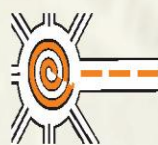




*„Istraživanje rodne perspektive
u novinarstvu u BiH u vijestima
o rodno-zasnovanom nasilju“*



Udruženje "Novi put"

Ovaj izvještaj je objavilo udruženje „Novi put“ kao rezultat tromjesečnog monitoringa odabrenih printanih i elektronskih medija u Bosni i Hercegovini.

Izvještaj je izrađen u okviru projekta pod nazivom „Istraživanje rodne perspektive u novinarstvu u BiH u vijestima od rodno-zasnovanom nasilju“, kojeg finansira Svjetska asocijacija kršćanskih komunikacija – WACC.

Juni 2025.

SADRŽAJ:**UVOD****Medijski diskurs-muško područje****Cilj istraživanja****Predmet istraživanja****Uzorak****Metodologija****Rezultati istraživanja****Komparacijapodataka****Prijedlozi za poboljšanje položaja žene u medijima****Zaključci**

UVOD

Proces globalizacije obuhvatio je cijeli svijet, a sa sobom je donio odlike kapitalizma sa sve intenzivnijom komercijalizacijom, ali i jakim tržišnom konkurencijom. Bosna i Hercegovina, kao i ostale države u okruženju, nastoje ići u korak sa ostatkom svijeta, posebice sa zemljama zapadne Europe, jer je cilj svake od ovih država što žurniji ulazak u Europsku uniju. Na ovom putu, jedan od ciljeva je osigurati i ravnopravnost spolova u svim životnim segmentima. Prva polovica 90-ih godina obilježena je ratom, pa još uvijek imamo društvo sa etničkim, regionalnim i religijskim nejednakostima, a pitanje položaja žene u društvu vrlo često je ignorirano. Bez obzira na činjenicu da kontinuirano govorimo o procesu ubrzane demokratije, te jačanju civilnog društva, još uvijek imamo rodne uloge koje svakodnevno jačaju tradicionalna shvaćanja društvenih i kulturnih uloga, pravila i norma, ali i moći. Bosanskohercegovačka medijska politika je takva da ženama daje jako malo medijskog prostora, a način na koji je prikazana, zapravo ocrtava njezin položaj u društvu. Medijsko prikazivanje žene treba promatrati kroz prizmu dva čimbenika: tko ima moć i tko određuje društvenu dominaciju? U ovom kontekstu, prirodno je očekivati da se članovi društva, koji žele biti dio društvene moći, oslanjaju na medije, jer se zahvaljujući njima, stvaraju i održavaju diskursi koji ih čvrsto postavljaju u željenu sferu.

Medijski diskurs-muško područje

Predstavljanje ženskih likova u medijima vrlo je zanimljiva tema, posebice s gledišta medijskog funkcioniranja i analize medijskog sadržaja. Mediji imaju moć da nešto na određeni način predstave kao stvarnost, pa u tom kontekstu medijske slike mogu reproducirati pogrešne percepcije o društvu, njegovim vrijednostima i o pojedinim segmentima i članovima. Budući da mediji posredno utječu na sustav vrijednosti kao i na predrasude u društvu, veoma je važno na koji način se odnose prema različitim društvenim skupinama te osiguravaju li im ravnopravnost. Prilikom konzumacije medija, već se na prvi pogled može uočiti da je žena nedovoljno zastupljena. Ipak, možda nije najvažnije promatrati količinu prikazivanja žene u medijskom prostoru, već način na koji je prikazana, odnosno

koje uloge su joj dodijeljene. Mediji imaju snažan utjecaj na identitete i kulturne norme, pa načinom na koji su žene prezentirane u medijima šalju se snažne poruke o njezinu mjestu i društvenoj ulozi. Medijske poruke funkcioniraju na podsvjesnoj razini kao implicitni modeli naših vlastitih života. Svi mediji prikazuju spolove, a mnogi od njih cementiraju stereotipne i diskriminirajuće stavove o ženama, a zapravo je najveći problem taj što proces medijskog stereotipiziranja prihvaćamo kao nešto posve normalno i uobičajeno, a nije tako. Stereotipi o ženama datiraju još od najranije povijesti, a društveni položaj žena bio je marginaliziran. Bile su u podređenom položaju, a promatralo ih se uglavnom kao majku, kućanicu, poslušnu suprugu sa slabim ili nikakvim obrazovanjem. Žene su i danas (iako govorimo o 21. stoljeću) potisnute, a gotovo i isključene iz svih važnijih društvenih događanja u Bosni i Hercegovini. Razlog su, osim tradicionalne kulture, patrijarhata, nerazvijenosti društva, svakako i mediji. Mediji nisu krivci za stavove i ponašanja pojedinaca, ali su izuzetno moćni kada je riječ o definiranju javnoga diskursa. Medijska politika u BiH je takva da vlada patrijarhalna ideologija u kojoj se žene svode na izuzetno ograničen broj figura: estradnu zvijezdu, majku, žrtvu i suprugu. Načini prikazivanja ženskih i muških likova u bosanskohercegovačkom medijskom prostoru u potpunosti su različiti. Poruke koje mediji šalju javnosti kreiraju prepoznatljive stereotipne slike žene i muškarca, a nude diskriminirajuću sliku žene jer uglavnom reproduciraju stereotipe o ženinoj ulozi u društvu.

Cilj istraživanja

Cilj analize je bio istražiti kolika je zastupljenost žena na internetskim portalima, te identificirati način na koji su prikazani ženski likovi, ali i utvrditi prisutnost stereotipnih izvještavanja. Također, cilj je istražiti broj pojavljivanja ženskih likova u odnosu na frekvenciju zastupljenosti muškaraca, zatim identificirati u kojim rubrikama se najčešće pojavljuju žene, odnosno utvrditi prisutnost žena u rubrikama koje oslikavaju dominaciju i moć.

Predmet istraživanja

Predmet istraživanja u ovom projektu su medijski sadržaji, odnosno tekstovi na pet internetskih portala. Analiza medijskog sadržaja obuhvatit će istraživanje prisutnosti žena u tim sadržajima, kao i način njihove prezentacije.

Uzorak

U istraživanju je korišten uzorak koji pokriva cijelo medijsko područje u BiH (Federacija BiH i Republika Srpska). Analizirani internetski portali se smatraju reprezentativnim za ovakvu vrstu analize. Istraživački postupak podrazumijeva uporabu analize sadržaja, a podatci su razvrstavani u određene kategorije, dok je prethodno načinjena lista za kodiranje. Analiza koja će se primjenjivati predstavlja optimalnu tehniku koja će pokazati pozicije unutar kojih se žena danas nalazi, ali i kakvi su diskursi o ženama u odnosu na već prisutne odnose moći i etablirani sustav društvenih vrijednosti.

Metodologija

Načinjena je analiza sadržaja pet internetskih portala u Bosni i Hercegovini: bljesak.info, klix.ba, hercegovina.info, avaz.ba, i buka.ba. Jedinica analize sadržaja je medijski članak. Analiza je rađena kroz tri mjeseca (studeni i prosinac 2024. godine i siječanj 2025. godine; ukupno 92 dana). Analizom je obuhvaćeno prvih 15 vijesti koje su se našle na naslovnoj stranici u 12 sati. Naslovnice su preuzete na te dane i arhivirane. Kodna matrica je testirana prije početka analize. Naslovne stranice su najčešće posvećene nacionalnim i regionalnim temama, međutim, i druge teme poput lifestyle-a, sporta, ekonomije, crne kronike su kodirane, jer su zauzele mjesto na naslovnicama. Neke od kategorija koje su korištene u kodnom listu su: tema priče, područje obuhvata priče, korištenje društvenih mreža, je li se članak referira na propise o jednakosti spolova, zanimanja žena u člancima, jesu li žrtve nasilja, jesu li citirane te kako su prikazane na fotografiji. Korištene su kvalitativna i kvantitativna analiza, kako bi se dobili što relevantniji podatci o broju žene u člancima na internetskim portalima, odnosno prikazao kontekst sadržaja u kojima se pojavljuju žene. Pet

lokalnih medija koji su analizirani kroz analizu sadržaja odabrani su po načelu regionalne raznolikosti.

Rezultati istraživanja

Ova analiza obuhvatila je ukupno 6 900 članaka (1380 na jednom portalu) .¹ Pojavljivanje žena na portalima prikazan je u tablici 1.

	Broj izdanja (1)	Broj tekstova (2)	Broj pojavljivanja žena u tekstovima (3)	Broj pojavljivanja muškaraca u tekstovima (4)	Postotak (Indeks 3/2)
bljesak.info	92	1380	41	1339	2,97%
klix.ba	92	1380	59	1321	4,27%
hercegovina.info	92	1380	28	1352	2,02%
avaz.ba	92	1380	78	1302	5,65%
buka.ba	92	1380	36	1344	2,6%

Tablica 1.: Pojavnost žena

U izdanjima naslovnica internetskih portala u BiH (studeni, prosinac, siječanj) žene su prisutne manje od 6%. Zbroj svih pojavljivanja žena u odnosu na druge članke, koji za glavne aktere imaju muškarce, nije veći od 3,5%. Ovaj postotak zaista može biti ilustrativan za određivanje i prepoznavanje uloge žene u bosanskohercegovačkim medijima, jer sve krucijalne odluke, upravljanja, određivanje i planiranje budućnosti je isključivo muški dio djelovanja. Muškarci su najčešće u funkcijama predsjednika, premijera, političara ili druge uvažene osobe iz političkog, gospodarskog i javnog života općenito. Međutim, analizirala se samo naslovna stranica. Rubrike poput *lifestyle* i *zanimljivosti* obiluju tekstovima

¹ Studeni, prosinac i siječanj su ukupno imali 92 dana. Svaki dan je analizirano 15 vijesti na svih 5 portala.

o ženama, pa je u tom kontekstu ona u funkciji zabave i uglavnom čitatelje privlači prikazivanjem svojih tjelesnih osobina.

Rezultati istraživanja

Bljesak.info

Zastupljenost žena na naslovnica portala bljesak.info je manja od 3%. Pozicioniranje žena u kontekstu teme ili rubrike izgleda tako da su žene najviše zastupljene u unutrašnjo-političkoj i vanjsko-političkoj rubrici. Ako uzmemo u obzir činjenicu da su u periodu monitoringa bila dva događaja, štrajk prosvjetnih radnika u HNŽ-u te izbori za predsjednika Amerike, posve je jasno da su dvije žene bile vrlo često spominjane, fotografirane i citirane (predsjednica Vlade HNŽ-a te kandidatkinja za američke predsjedničke izbore). Sljedeća tablica pokazuje zastupljenost ženskih likova po temama ili rubrikama:

Tema članka	Broj pojavljivanja žene	Tema članka	Broj pojavljivanja žene
Žene izborni kandidati	1	Obrazovanje	1
Domaća politika	6	Kriminal i nasilje	4
Vanjska politika	8	Nesreće, katastrofe,	4
Ostale teme o politici	1	Rodno nasilje	2
Ekonomija	1	Nejednakost spolova	2
Zdravlje	1	Zabava	3
Kultura i tradicija	2	Umjetnost/kultura	2
Ženski pokret/aktivizam	1	Sport	2

Tablica 2.: Teme u kojima se spominju žene

Jedna od kategorija ovog istraživanja je bila i opseg priče. Kodirao se geografski opseg kroz četiri izbora. U tom kontekstu, lokalnih priče su zauzele 27% medijskog prostora, nacionalne 46%, regionalne 7%, te međunarodne 20%. Ukupno 37 vijesti potpisuje medij, dok je njih četiri preuzeto od novinske agencije (Fena). Kodirane su i priče koje su isticale pitanja jednakosti ili nejednakosti žene i muškaraca. Od ukupnog broja tekstova, samo 4 teksta su spominjala politike i dijelove zakonodavstva koji promiču ravnopravnost spolova ili ljudska prava općenito.

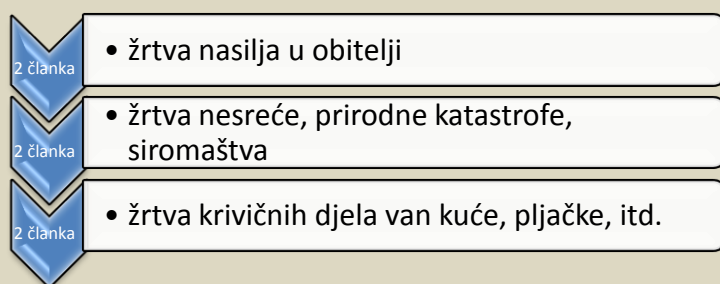
Budući da je struktura zanimanja itekako važan pokazatelj medijske prezentacije žena, bilo je zanimljivo promatrati kategorizaciju glavnih akterica prema zanimanju ili poziciji koju zauzimaju u društvu (tablica 3.)

Pozicija u članku	Broj
Pripadnice kraljevskih obitelji	1
Političarka/predsjednica/politička liderica	14
Državne službenice	4
Akademsko osoblje	1
Stručnjakinje za tehnologije	1
Novinarke	1
Djelatnice NVO-a	1
Poznata medijska osoba (showbussines)	4
Sportašica	3
Stanovnica	6
Priča ne opisuje zanimanje	5
Ukupno	41

Tablica 3.: Profesionalni status žena

Vrlo često žena je u vijestima bez imena i prezimena, ali i zanimanja. Žene se na portalu bljesak.info, u vrijeme trajanja monitoringa, ne pojavljuju u člancima ako je riječ o temama poput ratnih konflikata, terorizma, graditeljstva, religije, znanosti, poljoprivrede. Žena je bila predmet priča u 85% slučajeva, dok u 8,2 % članaka žena je glasnogovornica (govori u ime druge osobe, organizacije ili

skupine), a u istom tom procentu je bila stručnjakinja ili komentatorica u tekstu, odnosno u članku su pružile dodatne informacije, mišljenje ili komentar, na temelju stručnog znanja. Po jedan članak je zabilježeno pojavljivanje žene kao očevidca, odnosno ispričano je osobno iskustvo. Također jedna od kategorija je bila i ispitati koliko se ženama u člancima daje uloga u obitelji, odnosno jesu li prisutni stereotipi o spajanju funkcija uspješne žene i majčinstva. Tako je bljesak.info u svojim tekstovima povezo ženu sa obitelji u 39% slučajeva. Pisano je i o ženama žrtvama nasilja. Zabilježeno je ukupno 6 tekstova, a nasilje je kategorizirano i podijeljeno na sljedeće kategorije:

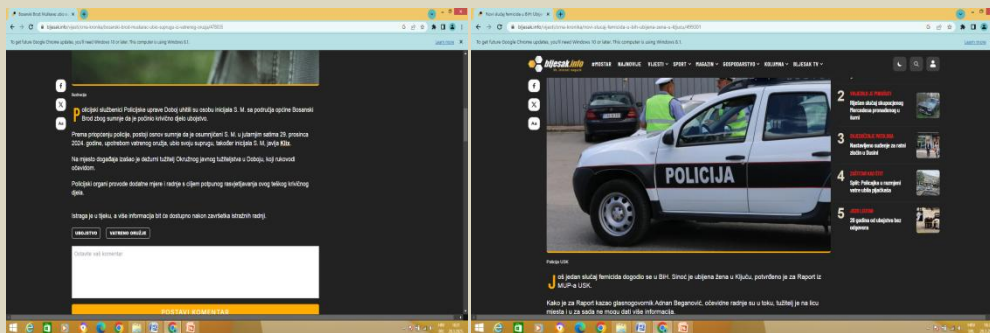


Na koncu, žena je citirana u 21 tekstu, a na fotografiji je prikazana 31 put (u devet tekstova fotografijom je ilustriran događaj).

Od svih navedenih tekstova koji su zabilježeni na portalu bljesak.info, bilo je članaka koji su, ako gledamo iz konteksta novinarske profesionalnosti, posve korektni i zadovoljavaju sve postulate novinarske profesije. Zabilježene su i one vijesti koje se nisu mogle provesti kroz kategorije i kroz kodnu matricu. Primjerice naslov *Koga je odbila pomilovati Lidija Bradara?* zapravo je članak koji je sadržavao samo informacije iz Službenoga lista te osim leada nije imao drugu novinarsku opremu. Također, zabilježen je i tekst koji također nije proveden kroz kategorije jer je sadržavao samo statistiku. Naslov je *Muškarci u BiH i dalje imaju veće prosječne zarade i isplaćene bonuse u odnosu na žene*. Identificirana je i kronologija čiji je naslov *Kronologija femicida: U Bosni i Hercegovini 2024. godine ubijeno je 12 žena*. Tekst je zapravo podsjetnik na žrtve femicida i bunt protiv sustavne nepravde prema ženama i nesposobnosti onih koji bi ženama trebali osigurati zaštitu. Tekst je zabilježen 1. siječnja 2025. godine. O femicidu se pisalo dva puta.

✓ *Novi slučaj femicida u BiH: Ubijena žena u Ključu (27.12.)*

✓ *Bosanski Brod: Muškarac ubio suprugu iz vatrenog oružja (30.12.)*

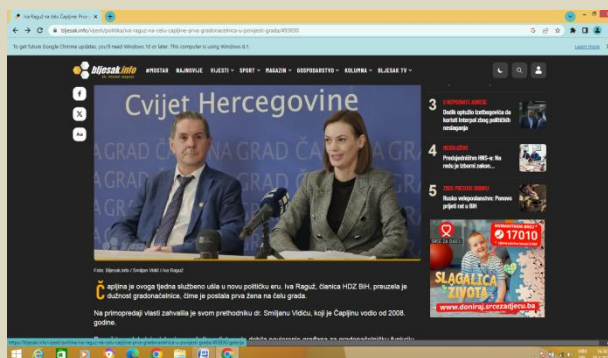


O femicidu se uglavnom piše na dva načina. Prvi je da su vijesti kratke, informacije šture, a osim leada i izvora, tekst nema drugu opremu. Nema analize, ni dubine u tekstovima. Drugi način je korištenje senzacionalizma pa u tom smislu u medijima često uočavamo sljedeće pogreške: korištenje senzacionalističkih naslova, uključivanje nagađanja i pretpostavki o počinitelju nasilja, motivima, predmetima kojima su nasilja izvršena, zatim dovođenje nasilja u kontekst prevelike ljubavi počinitelja za svoju žrtvu ili zabave koja je prešla granicu, sugeriranje odgovornosti žrtve za nasilje koje je nad njom počinjeno te korištenje spolnih stereotipa. Profesionalno je novinarstvo u suprotnosti sa navedenim.

Još jedan tekst vezan je za nasilje nad ženom, međutim budući da sadržava samo lead i izjavu Tužiteljstva nije mogao proći kroz kodnu listu. Naslov je *Muškarac pretukao suprugu pred djecom, zatražena mjera pritvora*.

Dana 04.12. 2024. godine objavljen je tekst s naslovom *Iva Raguž na čelu Čapljine: Prva gradonačelnica u povijesti grada*, a pozornost je privukao dio teksta:

„Čapljina je ovoga tjedna službeno ušla u novu političku eru. Iva Raguž, članica HDZ BIH, preuzela je dužnost gradonačelnice, čime je postala prva žena na čelu grada“.

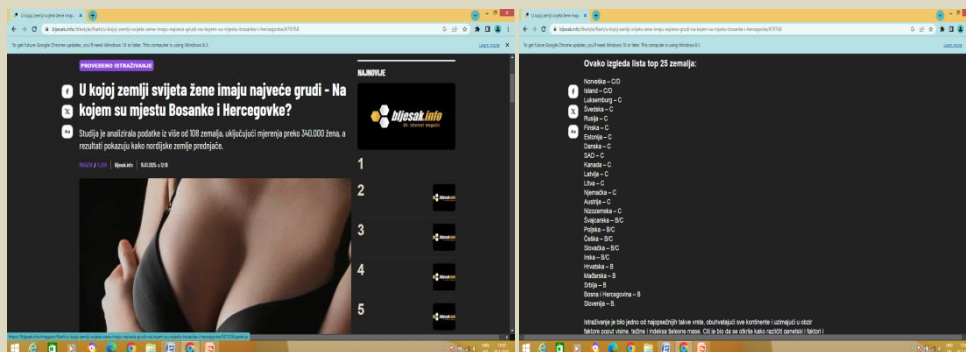


U 21. stoljeću, ulazak u novu političku eru, zbog pozicioniranja žene na mjesto gradonačelnice je krajnje stereotipno, a upravo na ovaj način mediji reproduciraju onaj model medijskog izvještavanja u kojem su žene subordinirane muškarcima.

Naslov *U kojoj zemlji svijeta žene imaju najveće grudi-Na kojem mjestu su Bosanke i Hercegovke?* je zabilježen 15. siječnja. U tekstu saznajemo da je provedeno opsežno istraživanje 2021. godine, te da Norveška na tronu.

„Od zemalja naše regije prednjači Hrvatska, koja se našla na 21. mjestu, Srbija je 23., a Bosna i Hercegovina 24., dok je Slovenija na 25. mjestu“.

Tekst ima sljedeće ilustracije:



Bez obzira na činjenicu da portal bljesak.info nema politiku promoviranja senzacionalističkih formi, ipak je zabilježen tekst koji dosta banalan, trivijalan i clickbait.

Nakon analiziranih rezultata istraživanja, zaključci su sljedeći:

- Na portalu bljesak.info muški likovi su zastupljeni u znatno većem broju nego žene;
- Najčešće spominjane žene su Marija Buhač, predsjednica Vlade HNŽ-a i Željka Cvijanović, članica Predsjedništva BiH;
- Politička, ekonomska i općenito društvena nejednakost između žena i muškaraca prisutna je na bljesak.info, kroz koncept odsutnosti ženskih likova;
- Muškarcima pripadaju rubrike koje iskazuju društvenu moć, utjecaj i kompetentnost;

- Korištenje senzacionalističkih formi su zanemarivo male.

Portal klix.ba

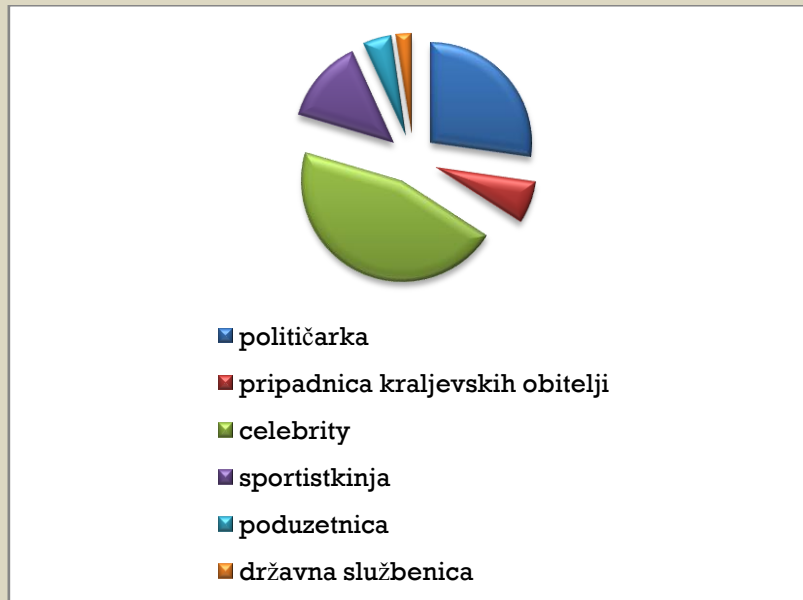
Zastupljenost žena na naslovnim stranicama portala klix.ba je 4,27%. Već na prvi pogled na portal klix.ba evidentno je da su muškarci glavni akteri svih relevantnih procesa i događaja. Muškim likovima pripadaju one teme koje iskazuju društvenu moć, utjecaj i kompetentnost, dok su žene u takvim sadržajima zaista prava rijetkost. Ipak, identificirano je 59 članaka u kojima su žene glavne akterice, a uglavnom su dio tzv. celebrity kulture. Prikaz pojavljivanja žena kroz teme prikazan je u tablici 4.

Žene izborne kandidatkinje	1
Domaća politika	6
Vanjska politika	3
Zdravlje	2
Kultura, tradicija, religija	1
Obrazovanje	1
Ženski pokret, aktivizam	5
Nesreće, crna kronika	3
Obiteljski zakon	1
Nasilan kriminal, ubojstva, zlostavljanja	4
Rodno zasnovano nasilje	1
Umjetnost, kultura	1
Natjecanja ljepote, modeli, moda	1
Sport	5
Vijesti o poznatima/celebrity	24
UKUPNO	59

Tablica 4.: Žene kroz tematske odrednice

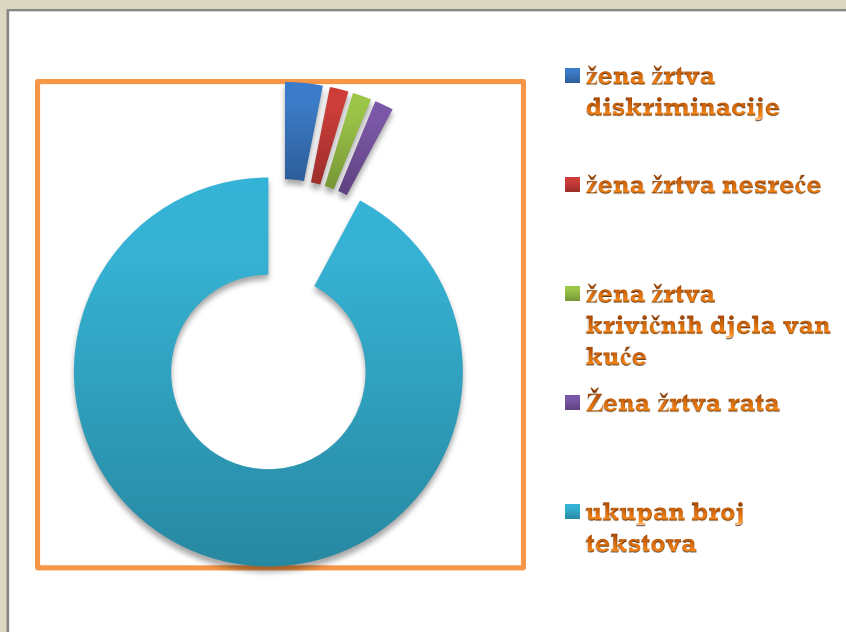
Pozicioniranje žene u kontekstu tematskih odrednica izgleda tako da su za ženu primarno određene zabavna rubrika, crna kronika i domaća politika. Žene su jako često prisutne na portalu (zabavna rubrika obiluje ženskim likovima), međutim jako rijetko završe na naslovnoj stranici, a taj podatak nam zapravo pokazuje da su žene podređene u odnosu na muškarce u kontekstu društvene moći i prestiža.

Pozicije žena u klix.ba bit će prikazane na grafičkom prikazu.



Grafikon 1.: Profesionalni status žena

Žene su se pojavljivale i kao domaćice, umirovljenice, aktivistice, zdravstvene stručnjakinje ali i nezaposlene. Međutim, postotak je zanemariv. Važno je naglasiti da je žena bila i u ulozi aktivistice (pet tekstova). Ipak, napomenut će se da je monitoring trajao dok je obilježavan Međunarodni dan borbe protiv nasilja nad ženama, pa su ti tekstovi uglavnom bili napisani tim povodom. Po pitanju područja obuhvata priče, 61% tekstova imalo je nacionalnu važnost, 30,5% tekstova međunarodnu, dok su tekstovi lokalne i regionalne važnosti zanemarivo mali. Samo dva teksta su isticala pitanja nejednakosti između žena i muškaraca, a o nasilju se pisalo pet puta i to kroz sljedeći kontekst.



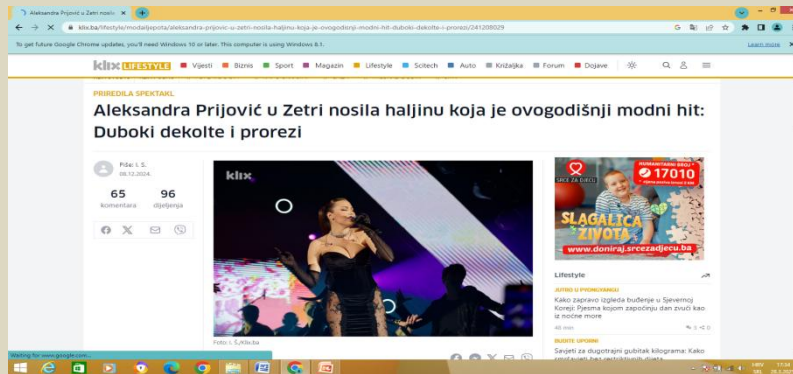
Grafikon 2.: Kontekst nasilja nad ženama

Fotografija je u 89% slučajeva bila u funkciji teksta, a u 83% slučajeva zabilježeno je da je žena predmet priče o kojoj se pisalo. U 8,4% tekstova žena je identificirana kao stručnjakinja, odnosno pružala je dodatne informacije o određenom događaju, na temelju znanja i stručnosti, odnosno 0,5% tekstova u kojima je predstavljala drugu osobu, skupinu ili instituciju. U jednom članku je žena dala osobno iskustvo, te je zabilježena kao očevidac događaja. I na koncu, 89% tekstova je potpisano inicijalima, 6,7% tekstovi su preuzeti od novinskih agencija te 3,3% teksta ima potpis medija.

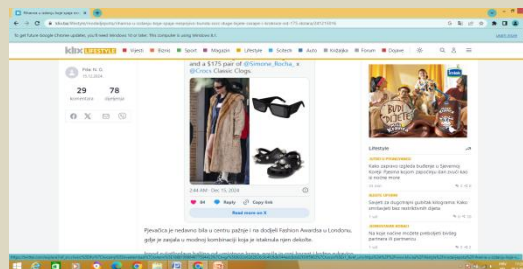
Analizirajući naslove u kojima žene imaju centralnu ulogu, primjetno je da je većina naslova vezana za zabavnu rubriku.

Neki naslovi iz rubrike zanimljivosti:

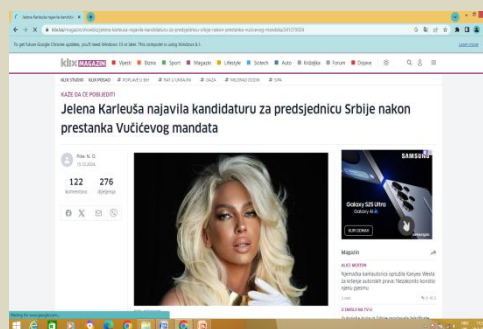
- ✓ *Christina Aguilera golišavom fotografijom proslavila 44. rođendan (19.12.)*
- ✓ *Samra Menzilović-Ćatić pozirala u donjem vešu na Jahorini: "Nekad je potrebno otopiti snijeg" (16.12.)*
- ✓ *Nizozemska klizačica pozirala za naslovnicu Playboya, uspjela je oboriti rekord prodaje časopisa (13.12.)*
- ✓ *Aleksandra Prijović u Zetri nosila haljinu koja je ovogodišnji modni hit: Duboki dekolte i prorezi (8.12.)*



- ✓ *Je li Jelena Rozga u vezi s 10 godina mlađim Ivanom Huljićem? Često ih viđaju zajedno (23.1)*
- ✓ *Rihanna u izdanju koje spaja nespojivo: Bunda, šorc, duge bijele čarape i kroksice od 175 dolara (15.12.)*



I u slučaju kad se radi o ozbiljnim temama, ženino mjesto u tekstu je poput šale, vica ili karikature.



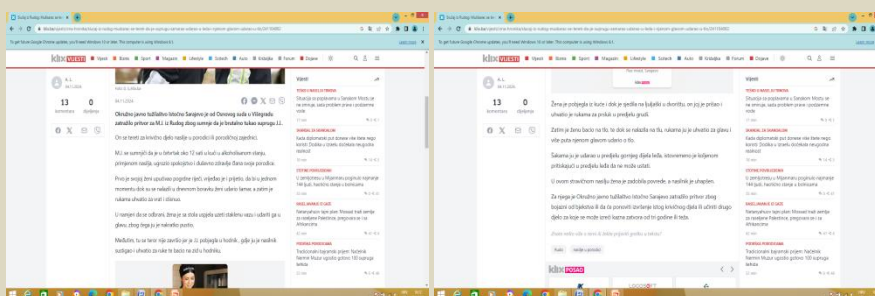
Zabilježeni su tekstovi koji su diskriminirajući prema ženama u smislu izgleda.

- ✓ *Američka reperica ima 222 kilograma, tužila taksistu jer je rekao da ne može stati u njegov automobil (29.1.)*

Naslovi i tekstovi koji su ranije navedeni uglavnom žene pozicioniraju u funkciju zabave, a čitatelji se informiraju o životima slavnih osoba uz fotografije koje uglavnom prikazuju tjelesne attribute žene.

Žena na portalu klix.ba, pored toga što su bile najčešće u ulogama koje su svedene na stereotipne slike koje žene prikazuju kao objekte, bile su jako često dio crne kronike.

- ✓ *Mlada majka (23) se bori za život nakon nesreće u Novom Sadu, doktori joj amputirali obje noge (5.11.)*
- ✓ *OBAVIJEŠTENA I POLICIJA U Sarajevu nestala Šefika Mujbegović (84), porodica moli za pomoć građana (19.11.)*
- ✓ *Slučaj iz Rudog: Muškarac se tereti da je suprugu šamarao, udario u leđa i njenom glavom udario u tlo (4.11.)*



Evidentno je da klix.ba nije otporan na senzacionalizam, pa u tom kontekstu ovaj tekst je napisan po principu *što brutalnije, to primamljivije*. Kod izvještavanja o femicidu (zabilježen je jedan slučaj) vidljiv je posve drugačiji način izvještavanja. Informacija je štura, a osim leada i izvora, tekst nema drugu opremu.

- ✓ *Muškarac ubio suprugu u Bosanskom Brodu, policija ga uhapsila (30.12.)*



Oba teksta su ilustrirana istom fotografijom na kojoj su policijski službenici.

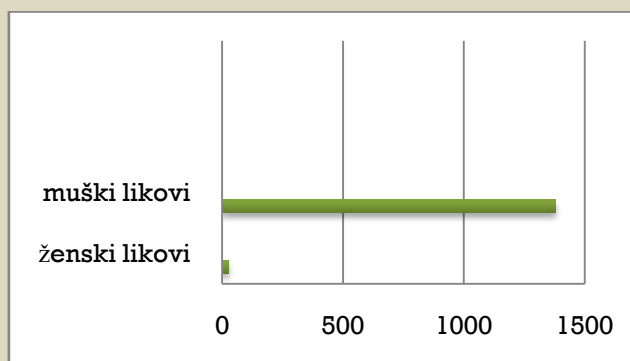
Zaključci su sljedeći:

- Portak klix.ba prioritet i prednost daje muškim likovima;
- Za žene su rezervirane rubrike: zabava i crna kronika;
- Žene se najčešće pojavljuju u ulogama estradnih zvijezda, manekenki, ljepotica ili žrtava;
- Favorizira se senzacionalistički pristup izvještavanja.

Portal hercegovina.info

Na portalu hercegovina.info možemo govoriti o konceptu odsutnosti, a ne prisutnosti ženskih likova na naslovnim stranicama. Ovaj koncept može biti ilustrativan za prepoznavanje podređene uloge žene, kako u medijima tako i u društvu, odnosno može ukazivati na implicitnu poruku da je ono što je odsutno iz medijskih sadržaja, zapravo nevidljivo i nevažno.

Ukupan broj tekstova koji je analiziran je 1380, a od toga žena se pojavila svega 28 puta (2,02%). Treba napomenuti da je ovaj portal drugačiji od prethodna dva analizirana portala u smislu dinamike objavljivanja vijesti. Vijesti se često ponavljaju i ostaju prisutne duži period na naslovnim stranicama. Analiza, dakle pokazuje da muškarci imaju veliku prednost u prikazivanju u odnosu na ženske likove.



Grafikon 3.: Ukupna zastupljenost ženskih i muških likova

Međutim, dobra strana ovoga portala jest činjenica da ne preferira clickbait forme, senzacionalizam i banalnosti. Pozitivan je nalaz da su se žene pojavljivale u mnogim rubrikama i mnogim temama, pa u tom pravcu, portal hercegovina.info

ne podržava već prepoznatljive ženske i muške medijske identitete (muškim likovima namijenjenu su ozbiljne, autoritativne i vjerodostojne uloge, dok s druge strane ženama i ženskim tijelom se uglavnom služi kako bi se napravio zanimljiv vizualni prizor).

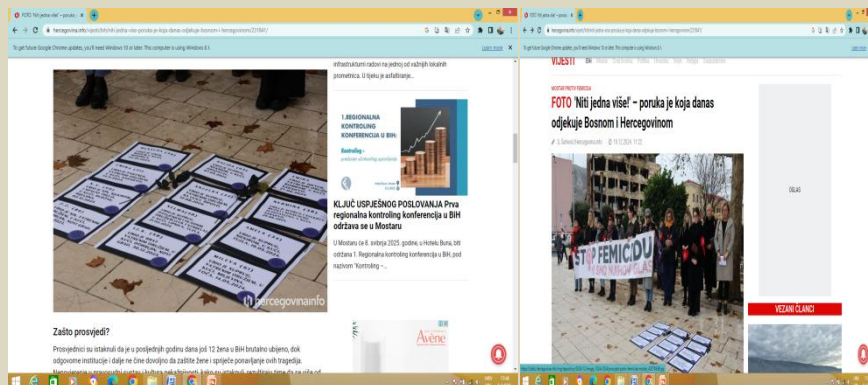
Žene izborni kandidati	1
Domaća politika	4
Štrajkovi, sindikati	1
Zdravlje	1
Religija, kultura, tradicija	1
Obrazovanje	1
Aktivizam	4
Pravosudni sustav	2
Katastrofe, nesreće	3
Nenasilan kriminal	1
Rat, terorizam	1
Rodno nasilje	1
Nasilan kriminal	2
Vijesti o slavnim osobama	1
Umjetnost	2
Netjecanje ljepote, moda	1
Sport	1

Tablica 5.: Žene kroz tematske odrednice

Analiza pokazuje da se žene ne pojavljuju u međunarodnoj politici, državnoj obrani, ekonomskim temama, socijalnim pričama, potrošačkim pitanjima, zapošljavanju, tehnologiji, okolišu, pitanjima razvoja i održivosti, znanosti i slično. Identificirano je da se žena najčešće spominjala u kodnoj tablici pod brojem 35 (ženski pokret, aktivizam, događaji, demonstracije, zagovaranje za ravnopravnost spolova). Naslovi koji su zabilježeni su sljedeći:

- *HOD PROTIV NASILJA NAD ŽENAMA 'Nijedna nije sigurna dok sve nismo sigurne'*
- *FOTO Održan hod protiv nasilja nad ženama*
- *MOSTAR Prosvjed protiv femicida i nasilja nad ženama i djevojčicama*
- *'Niti jedna više!' – poruka je koja danas odjekuje Bosnom i Hercegovinom*

Tekstovi su opremljeni sasvim korektno, imaju opseg, širinu, fotografije i jasne poruke.²



Žene su se prikazale dva puta u rubrici kultura i umjetnost, a fotografije koje prate ove tekstove su svakako u službi teksta.

- *Violinistica iz Hercegovine Nikolina Pandža Skoko u suradnji s Etno skupinom Didak obradila pjesmu 'Ero s onoga svijeta' (19.11.)*
- *NAGRADA ZA MOSTARSKU UMJETNICU Arleta Ćehić osvojila nagradu na Osten bijenalu (24.11.)*

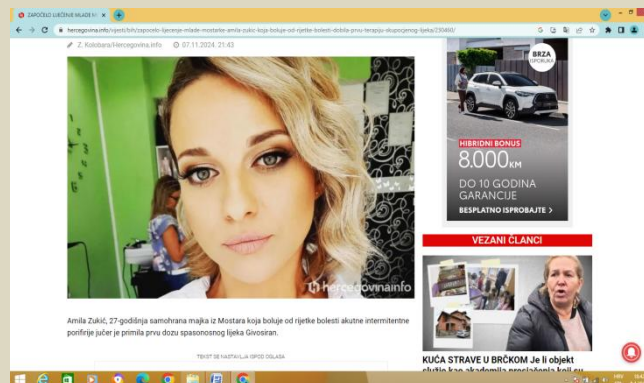
Analiza je pokazala da su žene u nekoliko tekstova žrtve.

² **Zaštita žrtava:** Uvođenje obavezne procjene rizika za sve slučajeve nasilja i osiguranje hitnih mjera zaštite. **Podrška žrtvama:** Besplatna pravna pomoć i brzo okončanje postupaka bez dodatne retraumatizacije žrtava. **Strože kazne:** Pojačavanje kaznene politike prema nasilnicima i uvođenje otežavajućih okolnosti poput prisutnosti djece i uporabe oružja. **Kontrola oružja:** Stroža regulacija dozvola za posjedovanje oružja, naročito kod prijavljenih nasilnika. **Femicid kao kazneno djelo:** Zakonske izmjene koje femicid prepoznaju kao poseban oblik ubojstva. **Djeca kao žrtve:** Izmjene zakona trebaju prepoznati djecu kao žrtve nasilja u obitelji, uključujući slučajeve gdje nisu direktno izložena, ali svjedoče nasilju nad članovima obitelji. **Praćenje nasilja:** Propisati obvezu uspostavljanja jedinstvene baze podataka, sustav prikupljanja podataka o slučajevima nasilja te registar počinitelja nasilja radi boljeg praćenja i reagiranja na rodno zasnovano nasilje, odnosno femicid. **Odgovornost za nečinjenje:** Uvesti sankcije za nečinjenje za sve službenike/ce nadležnih institucija koji su pridonijeli da se prijavljeno nasilje okonča femicidom. **Jačanje kapaciteta:** Osigurati da se unutar zakona, kojim se regulira oblast zaštite od nasilja u obitelji i drugih oblika rodno zasnovanog nasilja, uvede obvezna i kontinuirana edukacija svih profesionalaca, odnosno profesionalki u institucijama koje su prepoznate kao subjekti zaštite u cilju njihovog senzibiliziranja o uzrocima nasilja i razarajućim posljedicama blage kaznene politike (<https://www.hercegovina.info/vijesti/bih/niti-jedna-vise-poruka-je-koja-danas-odjekuje-bosnom-i-hercegovinom/231841/>)

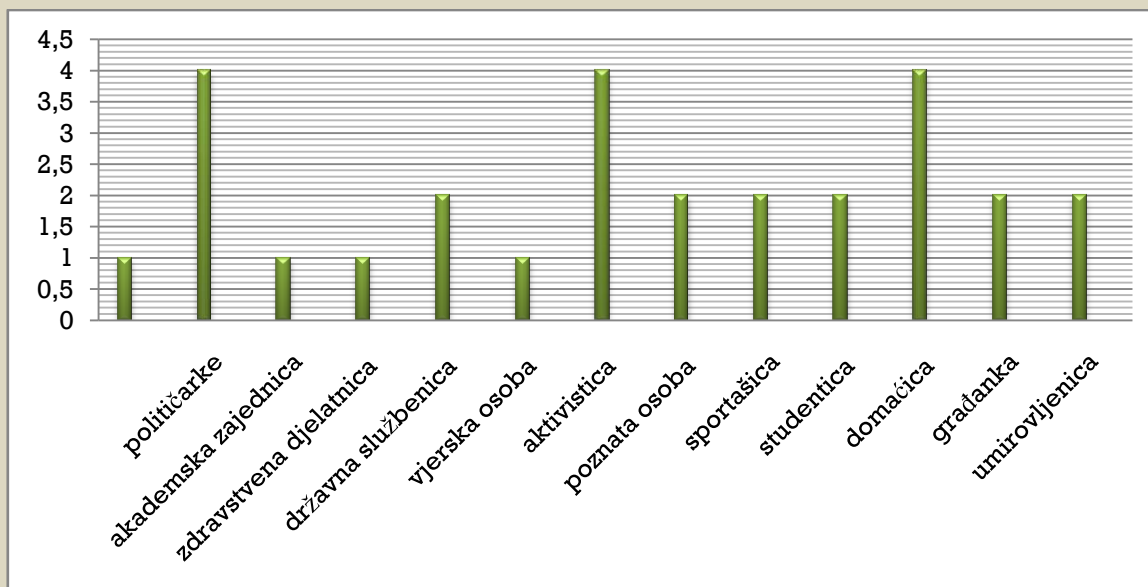
- *BILE POD RUŠEVINAMA Dvije djevojčice preminule u bolnici u Novom Sadu (2.11.)*
- *UBOJSTVO ŽENE U MOSTARU Provode se opsežne istražne radnje, slijedi obdukcija tijela (3.12.)*
- *MOSTAR Vatrogasci izvukli tijelo ženske osobe iz čatrnje (4.12.)*
- *UBOJSTVO HRVATICE U IRSKOJ Policija uhitila sina žrtve (4.1.)*
- *UHODANA SHEMA Umirovljenicu iz Mostara pozvali na prezentaciju, dobila osvojenu nagradu i minus od 3.000 KM na računu (18.1.)*

Tekstovi su uglavnom kratki, a fotografija nikad ne prikazuje žrtvu. Zabilježen je i naslov koji svakako ima human karakter. Uparavo zahvaljujući medijskim kampanjama, javnost se vrlo brzo senzibilizirala te pomogla prilikom kupovine lijeka za ženu iz Mostara.

- *ZAPOČELO LIJEČENJE MLADE MOSTARKE Amila Zukić koja boluje od rijetke bolesti dobila prvu terapiju skupocjenog lijeka (7.11.)*

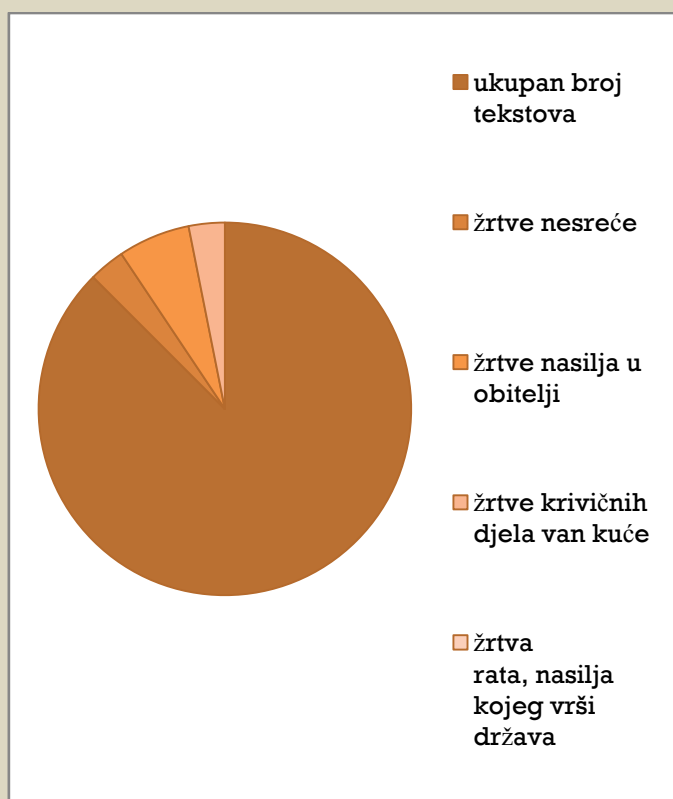


Ostali podatci koji su identificirani u tromjesečnom monitoring bit će navedeni u nastavku teksta. Domet priče je uglavnom kodiran brojem 2 (nacionalni značaj). Takvih je 75% tekstova. Tekstovi o ženama koji imaju lokalni karakter bilo je 21,5%, te regionalni domet teksta 3,5%. Tekstovi su u 85,7% slučajeva potpisani medijskom kućom, 10,7% tekstova potpisano je inicijalima, a ime i prezime novinara imao je jedan tekst. Pozicija ili zanimanje žena bit će prikazane u grafičkom prikazu.



Grafikon 4.: Zanimanja žena

Na portal hercegovina.info žena se nije pojavljivala u zanimanjima poput: socijalne djelatnice, poduzetnice, odvjetnice, novinarke, stručnjakinje za tehnologiju, trgovkinje, nezaposlene i sl. Analiza je pokazala da je žena najčešće bila svedena na tri uloge: političarku, aktivisticu i domaćicu. Po pitanju funkcije u tekstu, žena je najčešće bila predmet priče (75%), 14,2% žene su ispričale svoje osobno iskustvo, a 10,7% žena je zabilježeno u ulozi glasnogovornice. Žene su opisane u smislu obiteljskog odnosa (supuga, majka, kćerka) u 32,14% tekstova. Identificirani su tekstovi koju ženu pozicioniraju kao žrtvu (5 tekstova), dok je u tri teksta žena u poziciji koju nije bilo moguće provesti kroz sve kategorije. Takvi tekstovi su ušli u analizu, ali su kodirani sa nulom (osoba identificirana samo kao osoba koja se spasila iz svoje situacije).



Grafikon 5: Vrste nasilja nad ženama

Primjetno je da hercegovina.info, prilikom izvještavanja o nasilju nad ženama, ne preferira senzacionalizam, međutim tekstovi nemaju analizu ni dubinu. Uglavnom su sačinjeni od najosnovnije novinarske forme (lead+izvor, priopćenje nadležnih institucija).

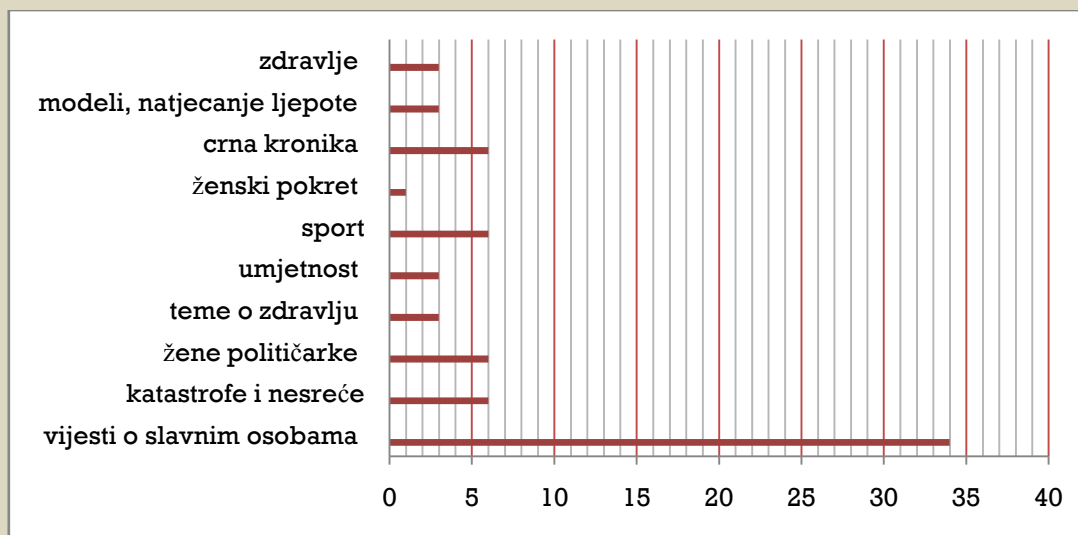
Žena se citirala u 46% tekstova, a na fotografiji je bila u 75% tekstova.

Zaključci su sljedeći:

- hercegovina.info ima jako sporu dinamiku promjene vijesti na naslovnim stranicama;
- Ženski likovi su podzastupljeni;
- Žena je najčešće u sljedećim ulogama: političarka, aktivistica i domaćica;
- Nije zabilježena ni jedna fotografija u kojoj se žena prikazuje kroz seksizam;
- Senzacionalizam nije prisutan na portalu.

Analiza avaz.ba

U odnosu na ostale analizirane portale, na portalu avaz.ba, na naslovnim stranicama, žena se pojavljivala najčešće. Ukupan broj tekstova u kojima su žene glavne akterice jest 78, odnosno žena se pojavila u 5,65% tekstova. Dinamika izmjene tekstova na avaz.ba je jako brza, međutim ipak se žene, u odnosu na muškarce, spominju minimalno. Ono što je primjetno već na prvi pogled jest činjenica da na avaz.ba postoji rubrika Showbiz te ona obiluje ženskim likovima. Vrlo često iste te vijesti završe na naslovnica zajedno sa vijestima o uspješnim bosanskohercegovačkim političarima, odvjetnicima, akademskim stručnjacima, znanstvenicima ili sportašima. Žena je najčešće bila na naslovnoj stranici u ulozi zabavljačice (43,58%), političarke (7,6%), sportistkinje (7,6%), te kao dio crne kronike, katastrofa i nesreća.



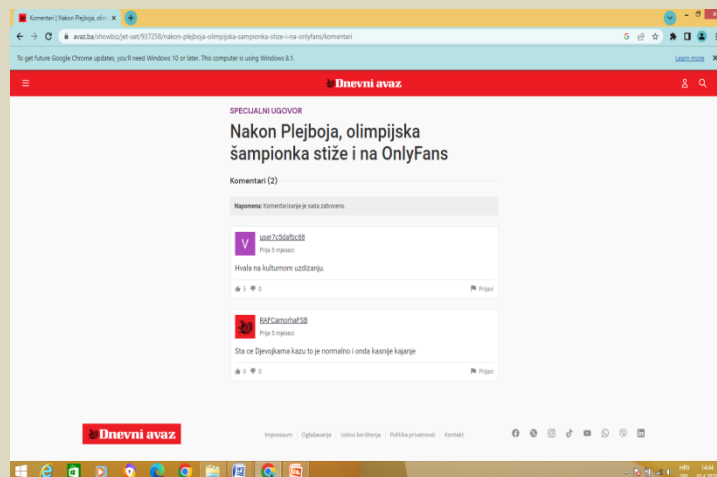
Grafikon 6.: Pojavnost žena kroz teme

Kao što je vidljivo, frekvencija pojavljivanja žene u zabavnoj rubrici je najveća, a neki naslovi i neke fotografije će se izdvojiti.



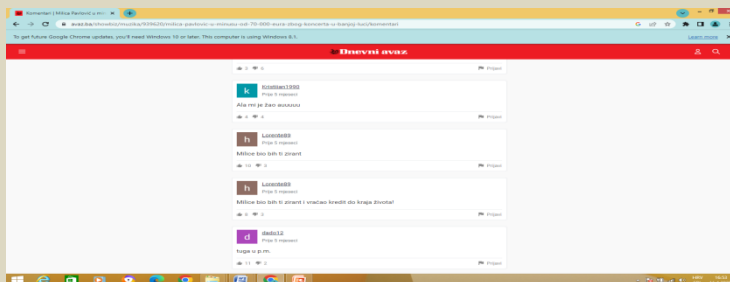
Primjerice, ova informacija se našla na naslovnoj stranici avaz.ba, na dan 1.11.2024., a ovdje se mora istaknuti problem čestog obnaživanja žena, a dalje, ta pojava najčešće izaziva erotske aluzije, a žena u cijelom tom procesu dobiva jedino dekorativnu funkciju. Činjenica je da količina seksizma varira od države do države što se može objasniti kulturnim kontekstom ali i političkom kulturom. Što je veća razina kulture, manja je razina seksizama, ali i obratno.

Bilo je zanimljivo promatrati i komentare ispod ovakve vrste vijesti.

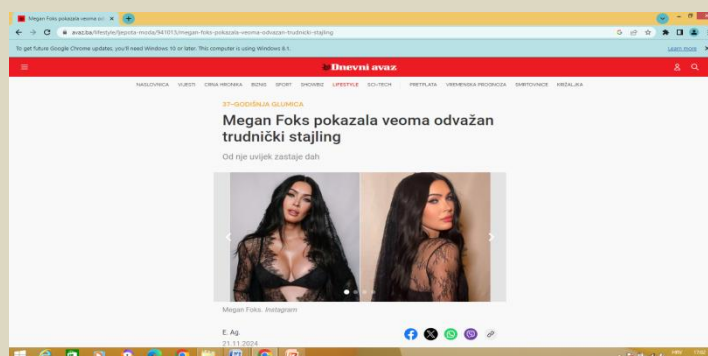


Senzacionalizam svakako prednjači na klix.ba. Tekstovi o ženama su vrlo često bez ikakve novinarske vrijednosti, a na ovaj način medijski sadržaji šalju poruke na osnovi kojih stereotipi o ženama funkcioniraju kao etablirana vrijednost. Stereotipi postaju glavna medijska sredstva, a ključni problem nastaje kada su ti stereotipi u vezi s predrasudama i diskriminacijom. U konačnici, i same žene vrlo često doprinose takvim promišljanjima ne shvaćajući bit problema kao i štetnost eventualnih posljedica.

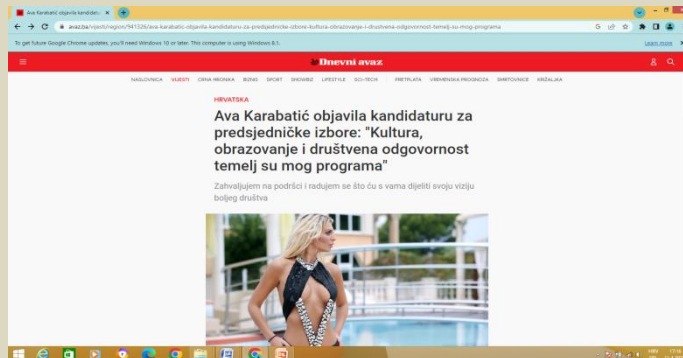




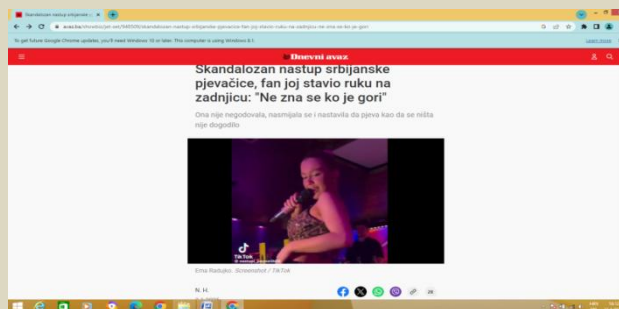
Početak sljedećeg teksta je *“Od nje uvijek zastaje dah”*. Tekst je dugačak nekoliko pasosa. Tako iz teksta saznajemo da *“ovaj aotfit je upotpunila dugim, crnim velom koji je nosila preko svoje kose, koja je bila u opuštenim talasima. Za dodatnu dramu, Foks je izabrala dugačke crvene nokte i dramatičan ajlajner, što je čitavom izgledu dalo mračnu, ali sofisticiranu notu. Čipkasta kombinacija koju je nosila potječe iz Brenda Seks, uz glumicin lični pečat koji spaja seksipil i eleganciju”*. U ovom slučaju tekst je opremljen s nekoliko fotografija, koja je svojom atraktivnošću uspjela u diferenciranju među ostalim vijestima, te se našla među prvih 15 vijesti na dan 21.11.2024.



Sljedeći tekst je vezan za predsjedničku kandidaturu Ave Karabatić u Republici Hrvatskoj. Ovakvi tekstovi, odnosno fotografije kojima su tekstovi opremljeni, u kojima su žene obnažene, u različitim seksualnim pozama, sve su češća pojava. Tekst je posve korektan, međutim ovom fotografijom se dotična osoba predstavlja kao pasivna figura ili objekt. Seks i seksipil prodaju gotovo sve, stoga nije rijetkost vidjeti žensko tijelo u vijestima s ciljem skretanja pozornosti na vijest, iako vijest i fotografija nemaju nikakvu zajedničku poveznicu.

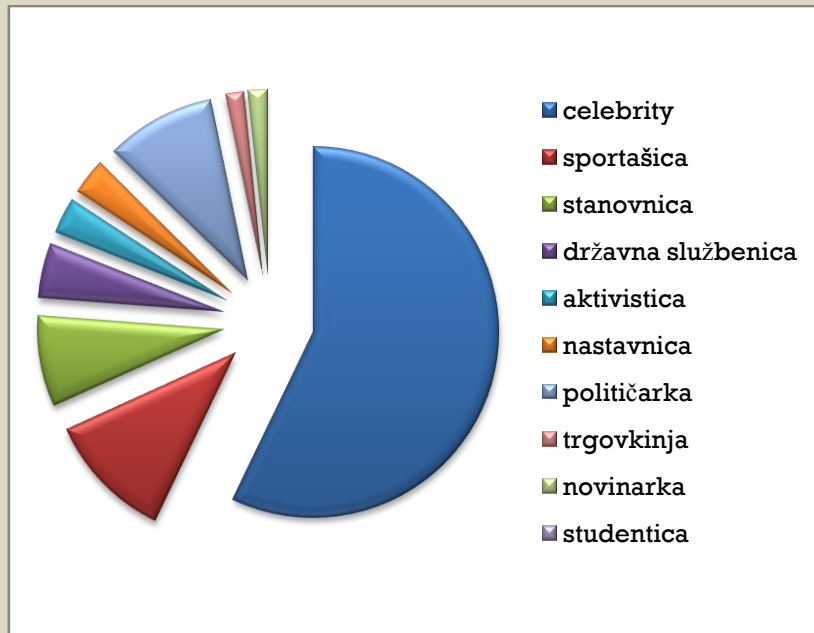


Pozornost je privukao i ovaj tekst: „Ona se, naime, pojavila u miniću, te je igrala pred okupljenom publikom u klubu, a u jednom momentu joj je fan prišao i stavio svoju ruku na njenu zadnjicu“



Na klix.ba ovakvih sadržaja je bilo najviše. Posve je evidentno da žena dolazi do izražaja kada se trebaju prikazati atributi tjelesnosti i privlačnosti pa ona postaje fizička atrakcija i vizualna senzacija.

Analiza portala klix.ba također je dovela do sljedećih podataka. Najviše vijesti (74,3%) imalo je nacionalni kontekst. Također, 21,7% vijesti su imale međunarodni značaj. Inicijalima je potpisano 88% tekstova. Žene su u identificiranim tekstovima najčešće bile predmet priče (76,9%), potom su iznosile svoje iskustvo (8,9%), a bile su i u ulogama stručnjakinja (6,4%). Ostale funkcije u vijestima su zanemarive. U 30% tekstova ženama se dala obiteljska funkcija, a citirana je u 61,5% slučajeva. Fotografijom je prikazana u 85,8% tekstova. Pozicije/zanimanja žena bit će prikazana na sljedećem grafičkom prikazu.

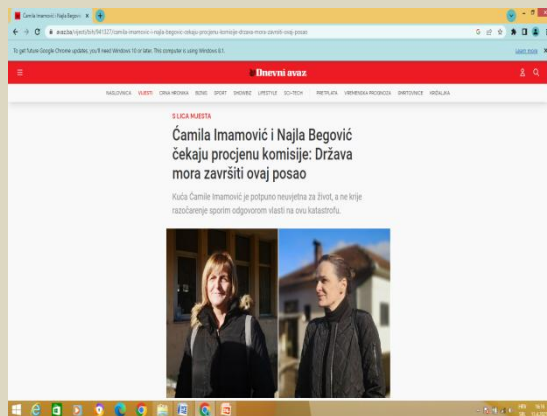


Grafikon 7.: Zanimanja žena u tekstovima

Žena je bila i u ulozi žrtve. Takvih je bilo 11% tekstova. U nešto više od 7% tekstova žene su žrtve nesreća, prirodnih katastrofa ili siromaštva.



Tekst je objavljen 16.11.2024. godine, a osim leada, u tekstu su oproštaji članova obitelji, prijatelja i poznanika, preuzetih sa društvenih mreža. Također, žene su prikazivane i kao žrtve katastrofa.



Na datum 14.12. izašao je tekst sa naslovom: *“Goca Tržan: Dok me je tukao, mislila sam da me voli”*. Dio teksta je sljedeći:

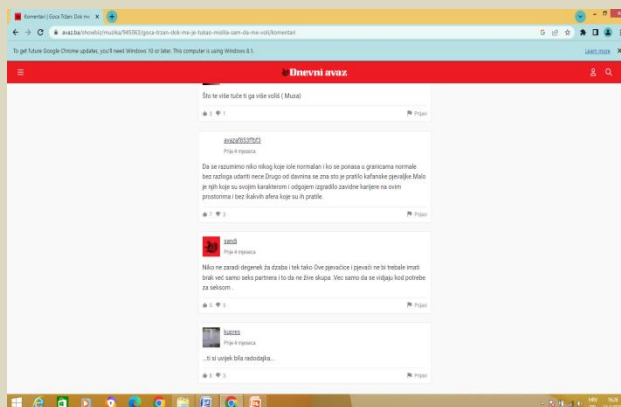
„Tuga, nevjerica i bol nisu mogle da nadjačaju ljubav, makar ono osjećanje za koje je Goca mislila da je ljubav.

- Poslije prvog udaraca sam se borila, onda sam otišla, a potom sam se vratila. To je isprva bilo koškanje, unošenje u facu i onda davljenje. Nije ni bilo jutro pošto nisam spavala.

Bilo je strašno, to je bila ozbiljna patologija. U nekim trenucima nas je ta agresija spajala na neki način, misliš da je to ljubav, a izvinjava ti se da više nikada to ne bi uradio.

Dok sam dobijala batine, mislila sam da me voli. U stvari, mislila sam da će me zavoljeti ako ga promijenim. Ali onda sam shvatila da nijedna žena neće uspjeti da promijeni muškarca“

Analizirali su se i komentari ispod ovoga teksta. Oni izgledaju na način da se nasilje nad ženom opravdava, da se žene koje se bave pjevanjem diskriminiraju na osnovu posla kojim se bave te se žene iz ove profesije nazivaju različitim stereotipnim nazivima.



Ovakve predrasude, u kojima žena i muškarac nemaju isti tretman kada je npr. profesija pjevača u pitanju, snažno utječu na interpretaciju ženskoga i muškog ponašanja, a čak se događa da se jednako ponašanje žene i muškarca tumači na posve različite načine.

Zabilježeno je još dosta tekstova sa negativnim komentarima, čak i kad se radilo o nesrećama sa smrtnim ishodom. Na dan 7.1.2025. godine zabilježen je tekst s naslovom: *“Još jedan mladi život ugašen na bh. cesti: Ovo je Selma (18) koja je poginula kod Gornjeg Ribnika”*. Komentar ispod teksta je *“Garant žensko vozilo”*.

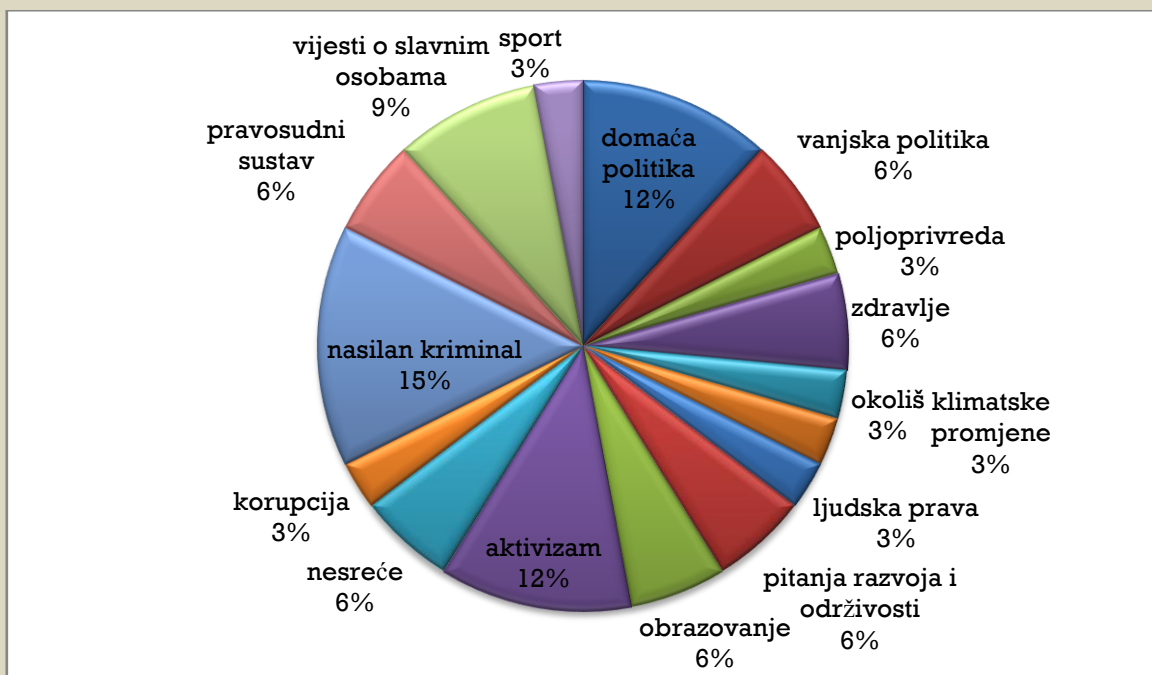
Zaključci:

- Klix.ba je preferira muški rod prilikom izvještavanja;
- Žene su najviše zastupljene u zabavnoj rubrici;
- Prikazane su stereotipno i sa predrasudama;
- Komentari dodatno cementiraju rodne stereotipe-nužna kontrola onih koji pišu iste.

Analiza buka.ba

Portal buka.ba je portal koji nema brzu dinamiku izmjene tekstova. Ipak je monitoringom obrađeno 36 tekstova u kojima se spominju žene (žena se pojavljivala na naslovnici u prosjeku svaki treći dan). Primjetno je da buka.ba ne preferira clickbait forme izvještavanja, a u tekstovima su žene bile prisutne u temama poput unutarnje i vanjske politike, pravosuđa, obrazovanja, klimatskih promjena, zaštiti okoliša, sporta, zdravlja i sl.. Žena se nije pojavljivala u tekstovima o temama kao što su umjetnost, mijenjanje odnosa među spolovima, religija, kultura, tradicija, ekonomske politike, znanost i tehnologija. Ovo je svakako za pohvalu, međutim ono na što se sugerira jest da se žene i ženski uspjesi promoviraju puno češće. Primjerice, u period od 6.1. do 14.1., ili od 19.1. do 29.1., nije identificirana niti jedna vijest o ženama na naslovnici buka.ba (vremenski okvir je ranije naveden). Također, analiza je utvrdila da ovaj portal preferira žanr intervju, što primjerice nije karakteristika za druge analizirane portale. Intervjui nisu ušli u kodnu listu, ali su svakako zabilježeni. Neke od

sugovornica su bile: Anita Šimundža, doktorica ekonomskih znanosti i predsjednica Centra za razvoj društvenog poduzetništva “Globus”, Darija Ramljak, pomoćnica direktora Direkcije za europske integracije, prof. Mirjana Pajvančić s kojom se razgovaralo o ravnopravnosti spolova na dan 25.11.2024. Evidentno je da buka.ba preferira uspješne žene koje su znanstvenice, pomoćnice direktora ili profesorice, ali ipak bez obzira na trud, žena je najčešće dio crne kronike, aktivizma i domaće politike. Pohvalno je svakako da je žena na buka.ba bila dio različitih tema, koje su vrlo često na bh. portalima rezervirane samo za muškarce.



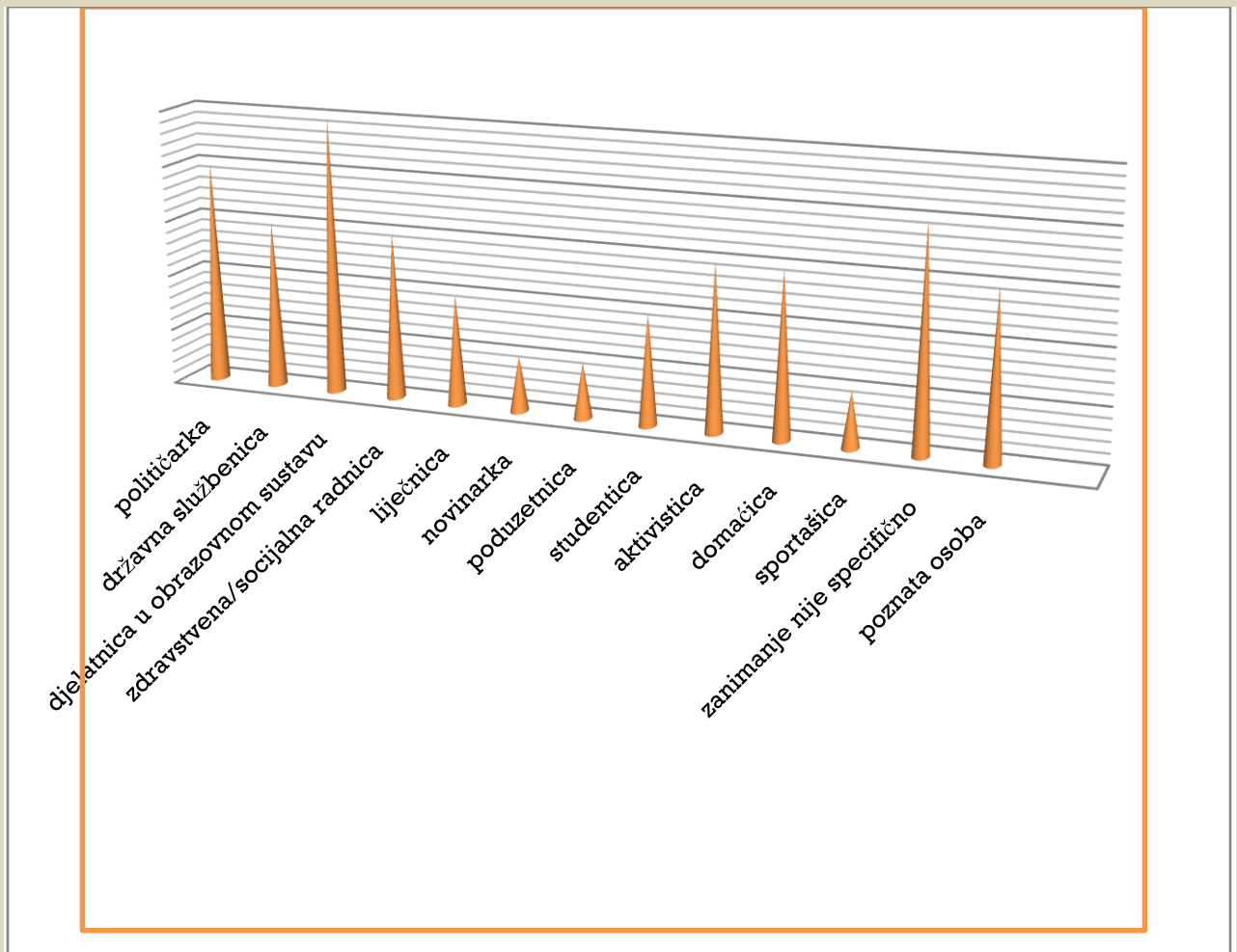
Grafikon 8.: Teme o ženama

Ostale karakteristike koje su zabilježene su sljedeće: buka.ba najčešće piše o temama, u kojima su žene glavne akterice, na nacionalnoj razini (66%). Lokalnu važnost imaju teme u 13,8% slučajeva. Zabilježene su četiri teksta koja se referiraju na politiku i propise o jednakosti spolova.

- *Iza zatvorenih vrata: Nasilje nad ženama razara živote i budućnost djece* (12.11.)
- *Bh. društvo ćuti pred nasiljem nad ženama, reakcije samo nakon femicida* (23.11.)

- *Još uvijek ima sutra: Kazne za rodno zasnovano nasilje moraju biti strože kako bi se poslala jasnija poruka (3.12.)*
- *Uznemirujući podaci o femicidu: Protesti širom BiH, traži se hitna reakcija institucija! (10.12.)*

Tekstove najčešće potpisuje medij (33%), potom ime i prezime novinara (22%), drugi medij (16%), ali su zabilježeni i oni tekstovi koji nemaju ničiji potpis. Pozicije žena bit će prikazane u grafičkom prikazu br. 9.



Grafikon 9.: Zanimanja žena

Pod kodom *zanimanje nije specifično* uglavnom su žene koje su žrtve ili su dio crne kronike.

- *Podgorica: Ubijena žena u dvorištu kuće (19.11.)*
- *Ubijena žena u Zagrebu majka je dvoje djece: Procurilo na koga je pala prva sumnja (30.11.)*

- *Kajganić osuđena na 22 godine zbog stravičnog ubistva Saše Kulišića (9.12.)*

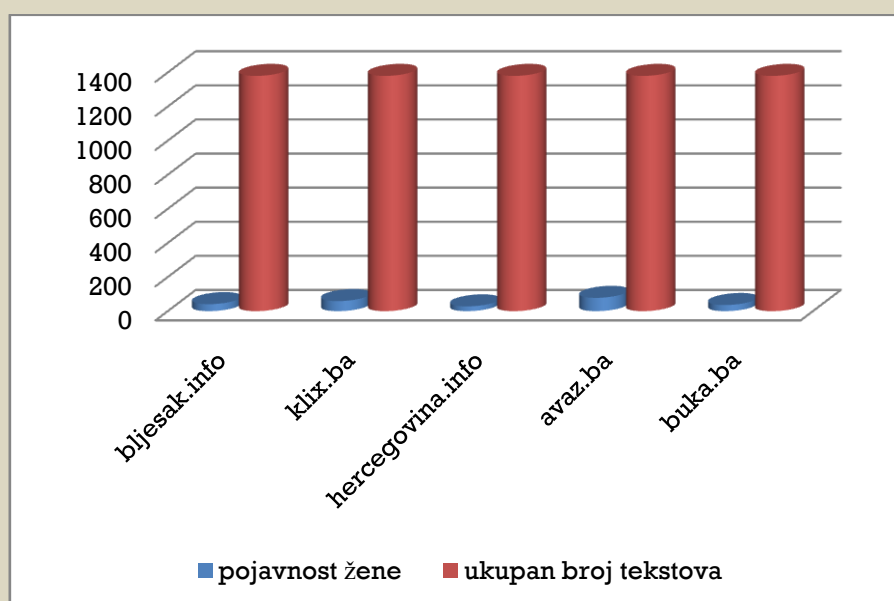
Žene su u tekstovima najčešće bile predmet priče (66%), osobna iskustva su prenijeta u 14% tekstova, a u nešto manjem procentu su bile stručnjakinje ili glasnogovornice. Samo u 13% tekstova ženi je dodijeljena funkcija u obitelji, a citirana je 25 puta, odnosno 69,4%. Fotografijom je žena prikazana uz 24 teksta (66,6%). Žena je prikazana kao žrtva u 6 tekstova (u dva teksta žena je žrtva nesreće ili katastrofe; u dva teksta žena je žrtva krivičnih djela van kuće; u dva teksta žena je žrtva nasilja u obitelji).

Zaključci:

- Buka.ba ima jako mali broj žena na svojim naslovnim stranicama;
- Često su potrebni dugi vremenski periodi za osvježavanje vijesti;
- Nema korištenja clickbait formi;
- Žena je najčešće spominjana kao političarka ili dio crne kronike;
- Preferira se intervju sa uspješnim ženama;

Komparacija podataka

Prisutnost i prikazivanje žena na naslovnica bosanskohercegovačkih portala najbolje je ilustrirati uz pomoć sljedećeg grafičkog prikaza.



Grafikon 10.: Ukupan broj tekstova, te pojavnost/odsutnost ženskih likova

Grafikon 10. pokazuje zastupljenost ženskih likova u analiziranom uzorku pet portala te ukazuju na činjenicu da su žene odsutne sa naslovnih stranica. Bosanskohercegovački portali daju ogromnu prednost muškarcima kada je izvještavanje u pitanju, pa su muškarci ti koji odlučuju, koji su glavni akteri političkih procesa i događaja, dok su prisutnost i uloga žena u javnoj sferi zabilježene, ali su definitivno marginalna pojava. Portali u BiH, u kontekstu promoviranja rodne ravnopravnosti, podržavaju poželjne predstave o rodnim ulogama i identitetima. U tom smislu, muškarci su u znatno većoj mjeri zastupljeni nego žene, posebice u rubrikama koje izražavaju svojevrsnu društvenu moć i kompetentnost. Ženski likovi su zapostavljeni i oni su uglavnom pozicionirani u zabavnoj rubrici gdje dominiraju zabavni elementi, ako i koncept seksualnosti i tjelesnosti. Ovakve postavke predstavljaju sliku odnosa koji su dominantni u društvenoj strukturi i u sustavu društvenih vrijednosti.

Zaključci su sljedeći:

- Društveni kontekst i kulturološka matrica utječu na stvaranje rodni razlika, kao i podređenu ulogu žene;
- Privilegiran položaj muškaraca u odnosu na žene predstavlja sadržaj postojećih socioloških i kulturoloških sustava vrijednosti, što se reproducira i u medijskim sadržajima;
- Na bosanskohercegovačkim portalima dominantan je muški rod;
- Često je ženama određena zabavna rubrika kao mjesto gdje mogu pokazati svoje tjelesne i erotske osobine. Također, suptilno se sugerira da je fizički izgled prioritet;
- Mediji nisu previše zainteresirani za ženska pitanja i njihova eventualna dostignuća;
- Žene se jako rijetko spominju u kontekstima koji su vezani za bitna životna i društvena pitanja (politika, gospodarstvo, privreda).
- Žena je često dio crne kronike (žrtva je nasilja ili tradicionalizma koji je osigurao da je žena često ugnjetavana, pokorena i podređena);

Mediji nisu krivci za položaj žene u društvu, ali svakako mogu dati svoj doprinos u jačanju društvene svijesti o ravnopravnosti žena i muškaraca. Ispravnom prezentacijom žena u medijskom prostoru, ženu možemo pozicionirati u realne društvene uloge.

Prijedlozi za poboljšanje položaja žene u medijima

Bosanskohercegovačko društvo je uglavnom konzervativno i patrijarhalno, pa bi u tom kontekstu bilo iluzorno zamišljati da ćemo u skorijoj budućnosti imati društvo sa ravnopravnim spolovima. Ipak, pogled na ženu se mijenja u odnosu na neka ranija vremena, ali i bosanskohercegovačko društvo, kao i mediji još uvijek su pod snažnim utjecajem stereotipa. Status, značaj i rad žene se vrlo često zanemaruje, ali i podcjenjuje. Svi moramo biti nositelji pozitivnih društvenih promjena, a u smislu medija oni mogu uraditi sljedeće:

- Mediji moraju uključivati žene u svoje sadržaje. Treba se promovirati ženski uspjeh, dostignuća žena, ali i pričati o njihovim interesima i temama od velike važnosti (nasilje, ekonomska neovisnost, žene u politici, segregacija žena u obrazovanju);
- Nužno je povećavanje svjesnosti o rodnoj jednakosti i ravnopravnosti. Ova aktivnost podrazumijeva veću informiranost javnosti o ovoj problematici;
- Novinarke i novinari moraju imati jednak tretman;
- Mediji trebaju promovirati Agenciju za ravnopravnost spolova. Ova agencija bi trebala biti važan faktor u ostvarivanju potpune ravnopravnosti spolova u BiH;
- Mediji moraju pozicionirati žene u realne društvene uloge (žena nije samo majka, domaćica i supruga);
- O nasilju nad ženama pisati analitično i senzibilno. Fotografijom ne ugrožavati žrtvu nasilja;
- Svojim sadržajima mediji mogu promijeniti opći pogrešan stav i mišljenje o ulozi žene u bh. društvu (ne korištenjem senzacionalizma prilikom izvještavanja o ženskoj populaciji);

- Žena u medijskom sadržaju ne treba biti *samo dobar vizualni prizor*. Promovirati žene koje su ostvarile uspjeh;
- Ne koristiti seksizme u medijskim tekstovima, te osobito na fotografijama;
- Obavezno koristiti rodno senzitivni jezik.
- Nužno kontrolirati komentare na portalima.

Problem neravnopravnosti spolova se ne može riješiti jednostavno ni brzo. Za dostizanje prave rodne ravnopravnosti potrebni su dugogodišnji rad i napor. Mediji u tom procesu svakako imaju vrlo značajnu ulogu.