

KANDIDATKINJE 2016

ZASTUPLJENOST ŽENA U NOVIM I STARIM
VOJVOĐANSKIM ELEKTRONSKIM MEDIJIMA
TOKOM PREDIZBORNE KAMPANJE 2016. GODINE



- I -

DRUŠTVENO-POLITIČKI KONTEKST

P očetkom marta 2016. godine raspisani su vanredni parlamentarni izbori, čiji je termin usklađen sa redovnim pokrajinskim i lokalnim izborima. Na taj način je namera predsednika Vlade Srbije da prevremenim izlaskom na birališta obezbedi dodatni četvorogodišnji mandat krucijalno uticala i na predizbornu kampanju na pokrajinskom i lokalnom nivou. Na parlamentarnim izborima nadmetalo se ukupno 20 lista, od čega su žene bile nosioci tri, i to desničarske: Sanda Rašković Ivić predvodila je koaliciju DSS-Dveri, Milica Đurđević listu Zavetnici, a Ardita Sinani Partiju za demokratsko delovanje.

Većina građana Vojvodine glasala je 24. aprila na tri nivoa, pri čemu je i na republičkom i na pokrajinskom najviše glasova osvojila lista okupljena oko Srpske napredne stranke (48,25%, odnosno 44,48%). Cenzus su na republičkom nivou prešle još i koalicija oko Socijalističke partije Srbije (10,95%), Srpska radikalna stranka (8,1%), Demokratska stranka (6,02%), pokret Dosta je bilo (6,02%), koalicija DSS-Dveri (5,04%) i koalicija SDS-LDP-LSV (5,02%). Mesta u Skupštini Srbije na osnovu prirodnog izbornog praga dobile su manjinske stranke Savez vojvođanskih Mađara, Bošnjačka demokratska zajednica, SDA Sandžaka, Zelena stranka i Partija za demokratsko delovanje. Na pokrajinskim izborima cenzus su osim SNS prešle i koalicija oko SPS-a (8,86%), Srpska radikalna stranka (7,66%), koalicija oko DS-a (7,24%), Liga socijaldemokrata Vojvodine (6,43%) i pokret Dosta je bilo (5,54%), dok će prema prirodnom pragu u Skupštini APV svoje mandate imati i Savez vojvođanskih Mađara, Mađarski pokret za autonomiju i Zelena stranka. Srpska napredna stranka osvojila je najveći broj glasova i na većini lokalnih izbora u Vojvodini. Izuzetak su opštine u kojima je pobedio SVM (Senta, Kanjiža, Bačka Topola) i one u kojima su pobedile lokalne grupe građana (Ada, Nova Crnja).

Ključna tema izbora bile su investicije i ekonomska slika Srbije, a kroz ovu ravan posmatrane su i paralele prošlost – budućnost, Istok – Zapad, Rusija – Evropa, patriotska ekonomija – strani investitori... Pojedini zapadni mediji, među kojima je i londonski „Gardijan“, izbore u Srbiji tumačili su kao neformalni referendum o budućnosti evrointegracijama Srbije, konstatujući da će zemlju – uprkos povratku evroskeptika u parlament – u naredne četiri godine voditi proevropska stranka.

Član 40 Zakona o izboru narodnih poslanika predviđa da „na izbornoj listi među svaka tri kandidata po redosledu (prva tri mesta, druga tri mesta i tako do kraja liste) mora biti najmanje po jedan kandidat – pripadnik onog pola koji je manje zastupljen na listi“. Ako izborna lista ne ispunjava taj uslov, smatra se nevalidnom i predlagač se poziva da otkloni nedostatke. U slučaju da izostane postupanje po tom pozivu, Republička izborna komisija odbiće proglašenje izborne liste. Iako ovakvo rešenje ostavlja mogućnost da broj poslanica

Najnižu zastupljenost žena imala je lista SDA Sandžaka (31,03%), a najveću Partija za demokratsko delovanje (50%). Moguće je uočiti čak sedam lista gde je zastupljenost žena gotovo matematički precizno ukotvljena na kvoti koju zakon propisuje kao minimalnu.

bude nešto manji od trećine (ukoliko upravo ženski kandidat ostane prvi „ispod crte“ na nekoliko lista), žene čine tačno 33,3% aktuelnog saziva Skupštine Srbije.

Na tabeli koja sledi prikazana je zastupljenost žena na listama za republičke izbore, pri čemu su liste čiji su nosioci žene označene narandžastom bojom. Najnižu zastupljenost žena imala je lista SDA Sandžaka (31,03%), a najveću Partija za demokratsko delovanje (50%). Moguće je uočiti čak sedam lista gde je zastupljenost žena gotovo matematički precizno ukotvljena na kvoti koju zakon propisuje kao minimalnu.

| | | | | | |
|----|--|--------|----|----------------------------------|--------|
| 1 | SNS | 40,40% | 11 | Za preporod Srbije | 37,63% |
| 2 | DS | 39,02% | 12 | Ruska stranka | 40% |
| 3 | SPS | 34,4% | 13 | Republikanska stranka | 36,54% |
| 4 | SRS | 33,60% | 14 | Srpsko-ruski pokret | 37% |
| 5 | Dveri – DSS | 33,20% | 15 | Levica Srbije | 45,26% |
| 6 | SVM | 40,40% | 16 | Dijalog – Mladi sa stavom | 32% |
| 7 | LDP – LSV – SDS | 34% | 17 | Dosta je bilo | 40,4% |
| 8 | Bošnjačka demokratska zajednica Sandžaka | 34,34% | 18 | Partija za demokratsko delovanje | 50% |
| 9 | SDA Sandžaka | 31,03% | 19 | Zelena stranka | 42,45% |
| 10 | Zavetnici | 42,42% | 20 | U inat – Složno za Srbiju | 45,12% |

- II -

PODACI O ISTRAŽIVANJU

Osnovna hipoteza istraživanja je da mediji selektivno prepoznaju kandidatkinje kao relevantan izvor informacija u predizbornoj kampanji. Drugim rečima, to su samo najistaknutije ministarke i nosioci lista u predizbornoj kampanji, iako na izbornim listama prema aktuelnim propisima svako treće mesto treba da pripadne ženi.

Cilj ovog projekta je utvrđivanje karakteristika medijskog tretmana žena, na osnovu kvalitativne i kvantitativne analize medijskih sadržaja, koju su bili objavljeni za vreme

predizborne kampanje za republičke izbore na javnom medijskom servisu Radio-televizija Vojvodine, kao i na portalima koji nemaju svoje štampano izdanje: portal 021, portal *Moj Bečej*, portal *Magločistač* i *Sremskomitrovački portal*. Analizom je obuhvaćen centralni informativni program RTV-a, a portali su praćeni po jedinici od 24 časa, uz celodnevni pregled objava. Za potrebe istraživanja kreiran je poseban kodni protokol sa 20 kategorija i 120 varijabli. U okviru ovog monitoringa praćena je poslednja nedelja izborne kampanje, od 16. do 22. aprila 2016. godine.

- III -

ZASTUPLJENOST ŽENA U INFORMATIVNIM EMISIJAMA JAVNIH SERVISA

Žene su retko izvor informacija na javnim servisima i ređe su citirane, a ako jesu – to je samo površan navod u kraćim tekstovima. Do ovog zaključka došli su istraživači i istraživačice medijske prezentacije žena u Srbiji (Milivojević 2004, Valić Nedeljković 2011), a posebno u vreme predizborne kampanje 2008, 2012, 2014. i 2016. u Srbiji, analizirajući medije na srpskom jeziku i jezicima nacionalnih manjina: Valić Nedeljković, Baćanović, Pralica i drugi (Objavljeno u *Kandidatkinje* 2008, *Koga su mediji izabrali i šta su partije nudile* 2012. i 2014). Bez obzira na odredbe *Zakona o izboru narodnih poslanika*, po kojem je prema utvrđenim kvotama svaka treća osoba na kandidatskim listama žena, u lokalnim parlamentima i na izvršnim funkcijama ih je znatno manje. Bez obzira na to, istovremeno njihova reprezentativnost u medijima ne odgovara ni blizu njihovoj prisutnosti u javnoj sferi. Podrazumeva se da bi kandidatkinje trebalo da imaju i adekvatnu medijsku promociju, ako se zaista želi da budu prepoznate kao političke liderke. Međutim, njihova uloga se uglavnom svodi na podršku stranačkom lideru, ako se uopšte i pojave u medijima. Izuzetak su 2014. i 2016. godine bile žene liderke partija. Međutim, uvek je reč ili o novoformiranim (*Zavetnici*, izbori 2016), ili o malim strankama (*DSS*, *Partija za demokratsko delovanje*), bez ozbiljnije političke moći i uticaja.

Kandidatkinje bi trebalo da imaju i adekvatnu medijsku promociju, ako se zaista želi da budu prepoznate kao političke liderke. Međutim, njihova uloga se uglavnom svodi na podršku stranačkom lideru, ako se uopšte i pojave u medijima.

Kao i u svakoj od prethodno obavljenih analiza predizborne kampanje, muškarci su bili daleko vidljiviji od žena. Iako je ova kampanja u tom pogledu donela određene pozitivne pomake (žene su bile nositeljke lista u dva slučaja), žena je i dalje na periferiji političke scene. Klasifikacija subjekata na muške, ženske i ostale pokazuje da je razlika u vidljivosti dvaju polova petostruka. Ova izrazita disproporcija proističe iz činjenice da su kampanje bile veoma centralizovane, a da je mali broj lista imao žene kao liderke.

Žene su najzastupljenije u nekontroverznim temama poput kulture i sporta, ali i u socijalnim temama sa fokusom na brigu o deci i zajednici kao takvoj, ali i životinjama, kućnim ljubimcima (liste čekanja u vrtićima, bezbednost dece u igraonicama, autizam kod dece, vakcinacija dece, subvencije APV za život mladih na selu, zaštita potrošača, razmena učenika, SOS ženski centar, loš položaj medicinskih sestara i uopšte medicinskih radnika, humanitarna akcija, roditelji nezadovoljni nastavnim osobljem u školi, zaštita životinja).

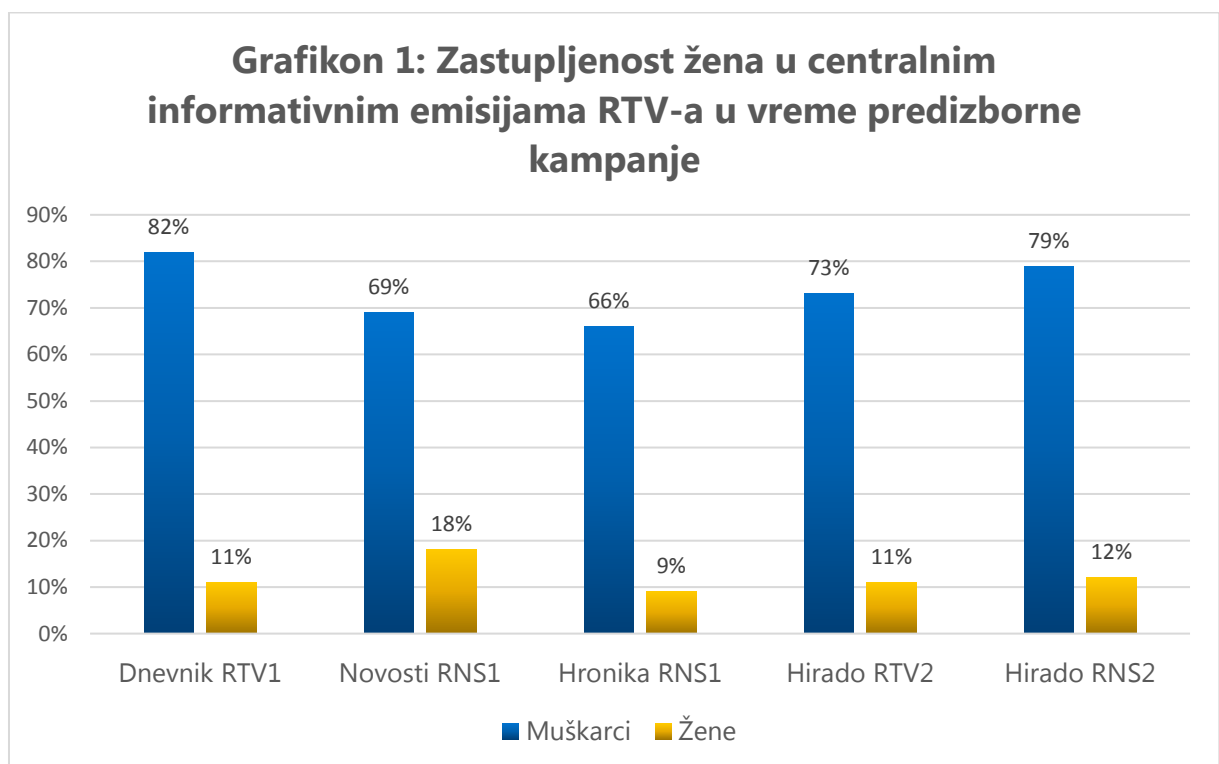
Polna struktura subjekata u *Dnevniku* RTV-a pokazuje koliko je ova kampanja bila nebalansirana u pogledu jednakosti polova: u 82% slučajeva akteri su muškarci, a tek u 11% žene. Preostalih 6% čine mešoviti subjekti i organizacije. Među ženskim akterima posebno se izdvojila Maja Gojković iz Srpske napredne stranke, kao subjekat u pseudodogađajima, tj. *kampanji van kampanje* (otvaranje fabrike Fleš Srb u Apatinu), ali i kao objekat sa negativnom vrednosnom konotacijom (najava Vojislava Šešelja, predsednika Srpske radikalne stranke, da će po dolasku na vlast hapsiti mafijaše, pomenuvši među njima i Maju Gojković). Jedina kandidatkinja koja je neposredno govorila bila je tadašnja predsednica Demokratske stranke Srbije, Sanda Rašković Ivić.

U *Novostima* od ukupno 214 subjekata, ubedljivo najveću zastupljenost imaju muški subjekti (69%), a na drugom mestu nalaze se ženski (18%). Mešoviti subjekti pojavili su se 23 puta (10%), a pol nije bilo moguće identifikovati u tri slučaja. Kada su u pitanju žene, u ulozi subjekta najčešće su se pojavljivale ministarka građevinarstva Zorana Mihajlović (četiri puta), ministarka poljoprivrede Snežana Bogosavljević (dva puta) i šefica Pregovaračkog tima sa EU Tanja Mišćević, takođe dva puta.

Radio Novi Sad imao je posebnu emisiju posvećenu kampanji, koja se emitovala posle *Novosti*, pod nazivom *Predizborna hronika*. Muškarci su bili najvidljiviji subjekti (66%), na drugom mestu se nalaze grupni subjekti (25%), a najmanje je bilo žena (9%). Kao i u slučaju *Novosti*, ovo je jasan pokazatelj polne strukture političke scene Srbije. Najistaknutije žene bile

su predsednica DSS-a Sanda Rašković Ivić, istaknuta članica SNS-a Maja Gojković i članica Lige soijaldemokrata Vojvodine Nada Lazić.

U okviru ove analize posmatran je i informativni program na mađarskom jeziku, kao kvantitativno i kvalitativno najistaknutijem manjinskom programu na pokrajinskom javnom servisu. Analizirani su TV i radijski dnevnik identičnog naziva *Hirado*, pri čemu su na TV dnevniku muškarci činili 73% ukupnog broja subjekata, žene 11%, a mešoviti subjekti 16%. Rezultati analize radijskog dnevnika se neznatno razlikuju: muškaraca je 79%, žena 12%, a mešovitih subjekata 9%.



Na grafikonu br. 1 možemo uočiti da je disbalans polne strukture subjekata sličnog intenziteta u svim posmatranim emisijama. Žene se kao akteri najčešće javljaju u *Novostima* Radija Novi Sad, ali su i tamo gotovo četverostruko podzastupljene u odnosu na muškarce. Najveća neravnoteža primećena je u *Dnevniku* RTV-a, gde je odnos ženskih i muških subjekata 1 naprema 7,45.

ZASTUPLJENOST ŽENA NA LOKALNIM VOJVODANSKIM PORTALIMA

Na radiju i televiziji, kao tradicionalnim elektronskim medijima, posmatrane su centralne informativne emisije, koje su po svojoj prirodi vremenski ograničene. Za razliku od njih, onlajn portali – kao novi elektronski mediji – imaju gotovo neograničene resurse za objavljivanje raznovrsnih informativnih sadržaja. Međutim, kada je reč o zastupljenosti kandidatkinja, rezultati su gotovo istovetni u novim i starim medijima, što nas dovodi do zaključka da posmatrani onlajn portali nisu iskoristili raspoloživi prostorni i kreativni potencijal kako bi uveli alternativni pristup predstavljanju kandidatkinja.

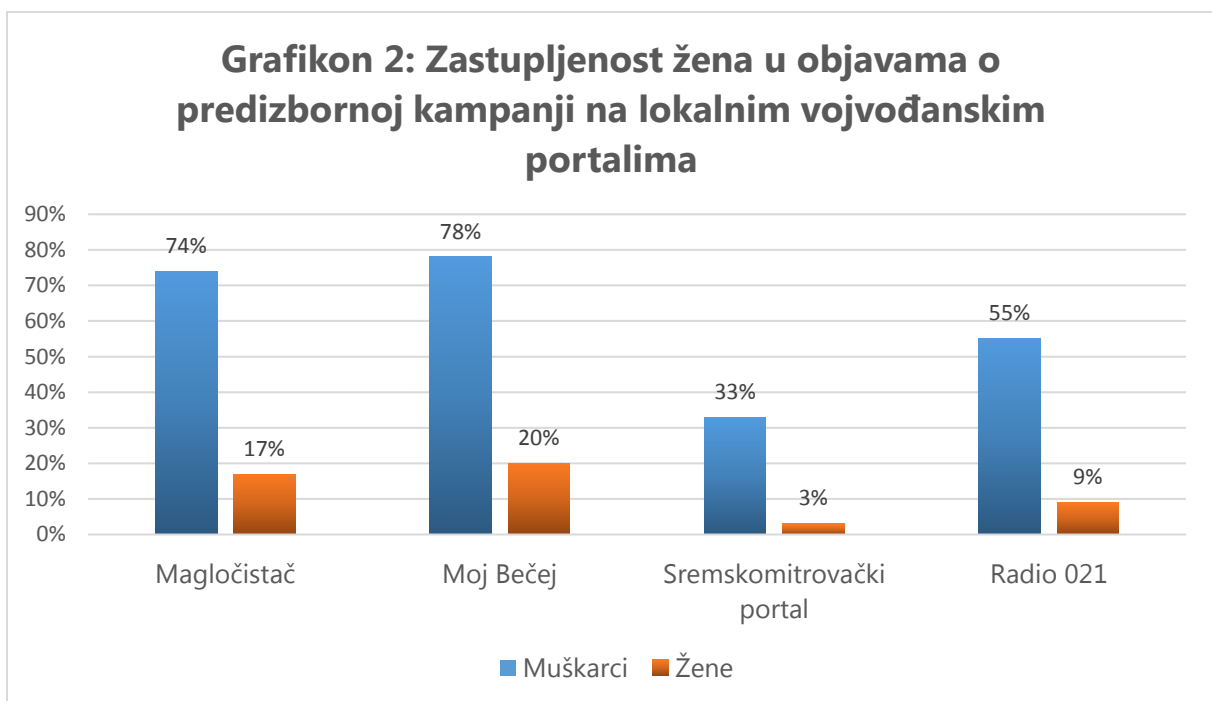
Sremskomitrovački portal (mitrovica.info) jedan je od dva portal čiji je osnivač Medija centar Srem iz Sremske Mitrovice. *Sremskomitrovački portal* veoma je čitan u Sremkoj Mitrovici, gde je i registrovan, a prepoznatljiv je po ostrim, kritičkim, ponekad i nepristojnim, tabloidnim tekstovima. Na ovom portalu najzastupljeniji su bili neidentifikovani subjekti (36%), o kojima nisu dati precizniji podaci u pogledu personalne i profesionalne identifikacije. Mešoviti subjekti, kojima nije moguće ustanoviti pol, kao u slučaju institucija, organizacija ili stranaka kao takvih, javljaju se u 28% slučajeva. Naposljetku, subjekti muškog pola čine 33% ukupnog uzorka, a subjekti ženskog pola samo 3%. Kao subjekti, muškarci su se pojavili u 23% ukupnog broja analiziranih tekstova, žene u svega 2%, mešovitih objekata je bilo u čak 66% slučajeva, dok su se objekti neidentifikovanog pola pojavili u 9% slučajeva.

Subotički portal *Magločistač* pokrenulo je 2015. godine udruženje građana „Centar građanskih vrednosti“. Dominantna forma na portalu su autorski tekstovi, koji se paralelno objavljuju na srpskom, mađarskom i hrvatskom jeziku. Portal se svakodnevno ažurira aktuelnim vestima iz Subotice i regiona. Na ovom portalu žene su bile subjekti u 17% slučajeva, muškarci u 74%, a mešoviti subjekti u preostalim 9%. Objekat niti jednom nije bila žena.

Radio 021 se prvi put u novosadskom etru čuo 1997. godine, a krajem marta 1999. pokrenuta je prva internet stranica ovog medija. Za sebe navode da su „najposećeniji lokalni sajt u Srbiji, iako su odavno izašli iz tih okvira, i ujedno najrelevantniji izvor informacija iz

Novog Sada i Vojvodine“. Preko sajta se putem striminga emituje program Radija 021, pa su radio i sajt u neprekidnoj interakciji. Odnos subjekata muškog i ženskog pola je u tekstovima o predizbornoj kampanji bio potpuno neravnotežan: subjekti muškog pola javili su se u 55% slučajeva, a ženskog u 9%. Slične rezultate pokazuje i analiza objekata na ovom portalu: o muškarcima se govori u 19% slučajeva, a o ženama u svega 1%. Kada govorimo o prostoru koji su akteri dobili u tekstovima, sagledano sa aspekta pola, slikovit je primer sa konvencije DS u Srpskom narodnom pozorištu u Novom Sadu. U izveštaju sa ove konvencije (9. april) kao tri subjekta su citirani ključni ljudi u stranci (muškog pola), dok je na kraju u jednoj rečenici samo spomenuto da su govorile i dve potpredsednice stranke – Gordana Čomić i Nataša Vučković.

Portal Moj Bečej osnovalo je „Bečejsko udruženje mladih“ 2012. godine i poglavito se bavi lokalnim temama. Ovaj portal je u poslednjoj nedelji kampanje snimio i emisiju „Objektivno: Bečejski izbori 2016“, koja se može smatrati velikim iskorakom u pogledu jačanja medijske inicijative na novim medijima, ali je u pogledu zastupljenosti žena ostalo tradicionalističko. U tekstovima je muških subjekata bilo 78%, a ženskih 20%. U emisiji „Objektivno – Bečejski izbori 2016“ ispred izborne liste „Mađarski pokret – Za promene! – dr Tamaš Korhec – DZVM“ pričala je Maria Ferenc Balzam, a za listu „Srpska narodna partija – Nenad Popović“ Jasmina Jelača. Ostalih sedam sagovornika bili su muškarci.



Kao što se može uočiti na grafikonu br. 2, žene su podzastupljene na svim posmatranim portalima, a razlike je moguće razmatrati samo u kontekstu jačine disbalansa. Neravnoteža je najizrazitija na *Sremskomitrovačkom portalu*, gde na svaki ženski dolazi 11 muških subjekata. Sledi *Radio 021*, sa 6,11 puta većom zastupljenošću muškaraca, dok je kod *Magločistača* taj odnos 4,35 naprema 1. Najniži disbalans – ali i dalje izrazit – vidljiv je na portalu *Moj Bečej*, gde se žene kao akteri pojavljuju četverostruko ređe od muškaraca.

- V -

ZAKLJUČCI I PREPORUKE

ZAKLJUČCI

Monitoringom medija u aprilu 2016. godine utvrđeno je da žene i dalje, uprkos tome što im je zakonom obezbeđena barem trećina mesta u parlamentu, imaju marginalan položaj u okviru predizborne kampanje. Kandidatkinje imaju znatno manje medijskog prostora u odnosu na svoje političke kolege, a uglavnom se više pažnje posvećuje njihovim tradicionalnim ulogama u okviru privatne sfere nego što je slučaj sa kandidatima muškog pola. Teme o kojima govore najčešće su vezane za socijalnu politiku, humanitarne akcije, brigu o starima i deci, a ređe se tiču međunarodne politike, položaja zemlje, bezbednosti i slično. U tom pogledu mogla bi se izvesti i ovakva zakonomernost: što je tema kontroverznija – to je manja šansa da će o njoj govoriti žena.

PREPORUKE

- Prisutnost žena u predizbornim blokovima u medijima trebalo bi da u velikoj meri odgovara njihovom prisustvu na kandidatskim listama.
- Kada su intervjuisane, žene bi trebalo da govore o polju sopstvene ekspertize, a ne da povod njihovog intervjuisanja bude isključivo podrška lideru partije.

- Mediji bi trebalo da u vreme predizbornih kampanja objavljuju portret-reportaže i portret-intervjue kandidatkinja, s obzirom na to da su političarke i van kampanje podzastupljene u medijima i stoga javnost nije dovoljno upoznata sa njihovim angažovanjem.
- Kada za istu oblast postoje jednako kompetentni ekspertkinja/ kandidatkinja i ekspert/kandidat, prednost prema principu afirmativne akcije treba dati ekspertkinji/kandidatkinji u odabiru sagovornika za intervju ili izvora informacije.
- Mediji bi morali da insistiraju na upotrebi rodno osetljivog jezika.
- Mediji bi trebalo da slede preporuke GMMP, međunarodnog konzorcijuma za istraživanje vidljivosti žena u medijima:
 - ❖ *Redakcije bi trebalo da podržavaju rodnu ravnopravnost i to 100% javni servisi i najmanje 40% komercijalni mediji.*
 - ❖ *Žene kao izvori informacija moraju biti prisutne najmanje 40% u ukupnom medijskom prostoru.*
 - ❖ *Mediji bi trebalo da se bave temama koje će podrivati rodnu stereotipizaciju i to u barem 30% od ukupnog medijskog prostora.*
 - ❖ *Teme koje se na različite načine bave rodnom (ne)jedankosti trebalo bi da dosegnu barem 30% od ukupnog medijskog prostora.*
 - ❖ *Teme koje kritički promišljaju različite oblasti (ne)ostvarivanja ljudskih prava trebalo bi da dosegnu do najmanje 30% od ukupnog medijskog prostora. ■*

Istraživanje „Kandidatkinje 2016“ sprovedeno je uz podršku Pokrajinskog sekretarijata za kulturu, javno informisanje i odnose sa verskim zajednicama. Stavovi izneti u podržanom medijskom projektu nužno ne izražavaju stavove Pokrajinskog sekretarijata za kulturu, javno informisanje i odnose s verskim zajednicama, koji je dodelio sredstva.