

Analiza medijske zastupljenosti žena u Pirotskom okrugu

U cilju analize medijske zastupljenosti žena u Pirotskom okrugu, Centar za razvojnu podršku i inicijativu "NOVITAS" je radio na prikupljanju relevantnih podataka fokusirajući se na medije, žene kao ciljnu grupu projekta i lokalno stanovništvo u Pirotskom okrugu.

Deo I

Mediji predstavljaju jedan od najmoćnijih alata za kreiranje slike i svesti ljudi o datoj situaciji ili pojavi u društvu. U tom smislu je stav medija na lokalnom i regionalnom nivu nezaobilazan kada govorimo o zastupljenosti žena u medijskim programima.

Analiza koja je sprovedena u okviru projekta "Žene u fokusu-podrška medijskoj vidljivosti" je obuhvatila sledeće medije: Regionalna TV Pirot, Pi kanal koje pokrivaju teritoriju Pirotskog okruga i pored TV programa imaju i svoje informativne portale i portal Pirotске vesti koji ima najveći udeo gledanosti među lokalnim medijima. U istraživanju su učestvovali novinari i glavni urednici medija.

Pitanje: Da li smatrate da su žene dovoljno medijski vidljive u vašim programima?

Jedan od ispitanih medija je odgovorio pozitivno dok su dva odgovorila da žene jesu obuhvaćene u njihovim medijima ali da je to u manjem obimu nego što je to slučaj to sa muškarcima. Dalje, oni pojašnjavaju da se u današnje vreme mnogo manje rade tematske emisije gde bi bilo mnogo više mogućnosti i prostora za žene već da najveći procenat medijskog programa zauzimaju emisije informativnog tipa poput vesti, hronika i sl.

Pitanje : Koje su teme dominantne kad su u pitanju žene u medijskim programima?

Odgovori ispitanih medija su bili prilično usaglašeni u smislu da su svi naveli kulturu i obrazovanje, socijalnu zaštitu i javnu upravu. Ovo su oblasti gde su žene dominantnije u

odnosu na suprotan pol i kao sagovornici i kao kreatori određenih sadržaja. Najveću medijsku zastupljenost imaju žene koji su nosioci javnih funkcija što je u skladu sa određenim regulativama koje regulišu rodnu ravnopravnost te se u tom smislu i javne funkcije raspoređuju među ženama i muškarcima. .

Jedan od medija navodi da se u njihovom programu uočava dominantno prisustvo žena u sferi preduzetništva i da u toj oblasti gotovo i da nema muškaraca.

Ispitanici ukazuju da problem vidljivosti žena u medijima treba posmatrati ne samo iz ugla da mediji treba da se bave nekom temom nego i da žene nemaju dovoljno inicijative da "dopru" do medija. Ovu situaciju, ljudi iz medija pripisuju nedovoljnom iskustvu žena u komunikaciji sa medijima, nepoznavanju načina da dođu do medija, stid da se o temi govori javno itd.

Koje su preporuke ženama od strane medija :

"Budite otvoreni za razgovor na javnim događajima ,spremni saradnju sa medijima, koji Vam mogu biti partneri u daljim aktivnostima.

Budite slobodni da pozovete medije ukoliko imate nešto zanimljivo da ponudite ili imate neki problem, napišite mejl, ostavite kontakt i ostvarite komunikaciju."

Deo II

Žene predstavljaju glavni focus projekta i u analizi se pojavljuju i kao ciljna grupa i to kako kao akteri sprovedenih aktivnosti na istraživanju i tako i kao korisnici rezultata projekta. S tim u vezi sprovedeni su intervjui sa ženama različitog starosnog doba iz oblasti koje će biti predmet dokumentarnog serijala " Vidljiva" (socijalna politika, obrazovanje, životna sredina, građanski aktivizam, kultura , preduzetništvo) sa ciljem sagledavanja njihovih stavova o medijskoj zastupljenosti u ovim segmentima lokalnog razvoja.

Najveći broj (preko 55%) je odgovorilo da se žene najaktivnije u kulturi i obrazovanju, nešto manje u socijalnoj politici i civilnom sektoru a najmanje procentualno u upravljanju životnom sredinom. Interesantno je da sport kao kategorija nije pomenuta niti u jednom segmentu.

Takđe .većina žena je odgovorila da se više u medijima priča o rezultatima nego o problemima sa kojima se one susreću. Takođe, kao glavne problem koje treba uvrstiti u

program medija na lokalnom nivou se tiču ravnopravnog položaja u zapošljavanju, ostvarivanja iste zarade za isti posao koji rade i muškarci, neplaćeni rad, porodijsko odsustvo, nasilje, diskriminacija u svakom smislu...

Žene su navele i pozitivne primere, tj teme koje su medijski pokrenute a tiču se problema žena(plaćeno trudničko i porodijsko odsustvo od 100%, žensko preduzetništvo, građanski aktivizam žena...).

Deo III

Stav lokalne sredine i stanovništva je veoma važan u formiranju medijske zastupljenosti žena. U tom smislu potrebno je probuditi svest građana da je bitno da se o temama koje su vezane direktno za žensku populaciju govori glasnije u medijima jer na taj način se rešavaju problemi brojnih žena što bez vidljivosti u medijima i ne može biti sagledano na adekvatan način.

Sagovornici su bili ljudi iz sve četiri opštine/grada Pirotskog okruga i svi su se složili da muškarci imaju mnogo veću zastupljenost u medijima od žena. Ovo naročito važi za male sredine gde je retko da se mediji bave ženama. Ispitanici vezuju žene za teme o domaćinstvu, zdravlju, obrazovanju jer kako kažu "tu su sagovornici uglavnom žene".

Na pitanje koje žene u smislu njihove profesije najčešće vidjaju u medijima, ispitanici su jasni da su to političarke, profesorke i doktorke.

Svi učesnici analize i istraživanja su mišljenja da u budućnosti treba intenzivnije raditi na boljoj medijskoj vidljivosti žena.

Pirot, Maj 2024.

"Projekat „Žene u fokusu - podrška medijskoj vidljivosti!" se realizuje u okviru Programa malih medijskih grantova koji finansira Ambasada SAD, a administrira Media i Reform Centar Niš. Stavovi, mišljenja i zaključci izneseni u projektu nužno ne izražavaju stavove MRCN i Ambasade SAD već isključivo autora."