

Poslovno udruženje asocijacija lokalnih i nezavisnih medija

"Lokal pres"



**ISTRAŽIVANJE O ULOZI I POLOŽAJU ŽENA U LOKALNIM
MEDIJIMA**

1. januar 2020. – 31. decembar 2021.



Овај пројекат је суфинансиран из Буџета Републике Србије - Министарства културе и информисања. Ставови изнети у подржаном медијском пројекту нужно не изражавају ставове органа који је доделио средства.



Istraživanje i izveštaj pripremila:
Ivana Kahrmann, IKBG Consulting
31. decembar 2021, Beograd

SADRŽAJ

1 UVOD	- 4 -
1.1 SAŽETAK	- 4 -
1.2 CILJ I UZORAK	- 5 -
1.3 METODOLOGIJA	- 6 -
2 ULOGA I POLOŽAJ ŽENA U LOKALNIM MEDIJIMA	- 7 -
2.1 Teritorijalna zastupljenost, tip, vrste medija i broj medijskih radnica u anketiranim lokalnim medijima ..	- 7 -
2.1.1 Teritorijalna zastupljenost.....	- 7 -
2.1.2 Tip medija i distribucije	- 7 -
2.1.3 Vrsta medija i godina osnivanja	- 9 -
2.1.4 Prosečan broj zaposlenih i zastupljenost žena u lokalnim medijima.....	- 9 -
2.2 Zastupljenost i položaj vlasnica lokalnih medija	- 10 -
2.3 Vrste pritisaka na vlasnice lokalnih medija	- 12 -
2.4 Zastupljenost i položaj urednika u lokalnim medijima	- 13 -
2.4.1 Tip medija i sadržaji koje uređuju žene u lokalnim medijima.....	- 14 -
2.4.2 Socio-ekonomski položaj urednika lokalnih medija.....	- 14 -
2.4.3 Percepcija urednika o položaju u mediju i sredini u kojoj rade.....	- 15 -
2.5 Vrste pritisaka na urednice lokalnih medija	- 15 -
2.6 Zastupljenost i položaj novinarki u lokalnim medijima	- 17 -
2.6.1 Tip medija za koji izveštavaju novinarke lokalnih medija.....	- 18 -
2.6.2 Socio-ekonomski položaj novinarki lokalnih medija.....	- 18 -
2.6.3 Percepcija novinarki o položaju u mediju i sredini u kojoj rade.....	- 19 -
2.7 Vrste pritisaka na novinarke lokalnih medija	- 19 -
2.8 Novinarke i mobing	- 22 -
2.9 Medijske radnice i aktivizam	- 23 -
3 Zastupljenost sadržaja o ženama u lokalnim medijima	- 24 -
3.1 Rodno-senzitivno medijsko izveštavanje	- 24 -
3.2 Izveštavanje i sadržaji o ženama po rubrikama	- 24 -
4 ZAKLJUČCI	- 26 -
5 PREPORUKE	- 26 -
5.1 Poslovno udruženje "Lokal Pres" – naredni koraci	- 27 -
5.2 Preporuke za Ministarstvo kulture i informisanja	- 29 -
5.3 Preporuke za lokalne samouprave.....	- 29 -
5.4 Preporuke za donatore i međunarodnu zajednicu	- 29 -

ULOGA I POLOŽAJ ŽENA U LOKALNIM MEDIJIMA

DECEMBAR 2021.

1 UVOD

1.1 SAŽETAK

Pred vama je izveštaj koji sadrži nalaze istraživanja o položaju i ulozi žena zaposlenih u lokalnim medijima, kao i o njihovoj percepciji o zastupljenosti žena u medijskim sadržajima i upotrebi rodno-senzitivnog jezika u izveštavanju. Izveštaj, takođe, sadrži i preporuke PU "Lokal Pres" za relevantne državne institucije (resorno ministarstvo, organe lokalne samouprave, pravosudne organe), medijsku i međunarodnu zajednicu.

Cilj istraživanja bio je da doprinese informisanju zajednice o položaju i ulozi žena zaposlenih u lokalnim medijima, kao i o vrstama, oblicima i izvorima pritisaka kojima su bile izložene u periodu od 1. januara 2020. do 31. decembra 2021. godine, i da usmeri Poslovno udruženje "Lokal pres" za dalje delovanje na polju promocije žena i zaštite interesa medijskih radnika.

Neki od glavnih nalaza istraživanja su:

Žene čine 57 odsto ukupnog broja zaposlenih u redakcijama koje su učestvovali u ovom istraživanju, što predstavlja porast u odnosu na rezultate istraživanja položaja medijskih radnika/ca koje je LP realizovao 2016. godine, kada je 43 odsto medijskih uposlenica bilo angažovano u profesionalnim lokalnim medijima. Ovaj podatak ukazuje na činjenicu da se fenomen feminizacije profesije nastavio u poslednjih pet godina.

Medijske radnice su u nezavidnom položaju u odnosu na kolege, uglavnom zato što se njihove odluke i rad procenjuju sa rodnih pozicija, zato što su izložene seksističkim i mizoginim komentarima, onlajn nasilju i govoru mržnje, a podrška nadležnih institucija (republičkih i lokalnih) i postojećih mehanizama za zaštitu žena, medijskih sloboda i prava, najčešće zataji kada se nađu u takvim situacijama.

Dominantna rodna neosvešćenost lokalnih funkcionera, medijskih sagovornika/ca kao i samih medijskih radnika/ca u drugim lokalnim medijima, znatno otežava proces uklanjanja rodnih stereotipa u lokalnim zajednicama i profesionalizaciju medijske sfere. Jedna trećina ispitanica, pritom, ne veruje u formalne ili neformalne vidove udruživanja zarad promocije rodne ravnopravnosti, zaštite ženskih ljudskih prava, prava i bezbednosti novinara i novinarki, borbu novinarki protiv nasilja nad ženama i slično.

Visok stepen uključenosti čelnica lokalnih medija u poslovanje i kreiranje uređivačke politike medija rezultat je nedostatka resursa neophodnih za proširenje tima. Poznato je da se lokalni mediji godinama nalaze u teškoj finansijskoj situaciji, posluju na siromašnim tržištima sa vrlo malo

prihoda od oglašavanja i prodaje, a digitalizacija im nije donela napredak u poslovanju već dodatne izazove u vidu novih formata koji, zbog nemogućnosti da povećaju timove, predstavljaju dodatni teret za već preopterećene medijske radnice.

Od 56 ispitanica iz 53 lokalna medija, čak 20 prima minimalnu mesečnu zaradu od 32 hiljade dinara (9 urednica i 11 novinarki), a 14 njih prima do 40 hiljada dinara (dve direktorke, četiri urednice i 8 novinarki). Kada su u pitanju novinarke, ovako niska vrednost njihovog rada je dodatno obezvređena kada se uzme u obzir činjenica da većina njih izveštava za sve rubrike i sve formate medija u kojem rade.

Istraživanje je pokazalo da su najčešći sledeći pritisci: neravnopravan tretman u odnosu na druge medije od strane izvora informacija; verbalne pretnje i omalovažavanje na društvenim mrežama; seksizam i uskraćivanje prava na pristup informacijama od javnog značaja.

Dugotrajna izloženost nasilju i pritisku, visok stepen prisutnosti stereotipa na lokalnu, nečinjenje ili nedovoljno činjenje državnih organa, manjak empatije i solidarnosti, niska zarada, strah od gubitka posla i neregulisano radno vreme čine lokalne novinarke najugroženijom kategorijom medijskih radnika i radnika.

Čak 88 odsto učesnica istraživanja odgovorilo je potvrđno na pitanje "Da li ste nekada osetili stres, depresiju ili anksioznost zbog posla kojim se bavite?", a 25 odsto je prijavilo da su zbog njihovog rada njima bliske osobe bile izložene fizičkom i/ili onlajn nasilju (pretnjama na društvenim mrežama, upozorenjima na radnom mestu...)

1.2 CILJ I UZORAK

Cilj istraživanja bio je da se dublje, kvantitativno i kvalitativno, sagledaju položaj, uloga i mesto koje žene zauzimaju u lokalnim medijima kao i da se identifikuju pritisci kojima su izložene. Percepcija vlasnica, urednica i novinarki o sadržajima u kojima su žene najviše i najmanje zastupljene i upotreba rodno-senzitivnog jezika u izveštavanju su, takođe, bili u fokusu ovog istraživanja.

Istraživanje je realizovano u periodu od 1. oktobra do 31. decembra 2021. godine uz finansijsku podršku Ministarstva kulture i informisanja Republike Srbije.

Uzorak je baziran na članicama PU „Lokal Pres“ (LP) kao i predstavnicama lokalnih medija koji su prepoznati od strane LP kao relevantni za male lokalne zajednice. Konkretno, u istraživanju je učestvovalo 56 predstavnica 53 redakcije (41 medija u članstvu LP i 12 lokalnih medija koji nisu u članstvu) iz 28 gradova.

Prema vrsti poslova koje ispitanice obavljaju, 21 su vlasnice i direktorke, 18 su urednice i 17 su novinarke. Indikativan je podatak da od 21 ispitanice koje su na poziciji vlasnica i direktorki, čak 12 obavlja i uređivačke i novinarske poslove.

1.3 METODOLOGIJA

Anketiranje učesnica je realizovano putem e-maila, a u finalnoj fazi su održani dubinski intervju i tri fokus grupe sa: vlasnicama, urednicama i novinarkama.

Anketa je koncipirana tako da sadrži opšte podatke o mediju – sedište, region, tip medija i distribucije, godinu osnivanja, ukupan broj zaposlenih, te broj zaposlenih urednica i novinarki (stalno zaposlenih i honorarnih saradnica.)

U drugom delu ankete, izdvojena su pitanja za tri pozicije koje žene zauzimaju u lokalnim medijima i to za vlasnice, urednice i novinarke. Svaka od pomenutih pozicija podrazumevala je set različitih pitanja koja su, po principu od opštег ka posebnom, vodila do sagledavanja njihovih pojedinačnih pozicija u redakcijama kao i pritiscima i izazovima sa kojima se suočavaju.

Treći deo upitnika bavio se percepcijom medijskih radnica o zastupljenosti žena u medijskim sadržajima i upotreboom rodno-senzitivnog jezika prilikom izveštavanja.

Iz upitnika namenjenog vlasnicama medija, pored opštih podataka o godinama starosti i radnom iskustvu vlasnica, dobijeni su podaci i o stepenu i načinu njihovog angažovanja u radu medija, saradnji sa zaposlenima kao i o vrstama eventualnih pritisaka na njih i njihove medije.

Upitnik za urednice je, pored opštih podataka, sadržao i pitanje o prosečnoj zaradi urednica u lokalnim medijima i njihovu procenu ravnopravnosti sa kolegama muškog pola kao i o vrstama eventualnih pritisaka kojima su izložene zbog posla koji obavljaju.

Deo upitnika namenjen novinarkama, takođe, je sadržao opšte podatke o godinama starosti i radnom iskustvu, prosečnoj zaradi, njihovu procenu ravnopravnosti sa kolegama muškog pola i vrstama pritisaka kojima su izložene u svom poslu, uključujući i mobing.

U završnoj fazi istraživanja, „Lokal Pres” je putem ZOOM-a realizovao tri fokus grupe sa 18 ispitanica širokog spektra iskustva u poslu kojim se bave. Struktura fokus grupa je bila definisana prema pozicijama koje ispitanice zauzimaju u lokalnim medijima u kojima rade: vlasnice, urednice i novinarke, kao i prema zajedničkim ili sličnim iskustvima i vrstama pritisaka koje su ove ispitanice registrovale u svom delovanju bez obzira na godine iskustva. Dubinski intervju su obavljeni sa predstavicama 12 medija. Tokom dubinskih intervjua, predstavnice su imale priliku da detaljno opišu svoja iskustva, daju primere, analiziraju dublje svoj položaj kao i izvore pritisaka u svojim okruženjima, razloge i načine na koje se pritisci ostvaruju.

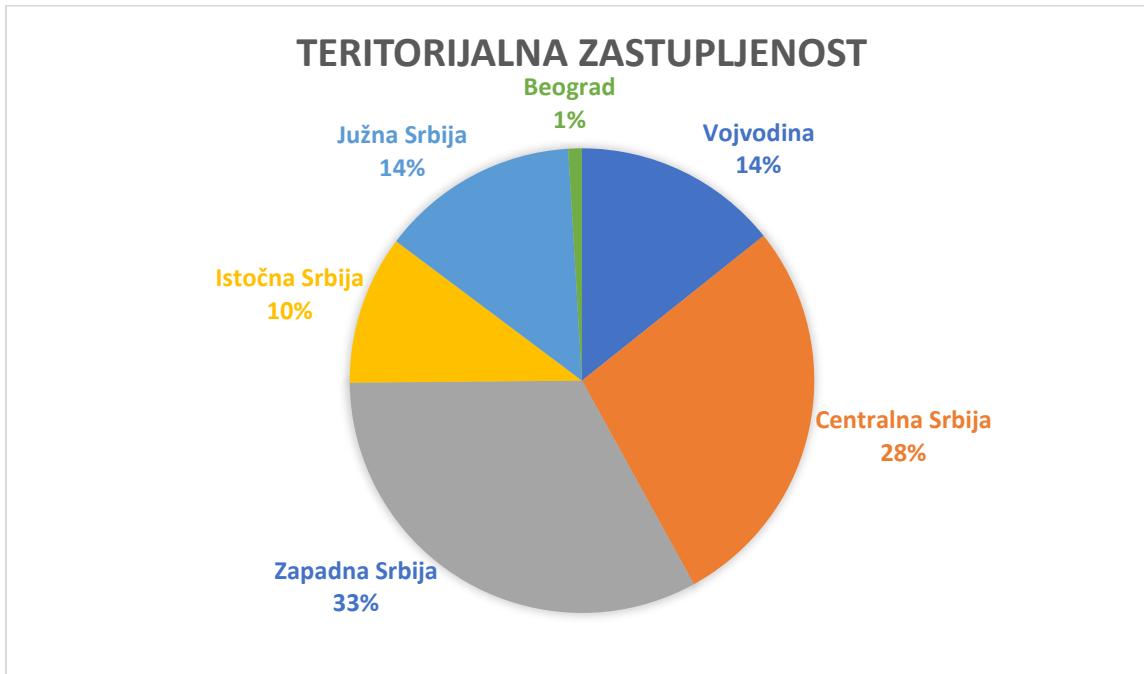
2 ULOGA I POLOŽAJ ŽENA U LOKALNIM MEDIJIMA

2.1 Teritorijalna zastupljenost, tip, vrste medija i broj medijskih radnica u anketiranim lokalnim medijima

U istraživanju je učestvovalo 56 predstavnica 53 redakcije iz sledećih 28 gradova: Aleksinac, Bečej, Bor, Bujanovac, Čačak, Ćuprija, Doljevac, Gornji Milanovac, Knjaževac, Kragujevac, Kraljevo, Kruševac, Leskovac, Lozniča, Niš, Novi Kneževac, Novi Sad, Pančevo, Pirot, Požarevac, Prijepolje, Šabac, Sremska Mitrovica, Trstenik, Užice, Velika Plana, Zaječar i Beograd.

2.1.1 Teritorijalna zastupljenost

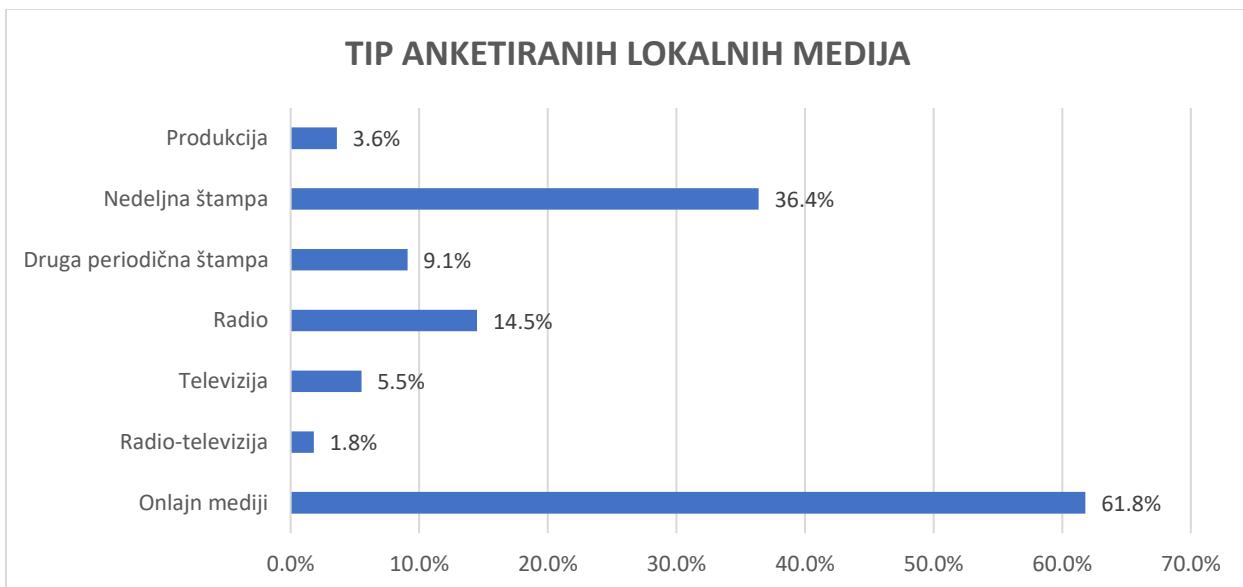
Po teritorijalnoj zastupljenosti, u anketi su učestvovale predstavnice 18 lokalnih medija iz zapadne Srbije, 16 iz centralne Srbije, 8 iz južne Srbije, 6 iz istočne Srbije, 4 iz Vojvodine i jednog medija iz Beograda:



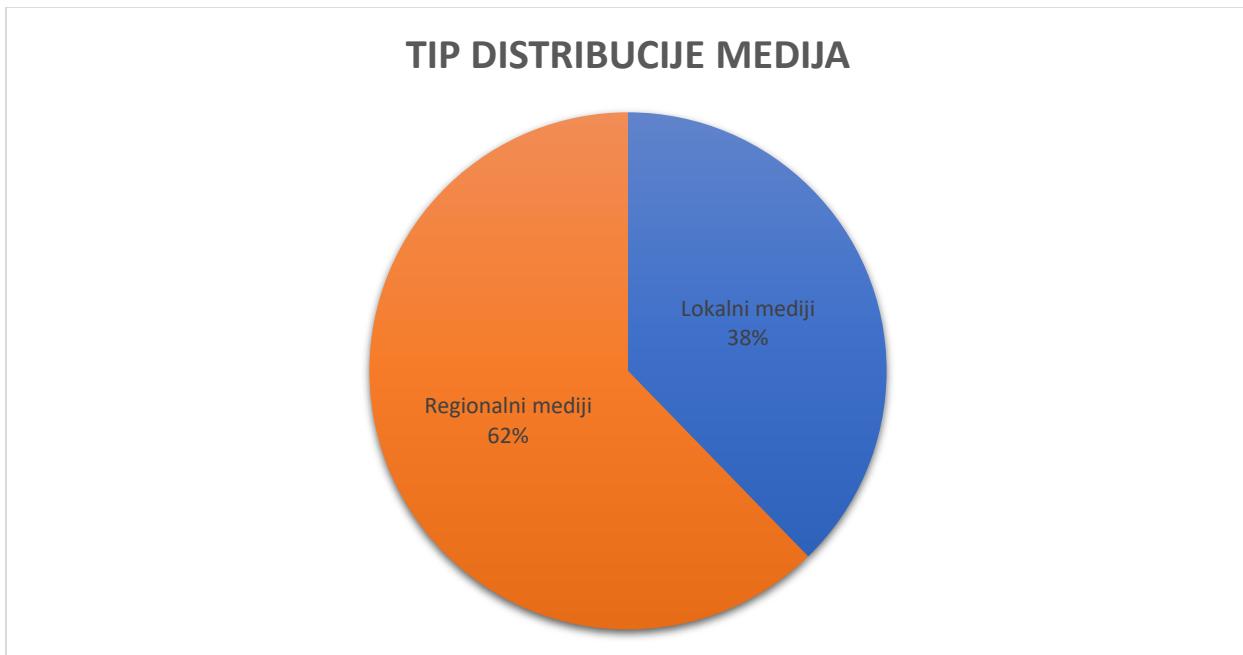
Infografik 1. Teritorijalna zastupljenost lokalnih medija (*bez Kosova i Metohije)

2.1.2 Tip medija i distribucije

Po tipu medija, u ovom istraživanju najzastupljenije su predstavnice onlajn medija (33), slede predstavnice nedeljne štampe (20), lokalnih radio stanica (9), druge periodične štampe (5), lokalnih TV stanica (4), produkcije (2) i informativne agencije (1). Čak 19 ispitanica su predstavnice po dva medija, što je posledica digitalizacije i projektnog sufinsiranja jer su tradicionalni mediji u proteklom periodu registrovali svoja onlajn izdanja kao posebne medije.



Infografik 2. Tip anketiranih lokalnih medija



Infografik 3. Tip distribucije medija

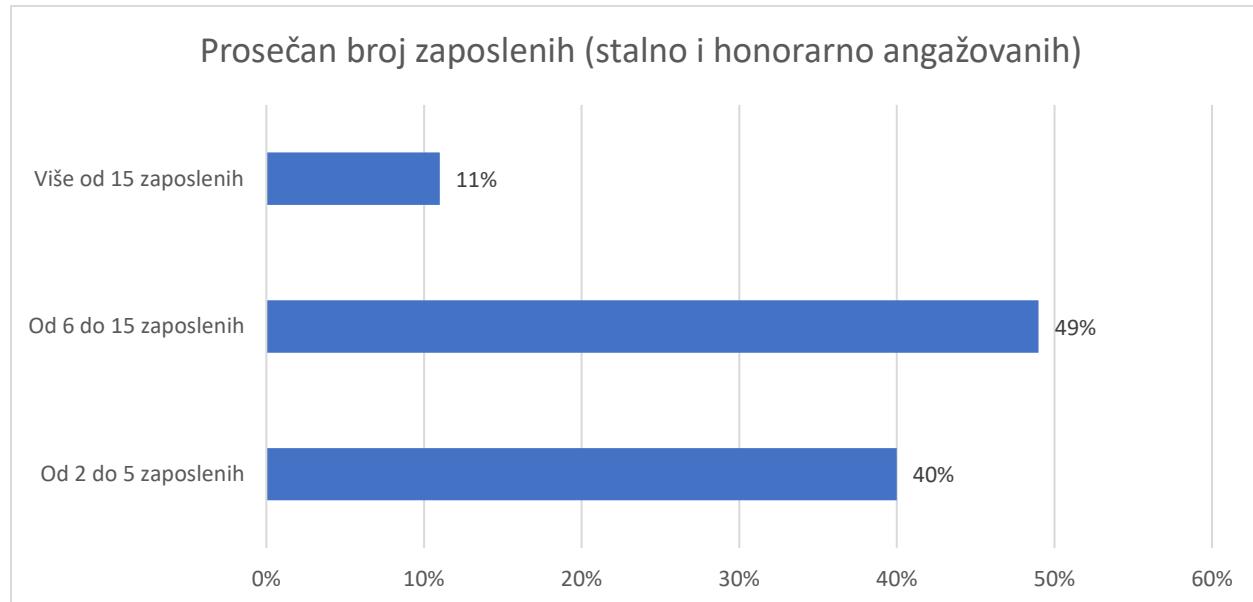
2.1.3 Vrsta medija i godina osnivanja

Od 53 anketirana lokalna medija, 31 su komercijalni, a 22 su mediji civilnog sektora (OCD). Kada ukrstimo podatke iz tabele sa godinama osnivanja ovih medija, vidimo da je broj medija civilnog sektora nastavio da raste od 2005. godine:

Godina osnivanja medija	Komercijalni mediji	Mediji civilnog sektora	Ukupno
Pre 1990.	8	1	9
Od 1990. do 2000.	6	1	7
Od 2001. do 2005.	6	1	7
Od 2005. do 2015.	6	10	16
Posle 2015.	4	10	14

Tabela 1. Godine osnivanja lokalnih medija i trend rasta medija civilnog sektora

2.1.4 Prosečan broj zaposlenih i zastupljenost žena u lokalnim medijima



Infografik 4. Prosečan broj zaposlenih u lokalnim medijima

U 53 anketirana lokalna medija angažovano je 432 medijskih uposlenika/ca od kojih su 246 žene (vlasnice, direktorke, urednice, novinarke i ostale medijske radnice) što čini 57 odsto ukupnog broja zaposlenih u redakcijama koje su učestvovale u ovom istraživanju. Od toga, 152 su stalno zaposlene, a 94 su honorarne saradnice.

Ovaj podatak ne iznenađuje, već potvrđuje činjenicu da poslednjih deset i više godina žene u medijima čine brojčano većinu, ali to ne znači i da su u povoljnijem položaju od manjine - muških kolega, niti su ravnopravne sa njima kada je u pitanju njihov položaj i uvažavanje u sredinama u kojima rade.

Od 152 stalno zaposlene žene, 105 je zaposleno u 26 komercijalna medija, a 47 u 15 medija

civilnog sektora. Od 94 honorarne saradnice, 42 su angažovane u 14 komercijalnih medija, a 52 su u 17 medija civilnog sektora.

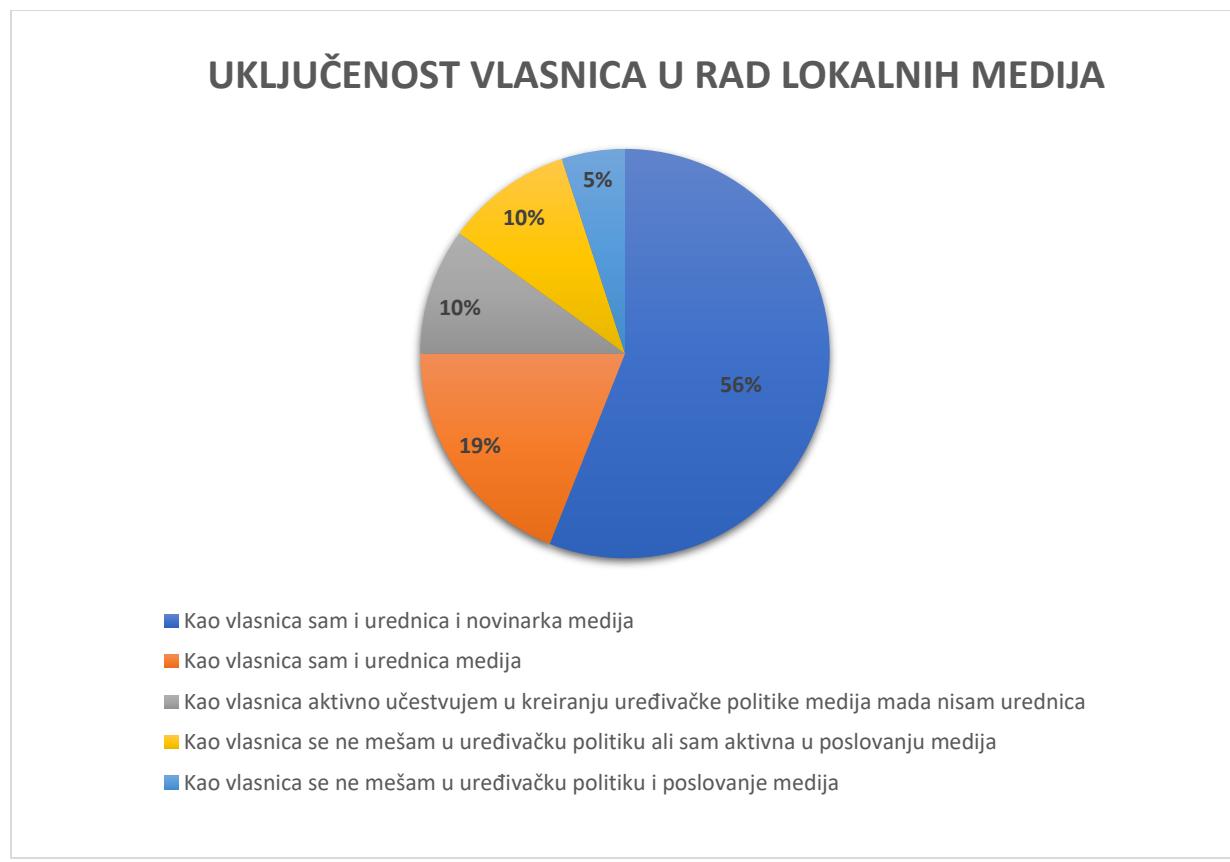
Čak pet komercijalnih i sedam OCD anketiranih medija nema niti jednu stalno zaposlenu ženu u svom timu.

2.2 Zastupljenost i položaj vlasnica lokalnih medija

Anketirane čelnice lokalnih medija u Srbiji imaju između 29 i 65 godina, u novinarstvu su između 3 i 40 godina, a od 3 do 13 godina su na poziciji vlasnica i direktorki lokalnih medija. Od ukupno 21 liderke koje su učestvovali u ovom istraživanju, devet vlasnica, jedna suvlasnica i 11 direktorki su na čelu pet lokalnih i 15 regionalnih medija (*na čelu jednog regionalnog medija su dve direktorke).

Po tipu medija, one su na čelu 12 komercijalnih i 8 medija civilnog društva (OCD). Svih osam OCD medija osnovani su u periodu od 2005. do 2021. godine.

Po vrsti medija, one vode: devet internet medija, četiri nedeljnika, jedan e-magazin dvomesečnik, jedan radio, tri nedeljnika i njihova onlajn izdanja, jednu TV i njen portal i jednu produkciju i portal.



Infografik 5. Uključenost vlasnica u rad njihovih medija

Kada je u pitanju uključenost čelnica lokalnih medija u poslovanje i kreiranje uređivačke politike, 56 odsto njih obavlja i uređivačke i novinarske poslove pa je logično da je njihova involviranost u rad medija velika. Ako uzmemo u obzir da su to vlasnice i direktorce medija koji u proseku imaju od jednog do najviše pet zaposlenih, jasno je da nije u pitanju mikromenadžment i želja za potpunom kontrolom medija/uređivačke politike, već nedostatak resursa neophodnih za proširenje tima, pa tako devet vlasnica obavlja i uređivačke i novinarske poslove, jedna vlasnica je i urednica, jedna direktorka je i vlasnica i urednica a jedna direktorka je i vlasnica i urednica i novinarka.

PU "Lokal Pres" je pokušao da sazna glavne povode zbog kojih su se ove ispitanice odlučile da pokrenu svoje medije iako sa vrlo ograničenim finansijskim i kadrovskim resursima.

Kao najčešće razloge navele su: ograničenu slobodu u uređivanju i bavljenju novinarstvom u prethodnim medijima u kojima su bile angažovane, kršenje medijskih prava, u nekoliko slučajeva i mobing ali, pre svega, želju da se bave svojim poslom i novinarstvom na profesionalan način, ma koliko to bilo ekonomski teško izvodljivo za njih, što objasnjava i zašto je veliki broj malih redakcija sa prosekom od dve do pet zaposlenih osoba (stalno i honorarno).

„Televizija Forum je prva TV stanica civilnog društva na Balkanu koju su osnovale žene. TV stanicu, a kasnije i portal *Forum info*, pokrenule smo sa glavnim ciljem da doprinesmo većoj vidljivosti žena u medijima i problema sa kojima se one suočavaju. Naša osnovna premlisa je da je potrebno čuti priču svake žene da bismo shvatili u kakvom se položaju one zaista nalaze – žene sa sela, uspešne poslovne žene, žene sa invaliditetom, jer želimo da se glas svake žene čuje“, objasnila je razloge pokretanja prve ženske TV na Balkanu, direktorka ove medijske kuće iz Prijepolja, Mileva Malešić.

„Moja priča je drugačija. Bila sam primorana da se ne bavim više ovim poslom jer sam doživljavala mobing i na kraju proglašena tehnološkim viškom i to sa pozicije direktorce medija pa sam probala da se bavim nečim sasvim drugim, a onda sam shvatila da ne mogu bez novinarstva pa sam rešila da osnujem svoj medij u kojem mogu da se bavim ovim poslom onako kako ga doživljavam i jedino znam - na profesionalan način. Da li nam je lako? Nije. Jedva sastavljamo kraj sa krajem, živimo od projekta do projekta ali stojimo iza svega što radimo, profesionalne smo, solidarne i poštujemo se“, objasnila je Nada Tošić, vlasnica i urednica portala *Užice Media*.

„I ja sam pokrenula svoj medij kako bih mogla da se bavim novinarstvom onako kako želim, profesionalno i objektivno“ kaže Marina Miljković Dabić, vlasnica i urednica portala *Krug* iz Kraljeva.

„Kada sam se vratila u svoj rodni grad zatekla sam potpuni medijski mrak i tišinu i poželela sam da, koristeći svoje programerske i novinarske veštine, mojim sugrađanima učinim dostupnim informacije koje smatram bitnim za njih, za naš grad, a kojih tada apsolutno nije bilo. Kako nam je? Ništa ne zarađujemo od portala, ovo nam nije primarni posao, a vrlo često nam se lepi etiketa



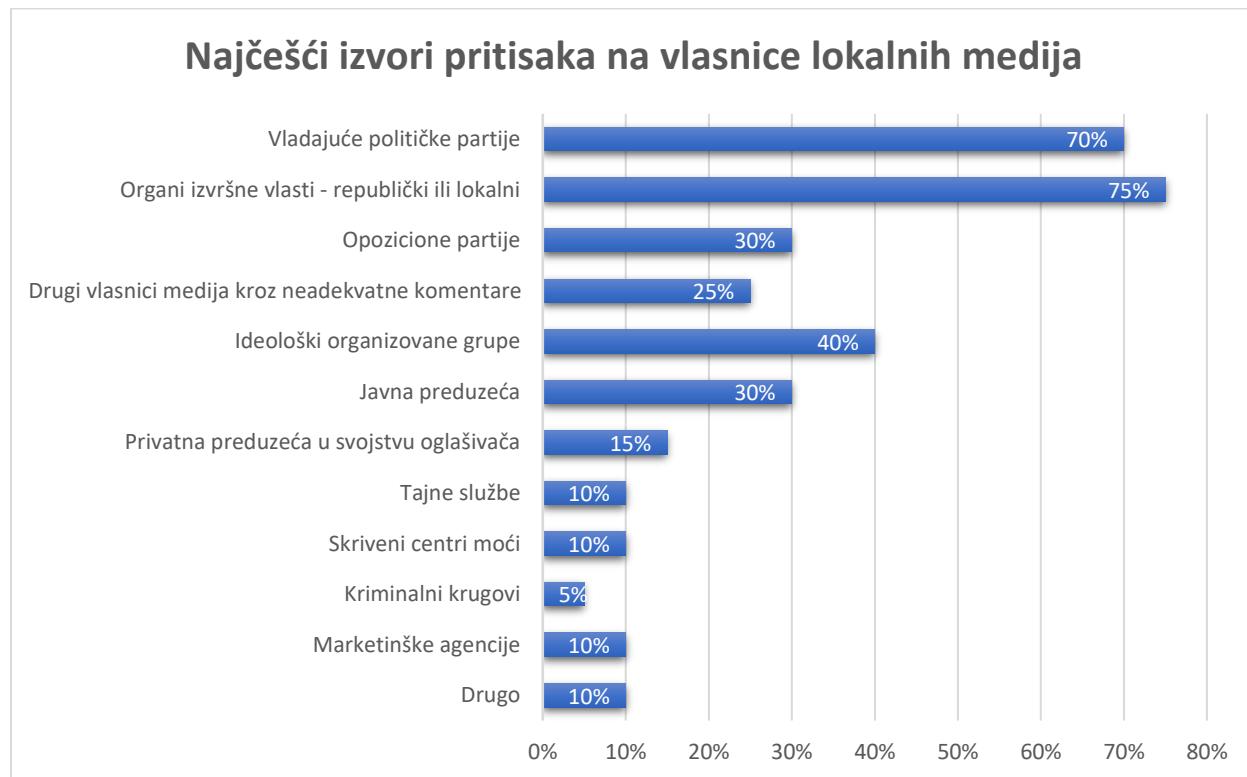
Prekobrojne jer imaju visoku stručnu spremu

„U jednom danu, čelnik medijske kuće u kojoj sam bila direktorka, proglašio je tehnološkim viškom mene – direktorku i dve urednice novina i radija, sve sa visokim obrazovanjem, uz obrazloženje da mu školovani kadrovi nisu neophodni za dalji rad.“

stranih plaćenica i opozicionarki iako se trudimo da objektivno izveštavamo“ navela je Jelena Marković, predstavnica i novinarka portala *Centarpress* iz Trstenika.

2.3 Vrste pritisaka na vlasnice lokalnih medija

Na pitanje „Da li ste i od koga u poslednje dve godine prepoznale bilo kakve pritiske na Vaš i rad Vašeg medija?“, ispitanice su imale opciju da navedu više odgovora, što su gotovo sve iskoristile, pa je tako 75 odsto ispitanica označilo organe izvršne vlasti (republičke i lokalne), 70 odsto trpi pritisak od vladajućih političkih partija u njihovim sredinama, 40 odsto od ideološki organizovanih grupa, 30 odsto od opozicionih partija i javnih preduzeća a 25 odsto od drugih vlasnika medija i medijskih radnika kroz neadekvatne komentare zato što su žene.



Infografik 6. Najčešći izvori pritisaka na vlasnice lokalnih medija

Da se njihove odluke procenjuju i komentarišu sa rodne pozicije, smatra 25 odsto čelnica lokalnih medija, a 20 odsto je doživelo seksualno uzneniranje i nedovoljno uvažavanje u komunikaciji sa institucijama i potencijalnim poslovnim partnerima.

Najčešći primeri su izrugivanje, komentari lokalnih zvaničnika u javnosti i na društvenim mrežama vezani za fizički izgled i ličnost, napadi u tekstovima kolega iz drugih medija i generalno neuvažavanje.

„Kada sam bila mlađa novinarka, to je bilo mnogo očiglednije. Sada se više radi u rukavicama, a i sa razvojem novih medija pojavila se nova digitalna armija ostršćenih čitalaca koji prednjače sa uvredljivim komentarima,” izjavila je Marina Miljković Dabić, vlasnica, urednica i novinarka portala *Krug* iz Kraljeva i kao najnovije primere navela je lavinu onlajn nasilja koju je pokrenulo izveštavanje njenog portala o Kovidu-19, a ovo su samo neki od primera nasilja koje je doživela:

„Jesi li ti vernica?”, „Počupaće ti kosu kad te vidim u gradu!”, „Stiže preki sud!”, „Svi ćete jednog dana odgovarati za to što radite!”, „Glupačo, meni si našla da objašnjavaš”.

Rešenje za ovakve eklatantne primere nasilja, njena koleginica iz *TV Forum* vidi u iznošenju u javnost, bez odlaganja, i alarmiranju svih relevantnih institucija i udruženja sa ciljem da se ovakvi sadržaji uklone i time spreči produbljivanje nasilja i dalje ugrožavanje bezbednosti medijskih radnika na svim nivoima jer, kako kaže Mileva Malešić, direktorka ovog medija, ‘štampu bez zuba svi ujedaju’:

„Jedna naša koleginica je bila žrtva nasilja samo zato što je prenela saopštenje jedne nevladine organizacije o visini primanja jednog lokalnog zvaničnika u Prijepolju. Njegovi saborci su odmah preneli tu vest na svojoj stranici i odatle krenuli da je najbezočnije vredaju i ugrožavaju njenu bezbednost. Mi smo odmah alarmirale građane, sva udruženja, i obavestile stranku čiji je zvaničnik član, da odmah uklone takve sadržaje. Pritisak javnosti je urođio plodom.”

Kada je u pitanju odnos sa kolegama u samom mediju u smislu poštovanja njihovog statusa, deset čelnica smatra da je “odličan”, sedam su ocenile odnos kao „vrlo dobar“, jedna kao “prihvatljivo dobar”, dve kao “nezadovoljavajuć” i jedna kao “veoma nezadovoljavajuć”.

2.4 Zastupljenost i položaj urednika u lokalnim medijima

Anketirane urednice lokalnih medija u Srbiji imaju između 28 i 58 godina, u novinarstvu su od 3 do 42 godine i imaju od dve do 28 godina uredničkog staža. Po godinama radnog iskustva, to izgleda ovako:

GODINE STAŽA UREDNICA LOKALNIH MEDIJA		
Godine staža	Novinarski staž	Urednički staž
1-5 godina staža	3 ispitanice	12 ispitanica
6-10 godina	0	8 ispitanica
11-20 godina	8 ispitanica	9 ispitanica
21-30 godina	8 ispitanica	1 ispitanica
Preko 30 godina	10 ispitanica	0

Tabela 2. Godine staža urednica lokalnih medija

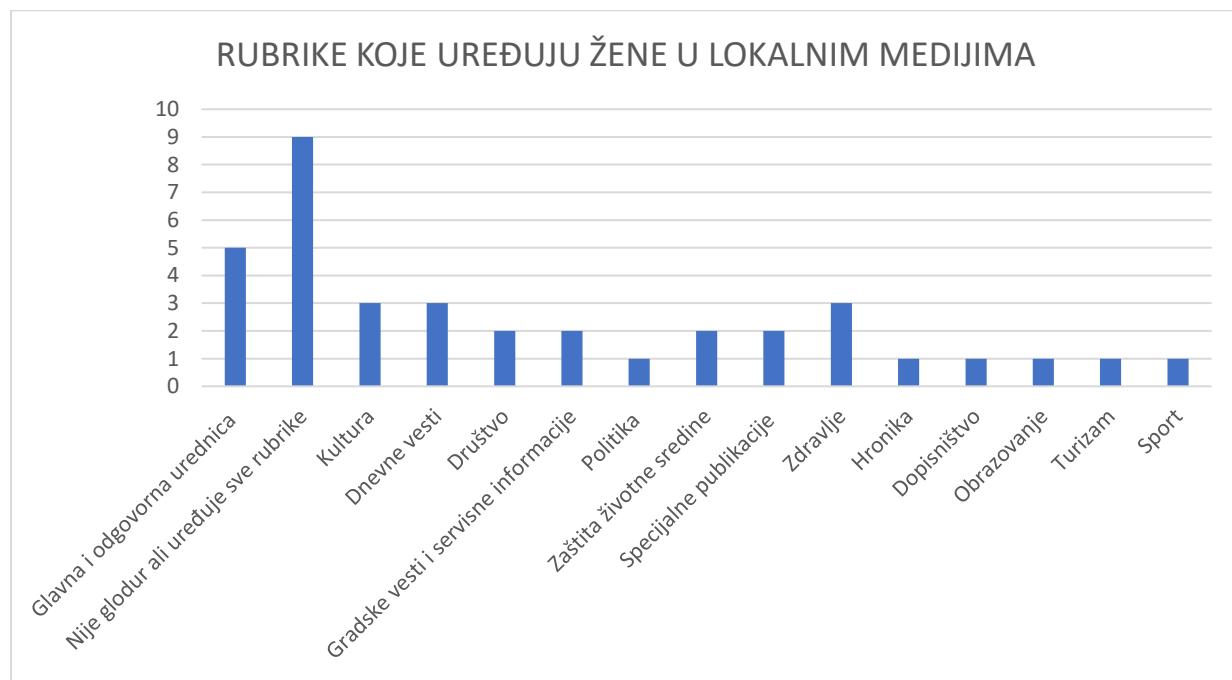


Štampu bez zuba
svi ujedaju

One najčešće ili uređuju sve rubrike i sve formate medija u kojem rade, a u slučaju pojedinačnih rubrika najčešće su urednice rubrika: Zdravlje, Dnevne vesti, Kultura, Gradske vesti i Društvo. Odgovorne su za izveštavanje od jedne do 15 novinarki i novinara (stalno i honorarno zaposlenih) u svojim redakcijama.

2.4.1 Tip medija i sadržaji koje uređuju žene u lokalnim medijima

Od 56 ispitanica, 39 obavlja uređivačke poslove. Pored već pomenutih 12 vlasnica i direktorki koje se bave i uređivanjem, pet su na poziciji glavne i odgovorne urednice, devet nisu glavne i odgovorne urednice ali uređuju sve rubrike, dok ostalih 13 ispitanica uređuje sledeće rubrike: Zaštita životne sredine; Dnevne vesti; Informativni i dokumentarni program; Društvo, politika, grad, kultura, sport; Specijalne publikacije; Društvo, turizam i kultura; Urednica dopisništva; Zdravstvo, socijalna pitanja i gradske/komunalne teme; Ljudi i događaji, hronika, deca u školi i kultura.



Infografik 7. Rubrike koje uređuju žene u lokalnim medijima

Njih 22 uređuju komercijalne, a 17 medije civilnog društva. Po tipu distribucije, urednice su 27 regionalnih i 12 lokalnih medija i to: 8 nedeljnika; jednog dvonedeljnika i njegovog internet izdanja; jednog dvomesečnog e-magazina; 16 internet izdanja; 4 nedeljnika i njihovih onlajn izdanja; pet radio stanica; jedne televizije i internet izdanja; jedne radio-televizije; dve produkcije i njihovih internet izdanja.

2.4.2 Socio-ekonomski položaj urednica lokalnih medija

Finansijski položaj urednica je na prilično nezavidnom nivou. Naime, 24 odsto njih prima minimalnu mesečnu zaradu od 32 hiljade dinara, 16 odsto prima do 40 hiljada dinara mesečno, 31

odsto između 40 i 50 hiljada dinara, 21 odsto od 51 do 60 hiljada dinara, a 8 odsto prima više od 60 hiljada dinara mesečno za svoj rad.

Trećina urednica ima saznanja da su urednici i urednice zaposleni u drugim medijima u njihovoj sredini bolje plaćeni zato što, kako kažu, "uglavnom rade u medijima koji su finansijski jači." Trećina urednica takođe smatra da su kolege urednici u njihovim medijskim kućama bolje plaćeni i to za najmanje 25 odsto.

2.4.3 Percepcija urednica o položaju u mediju i sredini u kojoj rade

Kada je u pitanju položaj u redakciji, sve ispitanice su mišljenja da ih kolege poštuju kao urednice i niti jedna nije doživela otpore kolega zato što im je nadređena žena, ali tri imaju utisak da se njihove odluke procenjuju i komentarišu sa rodne pozicije. Ipak, čak trećina smatra da su za svoju poziciju morale više da se dokazuju nego što se to očekuje od njihovih muških kolega.

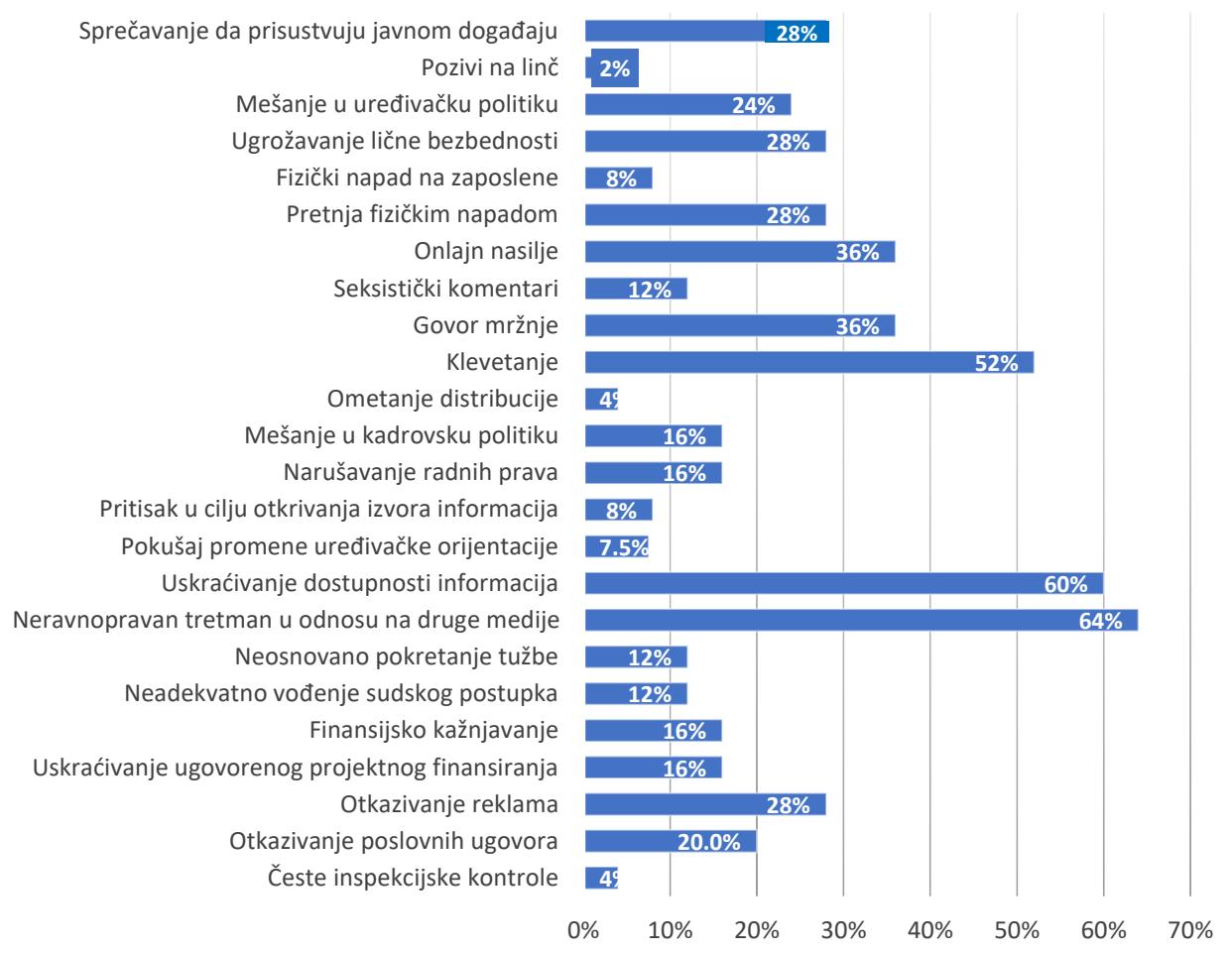
Iako su pravila ponašanja i međuljudski odnosi u medijima u kojima rade uglavnom uređeni, situacija je drugačija kad su u pitanju kontakti sa sagovornicima. Naime, čak 42 odsto urednica je prijavilo da su doživele mizogine komentare u kontaktu sa sagovornicima i izvorima informacija, a 13 odsto da su diskriminisane od strane muškaraca i da su na njih, zato što su žene, lokalne vlasti i desničarske opozicione stranke vršili direktni pritisak u vidu pogrdnih konotacija i negativnog komentarisanja sa namerom da utiču na njihovu uređivačku politiku.

Svaka peta urednica smatra da do sagovornica lakše dolazi zato što je žena i da do muških izvora informacija i sagovornika dolazi teže u odnosu na kolege.

2.5 Vrste pritisaka na urednice lokalnih medija

Analizom broja registrovanih pritisaka po gradovima, LP je došao do zaključka da su pritisci najzastupljeniji u: Kragujevcu, Kraljevu, Kruševcu, Leskovcu, Nišu, Pirotu, Šapcu i Zaječaru (osam i više vrsta pritisaka registrovanih po ispitanici).

Najčešće vrste pritisaka na urednice



Infografik 8. Najčešće vrste pritisaka na urednice

Neravnopravan tretman u odnosu na druge medije, uskraćivanje dostupnosti informacija od javnog značaja i klevetanje, dominantne su vrste pritisaka koje su urednice iskusile u svom radu, a nisu mnogo manji ni pritisci u vidu onlajn nasilja i govora mržnje koji, kada izostanu adekvatna podrška javnosti i obavezno reagovanje nadležnih institucija, prerastu u ozbiljno ugrožavanje lične bezbednosti.

Kao najsvežiji primer navodimo slučaj poziva na linč Isidore Kovačević, mlade urednice i novinarke *Podrinskih*, koja godinama trpi targetiranje od strane osoba bliskih lokalnim vlastima, počev od lažnih optužbi da je ona donela koronu u Šabac te zato ne treba kupovati list *Podrinske* ‘jer su i novine kontaminirane virusom’ (prijavu je podnela Odeljenju za suzbijanje visokotehnološkog kriminala, ali već dve godine niko od nadležnih ne reaguje); do insinuacija v.d. direktora jedne javne ustanove koji je, gostujući u jednoj lokalnoj TV, pozvao Isidoru da obavi razgovor sa njim da bi videla koliko je poseban pa će možda pisati malo bolje o njemu (voditeljka emisije se, inače, smejala na takvu opasku); komentarisanja njenog fizičkog izgleda (zašto nosi kupaći kostim); komentarisanja njenog statusa (nema decu pa nema prava da piše o njima), otvaranja lažnih profila i objavljivanja dezinformacija; pa sve do najnovijeg i, do sada, najtežeg

napada koji se desio 17. decembra 2021. godine kada je Šabac, grad u kome Isidora živi, osvanuo u plakatima sa pozivom na njen linč a kao nagradu, još uvek zvanično nepoznati nalogodavci i počinioci ovog napada, Šapčanima nude miran san.

Ovim povodom se istog dana oglasio "Lokal Pres" koji je najoštrije osudio ovaj napad i pozvao policiju, tužilaštvo i Stalnu radnu grupu za bezbednost novinara da hitno reaguju:

"Ovaj slučaj ukazuje na nepoštovanje novinarske profesije, ličnu ugroženost građana, diskriminaciju mladih ljudi u Srbiji i diskriminaciju i položaj žena u Šapcu i Srbiji. Pozivamo sve časne građane i institucije u Šapcu da javno osude ovaj neshvatljiv postupak počinilaca - neodgovornih lica, zadojenih mržnjom i nepoštovanjem. Hitno reagovanje u zajednici i ostalih nadležnih organa je neophodno, jer se to već sutra može dogoditi i ostalim građanima Šapca i Srbije," navodi se u saopštenju za javnost "Lokal Pres"-a.

Dve nedelje kasnije, a u vreme zaključenja ovog izveštaja, po saznanjima istraživača, osim uzetih otisaka sa plakata, i dalje nema pomaka u istrazi i identifikovanju počinilaca ovog rivičnog dela.

Da su zbog njihovog posla ugrožene i njima bliske osobe, potvrđilo je čak 30 odsto urednica koje su prijavile da su, zbog njihovog rada, njihovi bližnji bili izloženi fizičkom i onlajn nasilju (pretnjama na društvenim mrežama i upozorenjima na radnom mestu).

Zbog svega navedenog, ne iznenađuje podatak da je čak 89 odsto urednica prijavilo da su osetile stres, depresiju ili anksioznost zbog posla kojim se bave.

2.6 Zastupljenost i položaj novinarki u lokalnim medijima

Anketiranih 38 novinarki lokalnih medija u Srbiji ima između 24 i 63 godine i u novinarstvu su od 3 do 40 godina. Ako je u pitanju mali lokalni medij sa jednim do pet zaposlenih, onda novinarke uglavnom izveštavaju za sve rubrike i za sve formate medija u kojem rade, a najviše su zastupljene u redakcijama za kulturu. Svaka četvrta novinarka koja je učestvovala u istraživanju je doživela diskriminaciju na poslu i u sredini u kojoj radi.

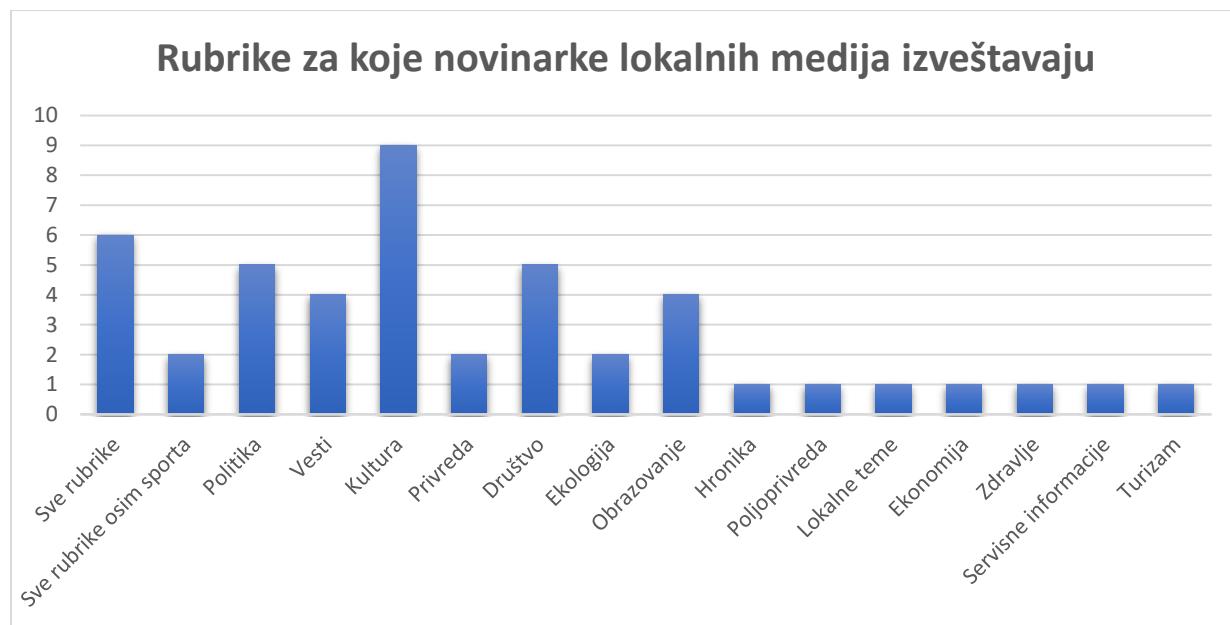
GODINE STAŽA NOVINARKI LOKALNIH MEDIJA:	
Godine novinarskog staža	Broj ispitanica
1-5 godina	8
6-10 godina	4
11-20 godina	11
21-30 godina	7
Preko 30 godina	8

Tabela 3. Godine staža novinarki lokalnih medija

2.6.1 Tip medija za koji izveštavaju novinarke lokalnih medija

Od 38 anketiranih novinarki, 22 izveštavaju za komercijalne, a 16 za medije civilnog društva. Po tipu distribucije, novinarke su 21 regionalnog i 17 lokalnih medija i to: 7 nedeljnika; jednog dvonedeljnika i onlajn izdanja; 16 internet medija; 4 nedeljnika i njihovih onlajn izdanja; 6 radio stanica; jedne radio stanice i onlajn izdanja; jedne televizije i onlajn izdanja, jedne radio-televizije i jedne produkcije i onnlajn izdanja.

Ukupno šest novinarki piše i izveštava za sve rubrike u medijima u kojima rade, dve novinarke takođe izveštavaju za sve rubrike, osim sportske, dok ostalim novinarkama tradicionalno “pripadaju” sektori kulture, društva, obrazovanja ali sve više i politike.



Infografik 9. Zastupljenost novinarki po rubrikama

2.6.2 Socio-ekonomski položaj novinarki lokalnih medija

Finansijski položaj novinarki je lošiji od urednica za koje su podaci pokazali da su već na prilično nezavidnom nivou. Naime, 33 odsto novinarki prima minimalnu mesečnu zaradu od 32 hiljade dinara, 27 odsto njih prima do 40 hiljada dinara mesečno, 27 odsto između 41 i 50 hiljada dinara, 9 odsto od 51 do 60 hiljada dinara, a svega 3 odsto prima više od 60 hiljada dinara mesečno za svoj rad. Ovako niska vrednost njihovog rada je dodatno umanjena ako se uzme u obzir činjenica da većina njih izveštava za sve rubrike i sve formate medija u kojem rade.

Deset odsto novinarki ima saznanja da su kolege u njihovoј redakciji bolje plaćene i to od 5 do preko 25 odsto, dok 90 odsto ispitanica smatra da su ravnopravne sa muškarcima u redakciji kada je visina mesečnih primanja u pitanju, što ne iznenađuje ako se ima u vidu da su zarade u lokalnim medijima izuzetno niske.

2.6.3 Percepcija novinarki o položaju u mediju i sredini u kojoj rade

Istraživanje je potvrdilo da su novinarke u najtežem položaju kada je u pitanju njihov socio-ekonomski položaj i vrste pritisaka koje trpe. Poznato je da se profesionalni lokalni mediji godinama nalaze u teškoj finansijskoj situaciji jer posluju na siromašnim tržištima sa vrlo malo prihoda od oglašavanja i prodaje, a digitalizacija im nije donela napredak u poslovanju već dodatne izazove u vidu novih formata koji, zbog nemogućnosti da uvećaju timove, predstavljaju dodatni teret za već preopterećene novinarke i novinare.

Kakav je njihov status najbolje ilustruju sledeći komentari:

„Ono što su nekada doživele tekstilne radnice to mi, novinarke lokalnih medija, sada proživljavamo. Skrajnute smo i ponižene. Lokalno novinarstvo nestaje, žena je i dalje samo dekor bez obzira na propisane kvote. Sve dok naša sredina ne prepozna značaj i potrebu za postojanjem lokalnih medija, srljaćemo sve dublje u propast...”

„Mi smo sve više roboti, sve je manje direktnog kontakta i životnih priča o malim, običnim ljudima, a prestoničke marketinške agencije nam oduzimaju i ono malo lokalnih oglašivača pa je veliko pitanje koliko će dugo još lokalni mediji sa dugom tradicijom moći da opstanu...to je teret sa kojim se nosimo svakog dana, za bednu platu...”

Kada je u pitanju njihov položaj u redakciji, svaka četvrta novinarka je izjavila da je doživela diskriminaciju u kontaktu sa kolegama i urednicima, i isto toliko njih ih je doživelo u kontaktu sa sagovornicima i izvorima informacija.

Takođe, svaka četvrta novinarka smatra da do sagovornica lakše dolazi zato što je žena i da do muških izvora informacija i sagovornika dolazi teže u odnosu na kolege. Svaka peta novinarka oseća pritiske na njen rad zato što je žena, a odnose sa kolegama u redakciji ocenjuje kao prihvatljivo dobre do vrlo dobre.

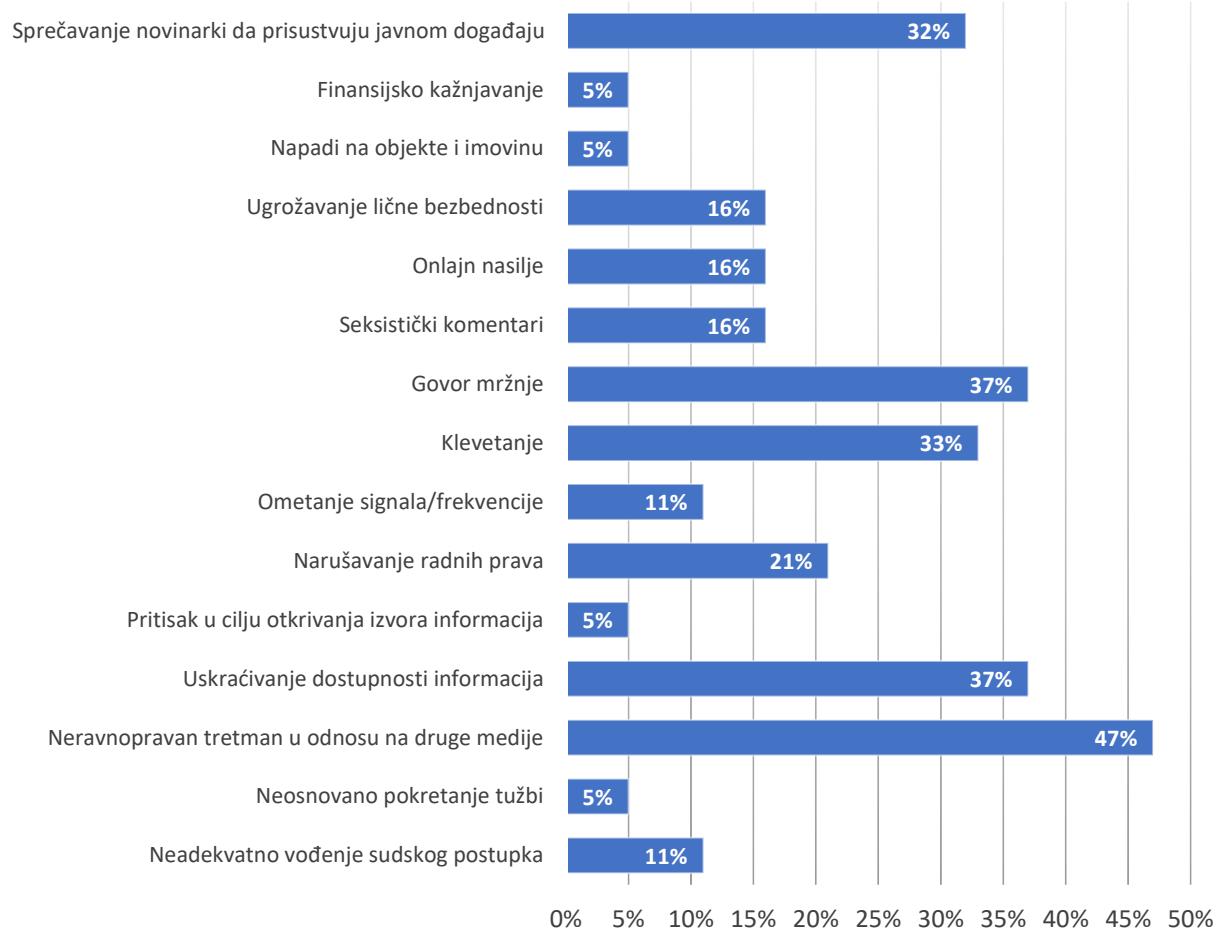
Ovo su neki od glavnih razloga zbog kojih je čak 74 odsto novinarki prijavilo da su osetile stres, depresiju ili anksioznost zbog posla kojim se bave.

2.7 Vrste pritisaka na novinarke lokalnih medija

Najčešće vrste pritisaka na novinarke su: govor mržnje, klevetanje, neravnopravan tretman u odnosu na druge medije, uskraćivanje dostupnosti informacija, sprečavanje da prisustvuju javnom događaju, narušavanje radnih prava i seksizam.

Najviše pritisaka trpe novinarke u Kraljevu, Leskovcu, Pirotu i Šapcu, gde je svaka novinarka registrovala pet i više vrsta pritisaka.

NAJČEŠĆE VRSTE PRITISAKA NA NOVINARKE



Infografik 10. Vrste pritisaka na novinarke u lokalnim medijima

Ponižavanje, pretnje, vređanje i neprimereni komentari deo su redovnog repertoara koji većina novinarki doživljava prilikom rada na terenu.

Pritom, nedostatak osvešćenosti koleginica i kolega iz drugih medija ohrabruje muškarce na javnim funkcijama da nastave da demonstriraju seksističko ponašanje umesto da ih koriguju na licu mesta. Upravo taj nedostatak neophodne osvešćenosti svih aktera i akterki, jedan je od glavnih razloga zbog čega je i solidarnost, pogotovo među mlađim medijskim radnicama, manjkava:

„Prilikom gostovanja na jednoj lokalnoj televiziji, v.d. direktora jedne javne ustanove rekao je u programu: ‘Naravno da bih od svih njih voleo da upoznam i gospođicu Kovačević, logično. Pozivam je ovom prilikom da dođe i da obavi jedan razgovor sa mnom, pa možda kada vidi koliko sam POSEBAN, možda će malo bolje da piše o meni.’ Voditeljka se smejala“, navela je kao primer Isidora Kovačević, glavna urednica i novinarka *Podrinskih*.

„Meni je jedan funkcioner, na intervjuu, prvo poljubio ruku, što je podjednako nedopustivo koliko i to što je, kada sam mu postavila pitanje koje mu se nije dopalo, besno ustao i napustio sastanak, uz pitanje saradnicima: ‘Ko je poslao ovu?’, navela je Jelena Marković, novinarka portala

Centarpess iz Trstenika, "A nedavno, kada sam pitala jednog funkcionera da zakažemo intervju rekao mi je: 'Može mačko, za tebe sam uvek tu!'" "

„Nije se mnogo toga promenilo u diskriminatornom rečniku i ponašanju neosvešćenih javnih ličnosti, jer seksistički vokabular postoji za sve generacije novinarki. Nekada je bilo ‘slatka novinarka’ a sada, 30 godina kasnije, čujemo komentare: ‘baba novinarka’ i ‘idi kući, čuvaj unuče!’ Jedino što smo se mi promenile, to jest, godine iskustva nam pomažu da odmah prepoznamo diskriminаторно ponašanje i adekvatno reagujemo,” navele su Nada Budimović urednica i novinarka *GRAD-a* iz Kruševca i Žanka Erić, novinarka *Vesti* iz Užica.

„Kada je jedan funkcioner prokomentarisao: ‘Više novinarke da se zapošljavaju!’ novinarke iz drugih medija su se smejale”, kaže Marija Živanović, novinarka *Glasa Podrinja*.

„Nije lako biti sportska novinarka u manjem gradu. Kada se izveštaj koji objavim sa nekog sportskog događaja ne dopada određenim čelnicima, odmah počnu da mi stižu preteće poruke a znam da kolege novinare ne diraju, oni nemaju takvih problema”, kaže Zorica Irić Đoković, novinarka iz Užica.

“Kada sam sa kolegom radila anketu na pijaci, jedna žena koja radi na trafici ispred pijace, me je napala zbog toga što sam iz *GRAD-a* i počela da viče na mene: ‘Vi pišete na izmišljenom jeziku! Ne kaže se stomatološkinja, već stomatolog!', i onda se okrenula ka mom kolegi i rekla: ‘Uostalom, ja uvek prvo odgovaram muškarcu’. Kolega i ja smo prekinuli razgovor i otišli”, navela je Marija Stanković, novinarka *GRAD-a* iz Kruševca.

Ima i primera kada sagovornice insistiraju da se njihova profesija navodi u imenici muškog roda smatrajući da, potpisom u ženskom rodu, gube na kredibilitetu, pa se time direktno mešaju u uređivačku politiku tih medija.

Novinarke, dakle, trpe višestruke pritiske prilikom rada na terenu ali trpe ih i u medijskoj kući u kojoj su zaposlene. Ovo su neki od iskaza novinarki koje su želele da ostanu anonimne:

„Glavni događaji u gradu se dešavaju van standardnog radnog vremena, u kasnim popodnevним satima i vikendom, ali od mene se očekuje da izveštavam o njima bez ikakve nadoknade za rad van propisanog radnog vremena i pritom, moram da pripremim sadržaj i za portal i za radio, televiziju...”



SEKSIZMI

„Hej mala, ja sam mislio da si ti sa nama!”

!

„Neka dođe da porazgovaramo, da vidi koliko sam poseban...”

!

„Mačko, za tebe sam uvek tu!”

!

„Ti li si novinarka? Idi našminkaj se!”

!

„Ko je poslao ovu čurku?”

!

„Lepa ti ta sukњa...”
(lokalni funkcioneri)

!

„Što da pišemo o toj babi?”

(“baba” je, inače, uspešna sportistkinja)

!

„Idi kući, čuvaj unuče!”
(dobronamerni kolega)

„Pored svih obaveza koje imam, stalno mi visi nad glavom briga da, ako ne napišem dobro predlog projekta, neće biti novca za moju platu, jer od projekta zavisi i moja egzistencija u kući za koju radim...“

„Meni se dešava da urednica povisi glas na mene a da mi ni ne kaže gde sam pogrešila, posebno kad mi ispravlja tekstove...“

„Mikromenadžment direktorke me sprečava da neometano radim svoj posao.“

„Čini se da novinari više nisu potrebni medijima. Sve se svodi na prekucavanje kompjuterski generizovanog sadržaja, nikoga više ne zanimaju životne priče. Suština i lepota ovog poziva je izgubljena.“

„Položaj žena u srpskom nazovinovinarstvu je izuzetno težak. Kažem 'nazovi' jer, kada profit i zarada vlasničke strukture (uglavnom muške) prevlada, ne ostaje ništa za ulaganje u novinara i investiranje u istraživanje, nema tu više ničega, pa ni medija. Medij nije kao druga preduzeća. Medij u sebi ima nešto što ne podleže zakonima tržišta, a to je informacija kao opšte dobro, i nju proizvodi i ta siromašna novinarka u Srbiji.“

Zbog svega navedenog, LP će nastaviti edukaciju medijskih radnika o njihovim pravima i bezbednosti, a u cilju njihovog daljeg osnaživanja – da one koje trpe nasilje mogu da se suprotstave i potraže pomoć i da profesionalnim izveštavanjem doprinesu prevenciji i zaštiti žrtava.

2.8 Novinarke i mobing

Za kraj istraživanja, novinarkama je data definicija mobinga, onako kako je propisuje Zakon o sprečavanju zlostavljanja na radu, koji je 2010. godine usvojilo Ministarstvo za rad, zapošljavanje, boračka i socijalna pitanja Republike Srbije⁴, uz niz praktičnih primera kako bi lakše prepoznale da li su eventualno žrtve mobinga. Iako nijedna novinarka nije odgovorila potvrđno na pitanje da li je doživela mobing zato što je žena, to pitanje ih je inspirisalo da navedu sledeće situacije koje one smatraju potencijalnim mobingom:

„Pričamo o mobingu a nemamo osnovne slobode i prava. U strahu smo da pitamo za platu da ne dobijemo otkaz. I taj strah je mobing.“

„I bedna zarada je mobing!“

„Konstantna kritika, i nikada pohvala je mobing!“

„I to što moram da pišem projekte kako bi obezbedila sebi platu je mobing.“

„Pretvorile smo se u hobotnice, za istu platu hranimo sve formate a, ako nismo poslušne oteraju nas u marketing. I to je mobing.“

„I urednica kada viče na saradnike je mobing.“

„I neregulisano radno vreme je mobing.“

⁴ 4 <https://www.minrzs.gov.rs/sr/dokumenti/zakoni/sektor-za-rad-i-zaposljavanje-0>

2.9 Medijske radnice i aktivizam

PU „Lokal Pres“ je zanimalo koliko su medijske radnice informisane o postojanju formalnih i neformalnih mreža koje imaju za cilj promociju rodne ravnopravnosti, zaštitu ženskih ljudskih prava, prava i bezbednost novinara i novinarki, borbu novinarki protiv nasilja nad ženama i slične, kao i da li su možda aktivne u njima.

Da li ste članica neke formalne ili neformalne mreže koja se bavi promocijom rodne ravnopravnosti, ženskih prava i zaštitom novinarki?



Infografik 11. Uključenost u mreže za promociju rodne ravnopravnosti, prava i bezbednost novinarki

Jedna trećina ispitanica je odgovorila da jeste u članstvu formalnih i neformalnih mreža. Jedna trećina nije u članstvu zato što, ili ne zna za postojanje takvih mreža i vrsta udruživanja jer ih-kako kažu - niko nije kontaktirao, ili takvih mreža nema u njihovim lokalnim sredinama pa se jedino informišu putem FB stranice *"Novinarke protiv nasilja nad ženama"*, iako bi volele da su aktivne u svojim gradovima.

Jedna trećina ispitanica nije u članstvu ovakvih mreža jer ne veruje u udruživanja te vrste i kao najčešće razloge za neuključivanje navode: nedostatak slobodnog vremena, nedostatak poverenja u objektivnost postojećih mreža kao i nedostatak konkretnih akcija.

3 Zastupljenost sadržaja o ženama u lokalnim medijima

3.1 Rodno-senzitivno medijsko izveštavanje

PU "Lokal Pres" je 2008. godine usvojio Kodeks o rodno-senzitivnom medijskom izveštavanju koji obavezuje sve članice da ga se pridržavaju, pa je ovo istraživanje bilo prilika da LP Sekretarijat proveri koliko medijskih radnica zna za Kodeks i pridržava ga se. Od ukupno 41 ispitanice koje su odgovorile, 23 su članice LP i znaju za Kodeks, dve koje su mlađe članice nisu bile u prilici da vide Kodeks u svojoj redakciji kao i 16 ispitanica koje nisu članice LP, te su zatražile su od Sekretarijata LP da im dostavi ovaj dokument jer smatraju da će im pomoći u daljem radu, a posebno na povećanju zastupljenosti tema o rodnoj ravnopravnosti i samoj vidljivosti žena u medijima.

Naime, 52 odsto ispitanica smatra da u svom radu primenjuje (formalno ili neformalno) afirmativnu uređivačku politiku, ali i najiskusnije priznaju da se čak i njima desi da ponekad u žurbi objave neku vest i zaborave na taj važan element njihove uređivačke politike.

3.2 Izveštavanje i sadržaji o ženama - po rubrikama

Da medijskih sadržaja o ženama i rodnoj ravnopravnosti ima ali u nedovoljnoj meri, smatra čak 48 odsto čelnica lokalnih medija. Kao veliku pomoć u premošćavanju ovog izazova vide predlog Mileve Malešić, direktorce *TV Forum*, da im "Lokal Pres" dostavi listu ekspertkinja širokog spektra delatnosti i stručnosti koje su spremne da govore za medije a koju je *Feministički kulturni centar BeFem* sastavio upravo za ovakve potrebe. *TV Forum*, konkretno, primenjuje politiku afirmativne akcije da se žene uvek predstavljaju na adekvatan način „čak i više nego što izgleda na prvi pogled da je potrebno, da bi parirale muškarcima.“

Na pitanje da navedu rubrike i teme u kojima su, po njihovom mišljenju, žene najviše zastupljene u mediju za koji rade, 18 odsto ispitanica smatra da su žene zastupljene u svim rubrikama dok 57 odsto ispitanica smatra da je to rubrika: Kultura. Slede rubrike: Društvo, Zdravlje i Obrazovanje.



Infografik 12. Rubrike i teme u kojima su žene najviše zastupljene

Na pitanje da navedu rubrike i teme u kojima su, po njihovom mišljenju, žene najmanje zastupljene u mediju za koji rade, 40 odsto ispitanica smatra da je to rubrika: Politika. Slede rubrike: Sport i Ekonomija.



Infografik 13. Rubrike i teme u kojima su žene najviše zastupljene

Marina Miljković Dabić, vlasnica i urednica portala *Krug* iz Kraljeva smatra da žena ima najmanje u političkim rubrikama "zato što su žene na lokalnom nivou više broj nego aktivne učesnice političkog života" i da isto važi i za ekonomske teme "jer čak i tamo gde su na upravljačkim pozicijama žene, mesto sagovornika radije prepustaju muškarcima".

"Borimo se protiv takvih stavova i, prema rezultatima u poslednje dve godine, u tome i uspevamo.U proseku, u svim rubrikama portala *Krug*, žene su zastupljene u oko 36 odsto naših tekstova, što je za tri procenta više čak i od evropskog proseka", navela je Marina Miljković Dabić.

I Mileva Malešić, direktorka *TV Forum*, smatra da žena u političkim rubrikama nema dovoljno jer ih nema dovoljno ni na mestima odlučivanja i da je zato veoma bitna politika afirmativne akcije, i dodaje da "rubrike i teme na kojima posebno treba raditi na povećanju vidljivosti žena su i vojska, MUP i krupni biznis."

Dodatni izazov vidljivosti žena u medijskim sadržajima predstavlja i nedostatak volje da govore za medije:

"Uspešne žene u našem gradu često ne žele da govore za medije i podele svoje uspehe sa javnošću. Često se iznenade kada im tražimo izjavu jer svoj uspeh ne vide kao uspeh, već kao normalnu stvar, nešto što se podrazumeva. A one koje se i odvaze, nailaze na negativne komentare: 'Kako je ona uopšte došla dотле? Sigurno je nešto preko veze...', kaže Marija Živanović, novinarka *Glasa Podrinja* iz Šapca.

Žena tradicionalno nema dovoljno u sportskim rubrikama jer je uspeh sportistkinja, tradicionalno, mnogo manje interesantan od uspeha sportista.

"Još ako je uspešna sportistkinja starija od 40 godina, pitaju me: 'Šta će ti ta baba? Treba da ide u penziju a ne po medijima da se provlači'", navela je Zorica Irić Đoković, novinarka iz Užica.

4 ZAKLJUČCI

- Prema rezultatima istraživanja položaja medijskih radnika/ca koje je LP realizovao 2016. godine, 43 odsto medijskih uposlenica je bilo angažovano u profesionalnim lokalnim medijima a danas, pet godina kasnije, taj procenat je 57, što ukazuje na činjenicu da se fenomen feminizacije profesije nastavio. Ovaj fenomen nije doneo sa sobom povoljniji položaj medijskih radnica u odnosu na manjinu - muškarce, a ni ravnopravnost kada je u pitanju njihov položaj i uvažavanje u sredinama u kojima rade.
- Visok stepen uključenosti čelnica lokalnih medija u poslovanje i kreiranje uređivačke politike medija, koji u proseku imaju od jednog do najviše pet zaposlenih, ukazuje na to da nije u pitanju mikromenadžment i želja za potpunom kontrolom medija/uređivačke politike, već nedostatak resursa neophodnih za proširenje tima.
- Od 56 ispitanica iz 53 lokalna medija, čak 20 njih prima minimalnu mesečnu zaradu od 32 hiljade dinara (9 urednica i 11 novinarki), a 14 njih prima do 40 hiljada dinara (dve direktorce, četiri urednice i 8 novinarki). Kada su u pitanju novinarke, ovako niska vrednost njihovog rada je dodatno obezvređena kada se uzme u obzir činjenica da većina njih izveštava za sve rubrike i sve formate medija u kojem rade.
- 52 odsto ispitanica smatra da u svom radu primenjuje afirmativnu uređivačku politiku i da u njihovim medijima ima dovoljno sadržaja o rodnoj ravnopravnosti, ali i najiskusnije priznaju da se čak i njima desi da ponekad u žurbi objave neku vest i zaborave na taj važan element njihove uređivačke politike.
- Dominantna rodna neosvešćenost lokalnih funkcionera, medijskih sagovornika/ca kao i samih medijskih radnika/ca u drugim lokalnim medijima, znatno otežava proces uklanjanja rodnih stereotipa u lokalnim zajednicama i profesionalizaciju medijske sfere.
- Jedna trećina ispitanica ne veruje u formalne ili neformalne vidove udruživanja zarad promocije

rodne ravnopravnosti, zaštite ženskih ljudskih prava, prava i bezbednosti novinara i novinarki, borbu novinarki protiv nasilja nad ženama i slično.

- Istraživanje je pokazalo da u političkim pritiscima na lokalne medijske radnice prednjače organi izvršne vlasti - republičke i lokalne - rame uz rame sa vladajućim političkim partijama; zatim javna preduzeća; tajne službe i skriveni centri moći i ideološki organizovane grupe. Što se vidova pritisaka tiče, preovlađuju: neravnopravan tretman u odnosu na druge medije od strane izvora informacija; verbalne pretnje i omalovažavanje na društvenim mrežama; seksizam i uskraćivanje prava na pristup informacijama od javnog značaja.
- Dugotrajna izloženost nasilju i pritisku, visok stepen prisutnosti stereotipa na lokalnu, nečinjenje ili nedovoljno činjenje državnih organa, manjak empatije i solidarnosti, niska zarada, strah od gubitka posla i neregulisano radno vreme potvrđuju da su lokalne novinarke najugroženija kategorija medijskih radnika i radnika.
- Čak 88 odsto učesnica istraživanja odgovorilo je potvrđno na pitanje "Da li ste nekada osetili stres, depresiju ili anksioznost zbog posla kojim se bavite?", a 25 odsto je prijavilo da su zbog njihovog rada njima bliske osobe bile izložene fizičkom i/ili onlajn nasilju (pretnjama na društvenim mrežama, upozorenjima na radnom mestu...)
- Digitalizacija nije donela napredak u poslovanju profesionalnih lokalnih medija već dodatne izazove u vidu novih formata i dužeg radnog vremena od propisanog, koji predstavljaju dodatni teret za već preopterećene medijske radnice u profesionalnim lokalnim medijima.
- Pojava novog vida informisanja građana kroz plasiranje "gotovih vesti" iz pera PR službi lokalnih samouprava, organizacija i institucija takođe obezvredjuje profesiju, položaj i rad lokalnih medija.
- Neprepoznavanje važnosti tema o ravnopravnosti žena kao tema od javnog interesa u konkursima za projektno sufinansiranje medija u lokalnim zajednicama, dodatno ugrožava poslovanje profesionalnih lokalnih medija.

5 PREPORUKE

5.1 Poslovno udruženje "Lokal Pres" – naredni koraci

Kako bi nastavio da aktivno doprinosi zaštiti interesa medijskih radnika i poboljšanju njihovog položaja u lokalnim zajednicama "Lokal Pres" će:

- Organizovati kontinuiranu edukaciju medijskih radnika i radnika o rodnoj ravnopravnosti.
- Svim članicama i ostalim zainteresovanim lokalnim medijima poslati spisak svih postojećih formalnih i neformalnih mreža i asocijacije koje imaju za cilj: promociju rodne ravnopravnosti, eliminaciju nasilja nad ženama, zaštitu prava i bezbednost medijskih radnika.
- U saradnji sa *Feminističkim kulturnim centrom BeFem*, svim svojim članicama i ostalim zainteresovanim lokalnim medijima, dostaviti liste ekspertkinja u oblastima u kojima dominiraju muškarci a koje su voljne da govore za medije, liste koje je BeFem sastavio u okviru inicijative "Biro jednakost".

- Svim lokalnim medijima poslati Kodeks o rodno senzitivnom medijskom izveštavanju koji je LP usvojio i primenjuje od 2008.godine.
- U saradnji sa članicama Koalicije za slobodu medija, nastaviti edukaciju medijskih radnika o njihovima pravima i zaštiti njihove bezbednosti.
- U narednom periodu posvetiti pažnju mentalnom zdravlju medijskih radnika i razmotriti opcije za uvođenje programa psiko-socijalne podrške za članice.
- Uspostaviti direktnе kontakte sa Službom za rodnu ravnopravnost u ciju povezivanja uposlenica u medijskom sektoru na lokalnu, radi boljeg prepoznavanja uslova u kojima žive i rade lokalne medijske radnice.
- Organizovati specijalizovane radionice za jačanje menadžerskih kapaciteta medijskih radnika radi doprinosa održivosti medija u kojima su žene na čelnim pozicijama.
- Formirati platformu u okviru LP koja će se baviti položajem lokalnih medijskih radnika i blagovremeno ukazivati na potrebe i inicijative za poboljšanje njihovog položaja.
- Sa Klubom mladih LP formirati platformu koja će pratiti zastupljenost tema o ženama u medijskim sadržajima članica LP.
- U projektima koje realizuje "Lokal Pres" jasno prepoznati potrebu za jačanjem pozicije medijskih radnika na lokalnu i uključiti aktivnosti koje bi doprinele njihovom boljem položaju.

Zagovaranje:

- Na predlog vlasnika i urednika, LP Sekretarijat će se založiti za uvođenje i poštovanje rodne kvote u procesu izbora članova i članica Upravnog odbora udruženja, kako bi se obezbedilo stalno prisustvo i aktivno učešće medijskih radnika u odboru.
- LP će se zalagati za veću uključenost žena u izmenama i dopunama medijskih zakona i njihovu bolju implementaciju u cilju kvalitetnijeg informisanja građana na lokalnu i zaštite medijskih radnika zaposlenih u lokalnim medijima.
- LP će proaktivno delovati prema lokalnim samoupravama u cilju javnog zagovaranja za prepoznavanje uloge i položaja žena kao teme od javnog interesa i za izdvajanje finansijskih sredstava iz lokalnih budžeta za sadržaje o rodnoj ravnopravnosti i za promociju ženskih ljudskih prava.

Bezbednost medijskih radnika:

- Udruženje će nastaviti da hitno reaguje u postupcima kršenja sloboda i prava lokalnih medijskih radnika.
- Pružanjem pravne pomoći i pravnih saveta od strane pravne službe, LP će nastaviti da obezbeđuje dodatnu pravnu sigurnost svojim članicama.

PU "Lokal Pres", takođe, predlaže relevantnim institucijama sledeća rešenja/korake za uklanjanje prepoznatih pritisaka kako bi se medijskim radnicama u lokalnim medijima omogućio nesmetan rad i poboljšao njihov položaj:

5.2 Preporuke za Ministarstvo kulture i informisanja

Anketirane medijske radnice ne veruju u postojanje političke volje da nadležne institucije prihvate za prioritet rodnu ravnopravnost, položaj i bezbednost medijskih radnica, pa samim tim ne polažu velike nade u napredak u skorijoj budućnosti.

Ipak, njihove preporuke za Ministarstvo kulture i informisanja su:

- Da se uvede rodno odgovorno budžetiranje kao obavezna komponenta u svim konkursima za projektno sufinansiranje.
- Da se omogući veća dostupnost medijskih sadržaja o ženama i rodnoj ravnopravnosti koji su kreirani iz sredstava za informisanje građana kroz formiranje jedinstvene platforme za praćenje medijskih sadržaja o ženama i rodnoj ravnopravnosti.
- Da se forme projektnih izveštaja prilagode potrebama rodne ravnopravnosti i da se u izveštaje uključe naučene lekcije i rezultati koje su projekti ostvarili po ovom pitanju.
- Neophodne su stalne aktivnosti MKI na rodnoj senzibilizaciji institucija i eksperata.
- Da pruži konkretnu podršku za jačanje položaja novinarki u profesionalnim lokalnim medijima kroz jasno definisane teme od javnog interesa koje su u funkciji poboljšanja položaja žena.
- Da se zalaže kod drugih nadležnih ministarstava da pruže konkretnu podršku za ekonomsko osnaživanje medijskih radnica i žensko preduzetništvo u medijima.

5.3 Preporuke za lokalne samouprave

- Da samostalnije donose odluke kada je u pitanju podrška profesionalnim lokalnim medijima u njihovim zajednicama.
- Da prepoznaju potrebu intenzivnijeg uključivanja žena u medijske sadržaje kroz teme od javnog interesa.
- Da podrže inicijative lokalnih medija za uklanjanje rodnih stereotipa u medijskim sadržajima.
- Da podrže inicijative lokalnih medija za nesenzacionalističko izveštavanje o nasilju nad ženama.

5.4 Preporuke za donatore i međunarodnu zajednicu

- Da uvedu rodno odgovorno budžetiranje kao komponentu u narednim konkursima za projektno sufinansiranje i da izdvoje makar pet odsto budžeta za integriranje rodne perspektive u medijske sadržaje i projekte.
- Da podrže napore i aktivnosti PU "Lokal Pres" u zagovaračkim procesima i podsticajima za poboljšanje položaja i bezbednosti medijskih radnica.
- Međusobnom koordinacijom, radi efikasnije pomoći, da omoguće protok i bolju razmenu informacija o aktivnostima lokalnih medija koje se tiču jačanja pozicija žena u medijima i lokalnim zajednicama
- Da podrže projekte koji donose konkretnе rezultate i doprinose kvalitativnim promenama u društvu.