

Beijing +30

WHO MAKES THE NEWS?



GMMP+30

Global Media
Monitoring
Project

2025

KO PRAVI VESTI

Žene i muškarci u vestima u Srbiji

Snježana Milivojević
Danka Ninković-Slavnić



GMMP+30

Globalni projekat
monitoringa medija
Nacionalni izveštaj za Srbiju

2025.

Ovaj projekat finansira
Evropska unija



**#EY
ЗА ТЕБЕ**



GMMP 2025 je licenciran pod
Creative Commons licencom uz
Navođenje autorstva –
Nekomercijalno – Bez prerada.

GMMP 2025 koordinira **Svetsko
udruženje za hrišćansku
komunikaciju (WACC)**,
međunarodna nevladina organizacija
koja promovise komunikaciju za
društvene promene.



U partnerstvu sa



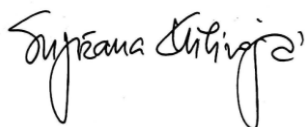
Zahvalnice

Istraživački tim izražava zahvalnost svima koji su doprineli da tim Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Beogradu i ovoga puta učestvuje u *Globalnom projektu monitoringa medija (GMMP 2025)*. Veliku zahvalnost upućujemo Misiji OEBS-a u Srbiji koja već dugi niz godina podržava ovaj projekat i Evropskoj uniji na finansijskoj podršci.

Akadska 2024/25. godina bila je po svemu posebna. Svi državni univerziteti u Srbiji bili su u blokadi i ujedinjeni u masovnim studentskim protestima protiv korupcije, nakon tragičnog urušavanja nadstrešnice železničke stanice u Novom Sadu - katastrofe u kojoj je poginulo šesnaest ljudi, a jedna osoba je teško povređena.

Uprkos ovim izazovnim uslovima, monitoring tim sastavljen od studentkinja osnovnih i master studija novinarstva i komunikologije pod mentorstvom profesorke dr Danke Ninković Slavnić pokazao je izuzetnu posvećenost u analitičkom radu potrebnom za izradu ovog izveštaja. Posebnu zahvalnost stoga zaslužuju monitorke čija su imena navedena u Prilogu 1.

Istraživački tim deli uverenje da zalaganje za rodnu ravnopravnost ostaje imperativ, čak, a možda i posebno, u vremenima kada se društvo vođeno energijom i idealima svojih studenata mobilise u borbi za pravedniju i odgovorniju budućnost.



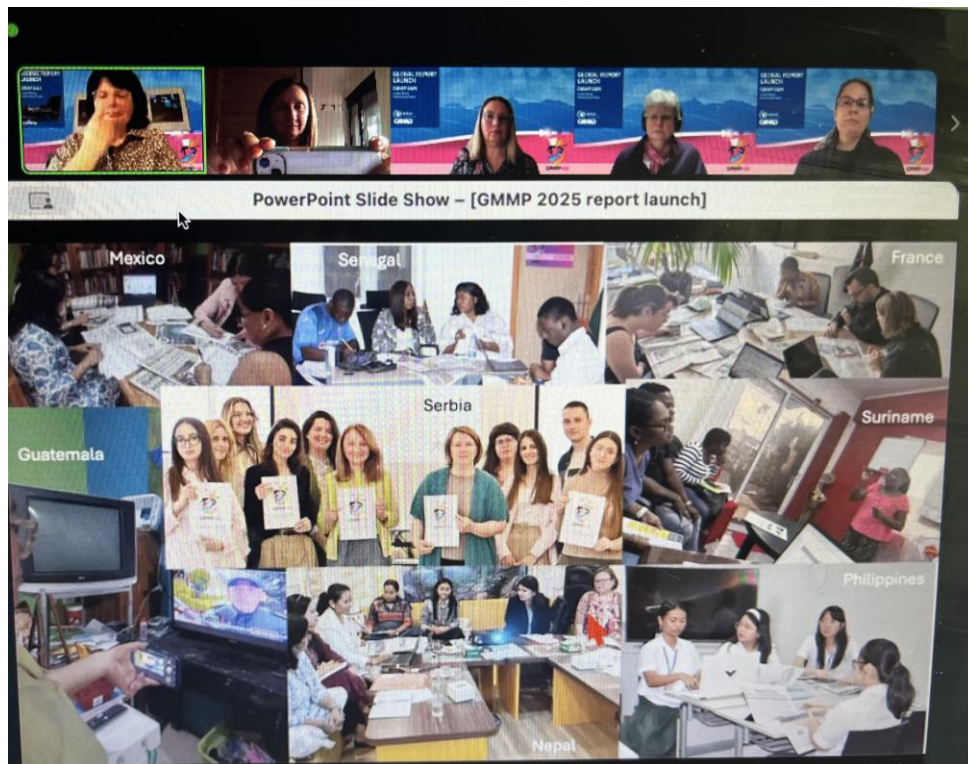
Prof. dr Snježana Milivojević

Nacionalna koordinatorica GMMP

decembar 2025

Ovaj izveštaj objavljen je uz finansijsku pomoć Evropske unije. Stavovi, mišljenja, zaključci i druge informacije, naročito pretpostavke autora koje su predstavljene ili se mogu protumačiti kao činjenice, a izražene su u ovom dokumentu pripadaju isključivo autorima i njihovim saradnicima i niti nužno predstavljaju zvaničan stav Misije OEBS-a u Srbiji niti nužno odražavaju stavove Evropske unije.

Svi pojmovi koji su u analizi upotrebljeni u muškom gramatičkom rodu obuhvataju muški i ženski rod lica na koja se odnose



Predstavljanje Globalnog izveštaja projekta, 9. decembar 2025.godine

Sadržaj

SAŽETAK	6
Globalni nalazi	6
Nalazi u Srbiji	10
KO PRAVI VESTI: ŽENE I MUŠKARCI U VESTIMA U SRBIJI	13
NALAZI ISTRAŽIVANJA	21
Dan u vestima u Srbiji	21
Teme u vestima	22
Akteri i akterke u vestima	23
Rodna struktura novinarske profesije	32
Novinarska praksa: O centralnom položaju žena, rodnim stereotipima i izveštavanju zasnovanom na ljudskim pravima	34
ZAKLJUČAK	36
PREPORUKE I AKCIONI PLAN 2026-2030	37
PRILOZI	38
Prilog 1. Monitoring tim	38
Prilog 2. Metodologija	38
Prilog 3. Studije slučaja	40
Prilog 4. Preporuke GMMP 2020	

SAŽETAK

Pekinška deklaracija i Platforma delovanja polaze od pretpostavke da su „osnaživanje žena i njihovo puno učešće zasnovano na jednakosti u svim sferama društva, uključujući i učešće u procesu donošenja odluka i pristup strukturama vlasti, od suštinske važnosti za postizanje jednakosti, razvoja i mira“ (Ujedinjene nacije, 1995). Konkretno, Deklaracija je u posebnom odeljku utvrdila sledeće ciljeve koji se odnose na žene i medije: Strateški cilj 1 „Povećati učešće i pristup žena izražavanju i donošenju odluka u okviru i putem medija i novih komunikacionih tehnologija“. Strateški cilj 2 „Promovisati uravnoteženo i nestereotipno prikazivanje žena u medijima“ (Ujedinjene nacije, 1995).

Prvi Globalni projekat monitoringa medija (GMMP) podstaknut je potrebom da se prikupi empirijska građa o mestu, ulozi i učešću žena u vestima.¹ Pekinška platforma delovanja je potom uvrstila praćenje medija kao strategiju za postizanje Strateškog cilja 1. Nevladine organizacije i profesionalna medijska udruženja ohrabrene su da formiraju „grupe koje će pratiti medije i konsultovati se sa medijima sa ciljem predstavljanja odgovarajućih potreba i pitanja žena“ (paragraf 242a).

GMMP je od tada evoluirao u najveću i najdugotrajniju inicijativu za istraživanje i zagovaranje rodne ravnopravnosti u informativnim medijima. U petogodišnjim ciklusima od 1995. godine, GMMP pravi snimak ključnih dimenzija rodne ravnopravnosti u vestima. Tokom proteklih trideset godina, GMMP je prikupio podatke iz preko 160 zemalja, sa po najmanje jednim posmatranim ciklusom u svakoj zemlji.

Globalni medijski pejzaž se od tada veoma promenio, ali mesto žena u njemu nije. Ta evolucija u medijskom sektoru nije bila ni izbliza tako dramatična. GMMP otkriva da, u mnogim aspektima, u sadržaju medija opstaje *status quo* grube podzastupljenosti i neodgovarajućeg predstavljanja žena.

Globalni nalazi

Globalni nalazi se zasnivaju na 29.935 informativnih priloga koji se odnose na 58.321 osobu i 26.560 novinara u 94 zemlje koje su učestvovala u sedmom Globalnom monitoringu, 6. maja 2025. godine.

- 1. Pre trideset godina, izveštaj prvog GMMP-a pozivao je na promene u izveštavanju i širenje na oblasti izvan muški dominiranih sfera političke i ekonomske moći. Ali, hijerarhija „glavnih vesti“ u tradicionalnim medijima ne samo da je opstala tokom vremena, već se prenela i na digitalne medije.**

¹ Više informacija pogledati u tekstu Bankoške deklaracije, rezultatu konferencije „Osnaživanje žena u komunikaciji“ iz 1994. godine na kojoj je rođena ideja o GMMP-u.
<https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/who-makes-the-news/Imported/documents/bangkok%20declaration.pdf>

Digitalizacija nije donela radikalni prekid sa patrijarhalnim normama tradicionalnog novinarstva. Umesto toga, ona nastavlja da utvrđuje i jača hijerarhiju vesti koja privileguje sfere i pitanja usredsređena na moć, uglavnom, one kojima dominiraju muškarci. Izazov koji to postavlja je trostruk. Prvo, kako razbiti pristrasnost „glavnih vesti, drugo, kako značajnije integrisati oblasti i pitanja koja su od veće važnosti za žene, i treće, kako omogućiti vidljivost i glas ženama prisutnim u tradicionalno muški dominiranim prostorima.

2. Nakon perioda sporog, ali stalnog poboljšanja, napredak ka rodnoj ravnopravnosti u vestima stagnira od oko 2010. godine, ne uspevajući da dostigne 50% ni u jednoj vrsti medija.

Trideset godina nakon Pekinga, žene čine 26% onih koji se vide, čuju ili o kojima se govori u tradicionalnim informativnim medijima i 29% na novinskim veb-sajtovima. Kazaljka se pomerila za 9 poena u starim medijima od 1995. godine i za 4 poena u onlajn vestima za proteklih 10 godina.

Manjinske grupe imaju nešto veću verovatnoću (5%) da budu u digitalnim vestima nego u tradicionalnim medijima. Verovatnoća da će žene iz manjinskih grupa biti predstavljene u vestima kao glavne protagonistkinje ili kao sagovornice je svega dva odsto u tradicionalnim medijima (3% za muškarce) i 4% na novinskim veb-sajtovima (5% za muškarce).

3. Vidljivost žena u političkim i ekonomskim vestima značajno se povećala – za po 15 poena – u poslednje tri decenije.

Očigledna podzastupljenost žena zabeležena 1995. godine (7% u političkim vestima, 10% u ekonomskim vestima) se poboljšala. Prisustvo žena u sportskim vestima i dalje je katastrofalno, gde su samo 15% subjekata i izvora vesti.

4. Udeo žena koje daju ekspertska mišljenja značajno je porastao tokom decenija, pokazujući najveći porast (+7 poena) u digitalnim vestima od 2015. godine.

U tradicionalnim medijima, rodni jaz u autoritativnim ulogama stručnjaka i portparola se smanjivao znatno sporije nego kod osoba koje govore na osnovu laičkog mišljenja ili ličnog iskustva – uobičajene uloge koje ne zahtevaju specijalizovano znanje.

5. Obrasci rodno pristrasnog prikazivanja opstaju uprkos značajnim promenama u ulogama žena u realnom svetu.

Od 2010. godine, žene su i dalje otprilike dvostruko češće nego muškarci prikazane kao žrtve. Istorijski gledano, žene su najčešće prikazane kao žrtve nesreća ili siromaštva. Ovaj obrazac je promenjen 2025. godine, a „drugi zločini“ i „nasilje u porodici“ (od strane intimnih partnera ili članova porodice) postali su vodeće kategorije po broju žrtava.

Žene koje su u medijima prikazane kao preživeli, u ranijim GMMP istraživanjima, najčešće su preživeli „nesreće, prirodne katastrofe, siromaštvo i bolesti“. U 2025. godini one su najčešće prikazane kao osobe koje su preživeli porodično nasilje,

otprilike u jednakom broju kao i nesreće/katastrofe.

Prekomerna zastupljenost žena kao domaćica/roditelja smanjila se sa 81% u 2000. godini na 73% u 2025. godini. To ukazuje na napredak, iako ostaje stalna novinarska skolnost ka definisanju žena prema domaćim ulogama, uprkos ogromnom rastu njihovog angažovanja u radu van kuće. Nedovoljno predstavljanje žena u zanimanjima i na pozicijama moći ostaje konstantna.

Tendencija da se žene opisuju prema njihovim godinama i fizičkim atributima takođe je opstala. One su fotografisane češće od muškaraca (razlika od 7–9 poena) tokom poslednje dve decenije, a kvalitativna analiza i dalje pokazuje obrasce seksualizovanog prikazivanja.

6. Nejednakost polova u vestima je mnogo izraženija nego u svakodnevnom iskustvu.

Rodna ravnopravnost u vestima, merena GEM indeksom (Indeks ravnopravnosti u medijima), umereno je povezana sa rodnim indeksima u drugim razvojnim sektorima, kao što je Indeks rodni društvenih normi. Između 65% i 75% rodne nejednakosti u medijima ne može se objasniti odnosima u stvarnosti, što ukazuje na prisustvo drugih zabrinjavajućih faktora koji utiču na stvaranje preovlađujućih rodno obojenih narativa u vestima.

7. Udeo žena novinarki u pričama objavljenim u novinama i emitovanim na televiziji i radiju je rastao i stagnirao u naletima od 1995. godine.

Globalno, udeo žena reporterke u tradicionalnim medijima porastao je za 6 poena od 2000. do 2005. godine, zaustavio se na 37% tokom sledećih 10 godina, ponovo porastao za 3 poena između 2015. i 2020. godine, i dobio samo dva poena u poslednjih pet godina. Različiti regioni se približavaju ali konstantno ne uspevaju da postignu paritet, osim Pacifika i Kariba, gde je ostvarena tačna jednakost, i Severne Amerike u kojoj je samo poen ispod. Rezultati ukazuju na to da je većina medijskih sistema spremna da apsorbuje određeni udeo ženske radne snage u reporterskoj ulozi, ali ne i da omogući potpunu numeričku rodnu jednakost.

U tradicionalnim medijima, rodna razlika u političkom izveštavanju se najbrže smanjila (+13 poena za 25 godina) – van sportskog sektora – ali je to ipak tema o kojoj žene najmanje izveštavaju. Po prvi put za 25 godina, žene čine većinu (52%) naučnih i zdravstvenih reporterke. Novi podaci o sportskim vestima otkrivaju izuzetno nizak udeo žena reporterke (17%).

Broj žena reporterke u nacionalnim i međunarodnim pričama je značajno porastao kada se posmatra na dugi rok (+18 i +16 poena, respektivno).

8. Pol novinara utiče na rodnu perspektivu u pričama

Istorijski se pokazalo da je rodna perspektiva izraženija u tekstovima koje pišu novinarke. Tokom tri decenije, postojao je konstantan jaz od 5-6 poena u načinu izbora izvora, gde novinarke predstavljaju više ženskih izvora nego njihove muške kolege. Ovaj jaz je još veći (9 poena) u digitalnim vestima. Razlika u rodnoj

perspektivi između novinara i novinarki je najveća kod indikatora koji se odnosi na centralnu ulogu žena u vestima. Razlika je samo 1-2 poena kod drugih indikatora koji mere kvalitet vesti iz rodne perspektive, ali je važno saznanje da ona postoji.

9. Rodno zasnovano nasilje je slepa tačka u vestima. Međutim, kada se rodno zasnovano nasilje nađe u vestima, rodna perspektiva u izveštavanju je oštrija nego u pričama o svim drugim temama.

Manje od 2% svih tekstova odnosi se na rodno zasnovano nasilje. Ovaj mali broj je u suprotnosti sa ozbiljnom prirodom rodno zasnovanog nasilja koje pogađa jednu od tri žene i devojčice širom sveta.

Priče o rodno zasnovanom nasilju koje pišu novinarki češće pokreću pitanja (ne)ravnopravnosti polova nego one koje pišu muškarci.

Iako je rodna perspektiva oštrija u pričama o rodno zasnovanom nasilju u poređenju sa drugim važnim temama, ostaje ogroman prostor za poboljšanje ako mediji žele da učestvuju u stvaranju društva u kojem se rodno zasnovano nasilje shvata kao devijantno, kriminalno i kršenje osnovnih ljudskih prava.

10. Većina novinarskih priča i dalje ne ispunjava standarde kvaliteta GMMP-a iz rodne perspektive.

Udeo vesti koje jasno dovode u pitanje rodne stereotipe porastao je sa 3% (2005) na 6% (2010), ali je opao i nastavio da stagnira na 3-4% od 2015. godine. Ovo ukazuje na ukorenjenost stereotipa u izveštavanju i dosledan novinarski neuspeh u stvaranju sadržaja koji remete stereotipne narative.

Regionalna poređenja pokazuju značajne varijacije. Vesti iz Severne Amerike su izuzetak, jasno dovodeći u pitanje rodne stereotipe u 19% priča, što je u oštroj suprotnosti sa vestima sa Bliskog istoka, gde samo 1% osporava pojednostavljene narative o ulogama, osobinama i sposobnostima ljudi na osnovu pola.

Rodni stereotipi su najrasprostranjeniji u pričama o politici i ekonomiji, obe sfere gde su muškarci većinski na pozicijama moći. Vremenom, osporavanje stereotipa ostaje uglavnom ograničeno na teme u kojima je bezbednije osporiti iskrivljeni status quo odnosa moći polova. To su vesti o poznatim ličnostima/umetnosti/medijima i društvene/pravne vesti. Priče o rodno zasnovanom nasilju dovode u pitanje rodne stereotipe više od bilo kojih drugih u 17% slučajeva. Iako za pohvalu, ovaj nivo je nedovoljan da transformiše štetne norme koje održavaju takvo nasilje.

Vesti u kojima dominira pristup iz ugla ljudskih prava ili rodne ravnopravnosti neznatno su varirale, krećući se između 7% i 11% tokom 15 godina merenja ovog indikatora. Ugao ljudskih prava je odsutan u približno 9 od 10 priča.

Onlajn priče ređe uključuju prizmu ljudskih prava nego one objavljene u tradicionalnim medijima, ali je verovatnoća da će žene biti centralni protagonisti veća u digitalnim vestima (15%, u poređenju sa 10% u tradicionalnim vestima).

U svim temama osim vesti o rodno zasnovanom nasilju, pol reportera je malo važan za integraciju rodne perspektive. 3% priča koje su pisale žene jasno dovodi u pitanje

rodne stereotipe, u poređenju sa 2% priča koje su pisali muškarci. 12% priča koje su pisale žene ističe pitanja (ne)ravnopravnosti polova, u poređenju sa 10% priča koje su pisali muškarci. 8% tekstova koje su pisale novinarke usvaja okvir ljudskih prava, u poređenju sa 7% koje su pisali novinari. Na primer, u slučaju priča o rodno zasnovanom nasilju, reporterke su čak 10 puta češće skretale pažnju na neravnopravnost polova nego što su u svojim tekstovima to radili reporteri.

Poruka GMMP-a iz 2025. godine, trideset godina nakon Pekinške konferencije, je da se globalna novinska industrija i njen napredak ka rodnoj ravnopravnosti nalaze na raskrsnici.

Sporost i gotovo zastoj u kretanju tokom poslednjih 15 godina ukazuje na potrebu za radikalnom promenom strategija svih aktera u novinskom ekosistemu kako bi se prekinula inercija. Pod trenutnim uslovima i sa trenutnim alatima, značajne promene ka rodnoj ravnopravnosti su malo verovatne.

Negativni uticaji digitalizacije na novinsku industriju i rodne odnose u online svetu u celini nesumnjivo će učiniti zadatak obezbeđivanja ženskih prava u i putem digitalnih vesti još složenijim.

Nalazi u Srbiji

Da bi se u potpunosti razumeli ovogodišnji rezultati, važno je objasniti kontekst uzavrele političke situacije u zemlji.

Tokom prve polovine 2025. godine, političkim životom dominirali su studentski protesti protiv korupcije, koji su izbili nakon tragične nesreće na železničkoj stanici u Novom Sadu u novembru 2024. godine, kada se nedavno renovirana betonska nadstrešnica srušila, usmrtivši 16 ljudi.

Tragedija je izazvala ogromno nezadovoljstvo javnosti, koje se manifestovalo kroz blokade svih državnih univerziteta koje su predvodili studenti, obustavu nastave u nekim srednjim i osnovnim školama i brojne građanske proteste, od kojih su neki bili među najvećim demonstracijama u istoriji zemlje.²

Uprkos tome, vlasti nisu ispunile zahteve studenata, pre svedea da se utvrdi odgovornost za tragediju, što je posle nekoliko meseci ignorisanja, dovelo do zahteva za raspisivanje vanrednih parlamentarnih izbora. . Ni ovaj zahtev nije ispunjen pa je kriza u drušvu nastavila da se produbljuje i tokom narednih meseci.³

Ova atmosfera intenzivne političke polarizacije i građanskih nemira značajno je uticala na medijsko izveštavanje i na dan monitoringa.

Medijska agenda

Dominantna tema u medijskom izveštavanju analiziranog dana bila je nesumnjivo

² <https://www.bbc.com/news/articles/cx2g8v32q30o>

³ <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20251016IPR30951/serbia-meps-call-for-justice-one-year-after-the-novi-sad-tragedy>

politika. Četiri od deset (43%) svih vesti fokusirale su se na politička pitanja. Ovo nije iznenađujuće s obzirom na kontekst u kojem je istraživanje sprovedeno i značaj višemesečnih studentskih protesta.

Druga najčešće obrađivana tema, mada upola ređe, bile su društvene vesti sa 21%. U ovoj tematskoj oblasti najzastupljenije su bile vesti o protestima, pitanjima vezanim za funkcionisanje obrazovnog sistema, religiju, uglavnom povezane sa proslavom Đurđevdana, i nesrećama. Vesti su varirale u zavisnosti od vrste medija.

Akteri i akterke u vestima

U 2025. godini, žene su činile 28% svih aktera koji se čuju, vide ili pominju u novinama, televizijskim, radijskim i digitalnim vestima. Ovo odražava postupno povećanje vidljivosti žena tokom protekle decenije, sa 22% u 2015. i 20% u 2020. godini i ukazuje na izvestan napredak, iako je rodni jaz i dalje značajan.

Postoje značajne razlike i između vrsta medija. U tradicionalnim medijima (štampa, televizija i radio), žene su bile samo 24% subjekata, dok je u onlajn medijima zastupljenost znatno veća - 36%.

Među tradicionalnim medijima, najmanji udeo ženskih subjekata je u štampi, gde žene čine samo 14% predstavljenih osoba. U elektronskim medijima postotak je znatno viši - one su 30% subjekata u televizijskim vestima, 34% u radijskim vestima.

Samo unutar tri glavne teme žene su bile većinski subjekti: poznate ličnosti, umetnost i mediji (u tradicionalnim medijima), rodno zasnovano nasilje (u onlajn medijima), i nauka i zdravlje (u tradicionalnim medijima), iako je u ovom poslednjem slučaju veoma malo predstavljenih osoba - samo tri, od kojih su dve bile žene.

U političkim vestima, žene su i dalje značajno podzastupljene, čineći samo 17% subjekata u svim tradicionalnim medijima i 24% u onlajn medijima.

Istraživanje pokazuje da mediji kontinuirano konstruišu određene profesije kao muške ili ženske. Vesti nastavljaju da prikazuju sport, religiju i policiju/vojsku kao oblasti koje su dominantno muške. U svim analiziranim sadržajima, i u svim profesijama u ovim oblastima, nije predstavljena ni jedna žena. Muškarci su i dalje izrazita većina u izveštajima o visoko statusnim, društveno cenjenim zanimanjima kao što su političari, advokati, lekari, biznismeni i aktivisti, u kojima su žene predstavljale između 10 i 20%. Nasuprot tome, one su brojčano nadmašile muškarce u ulogama kao što su domaćice/roditelji, poznate ličnosti, deca i studenti/učenici.

Nedovoljna zastupljenost stručnjakinja svih profila i dalje ostaje očigledna: žene su bile samo 12% svih citiranih ekspertskih izvora.

Rodno determinisani okviri su takođe očigledni u medijskim odlukama o tome da li i kada su porodične uloge relevantne za izveštavanje. U svim tipovima medija, porodična uloga je pomenuta kod 22% žena, u poređenju sa samo 4% muškaraca. Dok je ovaj jaz manji u tradicionalnim medijima (11% žena naspram 6% muškaraca),

on se značajno povećava u onlajn vestima, gde je 37% žena identifikovano na osnovu porodične uloge, u poređenju sa samo 2% muškaraca.

Rodna struktura u redakcijama

Žene čine 56% svih novinara, spikera i voditelja koji se pojavljuju u svim vrstama medija. Iako je zastupljenost među voditeljicama i spikerkama relativno uravnotežena, novinarsku stranu profesije sve više vode žene.

Među identifikovanim novinarima, žene čine jasnu većinu, ukupno 72%, i dominiraju na svim platformama - 61% u štampanim medijima, 71% na radiju, 73% na televiziji i 76% u onlajn medijima.

Ovaj trend odražava kontinuiranu feminizaciju informativne produkcije, posebno u novinarskim ulogama, iako su žene i dalje nedovoljno zastupljene na pozicijama donošenja ključnih profesionalnih odluka, kao što su više ili glavne uredničke pozicije.

KO PRAVI VESTI: ŽENE I MUŠKARCI U VESTIMA U SRBIJI

O projektu

Globalni projekat monitoringa medija (GMMP) je najdugotrajnije i najobimnije istraživanje odnosa roda i medija u svetu. Pokrenut je 1995. godine kada su volonteri i volonterke u 71 zemlji širom sveta analizirali prisustvo žena u svojim nacionalnim radio, televizijskim i štampanim vestima. Podaci su prikupljeni kao empirijska evidencija za pripremu Četvrte svetske konferencije UN o ženama u Pekingu 1995. godine.

Istraživanje je pokazalo da su žene samo 17% svih subjekata, ljudi koji su intervjuisani ili o kojima su vesti. Utvrđeno je da je uprkos regionalnim razlikama rodna ravnopravnost u medijima globalno u dalekoj perspektivi. Danas, 30 godina kasnije taj procenat je nešto viši ali i dalje polovina stanovnika planete "živi" u četvrtini svetskih vesti. Pošto se procenat tokom poslednje decnije sporo menja, izgleda da je jednom kada je bazična vidljivost ostvarena dotaknut i stakleni plafon.

Na Konferenciji je usvojena Pekinška deklaracija i Platforma delovanja u kojima se kao jedna od 12 prioritenih oblasti angažmana neophodnih za postizanje ravnopravnosti navodi odnos žena i medija. Projekat je nastavljen i sprovodi se svake pete godine. U drugom ciklusu GMMP, 2000. godine, učestvovalo je 70 zemalja, a od tada broj učesnica uglavnom raste. Najviše zemalja učestvovalo je 2020. godine, 116, a 2025. je istraživanje realizovano u nešto manjem broju, u 94 zemlje.

Monitoring se radi prema standardnoj metodologiji kako bi se obezbedila uporedivost podataka i identifikovali obrasci koji su karakteristični za novinarsku produkciju.

Analizira se jedan isti dan u vestima u vodećim mejnstrim medijima u svakoj zemlji. Iako je reč o jednom danu, veliki broj zemalja i ogroman broj vesti (2025. oko 30.000) sa takođe velikim brojem aktera i akterki o kojima se izveštava (2025. oko 60.000), omogućava brzi snimak, globalni uvid i pregled specifičnosti određenih regiona i zemalja. Redovno ponavljanje ciklusa obezbeđuje da se uoče dugoročne tendencije pre nego pojedinačne promene koje su kontekstualno i tematski uslovljene.

Pošto se istraživanje fokusira na udarne vesti ("hard news"), prednje stranice novina i centralne informativne emisije, a od 2010. i na glavne onlajn vesti, ono otkriva i kakva je uloga žena i muškaraca u vestima koje mejnstrim mediji predstavljaju kao najvažnije događaje za život u svakom društvu. Analizom rodne podele rada unutar medijskih profesija prate se promene u novinarskim, voditeljskim, uredničkim i digitalnim zajednicama, kao i promene u medijskom ambijentu. Tako je 2010. uvedeno istraživanje internet vesti i informativnih veb sajtova, ali je 2025. iz istraživanja izostavljena mreža X (nekadašnji Twitter) zbog promena u korporacijskoj politici prema vestima koja je smanjila zainteresovanost medija da na ovoj mreži objavljuju svoje informativne sadržaje.

U naslovu istraživanja, dakle, sadržan je i ovaj dvostruki cilj: ko pravi vesti odnosi se na žene i muškarce o kojima se piše pa ih tako “prave”, ali i na muškarce i žene koji ih “prave” svojim profesionalnim radom.

Detaljniji opis ovogodišnjeg ciklusa nalazi se u Prilogu 1. Kompletan metodološki instrumentarijum i snimak radionica za obuku dostupni su na linku: <https://whomakesthenews.org/monitoring-methodology-kit/>

Društveni kontekst

Značaj rodne ravnopravnosti kao osnovnog principa prepoznat je u brojnim pravnim i političkim dokumentima u Srbiji, kao što je Ustav Republike Srbije (2006), Zakon o zabrani diskriminacije (2009) i Nacionalna strategija za rodnu ravnopravnost za period 2021–2030.

Još jedan važan pravni instrument, Zakon o ravnopravnosti polova, trebalo je da stupi na snagu 2024. godine. Međutim, Ustavni sud Republike Srbije privremeno je obustavio sprovođenje zakona, nakon podnošenja zahteva za preispitivanje njegove ustavnosti. Članovi zakona koji su pokrenuli značajnu javnu debatu i na kraju doveli do sudskog preispitivanja tiču se upotrebe rodno osetljivog jezika i upotreba termina „rod“. ⁴ Ova situacija ilustruje da određene teme vezane za rod i dalje izazivaju snažan otpor konzervativnih aktera u srpskom društvu.

Prema najnovijem Globalnom indeksu rodne nejednakosti (GII) za 2023. godinu, Srbija je rangirana na 38. mestu od 190 zemalja.⁵ Prema Indeksu rodne jednakosti, koji se fokusira na države članice Evropske unije i zemlje kandidate, Srbija je u 2021. godini sa 58 poena bila za 10 poena ispod proseka EU zemalja. Najmanje razlike, prema ovom izveštaju, zabeležene su u oblastima rada (2,3 poena) i zdravlja (4,6 poena), dok je najveća razlika bila u domenu novca, sa 22,4 poena. Najznačajniji napredak je primećen u domenu učešća u vlasti, koji obuhvata zastupljenost žena na pozicijama donošenja odluka.⁶

Nakon parlamentarnih izbora održanih 2023. godine, žene čine 38% poslanica u Narodnoj skupštini Republike Srbije. Sličan nivo zastupljenosti je i na lokalnom nivou, gde žene čine 37% članica lokalnih skupština. Ovo povećano prisustvo žena u političkim institucijama je uglavnom rezultat zakonskog amandmana usvojenog 2022. godine, kojim je uvedena obavezna kvota od 40% na izbornim listama za manje zastupljeni pol. Međutim, zastupljenost žena značajno se smanjuje na višim pozicijama u izvršnoj vlasti. Od 2025. godine, samo 30% ministarskih pozicija u republičkoj Vladi zauzimaju žene, a samo 13% opština i gradova vode žene gradonačelnice ili predsednice opština.⁷ Najviše rangirana politička funkcija koju trenutno obavlja žena je predsednica Narodne skupštine, pozicija koju sada zauzima

⁴ <https://www.otvorenavratapravosudja.rs teme/ustavno-pravo/privremeno-obustavljena-primena-zakona-o-rodnoj-ravnopravnosti>

⁵ https://hdr.undp.org/sites/default/files/2025_HDR/HDR25_Statistical_Annex_GII_Table.pdf

⁶ https://sociojalnoukljucivanje.gov.rs/wp-content/uploads/2021/10/Gender_Equality_Index_for_the_Republic_of_Serbia_2021.pdf

⁷ <https://ravnopravnost.gov.rs/izvestaji/> - Izveštaj za 2024. godinu

Ana Brnabić, bivša (prva) premijerka Republike Srbije.

Uprkos činjenici da žene, u proseku, imaju viši nivo obrazovanja od muškaraca, one su manje zastupljene na tržištu rada i manje zarađuju. Prema podacima Zavoda za statistiku Republike Srbije, stopa zaposlenosti među muškarcima starijim od 15 godina je 58%, u poređenju sa 43% među ženama. Razlika u platama između polova iznosi 8,8%, iako se ovaj broj razlikuje u zavisnosti od sektora zaposlenja, starosti i nivoa obrazovanja.⁸ Jedna od posledica ove razlike je da žene u proseku primaju 17% niže penzije od muškaraca.⁹

Među najhitnijim problemima koji pogađaju žene i koji sve više privlače pažnju javnosti su rodno zasnovano nasilje i loši uslovi u porodilištima.

Tokom poslednjih pet godina, najmanje 123 žene su ubijene od strane svojih intimnih partnera u Srbiji.¹⁰ Svi slučajevi femicida registrovani su na osnovu medijskih izveštaja, jer mehanizam za praćenje femicida, koji su Ujedinjene nacije preporučile 2018. godine, još uvek nije uspostavljen. Iako se broj žena koje prijavljuju nasilje povećao, mnoge žrtve se i dalje uzdržavaju od prijavljivanja zbog nepoverenja u institucije i drugih složenih ličnih i društvenih faktora.¹¹ O ovim razlozima široko se diskutovalo tokom kampanje #NisamPrijavila na Tviteru 2021. godine, gde je preko 15.000 žena podelilo svoja iskustva nasilja u roku od samo dva dana, ističući široku rasprostranjenost problema. Pored nasilja u porodici, žene u Srbiji se takođe suočavaju sa sve većim pretnjama od seksualnog zlostavljanja na mreži, posebno u obliku tzv. osvetničke pornografije.¹²

Još jedan veliki problem koji je dospao u žižu javnosti poslednjih godina je kvalitet porodiljske nege. Priče o ženama koje su izgubile bebu tokom porođaja zbog nemara lekara pokrenule su talas svedočenja drugih žena sa sličnim iskustvima.¹³ Tzv. akušersko nasilje je tako postalo značajno javno pitanje, što je dovelo do razvoja prvog Nacionalnog vodiča za trudnoću i porođaj koji, između ostalog, eksplicitno zabranjuje određene prakse.¹⁴

Način na koji mediji u Srbiji predstavljaju žene i izveštavaju o rodno zasnovanom nasilju često se kritikuje zbog toga što sadrži mizogine i seksističke narative. Indeks rodne ravnopravnosti u medijima (GEM) koji se zasniva na merenju šest indikatora ocenjuje Srbiju sa -40,615 za 2025. godinu, što je stavlja na 30. mesto od 87 zemalja uključenih u analizu.¹⁵

⁸ <https://publikacije.stat.gov.rs/G2024/Pdf/G20246004.pdf>

⁹ <https://ravnopravnost.gov.rs/izvestaji/> - Izveštaj za 2024. godinu

¹⁰ <https://www.womenngo.org.rs/femicid-memorial> , posećeno 8.6.2025.

¹¹

https://www.udruzenjesz.rs/images/PDF/12_Izvestaj_primena_Zakona_o_sprecavanju_nasilja_u_porodici_2023.pdf

¹² <https://osnazzene.org.rs/blog/telegram-iza-senke-incest-decija-i-osvetnicka-pornografija/>

¹³ <https://www.cins.rs/price-iz-porodilista-zene-koje-su-prekinule-zavet-cutanja-st/> , posećeno 09.06.2025.

¹⁴ <https://vreme.com/drustvo/mala-pobeda-zabranjeno-rutinsko-secenje-na-porodjaju-i-sedanje-na-stomak/> , posećeno 9.6.2025.

¹⁵ Indeks je nastao kao deo GMMP projekta i obuhvata sledeće indikatore: sve aktere vesti, aktere u vestima koji se odnose na ekonomske teme, političke teme, kao i predstavnike institucija i eksperte.

Rastuća svest o senzacionalizmu ili trivijalizovanom izveštavanju o rodno zasnovanom nasilju dovela je do porasta svesti i novih inicijativa kao što je „Novinarke protiv nasilja prema ženama“, koja prati medijsko izveštavanje i pruža smernice za profesionalno i odgovorno novinarstvo.¹⁶ Ovi naponi imaju za cilj da ospore normalizaciju rodno zasnovanog nasilja i smanje rasprostranjenost senzacionalizma u izveštavanju.

Iako je novinarstvo u Srbiji profesija u kojoj brojčano dominiraju žene, koje čine preko 60% novinarske zajednice, rodna hijerarhija u profesiji i dalje postoji. Samo 18% glavnih urednica u informativnim medijima su žene.¹⁷ Novinarke se suočavaju sa brojnim problemima u radnom okruženju, često doživljavaju diskriminaciju na osnovu pola, pritiske i uznemiravanje, kako u redakcijama, tako i u javnom prostoru. U jednom istraživanju trećina novinarki izjavila je da razmišlja o napuštanju profesije.¹⁸ Novinarke su takođe češće meta napada i u fizičkom i u digitalnom okruženju. Prema podacima Stalne radne grupe za bezbednost novinara, u 2024. godini bilo je 62 napada na novinare, a novinarke su bile žrtve u 55% slučajeva. Kada je reč o napadima u digitalnom okruženju, novinarke su takođe češće bile meta - od 28 takvih napada u 2024. godini, žene su bile žrtve u 68% slučajeva¹⁹

Bezbednost novinara u Srbiji je dodatno narušena tokom tekuće političke krize. U prvih osam meseci 2025. godine prijavljeno je 180 slučajeva fizičkih napada i pretnji novinarima²⁰ Iako podaci o ovim incidentima razvrstani po polu nisu dostupni, medijski izveštaji jasno ukazuju na to da su novinarke često meta napada. Pored toga, kampanje blaćenja, koje često potiču iz medija pod kontrolom režima, nesrazmerno su usmerene na novinarke koje rade u medijima koji profesionalno izveštavaju.²¹

Medijski kontekst

Srpsko medijsko tržište je prezasićeno, sa preko 2.100 registrovanih medija i značajnim političkim uticajem na medijski pejzaž. Kao rezultat toga, najprofitabilnije medijske kompanije su obično one koje su povezane sa vladajućim strukturama.²² Mnogi mediji se oslanjaju ili zavise od javnog finansiranja i državnog oglašavanja, što otvara mogućnosti političkog uticaja, potencijalne pristrasnosti u izveštavanju i predstavlja ozbiljne izazove za nezavisno novinarstvo. Kroz političku kontrolu i selektivnu dodelu raznih subvencija medijima koji su bliski režimu održava se klijentelistički medijski sistem.²³ Štaviše, izmene medijskih zakona iz 2023. godine omogućile su i indirektno državno vlasništvo preko državne telekomunikacione

¹⁶ <https://novinarkeprotivnasilja.org/>

¹⁷ <https://www.osce.org/files/f/documents/c/b/491860.pdf>

¹⁸ <https://nuns.rs/media/2025/08/index-SRB-SRB-2025-2.pdf>

¹⁹ <https://safejournalists.net/sr/stalna-radna-grupa-za-bezbednost-novinara/>

²⁰ <https://nuns.rs/srpska-policija-napada-novinare-koristi-brutalnost-i-seksualne-napade/>

²¹ <https://odjek.rs/bezbednost-novinarki-zene-su-laksa-meta-pa-se-onda-i-cesce-udara-na-njih/>

²² <https://serbia.mom-gmr.org/sr/>

²³ <https://www.danas.rs/vesti/drustvo/anem-o-sufinansiranju-medija-najveca-rak-rana-ostaju-sastavi-komisija-i-raspodela-budzetskog-novca/>
<https://anem.org.rs/sr/strane/analiza-uns-a-izdvajanje-za-projektno-sufinansiranje-medija-trostruko-manje-nego-pre-privatizacije>

kompanije Telekom Srbija, čije agresivne strategije širenja u oblasti proizvodnje medijskog sadržaja izazvaju zabrinutost u vezi sa medijskim pluralizmom i slobodom medija uopšte.²⁴

United media group, koja poseduje medije koji se odnose kritički prema vlasti, uključujući informativni kanal TV N1, Novu S i dnevne novine Danas, našla se pod snažnim pritiskom na nivou menadžmena i poslovnih odluka, sa opasnošću da se to odrazi i na nivo uredničke nezavisnosti.

Javni emiteri, RTS (Radio-televizija Srbije) i RTV (Radio-televizija Vojvodine), često su kritikovani zbog svoje provladine pristrasnosti. Zbog svog nacionalnog dometa i uticaja, RTS je posebno postao glavna meta javnog nezadovoljstva. U aprilu 2025. godine, studenti su jedan od protesta organizovali tako što su dve nedelje blokirali sedište RTS-a, optužujući ga za širenje propagande i pristrasno predstavljanje protesta.

Na Svetskom indeksu slobode štampe Reportera bez granica za 2025. godinu, Srbija je rangirana na 96. mestu od 180 zemalja, nastavljajući dugogodišnji negativan trend. U proteklih pet godina, Srbija je pala za tri pozicije (sa 93. na 96. mesto) i izgubila 15 poena (sa 68,38 na 53,55) dok je deceniju ranije, 2015. godine, bila rangirana na 67. mestu sa 74.95 bodova.²⁵

godina	Sloboda medija RWF Index		Rod i mediji GEM Index	
	mesto	bodovi	mesto	bodovi
2020	93/180	68.98	39/123	-40.615
2025	96/180	53.55	30/87	-48.891

Created with Datawrapper

Tabela br. 1: Pozicija Srbije - indeksi kojima se meri medijska sloboda i način na koji mediji reprezentuju rod

Između 2020. i 2025. godine, pokrenuta je sveobuhvatna inicijativa za reformu medija usmerena na unapređenje slobode medija, transparentnosti i usklađivanja sa standardima Evropske unije. Ovi naponi su navedeni u *Strategiji razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji 2020-2025*. Međutim, sprovođenje se suočilo sa brojnim preprekama, uključujući nedostatak političke volje, nepotpune pravne reforme i kontinuirani uticaj države kroz mehanizme finansiranja i vlasništva.²⁶

²⁴ <https://raskrikavanje.rs/legalizacija-nelegalnog-drzava-bi-da-se-vrati-u-medijsko-vlasnistvo-preko-telekoma/>

<https://www.cenzolovka.rs/trziste/rezimski-mediji-pod-jednom-kapom-telekom-u-ofanzivi-vlast-se-priprema-za-predstojece-izbore/>

²⁵ <https://rsf.org/en/index>

²⁶ <https://www.mfrr.eu/serbia-media-freedom-in-a-state-of-emergency-new-report/>

Najnovije izmene medijskih zakona, usvojene u junu 2025. godine, donele su samo manje zakonske izmene, ali je proces bio široko kritikovan zbog nedostatka transparentnosti.

Regulatorno telo za elektronske medije (REM) ne funkcioniše od novembra 2024. godine, kada su istekli mandati članova njegovog Saveta. Čak i dok je bio operativan, REM se suočio sa širokim kritikama zbog nedostatka istinske nezavisnosti, favorizovanja provladinih medija i neispunjavanja svojih obaveza, posebno u nadgledanju ponašanja pružalaca medijskih usluga. Proces izbora novih članova Saveta obeležen je proceduralnim nepravilnostima i političkim pritiskom i trenutno je zaustavljen. Ova situacija ukazuje na kontinuiranu političku instrumentalizaciju ključnog regulatornog tela i visok nivo političkog uticaja na medije.

Korišćenje interneta u Srbiji je široko rasprostranjeno i prelazi 85%, sa izraženim generacijskim razlikama u konzumiranju vesti. Mlađa publika prvenstveno konzumira vesti putem digitalnih platformi i društvenih medija. Poverenje u medije je veoma nisko, a samo 27% korisnika onlajn vesti izražavaju opšte poverenje u vesti što je znatno ispod evropskog proseka.²⁷

Medijsko izveštavanje o tekućoj političkoj krizi potvrđuje snažnu ideološku podelu. Većina mejnstrim medija, povezanih sa režimom, uglavnom prikazuje vlasti i posebno predsednika Aleksandra Vučića, u povoljnom svetlu, često delujući kao njihovi nezvanični glasnogovornici i otvoreno vodeći kampanje blaćenja protiv studentskih i građanskih protesta, političkih protivnika i kritičkih medija. Nasuprot tome, malo nezavisnih tradicionalnih medija, a posebno društvenih medija, fokusira se na studentski pokret, ističući proteste kao ključni događaj i pojačavajući zahteve za pravdom, institucionalnom odgovornošću i transparentnošću.

Uzorak i metodološke napomene

Uzimajući u obzir navedene medijske i društvene okolnosti, nacionalni tim je u istraživanje uključio uzorak medija koji odražava složenost medijskog pejzaža u Srbiji. Uzorak obuhvata novine, televizijske i radio stanice i onlajn novinske portale koji zajedno predstavljaju širinu medijskog spektra i odražavaju dinamiku promena u njemu.

Izbor medijskog uzorka se zasnivao na sledećim kriterijumima: (1) veličina publike (uključili smo najčitanije/gledanije medije), (2) reputacija (uključili smo one koji se smatraju kredibilnim, iako imaju manju publiku), (3) vlasništvo nad medijima (javni servisi i komercijalni TV kanali), (3) vrsta medija (uključili smo novine velikog formata i tabloide; sajtove koji imaju onlajn prisustvo i medije koji su dostupni isključivo digitalno), (4) politička orijentacija (i kritički i provladini mediji). Da bi se izbeglo dupliranje, ako je tradicionalni medij uključen u svom originalnom obliku (štampani ili

<https://localpress.org.rs/wp-content/uploads/2025/01/The-Strategy-of-the-Development-of-the-Media-System-in-Serbia-2020-2025-and-its-Implementation.pdf>

²⁷ https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2025-06/Digital_News-Report_2025.pdf

elektronski), njegova onlajn verzija nije uključena u uzorak.

Ukupno je analizirano 17 medijskih organizacija: pet novina, četiri televizijska kanala, jedna radio stanica i sedam onlajn informativnih portala.



Tabela br. 2: Uzorak medija uključenih u analizu

Izbor štampanih medija odražava raznovrsnost uređivačkih politika i medijskih formata i uključuje : Politiku (najstarije dnevne novine), Danas (ugledni politički dnevnik), Večernje novosti (tiražni polu-tabloid), Informer i Alo (visoko tiražni tabloidi).

Pored nacionalnog javnog servisa RTS, u analizu su uključene i dve nacionalne komercijalne televizijske stanice (TV Pink i Prva TV) i veoma uticajni kablovski informativni kanal N1.

Izbor onlajn informativnih portala uključuje multiplatformske brendove koji u sastavu imaju i novine ili TV kanale (Blic , Kurir , B92, Nova S, Republika) kao i isključivo digitalne sajtove (Mondo, Srbija Danas).

Broj vesti i aktera/ki uključenih u analizu		
Vrsta medija	Broj vesti	Broj aktera
Štampa	67	176
Televizija	94	219
Radio	18	32
Internet	89	198
UKUPNO	268	625

Created with Datawrapper

Tabela br. 3: Broj analiziranih vesti i aktera/ki po vrsti medija

Ukupno je analizirano 268 novinarskih priča sa 625 aktera i akterki u njima. Akteri i akterke uključuju sve osobe koje se u pominju - one o kojima su tekstovi (subjekti), one koje su izvori (ekspertski, laički, slučajni svedoci) ili one koji se samo pominju u različitim ulogama značajnim za temu teksta.

Istraživački tim

Istraživački tim sa Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Beogradu je ove godine po treći put učestvovao u Globalnom projektu monitoringa medija. Kao i u prethodnim ciklusima, činile su ga studentkinje i studenti novinarstva i komunikologije koju su metodološku obuku i istraživački proces obavljali u okviru odgovarajućih studijskih programa. Ovoga puta, iako je Fakultet političkih nauka kao i ceo Univerzitet u Beogradu bio u blokadi, istraživački tim činile su studentkinje koje su smatrale da značaj projekat zaslužuje da se istraživanje sprovede iako se nastava ne održava.

Rezultati prethodnih iztraživanja objavljeni su u odgovarajućim izveštajima i dostupni su, zajedno sa izveštajima iz drugih zemalja, na linkovima:

https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/national/Serbia.pdf

<https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/Serbia-Report-GMMP.pdf>

Istraživački materijal čuva se u bazi podataka i zahvaljujući tome, uz podatke iz 2025. godine, moguća su i detaljnija poređenja nalaza iz protekle decenije i identifikovanje trendova na koje promene ukazuju.

NALAZI ISTRAŽIVANJA

Dan u vestima u Srbiji

Monitoring dan (6. maj) pao je u period intenzivne političke krize. Studentski protesti su trajali već pet meseci, mobilišući široku javnu podršku, dok su vlasti ignorisale njihove zahteve. Tokom prve faze protesta, studenti nisu imali eksplicitno političke zahteve, insistirali su na objavljivanju dokumenata vezanih za rekonstrukciju nadstrešnice i zahtevali su utvrđivanju odgovornosti za tragediju kao i da institucije odgovorno rade.

Međutim, do promene je došlo noć pre analiziranog dana.

Nakon višemesečnog namernog izbegavanja direktne političke konfrontacije, studentski pokret je 5. maja izneo svoj najeksplicitniji i od tada glavni zahtev za hitno raspisivanje vanrednih parlamentarnih izbora. Ovo je označilo veliku promenu tona i pomeranje sa fokusiranja na institucionalnu odgovornost i transparentnost na otvoreno osporavanje legitimiteta vladajućeg režima.

Pošto je analizirani dan bio samo dan kasnije, ovaj događaj je značajno uticao na medijsku agendu.

Zahtev za raspisivanje izbora je pokrenuo talas javne debate, dodatno polarizujući već podeljeno društvo. Većina stanovništva, uz opozicione stranke i kritički nastrojene medije, podržala je ideju izbora kao put do mirnog izlaza iz političke krize. Zvaničnici vlasti su, međutim, tvrdili da se univerziteti koriste za političko delovanje, proglašavajući to kriminalnom aktivnoću, i da će izbori biti održani kada to institucije odrede, a ne na zahtev demonstranata.²⁸

Do tada su već ne samo univerziteti, nego i ceo obrazovni sistem, uključujući značajan broj srednjih i osnovnih škola, bili u protestu. Neke škole su bile u potpunoj blokadi, dok su druge radile po skraćenom rasporedu. Kao rezultat toga, pitanje kako nastaviti i završiti školsku godinu, postalo je glavna tema vesti.

Takođe, 6. maj je Đurđevdan, porodična slava, praznik koji se široko slavi u Srbiji, posebno među romskom populacijom. Shodno tome, medijska vidljivost romske zajednice se povećala, jer je nekoliko vesti bilo posvećeno proslavi.

Međunarodni događaji su bili istaknuti u medijima, uključujući izbor Fridriha Merca za kancelara Nemačke, kao i izveštavanje o ratu u Ukrajini i Gazi. Međunarodni položaj Srbije takođe je bio među važnim vestima, budući da se predsednik Aleksandar Vučić upravo vratio iz posete Sjedinjenim Američkim Državama i spremao se da otputuje u Moskvu na proslavu Dana pobeđe.

Pored toga, agenda i pristup tradicionalnih medija značajno se razlikovala od agende onlajn medija. Onlajn platforme su češće davale prioritet „klikabilnim“ pričama, često

²⁸ <https://www.danas.rs/vesti/politika/vucic-studenti-izbori-vreme/>
<https://www.bbc.com/serbian/articles/cn0w0ej1r3ko/lat>

ističući sadržaj koji uključuje nasilje, bilo opšte, kriminalno ili rodno zasnovano, kao svoje glavne priče.

Teme u vestima

Dominantna tema u medijskom izveštavanju na dan monitoringa bila je nesumnjivo *politika*. Četiri od deset svih vesti (43%) fokusirale su se na politička pitanja. Ovo nije iznenađujuće s obzirom na kontekst u kojem je istraživanje sprovedeno, ali jeste veoma veliki porast.

U proteklih deset godina u medijima u Srbiji taj procenat je veoma varirao u zavisnosti od trenutnih događaja pa su 2015. vesti o politici bile dominantna tema (33.9%) ali ih je 2020. bilo znatno manje (16%).

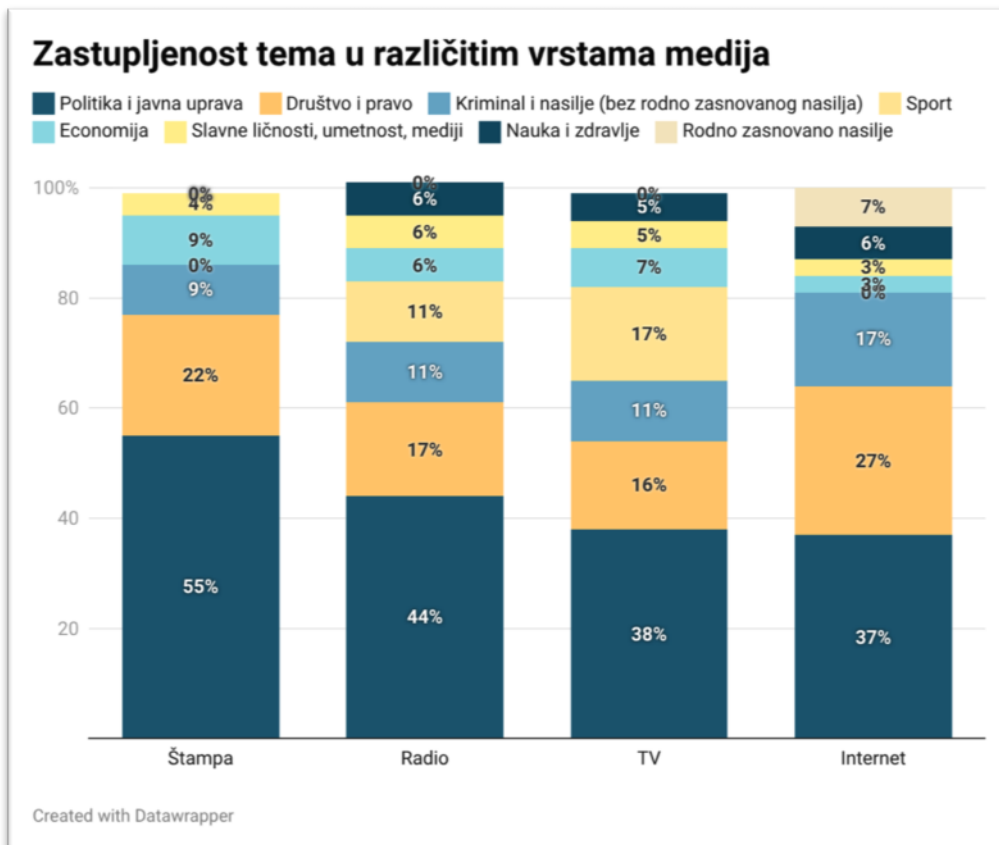
Globalni prosek je znatno uravnoteženiji i tokom proteklih 30 godina političke vesti uglavnom čine oko jedne četvrtine informativnog sadržaja. Ove godine on je 26% i u starim i u novim medijima, uz varijacije po regionima u rasponu od 15% u Severnoj Americi do 33% u Aziji.

Domaća politička pitanja (N=57) bila su zastupljenija od spoljnopolitičkih tema (N=49). Politika je bila istaknuta u svim tipovima medija, iako je njena zastupljenost varirala: štampani mediji su imali najveći politički fokus, dok je udeo političkih vesti bio najmanji na televiziji i internetu (videti grafikon 1).

Druga najčešće obrađivana tema, mada upola ređa, bile su *društvene vesti* (21% u svim medijima zajedno). Novinari su izveštavali o protestima, pitanjima vezanim za funkcionisanje obrazovnog sistema, religiji - uglavnom u vezi sa proslavom Đurđevdana, i nesrećama, temi koja se najčešće pojavljivala na onlajn portalima sa tabloidnom orijentacijom.

Kriminal i nasilje pojavili su se kao treća najčešće obrađivana tema, dok je *sport* imao značajnu vidljivost na televiziji i radiju.

Analiza je obuhvatila nacionalne medije i, kao rezultat toga, većina vesti je bila i takvog obima, što znači da se 60% priča fokusiralo na pitanja od nacionalnog značaja. Međunarodne vesti su takođe imale značajno prisustvo, čineći približno jednu trećinu (32%) informativnog sadržaja. Nasuprot tome, lokalne i regionalne vesti su bile gotovo odsutne, svaka od ovih kategorija činila je samo po 3% ukupnog izveštavanja.



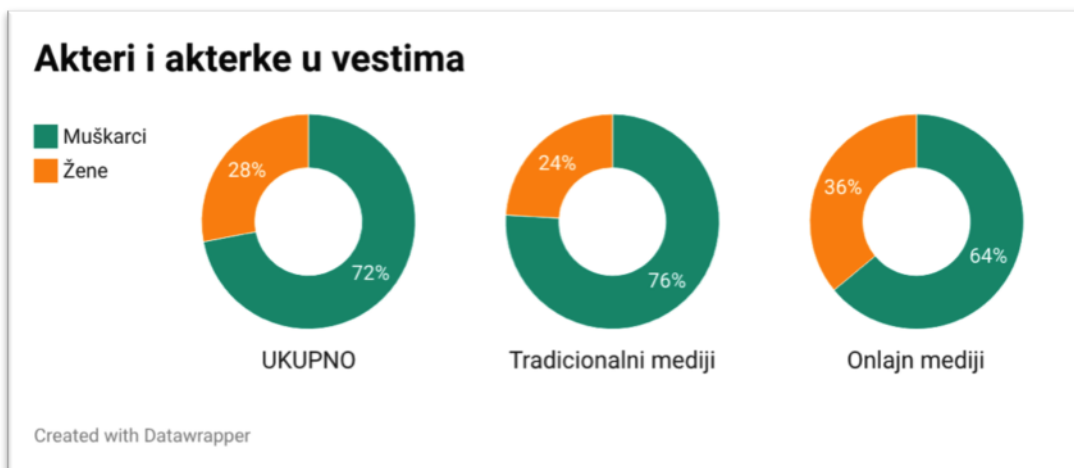
Grafikon br. 1 Teme u vestima po vrsti medija

Akteri i akterke u vestima

Subjekti i izvori vesti

Analizirane vesti odnosile su se na 625 aktera, od kojih su 28% bile žena. Ovo ukazuje na povećanje vidljivosti žena tokom poslednje decenije. Žene su bile subjekti u 22% slučajeva 2015. i 20% 2020. godine, što uglavnom znači da je svaka peta osoba u medijima bila žena, dok je 2025. godine to bila svaka četvrta.

Međutim, postoji značajna razlika između tradicionalnih medija (štampa, TV i radio), gde je 24% subjekata bilo žena, i onlajn medija, gde su žene bile češće zastupljene, čineći 36% pojavljivanja (videti grafikon br. 2). Kada je reč o tradicionalnim medijima, Srbija je nešto ispod svetskog proseka (26%), ali u onlajn vestima premašuje prosek (29%).

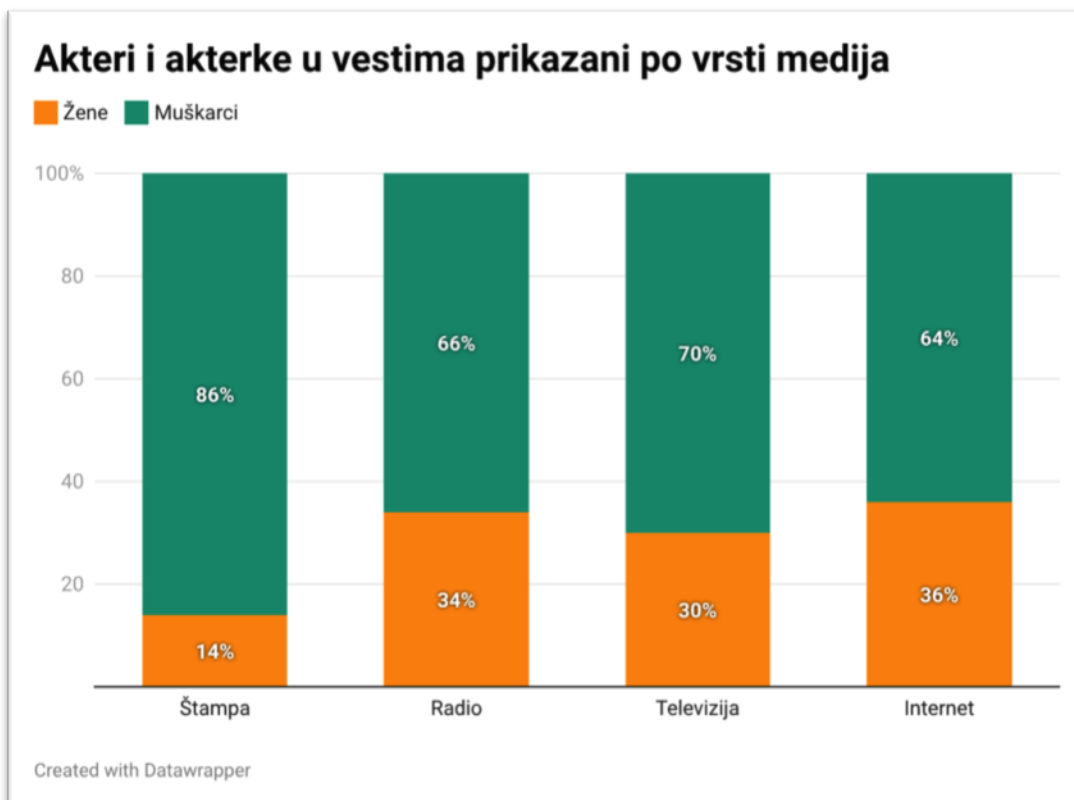


Grafikon br. 2: Akteri i akterke u vestima

Postoje značajne razlike među različitim vrstama medija (videti grafikon br. 3), što je delimično posledica metodologije. Štampani mediji imaju najmanji udeo žena u vestima (samo 14%), što pokazuje da na naslovnim stranama i prvim stranama štampanih izdanja i dalje snažno dominiraju muškarci. Internet portali, s druge strane, imaju najveću vidljivost žena zbog svog fokusa na „meke“ vesti, koje daju prioritet sadržaju o poznatim ličnostima i zabavi, kao i pričama o kriminalu i nesrećama.

Generalno, može se zaključiti da što je medijski brend „ozbiljniji“, to je prisustvo žena marginalnije. Na primer, u našem uzorku, jutarnje dnevne novine imaju jednocifrene procenete ženske zastupljenosti. Ako je urednički fokus na visoko personalizovanom i senzacionalizovanom sadržaju, kao što je slučaj sa onlajn tabloidima, postoji znatno više prostora za prisustvo žena, često dostižući ili se približavajući paritetu.

Ovo je jedna od vrsta podrazumevajućih i manje očiglednih formi nejednakosti. Žene teško zaslužuju mesto u temama i medijima koje se bave važnim i ozbiljnim problemima povodom kojih se najčešće i donose odluke od ključnog značaja. Istovremeno, prezastupljenost u mekim vestima, zabavi, svakodnevnim temama i ljudskim pričama, pokriva ovu disproporciju stvarajući utisak da su u celini, žene podjedanko vidljive u medijima.



Grafikon br. 3: Izvori vesti u različitim vrstama medija, po polu

Uzimajući ovo sve u obzir, može se zaključiti da veoma spor i prilično neujednačen napredak ipak postoji. Pored toga, važni događaji povremeno utiču na medijsko izveštavanje na načine koji su jako vidljivi u rodnoj zastupljenosti. Na primer, u studentskim protestima su učestvovala brojne studentkinje o čijim su izjavama ili aktivnostima mediji često izveštavali. Stoga su u ukupnom zbiru u kategoriji „studenti/učenici“ akterke činile većinu (55%) iako su u ovoj populaciji žene odavno većina.

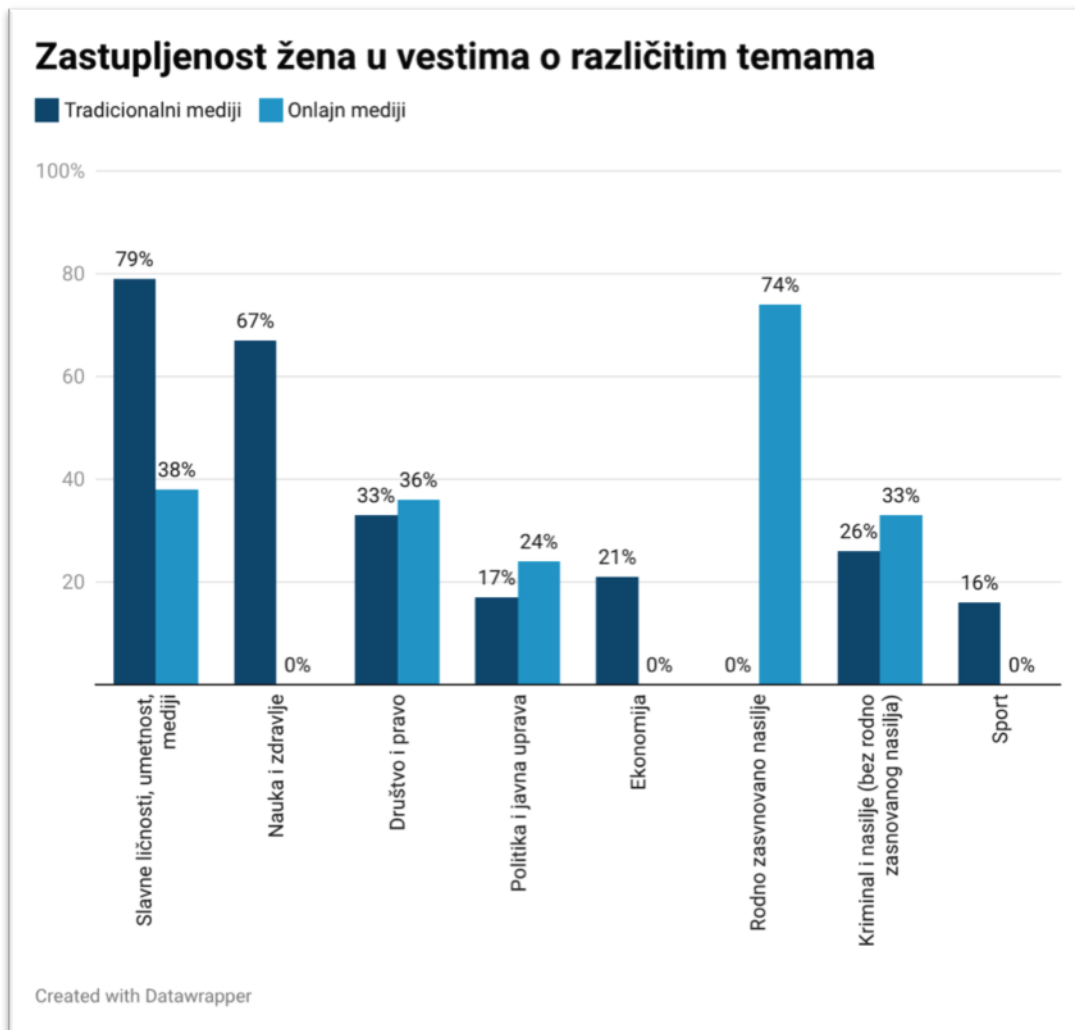
S druge strane, rastući trend objavljivanja ličnih priča (često preuzetih sa naloga na društvenim mrežama) i priča o nasilju (uključujući i rodno zasnovano nasilje) dobija na zamahu, a kao nenamerna posledica toga, povećao se broj žena o kojima takve vesti govore.

Postoje samo tri glavne novinske teme gde su žene bile većina subjekata, kako u tradicionalnim tako i u onlajn vestima: poznate ličnosti, umetnost i mediji (u tradicionalnim medijima), rodno zasnovano nasilje (u onlajn vestima), i nauka i zdravlje (u tradicionalnim medijima) (videti grafikon 4). Istaknutost žena u kategoriji poznatih ličnosti uglavnom je posledica izveštavanja o Met Gala večeri usmerenog na modu, posebno u TV vestima, gde su u jednoj priči svi subjekti, njih šest, bile žene. Naglasak na ženama u pričama o rodno zasnovanom nasilju povezan je sa široko rasprostranjenim izveštavanjem o slučaju digitalnog zlostavljanja. Vesti o nauci i zdravlju u kojima su žene bile većinski subjekti odnose se na veoma mali broj tekstova i ukupno tri osobe u njima, od kojih su dve bile žene.

Nasuprot tome, sport je u medijima pretežno prikazan kao muška oblast. Jedina

žena pojavila se u priči o dečjem takmičenju, dok su se svi profesionalni sportski izveštaji fokusirali isključivo na muške sportiste.

U političkim vestima, žene su i dalje značajno veoma podzastupljene, čineći samo 17% subjekata u tradicionalnim medijima i 24% u onlajn vestima. U okviru domaćeg političkog izveštavanja, žene čine 25% subjekata. Međutim, u pričama o nemirima i protestima, zastupljenost žena je nešto veća, sa 35%. Kao i u slučaju studentkinja, ovaj procenat govori o velikom aktivizmu žena koji je zbog izuzetno velikog medijskog fokusa na protestne aktivnosti doveo i do njihove veće vidljivosti.



Grafikon br. 4 Ženski izvori po novinskim temama

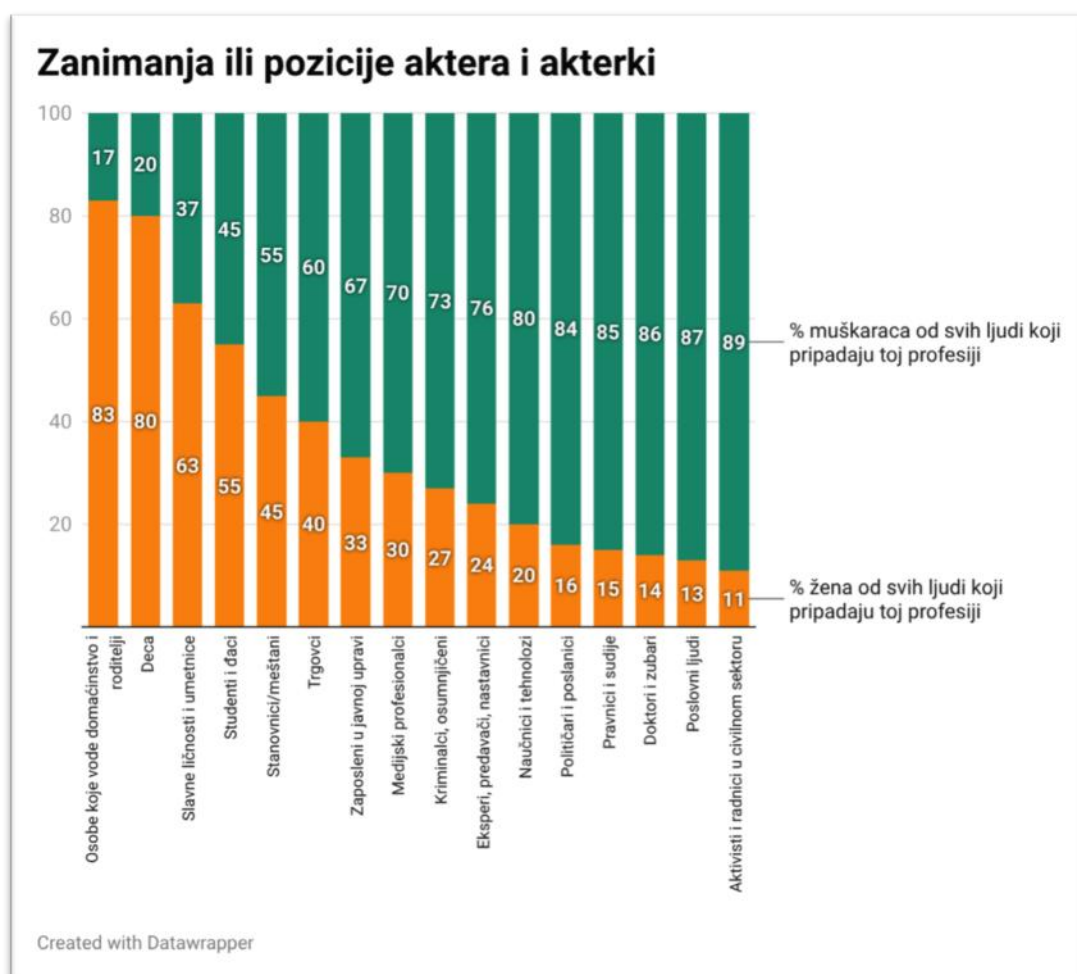
Zanimanje i položaj

Predstavljanje profesija u medijskom izveštavanju otkriva značajnu rodnu nejednakost. Sport, religija, policija i vojska prikazani su kao oblasti u kojima dominiraju muškarci, bez ijedne ženske predstavnice u ovim profesionalnim oblastima u svim analiziranim vestima.

Ženski sportovi su potpuno ignorisani u vestima, što je rezultiralo time da nikada nije

izveštavano ni o jednoj sportistkinji. Nasuprot tome, 27 muških sportista ili trenera je bilo uključeno u razne izveštaje. Sličan obrazac je primećen u predstavljanju religije, gde su svih 11 predstavljenih ličnosti bili muškarci, kao i u policijskom i vojnom sektoru, gde je bilo osam muških predstavnika i nijedna žena.

Neka zanimanja su bila predstavljena samo jednom ili dvema osobama. Na primer, samo jedna muška figura je prikazana kao član strane kraljevske porodice kao i jedan muški kancelarijski ili uslužni radnik i jedan muški poljoprivredni radnik. Među ženama, pojedinačno su prikazane dve, jedna kao zdravstvena radnica, a druga kao penzionerka.



Grafikon br. 5 Zanimanje ili položaj, po polu

Svi slučajevi, gde su žene bile potpuno odsutne ili gde je predstavljena samo jedna osoba iz određene profesije, isključeni su iz grafikona (br. 5), koji prikazuje raspodelu ljudi po profesiji i polu u svim analiziranim izvorima.

Ova distribucija ukazuje kako su određena zanimanja društveno konstruisana kao muška ili ženska. Muškarci su značajno nadmašili broj žena u društveno najcenjenijim ili najmoćnijim profesijama koje su se pojavljivale u medijskom izveštavanju. Kao što je prikazano na grafikonu br. 5, žene obično čine samo jednu

ili dve od svakih deset vidljivih osoba u ovim zanimanjima visokog statusa, kao što su političar, advokat, lekar, biznismen, aktivista.

Nasuprot tome, žene su brojčano nadmašile muškarce u ulogama domaćica/roditelja, dece, poznatih ličnosti i studenata/učenika. Osim u kategoriji studenata/ učenika, ove uloge se tradicionalno povezuju sa ženskošću. Domaćice i roditelji se obično smatraju važnim ženskim ulogama u privatnoj sferi, dok se u javnom domenu žene često prikazuju kao zabavljačice. Kao što je ranije pomenuto, mlade žene su igrale istaknutu ulogu u protestima koje su predvodili studenti, što se ogleda u odnosu rodne zastupljenosti u ovoj kategoriji.

Funkcija u priči

Tradicionalni rodno obojeni kulturni obrasci se dodatno ogledaju u ulogama koje ljudi zauzimaju u medijskom sadržaju. Žene se češće pojavljuju nego muškarci (58% u poređenju sa 43%) u vestima gde govore iz ličnih iskustava. Međutim, kada novinari izveštavaju o javnom mnjenju, za svaku citiranu ženu, predstavljena su dva muškarca. U ulogama kao što su subjekti, portparoli i očevici, rodna distribucija u velikoj meri odražava isti odnos kao u celini medijskog izveštavanja i kreće se oko četvrtine zastupljenosti. Međutim, najviše zabrinjava izrazita podzastupljenost žena u kategoriji stručnjaka: samo 12% svih ekspertskih glasova bili su ženski. Broj se poklapa sa ranijim rezultatima (7% u 2015. i 14% u 2020. godini), što sugerise da je, ukupno, otprilike svaki deseti stručnjak citiran u vestima žena. Ovo je znatno ispod globalnog proseka od 23% za 2025. godinu.

Glas autoriteta i dalje ostaje muški i to je u domaćim medijima i dalje oblast u kojoj se najsporije zatvara rodni jaz.



Grafikon br. 6 Funkcija u priči, po polu

Uzrast ljudi u vestima

Analiza vezana za starost ograničena je na subjekte koji se pojavljuju na televiziji i u onlajn medijima, gde je starost ili zaključena na osnovu znanja (u slučaju poznatih ličnosti) ili procenjena na osnovu izgleda (za manje poznate ili anonimne pojedince).

U TV vestima, najzastupljenije starosne grupe su osobe srednjih godina (N=60) i u periodu rane starosti (N=53). Unutar ovih grupa, muškarci su znatno vidljiviji od žena.

Devojčice su brojnije od dečaka u kategorijama dece i tinejdžera. Međutim, važno je napomenuti da ove kategorije zajedno uključuju samo 11 TV subjekata od 219. U svim ostalim starosnim grupama, muškarci dominiraju, čineći oko dve trećine svih subjekata.

Ova razlika između polova je posebno izražena u kategoriji starih ljudi, gde žene čine samo 4% subjekata. Broj žena se upadljivo smanje u starijim uzrastima u svim vrstama medija.

Starosna struktura aktera i akterki u televizijskim vestima			
	Žene %	Muškarci %	Ukupno N
Nije navedeno	29	71	35
Dete (manje od 12)	75	25	4
Tinejdžer (13-19)	57	43	7
Mladost (20-30)	29	71	35
Srednje doba (31-50)	37	63	60
Rana starost (51-64)	28	72	53
Starije doba (65-79)	4	96	23
Pozno doba (80+)	50	50	2

Created with Datawrapper

Tabela br. 4: Starosna struktura žena i muškaraca u televizijskim vestima

Situacija se razlikuje kod onlajn vesti, gde su vizuelni elementi omogućili procenu starosti za 100 ispitanika. Ovi podaci ukazuju na to da je veća verovatnoća da će žene biti zastupljene ako su mlađe od 50 godina, pri čemu su tinejdžerke i mlade žene znatno vidljivije od svojih muških kolega. Međutim, ovaj trend se menja kod žena starijih od 50 godina koje predstavljaju samo 15% onih starosti 51–64 godine i samo 6% u starosnoj grupi 65–79 godina.

Starosna struktura aktera i akterki u onlajn vestima			
	Žene %	Muškarci %	Ukupno N
Nije navedeno	30	70	96
Dete (manje od 12)	75	25	8
Tinejdžer (13-19)	69	31	16
Mladost (20-30)	83	17	12
Srednje doba (31-50)	57	43	14
Rana starost (51-64)	15	85	33
Starije doba (65-79)	6	94	17
Pozno doba (80+)	0	0	0

Created with Datawrapper

Tabela br. 4: Starosna struktura žena i muškaraca u onlajn vestima

Žrtve ili preživeli

Žene su značajna većina (tri četvrtine) u svim tekstovima u kojima se govori o žrtvama ili preživelim u raznim oblicima nasilja i nesreća.

Rodna dimenzija predstavljanja žrtava ili preživelih je uglavnom vođena događajima. Od 33 slučaja u kojima su žene prikazane kao žrtve, 19 se odnosi na rodno zasnovano sajber nasilje (ista priča koju je objavilo više medijskih kuća), a tri se odnose na rodno zasnovano nasilje.

Šest osoba nije preživelo nasilje i predstavljene su isključivo kao žrtve, pet od njih su bile žene, a jedan muškarac.

Rodna dimenzija nasilja				
žrtve ili preživeli	žene N	muškarci N	ukupno N	% žena
oboje	33	10	43	77%
žrtve	33	10	43	77%
preživeli	28	9	37	76%

Created with Datawrapper

Tabela br. 5: Žrtve i preživeli

Medijski izveštaji uključuju različite vrste viktimizacije: porodično nasilje, nesreće, pljačke, rat, diskriminaciju i sajber nasilje zasnovano na polu. Priče o diskriminaciji

uključivale su incidente sa crnim muškim sportistima i bile su jedine koje su se bavile diskriminacijom. Muškarci su češće prikazivani kao žrtve nesreća, dok su u svim ostalim kategorijama žene češće prikazivane kao žrtve ili preživeli.

Porodična uloga

U svim medijima, porodična uloga se pominje kod 22% žena (37 slučajeva od 172 žene) i samo 4% muškaraca (21 od 453). Rodni jaz je manji u tradicionalnim medijima, gde se porodična uloga navodi kod 11% žena i 6% muškaraca, ali je znatno veći u onlajn vestima, gde se čak 37% žena (26 od 70) identifikuje po svojoj porodičnoj ulozi, u poređenju sa samo 2% muškaraca.

Ovaj nalaz je još jedan pokazatelj da je vidljivost žena na popularnim informativnim portalima povezana sa sklonošću ovih medija da objavljuju priče o privatnim, uglavnom ženskim životima. Takva uređivačka strategija ima kontradiktorne posledice: ona čini živote žena vidljivijim u medijima, ali to čini na način koji povezuje njihovu vrednost sa porodičnim ulogama i, za razliku od muškaraca, ne tretira ih kao individue same po sebi.

Pol novinara ne utiče na to da li se pominje porodična uloga. Umesto toga, takva pominjanja su povezana sa senzacionalističkim i veoma personalizovanim pristupom novinarstvu što je još jedna potvrda da su novinarske prakse, takođe, značajan izvor rodnih stereotipa u medijima.

Citiranje i prikazivanje izvora u štampanim i onlajn vestima

U štampanim medijima, muškarci i žene imaju podjednake šanse da budu direktno citirani u vestima, pri čemu se citati pojavljuju kod 56% i muških i ženskih subjekata, dok ženski subjekti imaju veće šanse da budu fotografisani, jer je fotografisano 44% ženskih subjekata, a 36% muških.

U onlajn vestima, žene se češće citiraju nego muškarci (44% u poređenju sa 37%), ali muškarci se češće prikazuju na slikama nego žene (39% u poređenju sa 29%). Ova obrnuta vizura ukazuje na različite principe selekcije koji važe u tradicionalnim i onlajn medijima koji su povezani sa različitom listom prioriteta u izboru tema.

Intersekcionalnost

Ukupno je bilo 40 pojavljivanja (6%) pojedinaca koji pripadaju manjinskim grupama, većinom u televizijskim vestima.

Vidljivost manjina je prvenstveno vođena izveštavanjem o Đurđevdanu (romska manjina), Met Gala večeri, incidentu u koji je umešan košarkaš Partizana (rasne manjine) i istaknuta političarka, koja se pojavila 13 puta u analiziranom uzorku, što čini više od polovine svih pominjanja žena iz manjinskih grupa (N=23). Ovaj nalaz, takođe, ukazuje na veliku isključenost žena iz manjinskih grupa, budući da se njena pojavljivanja vezuju za značaj njene političke uloge, koja niti ona niti mediji ne dovode u vezu sa njenom pripadnošću manjinskoj zajednici.

Među ženama koje se pojavljuju kao subjekti vesti, one koje takođe pripadaju manjinskoj grupi su češće, čineći 13% svih žena u vestima, dok samo 4% muških subjekata pripada nekoj manjinskoj grupi.

Posebna pitanja

Pošto se prikupljanje podataka GMMP 2025 odvijalo tokom perioda intenzivne političke polarizacije, nacionalni tim je uključio posebna pitanja kako bi procenio kako se ova polarizacija odražava u medijskoj reprezentaciji. Konkretno, ispitali smo da li je osoba u vestima javno povezana sa vladajućom strankom i njenim politikama, da li ih podržava, ili ih kritikuje.

Naši nalazi pokazuju da su kritičari vlade upola manje prisutni u vestima nego pristalice režima. Međutim, rodna struktura otkriva značajnu razliku: žene su činile samo 15% onih koji su prikazani kao pristalice režima, ali 31% onih koji su prikazani kao kritičari režima. U uslovima visoke polarizacije nalaz o duplo manjoj zastupljenosti kritičkih glasova od onih koji podržavaju vlast je relevantniji nego podatak o rodnoj strukturi kritičara i kritičarki.

Rodna struktura novinarske profesije

Žene čine 56% svih vidljivih novinara, spikera i voditelja u svim vrstama medija. Njihovo manje prisustvo na radiju je prvenstveno posledica jednog metodološkog faktora: isti muški radio voditelj je računat za svako pojavljivanje (15 puta), što je značajno iskrivilo podatke.

	Žene	Muškarci	Ukupno N
Štampa	61	39	18
Radio	21	79	24
Televizija	55	45	145
Internet	76	24	38

Za radio i televiziju su pored novinarki i novinara ubrojani i voditeljke i voditelji.
Created with Datawrapper

Tabela br. 6. Novinarke i novinari po tipu medija

Kada se uloge voditelja i prezentera razdvoje od uloga novinara, slika se menja. Iako su uloge prezentera podjednako raspoređene, u produkciji dominiraju žene.

U elektronskim medijima, muški voditelji su primećeni u tri slučaja (N1, Prva televizija i Radio Beograd), dok su ženske voditeljke bile prisutne dva puta (na RTS-u i Pinku). Sportske segmente su isključivo predstavljali muškarci u svim medijima koji su imali sportsku rubriku (TV N1 nije imala sportsku rubriku). Nasuprot tome, vremenske prognoze su dosledno saopštavale žene.

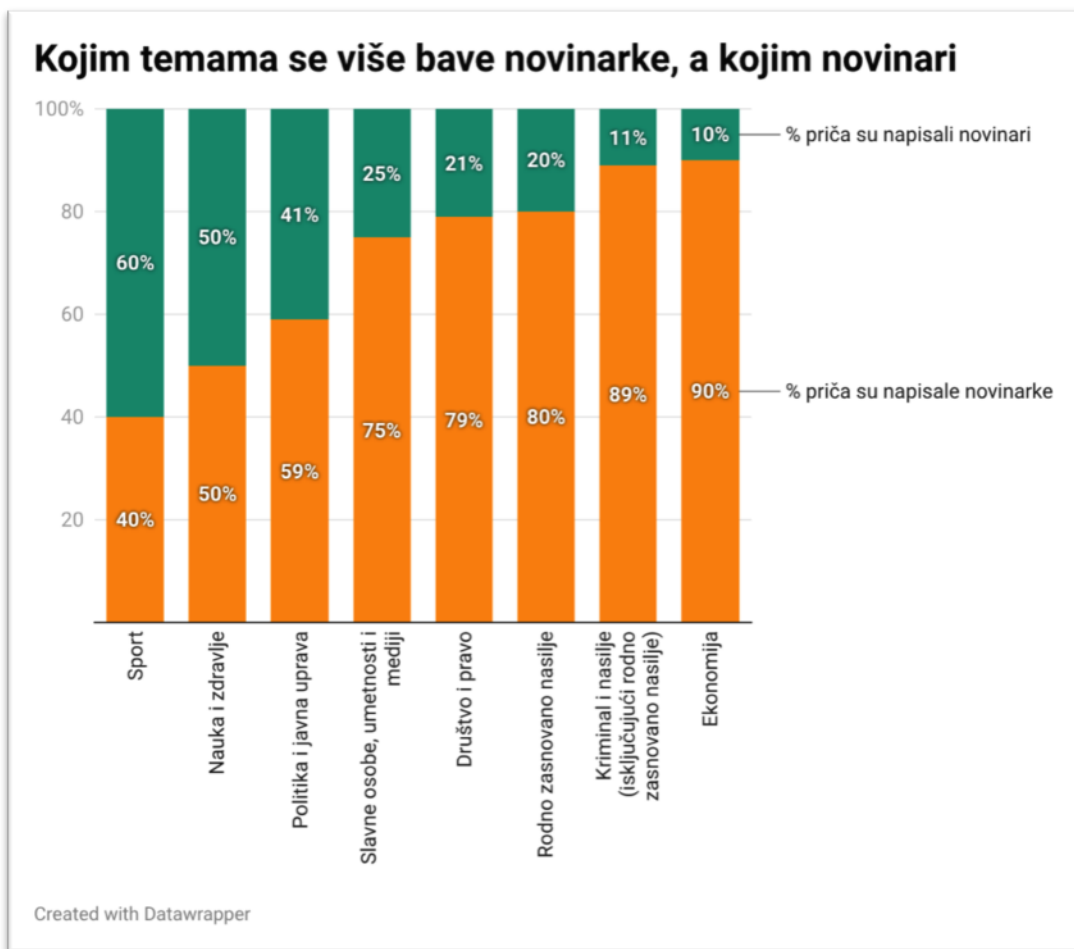
Starost više nije ograničavajući faktor za voditelje i prezentere oba pola. I muškarci i žene se pojavljuju u tri starosne grupe: mladi (20–30), srednjih godina (31–50) i stariji odrasli (51–64).

Što se tiče produkcije, novinarstvo je pretežno ženska profesija. Među vidljivim novinarima, 72% su žene (81 od 112), što čini značajnu većinu na svim medijskim platformama - štampanim (61%), radiju (71%), televiziji (73%) i internetu (76%). Iako postoje varijacije u podacima za Srbiju u periodu 2015–2025, glavni nalaz ostaje dosledan u svim talasima projekta: žene čine značajnu većinu u oblasti novinarstva. U poređenju sa globalnim i evropskim prosekom (nešto iznad 40%), ovaj indikator pokazuje da je Srbija među zemljama sa visoko feminizovanom novinarskom profesijom. Međutim, ova visoka zastupljenost žena u profesiji ne odražava se u njihovom prisustvu u vestima.

Autorstvo u štampanim i onlajn medijima ostaje uglavnom anonimno. Zapravo, 74% štampanih članaka i 57% onlajn vesti ne sadrži navod autora, što u većini slučajeva čini nemogućim utvrđivanje pola autora. Čak su i televizijski reporteri sve manje vidljivi, a mnoge vesti se sada emituju putem glasa voditelja. To je često zbog toga što je sadržaj kompilacija izjava sa društvenih mreža ili saopštenja za štampu.

Generalno, feminizacija novinarstva nastavlja da napreduje. Međutim, uporedo sa njom raste zabrinjavajući trend nesigurnosti posla, preopterećenja poslom i opadanja društvenog statusa medijskih profesionalaca.

Iako su žene očigledno većina u novinarskoj profesiji, i dalje postoje oblasti koje ostaju „muškije“ od drugih, kao što su sport - jedini u kome su muški novinari većina, ili nauka i zdravstvo (50:50) i politika (59% naspram 41% za novinarke).



Grafikon br. 7: Rodna dimenzija izveštavanja

Pitanje koje se postavlja jeste da li je identitet novinara, posebno njegov pol, važan kada je u pitanju izveštavanje. Kratak odgovor, zasnovan na podacima iz 2025. godine, jeste - da.

Novinarke su izveštavale o ili intervjuisale ukupno 239 akterki i aktera. Iako su većinu njih tema muškarci (60%, ili 144 osobe), žene su i dalje predstavljale značajnih 40% (95 osoba) onih o kojima su izveštavale.

Nasuprot tome, muški novinari su izveštavali o 196 aktera i akteri, sa jasnom rodnom neravnotežom: 82% (87 osoba) su bili muškarci, a samo 18% (19 osoba) su bile žene.

Ovi nalazi ukazuju na to da su novinarke sklonije nego njihove muške kolege da uključuju žene kao sagovornice, čime doprinose uravnoteženijoj rodnoj zastupljenosti u medijima.

Novinarska praksa: O centralnom položaju žena, rodnim stereotipima i izveštavanju zasnovanom na ljudskim pravima

U analiziranom materijalu, nijedna vest nije obrađivala pitanje ženskih prava, zakona ili javnih politika koje promovišu rodnu ravnopravnost. Žene su retko u centru pažnje

vesti: samo jedna od deset priča je predstavljala ženu, grupu žena ili se bavila pitanjima vezanim za rod. Ukupno 23 vesti (9% uzorka) su stavile žene, bilo kao pojedinke ili grupe, u centar pažnje. Ove priče su obuhvatile sledeće teme: rodno zasnovano nasilje (N=6), kriminal (N=6), društvena pitanja (N=4), politiku (N=3), poznate ličnosti (N=3) i ekonomiju (N=1).

Samo jedan tekst se direktno bavio rodnom nejednakošću, dok su samo u dve priče aktivno osporavani rodni stereotipi. Jedna od priča se odnosi na Angelu Merkel, prikazujući je kao moćnu ženu koja otvoreno izražava svoj stav o muškom političaru Fridrihu Mercu, što je dinamika koja se retko prikazuje u političkom izveštavanju. Drugi tekst u fokusu ima uspešne Romkinje koje govore o preprekama, stereotipima i predrasudama koje su prevazišle. Ova priča je takođe jedina koja se eksplicitno bavi rodnom nejednakošću. Iako je format donekle nekonvencionalan (sastavljen je od citata iz tok-šoua koji će se emitovati na kablovskoj televiziji iste medijske kuće), on efikasno skreće pažnju na problem dvostruke marginalizacije sa kojim se suočavaju Romkinje.

Sa stanovišta odnosa prema rodnoj ravnopravnosti situacija u srpskim medijima je ostala uglavnom nepromenjena tokom poslednje decenije. Žene se retko pojavljuju u centru pažnje vesti (samo 8% u 2015. godini, 11% u 2020. godini i 9% u 2025. godini). Vesti ne problematizuju rodnu nejednakost, gotovo nikada ne dovode u pitanje rodne stereotipe i gotovo nikada ne tretiraju rodnu diskriminaciju kao značajnu temu.

Fokus na rodno zasnovano nasilje

U analiziranom uzorku objavljeno je šest vesti o rodno zasnovanom nasilju, sve na tabloidnim onlajn portalima. Iako ovo doprinosi vidljivosti izuzetno važnog pitanja, način na koji se o njemu izveštava često je potpuno neetički i u direktnoj suprotnosti sa profesionalnim smernicama za izveštavanje o tako osetljivim temama.

Ukupno, u ovim pričama je bilo 23 žene, 8 muškaraca i jedna osoba čiji pol nije mogao biti utvrđen. Žene su bile dominantni subjekti, čineći 73% svi pomenutih osoba. Jedna žena je bila uključena u ulozi ekspertkinje ili komentatorke, a u tri slučaja žene su podelile svoja lična iskustva.

Jedna od vesti vezanih za rodno zasnovano nasilje je slučaj femicida, gde je otac ubio svoju ćerku i povredio drugu ćerku i svoju ženu. Ova priča je objavljena na *Mondo* portalu.

Priča koja je dobila značajniji publicitet objavljena je na pet različitih onlajn portala (*Mondo, Srbija Danas, Blic, Kurir* i *Nova*), u pitanju je bio učenik koji je postavljao lica školskih drugarica i nastavnice na slike golih ženskih tela. Ovaj slučaj će biti uključen u našu kvalitativnu analizu kao propuštena prilika medija da se da se pozabave pitanjem tehnološki olakšanim rodno zasnovanim nasilje na smislen i odgovoran način.

Pored slučajeva uključenih u uzorak, neke novine su objavile dodatne priče o rodno zasnovanom nasilju na poslednjim stranama. Tabloid *Alo* objavio je tri izveštaja o incidentima nasilja, dok su *Novosti* objavile priču o još jednom slučaju femicida.

Postoji jasna razlika između tabloidnih i netabloidnih medija: sve vesti vezane za rodno zasnovano nasilje objavili su tabloidni portali i novine, koji koriste temu da bi privukli pažnju, umesto da o njoj izveštavaju sa potrebnom pažnjom i odgovornošću.

ZAKLJUČAK

Iako je došlo do poboljšanja u pogledu vidljivosti žena u poslednjoj deceniji, one su i dalje nedovoljno zastupljene u svim oblicima medija. To je očigledno na tri nivoa: manje su vidljive u vestima, ređe se pojavljuju u istaknutim ili važnim temama vesti i manje je verovatno da će biti predstavljene u medijima kao članice moćnih ili uticajnih profesija.

Ovogodišnji podaci ukazuju na to da je zastupljenost žena znatno veća u onlajn vestima u poređenju sa tradicionalnim medijima. Međutim, ovo povećanje je uglavnom vođeno porastom komercijalnog, zabavno orijentisanog i sadržaja „mekih vesti“. Dominacija izveštavanja o poznatim ličnostima i životnim stilovima oslanja se na više ženskih izvora, što je trend povezan sa sve većim naglaskom na afektivne, senzacionalne vesti osmišljene da privuku publiku u „klikabilnoj“ ekonomiji.

Iako se novinarska profesija sve više feminizuje, posebno u produkcijskim ulogama kao što su reporterske, hijerarhijska muška dominacija i dalje postoji u svim vrstama medija. Takođe, obrasci sektorske segregacije opstaju u određenim oblastima, kao što su sport, nauka, zdravstvo i politika, gde su novinari disproportionalno zastupljeni u odnosu na druge sektore. Nakon svih ovih godina, rodna neravnoteža u „udarnim vestima“ opstaje i, blago izmenjena, lako prelazi u digitalne medije.

Rodna nejednakost u načinu na koji su žene predstavljene u vestima se najsporije menja. Iako se broj žena u profesionalnim ulogama značajno povećava, one se i dalje u vestima uglavnom pojavljuju kao glas „zdravog razuma“ i naratorke ličnog iskustva, kao domaćice ili roditelji, mnogo češće u laičkim nego u ekspertskim i profesionalnim ulogama. Slika žena u medijima uveliko zaostaje za promenama u svakodnevnom životu pa se mediji pojavljuju kao čuvari prevaziđenih odnosa a ne vesnici i nosioci promena.

Tokom poslednje decenije svi relevantni pokazatelji demokratije i slobode medije u Srbiji značajno opadaju, što donosi nove izazove za postizanje rodne ravnopravnosti i pravde u medijima i putem medija.

PREPORUKE I AKCIONI PLAN 2026-2030

Većina preporuka iz izveštaja GMMP 2020 još uvek nije ispunjena.²⁹ Tri decenije od Pekinške konferencije su prilika da se kritički proceni šta je postignuto i šta stoji na putu bržem postizanju rodne ravnopravnosti u medijima. Istinski napredak zahteva prvo identifikovanje prepreka za poboljšanje, a zatim razvoj adekvatnih mera za narednih pet godina.

Spori napredak u proteklih 30 godina opominje da te mere moraju biti radikalni raskid sa dosadašnjom inercijom. Umesto pasivne podrške neophodno je aktivno uklanjanje barijera koje strukturno podupiru rodnu nenejednakost u medijskoj industriji. Definisanje, primena i nadzor nad sprovođenjem obavezujućih i vremenski definisanih ciljeva zahteva aktivno uključivanje kreatora javnih politika, medijskih organizacija, profesionalnih udruženja i organizacija civilnog društva.

Potrebne su strateške akcije kako bi se stimulisalo rodno uravnoteženo izveštavanje i smanjila rodna neravnopravnost u medijima. One uključuju sistemske mere, od obezbeđivanja rodne jednakosti u regulatornim i upravnim odborima medijskih institucija do javnih kampanja za podizanje osetljivosti na rodnu diskriminaciju u javnom diskursu.

Inicijative za rodnu ravnopravnost u informativnim medijima trebalo bi da uključuju sveobuhvatni okvir, mere javne politike i precizne akcione planove koji se odnose i na javne i na komercijalne medije i kao neizostavni deo vrednovanja kvaliteta medija. Posebno su neophodni efikasni instrumenti koji podržavaju proizvodnju sadržaja i podstiču odgovornost za afirmaciju rodne ravnopravnost u javnim medijima.

Raznolikost u redakcijama treba aktivno promovisati, uključujući inkluzivne nastavne programe stručne obuke, raznovrsne izvore vesti i širi spektar informativnih programa. Iskorenjivanje rodni stereotipa iz medijskog govora ostaje prioritet i u onlajn okruženju.

Bezbednost i dobrobit novinarki moraju biti stalna briga. Rastući nivo nasilja nad ženama u medijskim profesijama zahteva hitne i rodno osetljive mere. U digitalnom medijskom okruženju, pojavljuju se novi oblici mizoginije, seksizma i kršenja privatnosti, posebno u kontekstu datifikacije, algoritamskog izbora vesti, generativne veštačke inteligencije i raznih vrsta dezinformacija, koje treba redovno pratiti i sprečavati efikasnim političkim i stručnim odgovorima.

Neophodno je uključiti se u regionalne i međunarodne inicijative u ovoj oblasti jer onlajn mizoginija i seksizam ne poznaju državne granice, a dokumenti kao UN Pakt za budućnost i Globalni digitalni sporazum daju nove okvire za izgradnju pravednijeg, opšte dostupnog i bezbednog interneta i etičko upravljanje veštačkom inteligencijom.

²⁹ GMMP Izveštaj za Srbiju 2020. dostupan je u celosti na sledećem linku: <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/Serbia-Report-GMMP.pdf>
Tekst preporuka iz 2020. godine nalazi se na kraju ovog izveštaja u Prilogu 4.

PRILOZI

Prilog 1. Monitoring tim

Marija Sivački, studentkinja master studija na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Beogradu

Jovana Đokić, studentkinja master studija na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Beogradu

Jovana Spasojević, studentkinja master studija na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Beogradu

Iva Manojlović, studentkinja master studija na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Beogradu

Vanja Petrović, studentkinja doktorskih studija na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Beogradu

Lena Nedeljković, studentkinja master studija na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Beogradu

Ana Stojković, studentkinja master studija na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Beogradu

Tijana Stanić, studentkinja Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Beogradu

Prilog 2. Metodologija

Tokom celog 24-časovnog ciklusa, hiljade volontera od Pacifika do Kariba pratilo je medije, dodajući glasove svojih zemalja ovoj važnoj proveri pulsa rodne zastupljenosti u medijima. Sedmo izdanje GMMP obeležile su mnoge novine, nastavljajući poboljšanja uvedena u ovo istraživanje tokom godina. Prva novina je da je za GMMP 2025 u potpunosti obavljeno elektronsko prikupljanje podataka, bez korišćenja ručno popunjavanih obrazaca; listovi za kodiranje su dostavljani tehničkom timu ili direktnim unosom preko platforme ili dodavanjem standardnih kodnih listia u postavljeni template. Ovo je takođe bio prvi put da su većinu onlajn unosa podataka obavili timovi u svakoj zemlji, koji su bili odgovorni za preko 12.000 unosa. Još jedna novina bila je zastupljenost internet vesti, koje su na globalnom nivou, kao i u šest od osam regiona, nadmašile radio zapise, što odražava kontinuirani pomak ka digitalnim izvorima vesti.

Uprkos ovim promenama, osnovna metodologija GMMP ostala je ista tokom sve tri decenije, čime je očuvana uporedivost nalaza iz različitih ciklusa istraživanja.

Kako se radio monitoring

Monitoring dan okupio je ogromnu globalnu mrežu GMMP volontera i volonterki u traganju za odgovorom na pitanje *kako se rod prikazuje u jednom običnom danu vesti?* Nacionalni timovi, od univerzitetskih istraživačkih timova do profesionalnih udruženja i aktivističkih grupa, doneli su sa sobom veliko stručno znanje o lokalnim medijskim ekosistemima, obezbeđujući da su prikupljeni podaci kontekstualno utemeljeni i tačno beležeći nijanse izveštavanja širom sveta. U nekim regionima saradnja je prelazila granice; timovi u Latinskoj Americi i Aziji podržavali su susedne zemlje unosom podataka, osiguravajući da se znanje i trud dele gde god je to potrebno.

U pripremi za monitoring dan, WACC tim i regionalni koordinatori održali su niz obuka o metodologiji. Nacionalni timovi su prošli dodatnu obuku o metodologiji uzorkovanja i procedurama monitoringa, kao i upoznavanja sa novim i ažuriranim temama. Timovi su mogli da biraju jednu od dve mogućnosti: kompletan monitoring, koji obuhvata detaljan pregled i uvid u sve dimenzije rodne zastupljenosti u medijima, ili kratki monitoring, koji obuhvata identifikovanje samo ključnih GMMP indikatora.

Sesije obuke su takođe obuhvatile korišćenje prilagođene platforme za prikupljanje podataka, koja se u GMMP istraživanju koristi od 2015. godine. Dostupna na engleskom, francuskom i španskom jeziku, platforma služi kao centralni sistem za prihvatanje, sortiranje i konsolidaciju podataka nacionalnih timova. Na sam monitoring dan, timovi sprovode početno zajedničko pregledanje i preliminarno sortiranje medija, jer su diskusija i refleksija ključni deo procesa analize. Ove kolaborativne sesije omogućavaju timovima da ujednače pristup, pregledaju materijal, uporede tumačenja i obezbede doslednost. Da bi se obezbedila tačnost i kasnija proverljivost podataka, snimljeni su radio i televizijski programi, a prikupljene su i arhivirane i kopije digitalnih i štampanih medija.

Upitnik GMMP obuhvata kvantitativne podatke o četiri ključne dimenzije svake vesti: **i) o priči:** tema, plasman priče i obim; **ii) o akterima/kama u priči** - subjektima i izvorima; **iii) o novinarskom osoblju** – spikerima/kama, voditeljima/kama i reporterima/kama - u priči; **iv) o kvalitetu priče iz rodne perspektive** - rodnim stereotipima, ulogama i mestu žena, odnosu ili tretmanu aspekata rodne ravnopravnosti. Nacionalni timovi mogli su uključiti do tri dodatna pitanja u svoje kodne liste, kako bi istražili pojave od specifičnog nacionalnog interesa. Pored toga, timovi obezbeđuju i kvalitativni kontekst kako bi pomogli u tumačenju podataka, opisuju medijsku agendu na dan monitoringa, razloge za izbor određenih medija i ključne karakteristike svog nacionalnog medijskog sistema. Timovi takođe sprovode strukturiranu kvalitativnu analizu prema standardnom GMMP metodološkom okviru, dopunjujući kvantitativne podatke uvidima koji pomažu u objašnjavanju obrazaca i trendova u lokalnim medijima.

Timovi nisu bili ograničeni u broju medija koje će uključiti u monitoring, ali su dobili smernice o preporučenom minimumu na osnovu GMMP tabele medijskih opsega. Sistem medijskih opsega, prvi put uveden 2005. godine, osmišljen je da promoviše uravnoteženiju distribuciju podataka i da svakoj zemlji pruži smernice o minimalnom broju medijskih kuća koje treba pratiti. Opsezi su određeni u skladu sa ukupnim brojem svake vrste medija u svakoj zemlji. Dugogodišnjim istraživanjima već je

formirana baza medija koja je činila osnovu za selekciju, koja je zatim validirana u saradnji sa nacionalnim timovima. Za ovaj istraživački ciklus, mnoge baze podataka o medijima na koje smo se ranije oslanjali bile su zastarele, što nas je navelo da se okrenemo ka svojim resursima kao i da koristimo istorijske GMMP baze podataka kao referencu za izbor nacionalno relevantnih medija. Ove liste su kasnije proveravane i usaglašene sa nacionalnim i regionalnim koordinatorima.

U nekoliko zemalja, broj medijskih kuća relevantnih za ovu studiju se smanjio u odnosu na 2020. godinu, što odražava promene u medijskom pejzažu. Na osnovu toga korigovan je i broj određenih vrsta medija; na primer, broj analiziranih elektronskih medija smanjen je sa pet na tri. Pri izboru internet vesti, zemlje su rangirane prema stopama korišćenja interneta koje je objavila Međunarodna telekomunikaciona unija (ITU) i grupisane u odgovarajuće medijske opsege. Od učionica i kancelarija do zajedničkih virtuelnih prostora, istraživačka GMMP mreža pretvorila je jedan običan dan u globalno reprezentativan snimak rodne ravnopravnosti u medijima. Ovo dostignuće ne bi bilo moguće bez posvećenosti hiljada volontera i volonterki, čije pažljivo i marljivo praćenje medija širom sveta održava ovu važnu tradiciju već trideset godina.

Reference

Lin, P. (2018). Rešavanje problema osipanja članova panela. U: Vanet, D., Krosnik, J. (ur.) Palgrejvov priručnik za istraživanje anketa. Palgrejv Makmilan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-54395-6_19Cam https://doi.org/10.1007/978-3-319-54395-6_19

Prilog 3. Studije slučaja

Studija slučaja 1. Priča koja je očigledno stereotipna

Naslov članka: „Asminova potreba da priča o bivšoj ženi me je ubijala“

Podnaslov: „Nevolje u raju Stanija Dobrojević je otvoreno govorio o svom raskidu sa Durdžićem ”

Ime novine : Alo!

Autorstvo: Ekipa Alo!

Fotografija: Trećina stranice je slika Stanije Dobrojevićeva sama u crvenoj mini haljini, takođe, postoji i slika na kojoj se grli sa bivšim dečkom.

Natpis fotografije: „U početku sam, na neki način, razumevala njegovo ponašanje prema Anelijevim pričama iz rijaliti programa, ali posle dve godine, ponestalo mi je snage“, navodi plesačica.

„Odustala od ljubavi; Stanija Dobrojević”

Ako je priča iz novina ili sa internet stranice sa vestima, da li je to jedna od priča koje ste kodirali u kvantitativnom delu studije? **Ne**

Tekst: Stanija Dobrojevićeva je potvrdila da joj u ljubavnom životu ne ide dobro, da je privremeno prekinula kontakt sa Asminom Durdžićem, sa kojim je u vezi dve godine.

Kako je objasnila, neslaganja su je navela da razmisli da li želi da nastavi da bude sa njim u emotivnoj vezi. „Ništa se nije promenilo. Situacija je ista kao što je bila kada sam poslednji put govorila o svom ljubavnom životu. Nisam videla Asmina neko vreme, nisam bila u Švajcarskoj. Sve se svelo na neke svađe. Vreme će pokazati da li ćemo ih prevazići i šta će se dalje dešavati. Nismo na pauzi, imamo ozbiljan problem, ali videćemo kako će se naša veza razvijati. Detalje koji me uznemiravaju ću zadržati za sebe“, rekla je Dobrojević, opovrgavajući tvrdnje da je barem indirektno podržavala Durdžića u njegovim javnim sukobima sa bivšom partnerkom Aneli Ahmić.

„Ne podržavam Asminove negativne komentare o Aneli. U jednom trenutku su se svi pomirili, a onda se sve iznenada promenilo i stvari su ponovo krenule po zlu. Posle dve godine sa Asminom, žao mi je što se i dalje bavi bivšom partnerkom i komentariše njene postupke. Znam šta sam rekla - ne želim da živim u prošlosti. Žao mi je što mi se to desilo, ali takav je život, ponekad ti neko nešto uzme, ponekad nešto izgubiš. Nisam se čak ni udavala, nisam ništa očekivala od njega. Došao mi je kao slobodan čovek. Pa, ne baš sasvim slobodan, jer ima dete sa drugom ženom. Kada sam na kamerama videla situaciju sa njegovom ćerkom Anelinom i njenom majkom Aneli, to me je povredilo i nije mi se dopalo. Posle toga se sve između nas pogoršalo“, rekla je Stanija, koja smatra da je njena veza sa Asminom mogla da preraste u nešto ozbiljno da su uspeali da prevaziđu njegov povratak u prošlost.

„Bila sam ponosna što više nije pričao o prošlosti. Bila sam ponosna što je moj jedini. Nažalost, vratio se svojim starim navikama, svađao se sa Anelijom, i to me je ubilo. To mi ne treba, niti želim to u svom životu. Želela sam miran, stabilan život, ne onaj u kome uvek ima neke drame. Na početku naše veze bilo je teško, ali kasnije sam to prihvatila. Mislim da je sve postalo gore kada sam ga javno podržala. Obrisala sam sve svoje objave, ne želim da me osuđuju na osnovu svega što je javno rečeno. Nikada nisam loše govorila o Aneli, niti ću to sada učiniti. Zato sam 100% mirna. Stojim iza svega što sam rekla na početku - ona je majka njegovog deteta i zaslužuje svako poštovanje. I on bi trebalo da je poštuje. Sve sam obrisala i povukla se, jer ne želim da me bilo ko ponovo uvlači u ovu priču. Naša ljubav je mogla da krene u drugom pravcu, ali on nije uspeo da ostavi prošlost iza sebe, i tu je najveća...“ problem leži“, zaključio je Dobrojević za Pink.

Analiza:

Članak o Staniji Dobrojevićeva i njena veza sa Asminom Durdžićem ilustruju kako srpski tabloidni mediji često reprodukuju tradicionalne rodne stereotipe. Iako se čini da se priča fokusira na raskid veze poznate ličnosti, okvir Stanijinih reči i sama naracija ističu postojane obrasce u načinu na koji su žene i muškarci predstavljeni u medijskom diskursu. Žene su, obično, u preterano emotivnoj i ljubomornoj poziciji u vezi, gde muškarci ostaju nezainteresovani i ne zanima ih „ženska drama“.

Stanija je prvenstveno pozicionirana u odnosu na svog partnera i njegovu prošlost. Njen identitet u članku je vezan za njenu ulogu devojke koja mora da se nosi sa Asminovim nerešenim problemima sa bivšom ženom. Ovo odražava stereotipni prikaz žena kao emocionalno definisanih njihovim vezama i partnerima, a ne njihovim individualnim dostignućima ili sposobnostima. Jezik koji se koristi, poput toga da je „ubijena“ Asminovim razgovorom o bivšoj ili reč „devojka iz šou programa“, naglašava njenu ranjivost i emocionalnu patnju, pojačavajući stereotip da

su žene krhke, preterano osetljive, ljubomorne, uvek na milosti muških postupaka. Takođe, postoji seksualizacija.

Istovremeno, Asmin je predstavljen kroz stereotip muške dominacije, emocionalne nedostupnosti i neodgovornosti. On je prikazan kao centralni akter čiji sukobi sa bivšom ženom diktiraju stanje njegove trenutne veze. Njegove stalne svađe se tretiraju kao ključna osobina njegove muškosti, zajedno sa stereotipom da su muškarci borbeni, vođeni ponosom i nesposobni da se nose sa emocionalnim složenostima bez sukoba. Isticanjem njegovih izliva besa, mediji normalizuju ideju muške agresije i verbalnog zlostavljanja kao dela romantičnih narativa.

18 CRO LUTERAK 16. maj 2025. **Rijaliti**

»» NEVOLJE U RAJU Stanija Dobrojević iskreno progovorila o raskidu sa Durdžićem

UBIJALA ME JE ASMINOVA POTREBA DA PRIČAO BI SA ŽENI!

PIŠE EKIPA ALI!

Stanija Dobrojević potvrdila je da na njenom ljubavnom planu ne cvetaju ruže, te da je na neko vreme prekinula kontakt s Asminom Durdžićem s kojim je već dve godine u vezi.

Kako je objasnila, došlo je do nesuglasica koje su je navele da razmisli da li uopšte želi da ostane s njim u emotivnoj vezi.

Ništa se nije promenilo. Situacija je ista kao što je bila kada se radi o mom ljubavnom planu. Ni sam se videla s Asminom, a nisam ni razgovarala. Došlo je do nekih nesuglasica. Vreme će pokazati da li ćemo to prevazići i šta će se dalje dešavati. Nismo na pauzi. Imamo ozbiljan problem, a videćemo kako će se odvijati naš odnos. Zadržaću za sebe detalje koji su mi zasmetali - istakla je Dobrojevićeva uz tvrdnje da ni najmanje ne podržava Durdžića u svojim sukobima sa bivšom partnerkom Aneli Ahmić.

- Ne podržavam to što Asmin negativno komentariše Aneli. U jednom trenutku su se svi međusobno izmirili, a onda se odjednom sve promenilo, te su opet loši

odnos s Asminom mogao da preraste u ozbiljan da su uspešno prevazišli njegovu vraćanje na prošlost. Bila sam ponosna jer je naš odnos bio priča za sebe. Bila sam ponosna na to što smo jedinke. Njemu sam na početku skretala pažnju na to da se ne svadla s Aneli, Sitom i njihovom mamom Jasminom, ali sam videla da me ne sluša. Neke stvari su nepopravljive.

Digla sam ruke od toga. Verujem da bi se Aneli pomirila s njim na osnovu svega što je prošlim meseci govorila pred kamerama. Verujem da je vođa tako. Sigurna sam u to da su jedno drugo mnogo povredili. Ona je zbrisala u raji, a on pobeo na drugu stranu. Nas dvoje smo mogli da sagradimo ozbiljan život, a on se baka s tim drugim stvarima. Na početku sam na neki način imala razumevanja, ali posle dve godine mi je ponestalo. Smatram da je ovo bila sudbina i da je moralo da mi se desi. Nisam mogla ni da sanjam da će sve to da mi se desi, ali neka bude da je sve ovo lekcija iz koje sam nešto naučila - istakla je Dobrojevićeva za Pink.

Digla ruke od ljubavi **STANIJA DOBROJEVIĆ**

Na početku sam na neki način imala razumevanja što se bavi Anelinim rijaliti pričama, ali posle dve godine mi je ponestalo snage, navodi starleta

PIŠE EKIPA ALI

Članak se takođe dotiče još jednog uobičajenog medijskog tropa; žene su često zadužene za održavanje mira, stabilnosti i poštovanja. Stanija više puta izjavljuje da želi „miran, stabilan život“ i naglašava poštovanje prema Asmininoj bivšoj partnerki. Pritom, ona je pozicionirana kao starateljka i posrednica; uloga koja je stereotipno dodeljena ženama. U međuvremenu, Asmin nije podvrgnuta istom standardu emocionalnog rada. Ova neravnoteža pojačava ideju da žene moraju da izdrže, oprostite i izdignu se iznad muških sukoba kako bi sačuvale harmoniju. Konačno, članak senzacionalizuje privatni sukob na način koji zamagljuje granice između ličnog života i javne potrošnje kada su u pitanju poznate ličnosti. Dok je Asminovo ponašanje predstavljeno kao problematično, ali gotovo očekivano, Stanijine emocije i odluke su stavljene pod lupu i oko javnosti, svodeći njenu javnu sliku na ulogu patnje, razočaranog partnera. Ovo odražava širi medijski trend u kome su ženske borbe u vezama gotovo normalizovane i očekivane. Slike odabrane u ovom članku usmeravaju rodne stereotipe u pravcu seksualizacije ženskog tela; Stanija je na obe fotografije obučena u kratke, otkrivajuće haljine sa dekolteom, što je prikladno medijima koji se fokusiraju na *muške poglede*. Takođe, članku nedostaje drugi pogled na raskid, sa Asminove strane.

U zaključku, ovaj članak pokazuje kako tračevi o poznatim ličnostima pojačavaju rodne stereotipe. Žene su prikazane kao emotivne, pasivne i zavisne, dok su muškarci prikazani kao agresivni i skloni sukobima. Takvi prikazi oblikuju kulturna očekivanja o rodu i tome kako bi se muškarci i žene *trebalo* ponašati u vezama.

STUDIJA SLUČAJA 2 - SUPTILNI RODNI STEREOTIP

TV: Pink

Novinar: Vukica Lazović iz Glasa zapadne Srbije

O TV vestima: Ovaj televizijski prilog fokusira se na završetak dela autoputa koji je trenutno u izgradnji u zapadnoj Srbiji. Vizuelno, kombinuje tri vrste snimaka: snimke iz vazduha koji prikazuju deonicu autoputa koja još nije otvorena za saobraćaj i scene tekućih građevinskih radova kao što je postavljanje asfalta; intervju u kojima govornici dele svoja mišljenja; i, na kraju, prilog reporterke. Prilog je najvila voditeljka vesti, koja je ovu fazu opisala kao najzahtevniju fazu u izgradnji autoputa „Miloš Veliki“, napominjući da čak 50 odsto trase čine tuneli, mostovi i nadvožnjaci.

Izveštaj je nastao na licu mesta. Reporterka je razgovarala sa vozačima koji su čekali na naplatnoj rampi na autoputu, tražeći njihovo mišljenje o tome da li bi nova ruta smanjila gužvu u saobraćaju. Takođe je intervjuisala stanovnike sela kroz koja će autoput prolaziti, pitajući ih kako bi ovaj razvoj promenio njihovu lokalnu sredinu, kao i jednog građevinskog stručnjaka - glavnog inženjera odgovornog za radove na tunelu u Munjino Brdo.



Opšti ton izveštaja je izrazito afirmativan, naglašavajući da završetak ovog segmenta predstavlja ispunjenje višedecenijske težnje i da su izazovi koje predstavljaju nepredvidivi prirodni uslovi uspešno prevaziđeni.

Analiza: Na koje načine ova priča prenosi suptilne stereotipe?

U izveštaju je šestoro ispitanika, svi muškarci. Tri muška vozača daju kratke komentare o tome koliko će putna mreža biti rasterećena i koliko će autoput biti koristan za njihova putovanja. Nakon toga slede opširnije izjave dva muška stanovnika pogođenih sela, koji govore o prednostima koje se očekuju, da će autoput oživeti njihovu zajednicu. Poslednja izjava dolazi od muškog građevinskog inženjera.

Činjenica da su u izveštaj uključeni samo muški akteri pojačava stereotip da su

aktivnosti vezane za automobile, transport i građevinarstvo domeni pretežno muškog interesovanja i stručnosti. Ovo je posebno upečatljivo s obzirom na to da se tema o kojoj je reč tiče svakodnevnih iskustava i laičkih mišljenja ljudi čiji će svakodnevni život biti pogođen izgradnjom saobraćajnice. Ovaj pristup odražava implicitnu, stereotipnu pretpostavku da su muškarci bolje upućeni u pitanja koja se odnose na transport i građevinarstvo.

Stepen rodnoeg slepila je posebno vredan pažnje s obzirom na to da će promena kojom se izveštaj bavi uticati na svakodnevni život opšte populacije, a ženske perspektive su potpuno odsutne. Štaviše, činjenica da je članak napisala novinarka dodatno naglašava ograničenu svest o rodnim predrasudama u praksi produkcije vesti.

STUDIJA SLUČAJA 3 - PROPUŠTENA PRILIKA

Veb-sajt: Blic

Novinarka: Slađa Tasić

Naslov: „Moja ćerka je na tim slikama, ne može da dođe sebi od stresa!“ Dečak u Vranju MONTIRAO LICA DEVOJČICA i nastavnica na naga tela, evo šta je rekao

Slika: Ilustracija sa natpisom „Breaking News“ (Najnovije vesti), sa crvenom pozadinom i ikonom globusa

Natpis slike: Poslednje vesti

Analiza: Na koje načine je ova priča rodno neslepa i stoga propuštena prilika?

Članak izveštava o slučaju digitalnog nasilja sa rodnom komponentom, koje se može klasifikovati kao oblik rodno zasnovanog nasilja. Opisuje se kako je učenik završne godine osnovne škole zloupotrebio fotografije svojih drugarica iz razreda i nastavnica tako što je montirao njihova lica na gola tela, čime je kršio njihovu privatnost i dostojanstvo.

Kada je slučaj prijavljen policiji, postalo je jasno da ovo nije bio izolovan incident — slični prekršaji su se dešavali u nekoliko drugih škola u gradu.

Pošto su sve žrtve ovog čina sajber nasilja bile žene (učenice i nastavnice), slučaj nosi jasnu rodnu dimenziju: čin je bio usmeren posebno na ponižavanje i povređivanje žena. U članku se navodi da je dečak koristio fotografije preuzete sa školskih objava na društvenim mrežama koje su pratile takmičenja i uklonio dečaka koji se pojavio na jednoj od originalnih slika, ciljajući samo žene kako bi ih osramotio.

Povezivanjem pola žrtava sa prirodom sajber-nasilja, izveštavanje je moglo da istakne širi osnovni problem: nejednakost polova, mizoginiju i patrijarhalne strukture koje omogućavaju i održavaju takve obrasce ponašanja. Uz doprinos stručnjaka (npr. sociologa, dečjih psihologa, pravnih stručnjaka, organizacija za prava žena), relevantnu statistiku, reference na važeće zakone i diskusiju o mogućim strategijama

„Moja ćerka je na tim slikama, ne može da dođe sebi od stresa!“ Dečak u Vranju MONTIRAO LICA DEVOJČICA i nastavnica na naga tela: Saslušan u policiji, evo šta je rekao

- Učenik u OŠ „Radoje Domanović“ u Vranju montirao lica devojčica i nastavnica na nagim telima, izazivajući stres kod žrtava.
- Policija istražuje slučaj, a dečak je priznao montažu fotografije, ali ne njihovo javno objavljivanje na društvenim mrežama.

Slađa Tasić 6. maj 2025. • 13:10 Komentara 6

Slučaj vest 0:00 / 0:00

U OŠ „Radoje Domanović“ u Vranju dogodio se incident koji se može okarakterisati kao virtuelno ili sajber nasilje, zbog čega su žrtve, devojčice, ali i nastavnice pod velikim stresom. Naime, učenik završne godine iskoristio je fotografije objavljene u društvenim mrežama škole i lica svojih drugarica i nastavnice montirane na naga tela.



prevencije – priča je mogla da posluži u edukativnu svrhu i da osvetli problem iz više uglova.

Iako je sam slučaj ponudio snažnu priliku za prikaz i analizu problema rodno zasnovanog onlajn nasilja, taj potencijal je u velikoj meri propušten. Članak je ostao jednostavan, proširen novinski izveštaj, ograničen na osnovne činjenice o incidentu, institucije koje su reagovalе, komentar roditelja i saopštenje škole u kojem se osuđuju svi oblici nasilja i izražava podrška pogođenim učenicima i nastavnicima.

STUDIJA SLUČAJA 4 - SVESNOST O RODNIM PRAVILIMA

Podtip 4C: Priče specifične za pol

Novine: Politika

Naslov: Jedanaest lokalnih projekata za osnaživanje žena u 2025. godini.

Slika: Fotografija sa konferencije koja prikazuje žene panelistkinje

Natpis slike: Sa jučerašnje konferencije inicijative „Žene za žene“

Analiza: **Kako ova priča ističe jednakost/nejednakost između žena i muškaraca?**

Ovaj članak govori o konferenciji koju su organizovali Beogradski međunarodni ženski klub i inicijativa „Žene za žene“, koja ima za cilj osnaživanje žena i devojčica finansiranjem 11 lokalnih projekata u Beogradu, Novom Sadu i manje razvijenim regionima zemlje gde žene imaju manje mogućnosti i ograničene sisteme podrške.

Једанаест локалних пројеката за оснаживање жена у 2025.

Међународни клуб жена из Београда организовао је јуче церемонију потписивања уговора за пројекте финансиране у оквиру иницијативе „Жене за жене“ за 2025. годину, чије је почела реализација 11 локалних пројеката широм Србије, чији је циљ оснаживање жена и девојчица. Пројекти су одабрани међу 35 пријава и обрађују посећеност овог клуба јачању женских гласова на различитим, често и недовољно заступљених регионима, укључујући Косицу, Пећинце, Нови Пазар, Краљево, али и веће градове као што су Београд и Нови Сад.

Пројекти обухватају, између осталог, програме подршке женама које су жртве сексуалног насиља, подршку самостраним мајкама, женама оболелим од рака дојке, програме подршке мајкама и бебама и друге. Такође, пројектима ће се помоћи жене са инвалидитетом на тржишту рада, центри за психолошку подршку женама, осposобавање жена да рале на машинама за шивење, пројекти правне помоћи жртвама родно заснованог насиља, као и програм очувања старих заната.

Председница ове иницијативе и супруга амбасадора Словачке у Србији Андреа Павукова изјавила је на отварању да је донацијска на божићном базару у децембру прикупљено више од четири и по милиона динара за пројекте оснаживања.

Чланица добротворног комитета клуба Кристина Цета навела је да је циљ пројеката да се подрже жене из разних аспеката друштвеног живота. Једна од корисница програма је и Сашела Беговић из новопазарске организације „Женски академски центар“, која је навела да ће новац из пројекта искористити за подршку женама које планирају да оснују своје фирме. „Подршка ће се односити пре свега на дигитални маркетинг, да жене науче како да пласирају свој производ и да га понуде публици“, рекла је Беговићева за Тајут.

Оценила је да овај пројекат пуно значи за Нови Пазар, навео је да у том граду има много предузимљивих и способних жена, којима је потребна едукативна подршка како би пласирале свој бренд.

Душица Јељеч из београдског Центра за унапређење друштва истакла је да су тој организацији средства потребна, јер су прошле године започели програм подршке самостраним родитељима. „Имамо 200 породица којима је потребна помоћ у разним видовима друштвеног живота. И кроз овај пројекат ћемо надоградити подршку тамо где смо видели да су потребе ургентне, а то је, између осталог, психолошка подршка и ситуација – како одабрати правог партнера“, рекла је Јељеч за Тајут.

Међународни клуб жена из Београда је невладин, непрофитна организација коју чине чланице из више од 40 земаља. Чланице клуба су жене из дипломатске и пословне заједнице које привремено бораве у Београду, као и локалне жене са искуством чланства у сличним клубовима из иностранства.



U tekstu se ističu projekti kao što su programi podrške za žene žrtve seksualnog nasilja, samohrane majke i njihove bebe, i žene koje se bore protiv raka doјke, kao i besplatna pravna i psihološka pomoć za žrtve rodno zasnovanog nasilja. Obrazovni projekti (npr. digitalni marketing, razvoj brenda) fokusiraju se na osnaživanje žena da uđu u preduzetništvo i nauče kako da promovišu i prodaju svoje proizvode.

Dalje u tekstu, izjave predsednice inicijative, Andree Pavukove - supruge slovačkog ambasadora u Srbiji - naglašavaju da finansiranje projekata osnaživanja dolazi iz donacija. Članak takođe uključuje kratka lična iskustva: dve žene koje je program podržao dele šta im to znači i predstavljaju svoje projekte, mada ovom delu nije posvećeno mnogo prostora, jer fokus ostaje prvenstveno na samoj konferenciji.

Svakako su pomenuta neka važna pitanja, tako da se članak može smatrati rodno svesnim - ako ne kroz kritičke perspektive, onda kroz svoju temu. Štaviše, s obzirom na to da je inicijativu pokrenuo Međunarodni ženski klub, neprofitna organizacija finansirana donacijama, a čije su članice žene iz diplomatskih i poslovnih zajednica (kao što je pomenuto na kraju teksta), možemo razumeti zašto se inicijativa može doživeti kao promocija ženske solidarnosti - više „privilegovanih“ žena koje koriste svoje glasove i uticaj da podrže inicijative za manje srećne žene. Međutim, tekst kao da ne uspeva da ističe ovaj važan aspekt priče. Na ovom nivou, tekst prenosi samo osnovne informacije o događaju i ne razrađuje nijedan aspekt relevantan za dublje razumevanje pitanja vezanih za rod, kao što su ženska solidarnost, klasne razlike, žensko preduzetništvo ili širi procesi osnaživanja. Uprkos ovim ograničenjima, članak ipak doprinosi podizanju svesti o inicijativama za osnaživanje žena u Srbiji.

Prilog 4. Preporuke - GMMP 2020

Prva grupa preporuka odnosi se na rodnu nejednakost u medijskom sadržaju i tiče se stagnacije (pa čak i blagog pada) prisustva žena u vestima i predloga aktivnosti koje podstiču brže zatvaranje rodnog jaza.

One treba da obuhvate instrumente javnih politika, kao što su podsticajne mere za podršku sadržajima o rodnoj ravnopravnosti, posebne mere koje obavezuju javne servise i uključivanje određenih podsticajnih mera u Akcioni plan Medijske strategije.

Globalna inicijativa pokrenuta nakon GMMP 2015. da se do 2020. godine „okonča seksizam u medijima“ predlagala je povećanje prisustva žena u javnim servisima na 50%, a u komercijalnim medijima na 40%. Inicijativa je imala rznaličit uspeh širom sveta, ali taj talas nije ni stigao do medija u Srbiji. Čak ni pokret #MeToo nije imao vidljiv uticaj na domaću medijsku industriju niti na sadržaj medija. Bilo bi važno podstaći javnu raspravu o tome zašto ovakve inicijative neimaju značajniji efekat u domaćem javnom životu i medijskom okruženju.

Podsticaj za debatu mogla bi biti javna inicijativa za povećanje prisustva žena u vestima, poput BBC akcije 50/50 ili neke slične inicijative. Ministarstvo kulture i informisanja, zajedno sa relevantnim akademskim institucijama i organizacijama civilnog društva, moglo bi da obezbedi okvir i plan aktivnosti koji bi se odnosio i na javne servise i na komercijalne medije.

Druga grupa preporuka, koja se odnosi na položaj žena u informativnim profesijama, uključuje nijansirane afirmativne mere za razbijanje „staklenog plafona“ i barijera koje sprečavaju napredovanje žena do najviših pozicija u medijskom svetu. U vodećim medijima trebalo bi promovisati, popularizovati i uvoditi kao redovnu praksu raznovrsnost u redakcijama, izvorigama vest kao i perspektivama u izveštavanju. Rodno zasnovana hijerarhijska i strukturna segregacija trebalo bi da

bude dokumentovana, profesionalno prepoznata i otklanjana kao značajna prepreka u profesionalnom napredovanju.

Bezbednost novinarki i njihova zaštita u digitalnom okruženju moraju se trajno obezbeđivati. „Efekat zastrašivanja“, povlačenje novinarki iz određenih tema, pa čak i napuštanje profesije, već su dokumentovani procesi u mnogim zemljama i treba ih uključiti u redovni nadzor profesionalnih tela.

Nadležna ministarstva i organi za sprovođenje zakona trebalo bi da konsultuju i uključe pozitivna iskustva profesionalnih udruženja i neformalne organizacije Novinarke protiv nasilja prema ženama, kako bi se razvile efikasnije mere prevencije i zaštite od svih oblika seksualnog uznemiravanja i nasilja.

Kritičke rasprave o kvalitetu medijskog predstavljanja i rodnim stereotipima treba da budu stalni deo novinarskog obrazovanja, kao i opštih inicijativa za medijsku pismenost. Uticaj mizoginije i seksizma, u kombinaciji sa komercijalizacijom i narušavanjem privatnosti, na algoritamski izbor vesti, pretraživače i agregatore, takođe treba uključiti u raspravu. Digitalno medijsko okruženje treba analizirati i posmatrati kao složenu celinu, ne samo iz bezbednosne perspektive, već i kao novi prostor koji može podstaći pravednije rodne odnose.

Donosioci javnih politika treba da se povežu sa akademskim i inicijativama organizacija civilnog društva, i domaćim i međunarodnim, u potrazi za kreativnim rešenjima za ovaj već dobro dokumentovan oblik nejednakosti.

Većina preporuka iz GMMP 2015 nije ostvarena, pa je opšta preporuka da se one ponovo razmotre, identifikuju prepreke u njihovoj primeni i predlože načini kako da se ostvare u narednih pet godina.

Sledećim akcijama treba pristupiti odlučnije:

- Mediji treba da razviju pozitivan pristup u prepoznavanju i promovisanju kreativnosti i dostignuća žena, kao i akcijama koje to podržavaju.
- Aktivnosti za rodnu ravnopravnost moraju biti raznovrsne, od sistemskih mera - kao što je uvođenje rodne perspektive pri finansiranju sadržaja od javnog interesa u medijima - do parcijalnih mera - kao što su nagrade za kvalitetno izveštavanje o rodnim pitanjima.
- Relevantne političke institucije bi trebalo da organizuju javne sednice i podstiču redovne javne rasprave o nedovoljnoj zastupljenosti žena u medijima (Ženska parlamentarna mreža, Odbor za kulturu i informisanje Narodne skupštine), kao i regulatorna tela (Regulatorno telo za elektronske medije) i samoregulatorna tela (Savet za štampu).
- Treba razvijati rodno senzitivne nastavne programe u obrazovanju novinara i uključivati studente novinarstva u produkciju i promociju javnih kampanja koje premošćuju jaz između tradicionalnih i novih medija u vezi sa seksizmom i mizoginijom.
- Kao deo unapređivanja opšte medijske pismenosti, treba pokrenuti javne kampanje o štetnosti tabloidne i komercijalne objektivizacije žena i načinima da se oni promene.

- Javno zagovarati i promovisati ravnopravnost i učešće žena u sastavu regulatornih i samoregulatornih tela, kao i upravnih i menadžerskih odbora medija.
- Uspostaviti baze podataka sa rodno specifičnim statistikama, profesionalnim resursima i primerima dobre prakse i pokrenuti razmenu ideja i institucija između akademskog, političkog i profesionalnog sektora u ovoj oblasti.
- Razviti sveobuhvatne profesionalne priručnike za rodno senzitivno izveštavanje (jezik, izbor izvora, baze podataka eksperatkinja, kritička pismenost itd.) i popularizovati ih u novinarskoj zajednici i medijskoj industriji.



WACC
Hejden ulica 80
Toronto
NA M4Y 3G2
Kanada

Tel: +1 416 691 1999
gmmp@waccglobal.org
www.whomakesthenews.org

Fejsbuk
[Global.Media.Monitoring.Project](#)
X @ [whomakesthenews](#)
Instagram @ [gmmpglobal](#)

Fakultet političkih nauka –
Univerzitet u Beogradu
Jove Ilića 165
Beograd
Srbija
<https://vww.fpn.bg.ac.rs>