

Rada Borić
Centar za ženske studije, Zagreb, Hrvatska

Gender mainstreaming i mediji

Banja Luka, 4. i 5. februar 2009. godine

Članska karta br. 2 : Status novinarki u Hrvatskoj

Mediji su, ili mogu biti najprikladnije i najpodesnije sredstvo za bilo koju zemlju koja želi da integriše rodne perspektive u javni život, jer imaju moć da kreiraju stavove javnosti, održavaju status quo, ili promoviraju promjenu. Dakle, mediji ostaju važno sredstvo u konstrukisanju, rekonstruisanju i dekonstruisanju mjesta žena u modernom društvu. Rodno osjetljivi mediji su ključni za efikasno izazivanje rodno zasnovane diskriminacije u društvu i rodno zasnovanih stereotipa koji se mogu redovno pronaći u javnim, privatnim, lokalnim, nacionalnim i međunarodnim medijima. Ovo neće samo uticati na unaprijeđenje rodne ravnopravnosti u pristupu medijima, već će takođe osigurati jednako učešće u konzumiranju medija.

Dvije oblasti gender mainstreaminga su važne: gender mainstreaming unutar medijskih institucija i gender mainstreaming putem medija. Ova dva procesa su međusobno povezani jer je integrisanje rodne perspektive unutar medija strateško za efikasnu implementaciju integrisanja rodne perspektive kroz medije.¹

Kako bi analizirale obe oblasti, Centar za ženske studije je tokom prošle godine organizovao u okviru proslave Dana Marije Jurić Zagorke (26.11.-2.12.2007.), manifestaciju koja je imala za cilj da ponovo procjeni rad Marije Jurić Zagorke, najpoznatije Hrvatske popularne spisateljice i prve žene profesionalne novinarkice i aktivistkinje za ženska prava. Organizovale smo okrugli sto pod nazivom **Žene novinarke danas: šta se promjenilo od Zagorkinih vremena?** u saradnji sa Udruženjem novinara Hrvatske.

Povodom 50te godišnjice Zagorkine smrti, skupa sa međunarodnom konferencijom koja je dovela do 'novog čitanja Zagorke', Centar za ženske studije je želio promovirati prvu profesionalnu novinarku, kao i otvoriti pitanja i diskusiju o rodu i medijima.

Zagorka, su-osnivačica (sa Slavkom Amadejom Vodvarka) Udruženja novinara Hrvatske, sa članskom kartom broj 2, je bila osnivačica ženskih magazina *Ženski list* (1928-40) i *Hrvatica* (1938 - 44), i bila je odlučan primjer profesionalne novinarkice i njene borbe za dobijanje statusa u muškom svijetu novinarstva. Već 1906. godine,

¹ Rod određuje moć, status i kontrolu nad resursima, razvoj i beneficije u našem društvu. Mediji reflektuju kulturološke vrijednosti i stereotipe o rodu u osobama. Mediji prikazuju žene, muškarce i odnose među polovima/rodovima na način koji preslikava široko prihvaćena razumijevanja, čuva informacije i slike, ali ih takođe i kreira. Do značajne mjere, mediji kontrolišu ono šta vidimo, znamo ili mislimo putem odlučivanja koje programe da emituju, koje vijesti da naglase, kako da zastupe probleme i događaje i kako da predstave i zastupe žene i muškarce. Putem selektivnog regulisanja onog što vidimo, mediji utiču na to kako posmatramo sebe i rodna pitanja, kao i žene i muškarce uopšte. Bolje razumijevanje elemenata, implikacija i posljedica medijskog uticaja i dobiti od integrisanja rodne perspektive u medijima je potrebno.

međunarodni mediji su pisali o Zagorki (uključujući *Figaro*) kao dopisnici iz Mađarskog parlamenta i bila je nagrađena za svoj novinarski rad povodom svoje 10te godišnjice. Njene kolege u Hrvatskoj to čak nisu ni spomenuli!

Njen stav prema diskriminaciji protiv žena u profesionalnom radu i životu i svakodnevnom životu, i njena mogućnost da promoviše ravnopravnost polova je inspirisala nove generacije žena da je promovišu kao model uzora.

Dok je prilika bila slavljenička, naš cilje je bio da analiziramo šta se (i ako se?) promijenilo za novinarke od Zagorkinih vremena i da vidimo kako mediji integrišu rodnu perspektivu.

Na okrugli sto smo pozvale novinarke koje pokrivaju teme iz oblasti ravnopravnosti polova u našim medijima, kako bi smo razmjenile iskustva i razgovarale o njihovom položaju/situaciji/statusu i svakodnevnom radu kao novinarki, posebno u radu koji se vezuje za promociju ženskih pitanja i iskustvo u integrisanju rodne perspektive i ženskih ljudskih prava.

Medijski profesionalci moraju imati znanja iz roda i moraju biti rodno svjesni. Ovo znači da moraju biti sposobni da identifikuju probleme koji nastaju kao posljedica rodne nejednakosti i diskriminacije, čak i ako ovi problemi nisu tako očiti ili ako su „skriveni“. To takođe zahtjeva da profesionalni novinari imaju visok nivo svijesti o ravnopravnosti polova (kako je specificirano u međunarodnim i nacionalnim dokumentima o rodnoj ravnopravnosti – CEDAW-u, Zakonu o ravnopravnosti spolova Hrvatske i sl.). Osim toga, medijsko okruženje mora biti rodno osjetljivo kako bi bilo u mogućnosti da odgovori na razlike u rodnim ulogama, odgovornostima, izazovima i prilikama za sve.

Dok statistike o ženama u novinarstvu ne postoje, postoji pretpostavka da je više žena novinarki nego muškaraca novinara zaposleno u medijima, ali je više muškaraca na rukovodnim pozicijama (urednici, glavni urednici, urednici deska i sl.). Sve pozvane žene promovišu rodna pitanja u njihovim područjima ekspertize, neke od njih su bile nagrađivane nagradom Maja Miles od strane Ženske mreže Hrvatske², koja se godišnje dodjeljuje povodom 8. marta.

Postojala je lista pitanja koja smo željeli podijeliti i o njima razgovarati, kao što su:

Da li postoji sličnost između statusa/života urednica i kolumnistkinja, glavnih urednica ili urednica deska, novinarki koje vode vlastite TV ili radio emisije sa Zagorkom?

Da li su novinarke novinarki ili novinari?

Šta se promijenilo u njihovom statusu od Zagorkinih vremena?

Ko ima „pravo“ da bude glavni urednik? Da li je to nužno muški posao?

Šta je/šta može biti rodno vezana tema/problem?

Da li feminizacija novinarstva donjela/donosi veću moć za žene u medijima? Da li postoje muške i ženske teme *per se*?

Da li novinarke mjenjaju/kritički posmatraju ‘sliku žena’ u medijima?

Da li postoji prostor za feminizam u medijima?

² Nagrada *Maja Miles* za rodno osjetljivo novinarstvo se dodjeljuje od strane Ženske mreže Hrvatska od 2002.godine i do sada je dodjeljena sljedećim ženama i muškarcima: Tanja Šimić, Krešimir Volarić i Sniježana Matejčić (2002), Petra Neuner, Branka Žužić i Magazin Zarez (urednički odbor) (2003), Nataša Petrinjak i Marija Molnar (2004), Mirjana Rakić i Branka Valentić (2006), i Orlanda Obad i Irena Frlan (2007).

Okrugli sto je okupio, po prvi put, po riječima novinarki, najprominentnije novinarke koje rade u različitim medijima (dnevne novine, magazini, radio stanice, TV stanice, Internet) za 'istim stolom'. Novinarke koje su pozvane da učestvuju u panelu su bile sljedeće: Koraljka Dilić, slobodna novinarka, Ana Gruden, „Zaposlena“, Branimira Lazarin, „Jutarnji list“, „Zaposlena“, Sniježana Matejčić, „Glas Istre“, Sanja Modrić, „Jutarnji list“, Marija Molnar, „Glas Slavonije“, Petra Neuner „HTV“, Orlanda Obad, „Jutarnji list“, Morana Paliković Gruden, „Zaposlena“, Nataša Petrinjak, „R1 portal“, Jasmina Popović, „Večernji list“, Ivana Sansević, „H-alter“, Gordana Simonović, dopisnica „DW“, Nevenka Sudar, „web majstorica“, Tanja Šimić, „HTV“, i Branka Valentić, „Vjesnik“ (po abecednom redosljedu).

Okrugli sto je bio strukturiran tako da su se žene prvo predstavile kako bi se bolje upoznale kroz opisivanje njihovog vlastitog 'putovanja' u novinarstvo (kao 'odrednica' je korišten Zagorkin bijeg od prisilnog braka i njen dolazak vozom u Zagreb, sa čvrstom odlukom da postane novinarka – 'put u slobodu') Slijedeći krug je imao za cilj da dobijemo razmišljanja i odgovore na set 'individualnih' pitanja koja se postavljaju izvjesnim ženama. Pitanja su bila sljedeća:

Ko odlučuje koji problemi su 'legitimni'? Da li je feminizam 'upitna tema' i rodna politika samo zamjenski problem? Šta se promjenilo od Zagorkinog vremena u vezi sa 'ženskim pitanjem'? (Branimira Lazarin, dnevne novine, pokrivaju pitanja iz kulture).

Šta znači i kako to izgleda biti 'slobodna' novinarka? (sigurnost/nesigurnost posla; rad za više 'poslodavaca') Koju vrstu sigurnosti novinarke trebaju? (Nataša Petrinjak, slobodna novinarka)

Promovisanje ili 'krijumčarenje' ženskih tema? (Petra Neuner – TV urednica, pripremila je reportažu na 8. mart za centralne TV vijesti)

Šta to znači 'naslijediti' magazin od majke kao što smo 'naslijedili odgovornost od Zagorke'? (Ana Gruden, glavna urednica ženskog magazina *Zaposlena*, njena majka Morana Paliković Gruden je bila osnivačica i glavna urednica u ranijem periodu)

Položaj novinarki u lokalnim medijima? Šta čini odgovorno novinarstvo? (Marija Molnar, lokalne novine, izvještavala je iz Avganistana)

„Stakleni plafon“ za novinarke – od novinarki do glavne urednice (Tanja Šimić, TV – pod suspenzijom)

'Pravi muškarci na pravom mjestu' (pozivanje na Zagorku) Žensko pisanje o politici - Koliko je teško dobiti sopstvenu političku kolumnu (Jasmina Popović, dnevne novine, politička kolumnistkinja, pokriva putovanja Predsjednika Hrvatske i zalaže se za žene u politici)

Novinarstvo i novinarstvo koje integrira rodne perspektive – o politici/radu Medijskog Monitora, Ureda za ravnopravnost polova Vlade Hrvatske (Sniježana Matejčić, lokalne novine, članica Ureda komiteta za medije)

Da li je položaj glavnog urednika muška privilegija? Ženski euro je 75% (Sanja Modrić, kolumnistkinja u dnevnom novinama)

Pisanje za 'izabrane' i briga za Ostale (Ivana Sansević, web magazin koji pokriva teme iz civilnog društva)

Novinarke i politika – Kako mediji pokrivaju žene u politici (Morana Paliković Gruden, urednica/političarka)

Novi mediji i žene (Nevenka Sudar, web majstorica)

Rodno osjetljivo novinarstvo i politički uticaj; Ostvarivanje uticaja na politiku sopstvenih novina (kako ne štampati reklame za seksualnu eksploataciju žena) (Orlanda Obad, dnevne novine)

Kako kreirati rodne politike – ‘krijumčarenje’ tema ili legitimna agenda? (Gordana Simonović, radio, urednica vijesti, politička reporterka)

Kao ‘treći krug’, žene su govorile o njihovom profesionalnom udruženju – Udruženju novinara – i mogućoj ženskoj sesiji³ koja bi mogla zastupati specifične potrebe i probleme.

Okrugli sto je rezultirao plodonosnom diskusijom, mapiranjem položaja/situacije u statusu novinarki, kao što je i objelodanio medije (državne i privatne) u kojima manjkaju rodno specifične teme.

Često se dešava da je opravdanje ili održavanje rodne nejednakosti, diskriminacije ili pristrasnosti u medijima pod zaštitom argumenta da javnost određuje šta će mediji pokrivati, ili da mediji predstavljaju neutralnu instituciju i reflektiraju ono što ljudi žele, nagovještavajući da su mediji slobodni od vrijednosnih sudova. Neka podesna pitanja koja su se pojavila za razmišljanje su bila sljedeća: Mogu li profesionalni novinari i novinarke imati pravo na rodnu neutralnost u svojim razmišljanjima i stavovima? Da li javnost predstavlja homogenu grupu ljudi sa progresivnom percepcijom roda? Da li je mit ili realnost da su mediji slobodni od vrijednosnih sudova?

Na žalost, rodna ravnopravnost je daleko od realnosti u medijima, posebno u vezi sa rodним predstavljanjem, stereotipisanjima i održavanjem dominacije muškaraca.

Podzastupljenost žena, bilo da je na radiju, televiziji ili u novinama je bila očigledna u njihovim razmišljanjima, i žene nisu bile samo isključene u brojčanoj zastupljenosti već takođe i u vezi sa stvarnošću. Muškarci nadmašuju žene u pričama u vijestima, vidljivosti/intervujima; žene imaju tendenciju da se pojavljuju u podržavateljskim ulogama, radije nego u ulogama ključnih karaktera. Čak i tada, žene i muškarci su veoma često prikazivani u stereotipnim i polarizovanim ulogama – žene su te koje pružaju njegu, nesposobne su da se nose sa pozicijama autoriteta, i predstavljaju seksualne objekte, dok su muškarci ti koji donose odluke, bave se politikom i vode ključne državne poslove.

Veoma je mali broj ili su gotovo nepostojeće žene koje rukovode medijima, televizijske spisateljice, itvršne direktorice, producentice, menadžerice novina, vlasnice novina, kao i filmske redateljice. Ukoliko bi više žena zauzimalo takve strateške pozicije autoriteta na izvšnim nivoima, mediji bi mogli/ili bi ponudili više pozitivnijeg prikazivanja žena. Međutim, nismo bile iznenađene da su medijske profesionalke takođe proizvodile rodno neosjetljive programe – da bi neko bio rodno

³ Udruženje novinara Hrvatske dodjeljuje godišnju nagradu koja je nazvana po Mariji Jurić Zagorki - *Nagrada Marija Jurić Zagorka* za tisak, radio ili TV. Od uspostavljanja nagrade (1995) dobile su je sljedeće novinarkе:

Jasna Babić, Zorana Bajtić, Zinka Bardić, Jelena Berković, Višnja Biti, Tanja Božić, Jasmina Božinovska-Živalj, Božica Brkan, Andrea Čakić, Sanja Despot, Ivana Dragičević, Dubravka Družinec Ricijaš, Dijana Glavina, Giga Gračan, Gordana Grbić, Dalija Grin, Ana Jergović, Branka Jovičić, Morana Kasapović, Vlasta Kovač, Anamarija Kronast, Slavica Lukić, Silvija Luks, Nataša Magdalenić-Bantić, Ljiljana Marić, Darija Marjanović, Vasva Mazele, Irene Mestrovich, Sanja Mikleušić, Sanja Modrić, Nives Nedved, Orlanda Obad, Morana Panjkota, Tena Perišin, Ivana Petrović, Sanja Pražen, Mirjana Rakić, Renata Rašović, Morana Sušec, Silvija Šeparović, Nataša Škaričić, Ivana Šubarić-Hedl, Kristina Turčin, Nela Valerjev

osjetljiv i promovisao rodnu ravnopravnost mora imati vještine, navike i odlučnost koja mora biti izgrađivana i podržana.

Stereotipna prikazivanja žena i muškaraca – naši mediji su nastavili da predstavljaju žene i muškarce na stereotipne načine koji kreiraju umjetni 'stakleni plafon' u percepciji mogućnosti i potencijala žena i muškaraca. Mediji su također kreirali dihotomne, često polarizirajuće slike žena. Mediji su konzistentni sa tradicionalnim gledištima ženstvenosti čak i ako su one zaposlene žene ili se nalaze na odgovornim funkcijama. Muškarci (i mediji) su nastavili sebe posmatrati kao moćne, lidere, rukovodioce ljudi, hranitelje, seksualno agresivne, autoritarne i nespemne da djele privatni i javni prostor. Obrnuto je istinito za žene – one su prikazane kao slabije, pasivne, nekompetentne, zavisne, ili će se njihova nezavisnost i asertivnost veoma često posmatrati kao loša, ili su etiketirane kao frustrirane feministice. Svi ovi stereotipi izvrću kako se različiti rodovi vide međusobno i mediji samo održavaju 'sliku'.

Danas u Hrvatskoj rodna ravnopravnost u medijima zavisi uglavnom od pojedinačnih novinarskih napora, zasnovanih često na njihovim vlastitim vjerovanjima i posvećenosti integrisanju rodne perspektive u medijima. Ali medijski profesionalci i profesionalke moraju analizirati i biti kritični prema porukama koje su pokrivene od strane medija, kako bi razumjeli/le posljedice koje takvi mediji imaju na žene i muškarce i rodne odnose. Ovo zahtjeva da profesionalci i profesionalke povećaju svoje kapacitete i znanja o rodu i rodnoj ravnopravnosti, kako bi bili/e u mogućnosti da promovišu medijske poruke koje jačaju ravnopravnost polova.

Da zaključim: Medijski profesionalci, bez obzira na njihov pol moraju imati znanja o rodu i moraju biti rodno osvješteni. Ovo bi značilo da bi morali biti u mogućnosti da identifikuju probleme koji nastaju iz rodne nejednakosti i diskriminacije, čak i ako oni nisu jasno vidljivi, ili su „skriveni.“ To također zahtjeva da profesionalni novinari trebaju imati visok nivo rodne svijesti. Osim toga, medijsko okruženje mora biti rodno osjetljivo, što znači da mediji moraju implementirati i poštovati sve međunarodne/nacionalne dokumente koji potvrđuju rodnu ravnopravnost.

p.s.

Kao rezultat, novinarke su podržale apel Centra za ženske studije Zagreb upućen Gradu Zagrebu, da kupi Zagorkin stan i uspostavi memorijalno mjesto, kao aktivno mjesto za istraživanje ženske istorije i promovisanje ženske kreativnosti. Grad Zagreb je kupio stan u decembru 2008. godine, naglašavajući aktivnu ulogu Centra za ženske studije Zagreb u postizanju ovog cilja.