

ŽENA U IZBORNOJ 2010. GODINI

MONITORING ŠTAMPANIH MEDIJA U BOSNI I HERCEGOVINI I REZULTATI IZBORA¹

Polazište našeg istraživanja je bilo da mediji imaju najmanje dvostruku ulogu u vezi sa učešćem žena u javnom i političkom životu.

Prvo, mediji predstavljaju ogledalo vladajućih predstava (i stereotipa) o ulozi muškaraca i žena u nekoj kulturi, što znači i o njenoj ulozi u javnom i političkom životu.

Drugo, mediji su i sami proizvođači svijesti i čuvari određenih kulturnih koncepata, uključujući i (patrijarhalne) koncepte rodnih uloga u kojima jaka uloga žene u javnom i političkom životu i na mjestima odlučivanja nije naročito dobro došla.

Na taj način mediji indirektno utiču i na ponašanje ljudi, u konkretnom slučaju na ponašanje na izborima.

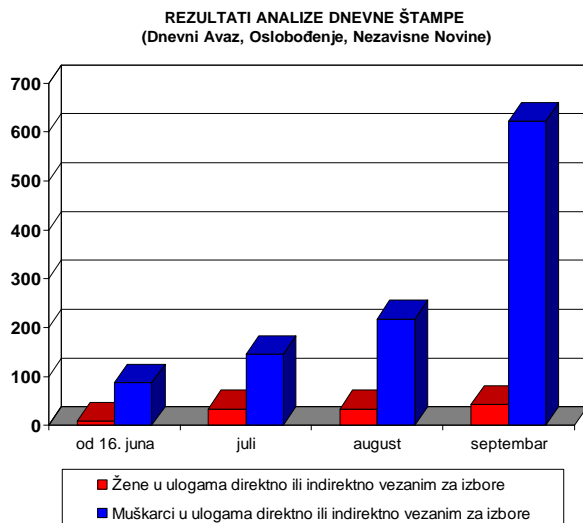
Ovdje ćemo dati samo neke od rezultata monitoringa printanih medija sa osvrtom na određene aspekte medijske slike uopšte, a koji su dali za pravo našem predviđanju da će žene na ovim izborima proći najvjerovatnije dosta loše, čak i gore nego na izborima 2006.

- U medijima je žena, kao i obično, bilo neuporedivo manje nego muškaraca ,a na naslovnica su uglavnom dominirali muškarci (u ulogama aktera, protagonista javne sfere, političara).
- Žena je manje ili više prikazivana na tradicionalan način (usko vezana za privatnu sferu, a u javnom prostoru uglavnom za estradu; dosta često je prikazivana je kao žrtva muškog nasilja, najčešće u crnim hronikama, odnosno kao generalno viktimiziran lik, izbjeglica, hraniteljica u siromašnoj obitelji itd.)
- Prostor koji se davao ženi u njenoj profesionalnoj ulozi i ulozi političkog, autonomnog subjekta , kratko u ulozi protagonistkinje, bio je sa časnim izuzecima, zanemarljivo mali.
- Ženske fotografije koje su se veličinom i značajem isticale, uglavnom su prikazivale žensko tijelo, ženske tjelesne atribute, ženu na estradi i slično. Gotovo da uopšte nije bilo krupnih fotografija žena na kojima bi ona bila značajna akterka na javnoj i političkoj sceni. Ovdje ne govorimo samo o ženama političarkama, nego o ženama prisutnim na javnoj sceni, koje ostaju anonimne, marginalizirane. (Žene radnice štrajkačice glađu na pr. prikazivane su kao „radnici“- u muškom rodu i nikad na istaknutom mjestu niti sa komentarom da je riječ o ženama koje protestuju na javnoj sceni.).
- Iako su se izbori približavali, gotovo ni jedna žena nije prezentirana u ulozi značajnog političkog subjekta, niti se, sem rijetkih izuzetaka igdje najavljivala njena moguća kandidatura za neko značajnije mjesto.
- Gotovo zanemarljivo mali broj žena pojavljivao se u ulogama koje su bile direktno ili makar indirektno vezane za izbore, a čak i u tim slučajevima, žena je najčešće je bila transmisija: predstavljala je stranku, slikala se uz (muškog) lidera, govorila u ime stranke, vladajućim diskursom stranke.

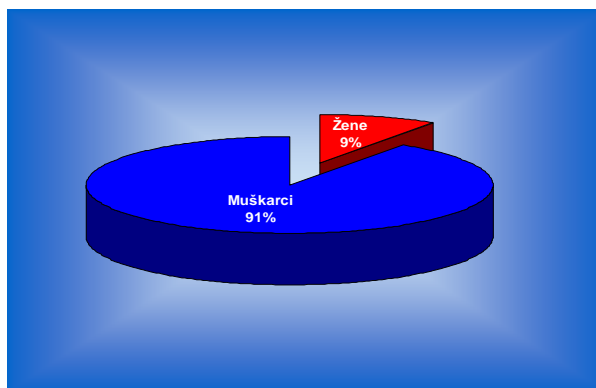
Ukratko u ovoj izbornoj godini javna sfera i sfera politike je na jednak način bila maskulinizirana kao i u godinama koje nisu izborne, a žena se uglavnom nalazila u medijskom „van-političkom“ i „van-javnom“ getu.

¹ Riječ je o istraživanju koje je izveo Centar „Žena i društvo“ iz Sarajeva kao partnerska organizacija Fondacije Heinrich Böll ,Ured za Bosnu i Hercegovinu. Analiza sadržaja dnevne štampe s obzirom na način kako su prikazivane žene u odnosu na muškarce, trajala je od juna do kraja septembra 2010. godine. Analizirano je preko 1.700 tekstova i fotografija.

Na grafičkim prikazima u ovom tekstu taj se dramatični „gender gap“ – jaz među polovima - jasno vidi. Međutim, ono što je posebno indikativno, jeste činjenica da je broj žena u ulogama koje su direktno ili indirektno vezane za izbore i javni politički život stagnirao na uobičajeno niskom nivou iako se izborna kampanja zahuktavala, dok je broj muškaraca u ulogama direktno ili indirektno vezanim za izbore veći za više od šest puta! (Period 16. jun-30.septembar 2010). U septembru, dakle pred same izbore, jaz između muškaraca i žena je iznosio 94 % : 6 % na štetu žena! Slijede grafički prikazi:

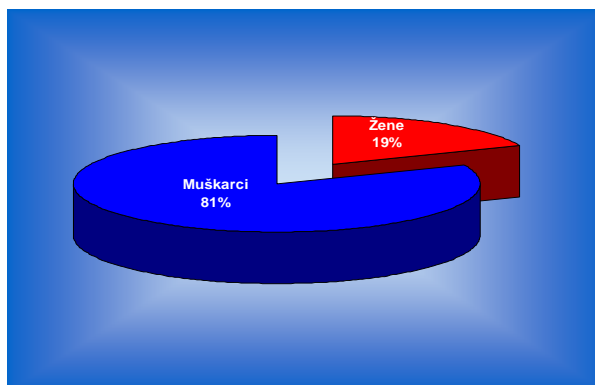


OD 16. DO 30. JUNA



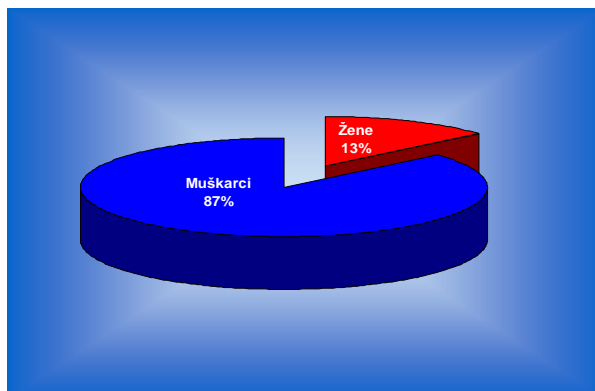
Žene u ulogama direktno ili indirektno vezanim za izbore
Muškarci direktno ili indirektno vezanim za izbore

JULI



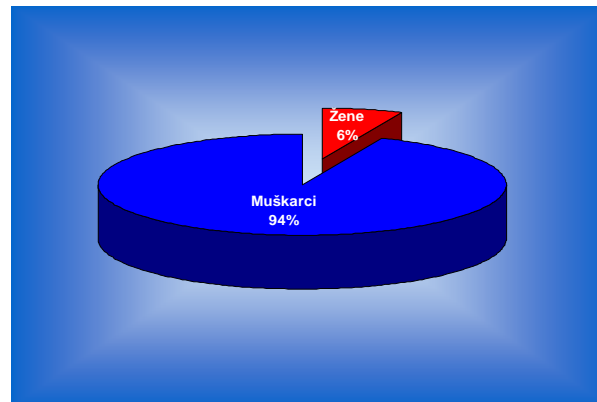
Žene u ulogama direktno ili indirektno vezanim za izbore
Muškarci direktno ili indirektno vezanim za izbore

AUGUST



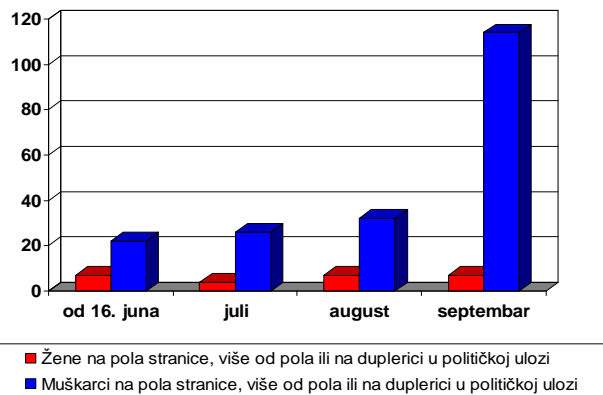
Žene u ulogama direktno ili indirektno vezanim za izbore
Muškarci direktno ili indirektno vezanim za izbore

SEPTEMBAR



Žene u ulogama direktno ili indirektno vezanim za izbore
Muškarci direktno ili indirektno vezanim za izbore

REZULTATI ANALIZE DNEVNE ŠTAMPE (Dnevni Avaz, Oslobođenje, Nezavisne Novine)



Kandidatske liste, žene, mediji

Za Opće izbore koji su održani 03. oktobra 2010. godina prijavilo se:

1. 39 političkih stranaka
2. 11 koalicija
3. 13 nezavisnih kandidata
4. 767 kandidatskih listi
5. **8149 kandidata od čega 5145 muškaraca (63,13%) i 3004 žene (36,86%)**

Analiza za period od objavljivanja kandidatskih lista pokazuje:

a) da je kandidovano tek onoliko žena, koliko je Zakonom propisano i da su stranke koje su kandidovale više žena nego što su morale, bile dosta rijetke,

b) da su muški kandidati mnogostruko više prisutni u medijima i tekstualno i na fotografijama, nego žene kandidatkinje i da se izgleda nakon objavljivanja kandidatskih lista tendencija marginalizacije žena kao političkih subjekata čak pojačavala,

c) da se i nakon objavljivanja kandidatskih lista u medijima koje smo pratili, od žena sa kandidatskih lista pojavljivalo tek oko desetak puta, čak i septembru u jeku izborne kampanje, s tim što se jedno ime pojavljuje nekoliko puta (Borjana Krišto),

d) da mnoge žene koje su se od zvaničnog početka izborne kampanje počele pojavljivati na plakatima nisu prethodno bile prisutne u medijima, a mnoge su bile javnosti potpuno nepoznate.

Stoga iz dominantnog diskursa koji su mediji koristili par mjeseci pred izbore, a nastavili ga i u samoj predizbornoj kampanji, nije bilo teško pretpostaviti kako će se glasačko tijelo ponašati na izborima, odnosno da će žene proći loše.

Apeli koji su se pred izbore čuli od strane nevladinog sektora i gender centara da se glasa za žene, našli su se stoga u ozbiljnom socio-kulturnom i medijskom vakuumu: nije bilo kritičke mase žena na javnoj i političkoj sceni, najveći broj žena sa kandidatskih lista nisu bile poznate javnosti, odnosno uglavnom nisu bile medijski prisutne. Glasачima i glasačicama je indirektno preporučeno da glasaju za žene samo zato što su žene, iako o njima ne znaju ništa. To bi mogao biti jedan od razloga što ovakve i slične kampanje često ostaju bez željenog efekata.

Rezultati izbora - gender analiza

Nakon prvih objavljenih rezultata, bilo je manje ili više jasno da su žene na ovim izborima loše prošle, a na nekim instancama lošije nego na izborima 2006.

Mediji, posebno oni štampani, tu su činjenicu zapazili i registrovali.

Tako se 19. oktobra 2010 u *Dnevnom avazu* pojavio tekst pod naslovom „Nikad manje zastupnica u oba parlamenta: Kojih 27 političarki će zastupati narod u naredne četiri godine?“ Konstatovano je da „kako sada stvari stoje, u državni parlament će ući identičan broj zastupnica kao i u prošlom sazivu (8), ali će ih isto toliko biti manje u Federalnom parlamentu (19)“.

Još nemamo konačnih rezultata za sve nivoe vlasti i naravno nemamo mogućnost gender analize predstojećih imenovanja. I da ponovim frazu, kako sada stvari stoje, izgleda da nemamo naročitog razloga za optimizam.

Dr. Nada Ler Sofronić, voditeljica projekta ŽENA U IZBORNOJ 2010 GODINI-MONITORING MEDIJA, Centar „Žena i društvo“.