

**Sažetak prezentacije za Konferenciju “Gender Mainstreaming u medijima – iskustva iz regije”, Banja Luka, Bosna i Hercegovina, 4. – 5. februar 2009. godine**

**Jelena Višnjić, Program koordinatorica “Glas Razlike”, Beograd, Srbija**

## **Medijska reprezentacija – proizvodnja slike ženskosti**

Mediji predstavljaju javni život kroz debate i dijaloge i pokazuju šta se trenutno dešava u društvu. Ako vas nema u medijima kao da i ne postojite. Zato je važno u perspektivi jednakih prava da i žene i muškarci mogu pod istim uslovima da “okupiraju” medijski prostor. U jednom društvu koje želi da se predstavi kao demokratsko i muška i ženska stvarnost bi trebalo da bude jednako važna i “vidljiva”.

No, masovni mediji u svetu i dalje su indikatori muške dominacije, iako postoji trend i potvrda o osvajanju medijskog prostora i profesija vezanih za iste od strane žena. Mediji su ogledalo društvene stvarnosti, ali i njeni primarni projektanti, koji definišu naše živote, modele ponašanja i vrednosne sisteme.

Kroz politiku medijske reprezentacije možemo rasvetliti paradigmatične predstave o ženama, kao i “simbolički kapital” koji je prenesen patrijarhalnom matricom i inkorporiran u njihova delovanja, uloge i tela.

Iako je *objektivno predstavljanje* stvarnosti medijski posao, oni je zapravo “prikazuju i predstavljaju u odsustvu. Za određenu publiku re-kreiraju predstavu, re-prezentuju objekat, osobu, proces u njegovom odsustvu. Prepoznaju, imenuju i simbolički fiksiraju stvarnost.”(S. Milivojević,2004:12) Stvarnost kao medijski analitički objekat jeste raznolika i višestruka, stoga mediji predstave koje obraduju izlažu procesu “tipifikacije”. Rezultat jeste simplifikovana slika naspram raznovrsnosti realnosti, proizvodnja stereotipa umjesto kritičkih predstava različitosti.

Medijsko pojavljivanje žena najčešće je u skladu sa tradicionalnim okvirima i ima zadatak revitalizacije patrijarhalnih odnosa rodne podele uloga u društvu. U konzervativnim sredinama tradicionalnog shvatanja po pitanju položaja žena, mediji i dalje projektuju uvrežene stereotipe, čime direktno djeluju na usporavanje procesa rekonstrukcije rodni uloga.

Maskulinizacija medija je karakteristična za te sredine, kao i odsustvo edukativnog sadržaja o odnosu polova koji bi vršio širi uticaj na javno mjenje kroz pomenute kanale komunikacije. Takvo simboličko održavanje nejednakosti usporava i otežava stvaranje drugačijeg sveta, sveta jednakosti. Implementacijom definisanih poželjnih uloga roda i svakodnevnim ponavljanjem uvreženih predstava o *muškosti* i *ženskosti*, mediji socijalizuju za nejednakost.

Oblikovanje ženske rodne uloge u mass-medijskoj slici nikad nije bilo problematično. Uloge roda su dosledno podjeljene i dugo je prezentacija žena bila u okviru njene porodične i seksualne funkcije. Prvobitna namjera je bila da žena bez obzira na pojavne manifestacije ostane u domenu svog lika i tijela, odnosno da i u medijskoj prezentaciji ispuni svoju anatomsku misiju.

“Analizom uloga u kojima se žene pojavljuju kada zasluže medijsku vidljivost otkriva da u informativnoj štampi važe skoro isti kriterijumi kao i u revijalnoj. Najznačajniji ženski javni angažman je zabavljački. Obično su oko polovine, u nekim novinama čak i do dve trećine žena sa fotografija zabavljačice, pevačice, modeli, tv ličnosti. Zabavljačke uloge jedino ugrožavaju domaće-majke, domačice, supruge, pratilje uspešnih muškaraca. Profesionalno uspešne žene često se pojavljuju kao supruge ili majke, ili bar moraju da otkriju svoj recept za pomirenje *karijere i porodice*.” (S.Milivojević, 2004:17)

Sa druge strane, evidentan je porast televizijskih modnih magazina, kao i emisija o *savremenoj ženi*, koje uspostavljaju nove kriterijume i tendencije u (kvazi)emancipaciji žena, stvaraju moderne ženske

arhetipove i svojim sadržajem formiraju jednu paralelnu realnost koja se ne može indukovati u pojedinačnim životima prosječnih žena. Autorke ovih emisija konstruišu jedan novi ženski stereotip, koji je naizgled potpuno oslobođen svih tradicionalnih obrazaca. Slika idealne žene kakvu reprodukuju ove emisije, potpuno je neostvarljiva pri čemu frustrira žene bas kao i njen predjasnji drugorazredni položaj. Puritanska represija je zamjenjena jednom suptilnijom, a to je represija plastičnih savršenstava.

Savremena žena pokušava da prevaziđe tradicionalnu ulogu i poredak, a oslobadajući se od svih spoljašnjih represivnih mehanizama ona upada u zamku samorepresije. Ideal *savremene žene*, u bračnoj zajednici, naravno sa djecom, koja ima karijeru, a ipak je i dobra domaćica, pri čemu je dotjerana, našminkana i obučena u skladu sa modnim trenutkom, jeste slika koja predstavlja stub društva. Žene bez obzira na logiku emancipacije i masovno odbijanje objektivacije, ostaju *instrumenti*, a ne subjekti u kreiranju i testiranju društvene stvarnosti.