



Monitoring medija

oktobar 2016



INICIJATIVA GRAĐANKE ZA USTAVNE PROMIENE

1. Sažetak

Članice Inicijative Građanke za ustavne promjene su u periodu od 1.9. do 30.9.2016. radile monitoring šest bh. medija i to: 2 štampana medija – dnevne novine Oslobođenje i Nezavisne novine, 2 televizije – RTRS i FTV i 2 internet portala – www.klix.ba i www.glassrpske.com. Fokus monitoringa su bile teme koje se tiču ravnopravnosti polova i ženskih ljudskih prava, kao i teme o ustavnim promjenama. Analizirano je ukupno 5908 medijskih sadržaja od kojih se samo u 29 slučajeva ili 0,50% spominju monitorisane teme (Tabela 1) i to isključivo one koje se tiču ravnopravnosti polova i ženskih ljudskih prava, dok ustavne promjene tokom 30 dana monitoringa navedenih medija nisu bile predmet izvještavanja.

| Medij | Ukupan broj objavljenih tekstova/priloga | Broj tekstova u koji govore o ravnopravnosti polova/ženskim ljudskim pravima | Broj tekstova koji govore o ustavnim promjenama |
|------------------|--|--|---|
| klix.ba | 600 | 6 | 0 |
| glassrpske.com | 671 | 2 | 0 |
| RTRS | 859 | 8 | 0 |
| FTV | 314 | 3 | 0 |
| Oslobođenje | 1938 | 8 | 0 |
| Nezavisne novine | 1526 | 2 | 0 |
| UKUPNO: | 5908 | 29 | 0 |

Tabela 1

Na Radio Televiziji Republike Srpske i Federalnoj televiziji tokom 30 dana monitorisane su Izborne hronike kako bismo dobili podatke o tome ko, koliko i o kojim temama govori u kontekstu ženskih ljudskih prava tokom izborne kampanje za Lokalne izbore 2016, kao i da li kandidati i kandidatkinje problematizuju pitanje sadašnjeg diskriminatornog Ustava BiH kao korjena i uzroka nekih direktnih ili indirektnih problema s kojima se susreću građani i građanke u svojim lokalnim zajednicama.

U Izbornim horinikama emitovano je ukupno 1173 priloga u kojima su kandidati i kandidatkinje političkih partija iznosili probleme u lokalnim zajednicama, kao i programe, prijedloge i rješenja. Od ukupnog broja emitovanih priloga u samo njih 11 ili 0,93% slučajeva su spomenute teme političke (pod)zastupljenosti žena, generalno se govorilo o položaju žena, o pitanju reproduktivnog zdravlja i politici rađanja, diskriminaciji, pravima majki i sigurnosti žena. Ustavne promjene nisu bile jedna od tema niti jednog emitovanog priloga.

Predmet monitoringa su bila i dva štampana medija – dnevni listovi Nezavisne novine i Oslobođenje. Monitorisana su ukupno 52 dnevna izdanja novina (26 izdanja Oslobođenja i 26 izdanja Nezavisnih novina) sa ukupno 3.464 teksta iz svih rubrika osim sportskih sadržaja (u Oslobođenju 1.938, u Nezavisnim novinama 1.526 tekstova). Monitoringom ovih novina dobijen je uvid u to koliko se u navedenim novinama piše o ravnopravnosti polova, ženskim ljudskim pravima i ustavnim promjenama. Poseban naglasak je stavljen na to, koliko kandidati i kandidatkinje političkih stranaka u predizbornom periodu govore o temama porodijskih naknada, problemu nasilja nad ženama, (samo)zapošljavanju žena i sl. Analizom tekstova jasno je i definitivno da se o naznačenim temama jako malo ili nimalo piše. Samo u 10 ili 0,28% tekstova od ukupno 3.464 piše se o ženskim ljudskim pravima i ravnopravnosti polova, a niti jedan objavljeni tekst se nije bavio ustavnim promjenama.

Rezultati monitoringa portala klix.ba i glassrpske.com po broju objavljenih tekstova u čijem fokusu su ravnopravnost polova i/ili teme iz spektra ženska ljudska prava se bitno ne razlikuju od ostalih medija koji su bili predmet analize ovog monitoringa. Analiziran je ukupno 1271 tekst iz rubrika politike, ekonomije, društva, lokalnih tema, kao i rubrike "Izbori 2016", od kojih je samo 8 bilo predmet analize tj. sadržaj samo 8 tekstova se ticao ženskih ljudskih prava. Treba naglasiti da se najviše kodiranih tekstova, njih pet, odnosi na intervju sa kandidatkinjama u rubrici "Izbori2016", dva se bave pitanjem žena žrtava rata, a jedan ženama oboljelim od raka dojke. Na monitorisanim portalima navedeni tekstovi obuhvataju svega 0,62% medijskog sadržaja.

Tipovi naslova u monitorisanim online i štampanim medijima su bili isključivo informativno-narativnog karaktera poput: „41,53 posto žena na listama“, „U kampanji je samo 10% žena“, „Ne zanemarujmo ekonomsku snagu žena“, „Preduzetnice uprkos preprekama idu prema cilju“ itd. dok korištenje rodno-odgovornog jezika nije striktno pravilo u ovim medijima jer je zabilježeno da se isti u nekim tekstovima koristi, a u nekima ne. Zanimljivi su i primjeri tekstova gdje je rodno-odgovoran jezik djelimično korišten kao npr. "kandidatkinja za odbornika".

Poražavajući podatak jeste da su tokom predizborne kampanje u monitorisanim Izbornim hronikama o ženskim ljudskim pravima i položaju žena govorile isključivo žene kandidatkinje. Nije zabilježen niti jedan prilog u kojem je kandidat problematizuje položaj žena u svojoj lokalnoj zajednici ili bh. društvu.

Monitoring je pokazao da su u priložima i tekstovima koji se tiču marginalizovanih žena (žena žrtava nasilja u porodici, Romkinja, nezaposlenih žena) izvori podataka bile druge osobe, a ne same predstavnice marginalizovane grupe. Izuzetak je tema političke (pod)zastupljenosti žena za koje su mediji uzimali političarke i kandidatkinje kao izvor informacija.

2. Metodologija

Namjera ovog monitoringa medija je bila da se dođe do podataka frekventnosti izvještavanja o temama koje se tiču ravnopravnosti polova, ženskim ljudskim pravima i ustavnim reformama i upotrebi rodno-odgovornog jezika u kodiranim medijskim sadržajima.

Polazna osnova monitoringa je bila da mediji ne izvještavaju i ne interesuju se za teme koje se tiču ustavnih promjena, a da se vrlo malo medijskog prostora daje promovisanju ravnopravnosti polova i ukazivanju na neravnopravan položaj žena u bh. društvu. Takođe, željelo se doći do podataka da li i koliko mediji problematizuju i izvještavaju o temama koje se odnose na ženska ljudska prava poput zapošljavanja (marginalizovanih) žena, radnih prava žena, zastupljenosti žena u politici, problemu nasilja nad ženama itd. kao i koliko se ženska ljudska prava spominju tokom predizborne kampanje od strane kandidata i kandidatkinja.

Osnovna jedinica analize je medijski sadržaj – u slučaju štampanih i online medija to je tekst, a u slučaju elektronskih medija analiziran je prilog. Monitoring je rađen na osnovu kodnog lista¹ koji obuhvata različite varijable čijom dekonstrukcijom i kombinovanjem se može doći do različitih vrsta podataka u vezi kodiranih medijskih sadržaja.

Osnovne varijable analize su medij, vrijeme/datum objave, žanr, teme, tip naslova, izvori i medijski jezik.

¹ Prilog 1

Monitoring je trajao tokom predizborne kampanje, svaki dan od 1. do 30. septembra 2016. i važno je istaći:

- Tokom većeg dijela perioda monitoringa predizbrornu kampanju je zasijenila tema organizovanja i održavanja referenduma u Republici Srpskoj što je bilo u fokusu medijskih sadržaja
- Da su se pratili medijski sadržaji koje se odnose na Bosnu i Hercegovinu, a ne region i svijet.
- Da su se u novinama i na portalima pratile sve rubrike osmi sportskih.

3. Rezultati monitoringa

3.1. Zastupljenost po medijima

Monitoring je trajao od 1. do 30 septembra 2016. i tokom tog mjeseca je praćeno ukupno 5908 medijskih sadržaja (tekstova i priloga) objavljenih/emitovanih na šest monitorisanih medija.

| Televizija | Novine | Portali |
|------------|------------------|----------------|
| FTV | Oslobođenje | glassrpske.com |
| RTRS | Nezavisne novine | klix.ba |

Tabela 2

Od ukupnog broja medijskih sadržaja, njih 5908, samo 29 priloga/tekstova se bavilo temama ravnopravnosti polova i ženskih ljudskih prava i to: 10 tekstova je objavljeno u novinama, 11 priloga u Izbranim hronikama na televiziji i 8 tekstova na portalima.

Od ukupno 5908 medijskih sadržaja koji su praćeni u monitorisanim medijima, nijedan se nije bavio temom ustavnih promjena.

Najviše medijskih sadržaja, ukupno 3464, objavljeno je u novinama i to u Oslobođenju 1938, a u Nezavisnim novinama 1526, a u kojima je ukupno bilo 10 kodiranih objava tj. tekstova koji su se bavili temama ženskih ljudskih prava odnosno promovisali i ukazivali na problem neravnopravnosti polova.

| Novine | Ukupan broj medijskih objava | Broj tekstova koji se bave ženskim ljudskim pravima/ravnopravnosti polova | Postotak tekstova koji se bave ženskim ljudskim pravima/ravnopravnosti polova |
|------------------|------------------------------|---|---|
| Oslobođenje | 1938 | 8 | 0,36% |
| Nezavisne novine | 1526 | 2 | 0,13% |
| UKUPNO: | 3464 | 10 | 0,28% |

Tabela 3

Procenat kodiranih tekstova na portalima je nešto veći nego u novinama i iznosi 0,62%, odnosno ukupno je monitorisan 1271 medijski sadržaj na dva portala, od kojih se samo 8 tekstova bavilo problematikom ženskih ljudskih prava.

| Portal | Ukupan broj medijskih objava | Broj tekstova koji se bave ženskim ljudskim pravima/ravnopravnosti polova | Postotak tekstova koji se bave ženskim ljudskim pravima/ravnopravnosti polova |
|----------------|------------------------------|---|---|
| klix.ba | 600 | 6 | 1,00% |
| glassrpske.com | 671 | 2 | 0,29% |
| UKUPNO: | 1271 | 8 | 0,62% |

Tabela 4

U Izbornim hronikama na Radio-Televiziji Republike Srpske i Federalnoj televiziji emitovan je ukupno 1271 prilog o aktivnostima političkih partija tokom predizborne kampanje. Od ukupnog broja priloga, samo u 8 su spomenute teme koje su bile u fokusu monitoringa.

| Televizija | Ukupan broj priloga u Izbornim hronikama | Broj priloga u kojima se spominju ženska ljudska prava/ravnopravnost polova | Postotak priloga u kojima se spominju ženska ljudska prava/ravnopravnost polova |
|----------------|--|---|---|
| FTV | 314 | 3 | 0,95% |
| RTRS | 859 | 8 | 0,93% |
| UKUPNO: | 1173 | 11 | 0,93% |

Tabela 5

3.2. Žanrovska zastupljenost

Najviše medijskih sadržaja objavljeno je u formi izvještaja (62%), zatim u formi članka (24%) i intervjua (14%), što ukazuje da se temi ženskih ljudskih prava pristupa putem kraćih formi, daje im se manje medijskog prostora i o njima se, u većini slučajeva, ne izvještava studiozno, istraživački i temi se ne pristupa iz više uglova.

| Medij | ŽANR | | |
|------------------|-----------|----------|----------|
| | Izvještaj | Članak | Intervju |
| klix.ba | 1 | 1 | 4 |
| glassrpske.com | 2 | - | - |
| FTV | 3 | - | - |
| RTRS | 8 | - | - |
| Oslobođenje | 4 | 4 | - |
| Nezavisne novine | - | 2 | - |
| UKUPNO: | 18 | 7 | 4 |

Tabela 6

Naglašavamo da je televizijski format Izborna hronika sačinjen isključivo od izvještaja pa je onda i logično da su u ovim emisijama kodirani samo izvještaji kao novinarske forme.

3.3. Teme - kontekst

Obzirom da je monitoring rađen tokom predizborne kampanje, ne čudi što je zabilježeno najviše objava iz političkog konteksta odnosno objava koje su se bavile (ne)zastupljenošću žena u političkom životu. Što se društvenog konteksta tiče, najviše je bilo sadržaja koji generalno problematizuju položaj žena u bh. društvu. Takođe, jedna od tema kojoj su mediji posvetili pažnju je i pitanje rađanja i reproduktivnog zdravlja žena. Mediji su se najmanje bavili temama nezaposlenosti žena, nejednakim zaradama i radnim pravima žena, iako su ove teme od velikog značaja za poboljšanje položaja žena. (Tabela 7)

| 1. Društveni kontekst | 2. Politički kontekst | 3. Ekonomski kontekst |
|---|-------------------------------------|--|
| I Generalno o položaju grupe: 6 | I Ustavna reforma: 0 | I (Ne)zaposlenost: 2 |
| II Obrazovanje | II Zakonski okvir: 4 | II Diskriminacija u zaradama: 1 |
| III Diskriminacija: 1 | III Politička zastupljenost žena: 9 | III Radna prava žena, porodijsko odsustvo: 2 |
| IV Nasilje nad ženama: 2 | | |
| V Pitanja rađanja, reproduktivnog zdravlja: 6 | | |

Tabela 7



3.4. Tip naslova/najave

Od ukupno 18 naslova kodiranih tekstova, 17 je bilo informativno-narativnog karaktera, a samo jedan tekst je imao metaforički (simbolički) karakter („Zdravstvena zaštita u Novom Gradu dovedena je do usijanja“). Nije zabilježen nijedan senzacionalistički niti naslov emotivnog karaktera.

| Karakter naslova | Broj naslova |
|--------------------------|--------------|
| Informativno-narativni | 17 |
| Metaforički (simbolički) | 1 |
| Senzacionalistički | - |
| Emotivni | - |

Tabela 8

„Žene moraju imati veću ulogu u društvu“, „U kampanji je samo 10% žena“, „Najčešće žrtve nasilja i dalje su žene“, „Preduzetnice uprkos preprekama idu prema cilju“,... su samo neki od informativno-narativnih naslova kojima se jasno ukazuje na temu kojom se tekst bavi.



Primjer informativno-narativnog naslova

3.5. Izvori – karakter i socijalna (društvena) uloga

Izvori informacija su analizirani prema tome ko je u ulozi govornika/ce, odnosno da li je izvor informacija personalizovan – ime, prezime i funkcija osoba koje govore o temi – ili depersonalizovan – kada su izvori informacija institucije, organizacije.

| Personalizovani izvori | Depersonalizovani izvori |
|--|--|
| a. predstavnici/e marginalizovane grupe: 1 | a. državne institucije: 3 |
| b. političari/ke: 18 | b. institucije za rad sa marginalizovanim grupama: 3 |
| c. međunarodni akteri: 1 | c. NVO:0 |
| d. eksperti/ce: 1 | d. policija: 1 |
| e. NVO aktivisti/kinje: 7 | e. tužilaštvo: 1 |
| f. javne ličnosti: 0 | f. kulturna društva |
| g. građani i građanke: 0 | g. PR odjeljenja: 1 |
| i. neimenovani: 0 | i. drugi mediji: 1 |
| j. ostalo: | j. međunarodne institucije: 1 |
| UKUPNO: 28 | UKUPNO: 11 |

Tabela 9

Rezultati monitoringa koji se tiču karaktera izvora informacija ukazuju da su novinari/ke u više slučajeva uzimali personalizovane izvore informacija, i to najviše političarke i političare i NVO aktivistkinje koji su govorili o temama koje se odnose na ženska ljudska prava i ravnopravnost polova, dok je u manjem broju slučajeva izvor podataka bio depersonalizovan. (Tabela 9)

Veliki broj političarki i političara koji govore o navedenim temama nije uobičajen pa dobijene podatke možemo povezati sa predizbornom kampanjom i zanimanjem medija za broj kandidatkinja i generalno položaj i broj žena u političkim partijama i političkom životu Bosne i Hercegovine.

Što se tiče socijalne ili društvene uloge izvora informacije, obzirom na predizbornu kampanju tokom koje je rađen monitoring, izvor informacija u većini slučajeva su bile kandidatkinje i ono što je specifično jeste da su isključivo one pričale o ženskim ljudskim pravima i ravnopravnosti, a niti jedan muškarac odnosno kandidat se nije našao u ulozi sagovornika o temama iz ovog spektra (Tabela 10) .

| Izvor informacija – socijalna, društvena uloga | | |
|--|-------------------------|-------------------|
| predsjednik/ica: 3 | direktor/ica: 2 | čistač/ica: 0 |
| sekretar/ica: 0 | policajac/ka: 0 | maneken/ka: 0 |
| državnik/ica: 0 | profesor/ica: 0 | vozač/ica: 0 |
| umjetnik/ica: 0 | vojno lice/vojakinja: 0 | preduzetnik/ca: 2 |
| kandidat/kinja: 12 | aktivista/kinja:1 | zastupnik/ca: 1 |
| načelnica/gradonačelnica: 2 | | |

Tabela 10

3.6. Medijski jezik

Ovaj dio monitoringa se odnosi na analizu terminologije koja je korištena od strane novinara/ke, odnosno pratilo se da li se prilikom izvještavanja koristio politički korektan jezik, da li je izvještavanja bilo stereotipno i da li se koristio rodno-odgovoran jezik.

Svih 29 kodiranih medijskih objava koje su zabilježene tokom monitoringa su bile napisane politički korektnim jezikom, a od tog broja samo jedna objava je promovirala stereotipe.

U tekstu pod naslovom „Žene žele ravnopravno da se bore za bolji život“ kojim se željelo ukazati na položaj i trenutni broj žena u odborničkim klupama, citirana je kandidatkinja koja je izjavila „...mi žene smo emotivnije i imamo više osjećaja za detalje i često bolje riješimo problem“, dok njena kolegica u istom tekstu kaže „Važno je da (žene) budu odlučne, sa jasnim ciljem i planom kampanje jer su superiornije, po prirodi ljepše i mogu lako postati prepoznatljive“, te konstatuje da su žene više zainteresovane za rješavanje problema nataliteta, zdravstvene zaštite, školstva i porodice. Osim izjava kandidatkinja koje su promovirale stereotipe, ostatak teksta je korektan i sadrži faktografsko iznošenje podataka i ukazivanje na broj izabranih žena nakon lokalnih izbora 2012. godine.

Rodno odgovoran jezik korišten je u 21 medijskoj objavi, dok u 2 teksta rodno-odgovoran jezik je djelimično korišten, a u 6 objava nije korišten uopšte, odnosno nije se poštovao ženski rod prilikom korištenja titula i profesija. Primjeri djelimičnog korištenja rodno-odgovornog jezika su: „kandidatkinja za odbornika“, „...koji još ne prepoznaje ženu kao poslodavca“ što se može tumačiti više kao propust novinara/ke, a ne kao odbijanje korištenja rodno-odgovornog jezika.

| MEDIJSKI JEZIK | | | |
|---|----|----|------------|
| | Da | Ne | Djelimično |
| Medijske objave u kojima je korišten politički korektan jezik | 28 | - | - |
| Medijske objave koje potiču stereotipe | 1 | 27 | - |
| Medijske objave u kojima se koristi rodno-odgovorni jezik | 21 | 6 | 2 |

Tabela 11

3.7. Zaključak

Monitoringom šest medija, koji je rađen tokom septembra 2016. godine i tokom predizborne kampanje za lokalne izbore, analizirajući ukupno 5908 medijskih objava možemo zaključiti sljedeće:

- Tema ustavnih promjena i pitanja rješavanja diskriminacije u Ustavu BiH je već duže vrijeme van fokusa političara i medija, što je dokazao i ovaj monitoring jer nije zabilježena niti jedna objava, od ukupno 5908 analiziranih, koja se bavila ovim pitanjem.
- Mediji su se vrlo malo bavili temama iz oblasti ženskih ljudskih prava i promovisanjem ravnopravnosti polova odnosno ukazivanjem na neravnopravan položaj bh. žena u svim sferama života što potvrđuju rezultati ovog monitoringa kojim je zabilježeno svega 29 kodiranih objava odnosno, ove teme zauzimaju svega 0,50% medijskog prostora.
- Zbog perioda u kojem je monitoring rađen (period predizborne kampanje) zabilježen je najveći broj medijskih objava koje se tiču zastupljenosti žena u političkom životu, što nije uobičajeno jer se mediji inače ne bave intenzivno i u kontinuitetu ovom problematikom.
- Monitorisani mediji najviše koriste kratke forme (izvještaje) za teme koji se tiču ženskih ljudskih prava, a manje ovim pitanjima pristupaju istraživački i analitički.
- Medijski jezik korišten u analiziranim medijskim objavama je vrlo korektan i ne pretenduje stereotipnom izvještavanju, a u većini slučajeva je korišten i rodno-odgovoran jezik.

Prilog 1: KODNI LIST

MARGINALIZOVANA GRUPA: _____

ANALIZIRANI MEDIJ: _____

Ukupan broj tekstova/priloga:

1. **DATUMI ANALIZE** (upisati)
2. **TRAJANJE PRILOGA** (samo za radio, i TV)
3. **POZICIJA OBJAVE**
 1. Naslovna / najava
 2. Udarne rubrike
 3. Manje važne rubrike
 4. Najmanje važne rubrike

Napisati brojeve stranica u novinama na kojoj su zabilježeni tekstovi:

Napisati redoslijed priloga u vijestima, magazinima, na TV ili radiju gdje su evidentirani prilozi:

Opisati rubriku na webu u kojoj je evidentirana objava:

4. **ŽANR** (kombinovani žanrovi za sve medije)
 1. redakcijska vijest
 2. agencijska vijest
 3. izvještaj
 4. intervju
 5. reportaža
 6. komentar
 7. kolumna ili uvodnik
 8. članak
 9. izjava
 10. anketa
 11. TV paket
 12. hibridna forma
 13. nešto drugo (napisati šta)
5. **OPREMA PRILOGA/TEKSTA**
 1. nema
 2. fotografija (upisati šta je ili ko je na fotografiji)
 - 3.

Za online medije:

 4. Foto galerija

5. Snimak
6. Tonski snimak

Za elektronske medije

7. Samo spiker čita tekst
8. Arhivski snimak
9. Nijemi snimak („pokrivalica“)
10. Tonski snimak („telefonska izjava“)
11. Video/ tonski snimak
12. Gostovanje u studiju
13. nešto drugo (napisati šta)

6. AUTORSTVO

1. ime i prezime, žena
2. ime i prezime, muškarac
3. inicijali
4. agencija
5. redakcija
6. preuzeto iz drugih medija
7. nepotpisano
- 8.

1. Društveni kontekst (kao dominantan)

I Generalno o položaju grupe

II Obrazovanje

III Diskriminacija

IV Nasilje nad ženama

V Pitanja rađanja, reproduktivnog zdravlja

3. Ekonomski kontekst (kao dominantan)

I (Ne)zaposlenost

II Diskriminacija u zaradama

III Radna prava žena, porodijsko odsustvo

IV

V

2. Politički kontekst (kao dominantan)

I Ustavna reforma

II Zakonski okvir

III Politička zastupljenost žena

IV

V

4. Kombinovani (dopisati samo specifične teme):

I

II

III

IV

V

7. TEME

NAPOMENA: istraživači / ce će sami / e procjeniti u koji od dominantnih konteksta objava ili prilog spadaju, a sami će dopisati koja je to konkretna tema a odnosi se na objavu ili prilog – za to su predviđena prazna mjesta.

7. TIP NASLOVA / NAJAVE

1. informativno-narativni (sadrži uglavnom informativne elemente, činjenice, bez vrijednosnih elemenata. Npr: „Za Zakon glasala 32 poslanika/ce“, „U Mostaru izmjereno 22 stepena“, „Danas počinje nova grejna sezona“, itd.)

2. metaforički (simbolički) (Imaju prenešeno značenje i često sadrže igru riječi – „Ko to tamo zijeva?“, „Slučaj Radivojević: Desnica unio pometnju na ljevici“, itd.)

3. senzacionalistički (naslovi koji potenciraju šokantne činjenice i određene događaje – “Zbog smoga prijeti opšta opasnost Sarajevu!”, “Usmrtio suprugu maljem!”, “Sve vise Roma prosi u Mostaru”, itd.)

4. **emotivni** (Naslovi koji namjenski bude emocije. – „Teški dani starice iz Prijedora“, „Suze i ruža za poginulu braću i sestre“, itd.)

8. IZVORI – BROJ SAGOVORNIKA

1. jedan
2. dva
3. tri
4. više

9. IZVORI – KARAKTER

1. Personalizovani

2. depersonalizovani

a. predstavnici marginalizovane grupe

a. državne institucije

b. političari

b. institucije za rad sa marginalizovanim grupama

c. međunarodni akteri

c. NVO

d. eksperti

policija

e. NVO aktivisti

e. tužilaštvo

f. javne ličnosti

f. kulturna društva

g. građani i građanke

g. PR odjeljenja

i. neimenovani

i. Drugi mediji

j. ostalo:

j. Međunarodne institucije

k. ostalo:

PITANJA ZA ANALIZU:

Posebno je važno kada se sami predstavnici marginalizovane grupe nađu u ulozi izvora analizirati i slijedeće:

- **Da li su to predstavnici organizacija ili pojedinci koji zbog svoje marginalizovanosti trpe diskriminaciju?**
- **Da li su to uvijek iste osobe koje se nalaze u ulozi izvora?**
- **Koliki im se značaj pridaje u tekstu (prostor, redoslijed, fotografija)?**
-

10. IZVORI – SUPROTSTAVLJENOST

1. jedinstveni
2. suprotstavljeni

NAPOMENA: jedinica analize je tekst kao cjelina – ukoliko monitoring tim evidentira 5 izvora, od kojih četiri zastupaju 'pro' stav, a svega jedan 'kontra', tekst se evidentira pod rednim brojem (2) kao tekst sa suprotstavljenim izvorima.

11. IZVORI – STAROSNA DOB i STATUS

Da li se pominju godine osoba koje daju izjavu?

1. Da
2. Ne

Ukoliko je odgovor Da, navesti kojoj starosnoj dobi te osobe pripadaju:

1. djeca - do 18 godina
2. mladi - od 18 do 30 godina
3. odrasli - od 30 do 40
4. odrasli - od 40 do 50
5. odrasli - preko 50

Da li se u tekstu/objavi pominje bračni status osoba?

1. Da

2. Ne

Ako je odgovr Da, navesti koji je to status:

- 1.oženjen/udana,
- 2.razveden/a,
- 3.udovac/ica,
- 4.živi sa partnerom/kom,
- 5.samohrani roditelj/ka, itd.

Ukoliko primetite da je neka od gore navedenih karakteristika iskorištena kako bi se diskreditovao izvor informacije, ili se ove karakteristike pominju u negativnom kontekstu, navedite te primjere?

12. IZVORI - SOCIJALNA / DRUŠTVENA ULOGA

U kojim profesionalnim ulogama se pojavljuju subjekti objave (**obavezno navesti pol/rod**):

| | | |
|-----------------|-----------------------|-------------|
| predsjednik/ica | direktor/ica, | čistač/ica, |
| sekretar/ica, | policajac/ka, | maneken/ka, |
| državnik/ica, | profesor/ica, | vozač/ica, |
| umjetnik/ica, | vojno lice/vojakinja, | nejasno, |
| kandidat/kinja | | |

13. VRIJEDNOST SADRŽAJA TEKSTA

1. pozitivan
2. neutralan
3. negativan

NAPOMENA: primjere tekstova i objava u kojima su zabeleženi pozitivni i negativni primjeri sadržaji posebno izdvojiti za dodatnu analizu i navesti kao primjere u analizi (ne sve, ali one najupečatljivije svakako)

14. VRIJEDNOST NOVINARSKOG UKLONA/STAVA

1. pozitivan
2. neizražen
3. negativan

NAPOMENA: primjere tekstova i objava u kojima su zabeleženi pozitivni i negativni ukloni posebno izdvojiti za dodatnu analizu i navesti kao primere u analizi (ne sve, ali one najupečatljivije svakako) – posebno izdvojiti one u kojima je zabeležen tendenciozan i kontinuiran negativni uklon, bilo medija bilo pojedinca!

15. MEDIJSKI JEZIK

Ovaj indikator je kvalitativan i podrazumijeva dubinsku analizu objave, te odgovore na pitanja koja slijede.

1. Odabir terminologije

a. Da li se prilikom izvještavanja o marginalizovanoj grupi koristi politički korektan jezik (adekvatna terminologija)?

I Da

II Ne

Navedite primjere:

b. **Da li izvještavanje obiluje stereotipima?**

I Da

II Ne

Navedite primjere:

2. stil pisanja

- Koji je dominirajući stil izvještavanja o marginalizovanoj grupi – informativan i zasnovan na činjenicama, emotivan i saosjećajan, patetičan, tendenciozan bilo pozitivno bilo negativno, navedi i druga zapažanja?
- Da li je tekst angažiran – posebno u smislu da se skrene pažnja na problem određene marginalizovane grupe, i da se nude rješenja za njega?

Da

Ne

Navedite primjer

3. Rodno senzitivni jezik

a. Da li i u kom obimu u svom izvještavanju mediji upotrebljavaju rodno senzitivni jezik (novinarka, Romkinja, ministarka, profesorica, itd.)?

Da

Ne

Navedite primjere: