu, 2006

mala, dok je zastupljenost teme rodna ravnopravnost samo 4%. Sadržaj članaka je veoma stereotipan, mahom nudi tradicionalističku sliku, a najprisutnije su od žena ličnosti sa estrade, dok su tekstovi u skoro polovni slučajeva dati bez fotografije, i takođe su kratki i neuočljivi - nisu na sredini strane (ŽTM: 43).

Što se tiče nedeljnika koje pratimo (NIN i VREME) oni se u referentnim brojevima (oko 8. marta) daju dosta intervju sa ženama različitih zanimanja, što je možda bila i koincidencija. VREME je u ovom periodu (od 2004 -2006.) donelo intervju sa političarkom Vesnom Pešić, ministarkom Ivanom Dulić Marković, Vericom Bark, članicom anti-korupcijskog saveta, kao i feljton o Kseniji Atanasijević, a NIN od 17. marta 2004., je u rubrici Društvo doneo malo istraživanje o kvalitetu života u Srbiji i u svojoj statistici posebno je uzeo u obzir podatke o ženama. U istom broju NIN je doneo članak sa interesantnim detaljima o bračnim ugovorima iz novog Porodičnog zakona.

2007. godina (bar za sada) na neki način donosi povratak tema vezanih za odlučivanje, povećanje broja članaka vezanih za reproduktivno zdravlje, i najave mnoštva pres konferencija. Osetno je razočarenje žena u politici, vezanih za izbore. Prisutan je apel Ženske Vlade u vezi izlaska na izbore i u vezi pridržavanja konsenzusa da ih bude malo više. Tema reproduktivnog zdravlja provlači se kroz tekstove o prevenciji, intervju sa lekarima, sa pres konferencija na temu prevencije raka grlića materice.

Jezik dnevne štampe – isključivanje žena

Korišćenje rodno senzitivnog jezika u pisanom štivu, veoma je važan indikator pozicija, ravnoteže među polovima i uloga dodeljenih ženama od strane uređivačke politike štampe i njenih korisnika. Podaci regionalnog medija monitoringa (Isanović:73) pokazuju da je veoma često korišćen rodno nesenzitivan jezik kada je u članku ili tekstu reč o ženskoj osobi (u 24,9%)²⁸. U poređenju sa govornim jezikom, u kome se može primetiti veća fleksibilnost i

²⁸ Media Center Sarajevo, Stereotyping: Representation of women in print media in SEE, Media Center Sarajevo, 2006

prihvatanje rodno senzitivnog govora (na primer na B92), uz pritiske uredništva, pisani mediji su mnogo tvrdokorniji u prihvatanju te vrste novina.

Po mišljenju Svenke Savić, jezička elita čuva jezik kako se vidljivost žene na vlasti, ili u hijerarhiji moći, ne bi potvrdila jezikom koji je sam po sebi moć: ne može u normu ući nešto što koristi većina (to su oni koji prirodno razgovaraju na ulicama), već se mora načiniti pravilo, dovoljno visoko da ga samo neki dosegnu²⁹. Ovaj desetogodišnji pregled štampe može potvrditi dosadašnje nalaze³⁰, i nedostatak rodno senzitivnog jezika pozicionira na sam vrh problema koji se tiču reprezentacije žena u medijima. Naslovi članaka u kojima se nalazi funkcija ili profesija žene, kao po pravilu upotrebljavaju muški rod: „*Žena načelnik službe za prevaspitavanje u zabeli*“ (Politika, mart 2001.), „*Cecu Ražnatović, za prvog predsednika FSJ*“ itd.

Kada su u pitanju negativne konotacije, po pravilu se koristi imenica ženskog roda: „*Kondukterka tukla putnicu na liniji 29*“ (Glas, mart 2002.), „*Grubijanke u suknji –treba li i kod nas otvoriti SOS telefon za muškarce žrtve nasilja*“ (Politika, 2002).

Takođe su primetne i nedoslednosti u upotrebi jezika, tako da se u istom članku može naći korišćenje izraza „direktor” i „direktorka”, ili promenu roda od naslova do kraja članka. Uglavnom se pozivajući na neprirodnost konstrukcija u ženskom rodu, rogovatnost izraza (tipa psihološkinja) i na gramatičku nepravilnost forme, tj. njeno odstupanje od standarda. Ova vrsta igre koja se kasnije očitava u nizu sudova poput: „nije pravilno jezički”, „nepismeno je”, „nije u duhu standardnog jezika”, „grešenje o normu” i sl. Po mišljenju S. Savić, sredstvo je pomoću kojeg se obeležava ona grupa koja u spontanom razgovoru, na ulici, po prirodi jezičke strukture koristi dominantnije ženske forme za zanimanja i titule žena.

Žensko pitanje je političko pitanje. Poznato je, naime, da standardizacija nekog jezika nikada nije samo (nekada nije uopšte) jezičko pitanje, već je (više) političko i društveno.

²⁹ Svenka Savić, *Žena sakrivena jezikom medija*

³⁰ Vidi S. Savić (20),

Kada se žena na visokom položaju u hijerarhiji moći ponaša prihvatljivo, rezervisana je forma muškog roda za njenu titulu u naslovu, da bude što više nevidljiva u onom delu teksta koji je čitaocima najuočljiviji i najčitaniji. Kada se, pak, ogreši o očekivanje društva (bilo da je u pitanju partijska pripadnost ili nešto drugo), na žensku osobu se tada jasno ukazuje izvlačenjem na videlo njene polnosti i to na najvidljivijem mestu teksta – u naslovu (nekada u samom tekstu uopšte nema više forme ženskog roda).

Izvor štampe i metodologija

Izvor štampe

U analizu medija uključena je dnevna štampa: Blic, Politika, Glas i nedeljnici NIN i Vreme. Izbor dnevne štampe odslikava delimičnu različitost programske politike, a najviše se uočava u samom jeziku ili novinarskom stilu, koji diktiraju urednici listova. Analizirajući i prethodnu dekadu i eventualne promene u uređivačkim politikama ovih listova, može se primetiti doslednost Politike vladajućoj strukturi, ali i veća fleksibilnost Blica, koji oscilira između veće ili manje privrženosti demokratskom centru, dok je Glas poznat po preferiranju desno orjentisanih stranaka poslednjih godinu dana nešto kritičniji prema vlasti nego ranije. List Danas predstavlja list najelitnije intelektualne ciljne čitalačke grupe i njegova izdavačka politika pokazuje okrenutost malom procentu intelektualno zahtevne publike koji danas uglavnom čini levi centar. Iako po načinu i tonu praćenja, a naročito analize dnevno-političkih događaja, ovi listovi zastupaju različite teze, zapanjujuće se malo razlikuju u tretmanu žena i ženskih pitanja u svojim glasilima.

Praćenje ženskih pitanja i tema u fokus - listovima

Naš najstariji dnevni list - **Politika** je, u poslednjoj deceniji nudio veliki broj tekstova vezanih za ženske teme, iako mu je uređivačka politika, bila i ostala konzervativna u odnosu na žensko pitanje. Tokom devedesetih u Politici su uglavnom dominirale vesti vezane za zakonodavstvo, porodicu, zdravlje i probleme nataliteta – gde se može primetiti najveća konzervativnost u pristupu. Početkom milenijuma dominantne teme postaju nasilje, i ženska prava. Aktuelnije prikaze na ženske teme Politika je donosila najčešće kroz rubriku „Izbor iz strane štampe“, dok su na stranicama kulture redovno praćeni ženski književni doprinosi. U rubrici „Da li znate“ često je bilo kurioziteta vezanih za žene. Poslednjih nekoliko godina, politika je blago (i pod pritiskom naše realnosti), unekoliko izmenila svoju uređivačku politiku. Mnoge teme od značaja

za žene izbijaju na prve strane lista, dok „Ženska strana“ pokazuje i dalje doslednu konzervativnost. **Danas** je u početku bio veoma uzdržan kada su u pitanju ženske teme, ali se postepeno, najpre zahvaljujući pismima čitalaca, iskristalisao u novine koje daju dosta prostora ženskom pristupu. Dve-tri stalne kolumnistkinje, i nekoliko redovnih saradnika danas svrstavaju ove novine u ideološki korektne. **Blic** se od svojih početaka bavi ženskim pitanjem na nivou savremene žute štampe, preko feljtona, osvrtu na temu žene u kratkim intervjuima sa ženama javnim ličnostima. Nije konzervativan u klasičnom smislu, već prati tendencije u društvu i pokušava da „mirenjem suprotnosti“ dobije što više čitalačke publike. Iako na formalnom planu zastupa korektan pristup, ne odriče se elemenata žute štampe (u često uvredljivoj formi), i već prepoznatljive ženske golotinje kojom se (uz „duhovit“ komentar) ilustruju političke aktuelnosti. **Glas javnosti** je u pokrivanju ženskih tema bio diskretniji od Blica, ali je, zahvaljujući agilnosti nekolicine novinarki sa terena, postepeno izgradio jednu konzistentnu uređivačku politiku. Oni ženskim temama (na žalost retko) prilaze ozbiljno i odgovorno, čak i kada vesti preuzimaju sa svetske scene. Iako je **NIN** uvek bio otvoren za ozbiljne, velike tekstove na temu položaja žena, pa i feminizma, u osnovi njegove uređivačke politike dominira tradicionalizam i to upravo u tekstovima stalnih kolumnista. Nedeljnik **Vreme**, važi za list kritički nastrojen prema vlasti i konzervativnim idejama, mada često surov u obračunavanju sa autoritetima oba pola. Do 2005. se relativno retko bavio datim temama, ali od kada se „prihvatio posla“, radio ga je savesno, i objektivno. Tokom 2002. godine, žensko pitanje se infiltriralo u polemiku povodom teksta „Dehelsinkizacije Sonje Biserko“, a na samom kraju godine, upravo je na njegovim stranicama razvijena je interna žensko-ženska polemika.

Metodologija

Ovaj rad je kombinacija monitoringa štampe u periodu od '88-'07 godine, uz kvalitativnu analizu ponuđenog materijala. Članci su izabrani u odnosu na njihovu povezanost sa ženskim temama, aktualnim problemima vezanim za žene i temom samog 8. marta.

Dominantne teme

„Suknje u senci pantalona“ (Politika, 13. mart 1998., članak o nedovoljnoj zastupljenosti žena u javom životu)

Tokom 1998., pored vesti o obeležavanju stogodišnjice feminističke inicijative na teritoriji Jugoslavije i 50-godišnjice UN povelje o ljudskim pravima, novine su se osvrnule i na problem Kosova. Druge novine donose osvrt na način proslavljanja 8. marta – „*Kraj osmomartovskih karanfila*“ i podsećanje na dvadeset godina feminizma u „muškoj demokratiji“, uz pitanje - da li su feministkinje gubile vreme. Iako vrlo šarenolika i nedosledna po izboru tema vezanih za 8. mart, 1998. godina donosi dva članka o feminizmu, što se neće ponoviti narednih nekoliko godina, delimično i usled ekspanzije „gorućih“ tema za žene. Iz istog razloga još uvek za feminizam u dnevnoj štampi nema vremena, tj. prostora.

„Mir - da, karanfil - ne. Nećemo da rađamo ratnike – jednočasovnim ćutanjem čačanke obeležile 8. mart“ (Blic , 9. mart 1999.)

Od članaka u periodu 8. marta, 1999. godine ne postoji dominantni diskurs, već su teme veoma šarenolike: „*Dobrovoljno postala domaćica*“ – članak o majci dvoje dece koja je napustila posao da bi se posvetila porodici, „*Uspešne žene*“ – žena direktorka preduzeća i direktorka zavoda za transfuziju krvi. U ime praćenja modernih stremljenja, Glas donosi vest o pojavi da starije žene biraju mlađe muškarce – „*Razlika u godinama nebitna*“ objašnjavajući zašto je dobra veza mlađeg muškarca i starije žene.

I dok su supruge stranih diplomata organizovale skup: Žene protiv nasilja, o domaćim antiratnim akcijama se nije izveštavalo, ali se zbog toga organizovalo slikanje žena sa mašinkom u stilu 30-tih godina. Poruka javnog mnjenja je jasna, žene pripremite se za rat (bombardovanje je započelo neposredno nakon 8. marta).

Simpove radnice povodom 8. marta odlučile su da Slobodanu Miloševiću poklone sadnice za očuvanje Kosova i Metohije, dok su istovremeno u Gornjem Milanovcu profesorke srednje škole odbile da prime poklone za 8. mart uz

obrazloženje da već godinama dobijaju minimalac, i da im to neće pomoći. Zahvaljujući ovim vestima možemo odlično videti društveno, političko i ideološko raslojavanje žena u Srbiji, koje su se polarizovale oko podrške Miloševiću i zauzimanja stava odbijanja poslušnosti – učinivši jedan akt građanskog revolta. Kao podatak o muško-ženskoj dinamici, anketa (upriličena povodom 8. marta) donosi podatke da većina žena zamera partnerima laganje, a većina muškaraca zamera ženama da džangrizaju. Anketu nije pratio komentar, niti pokušaj objašnjenja ove pojave, toliko bliske stereotipima.

„Žene sklonije gojenju - kažu nutricionisti“ (Glas, 8. mart 2000.)

Od 2000. godine najprisutnija tema je **politika**. Ona se obrađuje kroz analize potreba ženskih glasača (rezultati agencije Medijum index kažu da je apstinenata među ženama za 10% više nego među muškarcima (38%)), prisustvo žena u politici, intervju sa političarkama, čak i kroz izjave astrologa³¹. Gordana Čomić u intervju Blicu kaže: *„Žene će smeniti SPS“*. Kolizija između tzv. opozicione štampe i listova na partijskoj liniji, raste, čak i kad je u pitanju tema 8. mart. Politika objavljuje: *„Ignorisanje 8. marta civilizacijski čin – zapanjujuće je koliko opoziciona glasila ponižavajuće tretiraju ženu“*. Značajan deo patriotskog fronta – žena je odbranila otadžbinu. Objavljuje se podatak da gotovo 8% žena u Srbiji samostalno podiže dete, i tema je pokušaj otvaranja oblasti nataliteta na drugačiji način. Kao pozitivan primer, superiornosti žena u profesionalnoj oblasti objavljen je članak: *„Žene superiorniji prodavci od muškaraca“*.

„Ako gradonačelnik mora da bude impotentan, onda nek bude žena“, o kandidaturi Radmile Hrustanović na mesto gradonačelnice (NIN, mart 2001.)

Tokom **2001.**, tema politike ostaje prisutna (kandidatura Radmile Hrustanović za poziciju gradonačelnice, intervju Jelice Rajačić Čapaković, postavljanje žene na čelo vrhovnog suda), međutim, kao jednako prisutna tema pojavljuje se problem nezaposlenosti žena i diskriminacije i seksualnog uznemiravanja (u periodu od 7-

³¹ „U eri vodolija, biće više žena u politici“ predviđa astrolog, Glas Mart 2000

10. marta, 5 članaka o incestu, seksualnom uznemiravanju). Takođe listovi pišu o kršenju ljudskih prava u Srbiji, beloj kugi, predlogu 16 ženskih NVO o amnestiji, i kao poseban kuriozitet izdvaja se prvo hapšenje žene, optužene za ratne zločine³². Mediji se okreću i kritičnoj analizi povezanost rada na crno i bele kuge – zaključujući da na odluku žene da ne rađaju utiče i loša ekonomska situacija.

„Glavne u kući a nevidljive u javnoj sferi “

jedan je od naslova osmomartovskog Blica iz **2002.** godine. Ovu godinu najviše obeležava pisanje o **nasilju u porodici, zdravlju** (karcionomi, srčana oboljenja), **tranziciji** – pozitivni³³ i negativni aspekti³⁴. Takođe, 2002. donosi članke o osnivanju Ženskoj biznis kluba u Kikindi, Tribini Labrisa, i članak o feminizmu. Iste godine, otpočinje i jedan kritički osvrt na 8. mart, koji će se u narednih nekoliko godina, sve više zaoštrevati (negativne konotacije 8. marta kao „levičarskog praznika“- „*Srećan 8. mart 1910.*“). Kakva je sudbina namenjena ženskim granama privrede u privatizaciji – situacija kao u vreme Klare Cetkin. Po prvi put se otvara pitanje analize imena Beogradskih ulica, i postavljanje pitanja, zašto su žene toliko slabo reprezentovane - od 2398 beogradskih ulica, 127 se zove po ženama.

„Za sve je kriva Klara Cetkin“

Naredna **2003.** godina, donosi čak i zabranu slavljenja 8. marta kao i veliko zaoštrevanje tenzije o osnovanosti njegovog proslavljanja koje vrhunac doživljava u članku – „*Za sve je kriva Klara Cetkin*“ – u kome se na veoma negativan način govori o tome. Centralna tema su **uspešne žene iz javnog života, sa naglaskom na političarke, materinstvo u krizi** – kao vrlo perfidna

³² Medija monitoring iz 2001 pokazuje da su najčešće socijalne uloge žena na fotografijama u štampi: glumica i pevačica, zatim manekenka (ili ilustracija nekog članka), političarka i TV ličnost – oko sredine, a najmanje sportistkinja

³³ Kao pozitivni posledice ulaska u proces tranzicije navodi se otvaranje Sigurne kuće u Vojvodini

³⁴ Negativne posledice tranzicije, slabljenje tzv. ženskih grana privrede, i osiromašenje radnica, kao i povećana nezaposlenost žena

kontrateza velikoj zastupljenosti žena u javnom životu³⁵, upozorenje na **porast nasilja nad ženama** u Srbiji („*Svaka četvrta žena žrtva nasilja*“, „*Porast nasilja nad ženama*“). Nekoliko anketa pokriva različite aspekta doživljaja 8. marta. Članak „*Žene vole Borisa Tadića*“ iznosi interesantan podatak da je kao omiljenu osobu sa kojom bi provele 8. mart 32% žena izjavilo da je to Borisa Tadić; u drugoj anketi 60% njih, kao idealan poklon za 8. mart iznosi ideju da im muškarac, partner skuva večeru. Zahvaljujući istoj anketi saznajemo da je 44% ispitanica nezadovoljno intimnim životom – bilo da nema partnera ili je nezadovoljavajući. Sa malo nostalgичnim osvrtom, štampa se osvrće na to kao se nekada slavio 8. mart, putovanja, šoping ture, poklone. Kroz ove članke provlači se teza o teškoj ekonomskoj situaciji kao uzroku ove promene.

„Žene dorasle poternicama“

Pozitivno pitanje učešća žena u politici **2004.** kao da je pomalo zamrlo. I dalje se u našoj štampi ženskom pitanju radije prilazi sa pozicija kurioziteta kao što su osvrtni „prva žena“, „žene u ratu“, „žene u svetu“ (po mogućstvu, islamskom), „zdravlje žene“, „problemi žena u menopauzi, hormonska terapija - da ili ne“. Primetno je povećan broj članaka o trgovini ženama, seksualnom zlostavljanju i nasilju u porodici. Ovim pojavama se prilazi mnogo praktičnije, i daje se više konkretnih statističkih podataka, i upućuje se na organizacije koje mogu da pomognu (SOS telefoni).

Godina **2005.** je karakteristična po velikoj proboja značajnih tema kao što su: **diskriminacija na radnom mestu, usvajanje novog porodičnog zakona, izmene u zakonu za porodijsko odsustvo.** Teme politike i nasilja nad ženama ostaju veoma prisutne. Slobodan Lalović, ministar za rad i socijalnu politiku najavljuje u roku od godinu dana Zakon o rodnoj ravnopravnosti³⁶

³⁵ U intervju za politiku mr Biljana Spasić izjavljuje – „*abortusi su najveći srbožder*“

³⁶ 2007 god. ne donosi nikakve promene u smislu usvajanja zakona o rodnoj ravnopravnosti

Nekoliko naslova govori o ozbiljnim problemima koji su obeležili 2005. god.: „*Muški dan žena*“, „*Malo žena na mestima odlučivanja*“. Nove teme koje se pojavljuju su: inicijativa protiv seksa na bilbordima, prebračni ugovor - štiti žene. Prema Global Media Monitoring Project-u 2005, koji se odnosio na prikupljanje podataka o vidljivosti žena u štampanim i elektronskim medijima³⁷, podaci pokazuju da prisutnost žena u dnevnoj štampi ne prelazi 15%, kako u prisutnosti u člancima tako i u vizuelnoj formi (fotografije, ilustracije i sl.)

„Diskriminacijom žena Srbija se odriče 52 odsto potencijala“ - potpredsednica Saveta za ravnopravnost polova Dragana Petrović o položaju „slabijeg pola“ (Danas, 8. mart 2006.)

U martu **2006.** dominiraju teme vezane za NAP, i rodnu ravnopravnost. Kroz priču o 8. martu provlači se i važnost rodne ravnopravnosti – „*Povodom 8. marta pokrajinski sekretar za rad, zapošljavanje i ravnopravnost polova ocenjuje da je svest o potrebi razvijanja rodne ravnopravnosti još uvek nedovoljna, postoje ozbiljne prepreke na putu njenog ostvarivanja*“. NIN u rubrici Društvo donosi malo istraživanje o kvalitetu života u Srbiji i u svojoj statistici posebno je uzeo u obzir podatke o ženama. Ohrabrujuće vesti „*Srpskim pravosuđem dominiraju žene*“ i „*Zaposleni u Societe General umesto poklona uplatili 200.000 na račun Sigurne ženske kuće*“ kao i veliki prostor posvećen ŽUC-u i performansu „*Naučila sam lekciju*“. Vest da je Ljiljana Raičević, direktorka sigurne ženske kuće iz Podgorice dobila prestižnu nagradu Amnesty International najpre je objavljena u Danasu (6. mart 2006.), a zatim i u ostaloj dnevnoj štampi. Supruga Vuka Draškovića, Danica, požalila se Blicu, da joj Vuk ni ove godine nije kupio poklon za 8. mart. Jedan deo članaka je kao i svake godine posvećen raslojavanju na liniji da ili ne. Za 2006. god. pobornica 8. marta je Suzana Grubješić iz G17+, koja kaže: „to što se vremenom pretvorio u davanje nepotrebnih poklona i cveća i učinio da samo

³⁷ Rezultati Global Media monitoringa 2005: NOVOSTI su 8. marta imale razloga da donesu puno ime i prezime 313 osoba. O tog broja 36 su bile žene, preostalih 277 su muškarci. Na 77 fotografija čije su teme i motivi ljudi iz bilo kojeg razloga moglo se videti 30 ženskih i 118 muških likova. DANAS je 8. marta imao razloga da donese puna imena 326 ljudi, od toga su 43 bile žene, 283 muškarci. Na 33 fotografije koje donose informacije o ljudima vidi se 20 žena i 50 muškaraca. POLITIKA je tog dana punim imenom i prezimenom pomenula, potpisala ili potpisala 591 osobu. Od toga su 97 bile osobe ženskog pola i 494 muškog. Na 62 fotografije čija su tema bile pojedine ličnosti, ili ljudi opšte, mogli smo videti 21 ženu i 86 muškaraca.

*na taj dan muškarci drugačije komuniciraju sa ženama, nije umanjilo njegov značaj. Ženska revolucija još traje*³⁸.

Ovu **2007.** godinu tokom osmomartovskih dana obeležili su sledeći naslovi: „*Ravnopravnost žena zagarantovana je novim ustavom Srbije*”, „*U Srbiji je pola miliona nezaposlenih žena*”, „*Patrijarhalni modeli dominiraju u školskim udžbenicima*”, a istovremeno deo rezervisan za politiku okrenut je učešću žena u sazivu skupštine. Iznesen je podatak da je u novom sazivu skupštine - 51 žena ili ukupno nešto manje od petine ukupnog broja poslanika. Anketa upriličena povodom 8. marta donosi podatke da u Srbiji 12% ispitanih muškaraca misli da je ženi mesto u kući³⁹. Farmaceutski fakultet u okviru projekta „*Zdravlje i prevencija bolesti žena*” donosi podatke da Beograđanke ispod 40 godina pate od poremećaja apetita, nervoze, manjka energije i osećaja usamljenosti, dok one iznad 40 uglavnom pate od stresa i zamora. U okviru članka koji govori o inicijativi da se javnost upozna sa radom pomalo zaboravljene aktivistkinje i njenom borbom za ravnopravnost žena navodi se „*Zorka Janković je jedna od prvih aktivistkinja ženskih društava, po lepoti nadaleko čuvena.*” što je još jedan od pokušaja razbijanja stereotipa o aktivistkinjama koje najčešće nisu naročito lepe (jer zapažanje o njenoj lepoti ima centralno mesto) koje zapravo čini suprotan efekat, skrećući pažnju sa važne na sporednu stvar. Pored svega što je učinila, izgleda da je ostala najčuvenija po lepoti (Dnevnik, 8. mart 2007.) . Javno mnjenje se konačno okreće trudnicama najavljujući kampanju za pažljiviji tretman trudnica u saobraćaju. Takođe, otvaraju se i mogućnosti za za žene da postanu oficiri.

³⁸ Detaljnim analizama lista Danas, INDOK utvrđuje da su glavni urednik Danasa i predsednik upravnog odbora, muškarci. Od 20 ostalih imena u impresumu, 9 je ženskih. Od 7 tema najavljenih na naslovnoj strani, ni jedna se ni na koji način ne odnosi na žene. Od 77 članaka i većih vesti u 8 njih žene su glavni, ili sporedni, ali važni akteri.

³⁹ Istraživanje International Index Target Group, u kome je 2007. učestvovala i naša zemlja

Tihi progres – analiza promena

„Feministička udruženja iz celog sveta optužila su UN da nisu dovoljno učinile na promovisanju ravnopravnosti polova u okviru sopstvene reforme. U otvorenom pismu Ananu i zemljama-članicama UN, feministkinje žale što posle više od 10 godina od konferencije u Pekingu 1995, kada se svetska organizacija obavezala da će raditi na jednakosti polova, UN i dalje omogućavaju samo minimalnu zastupljenost žena u sopstvenim važnim komisijama, ekspertskim komitetima i na visokim položajima". (Blic, 8. mart 2006.)

Od početne razrušenosti prisutnih osmomartovskih tema 90-tih, koje su bile rezultat nedostatka inspiracije uredništva, jednoobraznosti ideje o potrebama žena i temama koje bi ih dostojno predstavile, novi milenijum donosi veću unisonost pristupa. Demokratske promene (ma koliko kratkog daha u sferi unutrašnje politike) za medije donose mnoštvo kontrasta. Iako je zastupljenost članaka posvećenih ženama i o ženama u okvirima ukupnog broja tema, i dalje veoma mali, značaj koji se pridaje važnim (tzv. ozbiljnim temama) ipak raste. Dominantne teme, izlistane po godinama od 1998-2007., pratile su otvaranje pitanja nasilja, odlučivanja, ekonomije, zdravlja, pravnih aspekata ženskih pitanja u javnoj sferi i u društvu. Neka glasila su prilično brzo prihvatila nove koncepte prikazujući 8. mart u ozbiljnijem maniru (kao što je Blic) dok su ostale novine sporije, mada često temeljnije (Politika) vršile analize i uključivale feljtone koji se tiču ženskih pitanja. Pozitivna promena je priključivanje novih tema, uz zadržavanje starih (od prethodnih godina) kao što je slučaj sa dodavanjem pregleda tema ekonomije, problema nezaposlenosti, zakona i izmena zakona o prvobitno pokrenutim temama nasilja i žena u odlučivanju – politici (od 2000/2001.). Pregled štampe 2006. godine, u mnogome podseća na strukturu NAP-a⁴⁰, uz ozbiljni nedostatak prisustva teme Žena u medijima kao i obrazovanja. Oblast zdravlja, naročito pitanja prevencije ženskih bolesti je veoma zastupljena, i umnogome dosledno izveštava o svim važnim informacijama, prateći rezultate istraživanja.

⁴⁰ NAP se sastoji iz sledećih segmenata: Žene i ekonomija, Žene i odlučivanje, Žene i zdravlje, Žene i obrazovanje, Nasilje nad ženama i Žene i mediji

„Kolateralne štete” vezane za 8. mart

Teško je oteti se utisku da je najzanimljiviji deo osmomartovskog pisanja upravo njegova bizarnost, i vesti koje su same sebe proklamovale crnohumornim, i time izazivaju oprečne emocije kod čitateljstva. Obično je u pitanju mešavina smeha i nelagode. Delimično je bizarnost ovih članaka gorka, jer pokazuje otuđenost „javne sfere” od suštinskih pitanja vezanih za žene i njihove potrebe, dok sa druge strane imamo neobične i nesvakidašnje načine povezivanja osmog marta sa raznim sporednim i ekscentričnim događajima.

Kao najbolje primere prave štete nanešene povodom 8. marta navešćemo:

„*Plesljivo cveće koje su žene dobijale u Bosni zamalo da zarazi ceo grad*” (Kurir, 9. mart 2007), članak koji odlično odslikava stepen pažnje koji se upućuje ženama.

„*Posao za najlepšu - izbor za najlepšu nezaposlenu mis*” - manifestacija koja u potpunosti degradira žene, po toliko pitanja da ih je teško i nabrojati. „*Osmomartovski popust na kožne jakne za zaljubljene parove*” što upućuje na isključivanje žena bez partnera, kao i nezaljubljenih žena, jer za njih nema popusta, nisu društveno poželjne. Isto tako ovo je odličan primer ponovnog utrpavanja muškaraca u ženski praznik.

„*Trka žena vozača za 8. mart*” – osmišljeno kao anti-diskriminatorni akt, zapravo više deluje kao vašarska i zabavna aktivnost.

„*Nova emisija o ženskim pitanjima – Mesečnica, na TV Zrenjanin*” - emisija posvećena ženskim pitanjima po nazivu Mesečnica, dovoljno govori o logici povezivanja. Malo je reći biologizam, naziv emisije govori o pokušaju umanjivanja značaja ženske emisije potpuno je poistovećujući sa ženskom fiziološkom realnošću. Može se shvatiti i kao zadovoljavanje potrebe na mesečnom nivou.

„*Muškarci dobili poklon čestitke za 8. mart*” – pronevera novca za 8. mart u zaječarskoj Jugobanci, podelili novac namenjen ženama.

„*Za dame, meso jeftinije*”, popust za žene – da bi mogle da spremaju meso za svoje muškarce. Da li je popust na meso izraz autentične ženske potrebe?

Kao najčudnija konstrukcija „Na Marakani, po običaju spremili keš, u Humskoj ceremonija, Romantika na Karaburmi, košarkaši se odlučili za kozmetičke proizvode, neizvesno u fudbalskom savezu SCG” (Kurir, 8. mart 2007) - veoma je teško razlučiti da se zapravo govori o 8. martu, a ne o sportskim dešavanjima u polu - žargonu.

„*Noć plavuša*“ - organizovana manifestacija u organizaciji Ošišanog ježa, gde su se čitali najboljih 2000 viceva o plavušama

„*Mona poklanja muškarcima poklone za 8. mart*“ (Glas, 8. mart 2001.)

„*Ako gradonačelnik mora da bude impotentan, onda nek bude žena*“ (NIN, mart 2000.)

Ono što povezuje sve ove vesti, uslovno podvedene pod rubriku trivijalno ili bizarno je potpuna zbunjenost novinara konceptom 8. marta...

Zaključak

I na kraju –bez prave prognoze

„Da ne bude neke zabune, nisam ja ni feministkinja, ni antiromantična, naprotiv, obožavam muškarce i zdravu romantiku bez patetike. Samo sam htela da kažem da bi taj Dan žena, ako ga već slavimo, trebalo da posvetimo onim veličanstvenim „pretkinjama" koje su dovele do toga da danas živimo u koliko-toliko normalnom svetu. A što se tiče muške pažnje, ona ne bi smela da bude dirigovana datumima, naročito zato što ljubav i pažnja sa poklonima i ružama nemaju baš nikakve veze". (Kurir, 9. mart 2007.)

Pored jake potrebe da se ograde od svake sličnosti sa feminizmom, a opet pokažu doslednost liberalnim idejama realizatori/ke dnevne štampe pokušavaju da zauzmu određeni (novi) stav prema 8. martu. Taj stav bi odlikovala nesentimentalnost, neodređenost i istoričnost njegovog obeležavanja (što dalje od feminizma u svakom slučaju).

Baš kao i sa mnogim pitanjima, mediji većinom sa 8. martom završavaju staro, ili otpočinju nešto novo bez jasnog određenja. Čitalaštvo je zbunjeno ograđivanjem i polemikama, treba li ili ne slaviti, priznati i poštovati ovaj praznik. Velika sličnost postoji i sa tretmanom važnih ženskih pitanja. Otvaranje jednog novog trenda 2000-te je počelo i uz manje zastoje i dalje traje, paralelno sa sobom vukući tradicionalnije obrasce, rame uz rame.

Kakva je budućnost tretiranja ženskih pitanja kroz štampane (i druge) medije ?

Unapređivanje rodne ravnopravnosti u sferi medija, sistematizovano kroz Nacionalni plan akcije za žene, i podržano od strane nekolicine ženskih organizacija koje se bave ovim problemom, predstavlja veliki pomak. Višedecenijsko kaskanje za analizom ove važne oblasti, veoma je vidljivo i rezultovano njenom odsutnošću iz javne sfere što se čak i „brzim" pregledanjem Indokove hemeroteke, (koja danas pokriva period od nekoliko decenija), može se videti.

Danas i dalje preovladava nota razbibrige, ili bar pokušaj ulepšavanja realnosti dodavanjem epiteta romantičnog. Dominantni jezik, i sadržaj, kao i stereotipi vezani sa ženski identitet-sliku žene, kao i brak, porodicu i decu su se najmanje promenili. Žene preko 50-te godine se veoma retko pojavljuju na fotografijama, a i u tom slučaju se detaljno „retuširaju”. Istraživanja TV emisija pokazuju veoma sličnu situaciju, žene se u ulogama voditeljki pojavljuju veoma mnogo, ali kada treba da budu gošće u emisijama, prevashodno su to mlade, lepe i prijatne za razgovor.

Veća prisutnost ozbiljnih ženskih tema, veoma je potpomognuta postojanjem interneta, i baza podataka, koje su na raspolaganju svima onima koji žele da zagaze u oblasti istraživanja, pozitivni su pomak. Domaći i licencni ženski časopisi⁴¹ polako uvode i ozbiljnije ženske teme, uvodeći i sadržaj koji prevazilazi samo negovanje forme.

Veliki izazov domaćim medijima, bilo bi redovno pokrivanje tema, od značaja za žene, nevezano za sezonu, sveže zakone, i aktuelnosti koje pritiskaju i iznuđuju reakciju štampe. Ženske organizacije, asocijacije i grupe su i dosada delovale podsticajno u ovom pravcu, i od njih se i nadalje očekuje iniciranje pomaka u ovoj oblasti. Emisije posvećene ženama, koje su sve češće, na jedan „estradni način” prikazuju ozbiljne teme, zabavljajući publiku, i nudeći prilično stereotipne priče⁴².

⁴¹ Na primer Gracija od početka 2007., u svakom broju obrađuje jednu ozbiljnu žensku temu

⁴² Svetlana Kitić, poslanica Socijalističke partije Srbije, pohvalila se Kuriru da je juče od države dobila poklon.- Potpisala sam za dobijanje novčane nadoknade za zaslužne sportiste i sad vam svečano kažem da nisam penzionerka, to se ne zove penzija. Inače, lepo je videti muškarce kako nose cveće. Ali, nisam ja za obeležavanje 8. marta kao dana žena, već za obeležavanje ljubavi - kaže Kitićeva (Kurir, 3. mart 2007).

Postavlja se pitanje, da li je bolje da žene budu prisutne u medijima na bilo koji način, ili je kvalitet te prisutnosti presudan. Ostaje da se vidi da li će povećanje kritične mase članaka o ženama, uticati i na potrebu proliferacije njihovih sadržaja. Nadajmo se najboljem.

Spisak korišćene literature:

Felski ,Rita, Gazing at Gender: Recent Work in Feminist Media Studies Journal
Title: American Literary History. Volume: 8. Issue: 2. , 1996.

Grupa autora,Sažetak zbirke tekstova o ženama sa invaliditetom i izvod iz informativne publikacije o ženama sa invaliditetom Svetske organizacije osoba sa invaliditetom DPI, Centar za samostalni život invalida, 2004.

Haloran,Džon: „Televizija i nasilje“; Treći program Radio-Beograda, 38 (1978).

Media Center Sarajevo, Stereotyping:Representation of women in print media in SEE, Media Center Sarajevo, 2006

Milivojević,Snježana, Reč, br 64/10.dec 2001.

Milivojević,Snježana, Žene i mediji – strategije isključivanja, Genero - posebno izdanje, 2004.

Poster, Mark „Cyber democracy: Internet and the Public Sphere” Rutledge, 1996 (201-217).

Pres kliping, INDOK Centar 1997 -2007

Rolend Lorimer; „Masovne komunikacije“; KLIO; Beograd, 1998.

Savić,Svenka, Žena sakrivena jezikom medija,Časopis za feminističku teoriju-Ženske studije,Centar za ženske studije, Beograd, br.10/1998

Van Zoonen, Liesbet „A 'New' Paradigm?", in: McQuail, Denis (ed.), McQuail's Reader in Mass Communication Theory, SAGE Publications, 2002, p. 57.

Žene to mogu ,Lokalni štampani mediji i ravnopravnost polova,ŽTM, 2006