

## 6.5. ANALIZA trendova u medijskom izvještavanju<sup>1</sup>

Sustavno praćenje tiskanih medija i Internet portala, uz agencijsku dostavu press-clippinga, omogućuje Pravobraniteljici uvid u tematiku i način izvještavanja medija o područjima iz nadležnosti Pravobraniteljice za ravnopravnost spolova.

### 6.5.1. Spolni stereotipi i seksizam

Spolni stereotipi i seksizam i dalje su prisutni u medijima te ih je sve teže osvijestiti i o njima osvještavati. Nisu uvijek očiti i često se čine posve „bezazlenima“. Jedan od primjera kako funkcioniraju spolni stereotipi u medijskom izvještavanju je način na koji je prezentirana vijest o dobitnici Nobelove nagrade za književnost u 2013., Alice Munro. Iako se radi o književnici koja je prije Nobelove nagrade osvojila brojne druge književne nagrade i koju nazivaju „suvremenim Čehovom“, u naslovu jednog medija istaknuto je: „Književna kućanica koja zna tajne života“<sup>2</sup>. U usporedivoj situaciji, o muškom dobitniku Nobelove nagrade za književnost sličan naslov ne bi bio objavljen. Razlog je različita percepcija uloga žena i muškaraca, odnosno spolni stereotipi kojih često nismo ni svjesni. Iako je Alice Munro književnica s opusom od 13 zbirki kratkih priča za koje je dobila brojne prestižne, a sada i Nobelovu nagradu za književnost, mediji su naslovom sugerirali da je ona zapravo (primarno) kućanica koja (usput) i piše, iako je u stvarnosti upravo obratno. Kad se radi o muškarcu koji piše, on je isključivo književnik i od njega se i ne očekuje da bude ili radi i nešto drugo.

Drugi dobar primjer je članak objavljen na jednom Internet portalu koji je izvještavao o performansu „One su među nama“, a koji je organiziran u suradnji Pravobraniteljice za ravnopravnost spolova i tri ženske sindikalne organizacije u svrhu osvještavanja o stvarnim slučajevima diskriminacije žena. Sporna je bila fotografija uz tekst koja je prikazivala četiri golišave mlade djevojke na krevetu. Odabir ovakve fotografije uz izvještaj s događanja kojim se ukazalo na probleme žena koje su često u strahu potražiti zaštitu od diskriminacije, jer se osjećaju bespomoćno i strahuju i za vlastitu egzistenciju i za fizičku sigurnost, ukazuje na rodnu neosviještenost. Portal je nakon upozorenja Pravobraniteljice uklonio spornu fotografiju i zamijenio ju s neutralnijom, ali isto nerelevantnom fotografijom žene koja raširenih ruku u polju pozdravlja sunce.

Portali, koji inače problematiziraju mnoge društvene teme i zalažu se za ravnopravnost svih ljudi, istovremeno na čak dvije trećine objavljenih fotografija žene prikazuju kao poluobučene (u kupaćem kostimu, donjem rublju ili topless-u), potpuno gole, s fokusom na stražnjicama ili

<sup>1</sup> Analiza i inicijative Pravobraniteljice vezane za medijsko izvještavanje objavljene su u Izvješću o radu Pravobraniteljice za ravnopravnost spolova za 2013. godinu.

<sup>2</sup> T-portal, 10.10.2013.

dekolteu te u sugestivnom ležećem ili klečećem položaju<sup>3</sup>. Tretiraju ih kao seksualizirane objekte, ponuđene „konzumaciji“ muških pogleda, nerijetko u gotovo pornografskim kontekstima. Ovakav način javnog prikazivanja žena sugerira nezdrave odnosi među spolovima, a često ima i neprihvatljiv prizvuk nasilja.<sup>4</sup> Osim što je seksizam prepreka u postizanju stvarne ravnopravnosti spolova, ovakvi sadržaji potpuno su neprimjereni za djecu i mlade jer utječu na njihovo usvajanje obrazaca odnosa prema ženama ili odnosa među spolovima. Iako na Internet portalima pojedini sadržaji nose upozorenje „sadržaj nije primjeren osobama mlađima od 18 godina“ ili „Ako ste mlađi od 18 godina, napustite stranicu“, ukoliko pristup takvim stranicama nije i programski onemogućen, ovakvo upozorenje ni izdaleka nije dovoljna zaštita za mlade od 18.

Za pohvaliti je što mediji pišu i o nestereotipnim inicijativama i seksizmu u reklamama, ali je činjenica da istovremeno i sami objavljuju ono što se u takvim člancima kritizira. Osim što prenose informacije iz svijeta o hvalevrijednim akcijama kao npr. „o kampanji za djevojčice protiv diktata ljepote koju je pokrenuo New York kako bi pomogli djevojčicama da se osjećaju dobro u svojoj koži i odole diktatu obavezne mršavosti i nedostižne ljepote“<sup>5</sup>, o odluci francuskog Senata da zabrani dječja natjecanja ljepote zbog promicanja hiperseksualizacije maloljetnika/ca<sup>6</sup>, o zabranjenoj reklami zbog previše golotinje<sup>7</sup> ili o reklami zabranjenoj zbog seksizma<sup>8</sup>, mediji bi se morali kritički osvrnuti i na svoju seksističku praksu kao i onu drugih nacionalnih medija preuzimajući svoju dio društvene odgovornosti.

### 6.5.2. Reklame

Pravobraniteljica je i u 2013. postupala po pritužbama na reklame. Neke od pritužbi su se odnosile na loše, neukusne i priglupe reklame, ali to nisu osnove po kojima bi Pravobraniteljica za ravnopravnost spolova mogla ili trebala postupati. Međutim, ukoliko se radilo o reklamama koje su na uvredljiv, omalovažavajući ili ponižavajući način prikazivale žene i muškarce, Pravobraniteljica je reagirala i upućivala upozorenja oglašivačima, odnosno medijima koji su reklame emitirali.

**OPIS SLUČAJA (05-01/13-13)** Pravobraniteljici je upućena pritužba na reklamu „Top Fun“ kao na „uvredljivu i ponižavajuću za ženski spol“.

**PODUZETE MJERE:** Uvidom u spornu reklamu, Pravobraniteljica je utvrdila da se oglašivač koristio spolnim stereotipima i seksizmom u prikazivanju i žena i muškaraca u svrhu promocije svojih usluga na tržištu. Pljeskanje žene po stražnjici na kraju spota, iako samo naznačeno, ali na način koji ne ostavlja sumnju, uvredljivo je i ponižavajuće za žene. Pogotovo s obzirom na kontekst odnosa između profesorice i učenika uz svesrdnu podršku

<sup>3</sup> Rezultati iz Istraživanja Internet portala koje je Pravobraniteljica provela 2012.

<sup>4</sup> „Sve je na pladnju, navali“, „Guza na izvolte“, „Evo, gledaj sad, ti si platio“, „Mali, izgužvaj me kao plahtu“, „Pastuše pristupi ženi ako imaš muda“, „Pokaži joj tko je muško, ako možeš“, „Nebranjene guzice napadnute s leđa“, „Amaterke na gotovs“, „Evo kako izgleda Bieberova kurva“, „Gole i pijane“ i sl.

<sup>5</sup> Protiv mršavosti i nerealnih ciljeva: New York pokrenuo kampanju za djevojčice protiv diktata ljepote, Index (HINA) 04.10.2013.

<sup>6</sup> „Francuski Senat zabranio apsolutno sva dječja natjecanja ljepote“, Politika Plus, 18.09.2013.; „Francuski Senat zabranio dječja natjecanja ljepote“, Glas Istre, 18.09.2013.

<sup>7</sup> „Reklama s Heidi Klum koja je zabranjena zbog previše golotinje“, Index.hr, 11.07.2013.

<sup>8</sup> Index.hr, 06.06.2013.

drugih muškaraca i nijemo prihvaćanje od strane žene. Prikazivanje muškaraca u spotu sa šibicama u ustima predstavlja također stereotip koji je uvredljiv za muškarce jer sugerira da su primitivne osobe bez osnovnih manira pristojnog ponašanja. Pravobraniteljica je oglašivaču uputila upozorenje da stereotipiziranje žena i muškaraca doprinosi učvršćivanju neravnopravnosti spolova u društvu, te da promocija usluga na način kojim se podržava ponižavajući odnos prema ženama, što pljeskanje po stražnjici nedvojbeno jest, predstavlja diskriminaciju temeljem spola koja je zabranjena Zakonom o ravnopravnosti spolova. Pravobraniteljica je izdala i preporuku da spornu reklamu povuku iz javnog prostora medija te da prilikom odobravanja reklama kojima se oglašavaju radi promocije svojih usluga vode računa o zakonskim odredbama.

ISHOD: Pravobraniteljica je od oglašivača primila odgovor u kojem su naveli da je nakon njezinog upozorenja, integralna verzija s naznakom spomenute scene povučena iz emitiranja prema preporuci.

### 6.5.3. Izvještavanje o spolnim i rodnim manjinama

Tematika vezana uz spolne i rodne manjine učestalo je prisutna u medijima. Mediji sustavno prate i izvještavaju o zakonodavnim inicijativama, aktivnostima organizacija civilnog društva koje se bave promocijom i zaštitom prava osoba istospolne orijentacije te događanjima u RH, ali i u svijetu vezano za problematiku spolnih i rodnih manjina, što je naročito važno kada se radi o zakonodavnim inicijativama ili odlukama Europskog suda za ljudska prava. U 2013. mediji su izvještavali o akcijama u organizaciji LGBT udruga<sup>9</sup>, a koje uvijek pokrenu reakcije onih koji ih ne odobravaju, često uz agresivan vokabular. Treba napomenuti da u većini slučajeva mediji nisu ti koji se služe neprimjerenim rječnikom, već u naslovima citiraju one koji ne prežu od uvredljivih i omalovažavajućih komentara i homofobnih stavova što doprinosi osvještavanju javnosti o govoru mržnje. Pojedinci, čije su izjave mediji citirali i prenosili, još uvijek se o LGBT osobama izražavaju kao o „nenormalnim“, „neprirodnim“, „protuprirodnim“ ili „bolesnim“ osobama koje treba liječiti.

U 2013. problematika vezana uz prava spolnih i rodnih manjina, svoju je vidljivost pored ostalih tema o diskriminaciji i zaštiti prava, dobila posebice vezano za spolni modul Zdravstvenog odgoja, uklanjanje plakata za kazališnu predstavu „Fine mrtve djevojke“, izradu Zakona o životnom partnerstvu i inicijativu za referendum o ustavnoj definiciji braka.<sup>10</sup> Zbog svih tih događanja tijekom 2013. tematika vezana uz osobe istospolne orijentacije bila je jedna od tri najzastupljenije teme od svih koje je Pravobraniteljica pratila sukladno svojoj nadležnosti.<sup>11</sup>

### 6.5.4. Ostale teme iz nadležnosti Pravobraniteljice

Mediji redovito izvještavaju o nasilju nad ženama<sup>12</sup> i obiteljskom nasilju, a u 2013. izvještavali su i o odšteti za žrtve ratnog silovanja. Tijekom razdoblja u kojem se obilježavaju datumi poput Međunarodnog dana žena (8.3.), Nacionalnog dana borbe protiv nasilja nad

<sup>9</sup> „Ljubi bližnjega svoga“, akcija organizirana u siječnju pred Katedralom u Zagrebu, Split i Zagreb Pride i sl.

<sup>10</sup> Više u točki 6.3.

<sup>11</sup> Druge dvije najzastupljenije teme bile su nasilje, uključujući izvještavanje o silovanim ženama u Domovinskom ratu te položaj žena na tržištu rada.

<sup>12</sup> U poglavlju 6.2. detaljnije je obrađeno medijsko izvještavanje o obiteljskom nasilju i nasilju nad ženama.

ženama (22.9.) ili 16 dana aktivizma protiv nasilja nad ženama (25.11.-10.12.) raste broj članaka vezanih uz ravnopravnost spolova ili zaštitu od nasilja i diskriminacije. Osim ovih, iz godine u godinu istih datuma obilježavanja, u 2013. pridružio se i datum 14. veljače kada je organizirana međunarodna kampanja „Milijarda ustaje“ kojom se, istovremenim održavanjem u cijelom svijetu, željelo skrenuti pozornost na problem nasilja nad ženama. Mediji su dobro popratili kampanju koja se održavala simultano u preko 200 zemalja, a pridružilo joj se više od 15.000 organizacija i pojedinaca/ki, među njima članovi/ce vlada i parlamenata, te ugledne javne osobe, u kojoj je sudjelovala i Pravobraniteljica.

### 6.5.5. Zaključno razmatranje

Iz godine u godinu, Pravobraniteljica u svojim izvješćima o radu upozorava na prisutnost seksizma i spolnih stereotipa u medijskim sadržajima, o prevladavajućim poluobnaženim ili obnaženim tijelima žena koje „krase“ Internet portale, ali i tiskane medije. Iz godine u godinu ne može se govoriti o napretku. Iako portali objavljuju i kvalitetne članke u kojima predstavljaju dostignuća žena u raznim područjima znanosti, politike, gospodarstva, umjetnosti, obrazovanja ili čije su autorice/komentatorice žene, takvi su članci u daleko manjem broju pa samim time i manje vidljivi. Zalaganje za ljudska prava te objavljivanje kvalitetnih članaka iz raznih područja ne može biti alibi za ponižavajući način prikazivanja žena kao objekata za privlačenje pozornosti. *Želimo li stvoriti društvo ravnopravnosti žena i muškaraca tada žene i žensko tijelo ne mogu biti roba kojom se „trguje“ kako bi se povećao profit ili posjećenost medijskih sadržaja.*

### 6.6. Inicijativa Pravobraniteljice

Pravobraniteljica za ravnopravnost spolova je od 2006.-2013. provela ukupno 24 analize i istraživanja medija. Zaključak svih tih analiza (koje su dostupne u godišnjim izvješćima o radu i koja se nalaze na službenim web stranicama [www.prs.hr](http://www.prs.hr)) je da mediji uporno perpetuiraju spolne stereotipe i seksizam i koriste uglavnom žensko tijelo kao objekt za privlačenje pažnje na druge sadržaje ili u svrhu vrednovanja žena prvenstveno temeljem njihovog izgleda. Istraživanje naslovnica 9 Internet portala iz 2012. pokazalo je da mediji kod žena najviše ističu mladost, izgled i stupanj razgolićenosti.

Međutim, iako iz godine u godinu u svojim Izvješćima o radu Pravobraniteljica izvještava Hrvatski sabor o slučajevima kršenja odredbi i Zakona o ravnopravnosti spolova, ali i drugih zakona koji reguliraju medije vezano za načela ravnopravnosti spolova, *pokazalo se neophodnim iznaći učinkovitiji mehanizam nadzora medija.*

Iako su prema ZRS-u to dužni, mnogi mediji ne dostavljaju očitovanja o tome što su poduzeli temeljem upozorenja Pravobraniteljice za ravnopravnost spolova, ili dostave očitovanje da upozorenje zapravo nema osnove jer njihov medijski sadržaj nije diskriminatoran i uvredljiv temeljem spola. Pravobraniteljica smatra da je nadležna utvrđivati kada je i gdje došlo do diskriminacije temeljem spola, sukladno tome reagirati i izdavati upozorenja i preporuke te da su upozorena tijela dužna obavijestiti ju o poduzetim koracima<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> Čl.23.st.2. Zakona o ravnopravnosti spolova, Narodne novine 82/08.

U praksi su stoga uočena dva problema. **Prvi problem** je taj da ukoliko mediji ne dostave očitovanje što su poduzeli temeljem upozorenja i preporuka Pravobraniteljice, nije jasno koje je tijelo, ili koja su tijela, nadležno/a za nadzor nad medijima, svima zajedno ili svakim ponaosob, (HRT-om, komercijalnim televizijama, elektroničkim publikacijama, tiskom), a kojem bi se Pravobraniteljica mogla obratiti u slučaju neudovoljavanja zatraženih očitovanja kao što to propisuje ZRS. Naime, čini se da je Internet ostao „siva zona“. Tako u Zakonu o elektroničkim medijima stoji da Vijeće „osigurava nadzor nad provedbom odredbi o programskim načelima i obvezama utvrđenih ZEM-om i posebnim zakonom, *osim elektroničkih publikacija*“. S druge strane, iz izvješća Agencije za elektroničke medije utvrđeno je da Vijeće ipak reagira na pritužbe i vrši nadzor nad Internet portalima u pojedinim slučajevima. I dalje ostaje nejasno podliježu li Internet portali, kao elektroničke publikacije, nadzoru nekog tijela čije mišljenje moraju uvažiti. **Drugi problem** je taj što ako mediji dostave očitovanje, u njemu uglavnom spominju sljedeća opravdanja: *nisu imali namjeru nikoga uvrijediti; u upravi, redakciji ili marketingu sjede žene koje ne nalaze sporni sadržaj uvredljivim; radi se o humoru, vicu, šali; radi se o pokušaju cenzure; oni samo prenose ono što postoji*. Kao izuzetno važno napominju da njihov opstanak na tržištu ovisi o broju posjetitelja. Navodno sadržaji u kojima objavljuju (polu)gole manekenke ili eksponiranu žensku seksualnost donose zaradu budući da veći broj posjetitelja dovodi sponzore. Stoga je Pravobraniteljica odlučila uspostaviti osobne kontakte s tijelima koja su po sadašnjim zakonima i propisima nadležna za nadzor nad medijima kao i s glavnim urednicima/cama portala koji su bili dio istraživanja u 2012. Na inicijativu Pravobraniteljice dogovoreni su sastanci s predstavnicima/cama Hrvatskog novinarskog društva, Hrvatskog vijeća za medije, Vijeća za elektroničke medije, Odbora za informiranje, informatizaciju i medije Hrvatskog sabora, Suda časti Hrvatske udruge reklamnih agencija te s glavnom urednicom T-portala i glavnom urednicom Indexa. U razgovorima je utvrđeno da postoji volja za suradnjom te da postoje neke objektivne prepreke (nedostatna zakonska regulativa i edukacija u području ravnopravnosti spolova, promjene članstva, rodna nesenzibiliziranost, otežan način donošenja odluka jer se u tijelu nalaze i predstavnici medija na koje se pritužuje, a koji, uglavnom odbacuju optužbe smatrajući da informacija objavljena upravo na način na koji su to učinili doprinosi vidljivosti problema i sl.) .

Urednice portala su pokazale volju za suradnjom, uzele su u obzir sve primjedbe, upoznale Pravobraniteljicu s nekim praktičnim momentima koji imaju utjecaja na odabir fotografija, istakle nemogućnost da se prema postojećim tržišnim pravilima, po kojima su određeni sadržaji nužni, jer donose zaradu, mnogo toga suštinski promijeni.

U Zakonu o ravnopravnosti spolova postoji prekršajna odredba čl.36.: „*Mediji koji objavom programskog sadržaja ili oglašavanjem predstave žene i muškarce na uvredljiv, omalovažavajući ili ponižavajući način s obzirom na spol i spolnu orijentaciju, kaznit će se za prekršaj novčanom kaznom od 1.000.000,00 kuna*“. Iako Zakonom o ravnopravnosti spolova Pravobraniteljica nije izrijeком navedena kao netko tko podnosi prekršajnu prijavu, njezina nadležnost za to proizlazi iz čl.19. ZRS-a prema kojem je definirana kao neovisno tijelo nadležno za suzbijanje diskriminacije. Međutim, Pravobraniteljica smatra da neovisno tijelo za suzbijanje diskriminacije u području ravnopravnosti spolova nije i ne treba biti tijelo represije i progona, već osvještavanja i promocije načela ravnopravnosti putem upozoravanja i izdavanja preporuka, a da bi trebalo biti jasnije određeno tko su nadzorna tijela nad

medijima koja mogu i trebaju tražiti sankcije koje nadilaze pisana upozorenja i preporuke, pogotovo kada se one ne uvažavaju.

### **6.6.1. Zaključno razmatranje**

Ostvareni osobni kontakti na inicijativu Pravobraniteljice koji su doveli do dogovora o suradnji s tijelima koja imaju određenu nadležnost nadzora nad medijima, pa i samih medija, početni je korak u rješavanju propusta u definiranju tih nadležnosti u slučaju da medijski sadržaji nisu u skladu s odredbama zakona i propisa koji reguliraju medije u odnosu na promicanje načela ravnopravnosti spolova i zabrane diskriminacije te uvredljivog, omalovažavajućeg i ponižavajućeg načina prikazivanja žena i muškaraca u medijima. Pravobraniteljica je svjesna da i mediji nailaze na određene objektivne prepreke te da ovise o tržišnim zakonitostima i zadatostima. Namjera je Pravobraniteljice upoznati se s dobrom praksom drugih zemalja te započeti dijalog svih društvenih dionika koji su odgovorni i zainteresirani da se situacija vezana za seksizam u medijima konačno počne mijenjati na bolje. Ishod ove inicijative Pravobraniteljice je dogovor oko bolje suradnje s Hrvatskim novinarskim društvom, Hrvatskim vijećem za medije, Vijećem za elektroničke medije te Sudom časti HURA-e. U narednom razdoblju Pravobraniteljica će, osim provedbe postupka iz svoje nadležnosti, navedenim tijelima prosljeđivati pritužbe na reklame i druge medijske sadržaje, kao i vlastita očitovanja o istima, a u svrhu njihovog nadležnog postupanja i senzibilizacije članova/ica tih tijela za rodnu tematiku.

*\* Objavljeno u Izvješću o radu Pravobraniteljice za ravnopravnost spolova za 2013. godinu, poglavlje Mediji, Zagreb, ožujak 2014.*