

MEDIJI I RAVNOPRAVNOST POLOVA U BOSNI I HERCEGOVINI



UDRUŽENE ŽENE BANJA LUKA

Predgovor

Mediji u Bosni i Hercegovini imaju važnu ulogu u dovođenju glasa civilnog društva i ljudskih prava u fokus javnosti. Oni su takođe važni učesnici u procesu osiguravanja javne promocije demokratskih vrijednosti, kako bi ih građanke i građani mogli koristiti. U ovim ulogama, mediji služe opštem dobru, ali istovremeno imaju i ključnu odgovornost da primjenjuju demokratske vrijednosti u sopstvenoj praksi.

Zalagači i zalagačice za ljudska prava i međunarodne organizacije širom svijeta su prepoznale zalaganje za principe jednakosti muškaraca i žena u svim sferama javnog života kao osnovne prioritete u svojim aktivnostima. Osiguravanje jednakosti polova u medijima predstavlja važan dio ovog procesa, u kojem su prepoznati brojni problemi, kao što su nejednak položaj žena koje su angažovane u medijima (novinarke, reporterke, žene angažovane u produkciji programa u elektronskim medijima, snimateljke i sl.), ograničen pristup žena strukturama moći i donošenja odluka o medijskim programima i politikama, stereotipno portretisanje žena u medijima i drugi izazovi i problemi.

Od svojih ranih početaka 1996 godine, Udruga žene Banja Luka su prepoznali/le važnost korištenja medija u Bosni i Hercegovini za promociju i zaštitu ženskih ljudskih prava i ravnopravnosti polova. Kroz brojne televizijske i radio emisije i diskusije, press konferencije, saopštenja za javnost i intervjue koje smo organizovali/le u uskoj saradnji našim partnerskim organizacijama širom Bosne i Hercegovine, uspjeli/le smo izgraditi jake veze i saradnju sa ženama u medijima. Ovo se pokazalo veoma važnim za osiguranje da se glas žena u BiH čuje u medijima i u pridobijanju podrške građanki i građana za naš rad. Za nas je takođe bilo veoma važno da identifikujemo sa kakvim problemima susreću žene u medijima u Bosni i Hercegovini i regionu, kao i da bolje razumijemo kako se medijski izvještaji i priče pripremaju, kako bi smo se zalagali/le za pozitivne promjene.

Shvatili/le smo da nam nedostaju dobri kvantitativni i kvalitativni podatci i istraživanja o zastupljenosti i položaju žena u medijima, njihovoj ulozi u kreiranju medijskih politika, kao i o portretisanju žena i muškaraca u medijima u Bosni i Hercegovini. Ovi podatci su bili neophodni za kreiranje argumenata za akcije javnog zalaganja usmjerene na postizanje jednakosti polova u medijima u Bosni i Hercegovini, koje su zasnovane na činjenicama dobijenim sa terena. Ovo su bili razlozi zbog kojih smo inicirali i učestvovali u nekoliko istraživanja i monitoringa medija u BiH iz perspektive ravnopravnosti polova, zajedno sa ženama i muškarcima iz medija i drugih nevladinih organizacija u BiH.

Publikacija koja se nalazi pred vama sadrži nekoliko istraživanja sa detaljnim pregledom i ključnim rezultatima koji su relevantni za razumijevanje (ne)ravnopravnosti polova u medijima u Bosni i Hercegovini - Izvještaj za Bosnu i Hercegovinu u okviru Globalnog Medija Monitoring Projekta za 2005 godinu, ključni rezultati Globalnog Medija Monitoring Projekta za Centralnu i Istočnu Evropu u 2005 godini, ključni rezultati zbornog izvještaja za Globalni Medija Monitoring Projekat za 2005 godinu, Izvještaj monitoringa medija u BiH na dan 8. marta 2006 godine i Izvještaj terenskog istraživanja pod nazivom "Pristup i stvarni uticaj žena na razvoj medija u Bosni i Hercegovini."

Nadamo se da će ova publikacija poslužiti i kao informacija, ali i kao vodič za predstavnike/ce zvaničnih institucija na svim nivoima u Bosni i Hercegovini, aktiviste i aktivistkinje nevladinih organizacija, žene i muškarce angažovane u medijima, predstavnike/ce međunarodnih organizacija, kao i sve druge zainteresovane strane u Bosni i Hercegovini, kako bi unaprijedili svoje razumijevanje problema vezanih za ravnopravnost polova u medijima u BiH i kako bi planirali/le, inicirali/le i realizovali/le konkretne aktivnosti usmjerene na poboljšanje položaja žena u BiH medijima, pristup žena kreiranju medijskih politika i portretisanje žena u u medijima Bosne i Hercegovine.

Željeli/le bi smo izraziti zahvalnost svim predstavnicama i predstavnicima nevladinih organizacija i medija u Bosni i Hercegovini koji/e su saradivali/le sa sama i koji/e su doprinijeli/le izradi ovih važnih materijala.

Takođe, želimo se zahvaliti Svjetskoj asocijaciji za hrišćanske komunikacije (WACC) iz Velike Britanije, za jedinstveno iskustvo našeg učešća u Globalnom Projektu Monitoringa Medija za 2005 godinu, kada smo djelovali/le kao nacionalni koordinatori/ce, skupa sa članovima/cama Helsinškog parlamenta građana Banja Luka.

Za Udružene žene Banja Luka

Aleksandra Petrić
Savjetnica za ljudska prava



**WHO
MAKES THE
NEWS?**

“Uvijek se bori za napredak i reforme. Nikada ne toleriši nepravdu i podmićivanje; uvijek se bori protiv demagogije svih strana ne gubeći saosjećanje za sirotinju; uvijek ostani odan/a javnom dobru; nikada ne budi zadovoljan/na sa štampanim vijestima; uvijek budi krajnje nezavisan/na; nikada se ne boj da napadaš ono što je loše i pogrešno“

Joseph Pulitzer, 1847-1911

BOSNA I HERCEGOVINA

Global Media Monitoring Project 2005 Nacionalni izvještaj 2005



Priznanje

GMMP 2005 je licenciran kod Creative Commons po osnovi ugovora 2.5 po kome se rad može kopirati, distribuirati i pokazivati pod uslovom da se navede autor/ka, da se ne koristi za komercijalne svrhe i da se rad ni na koji način ne mjenja, transformiše ili nadograđuje. GMMP 2005 je koordiniran od strane Svjetske Asocijacije Hrišćanskih Zajednica (World Association for Christian Communication-WACC), međunarodne NVO koja promoviše komunikaciju zbog društvenih promjena u saradnji Margaret Gallagher, konsultantkinjom projekta i analize podataka, Media Monitoring Project (MMP), Južna Afrika. Podaci za GMMP 2005 su sakupljeni kroz masovni volonterski rad stotina organizacija koje se bave rodnim i medijskim aktivizmom, grupa koje terenski rade na poboljšanju komunikacija, medijskih profesionalaca/ki i aktivista/kinja, akademskih radnika/ca i studenata/kinja komunikologije, novinarskih udruženja, alternativnih medijskih mreža i crkvenih grupa.

Nekomercijalno. Ovo istraživanje se ne smije koristiti u komercijalne svrhe. Ne smijete mijenjati ili dodavati podatke koji su dobijeni u ovom istraživanju. Za svako korištenje ili distribuciju, morate navesti jasne uslove licence ovog rada.



Uvod

Mas mediji su stalno i moćno prisutni u našim životima. Od radija, preko novina, televizije, do Interneta, mi provodimo više slobodnog vremena gledajući, slušajući, čitajući i koristeći mas medije, nego bilo šta drugo. Medijske vijesti su posebno moćne jer su naš osnovni izvor za informisanje o tome što se dešava u svijetu, mada ne nude prosti "prozor u svijet". Medijske vijesti odlučuju koje ćemo informacije primiti, koje vijesti treba da vidimo, čujemo i pročitatmo. Na taj način, medijske vijesti utiču na naš sistem vjerovanja, stavove i standarde, tako da je naša ideja ko smo mi i ko su drugi, kao muškarci i žene, uzrokovana medijskom porukom.

Globalni projekat monitoringa medija (GMMP) 2005

16. februara 2005 godine, svjetski mediji su bili pažljivo praćeni. Tog dana, hiljade ljudi iz 76 zemalja pratilo zastupljenost muškaraca i žena i način prezentovanja na TV vijestima, radiju i novinama. Ovaj treći globalni projekat monitoringa medija je organizovan od strane Ženskog programa Svjetskih asocijacija za hrišćanske komunikacije (WACC). WACC je globalna, ekumenska organizacija čiji se rad na ljudskom dostojanstvu, pravdi i miru zasniva na vjerovanju da istinska komunikacija podrazumjeva razumjevanje i saradnju među ljudima različitih vjera i kultura. Ženski program WACC-a se zalaže za rodna prava kroz podržavanje korišćenja komunikacija od strane žena, a u cilju njihovog ličnog osnaživanja i unaprijeđenja zajednica.

GMMP je stvoren 1994 godine na međunarodnoj konferenciji u Bangkoku pod nazivom "Žene ojačavaju, (poboljšavaju) komunikaciju", u organizaciji WACC-a, a u saradnji sa dvije međunarodne ženske mreže. Tako su hiljade aktivista i aktivistkinja koje/i se bave rodnim i pitanjima komunikacije pozvani da urade jednodnevnu studiju o medijskoj zastupljenosti roda sa ciljem da dokumentuju učešće žena i muškaraca, kao i rodne opise u svjetskim medijima, stvarajući tako dobro sredstvo za testiranje i utemeljujući pouzdan i komparabilan test koji može služiti kao standard za mjerenje budućih promjena.

Prvi GMMP, koji je organizovala nevladina organizacija Media Watch Kanada se odigrao 18. januara 1995 godine, kada je preko 15 000 novinskih priča analizirano od strane hiljade volontera/ki iz 71 države. Rezultati su prezentovani u publikaciji *Globalni projekat monitoringa medija: Učešće žena u vijestima* i naišli su na ogromno interesovanje na Četvrtoj Svjetskoj Konferenciji žena u Pekingu. Pet godina kasnije, WACC Ženski program je koordinirao širu i kvalitativnu GMMP studiju. U GMMP 2000 nije se samo pratila promjena od 1995 godine, već se dorađivala originalna studija iz 1995 godine, kroz uključivanje novih organizacija u istraživanje i pravljenjem kontekstualne studije.

Dan za monitoring medija je bio 1. februar 2000 godine i donio je puno uzbuđenja i solidarnosti među učesnicima/cama koji su prikupili preko 50.000 podataka snimljenih u 16.000 vijesti. Kao što je grupa za monitoring iz Francuske istakla "GMMP mijenja način na koji se "čitaju" mediji i pomoći će nam da pokažemo drugim novinarima/kama kako i zašto stvari trebaju da se promjene". Preliminarni rezultati GMMP 2000 su predstavljeni na Konferenciji Peking +5, održanoj 2000 godine, a finalni rezultati su objavljeni u knjizi nazvanoj "Ko pravi vijesti?", koja donosi detaljnu analizu predstavljanja roda u svjetskim medijima u 21. vijeku.

Od tada, rezultati GMMP 2000 se koriste na razne načine i razvijaju. Koriste se u akademskim člancima da pruže metodologiju za nove procese reklamiranja ili etniciteta. Od rada na terenu do krugova kreiranja politike, GMMP je postao sredstvo za promjene.

Sa većim brojem organizacija i zemlja učesnica, poboljšanom metodologijom kvalitativne i kvantitativne analize, sopstvenom interaktivnom web stranom, nacionalnim, regionalnim i globalnim izvještajem, GMMP 2005 je zanimljiviji i ambiciozniji globalni projekt nego ranije.

Zašto je važan monitoring medija?

Bilo kakva akcija u bilo kojoj oblasti života nezamisliva je bez valjane argumentacije i konkretnih podataka.

Ovo "pravilo" važi i za sedmu silu, tj. medije. Govoriti o nedovoljnoj zastupljenosti žena u medijima, bez podataka koji to ilustruju, isto je što i govoriti o nezaposlenosti, a ne reći koliko ljudi čeka na birou za zapošljavanje.

Praćenje medijskih izvještaja iz rodne perspektive relativno je nova stvar. U različitim zemljama radi se na različite načine. Prvi put analiza medija iz rodne perspektive po jedinstvenoj metodologiji urađena je 1995 godine. Tada su volonteri/ke iz 71 države širom svijeta uradile analizu više od 15 hiljada novinskih priča. Od tada se metodologija praćenja medijskih izvještaja stalno dopunjavala i usavršavala i ona danas ne nudi samo kvantitativnu analizu,

nego, što je mnogo važnije, kvalitativnu analizu medijskih sadržaja. Ovo je posebno važno iz ugla rasvjetljavanja rodni odnosa na globalnom nivou, jer upravo ta kvalitativna analiza govori nam kako da prevaziđemo predrasude i izađemo iz rodno nam zadatih uloga.

U različitim kulturama dominiraju različiti stereotipi. Ali neki stereotipi o muškarcima i ženama su univerzalni. Žene se generalno vide kao neambiciozne, zavisne, iracionalne, i vrlo često se predstavljaju samo kao seks simboli. Uz muškarce najčešće se vežu pojmovi kao što su: mudar, nezavisan, racionalan. Neke vijesti vrlo jasno dovode u pitanje stereotipe, dok ih druge podstiču. Ljudi se lako, preko slika koje im se plasiraju putem medija, identifikuju sa određenim osobama i njihovim stavovima. Utoliko je i odgovornost medija za način na koji prenose određene poruke veća, jer pored toga što informišu, mediji i obrazuju javnost. U posljednji monitoring uključilo su 76 zemalja, a analizirano je više od 13 hiljada televizijskih, radijskih i novinskih priloga i tekstova.

Rezultate projekta Globalnog Monitoringa Medija danas ne koriste samo nevladine organizacije koje se bave zaštitom ženskih ljudskih prava, nego i akademski radnici/ce, eksperti/ce iz različitih oblasti, kao i političari/ke. Svakoj zemlji koja je učestvovala u ovom projektu rezultati medijskog monitoringa mogu višestruko koristiti, kao sredstvo prilikom lobiranja za promjenu politika medijskih kuća koje nisu dovoljno senzitivne za "ženska pitanja" i za razvijanje sopstvenih metodologija praćenja medijskih sadržaja.

Zašto smo učestvovali/le u ovom projektu?

Smatramo da je od velikog značaja što smo se uključili/le u ovaj projekat, budući da su aktivnosti Udruženih žena Banja Luka i Helsinškog parlamenta građana Banja Luka, naročito programa koji promovisu ravnopravnost polova u medijima, da svakodnevno prate medije. Uzeli/le smo učešće u GMMP 2005 očekujući novo iskustvo i saznanja, ali i da vidimo koje to mjesto u svjetskom novinarstvu kada je riječ o profesionalnom izvještavanju i ravnopravnosti polova u medijima, zauzimaju mediji u Bosni i Hercegovini.

Ovo je prvi put da se Bosna i Hercegovina uključila u globalni monitoring medija. Kako su mediji i ovdje glavni kreatori javnog mišljenja, samo na osnovu rezultata detaljnog istraživanja možemo argumentovano predočiti šta smatramo da u novinarskom izvještavanju treba mijenjati i predložiti preporuke za dalje zajedničko djelovanje sa novinarima i novinarkama. Ovo naše očekivanje se ispunilo.

I ranije smo preduzimali/le slične aktivnosti, a pratili/le smo i slične projekte provedene na lokalnom nivou. Svi oni su uglavnom posmatrali kvantitativnu zastupljenost žena i muškaraca u medijima i na tome zasnivali svoje akcije. Kada smo pogledali/le uputstva, tabele za kodiranje i prethodni izvještaj, naša želja da postanemo dio ovog projekta bila je još veća. Izazov je veliki - ući dublje u problematiku, osim zastupljenosti polova u medijima, koja svakako ne odražava stvarno stanje u našem društvu, ulazimo i u kvalitativnu analizu načina na koje se izvještava o njima. Htjeli/le smo naučiti kako da uočimo i suptilne oblike stereotipiziranja uloga muškaraca i žena u medijima, ali i više pažnje posvetiti priložima koji su promovisali ravnopravnost polova, kojih, na žalost, skoro da i nije bilo.

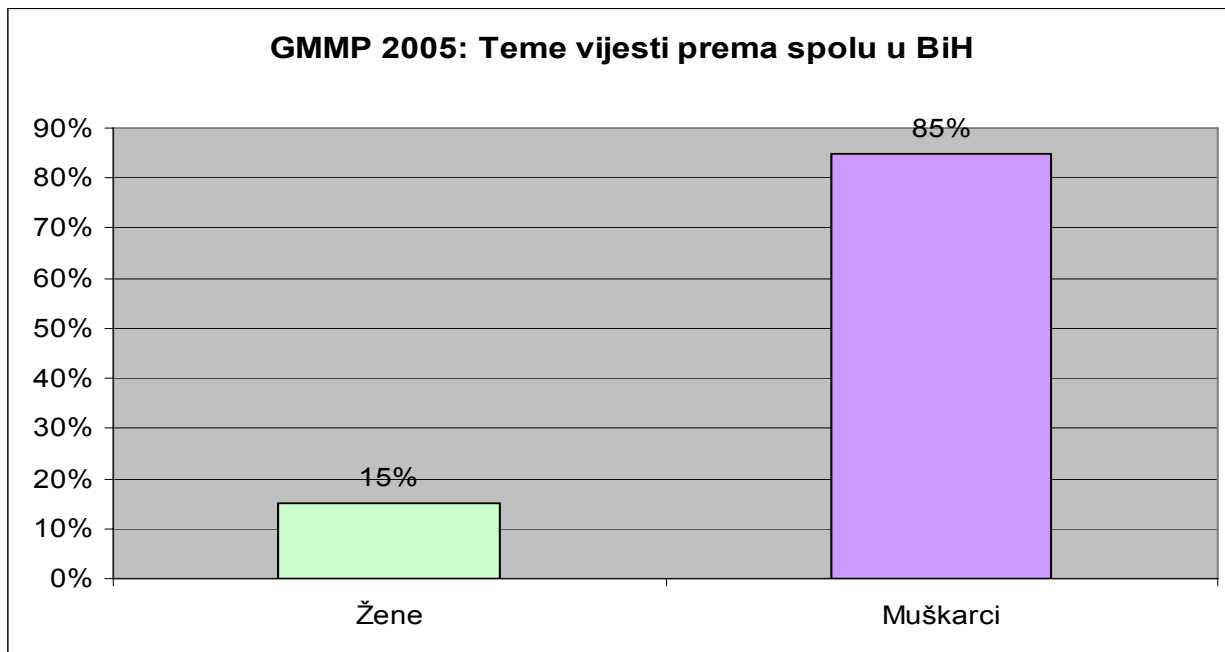
Iako smo imali/le iskustva u praćenju medija, iz GMMP 2005 izlazimo bogatiji/e, jer smo dobili/le priliku da dodatno usavršimo svoje vještine praćenja medija, pogledamo vijesti iz ugla iz kojeg ih još nismo gledali/le, upoznamo se sa novom metodologijom i dođemo do rezultata na osnovu kojih ćemo moći uspješnije reagovati.

KRATAK SADRŽAJ

1. Rezultati za Bosnu i Hercegovinu - Global Media Monitoring Projekat 2005

Monitoring/praćenje	TV Dnevnik	Radio vijesti	Novine	Ukupno
Ukupno	3	3	4	10
Pojedinačne vijesti	46	52	51	149
Osoba u vijestima*	183	164	224	571

*Uključuje voditelje/ke, reportere/ke, aktere/ke vijesti



1a. Kako je izgledao dan u BiH vijestima 16. februara 2005 godine:

Dan uoči monitoringa vijesti u Bosni i Hercegovini razriješena je dvomjesečna kriza vlasti. Narodna Skupština Republike Srpske dala je povjerenje za sastav Vlade mandataru Peri Bukejloviću koji je od ukupno 16 ministarskih mjesta dva povjerio ženama. Izbor nove Vlade je bila vijest koja je na dan monitoringa dominirala u svim vijestima, kako elektronskim, tako i pisanim. Međutim, samo jedan od medija kojeg smo izabrale za monitoring je ovoj vijesti pristupio na drugačiji način. Naime, u istoriji postojanja institucije Vlade u Republici Srpskoj dugoj 14 godina¹, u prethodnih 8 saziva Vlade, samo su dvije žene bile ministrice (u dva saziva i to 1996 - 1998 godine kada je ministrica informisanja bila žena i 2001 - 2005 godine kada je ministrica pravde bila žena). Organizacije koje se bave zaštitom ženskih ljudskih prava su uoči izbora nove Vlade Republike Srpske vršile pritisak na tada mandatara a danas premijera u tehničkom mandatu (16.februar 2006 godine), kojim su tražile poštovanje Zakona o ravnopravnosti polova BiH² koji u članu 15³ obavezuje sve organe vlasti, uključujući i izvršnu vlast, da prilikom formiranja organa upravljanja vode računa o ravnomjernoj zastupljenosti oba pola. Iako je ravnomjerna zastupljenost po mandataru a sada premijeru u tehničkom mandatu Peri Bukejloviću omjer od 14 ministara i 2 ministrice, ipak su komentari koji su se mogli čuti u javnosti govorili o njemu kao izuzetno gender senzibilnom.

Jedan primer kvalitativne analize da bismo ilustrovali/le problem nevidljivosti žena i ženskog glasa u vijestima u BiH

Analiza vijesti:

Prvi put u svojoj istoriji Vlada Republike Srpske je dobila dvije ministrice. Priča usmjerava pažnju na premijera Republike Srpske, koji je, imenujući dvije ministrice, učinio Vladu RS gender senzitivnom. U prilogu su korištene izjave novoimenovanih ministrice u kojima je Ministrica uprave i lokalne samouprave naglasila da je zaista riječ o napretku za Republiku Srpsku, ali i ukazala da je i u ranijim sazivima Vlade RS bilo žena. Ministrica finansija RS zauzela je stav da će žene u mnogome poboljšati rad Vlade jer su kreativnije, vrijednije, sposobnije i odgovornije. U prilogu je izjavu dala i direktorica Gender Centra Vlade RS koja je posebno istakla da se ravnopravnost ne može

¹ www.guide2womenleaders.com/Srpska.htm

² Službeni list BiH broj 16 od 16.6.2003 godine

³ Član 15. Državna tijela i tijela lokalne samouprave, upravljačka tijela kompanija, političke stranke i ostale neprofitne organizacije osigurati će i promovirati ravnopravnu zastupljenost po osnovu pola u upravljanju i procesu odlučivanja.

Radi postizanja cilja iz stava 1. ovog člana, nadležne vlasti sačiniti će posebne programe i planove koji će biti korišteni radi poboljšanja polne zastupljenosti u organima vlasti na svim nivoima. Programi i planovi sadržavat će mjere za poboljšanje spolne zastupljenosti.

Radi ravnopravne zastupljenosti polova, procenat učešća polova u tijelima vlasti na svim nivoima, uključujući sudsku, zakonodavnu i izvršnu vlast, kao i sve ostale javne službe, komisije i odbore, uključujući i učešće u tijelima koja predstavljaju državu na međunarodnom nivou, u pravilu će odražavati ravnopravnu zastupljenost polova.

mjeriti samo brojem ministarskih mjesta. Predsjednica organizacije koja se bavi zaštitom ženskih ljudskih prava je u izjavi koju je dala tražila doslovnu primjenu Zakona o ravnopravnosti polova BiH i pola mjesta za žene u Vladi RS i na svim mjestima odlučivanja. U prilogu je data i izjava političke analitičarke koja je ukazala da je pomak od 2 žene u proteklih 8 saziva Vlade RS do 2 žene u sadašnjem sazivu vidljiv napredak i dobar zaokret i izjavila da ove dvije žene moraju da se dokažu kako bi otvorile put i drugim ženama i argumentovale da treba ženama dati više prostora u izvršnoj vlasti. Na kraju priloga, novinarka je istakla da je tadašnji premijer imao još jednu kandidatkinju za ministarsko mjesto, ali da ona nije prošla imenovanje jer se nije uklapala u nacionalni ključ koji je obavezan pri imenovanju organa vlasti i upravljanja u BiH.

Ova priča zasluži podrobniju analizu. Bila bi mnogo više informativna da je sadržavala i mišljenja muškaraca političara jer bi tada možda dobila sasvim drugi tok. Ali, bez obzira na to, ovaj prilog uključuje prilično dobar izbor izvora. Ova vijest je uspjela da poveže neke od razloga koje doprinose neravnopravnom položaju žena u Republici Srpskoj.

Ko je učestvovao u monitoringu?

9 osoba iz Udruženih žena Banja Luka i Helsinškog parlamenta građana Banja Luka je uzelo učešće u GMMP 2005 za Bosnu i Hercegovinu (Natalija Petrić, Aleksandar Živanović, Dragana Dardić, Nada Golubović, Sanja Vukša, Miroslav Samardžić, Aleksandra Radeta Stegić, Amela Bašić i Sanela Živković).

Koji su mediji monitorirani?

TV stanice:

1. BHT1 - centralne vijesti u 19:00 časova
2. ATVBL - centralne vijesti u 19:00 časova
3. NTV Hayat - centralne vijesti u 19:00 časova

Radio stanice:

1. BH1 - vijesti u 17:00 časova
2. NES Radio - vijesti u 18:30 časova
3. Radio of RS - vijesti u 16:00 časova

Novine:

1. Nezavisne novine
2. Glas Srpske
3. Oslobođenje
4. Dnevni avaz

Ukupno smo monitorirali/le 149 vijesti i 571 osobu u vijestima.

2. Prisustvo žena i muškaraca u temama vijesti na televiziji, radiju i u novinskim člancima

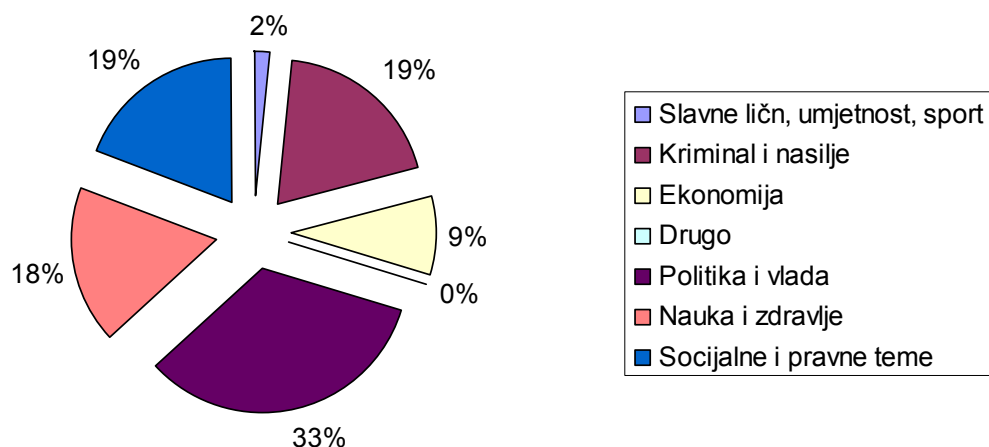
Televizija				Radio				Novine			
Žene		Muškarci		Žene		Muškarci		Žene		Muškarci	
No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
19	18%	85	82%	13	16%	67	84%	25	13%	172	87%

3. Prisustvo žena i muškaraca u temama vijesti u BiH u glavnim oblastima

Tema	Žene	Muškarci
Slavne ličnosti, umjetnost, sport	1	19
Kriminal i nasilje	11	65
Ekonomija	5	33
Drugo	0	0
Politika i vlada	19	159
Nauka i zdravlje	10	23

Socijalne i pravne teme	11	25
Ukupno	57	324

GMMP 2005: Žene u temama vijesti prema kategorijama kao % svih tema u vijestima vezanih za žene



4. Ko su osobe koje "čine vijest" u BiH? Pozicija/zanimanje muškaraca i žena u vijestima u BiH

Pozicija/Zanimanje	Žene	Muškarci	Ukupno	Žene %	Muškarci %
Nije naznačeno	3	8	11	27%	73%
Kralj/kraljica	1	3	4	25%	75%
Političari/političarke	22	174	196	11%	89%
Vladini službenici/službenice	3	23	26	12%	88%
Policija/vojska	0	17	17	0%	100%
Univerzitet/obrazovanje	3	5	8	38%	63%
Zdravlje/društvene nauke	6	15	21	29%	71%
Nauka/tehnologija	0	0	0	0%	0%
Mediji	4	10	14	29%	71%
Pravo/zakoni	0	2	2	0%	100%
Biznis	4	14	18	22%	78%
Službe/servisi	0	1	1	0%	100%
Sindikati/tržište rada	0	4	4	0%	100%
Poljoprivreda	0	0	0	0%	0%
Religija	0	2	2	0%	100%
Aktivisti/aktivistkinje/NVO	2	16	18	11%	89%
Industrija seksa	0	0	0	0%	0%
Slavne ličnosti	0	1	1	0%	100%
Sport	0	6	6	0%	100%
Studenti/studentkinje	1	1	2	50%	50%
Domaćinstvo	2	1	3	67%	33%
Djeca	2	2	4	50%	50%
Poljoprivrednici/ce	2	10	12	17%	83%

54	95%	3	5%	314	97%	10	3%
----	-----	---	----	-----	-----	----	----

8. Status u vijestima u BiH - žene i muškarci koje/i su citirane/i u vijestima

Citirane/i				Nisu citirane/i			
%Žene	Žene	%Muškarci	Muškarci	%Žene	Žene	%Muškarci	Muškarci
36%	9	34%	58	64%	16	66%	114

9. Imidž u vijestima u BiH - žene i muškarci u vijestima koje/i se pojavljuju na pratećim fotografijama u novinama

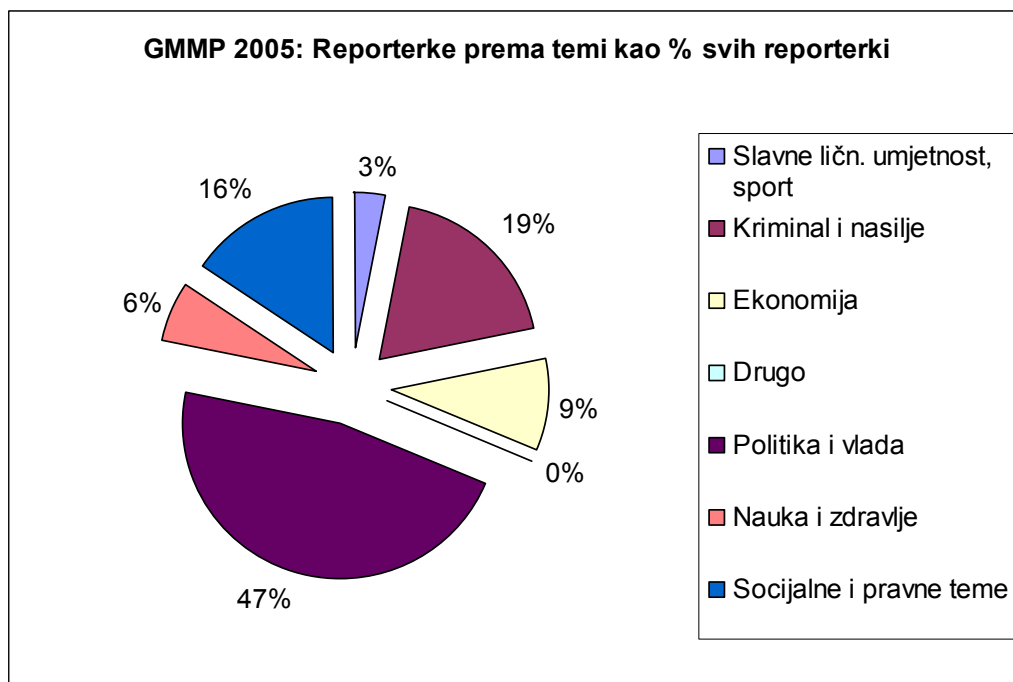
Fotografija				Nema fotografije			
%Žene	Žene	%Muškarci	Muškarci	%Žene	Žene	%Muškarci	Muškarci
24%	6	28%	49	76%	19	72%	123

10. Ko isporučuje vijesti u BiH? Voditelji/ke i reporteri/ke u TV, radio i novinskim vijestima u Bosni i Hercegovini

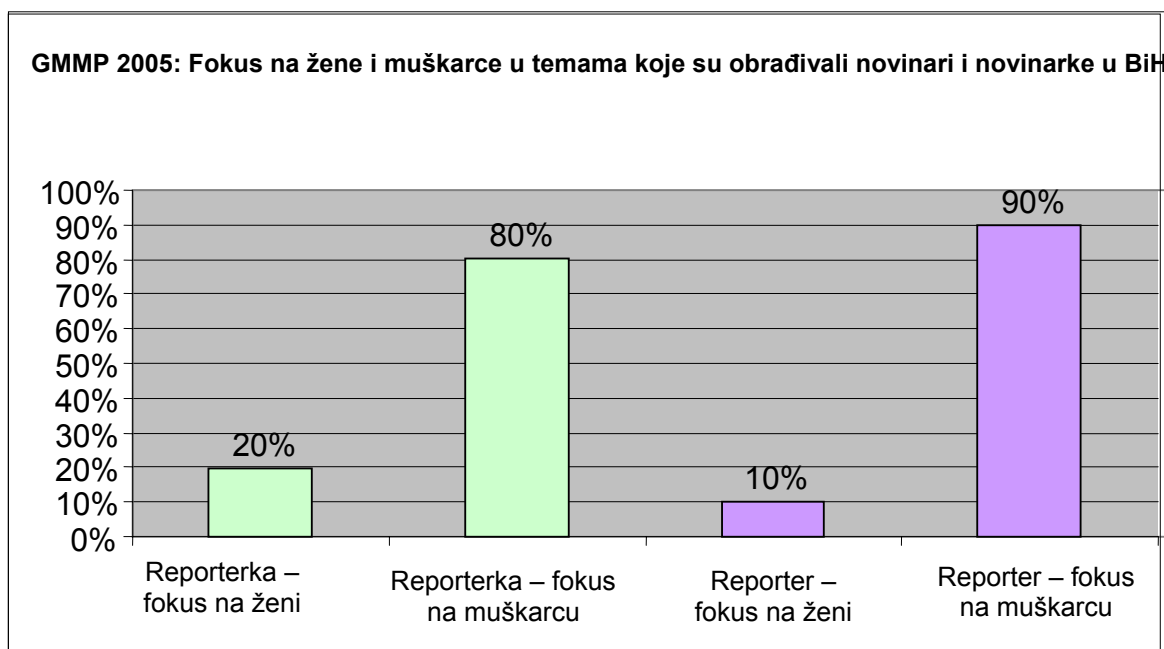
Televizija				Radio				Novine	
Voditelj/ka		Reporter/ka		Voditelj/ka		Reporter/ka		Reporter/ka	
Žene	Muškarci	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci
16	19	23	18	35	29	7	10	3	6

11. Ko izvještava o čemu u BiH? Reporter/ke razvrstani/ne po temama koje obrađuju

Tema	Žene	Muškarci
Slavne ličn. umjetnost, sport	1	6
Kriminal i nasilje	6	7
Ekonomija	3	2
Drugo	0	0
Politika i vlada	15	13
Nauka i zdravlje	2	3
Socijalne i pravne teme	5	3
Ukupno	33	34



12. Novinari/ke i teme u BiH - Da li više tema koje se bave ženama u BiH obrađuju novinarke?



13. Rod i vijesti u BiH - Sadržaj priča koje se fokusiraju na žene u BiH

Novinarke				Novinari			
Ženske teme		Muške teme		Ženske teme		Muške teme	
N	%	N	%	N	%	N	%
24	20%	99	80%	13	10%	113	90%

14. Rod i vijesti u BiH - sadržaj priča koje se fokusiraju na žene u BiH

Slavne ličnosti, umjetnost i sport	Kriminal i nasilje	Ekonomija	Drugo	Politika i vlada	Nauka i zdravlje	Društvo i pravo
1	0	1	0	0	0	1

15. Priče koje jasno izazivaju ili učvršćuju rodne stereotipe u BiH

Izazivaju stereotipe		Učvršćuju stereotipe		Ni jedno ni drugo	
%	N	%	N	%	N
1%	1	0%	0	99%	140

16. Priče koje naglašavaju ravnopravnost ili neravnopravnost u BiH

Da		Ne	
%	N	%	N
1%	1	99%	142

17. Šta možemo učiniti u narednih 5 godina da promovišemo fer i balansirano predstavljanje žena i muškaraca u Bosni i Hercegovini?

Preporuke:

- Međusobno povezivanje i saradnja pojedinaca, organizacija i institucija koje rade u području medija i odnosa s javnošću, radi zajedničkog djelovanja na unapređenju izvještavanja

- Zagovaranje, lobiranje za ravnopravnost polova pri zapošljavanju u medijima, unapređenje izvještavanja kada je riječ o ravnopravnosti polova, te uvođenje koncepta i kriterijuma u izvještavanju koji bi promovisao rodnu ravnopravnost
- Razvijanje vještina monitoringa medija putem treninga
- Razvoj vještina kvalitativne analize (medijsko obrazovanje)
- Državne inicijative
- Senzibilizacija i trening zaposlenih u medijima
- Kontinuiran monitoring medija na nacionalnom i regionalnom nivou
- Analiza propisa i pravila koji regulišu zapošljavanje u medijima i oblast emitovanja, te monitoring njihovog provođenja
- Informisanje javnosti o mehanizmima za uticanje na profesionalno izvještavanje u medijima

Rezultati Global Media Monitoring Projekta 2005 za Centralnu i Istočnu Evropu

1. Pol voditelja/ki, reportera/ki i osoba koje čine vijesti

	Voditelj/ka		Reporter/ka		Osobe koje čine vijesti	
	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci
Azerbejdžan	58%	42%	22%	78%	15%	85%
Bosna i Hercegovina	52%	48%	49%	51%	15%	85%
Hrvatska	31%	69%	56%	44%	26%	74%
Estonija	51%	49%	46%	54%	24%	76%
Gruzija	92%	8%	71%	29%	19%	81%
Mađarska	82%	18%	43%	57%	12%	88%
Rumunija	62%	38%	40%	60%	23%	77%
Srbija i Crna Gora	78%	22%	56%	44%	17%	83%
Uzbekistan	85%	15%	44%	56%	15%	85%

2. Subjekti vijesti na TV, radiju i u štampanim medijima

	Televizija		Radio		Novine	
	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci
Azerbejdžan	10%	90%	19%	81%	19%	81%
Bosna i Hercegovina	18%	82%	16%	84%	13%	87%
Hrvatska	29%	71%	15%	85%	26%	74%
Estonija	33%	67%	19%	81%	23%	77%
Gruzija	20%	80%	67%	33%	13%	87%
Mađarska	15%	85%	5%	95%	12%	88%

Rumunija	28%	72%	10%	90%	18%	82%
Srbija i Crna Gora	7%	93%	12%	88%	23%	77%
Uzbekistan	13%	87%	33%	67%	13%	87%

3. Subjekti vijesti u glavnim tematskim područjima

	Politika i vlast		Ekonomija i biznis		Slavne ličnosti, umjetnost i sport	
	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci
Azerbjedžan	6%	94%	29%	71%	36%	64%
Bosna i Hercegovina	11%	89%	13%	87%	5%	95%
Hrvatska	27%	73%	19%	81%	18%	82%
Estonija	10%	90%	22%	78%	32%	68%
Gruzija	17%	83%	13%	87%	0%	0%
Mađarska	7%	93%	7%	93%	13%	87%
Rumunija	10%	90%	12%	88%	15%	85%
Srbija i Crna Gora	8%	92%	24%	76%	53%	47%
Uzbekistan	0%	100%	14%	86%	20%	80%

4. Pozicije osoba koje čine vijesti

	Lično iskustvo		Ekspert/kinja		Glasnogovornik/ca	
	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci
Azerbejdžan	50%	50%	0%	100%	12%	88%
Bosna i Hercegovina	12%	88%	21%	79%	10%	90%
Hrvatska	29%	71%	23%	77%	25%	75%
Estonija	42%	58%	29%	71%	12%	88%
Gruzija	67%	33%	15%	85%	0%	100%
Mađarska	11%	89%	4%	96%	19%	81%
Rumunija	0%	100%	10%	90%	24%	76%
Srbija i Crna Gora	25%	75%	15%	85%	12%	88%
Uzbekistan	0%	100%	21%	79%	0%	100%

5. Osobe koje čine vijesti koje su predstavljene kao žrtve

	Žrtva	Nije žrtva
--	-------	------------

	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci
Azerbejdžan	15%	3%	85%	97%
Bosna i Hercegovina	11%	7%	89%	93%
Hrvatska	14%	6%	86%	94%
Estonija	11%	2%	89%	98%
Gruzija	0%	0%	100%	100%
Mađarska	8%	7%	92%	93%
Rumunija	28%	22%	72%	78%
Srbija i Crna Gora	19%	4%	81%	96%
Uzbekistan	11%	4%	89%	96%

6. Osobe koje čine vijesti koje su pomenute u kontekstu njihovog porodičnog statusa

	Žene		Muškarci	
	Porodični status pomenut		Porodični status pomenut	
	Ne	Da	Ne	Da
Azerbejdžan	100%	0%	97%	3%
Bosna i Hercegovina	95%	5%	97%	3%
Hrvatska	97%	3%	100%	0%
Estonija	98%	2%	97%	3%
Gruzija	100%	0%	100%	100%
Mađarska	96%	4%	99%	1%
Rumunija	90%	10%	97%	3%
Srbija i Crna Gora	94%	6%	99%	1%
Uzbekistan	78%	22%	96%	4%

7. Osobe koje su kao subjekt vijesti citirane u novinama

	Citirane		Nisu citirane	
	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci
Azerbejdžan	17%	24%	83%	76%
Bosna i Hercegovina	36%	34%	64%	66%
Hrvatska	25%	28%	75%	72%
Estonija	57%	49%	43%	51%

Gruzija	100%	92%	0%	8%
Mađarska	74%	40%	26%	60%
Rumunija	70%	53%	30%	47%
Srbija i Crna Gora	37%	60%	63%	40%
Uzbekistan	67%	70%	33%	30%

8. Voditelji/ce i reporteri/ke na televiziji

	Voditelji/ce		Reporteri/ke	
	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci
Azerbejdžan	57%	43%	24%	76%
Bosna i Hercegovina	46%	54%	56%	44%
Hrvatska	29%	71%	61%	39%
Estonija	63%	38%	20%	80%
Gruzija	100%	0%	40%	60%
Mađarska	90%	10%	50%	50%
Rumunija	67%	33%	31%	69%
Srbija i Crna Gora	100%	0%	75%	25%
Uzbekistan	60%	40%	40%	60%

9. Voditelji/ce i reporteri/ke na radiju

	Voditelji/ce		Reporteri/ke	
	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci
Azerbejdžan	63%	37%	0%	0%
Bosna i Hercegovina	55%	45%	41%	59%
Hrvatska	100%	0%	40%	60%
Estonija	47%	53%	25%	75%
Gruzija	75%	25%	0%	0%
Mađarska	0%	100%	0%	0%
Rumunija	48%	52%	33%	67%
Srbija i Crna Gora	71%	29%	45%	55%
Uzbekistan	100%	0%	100%	0%

10. Reporteri/ke u štampanim medijima

	Reporteri/ke	
	Žene	Muškarci
Azerbejdžan	17%	83%
Bosna i Hercegovina	33%	67%
Hrvatska	54%	46%
Estonija	71%	29%
Gruzija	83%	17%
Mađarska	39%	61%
Rumunija	54%	46%
Srbija i Crna Gora	43%	57%
Uzbekistan	46%	54%

Ključni nalazi Global Media Monitoring Projekta 2005

1. Obim monitoringa na globalnom nivou

76 zemalja
12,893 vijesti na TV, radiju i štampanim medijima
25,671 izvora vijesti
14,273 osoba koje učestvuju u proizvodnji vijesti
Ukupno 39,944 ljudi u vijestima

2. Vijesti: Ogledalo svijeta?

Žene su ozbiljno nezastupljene u vijestima. Samo 21% tema vijesti – ljudi koji su intervjuisani, ili ljudi o kojima su vijesti – su žene. Iako ovo predstavlja napredak od 1995 godine, kada su samo 17% onih koji su se mogli vidjeti i čuti u vijestima bile žene, situacija ostaje i dalje veoma loša u 2005 godini. Na svaku ženi koja se pojave u vijestima dolaze četiri muškarca.

Mišljenje žena se rijetko može čuti u temama koje dominiraju u vijestima. Ne postoji niti jedna glavna tema vijesti gdje žene brojčano nadmašuju muškarce u vijestima. U pričama o politici i vladi samo 14% žena su subjekti vijesti. Samo 20% žena su subjekti vjesti o ekonomiji i biznisu. Ovo su ključne teme vijesti koje dominiraju u medijima u svim zemljama svijeta. Čak i u pričama koje nesumnjivo utiču na žene, kao što je nasilje po osnovu pola, muški glasovi (64% od svih tema vijesti) dominiraju.

Kada su žene te koje čine vijesti, to su obično “zvijezde” (slavne ličnosti, članice kraljevskih porodica) ili kao “obične” građanke. Žene čine vijesti ne kao ličnosti od autoriteta, već kao slavne ličnosti (42%), članice kraljevskih porodica (33%) ili kao “obične građanke.” Žene koje čine vijesti nadmašuju muškarce koji čine vijesti samo u dvije kategorije – kao domaćice (75%) i kao studentkinje (51%).

Kao osobe koje čine vijesti, žene su ozbiljno nezastupljene u profesionalnim kategorijama kao što su pravo (18%), biznis (12%) i politika (12%). U stvarnosti, žene učestvuju u ovim profesionalnim kategorijama mnogo više nego muškarci. Na primjer, u Ruandi, koja ima najveći broj političarki u svijetu (49%) – samo 13% političara zastupljenih u vijestima su žene.

Kao vladine službenice i ekspertkinje, žene se veoma rijetko pojavljuju u vijestima. Ekspertsko mišljenje u vijestima je dominantno muško. Muškarci čine 83% eksperata i 86% glasnogovornika. Kao kontrast, žene se pojavljuju u ličnom kapacitetu – kao svjedokinje (30%), daju lično mišljenje (31%) ili kao predstavnice mišljenja većine (34%).

Za žene, godine predstavljaju jednu od ključnih odrednica da li će se pojaviti u vijestima. Muškarci čine vijesti čak i ako su u 50tim i 60tim godinama života: u gotovo polovini (49%) svih tema vijesti u kojima se pojavljuju muškarci, oni su u 50tim godinama života ili preko. Nasuprot tome starije žene su gotovo nevidljive: gotovo tri četvrtine (72%) žena koje čine vijesti su ispod 50 godina starosti.

Žene su dvostruko više portretisane kao žrtve nego muškarci. 19% svih žena koje čine vijesti, u odnosu na 8% muškaraca koji čine vijesti su portretisane na ovaj način. Vijesti se neproporcionalno fokusiraju na žene žrtve u događajima koji se u stvari tiču oba pola - nesreće, zločin, rat. Teme koje specifično uključuju žene – seksualno nasilje, nasilje u porodici, kulturološke prakse – dobijaju jako malo prostora u vijestima.

Žene koje čine vijesti će tri puta više nego muškarci biti identifikovane u smislu njihovog porodičnog statusa. 17% žena su opisane kao žene, kćerke, majke i sl.; samo 5% muškaraca su opisani kao muževi, sinovi, očevi i sl. Čak i u autoritativnim ulogama kao glasnogovornice ili ekspertkinje, žene ne mogu pobjeći od ovih identifikacija sa porodicom. Dok se muškaci portretišu i vrednuju kao autonomne individue, status žena se uglavnom vezuje za njihove odnose sa drugima. Žene uslavnom iz ovih odnosa povlače svoj autoritet, a ne iz njihovog autonomnog bića.

Žene se mnogo češće (23%) nego muškarci (16%) pojavljuju na fotografijama. U pričama o kriminalu, nasilju ili katastrofama, slike žena se veoma često koriste za dramatične efekte. Ženska tijela se često koriste da zagolicaju u novinama i na televiziji.

3. Presentovanje vijesti

Postoji vidljiv porast u procentu vijesti koje izvještavaju žene – od 28% u 1995 godini, preko 31% u 2000 godini, dostižući 37% u 2005 godini. Novinarke i reporterke su dobile više prostora na radiju i televiziji nego u novinama. Štampani mediji daleko zaostaju za elektornskim medijima sa samo 29% priča i priloga pripremljenih od strane novinarki i reporterke u 2005 godini.

Na televiziji, medijske profesionalke nestaju sa scene kada postaju starije. Za žene u ovoj profesiji, mladoliki izgled se mnogo više cijeni nego iskustvo. Do 34 godine starosti, žene čine većinu voditeljica i reporterke vijesti. U dobi od 50 godina starosti, samo 17% reporterke i 7% voditeljica vijesti su žene.

Reporterke su dominantne samo u dvije teme – izvještaji o vremenu na televiziji i radiju (52%) i pričama o siromaštvu, socijalnoj ugroženosti i zbrinjavanju (51%). Samo 21% reporterke izvještava o sportu i u ovoj oblasti žene su najmanje zastupljene.

Globalno posmatrano, novinari izvještavaju o takozvanim “čvrstim” ili “ozbiljnim” temama vijesti, kao što su politika i vlast (dok novinarke pokrivaju samo 32% vijesti u ovoj oblasti). Novinarke će mnogo češće raditi na takozvanim “mekim” pričama kao što su socijalni i pravni problemi (40% ovih tema obrađuju novinarke). Iako su mnoge od ovih “mekih” vijesti važne, one nisu uvijek viđene kao takve u hirerarhiji vrijednosti vijesti. Kao rezultat toga, rad novinarki je ponekad podcjenjen i reporterke se često dodjeljuju teme koje se smatraju trivijalnim – vijesti o slavnim osobama (50% priremane od strane reporterke), ili umjetnost i zabava (48%).

Više se žena pojavljuje u vijestima o kojima izvještavaju reporterke i novinarke (25%) nego u vijestima o kojima izvještavaju reporterke i novinari (20%).

4. Sadržaj vijesti

Veoma malo vijesti – samo 10% od svih priča – se fokusira specifično na žene. Sjeverna Amerika se izdvaja u ovom pogledu od drugih regija: tamo su žene glavne u vijestima u 20% priča (23% u Kanadi, 19% u SAD). Ali čak i u ovom regionu, samo jedna od pet priča se fokusira na žene – to je još uvijek jako mali dio ukupnog broja vijesti.

Žene su rijetko fokus priča koje su ključne na ukupnom rasporedu vijesti - politika (8%), ekonomija (3%). Čak i u temama gdje je procenat žena koje čine vijesti relativno visok – obrazovanje, briga o djeci, problemi potrošača, HIV-AIDS – žene se rijetko pojavljuju kao centralni subjekti. Osim kriminala i nasilja, gdje se žene pojavljuju u fokusu 16% priča, žene su centralni subjekti u pričama koje čine periferiju vijesti.

Vijesti će dvostruko više puta učvrstiti rodne stereotipe (6%) nego što će ih izazvati (3%). Tri teme značajno doprinose učvršćivanju rodni stereotipa u vijestima: vijesti o slavnim ličnostima (16% ovih vijesti učvršćuje stereotipe), sport (12%) i vijesti iz kulture i zabave (11%).

Vijesti vezane za rodne (ne)jednakosti gotovo ne postoje. Samo 4% priča naglašava pitanja jednakosti, i one su fokusirane na područja kao što su ljudska prava, odnosi u porodici ili ženski aktivizam – teme koje su jedva vidljive kao ukupni proizvod vijesti. Priče koje imaju ugao rodne ravnopravnosti su gotovo u potpunosti odsutne iz glavnih tema vijesti vezanih za politiku (3%) i ekonomiju (1%).

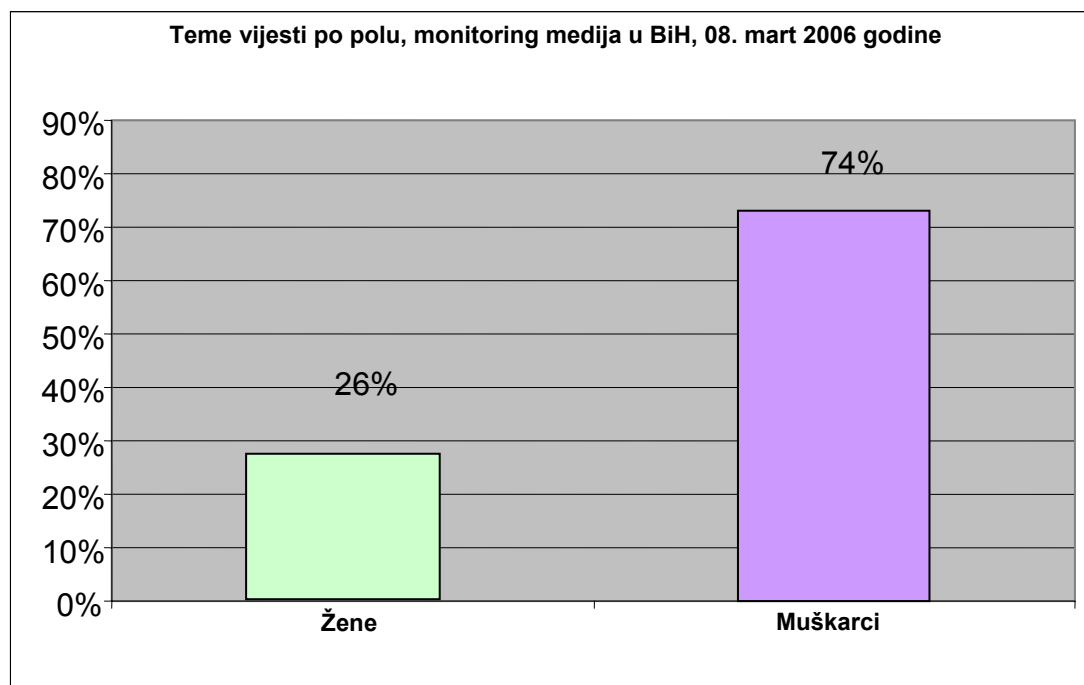
Novinarke pronorcionalno više izvještavaju priče o ravnopravnosti polova nego novinari. Novinarke izvještavaju 37% svih vijesti. Međutim, gotovo polovina (47%) svih priča koje izazivaju rodne stereotipe, i priča koje naglašavaju probleme vezane za rodne (ne)jednakosti, su pripremljene od strane novinarki. Ali novinari također imaju odgovornost da prave priče koje izazivaju rodne stereotipe i naglašavaju rodne (ne)jednakosti – i oni to i rade. U 2005 godini, novinari su pripremili 53% ovakvih vijesti i priča. Ovo je nešto što je dobrodošlo i ohrabrujuće, jer se i novinari i novinarke moraju baviti pitanjem više rodno izbalansiranog medijskog izvještavanja u budućnosti.

Rezultati monitoringa medija u Bosni i Hercegovini 8. marta 2006 godine

Monitoring/praćenje	TV dnevnik	Radio vijesti	Novine	Ukupno
Ukupno	10	10	7	27
Pojedinačne vijesti	137	104	122	363
Osoba u vijestima*	484	281	318	1 083

*Uključuje voditelje/ke, reportere/ke, aktere/ke

Osobe u vijestima	Žene %	Muškarci %	Žene	Muškarci	Ukupno
Voditelji/ke	56%	44%	145	114	259
Reportere/ke	60%	40%	64	43	107
Akteri/ke	26%	74%	183	513	696



Ukupno smo monitorirali 27 medija - 10 TV stanica, 10 radio stanica i 7 dnevnih novina.

Pregled medija prema broju monitoriranih vijesti

R.br.	Naziv medija	Broj vijesti
1.	Dnevni Avaz (Dnevne novine)	42
2.	Alternativna Televizija Banja Luka	23
3.	Glas Srpske (Dnevne novine)	22
4.	Radio Televizija Republike Srpske	21
5.	Nes Radio, Banja Luka	20
6.	Televizija Federacije BiH	19
7.	RTV HIT Mostar	17
8.	Radio Mostar	15
9.	Radio Republike Srpske	15
10.	BN Televizija	15
11.	Euro Blic, Dnevne novine	13
12.	Nezavisne Novine	12
13.	Dnevni List (Dnevne novine)	12
14.	SAN Novine (Dnevne novine)	12
15.	Radio Trebinje	12
16.	BM Radio Zenica	11
17.	Hercegovačka Televizija Mostar	11
18.	NTV Hayat	10
19.	BHT1 (Javni servis Bosne i Hercegovine)	10
20.	Radio Tuzla	9
21.	FOKUS (Dnevne novine)	8
22.	BH Radio (Radio Bosne i Hercegovine)	8
23.	OBN Televizija	8
24.	Bobar Radio, Bijeljina	5
25.	Radio DUB, Kozarska Dubica	4
26.	Radio Bihać	4
27.	RTV PINK BiH	4

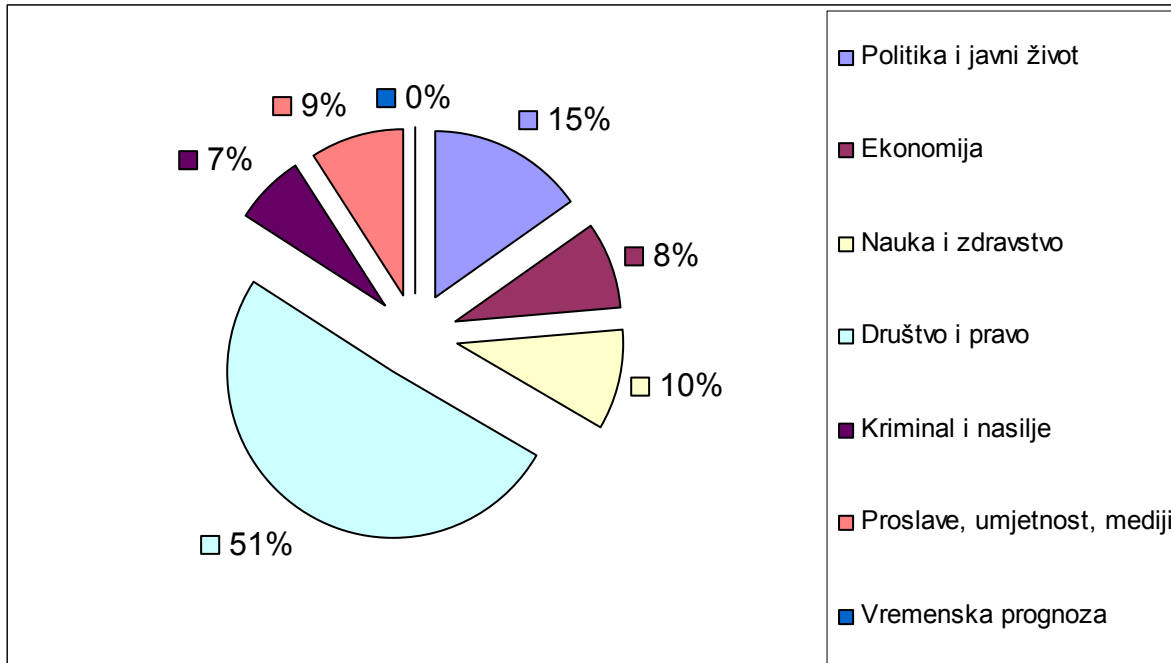
2. Prisustvo žena i muškaraca u temama vijesti na televiziji, radiju i u novinskim člancima

Televizija		Radio				Novine					
Žene		Muškarci		Žene		Muškarci					
Broj	%	Broj	%	Broj	%	Broj	%				
78	28%	198	72%	29	21%	111	79%	76	27%	203	73%

3. Prisustvo žena i muškaraca u temama vijesti u BiH u glavnim oblastima

Tema	Žene	Muškarci	Ne znam	Ukupno
Politika i javni život	28	199	2	229
Ekonomija	15	79	1	95
Nauka i zdravstvo	18	32	1	51
Društvo i pravo	93	127	1	221
Kriminal i nasilje	12	47	6	65
Proslave, umjetnost, mediji	17	26	1	44
Vremenska prognoza	0	1	0	1
Ukupno	183	511	12	706

8. mart 2006: Žene u temama vijesti prema kategorijama kao % svih tema u vijestima vezanih za žene



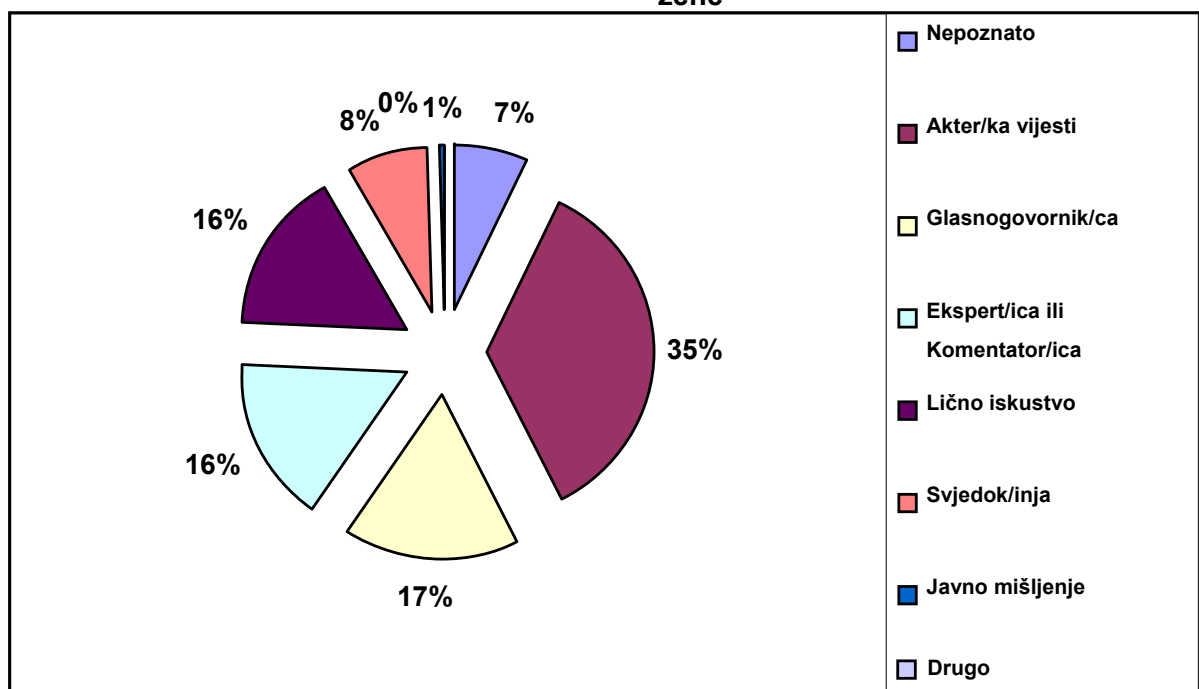
4. Ko su osobe koje "čine vijest" u BiH? Pozicija/zanimanje muškaraca i žena u vijestima u BiH

Pozicija u vijestima	Ž	M	Ukupno	Ž%	M%
Nije naznačeno	31	19	50	62%	38%
Kralj/ca, monarh/inja, član/ica kraljevske porodice	4	9	13	31%	69%
Političar/ka, ministar/ka	26	166	192	13%	87%
Javni službenik/ica	18	74	92	24%	76%
Policajac/ka, vojnik/inja	0	24	24	0%	100%
Ekspert/ca, nastavnik/ica, učitelj/ica, profesor/ica	4	9	13	31%	69%
Zdravstveni radnik/ica, radnik/ica Centra za Socijalni rad, doktor/ica, psiholog/inja	6	3	9	67%	33%
Novinar/ka, režiser/ka, producent/kinja, upravnik/ica pozorišta	3	6	9	33%	67%
Pravnik/ca, sudija/kinja advokat/ica, pravni ekspert/ica	0	59	59	0%	100%
Potrošačka pitanja regulacije cijena	7	25	32	22%	78%
Uslužni radnik/ica, prodavač/ica	7	2	9	78%	22%
Zanatlija/ika, radnik/ica, mehaničar/ka	1	0	1	100%	0%
Religiozna figura, sveštenik/ica, monah/inja	0	9	9	0%	100%
Aktivista/kinja NVO, borac/kinja za ljudska prava, humanitarne organizacije	28	42	70	40%	60%
Kontrola radjanja abortusi	8	7	15	53%	47%
Sportista/kinja, igrač/ica, trener/ica	11	16	27	41%	59%
Student/ica, učenik/ica, školarac/ka	9	6	15	60%	40%
Domaćica	9	2	11	82%	18%
Djeca	5	0	5	100%	0%
Porodični odnosi, samohrane majke	1	2	3	33%	67%
Penzioner/ka	0	2	2	0%	100%
Kriminalac/ka, osumnjičeni/ca	1	20	21	5%	95%
Ostalo	4	10	14	29%	71%
Ukupno	183	512	695	26%	74%

5. Funkcije žena i muškaraca u temama vijesti u Bosni i Hercegovini

Uloga	Žene	Muškarci	Ž%	M%
Nepoznato	13	50	21%	79%
Akter/ka vijesti	65	171	27%	73%
Glasnogovornik/ica	31	128	19%	81%
Ekspert/ca ili komentator/ica	30	118	21%	79%
Lično iskustvo	29	29	50%	50%
Svjedok/inja	1	5	17%	83%
Javno mišljenje	14	10	58%	42%
Drugo	0	1	0%	100%
Ukupno	183	512	26%	74%

8. mart 2006: Žene u temama vijesti prema kategorijama kao % svih tema u vijestima vezanih za žene



6. Status u vijestima u BiH - žene i muškarci prikazane/i kao žrtve

Žrtva				Nije žrtva			
%Žene	Žene	%Muškarci	Muškarci	%Žene	Žene	%Muškarci	Muškarci
14%	26	6%	32	86%	157	94%	474

7. Status u vijestima u BiH - žene i muškarci u vijestima identifikovani prema porodičnom statusu

Žene				Muškarci			
Pomenut porodični status				Nije pomenut porodični status			
Ne		Da		Ne		Da	
Broj	%	Broj	%	Broj	%	Broj	%
171	93%	12	7%	496	97%	14	3%

8. Status u vijestima u BiH - žene i muškarci koje/i su citirane/i u vijestima

Citirani/e				Nisu citirani/e			
%Žene	Žene	%Muškarci	Muškarci	%Žene	Žene	%Muškarci	Muškarci
49%	37	57%	115	51%	38	43%	86

9. Imidž u vijestima u BiH - žene i muškarci u vijestima koje/i se pojavljuju na pratećim fotografijama u novinama

Fotografija				Nema fotografije			
%Žene	Žene	%Muškarci	Muškarci	%Žene	Žene	%Muškarci	Muškarci
40%	28	36%	67	60%	42	64%	118

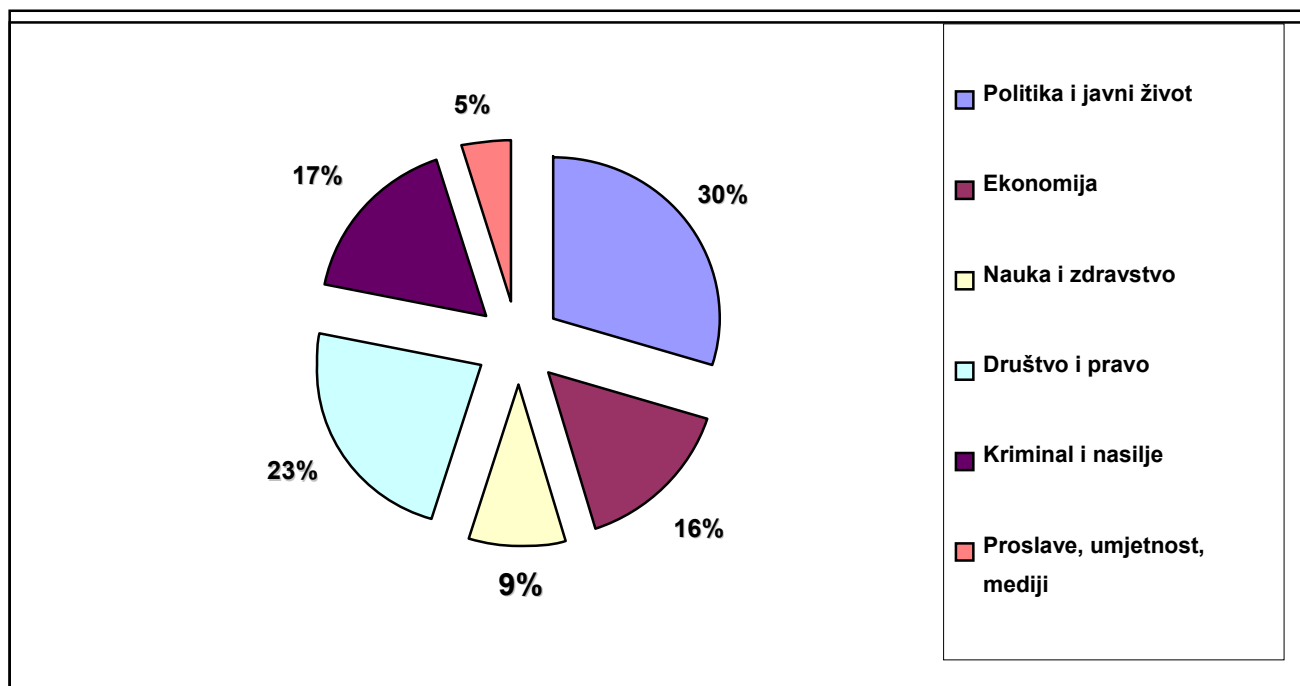
10. Ko isporučuje vijesti u BiH? Voditelji/ke i reporteri/ke u TV, radio i novinskim vijestima u Bosni i Hercegovini

Televizija				Radio				Novine	
Voditelj/ka		Reporter/ka		Voditelj/ka		Reporter/ka		Reporter/ka	
Žene	Muškarci	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci	Žene	Muškarci
78	58	40	24	66	54	10	8	14	15

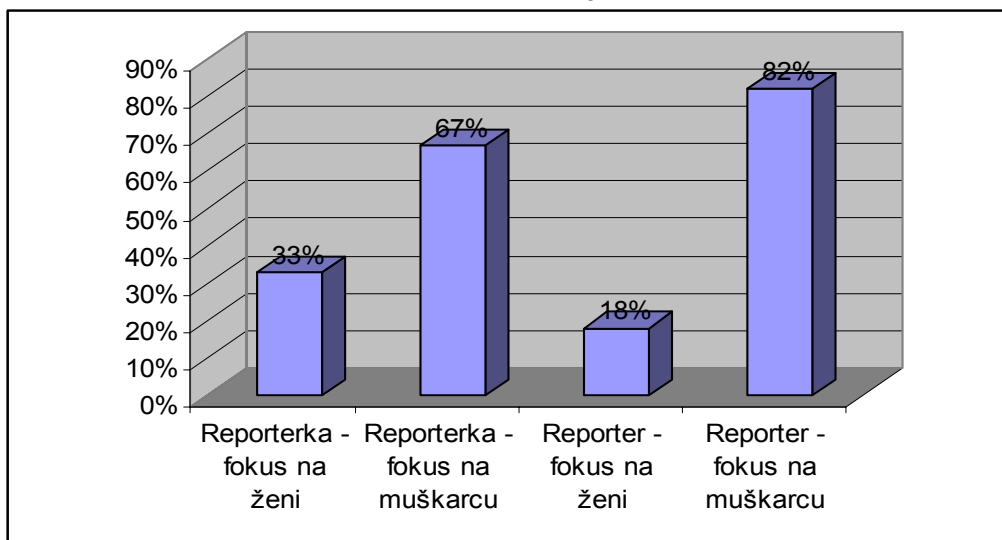
11. Ko izvještava o čemu u BiH? Reporter/ke razvrstani/e po temama koje obrađuju

Tema	Žene	Muškarci
Politika i javni život	19	16
Ekonomija	10	11
Nauka i zdravstvo	6	3
Društvo i pravo	15	11
Kriminal i nasilje	11	4
Proslave, umjetnost, mediji	3	2
Ukupno	64	47

8. mart 2006: Reporterke prema temi kao % svih reporterki



12. Novinari/ke i teme u BiH - Da li više tema koje se bave ženama u BiH obrađuju novinarke?
8. mart 2006: Fokus na žene i muškarce u temama koje su obrađivali novinari i novinarke u BiH



13. Rod i vijesti u BiH - Sadržaj priča koje se fokusiraju na žene u BiH

Novinarke				Novinari			
Ženske teme		Muške teme		Ženske teme		Muške teme	
Broj	%	Broj	%	Broj	%	Broj	%
8	33%	16	67%	3	18%	14	82%

14. Rod i vijesti u BiH - Sadržaj priča koje se fokusiraju na žene u BiH

Politika i javni život	Ekonomija	Nauka i zdravstvo	Društvo i pravo	Kriminal i nasilje	Proslave, umjetnost, mediji
8	3	8	38	11	7

15. Priče koje jasno izazivaju ili učvršćuju rodne stereotipe u BiH

Izazivaju stereotipe		Učvršćuju stereotipe		Ni jedno ni drugo	
%	Broj	%	Broj	%	Broj
8%	32	3%	12	88%	315

16. Priče koje naglašavaju ravnopravnost ili neravnopravnost u BiH

Da		Ne	
%	Broj	%	Broj
12%	41	88%	305

Terensko istraživanje - Pristup i stvarni uticaj žena na razvoj medija u Bosni i Hercegovini

A. Zašto je sprovedeno istraživanje?

Zakon o ravnopravnosti polova Bosne i Hercegovine (maj 2003 godine) je po prvi put uveo zakonodavnu zaštitu jednakog pristupa medijima za oba pola, obezbjedio zabranu diskriminacije po osnovu pola u medijskim predstavljajima i predvidio formalnu obavezu promocije ravnopravnosti polova putem medija.⁴ Ova zakonodavna odredba predstavlja konkretan argument i početnu tačku za razvoj javnog pritiska i aktivnosti javnog zalaganja za

⁴ Član 16, Zakona o ravnopravnosti polova Bosne i Hercegovine se direktno odnosi na medije. Kao takav, on predstavlja jedinu odredbu domaćeg zakonodavstva koja se odnosi na zaštitu žena u medijima.

obezbjeđivanje ženama jednak pristup medijima, kao i bolju vidljivost žena u medijima, i obezbjeđivanje stvarnog uticaja žena na rodnu senzibilizaciju medija u Bosni i Hercegovini.

U okviru trogodišnjeg projekta **"Ravnopravnost polova u BiH = Informisano javno mišljenje i rodno sensitivni mediji"** Udružene žene Banja Luka su pokrenule ekstenzivno terensko istraživanje i pripremu analize sa ciljem stvaranja uslova za efikasne i informisane akcije javnog zalaganja za obezbjeđivanje jednakog pristupa medijima oba pola, bolju vidljivost žena u medijima, i obezbjeđivanje stvarnog uticaja žena na rodnu senzibilizaciju medija u Bosni i Hercegovini. Rezultati i analize dobijene terenskim istraživanjem će biti osnova za planiranje akcija javnog zalaganja prema zvaničnim institucijama BiH na svim nivoima, kao i akcija usmjerenih na rodnu senzibilizaciju medija u ciljanim lokalnim zajednicama u trećoj fazi projekta.

B. Fokus istraživanja i učesnice

Istraživanje i analiza se fokusira na sljedeća dva ključna prioriteta:

- 1). Vidljivost ženskih problema i pitanja vezanih za jednakost polova u medijima u oba entiteta Bosne i Hercegovine;
- 2). Identifikovanje trenutne situacije u vezi sa pristupom i stvarnim uticajem žena na razvoj medija u Bosni i Hercegovini;

Istraživanje je sprovedeno u vremenskom periodu **mart - septembar 2006**. Istraživanje je obavilo deset novinarki i aktivistkinja nevladinih organizacija u Bosni i Hercegovini:

1. Svetlana Pezer Šukalo, Urednica javnog servisa Radio Televizije Republike Srpske (RTRS) iz Banja Luke;
2. Aida Salčinović, Novinarka javnog servisa Televizije Federacije BiH (FTV) iz Sarajeva;
3. Radmila Žigić, Glavna urednica ženskog političkog magazina "Lara On Line" iz Bijeljine;
4. Gordana Vidović, Direktorica nevladine organizacije "Budućnost" iz Modriče;
5. Mira Stojaković Bijelić, Članica Srpskog kulturnog društva "Prosvjeta" iz Kozarske Dubice;
6. Dženita Džubur, Novinarka Radio Televizije Bihać (JP RTV Bihać) iz Bihaća;
7. Danijela Perić Šilić, Novinarka agencije "FENA" iz Mostara;
8. Aleksandra Sekulović, Novinarka javnog servisa Radio Televizije Republike Srpske (RTRS) iz Trebinja;
9. Larisa Sinanović, Urednica nezavisnog radija "VESTA" iz Tuzle;
10. Duška Andrić Ružičić, Direktorica nevladine organizacije "Medika Infoteka" iz Zenice.

C. Koji mediji u Bosni i Hercegovini su bili u fokusu istraživanja?

Terensko istraživanje "Pristup i stvarni uticaj žena na razvoj medija u Bosni i Hercegovini" se fokusiralo na 29 elektronskih i štampanih medija koji su takođe monitorirani na Međunarodni dan žena 8 marta 2006 godine.⁵ (Tabela 1, kolona 1).

Tabela 1.

Mediji u Bosni i Hercegovini koji su monitorirani 8 marta 2006 godine	Mediji u Bosni i Hercegovini koji su bili fokus istraživanja "Pristup i stvarni uticaj žena na razvoj medija u Bosni i Hercegovini"
1. Alternativna Televizija, Banja Luka	1. Alternativna Televizija, Banja Luka
2. Hercegovačka Televizija Mostar	2. Hercegovačka Televizija Mostar
3. Radio Televizija Republike Srpske	3. Radio Televizija Republike Srpske
4. OBN Televizija	4. OBN Televizija
5. Radio Televizija HIT	5. Radio Televizija HIT
6. NTV Hayat	6. RTV Unsko Sanskog Kantona
7. TV PINK BiH	7. -
8. RTV BN, Bijeljina	8. RTV BN, Bijeljina
9. Televizija Federacije BiH	9. Televizija Federacije BiH
10. BHT 1 (Javni servis BiH)	10. BHT 1 (Javni servis BiH)
11. Radio NES, Banja Luka	11. Radio NES, Banja Luka
12. Radio Trebinje	12. Radio Trebinje
13. Radio Mostar	13. Radio Mostar
14. Radio Bihać	14. Radio Bihać
15. DUB Radio, Kozarska Dubica	15. DUB Radio, Kozarska Dubica
16. Radio Tuzla	16. Radio Tuzla
17. Radio Republike Srpske	17. Radio Republike Srpske
18. BOBAR Radio, Bijeljina	18. BOBAR Radio, Bijeljina
19. BM Radio, Zenica	19. BM Radio, Zenica
20. BH Radio (Radio Bosne i Hercegovine)	20. BH Radio (Radio Bosne i Hercegovine)
21. Glas Srpske, Banja Luka	21. Glas Srpske, Banja Luka
22. Nezavisne Novine, Banja Luka	22. Nezavisne Novine, Banja Luka
23. Dnevni List	23. -
24. SAN Novine	24. Sansko Unske Novine
25. Jutarnje Novine	25. Kozarski Vijesnik
26. FOKUS (Dnevne novine)	26. FOKUS (Dnevne novine)
27. EURO BLIC (Dnevne novine)	27. -
28. Dnevni Avaz, Sarajevo	28. Dnevni Avaz, Sarajevo
29. Oslobođenje, Sarajevo	29. Oslobođenje, Sarajevo

Tokom **koordinacionog sastanka** održanog u Banja Luci **27 i 28 februara 2006 godine**, istraživačice su radile na metodologiji istraživanja i standardizovanom upitniku koji je korišten u realizaciji istraživanja. U komunikaciji koju su istraživačice imale sa ciljanim elektronskim i štampanim medijima u Bosni i Hercegovini, upitnike su uglavnom popunjavali/e glavni/e i odgovorni/e urednici/e, osim u slučajevima nekih privatnih medija, gdje su upitnike popunjavali vlasnici/e.

Važno je istaći da su u toku prikupljanja informacija pojedine istraživačice nailazile na probleme u komunikaciji sa odgovornim osobama u medijima koji/e su bili/e u mogućnosti da pruže relevantne informacije. Kao izgovor za nepružanje informacija, kontakt osobe u medijima su koristile brojne izgovore, na primjer, godišnji odmor, nepostojanje preciznih podataka o strukturi zaposlenih, nepostojanje adekvatne osobe za dostavljanje podataka, kao i jasno isticanje da ne žele da učestvuju u istraživanju.

Neke od odgovornih osoba u medijima su i pored dostavljanja podataka djelovale dosta nezainteresovano i veoma kritično po pitanju žena i njihovih prava.

Iz Tabele 1. je vidljivo da su 23 elektronska i štampana medija u Bosni i Hercegovini koji su monitorirani 8 marta 2006 godine pristali učestvovati u istraživanju. Kao što smo već napomenuli, neke od istraživačica nisu uspjele dobiti podatke od medija koje su kontaktirale, te su izvršile zamjenu za istu vrstu medija.

⁵ Izvještaj sa monitoringa medija 8 marta 2006 godine je takođe sastavni dio ove publikacije.

Zamjene su uslijedile kod sljedećih medija - umjesto NTV Hayat analizirana je RTV Unsko Sanskog Kantona; umjesto SAN novina, novine Unsko Sanskog Kantona; umjesto Jutarnjih Novina analiziran je Kozarski Vijesnik. Za TV PINK BiH, EURO BLIC i Dnevni List, istraživačice nisu uspjele dobiti podatke.

D. Opšti zaključci istraživanja

Iz prikupljenih podataka i informacija koje su istraživačice dobile direktno od predstavnika i predstavnica 26 elektronskih i štampanih medija u Bosni i Hercegovini vidljivi su sljedeći trendovi i problemi:

1. Prema ukupnom broju angažovanih osoba se može zaključiti da u medijima u BiH ne postoji izrazita diskriminacija žena ili muškaraca, odnosno da je ona mnogo manje izražena nego u ostalim oblastima javnog života u našem društvu kao cjelini. Procenti angažovanih žena u medijima BiH se kreću u prosjeku od 42% u redakcijama dopisništva do 68% žena koje su angažovane na poslovima organizatorica. Međutim, primjetan je trend povećanja broja angažovanih žena u medijima na pozicijama koje su slabo plaćene, zahtijevaju veću odgovornost i angažman. Osim toga, rodni stereotipi u pogledu poslova na kojima se uobičajeno angažuju žene ili muškarci su vidljivi u BiH medijima. Kao primjer, može se navesti rezultat istraživanja po kome je samo 26% žena angažovano u produkciji u BiH medijima, što je zanimanje koje je vezano za tehniku koja se smatra tipično muškim poslom.
2. Žene su manje zastupljene u upravljačkim strukturama u medijima Bosne i Hercegovine, na što ukazuje podatak da samo 39% žena učestvuje u tijelima odlučivanja u medijima koji su bili predmet istraživanja. Vidljiv je trend većeg broja žena u onim upravljačkim strukturama koje, po pravilu imaju manje moći i uticaja, kao i u tijelima odlučivanja čije odluke nisu obavezujuće, kao što su savjetodavni odbori, u čijem radu učestvuje 47% žena.
3. Iako je dominantna većina medija u BiH koji su učestvovali u istraživanju (73%) izjavila da vodi računa o ravnomjernoj zastupljenosti žena i muškaraca u procesu kreiranja uređivačke politike, iz obrazloženja koja prate ovu izjavu se može zaključiti da je opredijeljenost samo verbalno deklarativna, tj. da mediji nemaju jasne procedure i pravila koja bi omogućila primjenu ove politike u praksi. To je vidljivo iz činjenice da 54% medija nije obezbjedilo nikakva pojašnjenja načina na koji osiguravaju ravnomjernu zastupljenost muškaraca i žena u procesu kreiranja uređivačke politike, dok je samo 8% medija navelo da insistiraju na prijemu žena u sve strukture kreiranja programa.
4. Nedostatak pisanih procedura i pravila ukazuje na to da ravnopravna zastupljenost muškaraca i žena ne predstavlja prioritetnu opredijeljenost u kreiranju uređivačkih politika u medijima u Bosni i Hercegovini. 73% medija koji su učestvovali u istraživanju je izjavilo da nemaju pisane procedure, dok je samo 8% medija izjavilo da ove procedure postoje.
5. Slična je situacija u pogledu opredijeljenosti medija da promovišu veće učešće žena u kreiranju programa. Iako 54% medija u BiH koji su učestvovali u istraživanju izjavljuje da promoviše veće učešće žena u ovoj oblasti, 69% medija nema pisane procedure koje bi podržale ovu politiku, dok 27% medija nije pružilo nikakav odgovor na ovo pitanje. Činjenica da 88% medija u BiH koji su učestvovali u istraživanju nema odgovor na pitanje zbog čega ne postoje pisane procedure, govori u prilog tome da većina medija samo verbalno deklarativno podržava promovisanje većeg učešća žena u kreiranju programa. Važno je napomenuti da samo 12% medija u BiH koji su učestvovali u istraživanju izjavljuje da poštuju Zakon o ravnopravnosti polova u BiH po ovom pitanju.
6. Rezultati istraživanja ukazuju da značajan procenat medija u BiH - 31% - nema nikakav stav po pitanju načina i aktivnosti koje bi unaprijedile pristup i uticaj žena na kreiranje uređivačkih i propagandnih politika u medijima u BiH. Interesantno je da 31% medija podržava stav da se žene u medijima moraju same angažovati na unaprijeđenju svog položaja i uticaja na rad medija. Ovo ukazuje na problem da je funkcionisanje medija u BiH opterećeno rodnim stereotipima, po kojima su žene isključivo odgovorne za svoj status u društvu i da se za pozitivne promjene moraju same izboriti. Ovakve vrste rodnih stereotipa sprječavaju ostvarivanje prava žena i unaprijeđenje njihovog položaja u društvu i javnom životu.

E. Preporuke vezane za unaprijeđenje pristupa i stvarnog uticaja žena na razvoj medija u Bosni i Hercegovini

1. Kao ključni subjekti u procesu kreiranja javnog mišljenja i važna karika u podizanju svijesti o društvenim problemima, različitim vidovima diskriminacije i kršenjima ljudskih prava, mediji u Bosni i Hercegovini trebaju unaprijediti svoje strategije i opredjeljenja prema pitanjima ravnopravnosti polova u medijima i kroz svoj rad aktivno promovisati ravnopravnost muškaraca i žena u pristupu i uticaju na razvoj medija.
2. U saradnji sa zvaničnim institucijama i nevladinim organizacijama u BiH, mediji trebaju razviti modele i kontinuirano provoditi edukaciju o ravnopravnosti polova usmjerenu na podizanje svijesti žena i muškaraca angažovanih u medijima. Time će se ostvariti pozitivan uticaj u smislu unaprijeđenja ravnopravnosti polova unutar radnih i upravljačkih struktura u medijima i osiguranja rodno sensitivnog izvještavanja, programa i promocije medija u BiH.

3. U skladu sa Zakonom o ravnopravnosti polova Bosne i Hercegovine, mediji u Bosni i Hercegovini trebaju uspostaviti jasne pisane procedure, politike i aktivnosti usmjerene na postizanje ravnopravnosti muškaraca i žena u procesu kreiranja uređivačke politike i promovisanje većeg učešća žena u kreiranju programa, koje trebaju biti transparentne prema osobama angažovanim u medijima i javnosti.

4. Zvanične institucije u BiH, koje u okviru svojih nadležnosti imaju aktivnosti usmjerene na kreiranje procedura i pravila rada medija u BiH, trebaju osigurati da su ova pravila i procedure usklađena sa Zakonom o ravnopravnosti polova BiH, kao i da sadrže odrednice koje se tiču ravnopravnosti muškaraca i žena procesu kreiranja uređivačke politike i kreiranju programa.

5. U saradnji sa strukovnim udruženjima medijskih radnika/ca, drugim nevladinim organizacijama, kao i institucionalnim mehanizmima za ravnopravnost polova u BiH, zvanične institucije trebaju kreirati i usvojiti pravila odn. kodekse vezane za rodno sensitivno izvještavanje i emitovanje/objavljivanje reklama, koja će biti obavezujuća za sve medije u BiH, i sadržavati mjere odnosno sankcije za njihovo nepoštovanje.

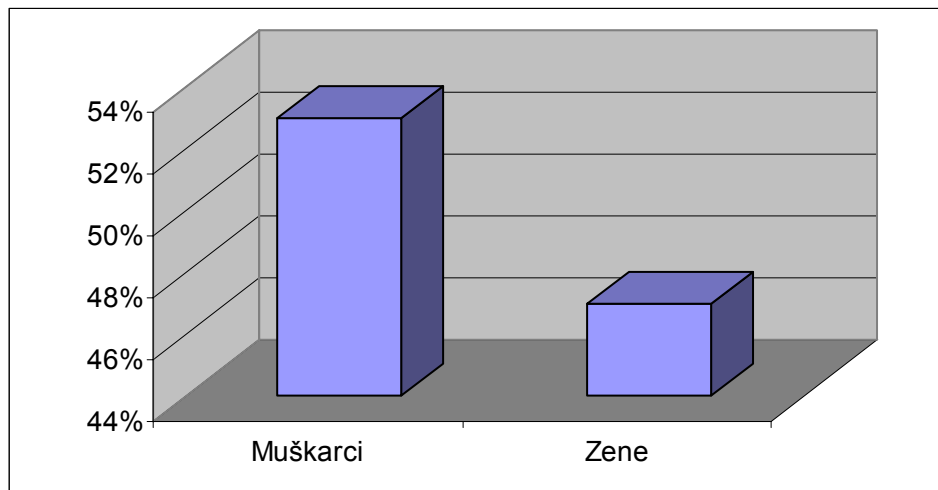
F. Detaljni rezultati istraživanja i analiza

F.1 Zastupljenost muškaraca i žena u medijima u Bosni i Hercegovini

Tabela 2. Ukupni broj angažovanih muškaraca i žena u BiH medijima

Muškarci		Žene	
Broj	%	Broj	%
638	53%	573	47%

Grafikon 1. Grafički prikaz ukupnog broja angažovanih muškaraca i žena u BiH medijima

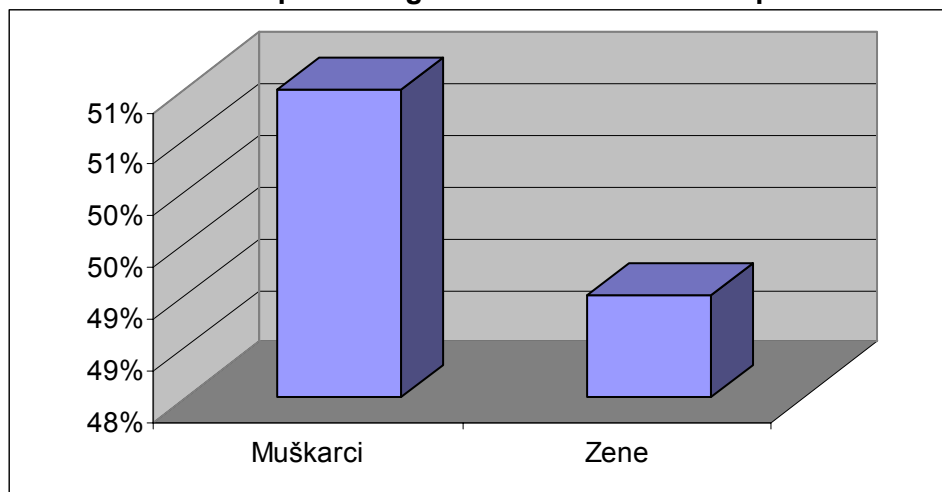


Analizom ukupnog broja angažovanih osoba u BiH medijima koji su bili obuhvaćeni ovim istraživanjem utvrdili smo da 53% od ukupnog broja čine muškarci a 47% žene. Najuočljivije je da su identične brojke bile i na posljednjem popisu stanovništva u Bosni i Hercegovini, ali upravo suprotne po polu (47% muškaraca i 53% žena). Očigledno je dakle da je i u medijima u BiH broj angažovanih muškaraca veći od ukupnog broja angažovanih žena. Ipak, činjenica je da broj angažovanih žena u BiH medijima daleko veća nego u drugim djelatnostima. Smatramo da je to zbog neatraktivnih plata i nesigurnosti posla što je opet rezultat nesistematičnog finansiranja medija u BiH.

Tabela 3. Struktura angažovanih novinara/ki/reportera/ki u BiH medijima

Muškarci		Žene	
Broj	%	Broj	%
291	51%	278	49%

Grafikon 2. Grafički prikaz angažovanih novinara/ki/reportera/ki u BiH medijima

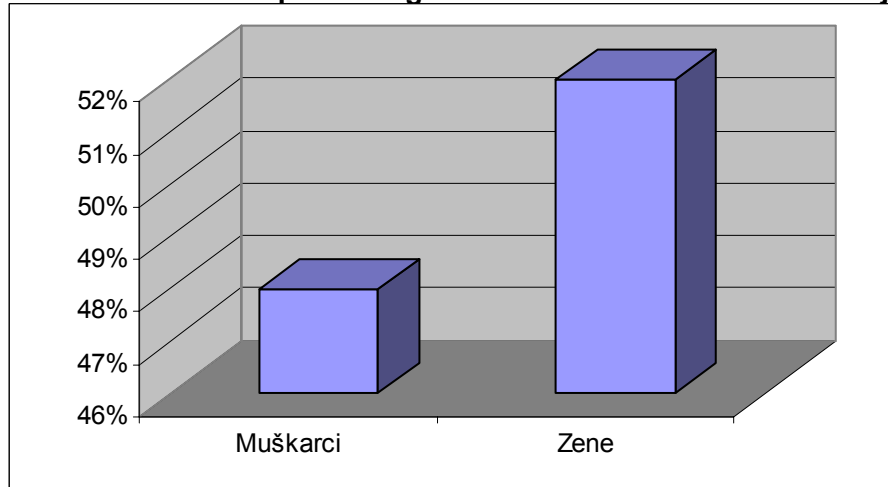


Prema ukupnom broju angažovanih novinara/ki i reportera/ki, broj muškaraca je nešto veći - 51% novinara/reportera u medijima koji su bili predmet istraživanja, dok je 49% novinarki i reporterke.

Tabela 4. Struktura angažovanih urednika/ca u BiH medijima po polu

Muškarci		Žene	
Broj	%	Broj	%
92	48%	98	52%

Grafikon 3. Grafički prikaz angažovanih urednika/ca u BiH medijima



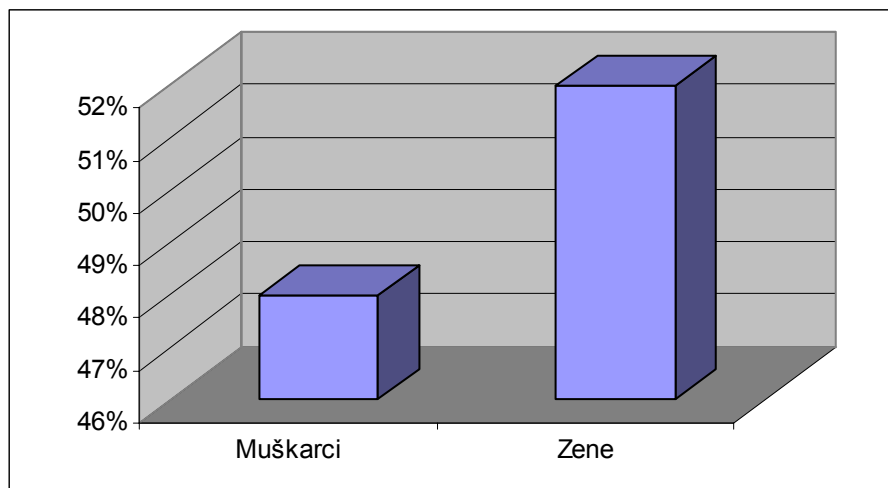
Prema ukupnom broju angažovanih urednika/ca, možemo istaći da je situacija još bolja u odnosu na broj angažovanih novinara/ki i reportera/ki. Žene čine 52% od ukupnog broja urednika/ca, dok muškarci čine 48% urednika u medijima koji su bili predmet istraživanja.

Po mišljenju istraživačica, žene u medijima u BiH su se za ovakav odnos izborile zahvaljujući prije svega temeljitosti, pouzdanosti i odgovornosti. Međutim, ovakva situacija je rezultat i činjenice da muškarci u cilju veće zarade mnogo brže od žena mijenjaju radno mjesto te žene sa znanjem i iskustvom koje imaju dobiju priliku da budu urednice. Međutim, najčešće to znači mnogo više neadekvatno plaćenog posla i neadekvatne ukupne satisfakcije.

Tabela 5. Struktura angažovanih organizatora/ica u BiH medijima

Muškarci		Žene	
Broj	%	Broj	%
19	32%	40	68%

Grafikon 4. Grafički prikaz angažovanih organizatora/ki u BiH medijima

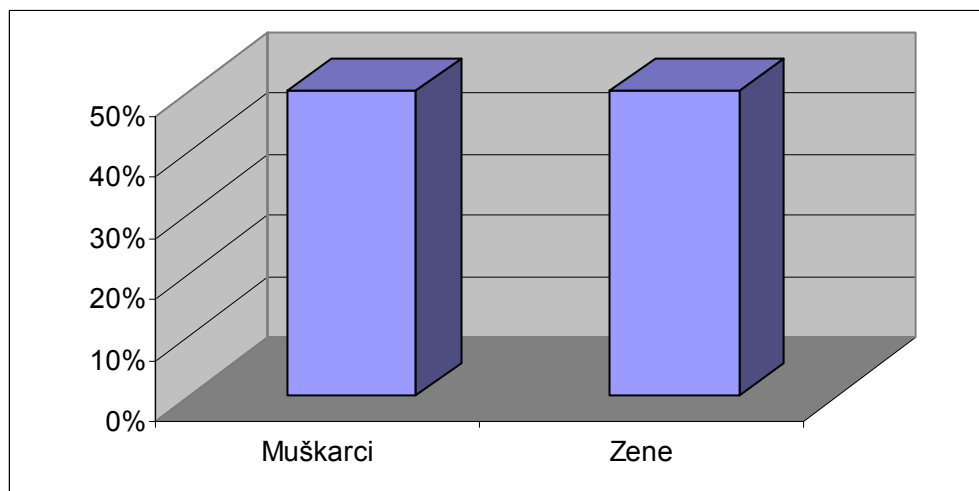


Prema ukupnom broju angažovanih organizatora/ica u BiH medijima koji su bili predmet istraživanja, žene čine 68%, dok muškarci čine 32%. Očiglednu razliku u korist organizatorica u BiH medijima objašnjavamo teškim i odgovornim ali neatraktivnim i nevidljivim poslom koji nije adekvatno plaćen. Temeljnost i odgovornost su kvaliteti u ovom poslu, u kojem je nužno istovremeno voditi računa o mnogo stvari, stoga evidentno zadržava daleko veći broj žena nego muškaraca.

Tabela 6. Struktura zastupljenosti muškaraca i žena u sektoru programa u BiH medijima

Muškarci		Žene	
Broj	%	Broj	%
21	50%	21	50%

Grafikon 5. Grafički prikaz zastupljenosti muškaraca i žena u sektoru programa u BiH medijima

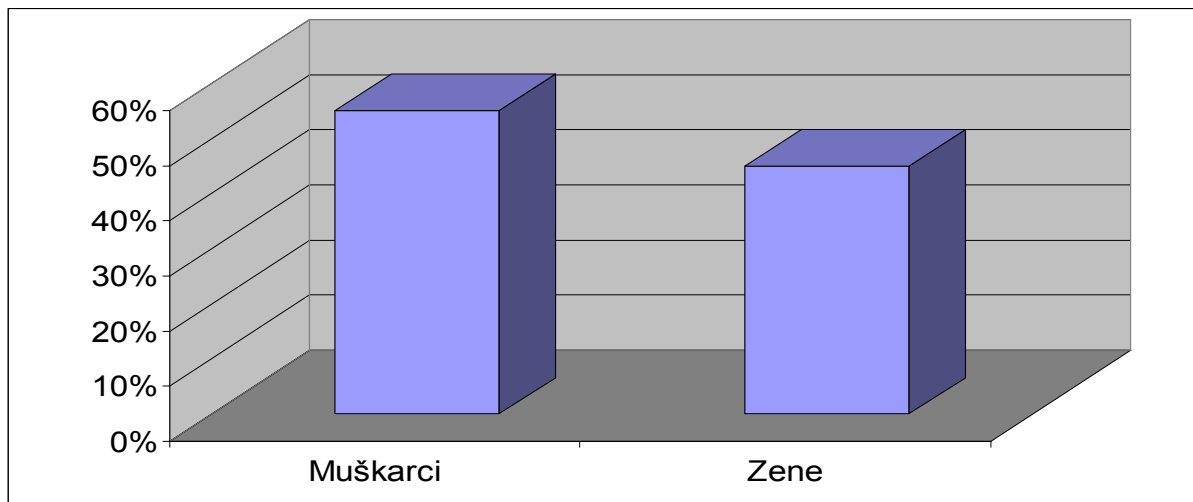


U sektoru programa u BiH medijima koji su bili predmet istraživanja postoji ravnomjerna zastupljenost muškaraca i žena.

Tabela 7. Struktura zastupljenosti muškaraca i žena u informativno političkom programu u BiH medijima

Muškarci		Žene	
Broj	%	Broj	%
110	55%	90	45%

Grafikon 6. Grafički prikaz zastupljenosti muškaraca i žena u informativno političkom programu u BiH medijima

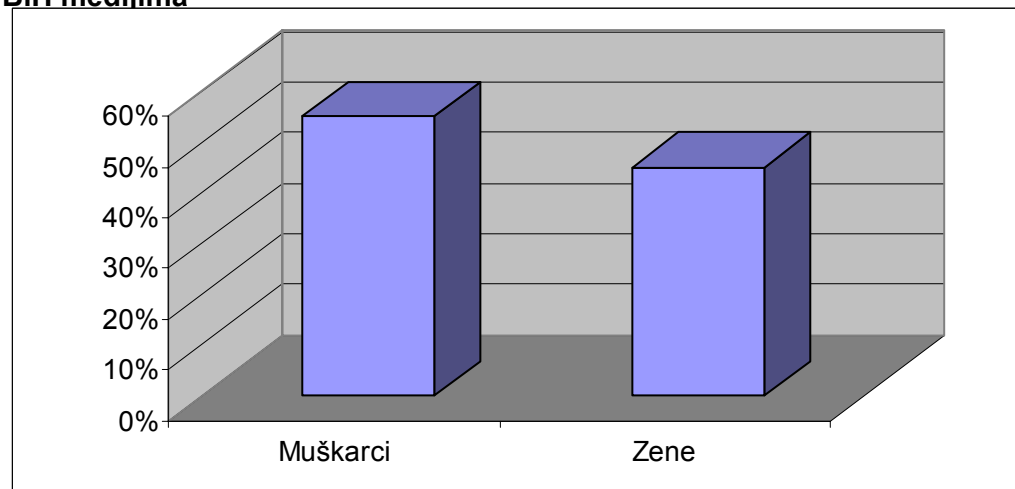


U tabeli 7. su koja predstavlja strukturu zastupljenosti muškaraca i žena u informativno političkom programu u BiH medijima koji su bili predmet istraživanja, uočavamo razliku od 10% u korist muškaraca - 55% čine muškarci, a 45% žene. Ukupan utisak sprovedenog istraživanja je da se na muškarce u informativnim programima više računa. Zanimljivo je poređenje gore navedenog podatka sa, primjera radi, činjenicom da je razlika u angažovanosti žena i muškaraca u političkom životu u Bosni i Hercegovini daleko veća u korist muškaraca (preko 80% muškarci). Razlog za ovakvo stanje se može naći u činjenici da je novinarstvo u informativnom programu najpodložnije kritici te samim tim i najteže i najodgovornije. Ova vrsta novinarskog posla čini ga onim koji biraju manje atraktivnim za razliku od politike u kojoj je sve dozvoljeno.

Tabela 8. Struktura zastupljenosti muškaraca i žena u kontakt i kolažnim programima u BiH medijima

Muškarci		Žene	
Broj	%	Broj	%
21	55%	17	45%

Grafikon 7. Grafički prikaz zastupljenosti muškaraca i žena u kontakt i kolažnim programima u BiH medijima

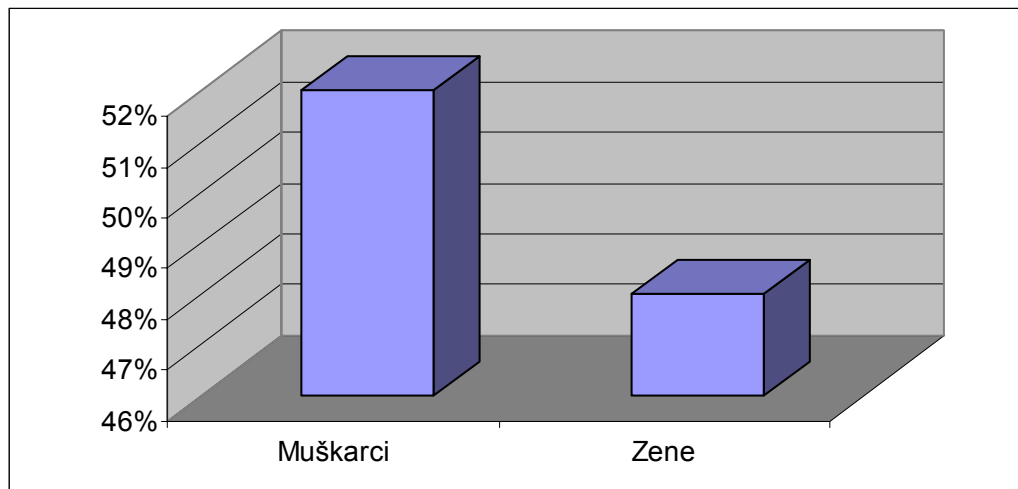


Rezultati istraživanja pokazuju neznatnu razliku u odnosu na zastupljenost muškaraca i žena u kontakt i kolažnim programima u BiH medijima koji su bili predmet istraživanja, tako da muškarci čine 55%, a žene 45%. Primjetno je neznatno povećanje zainteresovanosti muškaraca za ovu vrstu programa.

Tabela 9. Struktura zastupljenosti muškaraca i žena u jutarnjem programu u BiH medijima

Muškarci		Žene	
Broj	%	Broj	%
16	52%	15	48%

Grafikon 8. Grafički prikaz zastupljenosti muškaraca i žena u jutarnjem programu u BiH medijima

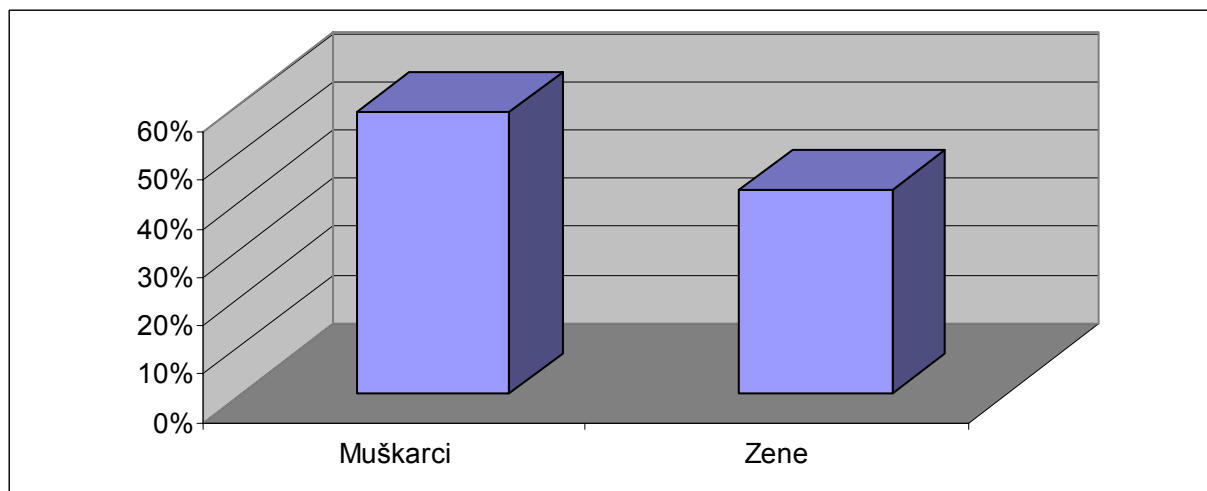


Struktura angažovanih osoba u jutarnjem programu u BiH medijima koji su bili predmet istraživanja pokazuje da postoji balans po polu - 52% angažovanih čine muškarci, a 48% angažovanih su žene.

Tabela 10. Struktura zastupljenosti muškaraca i žena u redakciji dopisništva u BiH medijima

Muškarci		Žene	
Broj	%	Broj	%
23	58%	17	42%

Grafikon 9. Grafički prikaz zastupljenosti muškaraca i žena u redakciji dopisništva u BiH medijima

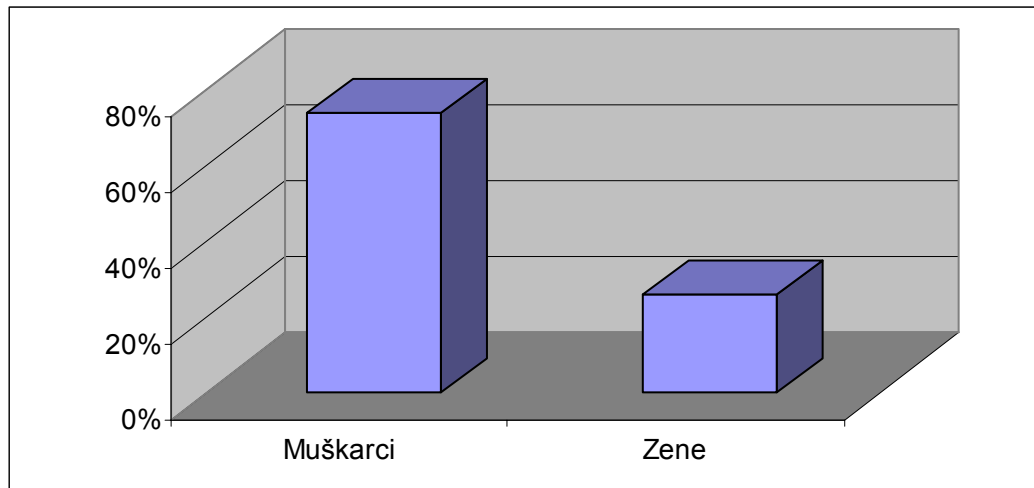


Na ovom nivou je nešto veća razlika - žene čine 42%, a muškarci 58% u dopisništvima medija u BiH koji su bili predmet istraživanja. To može biti rezultat činjenice da su dopisništva uglavnom u centrima gdje je manji izbor radnih mjesta te su muškarci nadmašili broj žena koje u dopisništvima rade naporan posao, koji uglavnom nema radno vrijeme. To opet rezultira time da dopisničke redakcije oslikavaju stanje muške dominacije u regiji.

Tabela 11. Struktura zastupljenosti muškaraca i žena u produkciji u BiH medijima

Muškarci		Žene	
Broj	%	Broj	%
28	74%	10	26%

Grafikon 10. Grafički prikaz zastupljenosti muškaraca i žena u produkciji u BiH medijima



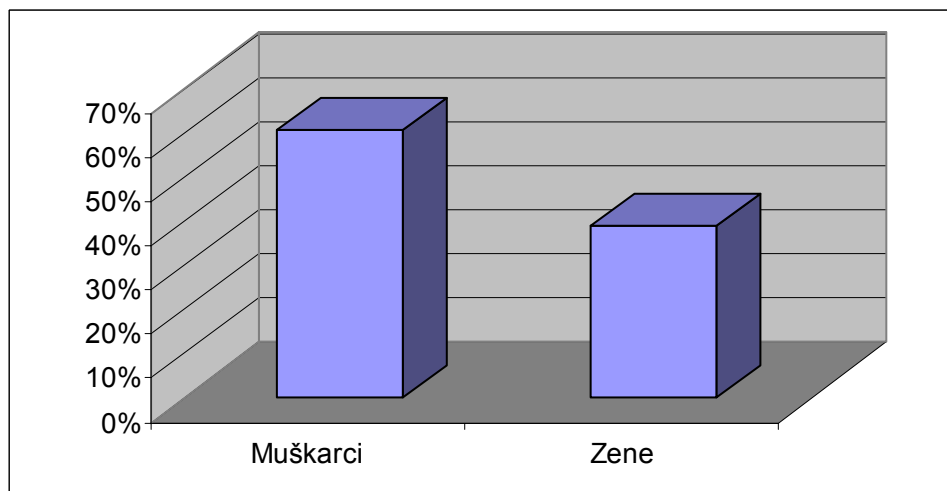
U tabeli 11. je prikazana struktura zastupljenosti muškaraca i žena u produkciji u BiH medijima koji su bili predmet istraživanja. Očigledna je razlika između procenta angažovanih muškaraca - 74% i procenta angažovanih žena - 26%. Rezultat potvrđuje postojeće stereotipe o muškim i ženskim zanimanjima u BiH, po kojim sva zanimanja koja su vezana za tehniku su više vezana za muškarce.

F.2 Struktura zastupljenosti muškaraca i žena u upravljačkim tijelima u BiH medijima

Tabela 12. Struktura zastupljenosti muškaraca i žena u upravljačkim tijelima u BiH medijima

Muškarci		Žene	
Broj	%	Broj	%
105	61%	68	39%

Grafikon 11. Grafički prikaz zastupljenosti muškaraca i žena u upravljačkim strukturama u BiH medijima



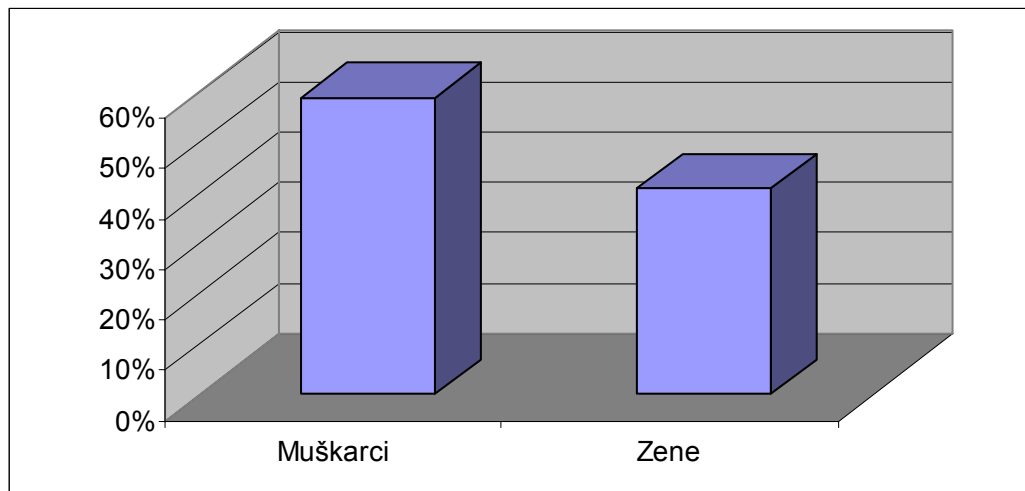
U tabeli 12. u kojoj su prikazani rezultati vezani za zastupljenost muškaraca i žena u upravljačkim strukturama u BiH medijima koji su bili predmet istraživanja, uočavamo dominaciju muškaraca - 61% u odnosu na žene - 39%. Dvije trećine muškaraca a tek jedna trećina žena u upravljačkim strukturama je očigledan primjer da se broj

angažovanih muškaraca u BiH medijima proporcionalno povećava približavanjem mjestima moći na kojim se odlučuje.

Tabela 13. Struktura zastupljenosti muškaraca i žena u upravnim odborima BiH medija

Muškarci		Žene	
Broj	%	Broj	%
41	59%	28	41%

Grafikon 14. Grafički prikaz zastupljenosti muškaraca i žena u upravnim odborima BiH medija

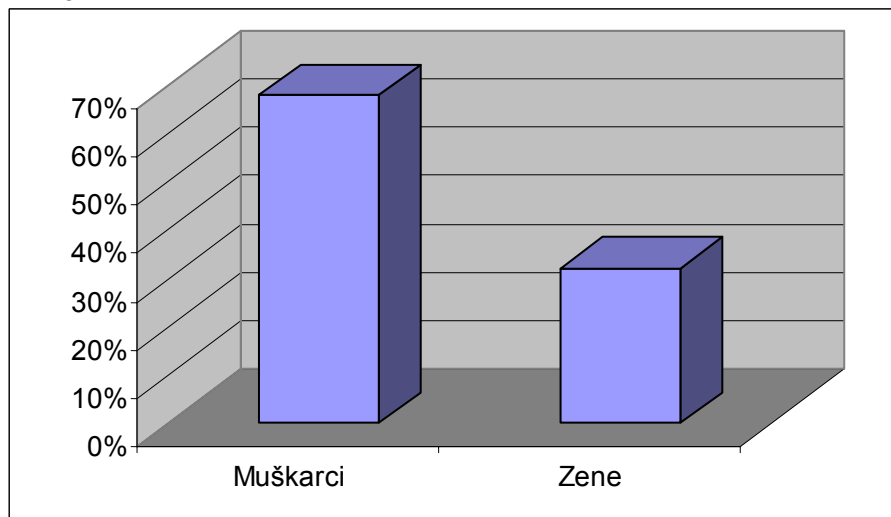


Zastupljenost muškaraca u procentu od 59% u upravnim odborima BiH medija koji su bili predmet istraživanja potvrđuje već navedenu činjenicu u prethodnom rezultatu.

Tabela 14. Struktura zastupljenosti muškaraca i žena u nadzornim odborima u BiH medijima

Muškarci		Žene	
Broj	%	Broj	%
26	68%	12	32%

Grafikon 13. Grafički prikaz zastupljenosti muškaraca i žena u nadzornim odborima u BiH medijima

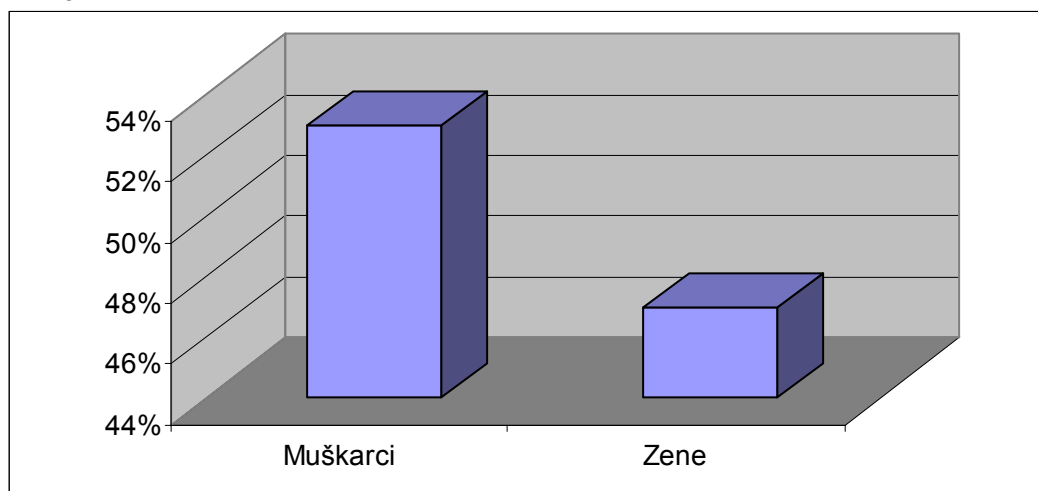


Rezultati istraživanja pokazuju još veći procenat zastupljenosti muškaraca u nadzornim odborima BiH medija koji su bili predmet istraživanja - 68%. Ovo ukazuje na činjenicu da su žene marginalizovane u smislu stvarnog uticaja u donošenju odluka u tijelima koja imaju važnu ulogu u radu medija u BiH.

Tabela 15. Struktura zastupljenosti muškaraca i žena u savjetodavnim odborima u BiH medijima

Muškarci		Žene	
Broj	%	Broj	%
10	53%	9	47%

Grafikon 14. Grafički prikaz zastupljenosti muškaraca i žena u savjetodavnim odborima u BiH medijima



Iz prikaza rezultata zastupljenosti muškaraca i žena u savjetodavnim odborima BiH medija koji su bili predmet istraživanja, vidljiva je nešto veća zastupljenost žena - 47%. Međutim, važno je istaći da savjetodavni odbori u BiH medijima nemaju toliki uticaj u odnosu na ostala upravljačka tijela i strukture u BiH medijima, kao i činjenicu da ova tijela nisu obavezujuća.

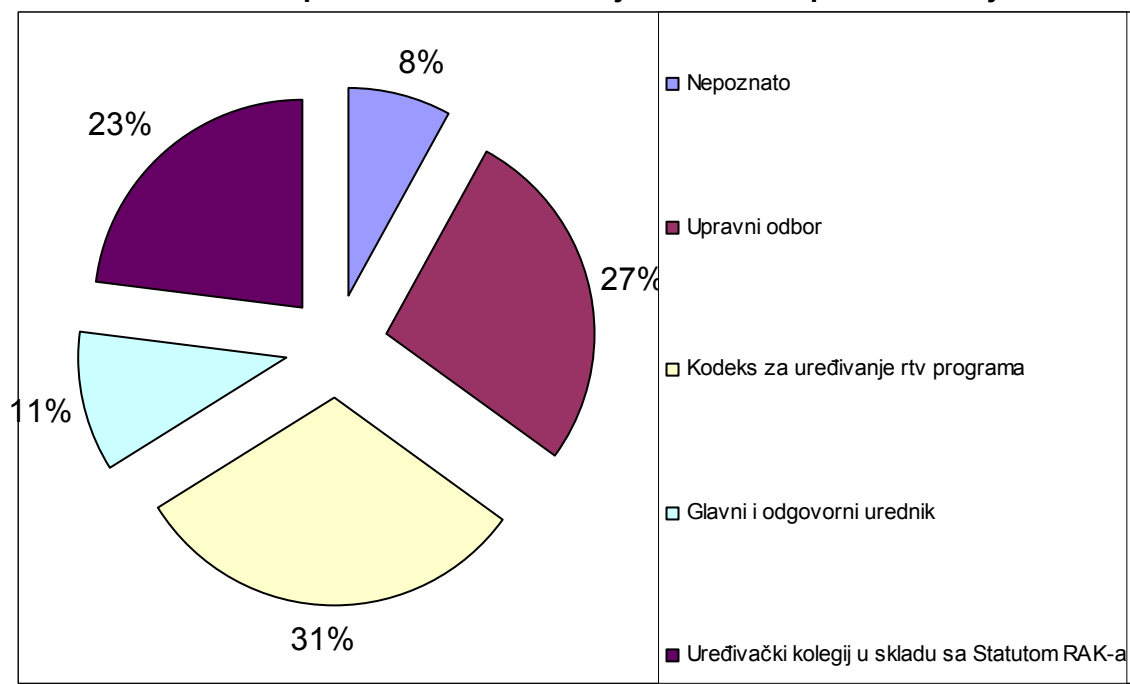
F.3 Uređivačke politike medija u Bosni i Hercegovini

Treći dio istraživanja se odnosio na uređivačke politike medija u BiH koji su bili predmet istraživanja, u kojem su kontakt osobe imale mogućnost otvorenih odgovora.

Tabela 16. Na koji način se formira uređivačka politika medija?

Odgovor	Broj	%
Prema Kodeksu za uređivanje radio televizijskih programa u BiH	8	31%
Na osnovu odluka upravnog odbora medija	7	27%
Uređivački kolegij uređuje program u skladu sa Statutom Regulatorne agencije za komunikacije (RAK) BiH	6	23%
Utvrđuje je glavni i odgovorni urednik	3	11%
Nepoznato	2	8%

Grafikon 15. Grafički prikaz načina formiranja uređivačke politike medija u BiH



Na osnovu prikazanih rezultata u Tabeli broj 16, 31% medija u Bosni i Hercegovini koji su bili predmet istraživanja formira uređivačku politiku prema Kodeksu za uređivanje radio televizijskih programa. 27% medija je istaklo da svoju uređivačku politiku formira na osnovu odluka koje donosi Upravni odbor. Uredivačku politiku medija u 23% slučajeva formira Uredivački kolegij u skladu sa Statutom Regulatorne agencije za komunikacije (RAK) BiH. Glavni i odgovorni urednik sam utvrđuje uređivačku politiku u 11% medija. Ostali mediji (8%) nisu naveli na koji način formiraju svoju uređivačku politiku.

Tabela 17. Da li vodite računa o ravnomjernoj zastupljenosti žena i muškaraca u procesu kreiranja uređivačke politike?

Odgovor	Broj	%
Nepoznato	3	12%
Da	19	73%
Ne	4	15%

Grafikon 16. Grafički prikaz odgovora medija u vezi ravnomjerne zastupljenosti žena i muškaraca u procesu kreiranja uređivačke politike

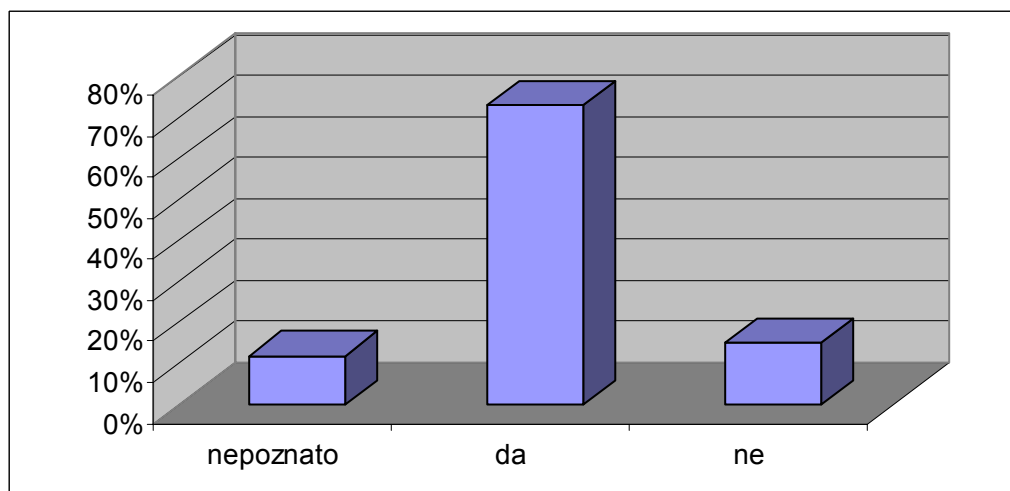
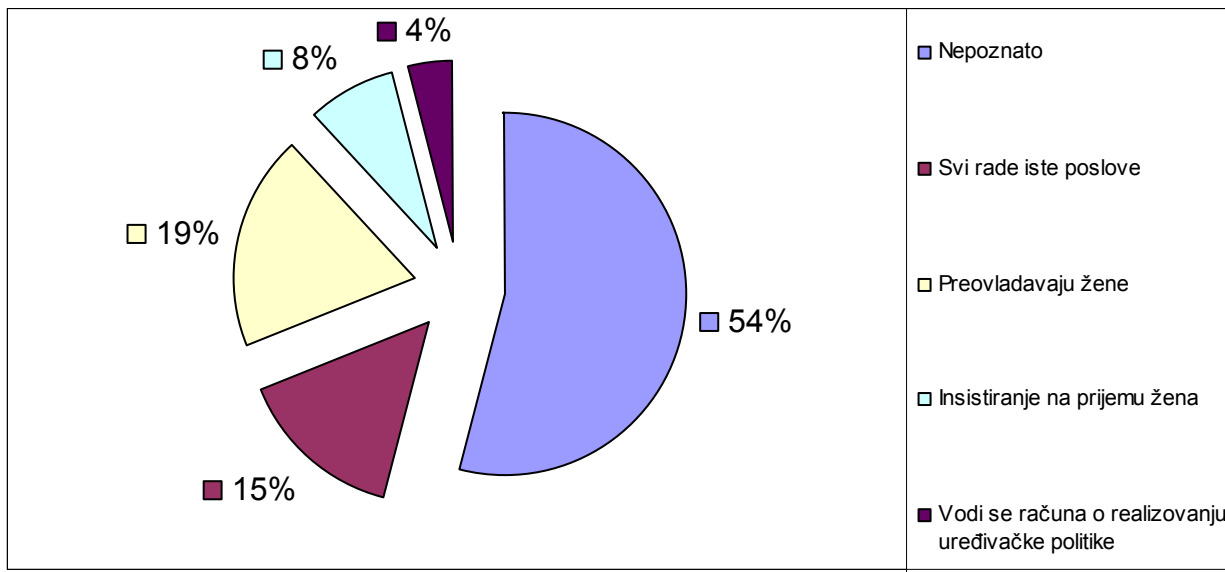


Tabela 17.1. Na koji način se u medijima BiH vodi računa o ravnomjernoj zastupljenosti žena i muškaraca u procesu kreiranja uređivačke politike?

Odgovor	Broj	%
Nepoznato	14	54%
Preovladavaju žene u medijskoj kući	5	19%
Svi rade iste poslove	4	15%
Insistiramo na prijemu žena u sve strukture kreiranja programa	2	8%
Vodi se računa o realizovanju uređivačke politike medija	1	4%

Grafikon 16.1. Grafički prikaz načina na koji mediji BiH vode računa o ravnomjernoj zastupljenosti žena i muškaraca u procesu kreiranja uređivačke politike



U Tabeli broj 17 su prikazani odgovori medija u BiH koji su bili predmet istraživanja u vezi procesa kreiranja uređivačke politike. Većina ispitanih medija - 73% je izjavilo da vodi računa o ravnomjernoj zastupljenosti žena i muškaraca u procesu kreiranja uređivačke politike, dok je 15% medija o tome ne vodi računa. 12% medija nije dalo nikave podatke, tako da možemo pretpostaviti da jednakoj zastupljenosti muškaraca i žena u ovom procesu ne pridaju nikakvu važnost.

Već smo istakli da mediji (Tabela 17.) uglavnom vode računa o ravnomjernoj zastupljenosti, tako da ćemo u nastavku prikazati na koji način na koji to rade. Nikakve podatke (Tabela 17.1.) nismo dobili od 54% medija, dok je 4% njih samo još jednom ponovilo da vode računa o tome, tako da ove podatke možemo uzeti sa velikom rezervom, s obzirom da pojašnjenje procedura koje koriste nisu naveli. 19% medija je izjavilo da preovladavaju žene u medijskoj kući, a 15% medija da svi rade iste poslove, koristeći to kao izgovor da ženama daju priliku da kreiraju uređivačku politiku. 8% BiH medija koji su bili predmet istraživanja je izjavilo da insistiraju na prijemu žena u sve strukture kreiranja programa.

Međutim, upravo podatak da 54% BiH medija koji su učestvovali u istraživanju nije pružilo odgovor na koji način vodi računa o ravnomjernoj zastupljenosti žena i muškaraca ukazuje na to da, u svom svakodnevnom radu, ne vode računa o ovom problemu.

Tabela 17.2. Da li postoje pisane procedure vezane za ravnopravnu zastupljenost muškaraca i žena u procesu kreiranja uređivačke politike?

Odgovor	Broj	%
Nepoznato	5	19%
Da	2	8%
Ne	19	73%

Grafikon 16.2. Grafički prikaz postojanja pisanih procedura vezane za ravnopravnu zastupljenost muškaraca i žena u procesu kreiranja uređivačke politike u BiH medijima

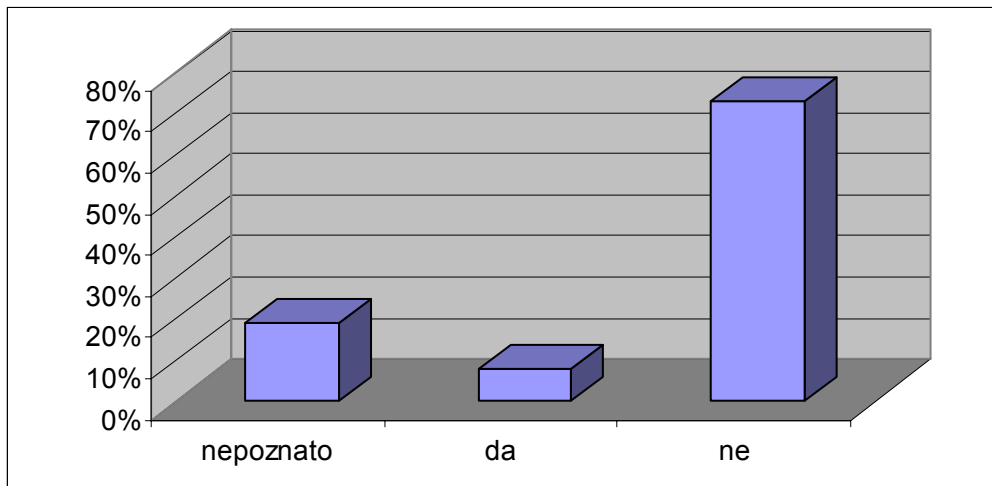
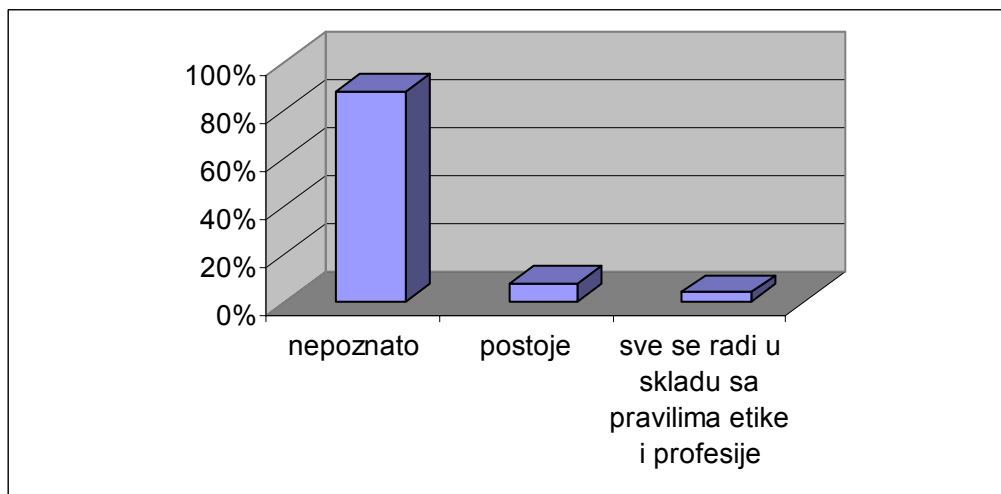


Tabela 17.3. Ako ne postoje pisane procedure vezane za ravnopravnu zastupljenost muškaraca i žena u procesu kreiranja uređivačke politike, zbog čega ne postoje?

Odgovor	Broj	%
Nepoznato	23	88%
Postoje	2	8%
Sve se radi u skladu sa pravilima profesije i etike	1	4%

Grafikon 16.3. Grafički prikaz razloga zbog kojih ne postoje pisane procedure vezane za ravnopravnu zastupljenost muškaraca i žena u procesu kreiranja uređivačke politike ?



Iz Tabele broj 17.2. vidimo da samo 8% BiH medija koji su bili predmet istraživanja ima definisane pisane procedure vezane za ravnopravnu zastupljenost muškaraca i žena u procesu kreiranja uređivačke politke, dok 73% medija nemaju. Odgovor na ovo pitanje nismo dobili od 4% medija.

Pojašnjenje razloga zbog kojih nemaju pisane procedure nismo dobili od 88% BiH medija koji su bili predmet istraživanja, dok je samo je 4% medija navelo da sve rade u skladu sa pravilima etike i profesije. Nedostatak pisanih procedura i pravila ukazuje na to da ravnopravna zastupljenost muškaraca i žena ne predstavlja prioritet u kreiranju uređivačkih politika u medijima u Bosni i Hercegovini.

Tabela 18. Da li promovirate veće učešće žena u kreiranju programa medija?

Odgovor	Broj	%
Da	14	54%
Ne	6	23%
Nepoznato	4	15%
Da, žena je više u medijskoj kući	2	8%

Grafikon 17. Grafički prikaz opredjeljenosti BiH medija da promovišu veće učešće žena u kreiranju programa

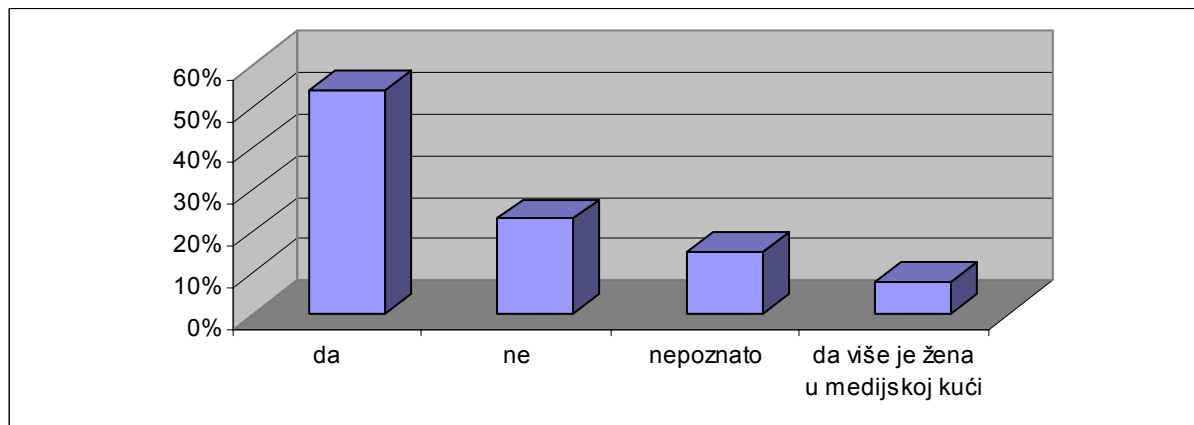


Tabela 18.1. Da li postoje pisane procedure u vezi sa promovisanjem većeg učešća žena u kreiranju programa?

Odgovor	Broj	%
Nepoznato	7	27%
Da	1	4%
Ne	18	69%

Grafikon 17.1. Grafički prikaz postojanja pisanih procedura u vezi sa promovisanjem većeg učešća žena u kreiranju programa u medijima

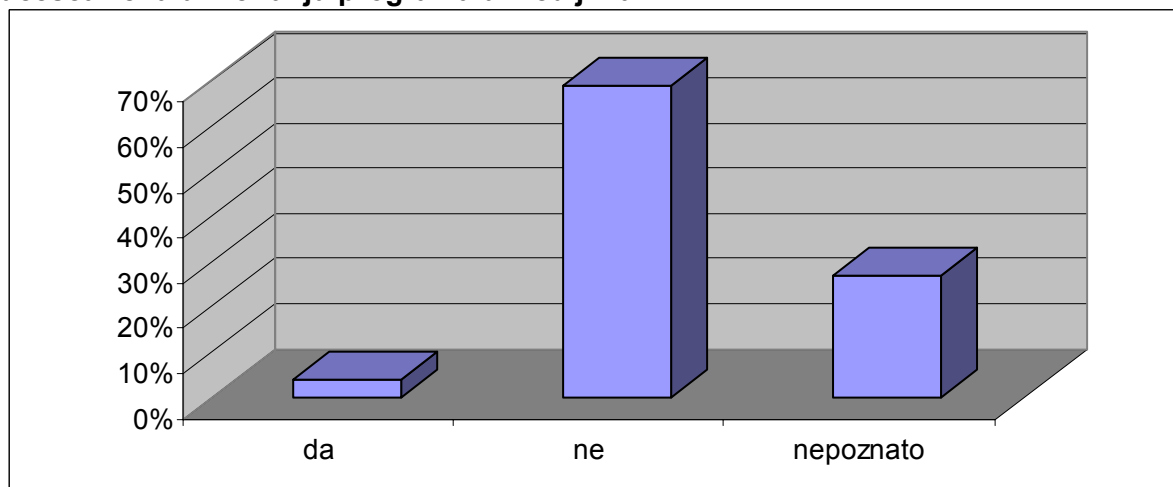
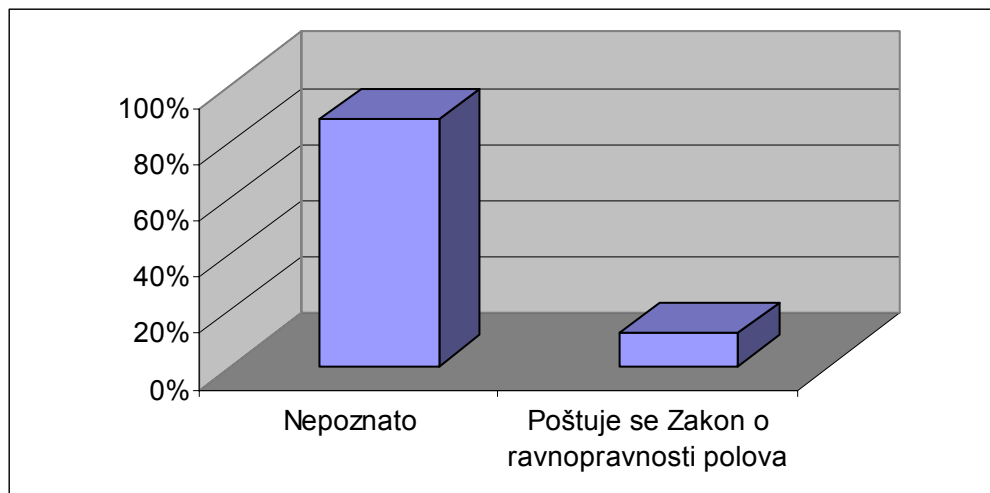


Tabela 18.2. Ukoliko ne postoje pisane procedure u vezi sa promovisanjem većeg učešća žena u kreiranju programa u medijima, zbog čega ne postoje?

Odgovor	Broj	%
Nepoznato	23	88%
Poštuje se Zakon o ravnopravnosti polova BiH	3	12%

Grafikon 17.2. Grafički prikaz razloga zbog kojih ne postoje pisane procedure u vezi sa promovisanjem većeg učešća žena u kreiranju programa u medijima u BiH



Iz Tabele 18 možemo uočiti da je 54% BiH medija koji su bili predmet istraživanja izjavilo da vodi računa o promovisanju većeg učešća žena u kreiranju programa, ne navodeći pri tome na koji način to rade. 23% BiH medija koji su učestvovali u istraživanju je izjavilo da ne vodi računa o promociji većeg učešća žena u kreiranju programa, dok od 15% medija nismo dobili nikakve podatke. 8% BiH medija koji su učestvovali u istraživanju navodi da je više žena u njihovim medijskim kućama i shodno tome vode računa o promociji većeg učešća žena u kreiranju programa.

U odgovoru na upit o postojanju pisanih procedura za promovisanje većeg učešća žena u kreiranju programa, samo 1% BiH medija koji su učestvovali u istraživanju je izjavilo da sve rade u skladu sa postojećim pisanim procedurama, ne pojašnjavajući svoj odgovor, dok je 69% medija izjavilo da ne koriste nikakve pisane procedure u radu na ovom problemu. Značajan procenat medija - 27% nije dalo nikakve podatke niti obrazloženja u vezi pisanih procedura za promovisanje većeg učešća žena u kreiranju programa, što nas navodi na zaključak da u ovim medijima ne postoje pisane procedure po ovim pitanju, ili nisu dovoljno jasne.

Iz odgovora na predhodna pitanja, možemo zaključiti da BiH mediji koji su učestvovali u istraživanju uglavnom ne koriste nikakve pisane procedure vezane za promovisanje većeg učešća žena u kreiranju programa i da ovo pitanje ne smatraju važnim, što je takođe vidljivo iz podatka da 96% medija nije navelo niti jedan razlog zbog kojeg ne koristi pisane procedure po ovom pitanju.

Važno je napomenuti da je samo 8% BiH medija koji su učestvovali u istraživanju izjavilo da vodi računa o poštovanju Zakona o ravnopravnosti polova Bosne i Hercegovine (Tabela 18.2.).

Tabela 19. Na koji način se formira propagandna politika medija?

Odgovor	Broj	%
Nepoznato	10	38%
Putem promocije medija	8	31%
Kodeksom o programiranju i sponzorisaniu	3	11%
Usvaja se propagandna strategija i definicija	2	8%
Uređivački kolegij	2	8%
Tržišna ekonomija	1	4%

Grafikon 18. Grafički prikaz načina na koje BiH mediji formiraju svoju propagandnu politiku

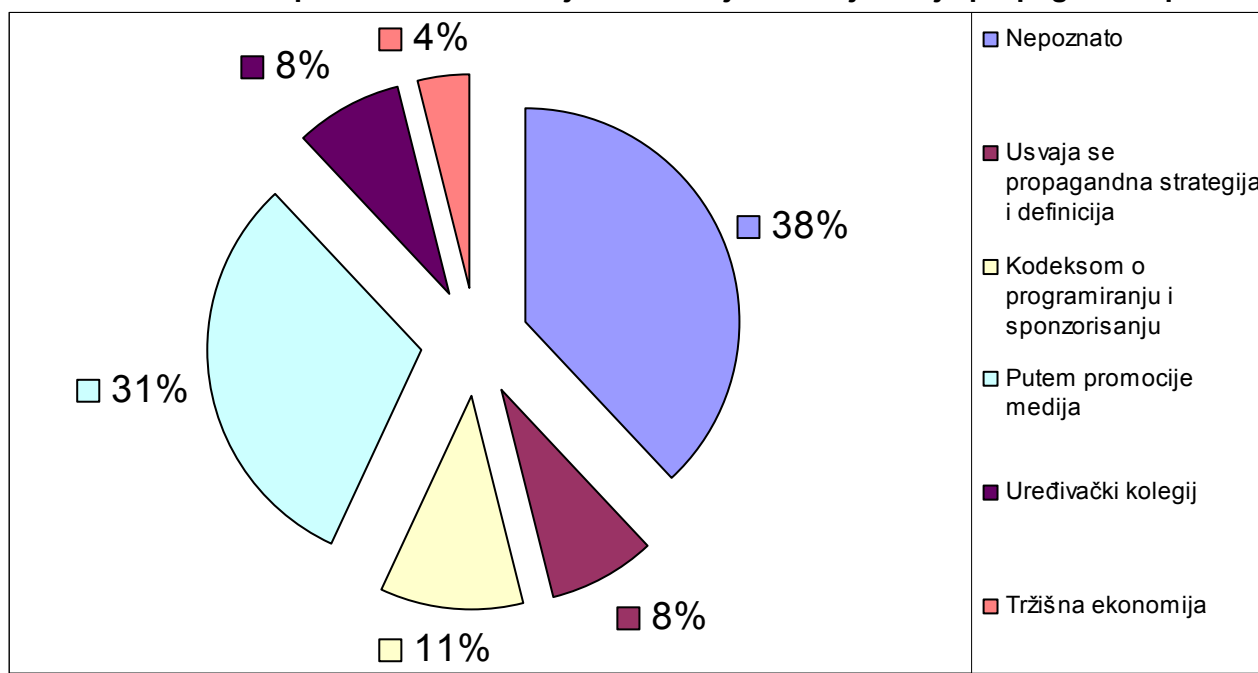


Tabela 19.1. predstavlja rezultate o načinima formiranja propagandne politike u BiH medijima koji su učestvovali u istraživanju. 31% medija je istaklo da propagandnu politiku formira putem promocije samog medija, 11% medija na osnovu Kodeksa o programiranju i sponzorisaniu, dok 8% medija usvaja propagandnu strategiju i definiciju. Takođe, 8% medija je izjavilo da propagandnu politiku formira uređivački kolegij, a 4% na osnovu tržišne ekonomije. Međutim, važno je napomenuti da od najvećeg procenta medija koji su učestvovali u istraživanju - 38% nismo dobili nikakve podatke vezane za propagandnu politiku.

Tabela 19.2. Kako mediji u BiH prodaju sebe (samopromocija)?

Odgovor	Broj	%
Nepoznato	10	39%
Putem samog medija	12	46%
Akcije od koristi za širu zajednicu	4	15%

Grafikon 18.2. Grafički prikaz samopromocije medija u BiH

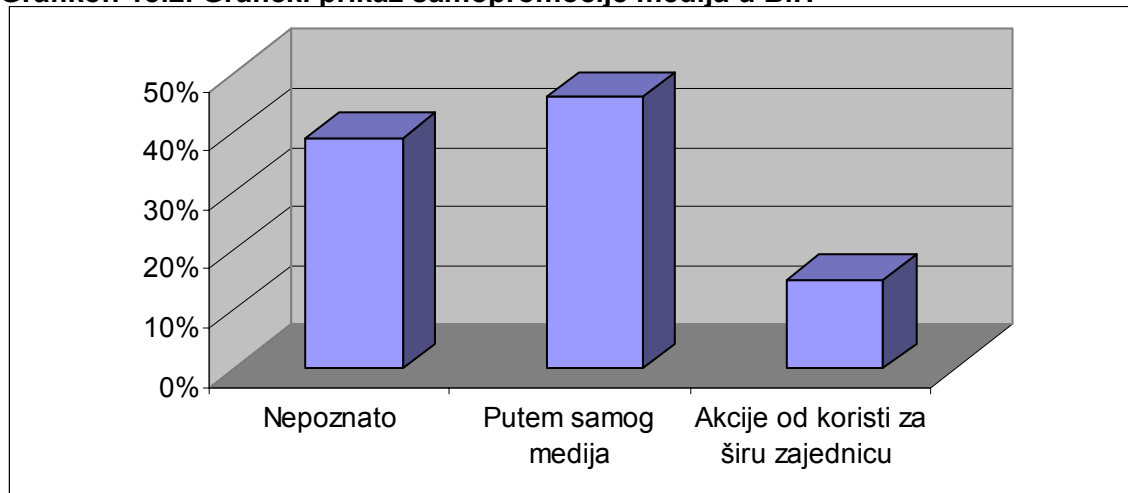


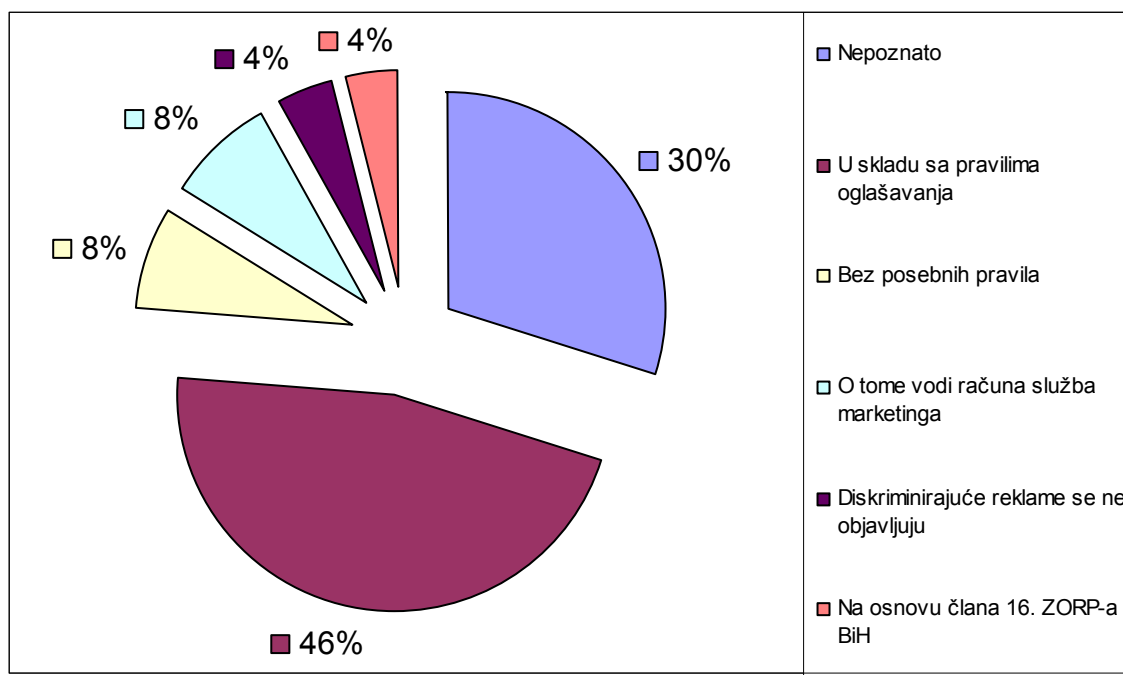
Tabela 19.2. predstavlja odgovore BiH medija koji su bili predmet istraživanja u vezi načina samopromocije. Najveći procenat medija - 46% je izjavilo da samopromociju vrši putem samog medija, dok je 15% medija izjavilo da

samopromociju vrši preko akcija od koristi za širu zajednicu. I u odgovoru na ovo pitanje nismo dobili nikakve podatke od 39% medija.

Tabela 19.3. Kako mediji u BiH donose odluku da li će neka reklama biti emitovana ili ne?

Odgovor	Broj	%
U skladu sa pravilima oglašavanja	12	46%
Nepoznato	8	30%
Bez posebnih pravila	2	8%
O tome vodi računa služba marketinga	2	8%
Diskriminirajuće reklame se ne objavljuju	1	4%
Na osnovu člana 16. Zakona o ravnopravnosti polova BiH	1	4%

Grafikon 18.3. Grafički prikaz načina na koje BiH mediji donose odluku vezanu za emitovanje reklama

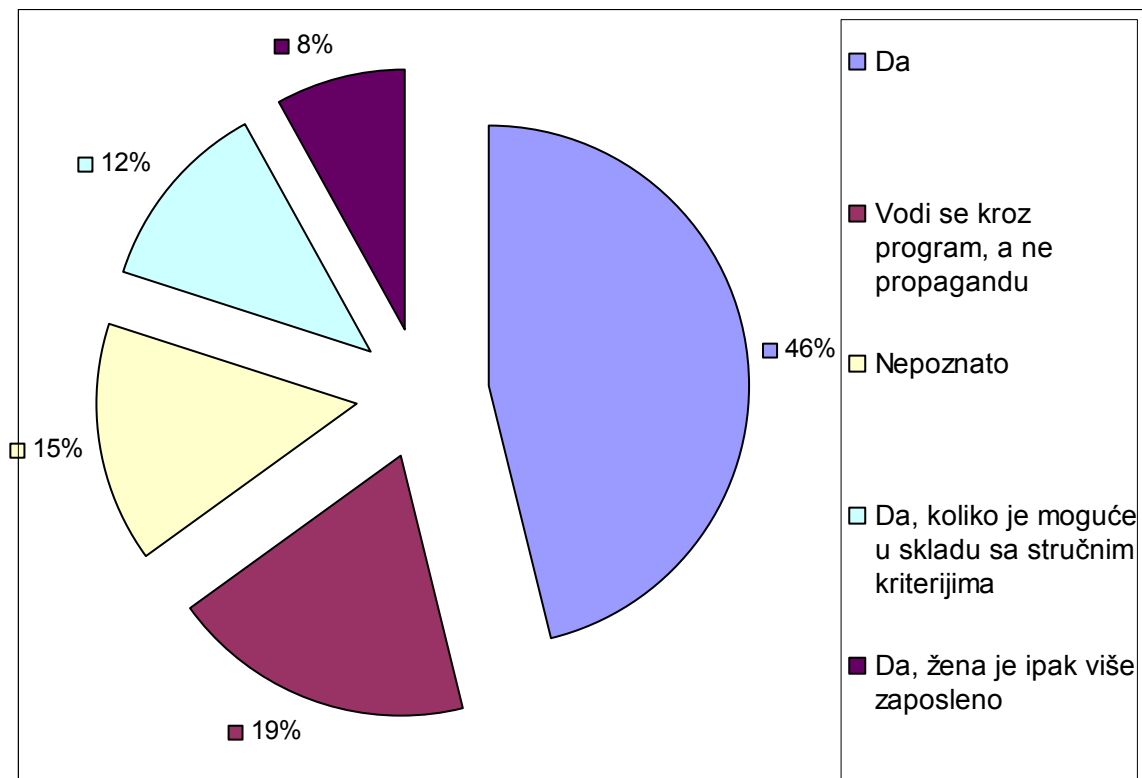


Iz Tabele 19.3. je vidljivo da najveći procenat BiH medija koji su učestvovali u istraživanju - 46% odluku o emitovanju reklama donosi u skladu sa pravilima oglašavanja. 8% medija ističe da sve odluke donosi služba marketinga ili da nemaju nikakva posebna pravila o donošenju odluka o emitovanju reklama. Interesantan podatak predstavlja da je samo 4% BiH medija koji su učestvovali u istraživanju izjavilo da ne objavljuje nikakve diskriminirajuće reklame, kao i da vodi računa o članu 16. Zakona o ravnopravnosti spolova Bosne i Hercegovine. I kod odgovora na ovo pitanje, značajan procenat BiH medija koji su učestvovali u istraživanju - 30% nije pružio nikakve informacije niti obrazloženja vezana za način donošenja odluka o emitovanju reklama.

Tabela 20. Da li se vodi računa o ravnomjernoj zastupljenosti muškaraca i žena u procesu kreiranja propagandne politike u BiH medijima?

Odgovor	Broj	%
Da	12	46%
Vodi se kroz program, a ne propagandu	5	19%
Nepoznato	4	15%
Da, koliko je moguće u skladu sa stručnim kriterijumima	3	12%
Da, žena je ipak više zaposleno	2	8%

Grafikon 19. Grafički prikaz ravnomjerne zastupljenosti muškaraca i žena u procesu kreiranja propagandne politike u BiH medijima

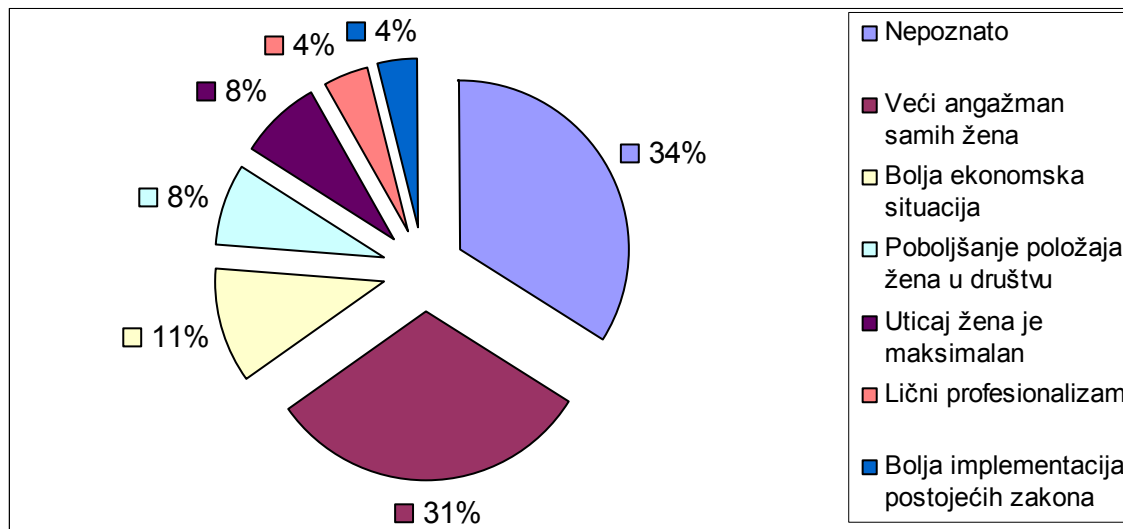


46% BiH medija koji su učestvovali u istraživanju je izjavilo da vodi računa o ravnomjernoj zastupljenosti žena i muškaraca u procesu kreiranja propagandne politike. 19% medija je izjavilo da vodi računa o ravnopravnosti polova kroz program, a ne propagandu, 12% BiH medija vodi računa o ovom pitanju skladu sa stručnim kriterijima, dok 8% medija je izjavilo da je žena ipak više zaposleno u medijskoj kući. I kod odgovora na ovo pitanje, 15% BiH medija koji su učestvovali u istraživanju nisu pružili nikakve informacija niti obrazloženja.

Tabela 21. Šta bi po vašem mišljenju unaprijedilo pristup i uticaj žena na kreiranje uređivačkih i propagandnih politika u medijima u BiH?

Odgovor	Broj	%
Nepoznato	9	34%
Veći angažman samih žena	8	31%
Bolja ekonomska situacija	3	11%
Poboljšanje položaja žena u društvu	2	8%
Uticaj žena je maksimalan	2	8%
Lični profesionalizam	1	4%
Bolja implementacija postojećih zakona	1	4%

Grafikon 20. Grafički prikaz načina za unaprijeđenje pristupa i uticaja žena na kreiranje uređivačkih i propagandnih politika



Iz rezultata predstavljenih u tabeli broj 21. uočavamo da 31% medija smatra da pristup i uticaj žena na kreiranje uređivačkih i propagandnih politika se može unaprijediti većim angažmanom samih žena, dok 8% medija smatraju da je uticaj žena u medijima maksimalan. 12% medija je izjavilo da tome najviše doprinjela bolja ekonomska situacija, dok 8% B&H medija smatra da je poboljšanje učešća i uticaja žena u medijima uslovljeno poboljšanjem položaja žena u društvu. 4% B&H medija smatra da u rješavanju ovog problema najveći uticaj ima lični profesionalizam, dok samo 2% B&H medija smatra da bi tome doprinijela bolja implementacija postojećih zakona.

KRATKI PREGLED PROJEKTA "RAVNOPRAVNOST POLOVA U BOSNI I HERCEGOVINI - INFORMISANO JAVNO MIŠLJENJE I RODNO SENSITIVNI MEDIJI"

Udružene žene Banja Luka realizuju ovaj projekat u periodu od januara 2005 godine do decembra 2007 godine, u partnerstvu sa nevladinom organizacijom Amica e.V. iz Njemačke i uz finansijsku podršku Evangelischer Entwicklungsdienst (EED) iz Njemačke.

Razvojni cilj ovog projekta je kreiranje mogućnosti za smanjenje rodne diskriminacije u svim sferama društvenog, ekonomskog i političkog života, kroz omogućavanje građankama i građanima Banja Luke i Bosne i Hercegovine da se upoznaju sa Zakonom o pravnojpravnosti polova u BiH, kreiraju informisano javno mišljenje o rodno uslovljenoj diskriminaciji i učestvuju u zalaganju za poboljšanje položaja žena u našem okruženju.

U okviru ovog projekta, Udružene žene Banja Luka djeluju na nekoliko nivoa:

- Osnaživanje žena i muškaraca u medijima BiH da prepoznaju diskriminaciju po osnovu pola, pripremaju rodno sensitive medijske izvještaje, priloge i priče i podrže nas u ostvarivanju uticaja na pozitivne promjene u medijskim politikama i programima - kroz TV diskusije, radionice o ravnopravnosti polova za predstavnike/ce medija, kao i umrežavanje i izgradnju kapaciteta;
- Jačanje kapaciteta aktivistkinja NVO sektora i političarki u vještinama javne prezentacije, izgradnje efikasnih veza i komunikacije sa medijima i predstavljanja svog mišljenja i stavova o važnim političkim, društvenim i ekonomskim pitanjima koja utiču na živote građana i građanki u Bosni i Hercegovini - kroz TV diskusije, radionice i umrežavanje;
- Kreiranje javnog pritiska na zvaničnike i kreatore javnih politika u smislu zalaganja za pozitivne promjene u politikama vezanim za ženska ljudska prava, ravnopravnost polova i pristup žena medijima u BiH;
- Povećanje znanja građana i građanki o specifičnim pitanjima koja su sastavni dio Zakona o ravnopravnosti polova u BiH i podizanje njihovih kapaciteta da kreiraju javno mišljenje o diskriminaciji po osnovu pola.

Aktivnosti projekta uključuju:

- Organizovanje jedanaest TV programa/diskusija koje se fokusiraju na specifične teme iz Zakona o ravnopravnosti polova BiH;

- Organizovanje radionica o ravnopravnosti polova za predstavnike/ce elektronskih i štampanih medija u Bosni i Hercegovini;
- Radionice o ravnopravnosti polova za aktivistkinje nevladinih organizacija i političarke u Bosni i Hercegovini;
- Organizovanje studijske posjete Banja Luci i BiH predstavnica nevladinih organizacija iz Kosova, Makedonije;
- Umrežavanje i izgradnja kapaciteta predstavnika/ca medija i političarki u BiH;
- Studijska posjeta članova/ca Udruženih žena Banja Luka Njemačkoj;
- Monitoring medija, saopštenja za javnost, učešće u TV emisijama, ulične kampanje, akcije javnog zalaganja i lobiranja, organizovanje javnih tribina usmjerenih na zalaganje za pozitivne promjene u zvaničnim politikama vezanim za ženska ljudska prava, ravnopravnost polova i pristup žena medijima u Bosni i Hercegovini;
- Terensko istraživanje i analiza usmjerena na stvaranje uslova za akcije javnog zalaganja za podizanje rodne senzibilnosti medija u Bosni i Hercegovini;
- Uspostavljanje web prezentacije Udruženih žena Banja Luka i medijskog projekta;
- Organizovanje radionice za razvoj strategije za kampanju javnog zalaganja za bolji pristup žena medijima i ostvarivanje stvarnog uticaja žena na razvoj medija u Bosni i Hercegovini;
- Organizovanje aktivnosti javnog zalaganja usmjerenih na senzibilizaciju medija za pitanja ravnopravnosti polova u Bosni i Hercegovini.

O UDRUŽENIM ŽENAMA BANJA LUKA

Udružene žene Banja Luka je nevladina organizacija osnovana 16. avgusta 1996 godine u Banja Luci. Kroz aktivnosti i projekte naše organizacije, zalažemo se za unaprijeđenje društvenog položaja žene i njeno pravo na život bez nasilja u porodici i javnom životu.

Želimo vidjeti više žena na pozicijama odlučivanja u zvaničnim institucijama na svim nivoima vlasti i odlučivanja u Bosni i Hercegovini.

Naša vizija je: Žena svijesna njene moći, ravnopravna, poštovana, zaposlena i srećna.

Naša misija je: Jačanje i afirmisanje žena kroz zalaganje i rad na stvarnom poštovanju i primjeni ženskih ljudskih prava.

Opšti strateški prioriteti i ciljevi djelovanja Udruženih žena Banja Luka:

- Borba protiv nasilja nad ženama kroz obezbjeđivanje besplatne pravne i psihosocijalne pomoći za žene i djecu žrtve nasilja, aktivnosti usmjerene na primjenu zvaničnih politika i institucionalnih mehanizama za borbu protiv nasilja nad ženama;
- Jačanje svijesti građana/ki o nasilju nad ženama i rodno uslovljenom nasilju kroz medijsko zalaganje i jačanje i unaprijeđenje saradnje sa drugim nevladinim organizacijama i zvaničnim institucijama koje su aktivne na problemu nasilja nad ženama i rodno uslovljenom nasilju u zemlji i inostranstvu;
- Povećanje svijesti javnosti o trgovini ljudima u Bosni i Hercegovini i javno zalaganje za efikasniji rad zvaničnih institucija u Republici Srpskoj i Bosni i Hercegovini na prevenciji trgovine ljudima;
- Osnaživanje žena da učestvuju u društvenim promjenama kroz njihovu aktivnu ulogu u kreiranju javnih politika i političkom odlučivanju na lokalnom, entitetskom i državnom nivou Bosne i Hercegovine i zalaganje za jednakost polova u javnom i političkom životu u Bosni i Hercegovini;
- Jednakost polova u medijima BiH - javno zalaganje za uklanjanje diskriminacije i zloupotreba žena u elektronskim i štampanim medijima u BiH i stvaranje uslova za jednak pristup žena i muškaraca procesu kreiranja medijskih politika u BiH;
- Unaprijeđenje sensitivnosti za pitanja ravnopravnosti polova novinarki i novinara u BiH i umrežavanje NGO aktivistkinja, novinarki i političarki kroz zajedničke aktivnosti na poboljšanju ravnopravnosti spolova u medijima BiH;

- Javno zalaganje za jačanje položaja žena u našem društvu i smanjenje diskriminacije žena u političkom, ekonomskom i društvenom životu kroz monitoriranje primjene zakona i iniciranje procedura za izmjene diskriminirajućih zakona;
- Podrška održivom povratku u Bosni i Hercegovini kroz rad sa ženama i muškarcima u ruralnim zajednicama Bosne i Hercegovine;
- Jačanje saradnje sa drugim nevladinim organizacijama i zvaničnim institucijama u Banja Luci, Republici Srpskoj i Bosni i Hercegovini i drugim zemljama u regionu (razvoj zajedničkih projekata i inicijativa, razmjena informacija i ekspertize, podrška u razvoju vještina i podizanje znanja o ženskim ljudskim pravima i ravnopravnosti spolova i dr.);
- Razvoj unutrašnjih kapaciteta Udruženih žena Banja Luka kroz angažovanje novog profesionalnog osoblja i volontera/ki i rad na razvoju održivosti organizacije kroz dugoročno finansijsko, programsko i menadžment planiranje;

PUBLIKACIJU PRIPREMILE:

Udružene žene Banja Luka

Adresa: Kalemegdanska 18, 78000 Banja Luka

Bosna i Hercegovina

Telefon: +387 51 458 852

Telefon&Faks: +387 51 458 851

E-mail: natasap@inecco.net

Web: <http://www.unitedwomenbl.org>

Banja Luka, oktobar 2006

Urednica:

Aleksandra Petrić

Za izdavačice:

Nada Golubović

Layout:

Maja Ilić

Štampa:

GRAFID, Banja Luka

Ova publikacija je pripremljena i štampana zahvaljujući podršci Evangelischer Entwicklungsdienst (EED) iz Njemačke. Mišljenja izražena u tekstovima i analizama odražavaju stavove autora i autorica i ni u kom slučaju se ne mogu smatrati mišljenjem EED-a Njemačka.

