

KUAV



Republika e Kosovës
Republika Kosova - Republic of Kosovo
Qeveria - Vlada - Government

ZYRA E KRYEMINISTRIT / OFFICE OF THE PRIME MINISTER / URED PREMIJERA

AGJENCIA PËR BARAZI GJINORE
AGENCIJA ZA RAVNOPRAVNOST POLOVA
AGENCY OF GENDER EQUALITY

Predstavljanje Žena u Štampanim Medijima 2010-2011



per kur
per tē luajt'
duke pas'

SINTAKSA

PRISHTIN'

emelua

Çelaj

duk

jer

per

ku

or

kudi

ar

gj

er

z

ri

in

en

dis

dr

er



Republika e Kosovës
Republika Kosovo - Republic of Kosovo
Qeveria - Vlada - Government

ZYRA E KRYEMINISTRIT / OFFICE OF THE PRIME MINISTER / URED PREMIJERA
AGJENCIA PËR BARAZI GJINORE / AGENCIJA ZA RODNU RAVNOPRAVNOST / AGENCY FOR
GENDER EQUALITY

[PREDSTAVLJANJE ŽENA U ŠTAMPANIM MEDIJIMA] **2010-2011**

*„Oni koji koriste medije profesionalno na taj način formiraju
društvo.*

Oni mogu da naprave neko vulgarno društvo.

Mogu da dovedu do većeg nasilja.

Ali, isto tako mogu da podignu društvo na neki viši nivo“.

Decembar 2012. godine
Priština

Ovo istraživanje uradio je MDA, „Management Development Associates“

Istraživanje možete da nađete i na internet prezentaciji Agencije za rodnu ravnopravnost
<http://ARR.rks-gov.net>

Sadržina

Skraćenice	5
Spisak slika	6
Izvršni sažetak	8
Uvod	11
Zašto su mediji važni?	13
Šta treba da se radi?	13
Pravni okvir	15
Metodologija.....	17
Glavni zaključci istraživanja.....	19
Žene ili muškari – kome je posvećeno više medijskog prostora?	19
Predstavljanje žena i muškaraca po određenim temama.....	20
Glas žena i muškaraca u štampanim medijima.....	21
Predstavljanje žena u štampanim medijima	22
Predstavljanje žena u štampanim medijima po pojedinačnim novinama	23
Predstavljanje žena prema pojedinim temama	24
Žene u politici.....	25
Pitanja kojima se bave žene u političkim temama.....	27
Predstavljanje žena u crnoj hronici.....	29
Predstavljanje žena u sportu.....	30
Predstavljanje žena u medijima na Međunarodni dan žena	32
Predstavljanje žena u socijalnim temama.....	34
Predstavljanje žena u zdravstvu.....	36

Predstavljanje žena u privredi.....	40
Pitanja koja zaokupljuju žene u ekonomskim temama.....	41
Žene u temama kulture.....	42
Rodna ravnopravnost – o čemu izveštavaju mediji?	47
Studije slučaja	49
Primer 1: Manje je žena kojima se trguje na Kosovu?	50
Primer 2: Osuđivanje žrtava preko fotografija.....	50
Primer 3: „Lisice na rukama četvorice trgovaca ljudima“	51
Primer 4: Novinski članak pod naslovom „Strine“ u parlamentu!	52
Primer 5: Novinski članak pod naslovom „Atifete i Ilir: Ne brukajte nas!“	53
Primer 6: „Predsednik „Kazanova“, prva dama Ruskinja“,	54
Primer 7: Novinski članak pod naslovom „Dobio sina posle 14 godina“	55
Primer 8: Saopštenje pod naslovom „Ponovo sin“	56
Pozitivni primeri.....	57
Clinton: Napredak žena, napredak čovečanstva	57
Bez tolerancije za nasilje u porodici.....	58
Zaključci.....	59
Preporuke.....	62
Reference	64

Skraćenice

ARR Agencija za rodnu ravnopravnost

CEDAW Konvencija o eliminaciji svih vidova nasilja prema ženama

GPP Grupa poslanica u parlamentu

SSM Samostalni savet za medije

KPRR Kosovski plan o rodnoj ravnopravnosti

APEP Akcioni plan za Evropsko partnerstvo

MGKŽ Mreža grupa kosovskih žena

KPV Kabinet predsednika vlade

Spisak slika

Slika 1: Predstavljanje žena i muškaraca u štampanim medijima	20
Slika 2: Predstavljanje žena i muškaraca prema pojedinim temama	21
Slika 3: Žene i muškarci kao izvori informacija.....	22
Slika 4: Analiza članaka po pojedinačnim novinama.....	24
Slika 5: Glavne teme u kojima su predstavljane žene	25
Slika 6: Prostor posvećen ženama na rukovodećim položajima.....	26
Slika 7: Predstavljanje žena u politici na naslovnim stranicama novina	27
Slika 8: Pitanja kojima se bave žene u političkim temama.....	28
Slika 9: Predstavljanje žena u crnoj hronici.....	29
Slika 10: Predstavljanje žena u crnoj hronici/gradsko i seosko okruženje	30
Slika 11: Kosovske sportistkinje najčešće predstavljane u medijima	31
Slika 12: Prostor posvećen kosovskim sportistkinjama.....	31
Slika 13: Prostor posvećen sportistkinjama na naslovnim stranicama novina	32
Slika 14: Prostor posvećen ženama na Međunarodni dan žena.....	33
Slika 15: Novinski članci na društvene teme.....	34
Slika 16: Pitanja koja zaokupljaju žene u društvenim temama.....	35
Slika 17: Citiranje žena u socijalnim temama u poređenju sa muškarcima.....	36
Slika 18: Pitanja koja zaokupljaju žene u zdravstvu	37

Slika 19: Poruke žena u oblasti zdravstva	38
Slika 20: Citiranje žena i muškaraca u oblasti zdravstva.....	38
Slika 21: Izvori informacija u oblasti zdravstva.....	39
Slika 22: Prostor posvećen ženama u ekonomskim temama	41
Slika 23: Pitanja koja zaokupljaju žene u ekonomskim temama	42
Slika 24: Način predstavljanja žena u novinskim čancima iz kulture	43
Slika 25: Predstavljanje žena u kulturi.....	44
Slika 26: Vizuelno predstavljanje žena u oblasti kulture	45
Slika 27: Predstavljanje žena na naslovnim stranama.....	45
Slika 28: Novinski članci koji doprinose rodnoj ravnopravnosti	47
Slika 29: Poruke žena u novinskim čancima o rodnoj ravnopravnosti	48
Slika 30: Angažovanje na rodnoj ravnopravnosti u medijima u zavisnosti od grupa	49

Izvršni sažetak

Studija o „**Predstavljanju žena u štampanim medijima na Kosovu**“ je ocena koja je sastavljena na osnovu podataka i informacija prikupljenih putem praćenja i analize novinskih članaka u kojima su bile predstavljene žene, u periodu od 2010-2011. godine, u devet novina iz kosovske štampe.¹

Ova studija ima za cilj postizanje ciljeva predviđenih u Kosovskom programu za rodnu ravnopravnost (PRR), u Akcionom planu za Evropsko partnerstvo (APEP) i u Zakonu o rodnoj ravnopravnosti, koji jasno utvrđuju obaveze državnih institucija ali i onih institucija čiji se mandat podudara sa mandatom medija i u čijem se centru pažnje nalazi rodna ravnopravnost.

Poboljšanje slike o ženama u medijima je strateški zadatak, koji ima za cilj da promoviše uspešne žene preko medija i u isto vreme da opovrgne rodne stereotipe uz pomoć politika koje donose institucije i medijskih proizvoda.²

Svrha ove studije je da ponudi analizu i izveštaj, urađene na osnovu istraživanja štampanih medija na Kosovu, za period od 2010-2011. godine, o načinima na koji se portretišu žene u medijima, što bi trebalo da posluži za postizanje ciljeva na unapređenju položaja žena i rodnih pitanja u politici, na planu donošenja odluka i ekonomskom jačanju žena.

¹ Novine: *Koha Ditore, Kosova Sot, Gazeta Express, Zëri, Info Press, Lajm Tribuna Shqiptare, Epoka e Re, Bota Sot.*

² Kosovski Program za rodnu ravnopravnost

Isto tako, jedan od ciljeva ovog izveštaja je da doprinese da se u štampanim medijima obezbedi odgovarajući medijski prostor za žene koje se bave politikom i rukovođenjem, te da se ukupno uzev poboljša predstava o ženama u štampanim medijima na Kosovu.

Putem ovog istraživanja dobijeni su novi podaci o trendovima u predstavljanju žena u medijima. Na osnovu preliminarnih rezultata primećeno je sledeće:

- ❖ Predstavljanje muškaraca, u poređenju sa predstavljanjem žena, primetno je veće – muškarci dominiraju u većini novinskih tekstova u analiziranim novinama, ili u 63 posto slučajeva.
- ❖ Novinski članci u kojima su protagonisti žene, zauzimaju **samo 10%** prostora u njima, dok tekstovi u kojima su zastupljena oba roda – čine 25 posto prostora.
- ❖ Muškarci dominiraju u većini tema, i to sa velikom prednošću, osim u temama koje se odnose na estradu, gde je dominantno predstavljanje žena, a na tom planu je najizrazitija razlika u odnosu na muškarce, odnosno zauzima 55 % medijskog prostora.
- ❖ Predstavljanje i medijski prostor koji se daje muškarcima na polju politike, kad se uporedi sa medijskim prostorom koji je dodeljen ženama na istom planu, izrazito je neujednačen. Žene su bile zastupljene samo u 5,4 posto medijskog prostora u politici, u poređenju sa muškarcima koji su bili prisutni u oko 73 posto slučajeva.
- ❖ Čak i u socijalnim temama, razlika je veoma primetna, gde predstavljanje žena zauzima 13 posto medijskog prostora, dok su muškarci bili prisutni u oko 49 posto medijskog prostora. I u oblasti kulture dominiraju muškarci, sa približno 55 posto, dok su žene prisutne sa samo 5,4 posto.
- ❖ Sport je takođe oblast u kojoj je dominacija muškaraca izuzetno visoka, u poređenju sa ženama, odnosno sa oko 96 posto slučajeva u korist muškaraca.
- ❖ Na osnovu uvida u novine koje smo pratili, muškarci su bili citirani u više od 70 posto slučajeva, dok su žene bile citirane u samo 10 posto slučajeva. Preostali deo odnosi se na novinske članke u kojima su u istom tekstu bili citirani i muškarci i žene, i čini oko 19 posto slučajeva.

- ❖ Kad smo pratili novinske članke u kojima su žene bile prisutne u više od 47 posto, napisale su ih novinske redakcije, dok su rodne razlike među autorima tekstova bile vrlo male.
- ❖ Novine *Kosova Sot*, *Bota Sot*, *Koha Ditore* i *Gazeta Express* imale su najveći broj novinarskih tekstova u kojima su bile prikazane žene, dok su *Tribuna Shqiptare*, *Epoka e Re* i *Info Press* imale najniži procenat novinskih članaka u kojima su pisali o ženama, tokom perioda 2010-2011. godine.
- ❖ Na osnovu analiziranog materijala, dosta dobar procenat novinskih članaka u kojima je pisano o ženama, bili su o političkim temama odnosno 22 posto tih članaka; slede teme na polju kulture (13 %), socijalne teme (8.2%) i iz estrade i zabave (8.0%).
- ❖ Rezultati nam pokazuju da je veća medijska pažnja medija bila posvećena ženama u politici, među kojima je predsednica Kosova gospođa Atifete Jahjaga kojoj je pripao medijski prostor oko 35 posto. Posle predsednice Kosova, medijski prostor bio je posvećen američkoj državnoj sekretarki gospođi Hilari Clinton (17.3%) dok je sa 16.7 posto bila zastupljena šefica pregovaračkog tima, gospođa Editra Tahiri. Pored toga, znatan medijski prostor zauzele su dve ministarke Republike Kosovo, gospođa Vljora Čitaku (10%) i gospođa Mimoza Kusari-Ljilja (8%), kao i gospođa Angela Merkel (7.3) i baronesa Ketrin Ešton (6%).
- ❖ Medijska pažnja koja je bila posvećena ženama koje zauzimaju rukovodeća mesta u politici u vidu natpisa na naslovnim stranama u novinama bila je manja (30 %) u poređenju sa predstavljanjem u tekstovima na unutrašnjima stranicama novina.
- ❖ Teme u kojima su uglavnom predstavljane žene u politici odnosile su se na: međunarodne odnose (31 %), evropske integracije (15%), pregovore (14%), apele za podršku procesima na Kosovu (12%), ekonomski teme (8%), rodnu ravnopravnost (3%) itd.
- ❖ U rubrici zvanoj „crna hronika“ žene su u većini slučajeva u novinama bile prikazivane kao žrtve nasilja u porodici, odnosno u 42 % slučajeva, zatim dolaze pokušaji ubistava (22%), kao i izveštavanje o samoubistvima žena na Kosovu (13%)
- ❖ U oblasti sporta, prikazivanje žena uglavnom se odvijalo u vidu promovisanja sportistkinja (55.8%) i njihovih uspeha i ostvarenja, kao i u vidu izveštavanja o njihovom učešću na takmičenjima (32.6%).

Uvod

Nema sumnje da je moć medija u celom svetu izvanredno velika i da mediji čine jedan od glavnih stubova društva, te da imaju uticaj na stvaranje i menjanje uverenja, shvatanja i razvoj društva u celini.

Kao takvi, mediji mogu da odigraju pozitivnu ulogu u poboljšanju slike o ženama, u razbijanju rodnih stereotipa i da iskoriste svoj uticaj i doprinos za ostvarenje rodne ravnopravnosti.

Mediji su mehanizam koji odražava i formira javno mnjenje, ono što gradi ili slama predrasude, u zavisnosti od uloge koju odigraju, ono što stvara ili razbija negativne stereotipe. Svima nam je poznata snaga medija, znamo da su mediji i poruka i glasnik. Oni vrše uticaj u politici, u nacionalnoj debati, ali pre svega – u životu i osećanjima ljudi koji ih primaju na znanje.³

Mediji igraju važnu ulogu u društvu. Oni izveštavaju o tekućim dešavanjima, daju okvir za tumačenje, mobilišu građanstvo u raznim pitanjima, reprodukuju dominantnu kulturu i vrednosti datog društva. Kao takvi, mediji mogu da budu važan igrăč u promovisanju rodne ravnopravnosti, kako u okviru radnog okruženja (u smislu zapošljavanja i promovisanja žena na svim nivoima) tako i u zastupljenosti žena i muškaraca (u smislu prikazivanja rodnih prava, kao i korišćenja prava na rodno osmišljen jezik).⁴

³ Aljma Ljama, „O kvalitetnoj zastupljenosti u medijima“, Grupa žena poslanica u Parlamentu, Bilten br. 2, februar 2012. godine, Priština, str. 2.

⁴ White, A., 2009, „Postizanje prave ravnoteže: rodna ravnopravnost u novinarstvu“ („Getting the Balance Right: Gender Equality in Journalism“), Internacionalna federacija novinara, Brisel

Svrha ove studije je da pomogne u pružanju pregleda o pravom stanju stvari, zasnovanog na kvalitativnom i kvantitativnom istraživanju, koliko je medijskog prostora posvećeno ženama u štampanim medijima; koji od štampanih medija imaju svestrani pristup u pisanju o ženama; pronaći primere rodnih predrasuda i stereotipa u prikazivanju žena u štampanim medijima na Kosovu.

Još jedan od ciljeva ove studije jeste analiziranje vizuelne prezentacije žena, u zavisnosti od teme i od toga da li je data u pozitivnom ili negativnom kontekstu, kao i analiza doprinosa samih novinara u otvaranju medijskog prostora za žene u štampanim medijima.

Iako medijski programi ostavljaju prostora za promovisanje slike o ženi, još uvek postoji potreba za raznovrsnošću tema koje se obrađuju u televizijskim programima i na stranicama štampanih medija. Potrebno je da se više radi na kvalitetu prikazivanja raznih pitanja, događaja i pojedinaca; ima potrebe da se odraže problemi žena koje žive na selu ili na periferiji gradova; potrebno je napraviti pregled uspeha pa makar i malih, koji mogu da podstaknu inicijative i rad koji bi mogli da stvore podršku šireg društva.

Na kraju, jasno je da uloga koju igraju mediji u tretirajući društvenih problema, sa fokusom na rodnim pitanjima, ima presudni značaj za ojačanje položaja i predstave koja postoji o ženama u našem društvu.⁵

Praćenje načina na koje su predstavljene žene i utvrđivanje strategija, radi osporavanja rodnih stereotipa u medijima, jeste cilj koji treba dosledno slediti. Postoji saglasnost između više grupa da dominantni koncepti koji se odnose na muškarce i žene, kao i na rasu ili nacionalnost, kao i drugi činioci koji uvode razlike među ljudima, u velikoj meri zavise od samih medija, jer je proces zastupljenosti u samoj srži medija.

⁵<http://abgj.rksgov.net/LajmetAdmin/tabid/81/articleType/ArticleView/articleId/51/language/sq-AL/Sot-um-bajte-tryze-Roli-i-Medieve-ne-Trajtimin-e-Ceshtjeve-Gjinore-e-organizuar-nga-Agjencia-per-Ravnopravnost-Gjinore.aspx>

Zašto su mediji važni?

Mediji i njihov uticaj ostaju jedna od najizazovnijih oblasti u angažovanju na putu ka ostvarenju rodne ravnopravnosti. Glavni izazov i dalje je promena mentaliteta, stvorenog vekovima razlikovanja muškaraca i žena i rodne diskriminacije, na koje su takođe uticali i tradicija, kultura i vera.

Mediji imaju veliku ulogu u „oslobađanju svesti“, ali su neretko i sami bili deo problema više nego deo rešenja, i to zato što su mediji za sebe bili prisvojili ulogu „nadzornika“ u društvu, ali nisu mogli lako da prihvate tu ulogu „nadzornika“.

Šta treba da se radi?

Uprkos tome što je uspostavljena pravna osnova za ostvarenje rodne ravnopravnosti, i time vlada navedena na njeno sprovođenje, veliki broj žena i dalje se osećaju nemoćнима da ostvare svoj uticaj u odnosu sa medijima da bi poboljšali prikazivanje žena i njihove uloge.

Međutim, pošto su mediji na neki način odraz društva, to znači da su neizbežni napori na unapređenju na tom planu, kao i jačanje njihove profesionalnosti i povećanje njihovog doprinosa u pravcu postizanja rodne ravnopravnosti. Kao i u najvećem broju oblasti života, muškarci su oni koji donose odluke i imaju veću moć, tako da se to isto odražava i u odnosu sa medijima.

Čak i onda kad su mediji ozbiljni u svom prikazivanju žena, davanju medijskog prostora da se čuje i njihov glas i kad ih promovišu, čak i tada treba da krenu još jedan korak dalje. Nije dovoljno samo imati nekoliko stranica sa tekstovima namenjenim ženama. Izazov je imati nešto više nego samo napisati novinske tekstove, naslove i ono što opisuje šta ko misli ili

izjavljuje o raznim pitanjima. Ne samo to, njihova uloga ima više veze sa pristupom, predstavljanjem, učešćem, jezikom i tumačenjem.⁶

Mnogi sociolozi, psiholozi i aktivisti koji zagovaraju prava žena iz celog sveta ali i na Kosovu, podigli su svoj glas u cilju poboljšanja slike koja se iznosi o ženama u medijima, ali i o potrebi da se poveća doprinos samih medija u postizanju rodne ravnopravnosti i unapređenju uloge žena u društvu u celini.

Uprkos poboljšanjima ostvarenim tokom godina, na Kosovu i dalje postoji određena zabrinutost u pogledu načina na koji se predstavljaju žene i njihove uloge u medijima, ali i u pogledu medijskog prostora koji im se daje.

Uloga žene u društvu promenila se zahvaljujući stalnim naporima feminističkih grupa koje su ulagale velike napore u poslednjoj deceniji, a neke od tih promena odražavaju se i na televiziji, filmu ili načinima na koje drugi mediji prikazuju žene. U isto vreme, evidentno je da napredak u prikazivanju žena u medijima u ostvarenju rodne ravnopravnosti nije na zadovoljavajućem nivou.

Kad mediji pišu o nekim temama, događajima i situacijama, oni ih u svojim tekstovima pripisuju određenim osobama i grupama. Međutim, iako mediji imaju važnu ulogu u rušenju rodnih stereotipa, na žalost i sami mediji su često bili deo problema umesto da budu deo rešenja.

Svi „*oni koji koriste medije profesionalno na taj način formiraju društvo. Oni mogu da naprave neko vulgarno društvo. Mogu da dovedu do većeg nasilja. Ali, isto tako mogu da podignu društvo na neki viši nivo*“ A to poslednje, podizanje društva na viši nivo, treba da bude misija, posebno u zemljama kao što je Kosovo, gde je neravnopravnost prisutna u mnogim oblastima.

⁶ Everdžojs Vin, „Izgubljene šanse, analiza pisanja novina o rodnim pitanjima i ženama u Zimbabveu“ (Everjoyce Win: “Missed Opportunities, An Analysis of Newspapers Coverage of Gender Issues and Women in Zimbabwe”), januar-decembar 2000. godine.

Pravni okvir

Uprkos napretku i demokratizaciji društva poslednjih godina, žene se i dalje suočavaju sa tradicionalnom polarizacijom uloga polova, dodatno ojačanom preovlađujućim rodnim stereotipima.

U međuvremenu, na Kosovu su u toku poslednje decenije postignuta vidljiva poboljšanja u pogledu zakonodavstva, koja imaju za cilj unapređenje položaja žena u društvu ali i ostvarenje i obezbeđenje rodne ravnopravnosti.

2008. godine, vlada Republike Kosovo je svojom odlukom br. 7/17 usvojila Kosovski program za rodnu ravnopravnost (KPRR), a ta odluka obavezuje institucije Republike Kosovo da je sprovode.

Time što je usvojila KPRR, kosovska vlada ispunila je obavezu iz člana 4.4 Zakona o rodnoj ravnopravnosti, obaveze koje proističu iz APEP, odnosno **tačku 39** (Usvojiti i prilagoditi programe vlade za unapređenje prava žena na Kosovu) i **tačku 116** (Sprovesti Zakon o rodnoj ravnopravnosti. Obezbediti uključivanje prava žena u sve postojeće politike i zakone).

Pored toga, treba pomenuti da je tim činom vlada Republike Kosovo ispunila jedan od ciljeva predviđenih u „Milenijumskim ciljevima razvoja – MCR“, rezoluciji koju je usvojila Skupština Kosova, odnosno radnju III MCR - PROMOVISANJE RODNE RAVNOPRAVNOSTI I OSNAŽIVANJE ŽENA. Milenijumski ciljevi razvoja – MCR i Konvencija CEDAW poslužili su kao osnovni dokument za izradu KPRR i ciljeva predviđenih u tom programu⁷

⁷ www.abgj-ks.org

Ustav Republike Kosovo⁸ garantuje i promoviše međunarodno priznata načela rodne ravnopravnosti, i zabranjuje sve vidove diskriminacije, uključujući po rodnoj osnovi.

Zakon o rodnoj ravnopravnosti⁹, koji naročito teži da zaštiti, uredi i uspostavi jednakost među polovima, kao osnovnu vrednost demokratskog razvoja kosovskog društva, kroz jednakе prilike za učešće žena i muškaraca i uz njihov doprinos političkom, ekonomskom, socijalnom i kulturnom razvoju i razvoju u svim oblastima društvenog života. Zakon propisuje skup zakonskih mera za postizanje pune ravnopravnosti žena i muškaraca u društvu, koji daju konkretnе prednosti, tako što pripadnicima određenog roda omogućavaju jednak pristup svim oblastima života.

Zakon o rodnoj ravnopravnosti predviđa i ulogu medija, tako što propisuje da „putem programskih politika, svi mediji (štampani mediji, audio-vizuelni mediji, elektronski mediji) dužni su da utiču na opštu svest o ravnopravnosti žena i muškaraca: tako što će organizovati vaspitno-obrazovne emisije, time što će obezbediti jednakе prilike za prijavljivanje i učešće žena i muškaraca, promovisanjem jednakih uloga žena i muškaraca u društvu, i davanjem tačnih i potpunih informacija o rodnoj ravnopravnosti.

Isto tako, zabranjeno je objavlјivanje materijala i informacija zasnovanih na rodnoj diskriminaciji, kao i predstavljanje bilo kojeg pojedinca na uvredljiv, omalovažavajući ili ponižavajući način, u smislu rodne pripadnosti i seksualne orientacije, u skladu sa odredbama Zakona o rodnoj ravnopravnosti.

Uprkos postojanju pravnog okvira, naše društvo i dalje se suočava sa izazovima na putu ka jačanju rodne ravnopravnosti, tako da je više nego potrebna uloga medija i njihovo angažovanje u tom pogledu.

⁸ Ustav e Republike Kosovo, http://assembly-kosova.org/common/docs/Ustav_sh.pdf

⁹ Zakon o rodnoj ravnopravnosti, br. 2004/2, http://assembly-kosova.org/common/docs/ligjet/2004_2_al.pdf

Metodologija

Praćenje načina na koji su predstavljene žene u štampanim medijima na Kosovu, u svrhu prepoznavanja izazova ali i davanja doprinosa medija z ispunjenju njihovog zadatka i zakonske obaveze, zasniva se na kombinovanoj metodologiji kvalitativne i kvantitativne metode, kao i na međunarodno usvojenoj praksi u istraživanju.

Polazeći od projektnih ciljeva i zadataka, istraživačka ekipa analizirala je arhivski materijal koji se dnevno štampa iz Agencije za rodnu ravnopravnost, u periodu 2010-2011. godine.

Na početku, istraživačka ekipa uradila je analizu relevantne literature o medijima i njihovoj ulozi u ostvarenju rodne ravnopravnosti i razbijanja stereotipa o ženama.

Posle toga, rukovodeći se projektnim zadatkom, urađena je baza podataka sa statističkim paketom za društvene nauke (SPSS), u koji su ubačeni podaci iz arhivskih novinskih tekstova, čime je omogućena opisna i uporedna analiza u više glavnih oblasti, kao što su:

- ❖ **Analiza o predstavljanju žena u štampanim medijima, razvrstana po novinama** – da bi se utvrdilo koje su novine posvetile više medijskog prostora za predstavljanje žena.
- ❖ **Analiza o medijskom izveštavanju od strane novinara** – da bi se analiziralo postoji li uzajamna veza između pisanja novinskih članaka i rodne pripadnosti njihovih autora.
- ❖ **Analiziranje novinskih članaka prema temama** – to će da posluži za odgovor na jedno veoma važno pitanje, a to je kako je prikazana uloga žene, na primer: u socijalnim temama, u politici, na estradi, u reklamiranju, itd.

- ❖ **Analiza pregleda vizuelnog predstavljanja** – da se utvrdi format predstavljanja žena sa vizuelnog aspekta, što izuzetno mnogo utiče na stvaranje pozitivnih ili negativnih stereotipa.

Ocenjujući da je veoma važan i način na koji se ostvaruje medijski prostor posvećen ženama, u poređenju sa medijskim prostorom posvećenim muškarcima, istraživačka ekipa je pratila još tri novine u periodu od 10. do 14. novembra 2012. godine.

To je urađeno sa ciljem da se analizira prisustvo odnosno odsustvo jednog roda, što pokazuje koliko doprinosa daju mediji u pogledu odnosa i verovanja jednog društva i ko je tu prisutan ili nije – i u pogledu stereotipa koje su stvorili sami mediji.

Pored toga, da bismo dali čitaocima još konkretnije primere, urađena je jedna temeljtitija analiza odabranih novinskih članaka u vidu studije slučaja, koji su pisali o raznim temama, u cilju utvrđivanja oblika na koji se prikazuju žene u štampanim medijima, uključujući pozitivne i negativne aspekte, rodne predrasude ili stereotipe. Iz arhivskog materijala odabранo je ukupno 10 novinskih članaka: 8 studija slučaja – negativnih, i 2 studije slučaja - pozitivne.

Glavni zaključci istraživanja

Žene ili muškarci – kome je posvećeno više medijskog prostora?

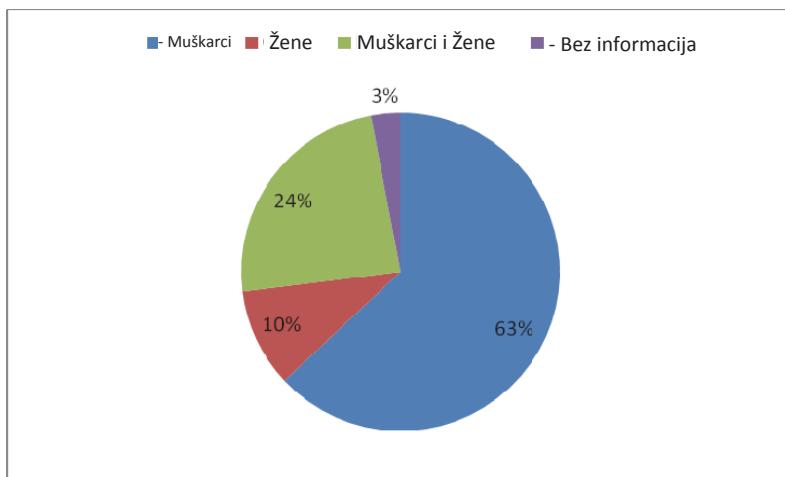
Analiza novinskih članaka iz tri dnevne novine na Kosovu¹⁰, tokom perioda od 5 dana, omogućila je da se uporedi pristup medija u odnosu na prisutnost žena i muškaraca u novinskim tekstovima.

Rezultati veoma jasno pokazuju da je predstavljanje muškaraca, u poređenju sa pisanjem o ženama, očigledno daleko veće – tako što muškarci preovlađuju u većini novinskih članaka u novinama, ili u 63 posto slučajeva, dok tekstovi u kojima se piše o oba roda prisutni u novinskim člancima, čine 25 posto.

Međutim, ti rezultati zabrinjavaju zbog činjenice da su mediji još uvek daleko od ostvarenja ravnopravnosti u predstavljanju žena, u poređenju sa pisanjem o muškarcima, jer novinski članci u kojima su prisutne žene kao protagonisti teksta, zauzimaju **samo 10%** medijskog prostora u svim novinskim člancima, iz th triju dnevnih novina.

¹⁰ *Koha Ditore, Kosova Sot, Gazeta Express*

Slika 1: Predstavljanje žena i muškaraca u štampanim medijima



Predstavljanje žena i muškaraca po određenim temama

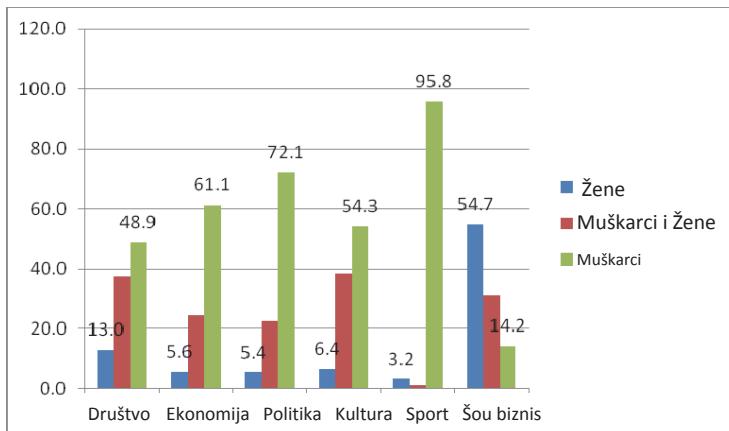
Analiza tema o kojima je pisano u člancima i predstavljanja žena i muškaraca u odnosnim oblastima, urađena je u cilju utvrđivanja rodnih uloga i povezanosti sa odnosnim temama. Poređenje između rodnih grupa, onako kako su predstavljene u raznim temama u novinama, veoma jasno pokazuju da muškarci dominiraju u većini tema i to vrlo ubedljivo, osim kad je reč o temama iz sveta šou biznisa, u kojima dominira predstavljanje žena u poređenju sa prikazivanjem muškaraca.

Predstavljanje i medijski prostor koji se daje muškarcima na polju politike, u poređenju sa medijskim prostorom posvećenim ženama na istom polju, upečatljivo je nejednak. Žene su prikazane u samo 5,4 posto medijskog prostora, u poređenju sa muškarcima koji čine oko 73 posto slučajeva.

Isto tako, u socijalnim pitanjima ta razlika je vrlo vidna, i tu su žene predstavljene u 13 posto medijskog prostora, a muškarci u oko 49 posto medijskog prostora. I u oblasti kulture dominiraju muškarci sa oko 55 posto, a žene imaju samo 5,4 posto.

Sport je još jedna oblast u kojoj je prevlast muškaraca izrazito visoka u poređenju sa ženama, odnosno u oko 96 posto slučajeva.

Slika 2: Predstavljanje žena i muškaraca prema pojedinim temama



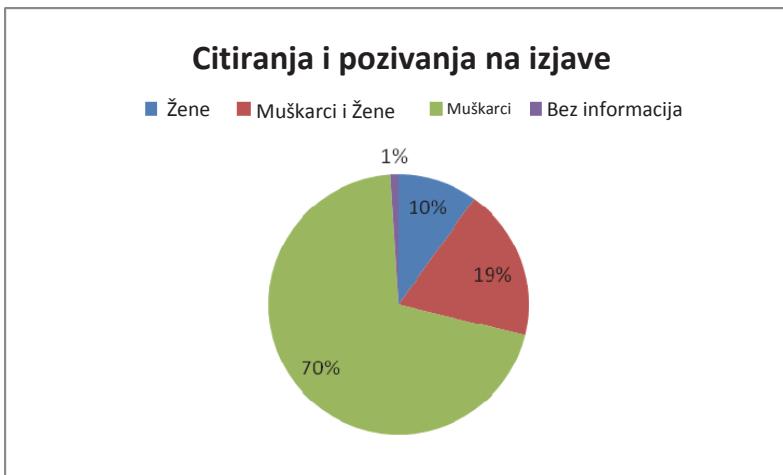
Glas žena i muškaraca u štampanim medijima

Citiranja i pozivanja na izjave je naredni aspekt koji je analiziran u cilju utvrđivanja prostora koji su mediji posvetili muškarcima i ženama.

Rezultati jasno pokazuju da su muškarci imali više pristupa štampanim medijima na Kosovu i da se u medijima više čuo i predstavljao „glas muških“, što je na određeni način pokazatelj kome se daje prednost, ko se smatra pozvanijim i stručnijim da se izjasni o određenim pitanjima.

Na osnovu praćenja natpisa u novinama, muškarci su bili citirani u preko 70 posto slučajeva, dok su u samo 10 posto slučajeva citirane žene. Preostali deo u kojem su u istom članku bili citirani i muškarci i žene, čini oko 19 posto slučajeva.

Slika 3: Žene i muškarci kao izvori informacija



Predstavljanje žena u štampanim medijima

U ovom delu dati su rezultati dobijeni analizom arhivskog materijala od ARR, a ta analiza služi da se utvrdi koliko su štampani mediji na Kosovu demokratski, etički, svestrani i participativni iz rodne perspektive.

Veoma važan deo u praćenju pisanja štampanih medija odnosi se na analizu novinskih natpisa u kojima su prikazane žene polazeći od autora odnosno autorke teksta. Iako uticaj samih žena u obradi određenih pitanja koja su od važnosti za promovisanje rodne ravnopravnosti doseže uticaj na globalnom planu, kao deo promena u društvu i njegovog razvoja, to ne znači da rodna pripadnost autora neminovno mora da igra ulogu u prisustvu ili odsustvu tekstova o ženama u medijima.

Tabela 1: Analiza članaka prema rodnoj pripadnosti autora tj. autorke teksta

Rod autora odnosno autorke	Procenat %
Redakcijski članak	47.6
Bez informacija	19.8
Muškarci	13.5
Žene	11
Nema podataka	8.1
Ukupno	100

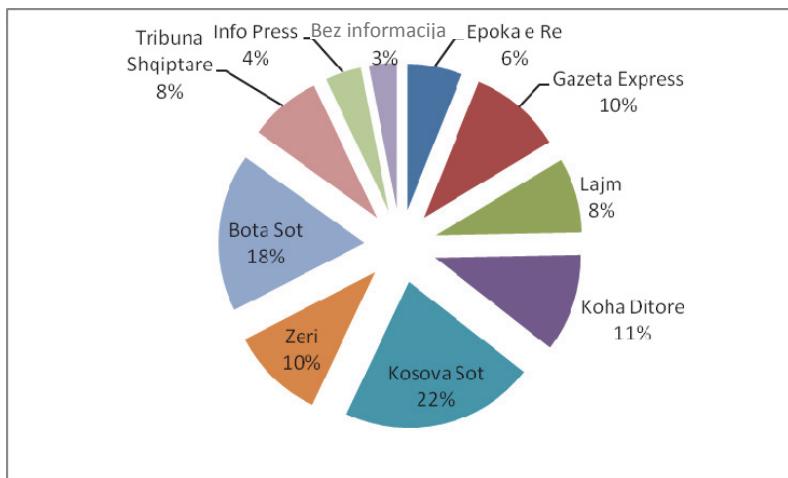
Na osnovu analiziranih medija, većinu novinskih članaka, odnosno više od 47 posto, napisale su same redakcije tih novina, dok su razlike proistekle iz rodne pripadnosti vrlo male. Redakcije se uglavnom bave političkim temama, tako da se i analizirani materijal u velikoj meri odnosi na tu kategoriju. Ali i u drugim oblastima koje su analizirane u ovoj studiji (sport, kultura, društvo, privreda, itd.) redakcije su bile one koje su pisale tekstove u više od 40% novinskih članaka napisanih u svakoj od tih tema.

Predstavljanje žena u štampanim medijima po pojedinačnim novinama

Analiza o predstavljanju žena u štampanim medijima, razvrstana prema novinama, urađena je sa ciljem da se utvrdi koje novine daju veći medijski prostor za predstavljanje žena, odnosno koje ih predstavljaju na svestran način.

Dnevne novine *Kosova Sot*, *Bota Sot*, *Koha Ditore* i *Gazeta Expres* imale su najveći broj novinskih članaka u kojima su pisali o ženama, dok su *Tribuna Shqiptare*, *Epoka e Re* i *Info Press* imali najmanji procenat tekstova u kojem su bile predstavljene žene.

Slika 4: Analiza članaka po pojedinačnim novinama

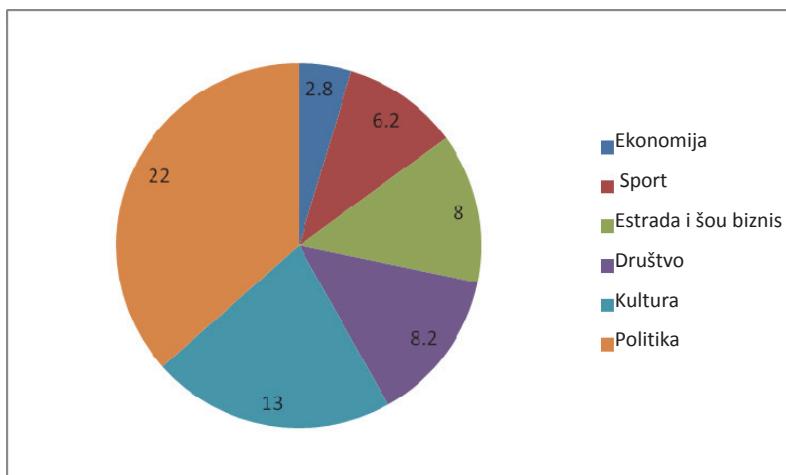


Predstavljanje žena prema pojedinim temama

Uprkos znatno manjem predstavljanju žena u poređenju sa muškarcima, ono što može da se primeti jeste da je u centru pažnje medija bavljenje dnevno političkim i međunarodnim pitanjima.

Na osnovu analiziranog materijala, primećeno je da se veći procenat novinskih članaka u kojima su predstavljene žene odnosi na političke teme, odnosno više od 22 posto tekstova, posle čega slede teme iz oblasti kulture (13 %), društva (8.2% i šou biznisa sa estradom (8.0%).

Slika 5: Glavne teme u kojima su predstavljane žene



Žene u politici

Predstavljanje žena u oblasti politike predstavlja oblast u kojoj su, na osnovu analiziranog materijala, najviše predstavljene žene političari, ili preko 22 posto od svih analiziranih članaka.

S obzirom na ovaj rezultat, otišli smo i korak dalje, da bismo videli koje su to žene koje su zauzimale najveći medijski prostor u okviru političkih tema u štampanim medijima na Kosovu. Rezultati pokazuju da su žene u politici na rukovodećim funkcijama bile one koje su dobijale pažnju medija.

Nema sumnje da su postavljenja žena na rukovodeće funkcije na Kosovu, kao što je bio izbor gospođe Atifete Jahjage, predsednice Kosova, zatim šefice pregovaračkog tima i zamenice predsednika vlade gospođe Edite Tahiri, kao i postavljenje ministarki, gospođe Mimoze Kusari-Ljilja i gospođe Vljore Čitaku, uticale na veću pažnju javnosti i pisanje o

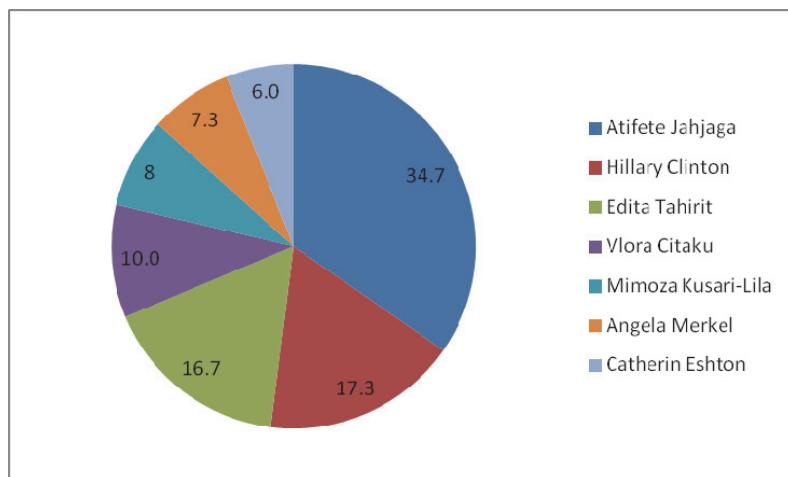
njima u poređenju sa drugim ženama uopšte, ali i u odnosu na druge žene u politici, bilo da je reč o poslanicama u Skupštini Republike Kosovo, aktivistkinjama ili politikološkinjama.

Isto tako, i žene u politici na međunarodnom planu zauzele su prilično veliki medijski prostor u medijima Kosova, zbog političkih odnosa i važnih procesa za Kosovo koji su se odvijali tokom 2010-2011. godine, kao što su primeri američke državne sekretarke gospođe Hilari Klinton, nemačke kancelarke gospođe Angele Merkel i baronese Ketrin Ešton.

Ipak, rezultati pokazuju da je veću pažnju iz ove grupe žena političara dobila predsednica Kosova, gospođa Atfete Jahjaga, ili 35 posto u analiziranim novinskim natpisima. Posle predsednice Kosova, medijski prostor bio je posvećen gospođi Hilari Klinton (17.3%), dok je sa 16.7 posto bila predstavljena gospođa Edita Tahiri.

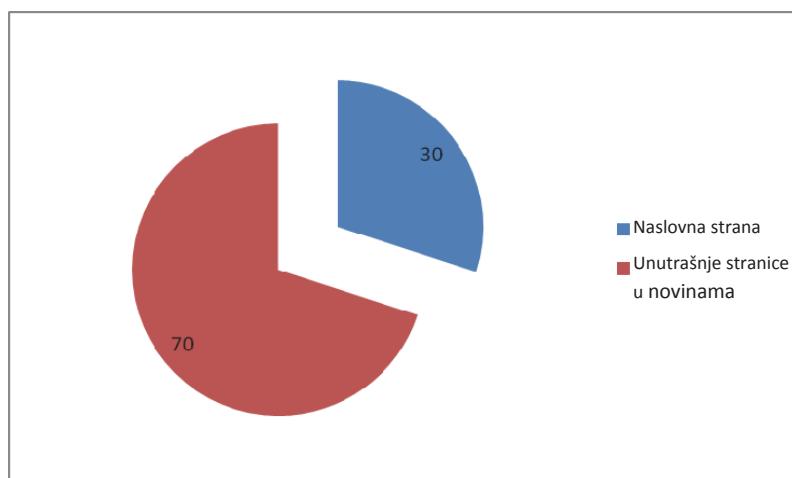
Sve u svemu, znatan medijski prostor zauzimaju i dve ministarke Republike Kosovo, gospođa Vljora Čitaku (10%) i gospođa Mimoza Kusari-Ljilja (8 %), kao i gospođa Angela Merkel (7.3) i baronesa Ketrin Ešton (6%).

Slika 6: Prostor posvećen ženama na rukovodećim položajima



Međutim, čak i kad je reč o ženama u politici na rukovodećim mestima, zanimanje medija da ih predstavi na naslovnim stranama novina bilo je manje (30 %) nego da ih predstavi na unutrašnjim stranicama novina.

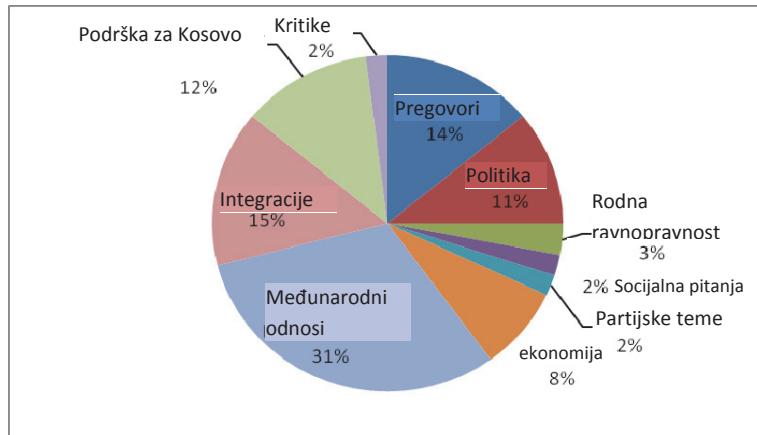
Slika 7: Predstavljanje žena u politici na naslovnim stranicama novina



Pitanja kojima se bave žene u političkim temama

Teme iz oblasti politike u kojima su žene bile najviše zastupljene odnose se na: međunarodne odnose (31 %), evropske integracije (15%), pregovore (14%), apele za podršku procesima na Kosovu (12%), ekonomске teme (8%), rodnu ravnopravnost (3%) itd.

Slika 8: Pitanja kojima se bave žene u političkim temama



Štampani mediji na Kosovu dali su medijski prostor ženama u politici da izraze svoje unutrašnje partijske stavove ili stavove o prelasku iz jedne stranke u drugu, kao što je bio slučaj sa dve poslanice koje su napustile Alijansu za novo Kosovo (AKR) i koje su iznele svoje stavove i u medijima o razlozima za svoj prelazak iz AKR

u Demokratski savez Kosova.

Kritički osvrti žena unutar sopstvenih stranaka slabo su prisutni na Kosovu a nisu ni predstavljeni u medijima.

Međutim, kad se dogodi da samo neka političarka podigne glas o nekom pitanju unutar svoje stranke, mediji joj tada posvete dovoljan medijski prostor, kao u slučaju stavova poslanice iz redova



Samoopredeljenja, gospođe Aljme Ljame, koja je u jednom intervjuu koji je dala za dnevne novine iznела i neke svoje stavove koji se razlikuju od stavova drugih članova Pokreta a odnose se na vaninstitucionalne aktivnosti, njene primedbe o unutrašnjoj demokratiji u okviru partijskog subjekta kojem pripada, koje su u medijima.

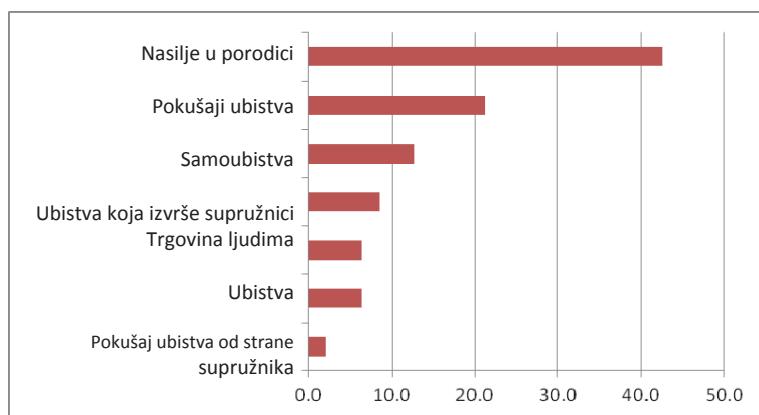
Predstavljanje žena u crnoj hronici

S obzirom da su pojave kao što su: nasilje u porodici, trgovina ljudima i drugi oblici kriminala koji su prisutni u našoj zemlji, neki od problema sa kojima se suočavaju Albanke, prirodno je da se odražava i u tekstovima iz štampanih medija na Kosovu.

Rezultati iz ove tačke ukazuju na to da mediji, u rubrikama koje su poznate kao „crna hronika“, pišu o kriminalu odnosno incidentima koji se događaju na Kosovu, u kojima se jasno vidi da su, u najvećem broju slučajeva, žene žrtve počinjenih krivičnih dela (90 posto), nego što su počinioци zločina.

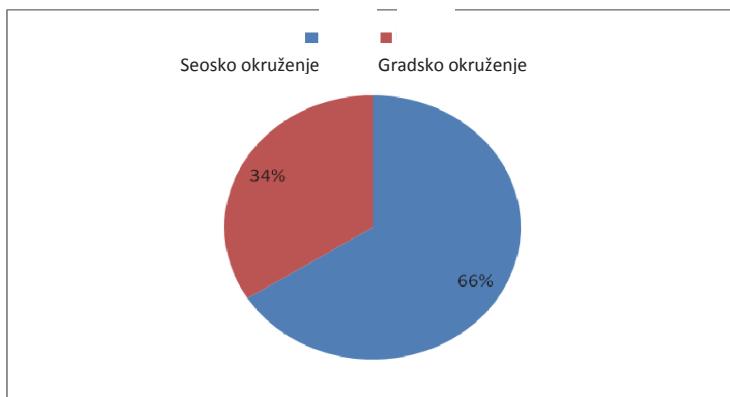
Žene su uglavnom prisutne u novinama kao žrtve nasilja u porodici, i to u više od 42 posto novinskih članaka iz rubrike „crna hronika“, zatim dolaze pokušaji ubistva (22%), kao i izveštaji o samoubistvima žena na Kosovu (13%)

Slika 9: Predstavljanje žena u crnoj hronici



Najveći broj slučajeva o kojima su izveštavali mediji u domenu crne hronike su: žene iz seoskih područja, predstavljene kao žrtve različitih vrsta krivičnih dela, i to u 69 posto slučajeva o kojima je pisano u medijima.

Slika 10: Predstavljanje žena u crnoj hronici/gradsko i seosko okruženje

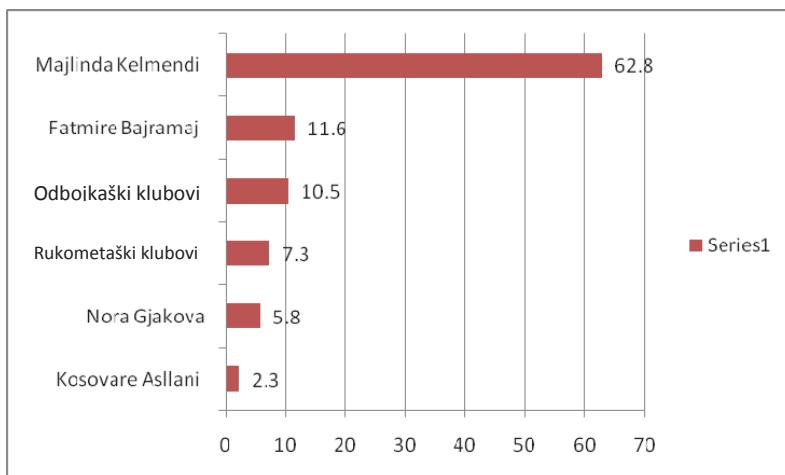


Predstavljanje žena u sportu

Zanimanje štampanih medija za predstavljanje, promovisanje ili izveštavanje sa sportskih događaja na kojima su bile prisutne žene i devojke, zauzimalo je mesto u 6.2 posto analiziranih novinskih tekstova iz oblasti sporta.

Poznata kosovska džudistkinja Majlinda Keljmendi i albanska fudbalerka Fatmire Bajramaj su dve sportistkinje koje su bile najviše prisutne u novinskim člancima o sportu, u kojima se pisalo o njihovim uspesima koje su postizale kad su učestvovale na takmičenjima ili igrama na međunarodnom nivou.

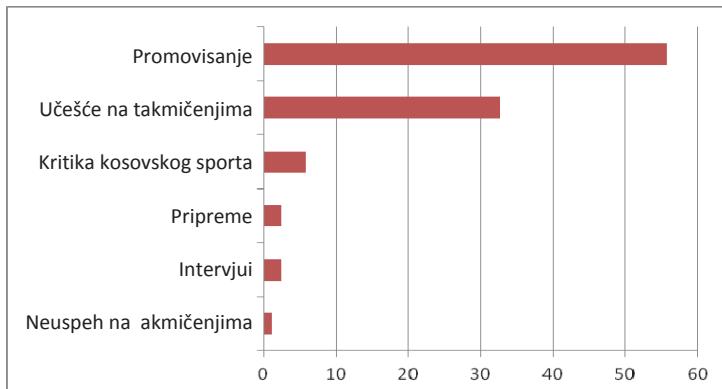
Slika 11: Kosovske sportistkinje najčešće predstavljane u medijima



Vredi pomenuti da predstavljanje žena u oblasti sporta, sa vizuelnog aspekta, u oko 70 posto slučajeva bilo pozitivno, što znači da su novinski članci bili dati uz fotografije koje su pratile tekst; to znači fotografije sa takmičenja, tokom priprema, itd.

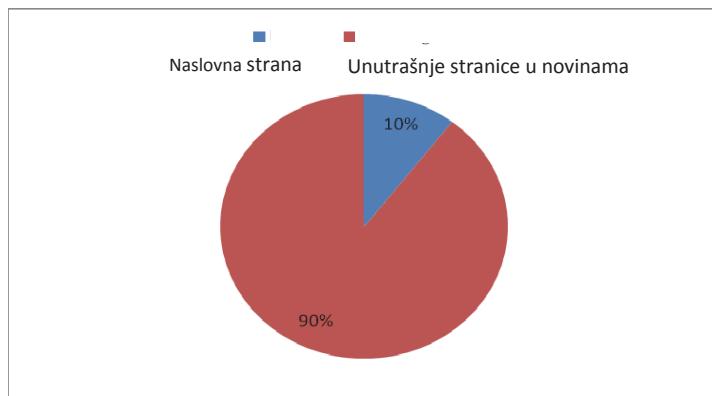
Predstavljanje žena u oblasti sporta vršeno je uglavnom preko promovisanja sportistkinja (55.8%) i uspeha koje su one ostvarile kao i putem izveštavanja o njihovom učešću na takmičenjima (32.6%).

Slika 12: Prostor posvećen kosovskim sportistkinjama



Sportistkinje su bile citirane uglavnom prilikom izveštavanja sa takmičenja ili turnira na kojima su učestvovali i kad bi one ostvarile neki uspeh. Ali trend je isti kao i kod sportskih tema, pri čemu su sportistkinje, u štampanim medijima na Kosovu, dobijale medijski prostor na stranicama novina samo u 10 posto slučajeva.

Slika 13: Prostor posvećen sportistkinjama na naslovnim stranicama novina

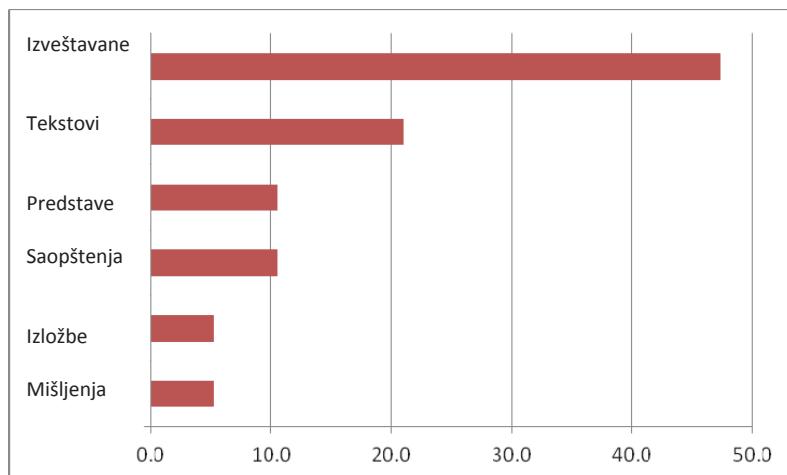


Predstavljanje žena u medijima na Međunarodni dan žena

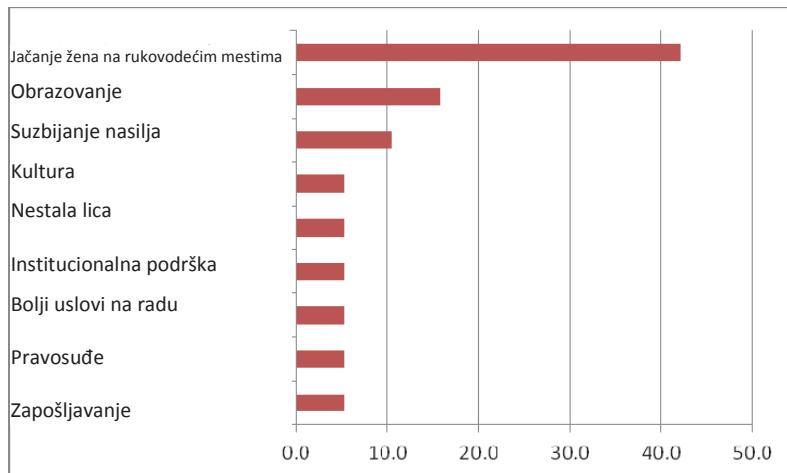
Na osnovu analiziranog materijala, posmatrali smo i način na koji su mediji pisali povodom Međunarodnog dana žena, odnosno koliki su prostor posvetili predstavljanju žena na taj dan. Prirodno, medijski prostor u medijima kreće se u zavisnosti od aktivnosti koje se događaju na Međunarodni dan žena tako da se to odražava u medijima.

Veći deo toga odnosi se na pisanje medija o skupovima organizovanim 8. marta, sa 47 posto, zatim na razne novinske tekstove napisane na temu 8. marta (21 %), tekstove o organizovanju predstava i izložbi, s tim da su u medijima predstavljene razne saopštenja koja pretežno daju nevladine organizacije.

Slika 14: Prostor posvećen ženama na Međunarodni dan žena



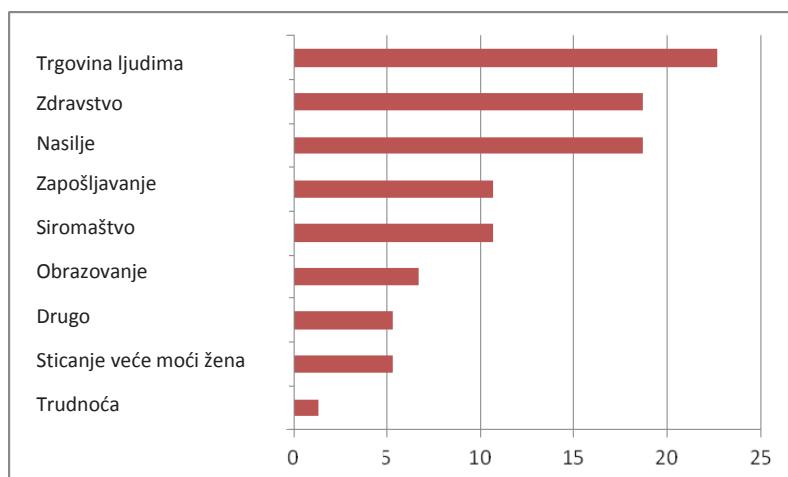
Poruke poslate na Međunarodni dan žena, a koje su predstavili mediji u većini slučajeva, odnosno u 43 posto, odnose se na sticanje veće moći žena u procesu donošenja odluka, na poboljšanje njihovog obrazovanja (16 %), suzbijanje nasilja (11 %) itd.



Predstavljanje žena u socijalnim temama

U medijskom prostoru za teme sa društvenim sadržajem u kojima su predstavljene žene, iz analiziranih novinskih članaka vidi se da ono što ih brine i dalje jesu problemi koji utiču na žene, kao što su: trgovina ljudima (23%), zdravstvo (19%), nasilje uopšte (19%), siromaštvo (11%), nejednakost u zapošljavanju (10%), obrazovanje (7%) itd.

Slika 15: Novinski članci na društvene teme

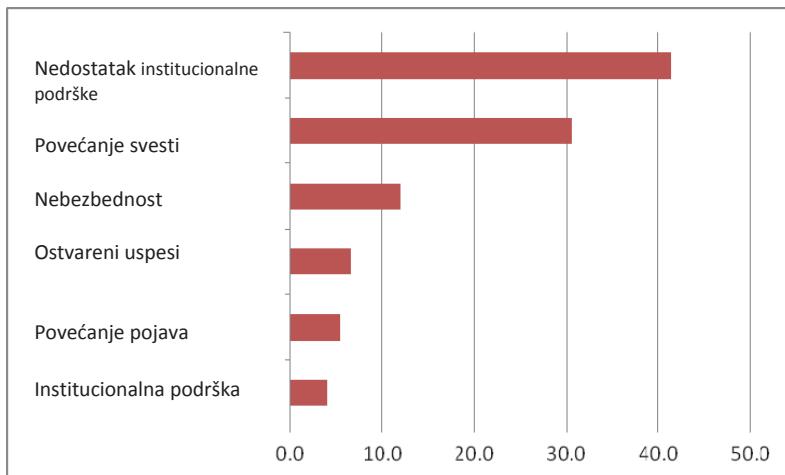


Zaokupljenost žena gore pomenutim temama uglavnom se odnosi na kritike koje one upućuju zbog toga što od institucija ne dobijaju podršku namenjenu poboljšanju položaja žena (42%), i njihovu zabrinutost zbog porasta negativnih pojava koje pogadaju žene (5.3).

Doduše, u novinskim člancima pisanim na socijalne teme žene su govorile i o važnosti povećanja svesti u društvu o negativnim pojavama (31%), o tome da je važno ostvariti

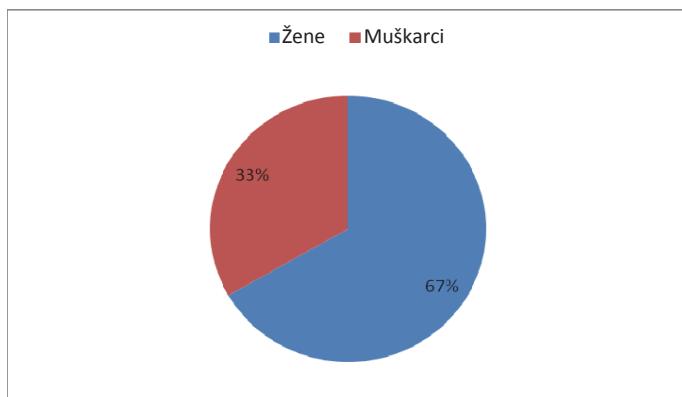
rodnu ravnopravnost u zapošljavanju i obrazovanju, o uspesima ostvarenim kao rezultat rada žena i o potrebi za institucionalnom podrškom za žene i devojke na Kosovu.

Slika 16: Pitanja koja zaokupljaju žene u društvenim temama



Međutim, analiza sadržine iz tih članaka ponovo vraća negativan trend kad je reč o prikazivanju žena kao ranijih izvora informacija, profesionalaca u društvenim temama, itd., jer procenat u kojima su one primarni izvori - nije baš tako visok (67 posto). Muškarci, zbog pozicija koje drže u odnosnim institucijama (kao što su Policija, Centri za socijalni rad, itd.),javljaju se i u temama u kojima se uglavnom govori o ženama i socijalnim pitanjima koje njih zaokupljaju, muškarci su bili intervjuisano u 33 posto slučajeva kao na primer: sociolozi, psiholozi, itd.

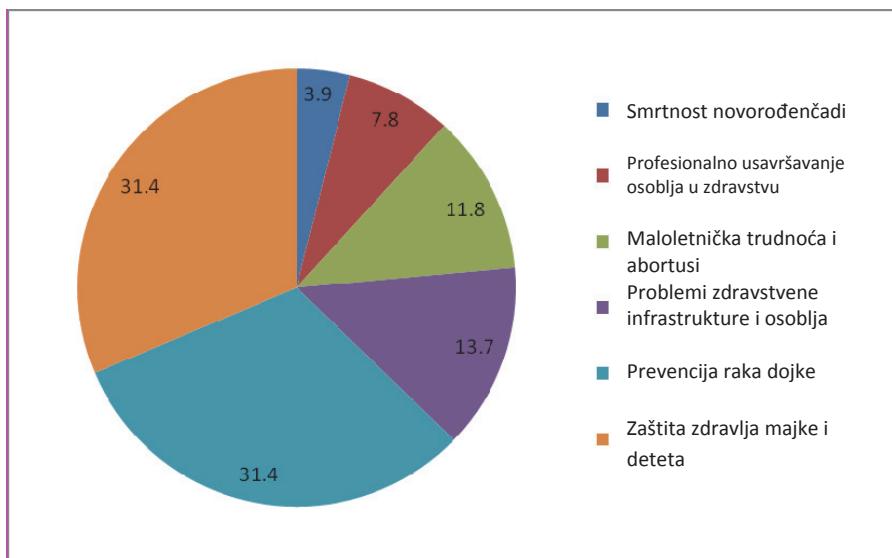
Slika 17: Citiranje žena u socijalnim temama u poređenju sa muškarcima



Predstavljanje žena u zdravstvu

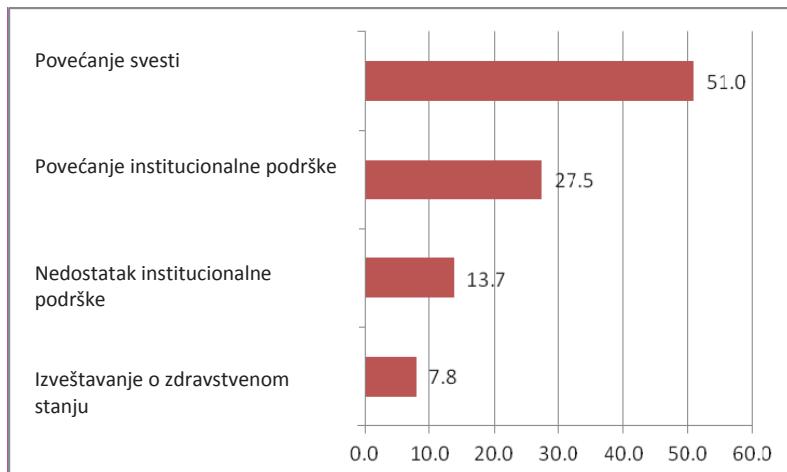
Analiza novinskih članaka o zdravstvu u okviru socijalnih pitanja čini 8 posto novinskih članaka. Rezultati novinskih članaka o zdravstvu, analiziranih u štampanim medijima na Kosovu, pokazuju da se u njima prikazana i obrađena briga i problemi koji zaokupljaju žene uglavnom odnose na: tekstove koji se odnose na prevenciju raka dojke (31.4%) i na zaštitu zdravlja majke i deteta (34%), zatim na maloletničke trudnoće i abortuse (12%), itd.

Slika 18: Pitanja koja zaokupljaju žene u zdravstvu



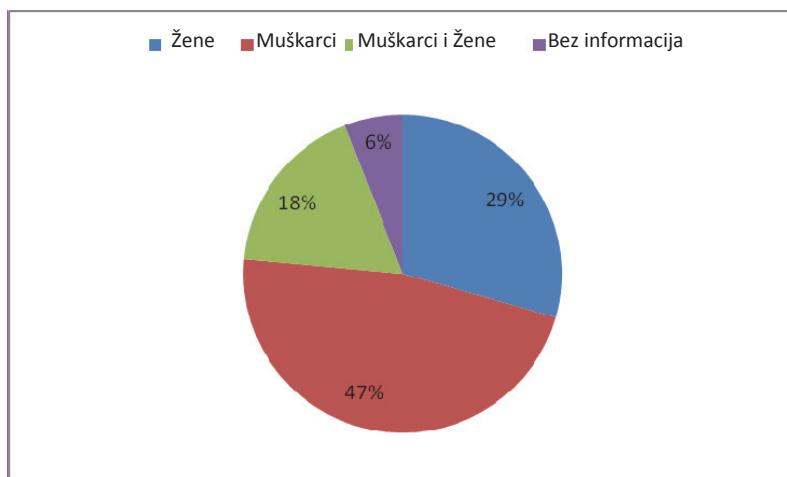
U ovim novinskim člancima, poruke koje se šalju i koje se iznose u medijima uglavnom se odnose na apel za povećanjem svesti o zdravstvenim problemima, na apel za davanje veće institucionalne podrške na polju zdravstva, kritika zbog nedostatka institucionalne pomoći, ali i na opšte izveštavanje o stanju u oblasti zdravstva.

Slika 19: Poruke žena u oblasti zdravstva



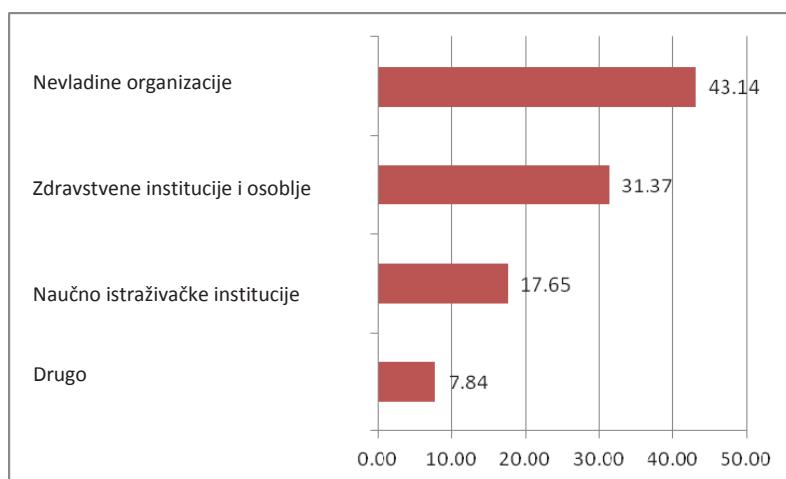
Kao i u većini tema, tako i u oblasti zdravstva, muškarci su oni kojima se daje veći medijski prostor da iznesu svoje mišljenje (uglavnom su to lekari, sociolozi, itd.) nego ženama stručnjacima iz istih profesija.

Slika 20: Citiranje žena i muškaraca u oblasti zdravstva



Ukupno uzev, rezultati da su nevladine organizacije i institucije odnosno zdravstveno osoblje oni koji najviše podižu svoj glas da bi izneli probleme ili dali savete u oblasti zdravstva. Isto tako, kao izvori koji se navode u štampanim medijima postoje i tekstovi koji kao reference navode izvor iz naučnih i istraživačkih institucija.

Slika 21: Izvori informacija u oblasti zdravstva



Predstavljanje žena u privredi

Rezultati dobijeni iz analize arhivskih materijala veoma jasno pokazuju da predstavljanje žena u oblasti privrede, znači njihovo prikazivanje u oblasti u kojoj su žene predstavljene vrlo malo, odnosno u 2,8 % svih novinskih tekstova analiziranih za ovu studiju. Taj rezultat pokazuje da u ekonomskim temama žene ne dobijaju potreban medijski prostor da iznesu svoje stavove i mišljenja.

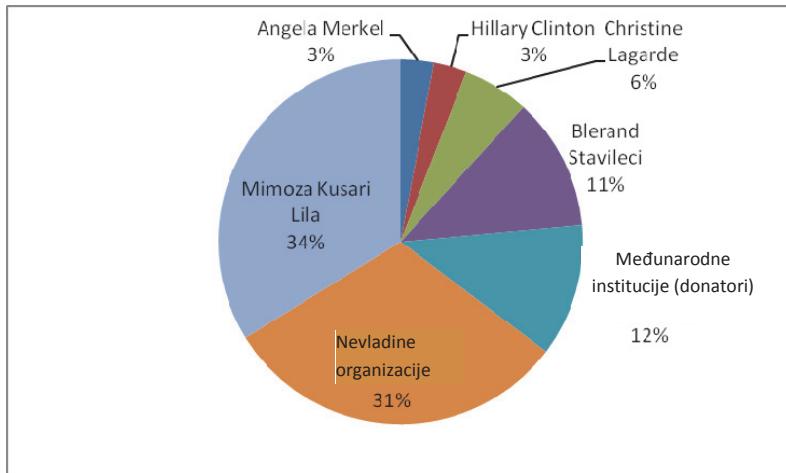
U novinskim tekstovima koji se odnose na privredu, analizirani su novinski članci iz kojih se vidi kome je dat veći medijski prostor, na osnovu kojih je da su političke ličnosti oni koji dobijaju medijsku pažnju i kad je reč o privredi, ekonomskom jačanju žena ili izazovima sa kojima se u oblasti privrede suočavaju žene.



Iako ima novinskih tekstova o uspesima koje su postizale žene u oblasti privrede, ipak se primećuje da se profesionalna mišljenja, u oblasti ekonomije, više traže od muškaraca.

Rezultati pokazuju da su veću pažnju i u novinskim člancima sa temama iz oblasti privrede dobitne: gospođa Mimoza Kusari-Ljilja (34 %), ženske nevladine organizacije (31 %), međunarodne institucije i donatori (12 %) i drugi .

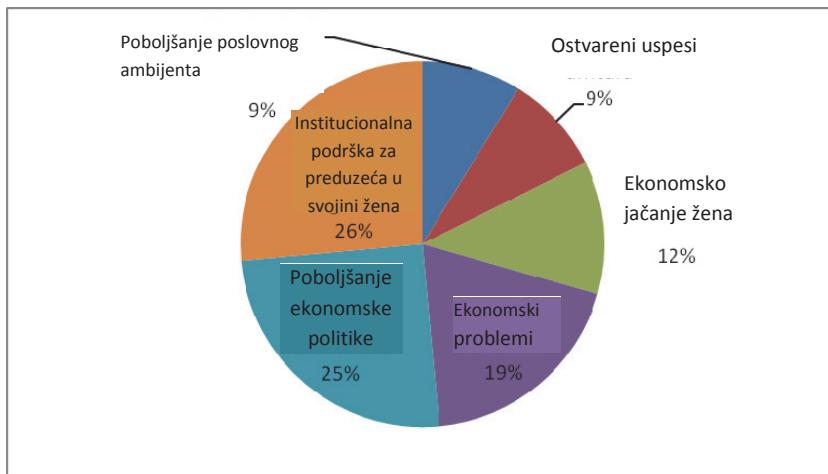
Slika 22: Prostor posvećen ženama u ekonomskim temama



Pitanja koja zaokupljuju žene u ekonomskim temama

Teme u kojima su žene bile najviše predstavljene u oblasti ekonomije u štampanim medijima bile su usmerene na sledeće: zahtevi i izveštaji o institucionalnoj podršci za firme koje vode žene (26%), poboljšanje ekonomskih politika (25%), tekstovi o ekonomskim problemima (19%), sticanje veće moći žena na polju ekonomije (12%), prikazivanje uspeha koje su ostvarile žene u oblasti ekonomije (8%) i poboljšanje opšteg poslovnog ambijenta (8%).

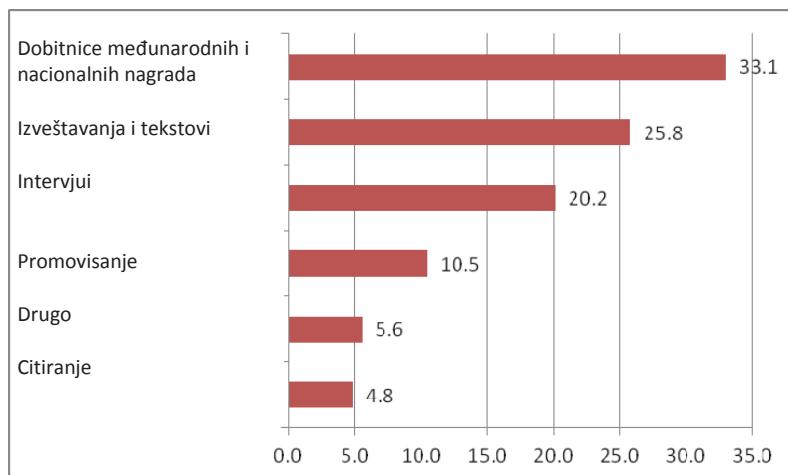
Slika 23: Pitanja koja zaokupljaju žene u ekonomskim temama



Žene u temama kulture

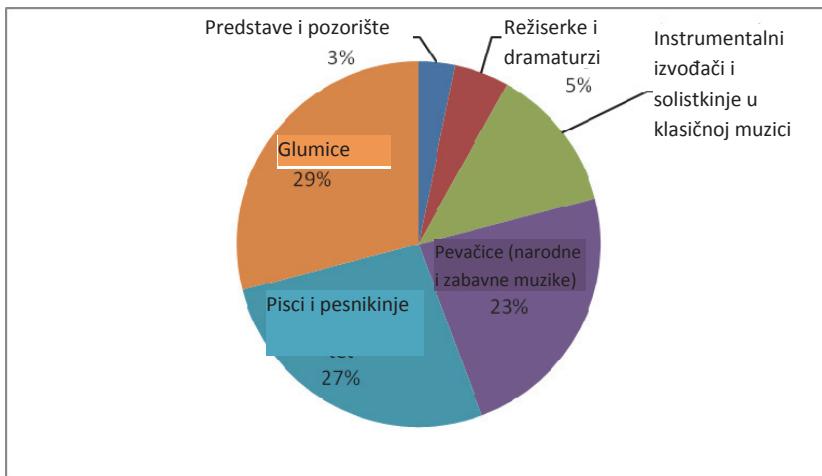
Na osnovu analize arhivskog materijala, medijski prostor koji se posvećuje ženama u oblasti kulture čini 13 posto medijskog prostora. Prikazivanje žena u kulturi, u štampanim medijima, rađeno je u vidu novinskih tekstova (26%), intervjuja (20.2%), citiranja (5%), raznih vrsta promocija (knjiga, predstava) (11%) kao i natpisa o uspesima ostvarenim u sticanju međunarodnih ili nacionalnih nagrada (33%).

Slika 24: Način predstavljanja žena u novinskim člancima iz kulture



U okviru raznih grupa profesionalnih radnika u oblasti kulture, prema analiziranom materijalu, najviše medijskog prostora dobili su glumci (29%) (albanski i strani), pisci i pesnici (27%), zatim pevači zabavne i narodne muzike (23%), instrumentalni izvođači u klasičnoj muzici ili solisti (13%), dok je manji deo medijskog prostora u odnosu na druge profesije iz domena kulture bilo posvećeno režiserima i dramaturzima (samo 5%).

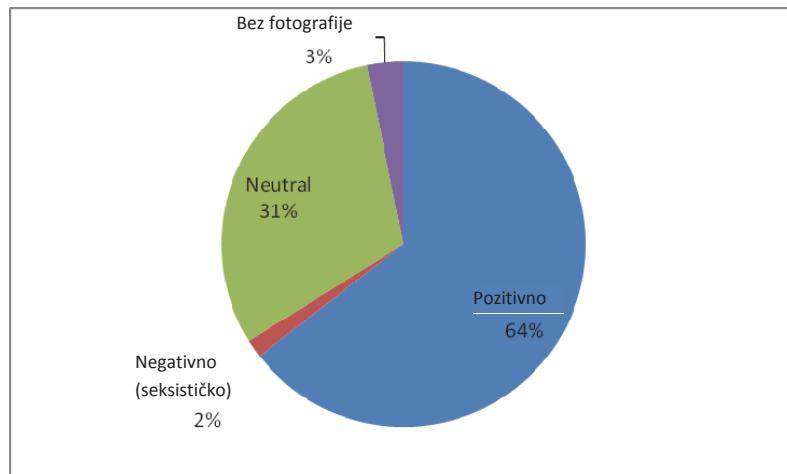
Slika 25: Predstavljanje žena u kulturi



Treba reći da su posebna pažnja i dostojanstveni prikaz u oblasti kulture bili posvećeni sledećim ličnostima i njihovim uspesima odnosno promovisanju njihovog rada: to su sopran Inva Mulja, Nedžmije Pagaruša, pijanistkinja Lulje Eljezi, glumice Arta Dobroši i Gresa Palaska kao i glumica albanskog porekla Eliza Dušku.

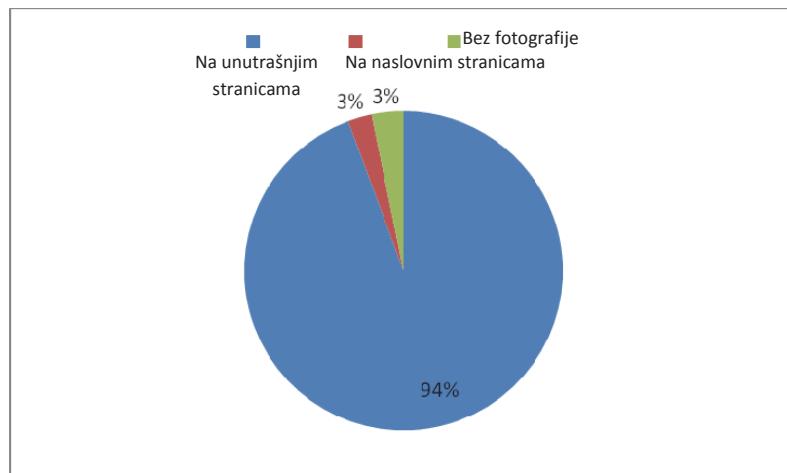
Ipak, ono što je važno u oblasti kulture je vizuelno predstavljanje. Iako su u oko 64 posto novinskih članaka žene bile prikazane na pozitivan način, što znači da im je fotografija bila u skladu sa tekstrom i da je bila snimljena za vreme predstave, glume itd., jedan deo tekstova od 31% postojao je kao neutralan, jer su žene obično bile predstavljene samo preko svojih portreta (lica).

Slika 26: Vizuelno predstavljanje žena u oblasti kulture



Međutim, treba reći da iako je reč o vrlo malom procentu (oko 2%), pevačice su one koje se obično prikazuju u seksističkim slikama. Naravno, za to ne možemo da okrivljujemo medije, jer se takve fotografije po pravilu objavljaju uz dogovor sa pevačicama, ali ono što zabrinjava je to što takve fotografije zauzimaju mesta na naslovnim stranama novina.

Slika 27: Predstavljanje žena na naslovnim stranama



Pozitivne i negativne fotografije u oblasti kulture

Pritet rritja e investimeve

Rritja e investimeve ndryshon ndonjë shifra kryesore të Qeverisë së Kosovës. Përveç e ndryshimit të marrëve në përcaktim e përvjetorit pritet që silitet që Kosova investimet e bujt promocielle, si që nga fiti i një përgjegjësi e përmirësohet ekonomia e vlerave sociale e investimeve, nevojës së sigurimit e saj. Qeveria e ka përfunduar me problematikat e shumave.

HAPI I PARË DREJT REFORMAVE

Partiti politik që përfshihet në Kuvendin e Kosovës, përfshirë edhe Lëvizjen Venrondore, iuq përviz që fiti formimin komisioner, të cilat do të marrin me propozimet përdhynchime kundrejtore dhe reformat qëndrore.

Lule Elezi, sërisht në Vjenë

Pianistja Lule Elezi, do të paraqitet sërisht në skenën austriake në Vjenë, kësaj radhe për të ekzekutuar veprat e reja të kompozitorit romantik, Frederik Shopen.

Dianistja Lule Elezi është bëre emri i ruderuar i botës së muzikës serioze në sotë dje jashtë saj. Përmirësimi i kësaj pianisteje dyshim se i ka sjellë nder e pëkt vendit tonë. Lulja është basadore e denjë e vendit në sotë e botës së muzikës. Nuk mund të ajo për "Kosova" është shprehur. "Paraqitja në Festivalin Ndërkombëtar "hopin" në Vjenë mbajtur muanj gusht të katëj viti me mbi 200-vjetorit e lindjes së spizonit romantik Shopen u

vlerësua shumë lart nga audiencia e zgjedhur vjenaze, e cila nuk ishte e vogël, kështu që më 4 dhjetor undë do të marr pjesë në këtë koncert përbyllës ku do të luajt përsëri vepra nga opusi kritisë i Shopenit dho që do të jenë vepra krejtësisht të reja në klasikë. Me ato vepra që i kam luajtur në 6 paraqitjet e mia të mëparshme në Vjenë brenda një viti. Kjo do të jetë paraqitja ime e shtatë brenda një viti në Vjenë", tha pianistja Elezi. Q. THAÇI

Marnac, i pamatur

Sotëm tanë i gjekurave, siq i spikësimeve ndët territoria e Republikës së Kosovës, që përfshinë edhe qendrën e qytetit të Prizrenit apo Prizrenit e Kosovës nuk janë qëndra që përfshijnë këtë qytet, tha z. kryeministri Hajredin Kaci, duke i përgjigjë deklaracionit të shfiftit të BULEX-it.

EXTRA DRENUSA

Esa po e n' n' etendës, siq-tintë ma shik peshë n' që. Nuk ka kufijet bësuar përmes që bësuar il fushë tilla pëq i specifik e një shkollës që konsideron që konsideron e vërtet...

SHPALOS PLATFORMËN EKONOMIKË

Kura i zhakutave të vendit ka prezantuar një platformë për zhvillim ekonomik, me qillja të përmirësuimit të standardeve jetësore, që përmirësojnë përfshinë e këtij platformë. Në këtë platformë, që përfshin edhe Universitetin AAB - Rilievun kryemtarin Thaci, ka thënë se kjo platformë do të përdorë qëllimet e zhvillimit të zhvillimit të Kosovës. Thaci deklaroi se synimi i Deverisë së Kosovës është që brenda përpjekjeve 2011-12 të këtij viti, kështu që këtë platformë do t'i përdor qëndrën e përgjithshme sotë, jo qëndrën e përgjithshme sotë.



Inva ka arritur majat më të larta të operës botërore

Sopranoja me famë botërore Inva Mula ka korruar përsëri diuantrokjetet dhe admirimin e artdashësve kinezë, këtë herë me interpretimin e shkëlqyer në rolin e Violetës, në operën "Traviata" të Xhuzepe Verdit. Vjenë në skenën nga Teatri National i Artit në Pekin, në një version krijuar nga Hen-

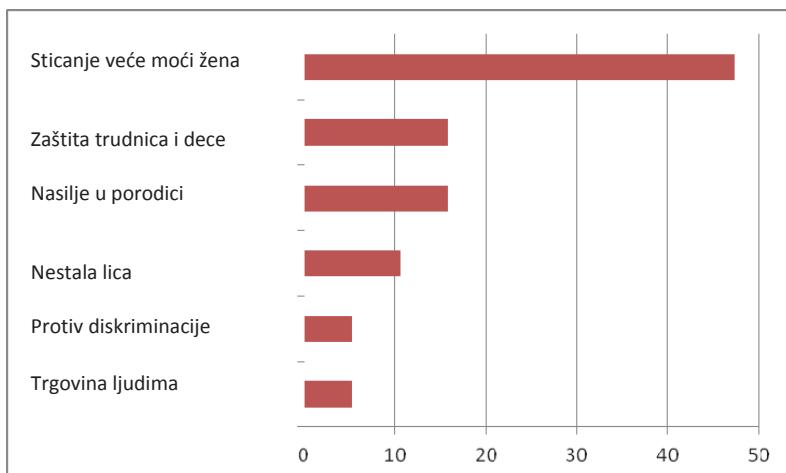
në një prodhim kinematografik, ndërsa një pasqyrë 246 m² në sfond, siç thotë Inva, për herë të parë i ka dhënë mundësinë që njëkohësisht me spektatorët, të shikojë edhe interpretimin e saj, duke krijuar një kontakt më të afërt me publikum. Por Inva Mula flitet me admirim edhe për ni-

Rodna ravnopravnost – o čemu izveštavaju mediji?

Prirodno da se u štampanim medijima na Kosovu nalaze i tekstovi koji se bave rodnom ravnopravnosću, koji govore o problematici ostvarenja rodne ravnopravnosti ili o uspesima postignutim na tom planu.

Analiza nekoliko tekstova sa tom sadržinom dala je dole prikazane rezultate, iz kojih se jasno vidi da se u skoro 50% posto slučajeva novinski članci odnose na apele za jačanje uloge žena ili na važnost zaštite žena i dece (18%), borbu protiv nasilja u porodici (18%), itd.

Slika 28: Novinski članci koji doprinose rodnoj ravnopravnosti

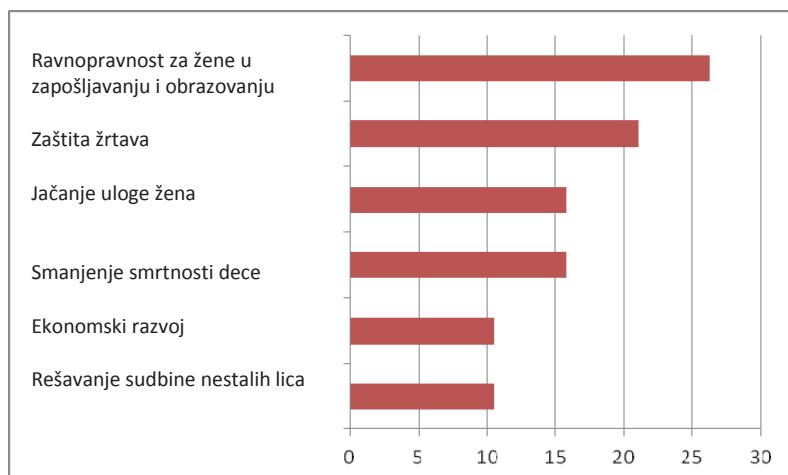


Međutim, prisustvo ovih tema u štampanim medijima na Kosovu dolazi kao rezultat angažovanja samog društva na ovom planu, dok mediji samo izveštavaju o tim aktivnostima. Na osnovu analiziranih novinskih članaka, većina njih su bili izveštaji sa održanih skupova posvećenih tim temama (52 posto), izveštaji o raznim aktivnostima (22

posto), konferencijama (16 posto), ali su bili i u obliku otvorenih pisama (10 posto) koje su uglavnom nevladine organizacije upućivale institucijama.

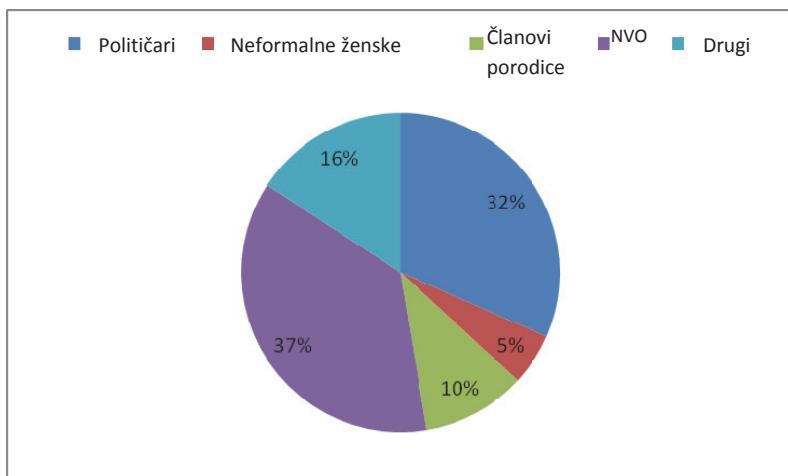
Poruke žena koje su one upućivale institucijama u oblasti rodne ravnopravnosti pretežno se odnose na apele za rodnu ravnopravnost za žene u zapošljavanju i obrazovanju (oko 25%), za zaštitu žrtava (21%) i jačanje uloge žena uopšte (16%). Isto tako, upućene poruke koje su predstavljene u medijima odnose se i na apele za smanjenje smrtnosti dece, na značaj ekonomskog razvoja i njegov uticaj na položaj žena u društvu, kao i na razjašnjavanje sudbine nestalih lica kao trajnu brigu društva.

Slika 29: Poruke žena u novinskim člancima o rodnoj ravnopravnosti



Na osnovu analiziranih novinskih članaka, akteri koji su angažovani na rešavanju problema rodne neravnopravnosti uglavnom su ženske nevladine organizacije (37%) i žene političari (32%) kao poslanice u parlamentu i političarke na rukovodećim pozicijama. Druge poruke o kojima su pisali mediji potiču iz aktivnosti ženskih neformalnih grupa i samih porodica, kao što je bio slučaj sa razjašnjenjem sudbine nestalih lica na Kosovu.

Slika 30: Angažovanje na rodnoj ravnopravnosti u medijima u zavisnosti od grupa



Studije slučaja

Ovo poglavlje sadrži detaljnu analizu novinskih članaka koji su odabrani kao studije slučaja na razne teme, u cilju utvrđivanja načina na koje su bile predstavljane žene u štampanim medijima, uključujući pozitivne i negativne aspekte, predrasude ili rodne stereotipe. Od arhivskog materijala odabранo je ukupno 10 novinskih tekstova: 8 kao studije negativnih slučaja – i 2 kao studije pozitivnih slučaja.

Svrha ove detaljne analize novinskih članaka je da pronađe i obradi konkretne primere za način na koji treba i način na koji ne treba da se piše o nekom određenom pitanju, i kako mediji mogu da doprinesu razvijanju stereotipa, odnosno u negativnom slučaju – na njihovom jačanju odnosno u promovisanju rodne neravnopravnosti.

Osim sadržine novinskih tekstova, analizirane su i fotografije iz novinskih članaka, koje pomažu u poboljšanju slike o ženama, odnosno fotografije koje podrivaju trajne napore koje ulažu brojni činioci na poboljšanju načina na koji se prikazuju žene u medijima.

Primer 1: Manje je žena kojima se trguje na Kosovu?

Novinski članak pod naslovom „*manje je žena kojima se trguje na Kosovu*“ je jedan primer deformacije i neprofesionalnog i nepravednog izveštavanja, kao i nimalo rodno svesnog jezika. Na početku, autorka teksta govori o trgovini ljudima kao pojavi koja je u padu, na osnovu izjava Policije, ali da jedini citirani izvor koji je okvalifikovan kao žrtva je „Slučaj 23-godišnje devojke, koja je citirana da je rekla da „ovaj posao radi po sopstvenoj želji i da je niko nije nasiljem primorao da to radi“. Što je još gore, autorka članka dolazi do zaključka, koji nije potkrepljen činjenicama, da „nije mali broj onih žena koje svojom voljom prodaju svoje telo da bi zaradile novac.“



Primer 2: Osuđivanje žrtava preko fotografija.

Jedan od analiziranih članaka odnosi se na izveštaje tj. pisanje novinara i novinarki na teme u vezi trgovine ljudima, uz koje su date diskriminišuće i osuđujuće fotografije. Ono što na početku treba zapaziti je da u većini novinskih članaka koji obrađuju trgovinu ljudima, novinar ili novinarka



često ni sami ne prave razliku između trgovine ljudima i prostitucije i da izveštaji više imaju informativni karakter nego što služe sprečavanju trgovine ljudima.

Pored toga, analiza načina na koji izveštavaju mediji u slučajevima trgovine ljudima jasno pokazuje da materijal koji se koristi, naročito fotografije, sa puno predrasuda prikazuju žene kao žrtve tog krivičnog dela.

Većina novinskih članaka na ove teme praćena je fotografijama koje prikazuju uvrežene stereotipe o ženama, pošto u najvećem broju novinskih članaka objavljene fotografije uglavnom prikazuju žene u noćnim klubovima ili na ulici, čime se stvara utisak da su one prostitutke po svojoj sopstvenoj želji a ne žrtve trgovine ljudima. Ne samo to, u članku pod naslovom „Policija uhapsila 19 lica zbog trgovine ljudima i prostitucije“, žrtve koje su bile među onima koji su uhapšeni, pomenute su kao „13 žena iz Srbije“, što predstavlja veoma neprofesionalni primer izveštavanja, jer se posle toga ne pokazuje ni malo solidarnosti sa žrtvama trgovine ljudima – za koje nije važno iz koje zemlje dolaze.

Primer 3: „Lisice na rukama četvorice trgovaca ljudima“

I fotografija, kao deo novinskog članka sa naslovom „Lisice na rukama četvorice trgovaca ljudima“, koji govori o hapšenju četiri lica osumnjičenih da su umešani u trgovinu ljudima i iskorišćavanje kosovskih devojaka u svrhu seksualne eksploracije, propraćen je jednom fotografijom koja je veoma diskriminišuća po žene. Ona se ni na koji način ne uklapa u priču iz teksta, jer se na slici mogu videti nekoliko devojaka na javnom mestu, koje nemaju nikakve veze



sa temom tog članka. Ali time se pokazuje pristup medija ili njihova neozbiljnost kad su odlučili da uz tekst objave sliku koja se ne uklapa sa temom već još više učvršćuje uvrežene predrasude o ženama.

Primer 4: Novinski članak pod naslovom „Strine“ u parlamentu!

Često upravo sami mediji učvršćuju
rodne stereotipe, koristeći
neprimereni jezik da opišu
određenu problematiku i na taj
način, „oblače u to ruho“ ženu, samo
zbog roda kojem pripada, neuspeha
ili nesposobnosti da odigra ulogu ili
obavi posao koji joj je namenjen.

Prirodno je što mediji imaju svoju misiju i zadatku da kritikuju nerad bilo koje društvene grupe, ali to moraju da rade oprezno i da tome ne pripisuju rod.

„Strine“ u parlamentu je naslov

jednog članka u kojem se kritikuju poslanice zbog toga što se nisu angažovale na datom zadatku. To je pogrešan pristup zbog same činjenice da se u članku ne raspravlja načelno o nedostatku inicijative, o angažovanju poslanika u celini, već se izdvajaju žene poslanice kao pasivnije, pri čemu se ne čini nikakav izuzetak ni za koga od poslanika. Novinarka u ovom slučaju čak i kad citira poslanike koji se nisu složili sa takvom ocenom, njih naziva „nekolicinom poslanika koji govore feminističkim rečnikom“.



Izrazi kao što su „Strine“ ili ocene kao na primer „U ovoj rajske dembeliji žene poslanice zauzimaju znatan broj mesta“, kao i „Žene i dame, napolje iz Skupštine“, su kvalifikacije koje ne bi smeće da nađu mesta u pisanju profesionalnog novinara ili novinarke, a ponajmanje u slučajevima kad ne samo što ne pomažu već škode trajnim naporima na ostvarenju rodne ravnopravnosti na Kosovu.

Primer 5: Novinski članak pod naslovom „Atifete i Ilir: Ne brukajte nas!“

Rodna podvajanja i stereotipi su veoma prisutni na Kosovu. Kao ilustracija može da posluži činjenica da je predsednica Kosova često bila meta napada medija, čak i sa prozivkom zbog „ženskog roda“. Međutim, tako nešto se ne primećuje u novinskim člancima u kojima se kritikuju muškarci političari. Ilustracija toga može da bude tekst pod naslovom „Atifete i Ilir: Ne brukajte nas!“ u kojem autor kritikuje dve političke ličnosti zbog njihovih javnih nastupa, ocenjujući ih kao nespremne i nesposobne da odrade svoj posao.

**Atifete dhe Ilir:
Mos na bëni horë!**

D y veta turpëruan Kosovën javën që shkoi. Është presidentja e Kosovës, Atifetahjaga dhe këshilltarri i parë i Ilir Deda. Presidentja - në Sanin e presidentëve të Evropës drore në Varshavë, kurse kështu i parë i sot - në Radio Tponin e Serbisë në Beograd. Entes Jahjaga iu dha shansi që vizitën e parë jashtë presidentëve ta ketë në një e presidentë të Evropës e dhe me presidentin më të globit, Barack Obamë. Në rast ideal që Koqete një mesazh komundërkombëtar. Mesazh jo bartja e çantës e bëre gati si për kanaxhed.

Por, presidentja mund të shfajështet se ishte hera e parë dhe se asaj i munogen minimumi i përvjetorës politike. Gjithsesi kjo nuk i jep të drejtë që të mos konsultohet me njëherë që kanë një lloj përvjetore në këtë punë.

Debakli i Ilir Dedës në Beograd

Turpi më i madh për Kosovën është debakli që pëson Ilir Deda në duelin televiziv me ministrin e Brendshëm të Serbisë, Ivica Daçiq. Një pjesë të këtij faji e mbani edhe autorë i këtyre rreshtave. Ko-

Asnjë pyetjeje të Daçiqit nuk i është përgjigje dhe asnjë pyetje të ratoreve nuk i është përgjigje. Derisa qiqi e bombardonte me pyetjet, ai nuk arriti t'a shtronë edhe një pyetje të vetme. Daçiqi...

Përgjigjet "shmeki" mëndonjë rast, por jo gjithë emisionit

Ilirit i mungonte dija e re për historinë, qoftë shqiptarë serbe. Gjithë mosdijet përpilqet ta mbulonte me jet "shmeki". Por përgjigjet mund të ta mbulojnë mëndonjë rast, por jo gjata...

Ono što je interesantno u ovom članku, je činjenica da autor teksta, kad kritikuje predsednicu koristi fraze kao na primer „predsednica Kosova nije imala pojma šta se događa na Samitu, ni kakvo značenje ima njen boravak na Samitu, sve zajedno sa tašnom koju kao da je spremila za kićenje snaše za svadbu“, ali da kritika uperena prema Iljiru Dedaju nije sadržala takvu kvalifikaciju da ide „na kićenje snaše“. Prema tome, kvalifikacija

„kao da ide na kićenje snaše“ navodi čitaoca da zaključi kako predsednica nije bila dobro predstavljena zato što je žena (a ne zato što nije znala kakav je protokol na jednom takvom sastanku) i da „žene“ znaju da se spreme samo za „kićenje snaše“, što je pristup pisanju na koji je izuzetno mnogo uticao mentalitet, ne uzimajući u obzir profesionalni nivo autora odnosno autorke teksta, a sve su to banalne pa čak i dosadne te ujedno i neetičke kvalifikacije.

Primer 6: „Predsednik „Kazanova“, prva dama Ruskinja“,

Jezik koji se koristi u pisanju često pokazuje neravnopravnost između žena i muškaraca na Kosovu, ali isto tako i profesionalnu neetičnost u etiketiranju pojedinaca po osnovu nacionalne pripadnosti. U novinskom članku pod naslovom „Predsednik „Kazanova“, prva dama Ruskinja“, jezik kojim je pisan tekst je uvredljiv, pre svega za gospođu Mašu Pacoli – suprugu g. Bedžeta Pacolija, a zatim i za žene uopšte. Na primer, kad piše autor zove g.



Bedžeta Pacolija „biznismen Bedžet Pacoli“ ili „predsednik“ ali gospođu Mašu kvalificuje kao „biznismenovu ženu“ koju, iako autor navodi da je „Šefica Fondacije Ibrahim Kodra“, ipak kvalificuje i po nacionalnosti da „je Ruskinja“ – „Šefica galerije koja se nalazi u hotelu njenog muža“ što je veoma daleko od etike koju novinar treba da ima, da ne bi narušio predstavu o nekom pojedincu, da ne bi nekoga vređao ili jačao rodnu neravnopravnost.

Primer 7: Novinski članak pod naslovom „Dobio sina posle 14 godina“

Podvajanja po osnovu roda prisutna su od samog rođenja deteta. Poznato je da se u kosovskom društvu rođenje dečaka dočekuje sa velikom radošću u porodici, dok kad nema muškog deteta to često ženama donosi nevolje: njih okrivljuju što nemaju sina, izbacuju ih iz kuće, porodica bez muškog deteta smatra se kućom bez naslednika, itd.

Međutim kad takva podvajanja podržavaju i mediji, to je nešto neprihvatljivo, zbog toga što se od medija očekuje da pomognu da se iskoreni takav mentalitet i da se izgradi svest o tome u društvu. U

vezi sa ovom temom, za ilustraciju smo analizirali novinski članak pod naslovom „Dobio sina posle 14 godina“.

Autor piše: „Prva žena mu je podarila jedanaest čerki. Isto je počela i druga, sa još tri (devojčice). I kad su sve nade da će dobiti naslednika skoro nestale, dogodilo se ono što je za R.K. bilo pravo čudo – u 71. godini dobio je sina“.

Znači, autori naziva čudom rođenje sina, pri čemu ne obraća ni najmanje pažnje na ono kroz šta su prošle tri žene, koje su ostavljene zato što „nisu rodile“ muško dete, čime još više ojačava mentalitet da je „sin“ naslednik porodice. Jednako besmislena je i kvalifikacija

Foto: Šef primenjene umetnosti, katedra hrvatske književnosti, dr. sc. Bojan Šimić, i dobitnik te komkurza, 71-vječar, Rexhep Kastrati

Bëhet me djalë pas 14 vajzave

Gruaja e parë i kishte dhuruar njëmbëdhjetë vajza. Njësoj e filloj edhe e dyta, me tri të tjera. E, kur të gjitha shpresat për një trashëgimtar pothuajse i ishin shuar, ndodhi ajo që për Rexhep Kastratin nga Zatriqi i Rahovecit ishte mrekulli: në mos-hën 71-vjeçare ai u bë me djalë

Artan Harapka

Gjakova – Ndodhi edhe kjo. Rexhep Kastrati uga fshati Zatriq i komunike si Rahoveci, ashtuqë gjemtar me fitoren e rjet djalë dhe atë pas katerëdhjetë vajzave. Po, ndodhi ajo që për një shumë shumë fitoren këtu. Rexhepa, ka anët pak e së më shumë për rastolloshëm, ashtuqë e një vjet.

Njësia që mbahet të gjithë atë që morin vesh, ndodhi në Spitalin Rajonal "Sa Greqia" në Gjakovë, në një perkuqjeje të mrekullueshme të spikave. Po, mësma pasa rruga pronësuar që se si mbetet zhvilluese negocia, nuk mund thash se njerëzit e dërgojnë shumë vajzave, mësma që nuk do shume koment. E më i katërpari me katë

moshëvollësi, shërbet veta habuci i fitimit, plakos Rexhep. Tëkuq i kishte ardhur se qëndri për ta marrë se vete familjes e tij, ai dhokë se po fluturonte nga priftimi. Me hongjeshpërie në fitore e me shuan dashur, plaku po ia kthente ueni me qëndri atyve që i dëlinin përparrë qëndri i fitimit, qëndri i djalët e tij, qëndri i moshëve e tij.

Njësia që mbahet të gjithë atë që morin vesh, ndodhi të tashatëzuar. Në fillim muk e bessëva dhu e tashatënjës prej vajzave të mjaq që lindur mësma që t'ë mos ia thoshtë askujt këqigj. Doja të bindesha se u i zhurma e vërteti apo jo", e shprijqejt plaku momentin kur kishte marrë vesh se njerëz e tij po i hynte dhjal i shumëinterpretur.

Rexhepi, 71-vjeçar, këtë gjë e pleyejt me gruan e tij të dyte, një mësugrav që është më

një fshat të Shqipërisë së veriut. Gruaja e parë i kishte dhuruar njëmbëdhjetë vajza. Njësoj e filloj edhe e dyta, me tri të tjera. E, kur të gjitha shpresat për një trashëgimtar pothuajse i ishin shuar, ndodhi ajo që për Rexhep Kastratin nga Zatriqi i Rahovecit ishte mrekulli: në mos-hën 71-vjeçare ai u bë me djalë. Rexhepi, njëqindjet e vjetor, i cili solli se jetë edhe tri vajza tjera. E kur të gjitha shpresat për një trashëgimtar pothuajse i ishin humbur, ndodhi ajo që për plakun ishte mrekulli. Edhe përsosjehetë muk, shëshët hidherur ur qëndri i fitimit se ka pasur vjetë vajza, 71-vjeçar, që nuk do kaftë gjemtar për djalin përdy arriti. „Jam gjemtar se familija tona do të rrjetë tash i tutje. Po ashtu jam gjemtar se valzat e mijë, tanishme tu kënen derën e hapur në shkippin e tyre. Gjithmonë kam pasur friku se pas vdekjes sime me ato muk do të kënon shkipp të tyre, o, kjo friku tanë nuk ekstrem mi“, thoshte ai me gjëzin. Nga katerëdhjetë vajzat e

Reshepi, njëqindjet e vjetor, i cili solli edhe se nëna. Por, më shumë se përf veta, mësja e re ishte gjemtar për hashkeshorin e saj. „Jam shumë e humtur që arrita i ja dhuruar një djalë burrit tani. Shpreson se do të ketë jetë që gjithë tjetri i jetojtë vlonzur me moçrat e vërtet që nuk ka famjelje e tjetër“, thoshte ajo. Gjithashtu, dhjetë vajzave e kushtës familjare pothuajse i vjeni rreth vajzave, mësja e re ishte gjemtar për vajzat e tij. Djalii i shua mësja, mësja do të jetë arrës që përvet familjet, përsë disa ditë më radhë se festojtë i tjerë arsyti Zatriq.

lekara koji su kazali da je „sam dolazak na svet tog dečaka posle 14 devojčica čudo za koje nije potreban nikakav komentar“.

Primer 8: Saopštenje pod naslovom „Ponovo sin“

Iste prirode je i saopštenje pod naslovom „Ponovo sin“, koje je objavljeno iz jedne bolnice i koje, čak i ako je reč o

komercijalnoj stvari, u velikoj meri podriva napore našeg društva da ne vrši podvajanje između rodova.

Tekst govori o radosti jednog para zbog rođenja deteta – sina, nakon što im je umrlo jedno dete – isto tako dečak. Rođenje deteta je omogućeno (kako piše u tekstu) metodom in-vitro. Međutim, ne dovodeći u sumnju svu tragediju zbog gubitka deteta i radost zbog rođenja drugog deteta, problem u tom članku je u kvalifikaciji da je žalost zbog gubitka prvog deteta izražena u vezi sa njegovim rodom, pišući „izgubili su sina, brata ali i naslednika prezimena, odnosno „beba nije bila obično dete kao druga deca; bebi je bilo predodređeno da bude dečak“.



Pozitivni primeri

Naravno da se u medijima mogu naći i pozitivni primeri, slučajevi koji imaju za cilj da poboljšaju položaj žena u društvu ili koji prikazuju primere uspeha ili šalju snažne poruke o važnosti rodne ravnopravnosti. Na primer, veoma je važno to što novinari i novinarke znaju da izdvoje snažne poruke o poboljšanju položaja žena kad dolaze od uspešnih ili uticajnih žena, kao što nam govore dole prikazani novinski članci.

Klinton: Napredak žena, napredak čovečanstva

Poruke koje je uputila američka državna sekretarka, gospođa Hilari Klinton, a koje su predstavljene u našim medijima, veoma su snažne poruke u kojima se ističe da „Treba da se izjasnimo jednoglasno da je napredak žena isto što i napredak čovečanstva“. Dakle, ceo taj tekst ne koristi govor i fraze pune predrasuda već nosi poruke koje je šefica američke diplomacije uputila javnosti, ističući još i da „Kad se žene kandiduju za javne funkcije, vlada je efikasnija i svesnija prema svojim građanima. Kad su žene slobodne da zarađuju za život i kad same pokreću svoja mala preduzeća, one postaju glavni element ekonomskog rasta.



Bez tolerancije za nasilje u porodici

Novinski članci koji govore rodno osmišljenim jezikom i bave se problemima sa kojima se suočavaju žene u našoj zemlji su pozitivniji i veoma potrebni. Novinski članak pod naslovom „Bez tolerancije za nasilje u porodici“ govori o brojkama nastalim iz nasilja u porodici, o problemima i strahu žena koje ih sprečava da prijave nasilje i o posvećenosti

Zero tolerancë ndaj dhunës në familje

Kopress
viti i 19 tetor

ai i Gjave Deputetët e Kosovës, Ante Konstantin Demokratik (NDK) organizuan një tryezë për dhunën mbi Ligjin për mbrojtje së familjeve në familje.

Presidentja e Kosovës, Atifete Jahjaga, gjatë një tryezë ku eshtë diskutuar mbi Ligjin për mbrojtje nga dhuna në familje, ka theksuar se dhuna në familje duhet të luftohet me vepërime konkrete, përsëri që shqipëria, megjithat mund të ketë tolerancë ndaj dhunës kundër gruas dhe fëmijëve

fakteqësishët në shumë raste e ndryshme janë e parazgjat.

”Në vit raporti i vitit 1 000 denët e 1 300 raste e dhunës së familjeve që familiësulari trendet e rastevë të dhunës janë në vështirësi, por koi kemi parasysh mentalizimin, fiksim përfi rapporter dhe së dha raste qëllë pamundësinë përsëri që dhunën, kuptohet që njoj edhe shumë raste qëllë dhunën e përcapur”, ka thënë qëllë Nofësia, për përkrahëmin e geverit të ka fitor zvërvendoshëriministri dhe ministri i Drejtësisë, Hajredin Kocić i cili ka prematur se rekombinacionet e myftira nga ky takim do të shqyrdheshin me seriozitet nga Qeveria e Kosovës.

Në fund të tryezës u hartuan edhe disa rekombinacione konkrete përcypruan në të ardhmen.

institucija za borbu protiv ove pojave. Članak prenosi jasnu poruku predsednice Kosova, u kojoj se kaže da „Protiv nasilja u porodici treba se boriti konkretnim delima, da bismo ga iskorenili iz našeg društva, jer ne sme da bude tolerancije za nasilje protiv žena i dece“. U istom članku posvećen je zatim medijski prostor i poslanici Teuti Sahatçiju, koja je rekla da „uprkos tome što je taj trend u opadanju, mentalitet, strah a u nekim slučajevima i nemogućnost da se nasilje prijavi, navodi nas da shvatimo da je to nasilje mnogo veće i daleko raširenije“. Prema tome, taj novinski članak predstavlja tačno izveštavanje, prenosi jasnu poruku, daje jednak medijski prostor namenjen ženama, i ujedno je potkrepljen statističkim podacima o pojavi nasilja u porodici“.

Zaključci

Uprkos trajnim naporima institucija i društva u celini uperenih na poboljšanje položaja žena i ostvarenje rodne ravnopravnosti, stvarnost je daleko od onoga što žene zaslužuju. Žene na Kosovu i dalje se suočavaju sa nejednakim učešćem u brojnim sferama života i, u zavisnosti od njihovog položaja u društvu, takva stvarnost se oslikava i u medijima.

Praćenje pisanja u štampanim medijima na Kosovu pokazalo nam je trendove u prikazivanju žena u medijima, u poređenju sa muškarcima, ali i u odnosu na medijski prostor koji je posvećen ženama u različitim oblastima.

Kao prvo, žene su nedovoljno zastupljene u dnevnim novinama na Kosovu, dok muškarci i dalje dominiraju sa preko 60% slučajeva, žene koje zauzimaju vodeća mesta u medijima - zauzimaju samo 10 posto medijskog prostora.

Kao drugo, žene su u odnosu na muškarce daleko manje predstavljene u važnim temama kao što su: političke, socijalne i kulturne teme, a da prednost koja se daje ženama u njihovom predstavljanju, u odnosu na muškarce, postoji u oblasti estrade i šou biznisa.

Ovakva praksa u predstavljanju potvrđuje prevlast formi koje odražavaju, podržavaju odnosno obnavljaju postojeće stereotipe i rodne uloge koje im je dodelilo društvo.

Kao treće, prednost koja se daje muškarcima, u odnosu na žene, u vidu njihovog citiranja i izjašnjavanja u vezi sa raznim pitanjima, jasno govori o prednosti koju imaju muškarci, u odnosu na žene, da se izjasne o raznim pitanjima iz brojnih oblasti kao što su: politika, zdravstvo, ekonomija, poslovanje, itd., dok postoji veliki broj uspešnih žena i profesionalaca koje bi mogle da budu izvor informacija iz mnoštva oblasti.

Druga vrsta problematike, primećene u praćenju novina, jeste još i medijski prostor koji se daje istim licima da se izjasne o određenim pitanjima, čak i kad je reč o profesionalnim mišljenjima koja daju različiti stručnjaci kao što su sociolozi, psiholozi, itd.

Pored toga, medijski prostor koji je posvećen ženama u dnevnim novinama na Kosovu više se odnosi na novinske članke na unutrašnjim stranicama novina, nego na njihovim naslovnim stranama i to važi za sve teme u kojima su prisutne i predstavljene žene. Ova studija je potvrdila da su žene, u odnosu na muškarce, daleko manje predstavljene i da im nije posvećen odgovarajući medijski prostor koji bi bio adekvatan njihovom angažovanju.

Međutim, važno je pomenuti da su učinjeni dobri koraci koji na uključivanju žena u politiku i njihov izbor na važne državne funkcije, a ovom studijom je potvrđeno da žene na rukovodećim pozicijama – utiču na veću zainteresovanost medija prema njima.

Time, nema sumnje, ne samo što se utiče na adekvatnu zastupljenost, koja odgovara stepenu angažovanja žena u politici, već i pomaže u borbi protiv rodnih stereotipa, kao i na osvajanju medijskog prostora i korišćenje žena u politici da šalju poruke namenjene jačanju uloge žena i poboljšanju njihovog položaja u društvu.

Ipak, diskriminacija je i dalje prisutna u smislu rodno neopredeljenog jezika koji se koristi u medijima, iako je u nekoliko novinskih članaka nađen jedan broj pozitivnih primera. Fraze kao što su: „strine“, „kićenje snaše“, „sinovi – naslednici samog prezimena“, itd., jesu tipični primeri jačanja predrasuda i stereotipa u odnosu na žene i nemaju nikakve veze sa poštovanjem etičkog kodeksa i profesionalizma u novinarstvu.

Vizuelno predstavljanje u medijima, u vidu fotografija kao ilustracija – objavljenih kao dela novinskog teksta, u suštini je pozitivno, što će reći da slika potkrepljuje temu iz teksta i da su žene predstavljene na načine koji nisu seksistički ni diskriminatori.

Međutim, slučajevi lošeg načina za predstavljanje žena i rodne diskriminacije ipak su prisutni u temama koje se bave negativnim pojavama kao što su, na primer, trgovina ljudima ili nasilje u porodici. Takvi novinski natpisi propraćeni su slikama koji prikazuju

žene u noćnim klubovima i na druge načine koji nisu usklađeni sa porukom iz teksta. Štaviše, nisu retki slučajevi da se govori o hapšenju lica umešanih u trgovinu ljudima dok fotografije objavljene uz tekst prikazuju mlade žene i devojke.

Uprkos tome što ima i novinskih članaka koji su posvećeni jačanju uloge žena i poboljšanju rodne ravnopravnosti, mediji treba više da rade na samoinicijativi da bi sa izveštavanja ili pisanja o raznim događajima, skupovima i konferencijama prešli na pisanje novinskih tekstova kojima je cilj da ponude više informacija o problematici koja prati ovaj fenomen, naročito sa ciljem da obrazuju javno mnjenje o suzbijanju negativnih pojava.

Naročito su mediji pozvani da se više usredsrede i pišu o mogućnostima za prijavljivanje ovakvih krivičnih deka, izvorima kojima mogu da se obrate u zatraže pomoći ili podršku za žrtve trgovine ljudima.

Pozitivan trend u medijima je predstavljanje uspešnih žena, naročito u sportu. Prirodno je što su, u poređenju sa muškarcima sportistima, sportistkinje daleko manje predstavljene; ipak, treba reći da je predstavljanje sportistkinja na adekvatnom nivou kad je reč o pisanju i promovisanju uspeha ostvarenih na polju sporta. Ovaj primer treba da se proširi i na druge oblasti koje mediji prate radi pomoći u davanju pozitivnih primera o uspesima koje žene ostvare u svojoj profesiji.

Preporuke

- ❖ Kosovska vlada treba da obezbedi sredstva za periodična istraživanja u vezi prikazivanja žena i muškaraca u medijima – treba da ih obezbedi od nadležnih institucija i da trajno finansira, u cilju praćenja trendova u pisanju medija sa rodnog aspekta i u cilju poboljšanja slike koja predstavljan žene u štampanim medijima.
- ❖ Pored toga, zbog ogromnog uticaja koji imaju elektronski mediji, treba uložiti trajne napore za redovno praćenje medija i medijskog prostora koji oni posvećuju ženama, uopšte doprinos koji oni daju na planu rodne ravnopravnosti.
- ❖ Vlada i nadležne institucije treba da obezbede dovoljna sredstva za sprovođenje programa čiji je cilj da obezbede jednak pristup žena medijima, u odnosu na pristup koji imaju muškarci.
- ❖ Institucije, zajedno sa nevladinim organizacijama i medijima, treba da promovišu debatu o društvenoj odgovornosti koju nose mediji i da obezbede poštovanje i primenu etičkog kodeksa u štampanim i elektronskim medijima na Kosovu
- ❖ Mediji treba da se obavežu da promovišu rodnu ravnopravnost, ne samo kroz posvećivanje medijskog prostora za žene, već i putem tekstova kojima će uticati na poboljšanje politika i jačanje pritiska na institucije da sprovode praksu koja vodi u ostvarenje rodne ravnopravnosti
- ❖ Treba da se obezbede specijalizovane obuke za novinare na polju izveštavanja o osetljivim pitanjima kao što su trgovina ljudima, nasilje u porodici itd., u sklopu održivih programa obuke.

- ❖ Mediji treba preko svojih tekstova da utiču na izgradnju pozitivnih vrednosti, normi i stavova o rodnoj ravnopravnosti i da na taj način povećaju svest javnog mnjenja o važnosti rodne ravnopravnost i koristi koje društvo ima od nje.
- ❖ Štampani mediji na Kosovu treba da obrate posebnu pažnju kad izveštavaju o raznim pojавама koji zaokupljaju pažnju žena, bez kršenja njihove privatnosti.
- ❖ Mediji treba da igraju svoju ulogu, koja je više od pukog informisanja javnosti i obuhvata posvećivanje medijskog prostora ženama i promovisanju njihovih uspeha i dostignuća, sa posebnim naglaskom na žene i devojčice iz seoskih sredina.
- ❖ Mediji treba da odvoje veći medijski prostor za tekstove koji utiču na upoznavanje mladih žena sa negativnim pojавама u društvu, u cilju suzbijanja tih pojava.

Reference

Alda Isanović, Medija Centar, Stereotipi: predstavljanje žena u štampanim medijima u Jugoistočnoj Evropi ("Stereotyping: Representation of women in print media in SEE), 2006.

Aljma Ljama, O kvalitetnom predstavljanju u medijima (Alma Lama, „Për një përfaqësim cilësor në media“), Grupa poslanica u parlamentu, Bilten br. 2, februar 2012, Priština, str. 2.

Kolin Lou Morna, Promovisanje rodne ravnopravnosti u medijima i putem medija (Collen Lowe Morna, Promoting gender equality in and through media), 2002.

Everdžojs Vin „Propuštene prilike, analiza pisanja novina o rodnim pitanjima i ženama u Zimbabveu“ (Everjoyce Win, “Missed Opportunities, An Analysis of Newspapers Coverage of Gender Issues and Women in Zimbabwe), 2000.

Ustav Republike Kosovo

Zakon o rodnoj ravnopravnosti

Kosovski Program za rodnu ravnopravnost

A. Vajt, „Postizanje prave ravnoteže: rodna ravnopravnost u novinarstvu“ (White, A., „Getting the Balance Right: Gender Equality in Journalism“), Internacionalna federacija novinara, Brisel, 2009.

Zara Volčič, „Mediji, identitet i rod“ („Media, Identity and Gender“), 2008.