

Vodič za rodno osetljivo izveštavanje



Odsek za saradnju u oblasti
slobode izražavanja

Sufinansira
Evropska unija



COUNCIL OF EUROPE



Sufinansira i sprovodi
Savet Evrope

Ovaj Vodič pripremljen uz finansijsku podršku Evropske unije i Saveta Evrope u okviru programa Horizontal Facility za Zapadni Balkan i Tursku. Sadržaj je isključiva odgovornost autora/autorke i ne predstavlja nužno zvanične stavove Evropske unije ni Saveta Evrope.

Dozvoljena je reprodukcija izvoda (do 500 reči), osim za komercijalne svrhe, pod uslovom da je očuvan integritet teksta, da se odlomak ne koristi izvan konteksta, da ne daje nepotpune informacije niti na neki drugi način dovodi čitaoca na pogrešne zaključke o njegovoj prirodi, obimu ili sadržaju teksta.

Izvor teksta je uvek obavezno navesti na sledeći način "© Savet Evrope, 2025". Sve druge zahteve za reprodukciju/prevod dela i celog teksta, treba uputiti Direktoratu za komunikacije, Savet Evrope (F-67075 Strasbourg Cedex ili na publishing@coe.int).

Svu ostalu korespondenciju koja se odnosi na ovu publikaciju treba uputiti na adresu: Division for Cooperation on Freedom of Expression Avenue de l'Europe F-67075 Strasbourg Cedex, France, Tel. +33 (0)3 88 41 20 00, E-mail: Horizontal.Facility@coe.int

© Savet Evrope, jul 2025. godina. Sva prava zadržana. Licencirano Evropskoj uniji pod uslovima.

www.coe.int/freedomofexpression

Foto: Canva, Shutterstock

Vodič za rodno osetljivo izveštavanje

Autorke:

Aleksandra Ničić
doc. dr Jelena Surčulija Milojević

Sadržaj

Spisak skraćenica	5
Uvod	6
1. Evropski regulatorni okvir za rodno osetljivo izveštavanje	6
1.1. Pravo na slobodu izražavanja.....	7
1.2. Zabrana diskriminacije i rodno osetljivo izveštavanje.....	8
1.3. Regulatorni okvir Saveta Evrope za rodno osetljivo izveštavanje.....	9
2. Domaće zakonodavstvo	13
2.1. Šta zakonska regulativa kaže o rodno odgovornom informisanju?..	13
2.2. Domaća zakonska regulativa i rodno osetljiv jezik.....	16
2.3. Šta piše u Zakonu o oglašavanju?	17
3. Etički okvir i važnost samoregulacije.....	18
3.1. Međunarodni samoregulatorni okviri	18
3.2. Kodeks novinara i novinarki Srbije i Smernice Saveta za štampu o rodnoj ravnopravnosti i rodno osetljivom jeziku.....	20
3.3. Preporuke o medijskom izveštavanju o rodnom nasilju u audio-vizuelnim informativnim programima	22
3.4. Pravilnik o ravnopravnosti polova Udruženja novinara Srbije (UNS)	23
4. (Ne)primenjivanje pravila o rodno osetljivom izveštavanju.....	24
4.1. Iskustva Komisije za žalbe i neki od primera kršenja Kodeksa novinara i novinarki Srbije	25
4.1.1. Intervju sa serijskim silovateljem - slučaj u kome je prekršeno gotovo svako poglavlje Kodeksa.....	26
4.2. Neprimereno objavljivanje fotografija.....	28
4.2.1. Neusklađenost naslova sa suštinom teksta.....	29
5. Razumevanje rodno osetljivog izveštavanja.....	30
5.2. Uloga novinarstva u promociji rodne ravnopravnosti	31
5.3. Stakleni plafon" - kako ga preskočiti u svetu medija?.....	35
6. Značaj rodno osetljivog izveštavanja	36
6.1. Rodno osetljiv jezik	36
6.2. Odstupanja u primeni rodno osetljivog jezika.....	38
6.3. Predstavljanje žena u novinarskom izveštavanju	39
6.4. Primeri stereotipnog predstavljanja žena u medijima	41
6.5. Primeri novinarskih sadržaja koji „ruše” stereotipe	43
6.6. Predstavljanje žena u PR sadržajima i reklamama	45

6.7	Primeri predstavljanja žena u PR sadržajima i reklamama koje su prenosili mediji	46
7.	Veštačka inteligencija i rodno odgovorno izveštavanje	50
8.	Izveštavanje o nasilju prema ženama	52
8.1.	Primeri neetičkog izveštavanja o nasilju prema ženama	56
9.	Preporuke za rodno odgovorno izveštavanje.....	57
9.1.	Izbegavanje stereoptipa	58
9.2.	Izveštavanje o žrtvama nasilja	58
9.3.	Rodno osetljiv jezik	59
10.	Literatura	61

Spisak skraćenica

UNS	Udruženje novinara Srbije
NUNS	Nezavisno udruženje novinara Srbije
SZŠ	Savet za štampu
REM	Regulatorno telo za elektronske medije
ESLJP	Evropski sud za ljudska prava
EKLJP	Evropska konvencija o ljudskim pravima
CEDAW	Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women (Konvencija o ukidanju svih oblika diskriminacije žena)
GMMP	Global Media Monitoring Project (Globalni projekat monitoringa medija)
EFJ	European Federation of Journalists (Evropska federacija novinara)
IFJ	International Federation of Journalists (Međunarodna federacija novinara)
MFRR	Media Freedom Rapid Response (Brz odgovor za slobodu medija)
ZJIM	Zakon o javnom informisanju i medijima

Uvod

Rodno osetljivo izveštavanje predstavlja neizostavan deo profesionalnog, etičkog i odgovornog novinarstva u savremenom društvu. Uloga medija u oblikovanju javnog mnjenja, normi i vrednosti podrazumeva posebnu pažnju prema načinu na koji se predstavljaju žene i muškarci, kao i prema vidljivosti različitih rodni identiteta u javnom prostoru. Način na koji se govori o rodnim ulogama, stereotipima, nasilju nad ženama ili političkom učešću žena, može doprineti osnaživanju ravnopravnosti, ali i njenom podrivljanju.

Vodič koji je pred vama, izrađen je u saradnji Saveta Evrope sa Udruženjem novinara Srbije (UNS), kao doprinos obrazovanju mladih novinara i novinarki kroz program Novinarske škole u Srbiji. Cilj Vodiča je da pomogne budućim medijskim profesionalcima da prepoznaju i primene rodno-odgovorni pristup u svakodnevnom radu, oslanjajući se na pravne i etičke standarde, kako međunarodne, tako i domaće.

Kroz tri tematske celine: evropski regulatorni okvir, domaće zakonodavstvo i etičke smernice, Vodič pruža pregled ključnih normi i preporuka koje se odnose na rodnu ravnopravnost i medijsko izveštavanje. Poseban fokus stavljen je na ulogu novinara u suzbijanju stereotipa i predrasuda, kao i na važnost samoregulacije i poštovanja etičkih kodeksa profesije.

1. Evropski regulatorni okvir za rodno osetljivo izveštavanje

Razvoj međunarodnog regulatornog okvira za rodno osetljivo izveštavanje odražava širu evoluciju shvatanja o rodnoj ravnopravnosti

kao sastavnom delu ljudskih prava. Od prvih opštih garancija prava na slobodu izražavanja i zabrane diskriminacije, međunarodna zajednica je kroz decenije postepeno prepoznavala specifične izazove s kojima se suočavaju žene i rodno marginalizovane grupe u medijskom prostoru.

Od opštih normi o zabrani diskriminacije, ovi dokumenti su vremenom sve preciznije definisali obaveze država, medijskih aktera i regulatornih tela u pogledu izbegavanja stereotipa, osnaživanja žena u medijskom sektoru i korišćenja rodno osetljivog jezika i podsticanja samoregulacije.

Posebnu pažnju zaslužuje doprinos Saveta Evrope, kao organizacije koja je postavila jedan od najrazrađenijih sistema zaštite ljudskih prava u Evropi. Kroz brojne preporuke Komiteta ministara, rezolucije Parlamentarne skupštine i političke deklaracije, Savet Evrope je razradio i promovisao principe rodne ravnopravnosti u svim aspektima medijskog delovanja, od sadržaja i predstavljanja, do organizacione strukture i donošenja odluka.

Ovo poglavlje pruža pregled najvažnijih međunarodnih standarda relevantnih za rodno osetljivo izveštavanje. Polazište su temeljna prava na slobodu izražavanja i zabranu diskriminacije iz Evropske konvencije o ljudskim pravima. Zatim se analiziraju normativni i politički dokumenti Saveta Evrope koji se odnose na prikazivanje žena u medijima, upotrebu neseksističkog jezika, eliminaciju stereotipa, kao i ulogu samoregulacije i medijske etike u postizanju rodne ravnopravnosti..

1.1. Pravo na slobodu izražavanja

Za temu rodno osetljivog izveštavanja, važno je razumeti pravo na slobodu izražavanja i zabranu diskriminacije. Pravo na slobodu izražavanja je osnovno ljudsko pravo koje se štiti članom 10 Evropske konvencije o ljudskim pravima (EKLJP). Ipak, ono nije apsolutno, sadrži određena, dozvoljena ograničenja. Član 10, stav 1 EKLJP propisuje da "Svako ima pravo na slobodu izražavanja. To pravo obuhvata slobodu mišljenja, slobodu dobijanja ili saopštavanja informacija i ideja bez mešanja državnih vlasti i bez obzira na granice. Ovaj član ne sprečava države da preduzeća u domenu radio-difuzije, filma ili televizije podvrgnu režimu dozvola".

Član 10, stav 2 dodaje da "Pošto ostvarivanje ovih sloboda povlači za sobom dužnosti i odgovornosti, ono može biti podvrgnuto određenim formalnostima, uslovima, ograničenjima i sankcijama koje su propisane zakonom i koje su neophodne u demokratskom društvu u interesu nacionalne bezbednosti, teritorijalnog integriteta ili javne bezbednosti, radi sprečavanja nereda i kriminala, zaštite zdravlja ili morala, zaštite ugleda ili prava drugih, sprečavanja otkrivanja poverljivih informacija ili očuvanja autoriteta i nepristrasnosti sudstva".¹

Evropski sud za ljudska prava je u svojoj praksi utvrdio tri kriterijuma koja moraju biti ispunjena kako bi sloboda izražavanja mogla da se ograniči: da je ograničenje propisano zakonom, da postoji opravdan cilj i da je ograničenje "neophodno u demokratskom društvu". Ako ovi uslovi nisu ispunjeni, Evropski sud će presuditi da je došlo do povrede člana 10.

1.2. Zabrana diskriminacije i rodno osetljivo izveštavanje

Zabrana diskriminacije u sebi sadrži i rodno osetljivo izveštavanje. To se najbolje vidi u dva člana Evropske konvencije o ljudskim pravima, gde se u članu 14 EKPLJ kaže da se „uživanje prava i sloboda predviđenih u ovoj Konvenciji obezbeđuje ... bez diskriminacije po bilo kom osnovu, kao što su pol, rasa, boja kože, jezik, veroispovest, političko ili drugo mišljenje, nacionalno ili socijalno poreklo, povezanost s nekom nacionalnom manjinom, imovina, rođenje ili drugi status.“ Ovo načelo se još jednom podvlači u članu 1 Protokola 12 o Opštoj zabrani diskriminaciji koji kaže sledeće:

(1) „Uživanje svakog prava koje zakon predviđa mora se obezbediti bez diskriminacije po bilo kom osnovu, kao što je pol, rasa, boja kože, jezik, veroispovest, političko ili drugo mišljenje, nacionalno ili socijalno poreklo, povezanost s nekom nacionalnom manjinom, imovina, rođenje ili drugi status.“

(2) „Javne vlasti ne smeju ni prema kome vršiti diskriminaciju po osnovima kao što su oni pomenuti u stavu 1.“

¹ Član 10, Evropska konvencija o ljudskim pravima (EKLPJ), Savet Evrope.

1.3. Regulatorni okvir Saveta Evrope za rodno osetljivo izveštavanje²

Preporuke Komiteta ministara Saveta Evrope predstavljaju neobavezujuće pravne instrumente (tzv. soft law), kojima se državama članicama daju smernice za unapređenje zakonodavstva, politika i prakse u oblastima poput ljudskih prava, vladavine prava, demokratije, medija i obrazovanja. Iako nemaju pravno obavezujuću snagu za razliku od, na primer, Evropske konvencije o ljudskim pravima, ove preporuke uživaju visok politički i stručni autoritet i često se smatraju relevantnim standardima koji ukazuju na najbolje prakse i pravac poželjnog institucionalnog razvoja.

Preporuka br. R (84) 17 Komiteta ministara Saveta Evrope „O ravnopravnosti žena i muškaraca u medijima“ usvojena je 1984. godine i u njoj se predlaže da se medijske organizacije podstiču da usvoje „programe pozitivne akcije za poboljšanje položaja žena, posebno na nivoima odlučivanja i u tehničkoj službi“, kao i da treba „da primene pravilo jednakog tretmana žena i muškaraca, kao rezultata pravila koji se odnose na regrutacije, obuke, nagrađivanja, napredovanja i bilo kakvih drugih uslova za zapošljavanje lica zaposlenih u medijima“.

Žene treba podsticati da učestvuju „u pravičnoj proporciji u telima za nadzor i upravljanje medijima“, kao i da učestvuju „u razgovorima i diskusijama koje prenose mediji“.

Reklamne kampanje koje sponzorišu javne vlasti u medijima moraju da izbegnu „bilo koje seksualne stereotipe [...] bilo kakvu eksploataciju tela žena i muškaraca kako bi se skrenula pažnja na dobra ili usluge“

Preporuka br. 1555 (2002) Parlamentarne skupštine Saveta Evrope: Prikazivanje žene u medijima, traži od vlada država članica da uvedu i osude pojam „seksizma“ u svom zakonodavstvu, usvoje zakon o rodnoj ravnopravnosti u medijima, omoguće medijskim udruženjima pravo da se žale sudovima u slučajevima kršenja ljudskih prava, finansiraju i pokreću projekte ravnopravnosti u medijima, ohrabruju oglašivače da unaprede samoregulaciju, koriste mere pozitivne diskriminacije, ohrabruju žene da učestvuju na svim nivoima donošenja odluka u medijima i zauzmu funkcije, da se obuke o ravnopravnosti žena sprovode u školama novinarstva i da se finansiraju komparativne studije o rodnoj jednakosti.

² Vidi opširnije: Mushfig, A., Surculija Milojevic, J. (2019). Gender Equality and the Media: Guide for News Producers in Azerbaijan. Council of Europe, str. 8-13.

Preporuka br. Rec(2003)3 o balansiranom učešću žena i muškaraca u političkom i javnom donošenju odluka poziva na ravnopravno učešće žena u svim delovima medijskog procesa, a posebno na „promovisanje uravnoteženog učešća na pozicijama donošenja odluka u medijima, uključujući menadžment, programiranje, obrazovanje, obuku, istraživanje i regulatorna tela.“

Preporuke Komiteta ministara br. CM/Rec(2007)2 o medijskom pluralizmu i raznolikosti medijskog sadržaja i br. CM/rec(2007)3 o obavezama javnih medijskih servisa u informacionom društvu. Obe preporuke kažu da javni mediji treba da „igraju aktivnu ulogu u promovisanju društvene kohezije i integraciji svih zajednica, društvenih grupa i generacija [...] uz poštovanje njihovih različitih identiteta i potreba. Posebnu pažnju treba posvetiti sadržaju koji kreiraju ovakve grupe, mediji za takve grupe, kao i njihovom pristupu, prisutnosti i prikazivanju u javnim medijima. Takođe treba posvetiti dužnu pažnju pitanjima rodne ravnopravnosti.

Preporuka br. CM/Rec(2007)17 Komiteta ministara Saveta Evrope o standardima i mehanizmima rodne ravnopravnosti poziva medijske organizacije da stvore samoregulatorne okvire u koje bi trebalo uključiti pitanje „diskriminacije na osnovu pola/rodne ravnopravnosti, [...] upotrebe neseksističkog jezika i [...] nestereotipnih slika i [...] nasilnih ili ponižavajućih materijala“. Takođe, sugeriše da „države treba da podstiču efikasne mere kako bi osigurale da se rodna ravnopravnost, kao princip ljudskih prava, poštuje u medijima, u skladu sa društvenom odgovornošću koja je povezana sa moći koju imaju u savremenim društvima“.

Rezolucija Parlamentarne skupštine br. 1557 (2007) i Preporuka Parlamentarne skupštine Saveta Evrope br. 1799 (2007) o „Prikazivanju žena u oglašavanju“ konstatuju da su žene prilikom oglašavanja često prikazane u situacijama koje su ponižavajuće i degradirajuće, čak i nasilne i uvredljive za ljudsko dostojanstvo, nekad kao puka potrošačka roba ili seksualni predmet. Poštovanje ljudskog dostojanstva se mora nametnuti kao stalni cilj oglašivača. Važno je dati prava udruženjima žena da preduzmu pravne radnje u odbrani kolektivnog interesa – eliminisanju diskriminacije žena u oglašavanju.

Etički kodeksi zemalja članica Saveta Evrope moraju biti usklađeni sa ovim preporukama, a poželjno je i organizovati programe u školama kako bi naučili decu da prave razliku između reklame i stvarnosti, posebno u informacionom društvu.

[Preporuka Komiteta ministara Saveta Evrope br. CM/Rec\(2011\)7 o novom poimanju medija](#) poziva stvaraoce medijskih sadržaja, urednike i distributere istog da se „pridržavaju relevantnih profesionalnih standarda, uključujući one osmišljene da se bore protiv diskriminacije i stereotipa i da promovišu rodnu ravnopravnost

[Preporuka Komiteta ministara Saveta Evrope br. CM/Rec\(2013\)1 o rodnoj ravnopravnosti i medijima](#) je jedan od najvažnijih nedavnih dokumenata o ovom pitanju. Na rodnu ravnopravnost se konačno gleda kao na „sastavni deo ljudskih prava“. U ovom dokumentu se tvrdi da „primena slobode izražavanja može unaprediti rodnu ravnopravnost“ i to je jako važno upotrebiti kao načelo prilikom rodno osetljivog izveštavanja.

[Preporuka Komiteta ministara Saveta Evrope br. CM/Rec\(2017\)9 o rodnoj ravnopravnosti u audiovizuelnom sektoru](#) po prvi put nudi Smernice za unapređenje rodne ravnopravnosti u audiovizuelnom sektoru i konkretne mere za njihovo sprovođenje. Jedna od najvažnijih mera odnosi se na obezbeđivanje ključne ličnosti u audiovizuelnom sektoru da „prati primenu principa rodne ravnopravnosti u donošenju odluka i praksi“.

[Preporuka Komiteta ministara Saveta Evrope br. CM/Rec\(2019\)1 o prevenciji i borbi protiv seksizma](#) je usvojena kao odgovor na nastanak pokreta #MeToo, koji je istakao postojanje seksizma u svim sferama društva! Ova Preporuka zahteva od vlada Saveta Evrope da „preduzmu mere za sprečavanje i borbu protiv seksizma i njegovih manifestacija u javnoj i privatnoj sferi, i podstaknu relevantne aktere da sprovedu odgovarajuće zakone, politike i programe“, kako bi obezbedili prevod i širenje ove preporuke i da prate napredak u njenoj primeni. Dodatak Preporuci sadrži Smernice za prevenciju i borbu protiv seksizma, zajedno sa merama za njeno sprovođenje. **Seksizam** se, u ovoj preporuci, definiše kao „Svaki čin, gest, vizuelna reprezentacija, izgovorene ili pisane reči, praksa ili ponašanje zasnovano na ideji da je osoba ili grupa osoba inferiorna zbog svog pola, a koja se dešava u javnoj ili privatnoj sferi, bilo

onlajn ili van mreže, sa svrhom ili efektom kršenja urođenog dostojanstva ili prava osobe ili grupe lica; prouzrokovanja fizičke, seksualne, psihičke ili socio-ekonomske štete ili patnje za osobu ili grupu osoba; stvaranje zastrašujućeg, neprijateljskog, ponižavajućeg ili uvredljivog okruženja; predstavljanja prepreke autonomiji i punom ostvarivanju ljudskih prava od strane osobe ili grupe lica i održavanje i jačanje rodних stereotipa.“

Konvencija Saveta Evrope o sprečavanju i borbi protiv nasilja prema ženama i porodičnog nasilja poznatija kao [Istanbulska konvencija](#) obavezuje države članice (uključujući i Srbiju) da motivišu medije za rodno odgovorno izveštavanje. Ovom Konvencijom od država se traži da sprovedu “zakonodavne ili druge mere, kojima bi podstakle medije da postavе odgovarajuće standarde za samoregulaciju u cilju promovisanja poštovanja i nenasilja, te da spreče diskriminaciju i jačanje rodних stereotipa. (Istanbulska konvencija, 2011: 4)”

[Konvencija o ukidanju svih oblika diskriminacije žena \(CEDAW\)](#)

usvojena je od strane Ujedinjenih nacija 1979. godine i pravno je obavezujuća za sve države koje su je ratifikovale, a među njima je i Srbija. Ovom Konvencijom poziva se na promociju pozitivnih uloga žena kao aktivnih učesnica u društveno-političkim aktivnostima, a ova promocija uključuje i medije (CEDAW, 1979: Član 5). Iako dalji delovi ne opisuju eksplicitno delovanje medija, u opštim preporukama koje je objavio CEDAW Komitet ističe se važnost donošenja mera protiv štetnih prikaza žena u sredstvima javnog informisanja.

[Pekinška deklaracija](#) usvojena na četvrtoj Svetskoj konferenciji o ženama održanoj 1995. godine i često služi kao okvir rodne ravnopravnosti za medije, nevladine organizacije, ali i za vlade. Za Dan žena Evropska i Međunarodna federacija novinara iznova pozivaju na njeno poštovanje, osuđujući suzbijanje prava žena na slobodu izražavanja i utišavanje glasova onih iz marginalizovanih grupa. **Pekinška deklaracija** i Akcioni plan za njeno ostvarenje naglašavaju da države potpisnice treba da vode računa o tome da žene ne budu u medijima predstavljene stereotipno, bez uvažavanja njihove raznolikosti i doprinosa koji daju društvu (Pekinška deklaracija, 1995: 11). Zaključak je i da treba izbegavati i nasilne i pornografske sadržaje, kao i one koji jačaju njihove tradicionalne uloge žena i utiču na njihovo učešće u društvu. Ovom deklaracijom naglašena je

i neophodnost prisustva žene u sredstvima javnog informisanja. Njome se ističe i potreba za efikasnim samoregulatornim okvirima, ali i za tim da "žene budu uključene u procese odlučivanja o razvoju novih tehnologija kako bi imale punu participaciju i uticaj" (Pekinška deklaracija, 1995: 41)

2. Domaće zakonodavstvo

2.1. Šta zakonska regulativa kaže o rodno odgovornom informisanju?

U medijskim zakonima, najvažnijim za novinarsku profesiju, rodno odgovorno izveštavanje uvršteno je uglavnom u antidiskriminatorne odredbe, dok zasebni delovi koji se odnose na specifičnosti rodnog izveštavanja u zakonskoj regulativi ne postoje, osim u podzakonskim aktima.

Prema [Zakonu o javnom informisanju i medijima](#), medijske kuće su dužne da prilože dokument kojim su predviđene interne mere i procedure za postizanje ravnopravnost³. Svi mediji koji ne ispune ovu obavezu, biće automatski izbrisani iz Registra medija.

Upravo proizvodnja ovakvog sadržaja je u javnom interesu, za koji u Zakonu o javnom informisanju i medijima piše da podrazumeva i da postoji "podrška proizvodnji medijskih sadržaja radi razvijanja svesti o ravnopravnosti, unapređivanju rodne ravnopravnosti i eliminisanja stereotipa i predrasuda prema pripadnicima i pripadnicama grupa koje su u riziku od diskriminacije"⁴

Kako je već naznačeno, ZJIM sadrži antidiskriminatornu odredbu koja kaže da se informacijama, idejama i mišljenjima u medijima "ne sme podsticati diskriminacija, mržnja ili nasilje protiv lica ili grupe lica zbog njihovog

³ Zakon o javnom informisanju i medijima, Član 47, "Sl. glasnik RS", br. 92/2023

⁴ Zakon o javnom informisanju i medijima, Član 15, "Sl. glasnik RS", br. 92/2023

pripadanja ili nepripadanja nekoj rasi, veri, naciji, polu, zbog njihove seksualne opredeljenosti, rodnog identiteta ili drugog ličnog svojstva....”⁵).

Ipak, u Zakonu je bitna i namera, pa ako se utvrdi da novinar nije imao nameru da podstiče diskriminaciju, mržnju ili nasilje protiv žena, smatraće se da on nije širio govor mržnje⁶.

Upravo objavljivanje ovakvog diskriminatornog sadržaja koji na otvoren ili prikriven način podstiče mržnju ili nasilje zbog pola ili rodnog identiteta uvštava se u teške povrede Zakona o elektronskim medijima (Zakon o elektronskim medijima, Član 40).

Sve ove odredbe su i u skladu sa [Zakonom o rodnoj ravnopravnosti](#) u kome piše da “sadržaji u sredstvima javnog informisanja, uključujući i oglašavanje, ne smeju da sadrže podatke kojima se stvara ili podstiče diskriminacija na osnovu pola, odnosno roda”⁷

Ovim Zakonom “zabranjeno je izražavanje mržnje i omalovažavanje žena i muškaraca, kao i javno zagovaranje, podržavanje i postupanje zasnovano na predrasudama, običajima i drugim društvenim obrascima ponašanja koji su zasnovani na ideji podređenosti ili nadređenosti žena i muškaraca, odnosno na rodnim stereotipima”⁸.

[Zakon o zabrani diskriminacije](#) izraze "diskriminacija" i "diskriminatorско postupanje" definiše kao “svako neopravdano pravljenje razlike ili nejednako postupanje, odnosno propuštanje (isključivanje, ograničavanje ili davanje prvenstva), u odnosu na lica ili grupe kao i na članove njihovih porodica, ili njima bliska lica, na otvoren ili prikriven način”, a ono se, između ostalog, može zasnivati i na rodu, polu, rodnom identitetu i ostalim ličnim svojstvima.

⁵ Zakon o javnom informisanju i medijima, Član 86, “Sl. glasnik RS”, br. 92/2023

⁶ Zakon o javnom informisanju i medijima, Član 87, “Sl. glasnik RS”, br. 92/2023

⁷ Zakon o rodnoj ravnopravnosti, Član 44, “Sl. glasnik RS”, br. 52/2021

⁸ Zakon o rodnoj ravnopravnosti, Član 44, “Sl. glasnik RS”, br. 52/2021

U oblike diskriminacije ubrajaju se posredna i neposredna, kao i ponižavajuće postupanje, polno uznemiravanje i navođenje na diskriminaciju⁹.

Tako je i ovim Zakonom zabranjeno "izražavanje ideja, informacija i mišljenja kojima se podstiče diskriminacija, mržnja ili nasilje protiv lica ili grupe lica zbog njihovog ličnog svojstva, u javnim glasilima i drugim publikacijama, na skupovima i mestima dostupnim javnosti, ispisivanjem i prikazivanjem poruka ili simbola i na drugi način"¹⁰.

⁹ Zakon o zabrani diskriminacije, Član 5, "Sl. glasnik RS", br. 22/2009 i 52/2021

¹⁰ isto

2.2. Domaća zakonska regulativa i rodno osetljiv jezik

Prema Zakonu o rodnoj ravnopravnosti, upotreba rodno osetljivog jezika trebalo bi da bude obavezna u medijima od sredine 2024. godine. Međutim, kako je ova odredba naišla na brojne otpore u javnosti, Ustavni sud je 27. juna pokrenuo postupak¹¹ za utvrđivanje neustavnosti Zakona o rodnoj ravnopravnosti i obustavio primenu odredbi koje se odnose na primenu rodno senzitivnog jezika.

Predstavnici Odbora za književnost i jezik, Matice srpske, izrazili su 2021. godine, odmah nakon usvajanja Zakona, zabrinutost zbog obavezne upotrebe rodno osetljivog jezika, propisane Zakonom o rodnoj ravnopravnosti, navodeći da se njegovom primenom “narušava demokratičnost izbora u jeziku i veštački nameće promena norme”. U pismu¹² su naveli da mnoge forme feminitiva još nisu prirodno zaživele u srpskom jeziku, te da bi prisilna primena mogla otežati komunikaciju, posebno u obrazovanju i administraciji. Predložili su da se zakon preformuliše tako da dozvoli upotrebu i gramatičkog muškog i ženskog roda, omogućavajući jezičku fleksibilnost i poštovanje različitih stavova govornika.

Do trenutka pisanja Vodiča, Ustavni sud nije doneo odluku o ustavnosti odredbi Zakona koje se odnose na rodno osetljiv jezik, pa je njihova primena privremeno obustavljena do donošenja konačne odluke Ustavnog suda.

Zakonom o rodnoj ravnopravnosti rodno osetljiv jezik definisan je kao onaj kojim “se promoviše ravnopravnost žena i muškaraca”, ali i kao “sredstvo kojim se utiče na svest onih koji se tim jezikom služe u pravcu ostvarivanja ravnopravnosti, uključujući promene mišljenja, stavova i ponašanja u okviru jezika kojim se služe u ličnom i profesionalnom životu”¹³.

¹¹ [Ustavni sud; objavljeno: 27. juna 2024. godine](#)

¹² [Matica srpska; objavljeno: 27. mart 2021. godine](#)

¹³ Zakon o rodnoj ravnopravnosti, Član 4, “Sl. glasnik RS”, br. 52/2021

Sredstva javnog informisanja, prema Zakonu, imaju veliku odgovornost u promociji rodno osetljivog jezika, jer, kako je i prethodno istaknuto, ako je ženski gramatički rod prisutan u jeziku, žena je vidljivija i u društvu.

Tako Zakon nalaže da su sredstva javnog informisanja dužna da prilikom izveštavanja koriste rodno osetljiv jezik. Dodatno se navodi i da su štampani, onlajn i elektronski mediji obavezni da razvijaju svest o značaju rodne ravnopravnosti te da doprinose suzbijanju rodnih stereotipa, diskriminacije i rodno zasnovanog nasilja¹⁴.

2.3. Šta piše u Zakonu o oglašavanju?

Budući da će u ovom vodiču biti razmatran ne samo novinarski sadržaj, već i reklame, važno je osvrnuti se na [Zakon o oglašavanju](#) koji takođe zabranjuje diskriminaciju. Tako, prema ovom Zakonu, nije dozvoljeno da "oglasna poruka, neposredno ili posredno, podstiče diskriminaciju po bilo kom osnovu, a posebno po osnovu uverenja, nacionalne, etničke, verske, rodne ili rasne pripadnosti, političkog, seksualnog ili drugog opredeljenja, društvenog porekla, imovinskog stanja, kulture, jezika, starosti, ili psihičkog ili fizičkog invaliditeta"¹⁵.

¹⁴ Zakon o rodnoj ravnopravnosti, Član 44, "Sl. glasnik RS", br. 52/2021

¹⁵ Zakon o oglašavanju, Član 8, "Sl. glasnik RS", br. 6/2016 i 52/2019

3. Etički okvir i važnost samoregulacije

Samoregulatorni okviri su od izuzetnog značaja za rodnu ravnopravnost jer za brojne redakcije predstavljaju putokaz za odgovorno izveštavanje. U samoregulatorne okvire ubrajaju se kodeksi, preporuke, smernice koji nisu pravno obavezujući dokument, ali novinarima ukazuju na to kada ne postupaju u skladu sa profesionalnim i etičkim standardima.

Dok su postojećim zakonima propisane brojne sankcije za nepoštovanje profesionalnih standarda, samoregulatorni okviri najčešće za posledicu imaju pritisak na reputaciju i autoritet. Moralna osuda koleginica i kolega može nekada biti jako delotvorna i podstaći medije da istu grešku u izveštavanju više ne ponavljaju.

3.1. Međunarodni samoregulatorni okviri

[Opšta etička povelja za novinare](#) usvojena je na 30. Svetskom kongresu Međunarodne federacije novinara (IFJ) u Tunisu 12. juna 2019. godine. Ova povelja usvojena je kao dopuna IFJ Deklaracije o principima ponašanja novinara (1954), poznate kao "Bordoška deklaracija". Osnovna smernica na kojoj se temelji ukazuje na to da novinari treba da "osiguraju da širenje informacija ili mišljenja ne doprinosi mržnji ili predrasudama i da učine sve što je u njihovoj moći kako bi sprečili širenje diskriminacije na osnovu geografskog, socijalnog ili etničkog porekla, rase, pola, seksualne orijentacije, jezika, religije, invaliditeta, političkih i drugih stavova" (Global Charter of Ethics for Journalists, 2019).

Osim ovog dokumenta, Međunarodna federacija novinara objavila je i [Vodič za novinarstvo osetljivo na različitosti, jednakost i inkluziju](#) (*Guidelines for a journalism sensitive to diversity, equality and inclusion*). Tako i jedna od ključnih smernica naglašava da je važno voditi računa o međusobnoj povezanosti različitih vidova diskriminacije koji su vezani za rod, etničku pripadnost, seksualnu orijentaciju, socijalno poreklo i invaliditet.

“Na primer, crna žena će se suočiti ne samo sa diskriminacijom vezanom za njen pol, već i za njenu etničku pripadnost”¹⁶.

Ova povezanost različitih vidova diskriminacije označena je kao intersekcionalnost i, kako piše u Priručniku, treba je posebno uzeti u obzir prilikom izveštavanja i pisanja priča.

Za unapređenje novinarskog izveštavanja, neophodno je prevazići “stakleni plafon”, o kome će kasnije biti reči, i analizirati radno okruženje kako bi se osigurala rodna raznolikost. U ovom domenu važno je i podsticanje inkluzivnog liderstva, koje podrazumeva i da žene budu na rukovodećim pozicijama u medijima.

To, kako se navodi u Priručniku, “podrazumeva razvoj korporativne kulture u kojoj se svi pojedinci osećaju vrednovano i saslušano, bez obzira na pol, seksualnu orijentaciju, uzrast, invaliditet, poreklo, religiju ili druge lične i društvene karakteristike” (Guidelines for a journalism sensitive to diversity, equity and inclusion, 2024: 14).

Priručnik UNDP-a o rodno odgovornom izveštavanju preporučuje da se izbegava snishodljiv odnos prema ženama, da ih novinari ne predstavljaju kao seksualne objekte, da se izbegavaju stereotipi i objektivizacija na audiovizuelnim sadržajima, kao i da se žene nakon izveštavanja sekundarno ne viktimizuju (Pejović, 2022: 22-33).

Evropska federacija novinara (EFJ) podržala je inicijativu svoje članice iz Belgije - Profesionalnog udruženja novinara u Belgiji (AJP), u okviru koje su izrađene smernice za rodno odgovorno izveštavanje. S jedne strane, preporuke se odnose na veću zastupljenost žena u užim uredničkim timovima i direktorskim mestima, dok s druge strane, opisuju dobre prakse u izveštavanju¹⁷.

[Evropska Federacija Novinara \(EFJ\) je objavila Smernice o najboljoj praksi za rodnu jednakost u okviru Evropskih udruženja novinara](#), a neke od najvažnijih su:

- Usvajanje smernica o rodnoj jednakosti

¹⁶ Guidelines for a journalism sensitive to diversity, equity and inclusion, 2024: 13

¹⁷ [Evropski institut za rodnu ravnopravnost; objavljeno: februar 2011. godine](#)

- Praćenje rodne jednakosti
- Usvajanje mera pozitivne diskriminacije
- Razvoj Saveta za rod/jednakost
- Uključivanje žena u rad udruženja
- Uključivanje žena u donošenje odluka
- Praćenje ("checklist") rodne jednakosti
- Najbolje prakse u okviru Evropskih sindikata novinara, koje se tiču uticaja rodne ravnopravnosti na radna mesta:
- Pravo na porodi(te)ljsko odsustvo
- Borba za jednaku platu
- Borba protiv uznemiravanja
- Plan za jednakost
- Umrežavanje
- Programi mentorstva

Kako je navedeno u Izjavi podrške IFJ-a, kojoj se pridružio i UNS, mizoginija mora biti izbačena iz redakcija i iz medijskih narativa.

3.2. Kodeks novinara i novinarki Srbije i Smernice Saveta za štampu o rodnoj ravnopravnosti i rodno osetljivom jeziku

Novinarska struka ima [Kodeks novinara i novinarki Srbije](#) koji su izdali Udruženje novinara Srbije (UNS) i Nezavisno udruženje novinara Srbije (NUNS). Ova dva najveća i najreprezentativnija srpska novinarska udruženja osnivači su i Saveta za štampu, samoregulatornog tela, osnovanog da bi pratilo poštovanje Kodeksa novinara Srbije u štampanim i onlajn medijima. Ovo samoregulatorno telo, putem Komisije za žalbe, svakog meseca rešava žalbe pojedinaca i institucija na sadržaje štampanih (i onlajn) medija.

Posledna verzija Kodeksa novinara Srbije, čiji su ko-autori Udruženje novinara Srbije (UNS) i (NUNS) sadrži novi odeljak „**Poštovanje dostojanstva**“, koji se, između ostalih, odnosi i na zabranu diskriminacije po pitanju pola. Novinari/ke se podstiču da koriste rodno-senzitivni jezik.

Kodeks novinara Srbije u svom petom odeljku (V) Poštovanje dostojanstva navodi da „Novinari/ novinarkе ne smeju da diskriminišu,

između ostalog, na osnovu rase, pola, roda, starosti, ličnih svojstava, seksualne orijentacije, jezika, vere, političkog i drugog mišljenja, nacionalnog ili društvenog porekla“, čime se jasno pruža podrška rodno osetljivom izveštavanju. U svojim Smernicama, Kodeks novinara Srbije dalje kaže da „pripadnost određenoj etničkoj, političkoj, ideološkoj ili nekoj drugoj grupi, kao i bračno stanje, versko opredeljenje, društveno poreklo, navodi se samo u slučajevima kada je taj podatak neophodan za puno razumevanje konteksta događaja o kojem se izveštava.“ Novinari/novinarke **moraju da izbegavaju fraze koje imaju šovinističke, seksističke ili na bilo koji drugi način diskriminatorne konotacije**. I na kraju, najspecifičnije za temu Vodiča: „Novinari/novinarke **treba da koriste rodno osetljiv jezik**, da se trude da ravnomerno uključe sagovornike/sagovornice različitih grupa relevantnih za temu (rod, etničko poreklo, starosno doba, seksualna orijentacija) i da odgovorno pristupaju različitostima u društvu.“

Savet za štampu je, osim Kodeksa novinara i novinarki Srbije, izdao i [Smernice za profesionalno izveštavanje](#), a među njima su i preporuke koje se odnose na rodnu ravnopravnost i rodno osetljiv jezik u sadržaju štampanih i onlajn medija.

U ovim smernicama navodi se da mediji treba da izbegavaju “ponižavajuće ili trivializovano izveštavanje o izgledu, oblačenju i ponašanju žena, umesto uravnoteženog razmatranja njihovih stavova i mišljenja zasnovanog na informacijama” (Smernice za profesionalno izveštavanje, 2022).

Osim seksualizacije, problem koji se javlja u novinarskom izveštavanju je i maternalizacija, odnosno romantizovanje požrtvovanosti žene u porodici. Zbog toga se novim smernicama preporučuje izbegavanje “izveštavanja i prikazivanja žena i muškaraca u stereotipnim ulogama unutar porodice i zajednice” (Smernice za profesionalno izveštavanje, 2022).

Upravo ovo je jedan od problema koji je u prethodnim poglavljima ovog Vodiča detaljnije predstavljen. Kako je već navedeno, žene se predstavljaju stereotipno i diskriminišu upravo isticanjem njihovih fizičkih

karakteristika umesto njihovih stavova, ekspertize i intelektualnih sposobnosti.



Zasedanje Komisije za žalbe (Foto: Pres centar UNS-a)

3.3. Preporuke o medijskom izveštavanju o rodnom nasilju u audio-vizuelnim informativnim programima

Radna grupa za rodnu ravnopravnost u medijima Mediteranske mreže regulatornih tela (MNRA – Mediterranean Network of Regulatory Authorities), čiji član je i Regulatorno telo za elektronske medije, usvojilo je [Preporuke o medijskom izveštavanju o rodnom nasilju](#) koje je važno za rodnu ravnopravnost. Ovaj dokument preporučuje da je borba protiv rodnog nasilja pitanje od opšteg interesa i jedno od osnovnih ljudskih prava, kao i da rodno nasilje nije isključivo žensko pitanje, već je problem čitavog društva. Preporučuje se i poštovanje dostojanstva žrtava i njihove dece, ne otkrivajući detalje iz njihovog privatnog života, kao da se izvori informacije moraju jasno označiti, u određenom kontekstu i uz intervjuisanje odgovarajućih stručnjaka. Senzacionalizmu i dramatičnosti nema mesta, kao ni nagoveštaja okolnosti osoba upletenih u slučaj. Izveštavanje treba da pomogne da se rasvetle posledice nasilja i da pruže sve detalje o kontaktima za pružanje podrške žrtvama i prevenciji nasilja. Naglašena je i primena etičkih kodeksa u ovoj oblasti. (Preporuke o rodnom nasilju, 2019:1-4). Iako nije obavezujuć, ovaj dokument može

osigurati da mediji koji ih prate budu za korak bliži izveštavanju u skladu sa profesionalnim standardima.

3.4. Pravilnik o ravnopravnosti polova Udruženja novinara Srbije (UNS)

UNS-ov **Pravilnik o ravnopravnosti polova** ukazuje na važnost principa i prakse koji bi omogućili da žene i muškarci budu jednako zastupljeni i prikazani na jednak način, i to ne samo u tradicionalnim, već i u onlajn medijima, digitalnim platformama i na društvenim mrežama. Cilj je, kako se navodi u Pravilniku, da mediji budu "slobodni od rodних stereotipa, predrasuda i diskriminacije, te da stvaraju sadržaje koji reflektuju stvarnu sliku društva".¹⁸

Ravnopravnost u proizvodnji medijskih sadržaja, kako piše u Pravilniku, znači i da uređivačkim konceptom muškarci i žene budu predstavljeni u duhu ravnopravnosti. Pravilnik, dakle, preporučuje novinarima da izbegavaju prikazivanje polnih stereotipa i diskriminatornog jezika u medijskim priložima.

"Žene i muškarci treba da budu predstavljeni u ravnoteži, uz uvažavanje njihovih stvarnih doprinosa u svim aspektima života, a ne samo kroz prizmu tradicionalnih uloga ili prema rodним normama", navodi UNS u Pravilniku.

¹⁸ Pravilnik UNS-a o ravnopravnosti polova, 2025

4. (Ne)primenjivanje pravila o rodno osetljivom izveštavanju

Kako je već navedeno, prema GMMP-u, najmanje žena u medijima pojavljuje se u ulozi ekspertkinja, dok se najčešće pojavljuju kao osobe koje bi trebalo da ispričaju svoje lično iskustvo. Upravo u tome može se pronaći utemeljenje smernice kojom se medijima preporučuje da vode računa "o većoj zastupljenosti žena kao sagovornica i njihovom smislenom učešću u različitim profesionalnim i informativnim ulogama, naročito kada su u pitanju žene iz manjinskih grupa" (Savet za štampu, 2022). Ovu smernicu Savet za štampu preuzeo je iz Preporuka CM/Rec(2019)1 o sprečavanju i borbi protiv seksizma usvojena od strane Komiteta ministara Saveta Evrope. U ovom dokumentu se kritikuje "neuravnotežena zastupljenost muškaraca i žena i nedostatak smislenog učešća žena u različitim profesionalnim i informativnim ulogama" (Savet Evrope, 2019: 9). Valja naglasiti da cilj ovog dokumenta nisu preporuke medijima već državama članicama, ali da je Savet za štampu ovu odredbu ocenio kao korisnu za medijsku zajednicu.

Smernicama se preporučuje i upotreba rodno osetljivog jezika čiji je cilj, kako se navodi, "da izjednači prirodni i gramatički rod kada su u pitanju zanimanja, titule, zvanja, opredeljenja koja označavaju žene". To znači da se žena koja se bavi psihologijom označava i kao psihološkinja, odnosno ženskim gramatičkim rodnom, jer je njen prirodni rod ženski.

I u Smernicama Saveta za štampu kritikuje se upotreba imenica u muškom rodu kao rodno neutralnih, pa se preporučuje da se "koriste rodno neutralni izrazi poput *lice* ili *osoba*, kako u jednini, tako i u množini"¹⁹.

Tako je uvek preporučljivije reći: "novinarke i novinari su napisali/e tekst" ili "osobe koje se bave novinarstvom napisale su tekst", umesto "novinari su napisali tekst".

U smernicama se preporučuje i da se ženska osoba ne oslovljava prema bračnom statusu.

¹⁹ Savet za štampu, Smernice za profesionalno izveštavanje, 2022.

“Primeru radi, ako kažemo: Došao je Pera Perić sa ženom, fokusiramo se na samo jednu osobu u paru, muškarca, i upadamo u zamku seksizma. Ovakav iskaz implicira da žena pripada svom suprugu, te da je kao zasebna individua nebitna, čak toliko da nema potrebe ni da joj spomenemo ime. Umesto toga, pravilnije je reći: Došli su Pera i Ana Perić, jer ovakav jezički iskaz poštuje njihovu individualnost i identitet svake jedinice u paru”²⁰.

Ako je nejasno da li se određeni dokument odnosi na muškarce ili žene neophodno je navesti oba sufiksa i odvojiti ih kosom crtom ili naznačiti obe paralelne forme.

Primeri preporučenih oblika glase:

1. “Potrebno je da zakažete pregled kod svog izabranog lekara/izabrane lekarke, kada se navode obe forme i „razdvajaju” kosom crtom;
2. Potrebno je da zakažete pregled kod svog izabranog lekara ili izabrane lekarke, kada se navode obe forme i razdvajaju rečcom *ili*;
3. Potrebno je da zakažete pregled kod svog izabranog/e lekara/ke, kada se navodi muška forma, koju prati oznaka za nastavak ženske” (Smernice za profesionalno izveštavanje, 2022).

4.1. Iskustva Komisije za žalbe i neki od primera kršenja Kodeksa novinara i novinarki Srbije

Komisija za žalbe Saveta za štampu svakog poslednjeg četvrtka u mesecu organizuje javne sednice na kojima odlučuje da li je prekršen Kodeks novinara i novinarki Srbije, i to na osnovu žalbi koje su joj pristigle. Nekada se slučajevi reše medijacijom, pa Komisija ne odlučuje o prekršajima Kodeksa. Ipak, kako je praksa pokazala, medijacija je u slučajevima rodne diskriminacije retka, pa se zasedanja uglavnom završavaju odlukama po žalbi, odnosno rešenjima da Kodeks jeste ili nije prekršen. U narednim redovima biće navedeni slučajevi u kojima su žene diskriminisane ili

²⁰ Savet za štampu, Smernice za profesionalno izveštavanje, 2022

ugrožene, a u kojima je Komisija za žalbe donela odluku o prekršaju Kodeksa novinara i novinarki Srbije.

4.1.1. Intervju sa serijskim silovateljem - slučaj u kome je prekršeno gotovo svako poglavlje Kodeksa

Na Jutjub kanalu i onlajn izdanju dnevnog lista "Informer" 2022. godine objavljen je intervju sa višestrukim silovateljem u kojem on evocira detalje zločina i time ponovo traumatizuje žrtve. Kada je posle tri decenije zatvora zbog ovih krivičnih dela pušten na slobodu, redakcija "Informera" stupila je u kontakt sa njim radi intervjuja. U razgovoru sa novinarkom "Informera" on je do detalja opisivao zločine, govoreći o njima afirmativno. UNS se odmah po objavljivanju intervjuja oglasio i istakao da se ovim sadržajem uznemiravaju njegove žrtve, kao i sve žene koje su pretrpele neki oblik nasilja.

"Udruženje novinara Srbije (UNS) protestuje zbog objavljivanja intervjuja u Informeru sa višestrukim silovateljem koji je u zatvoru zbog ovih krivičnih dela proveo skoro tri decenije zato što se ovim sadržajem ponovo uznemiravaju njegove žrtve kao i sve žene koje su pretrpele neki oblik nasilja", naveo je UNS u saopštenju²¹.

UNS je dodao da razgovor sa bivšim osuđennicima ili sa onima koji su na izdržavanju kazne nije zabranjen, ali da novinare i medije Kodeks obavezuje na duh saosećanja sa žrtvama.

²¹ [Udruženje novinara Srbije; objavljeno 28. septembra 2025. godine](#)



***Sa protesta ispred Informera zbog intervjua sa serijskim silovateljem
(Foto: A.N&M.S, UNS)***

Informer je objavljivanje ovog intervjua opravdavao navodima da se „intervjui poput ovog rade svuda u svetu - da bi narod video kako razmišljaju zločinci“. Za UNS ovo obrazloženje nije bilo validno, te je u pomenutom saopštenju navedeno da se tako nastalim medijskim sadržajem ne smeju ni na koji način uznemiravati žrtve krivičnih dela. Da je Kodeks prekršen u poglavljima instinitost izveštavanja, odgovornost novinara, novinarska pažnja i korišćenje časnih sredstava, odlučila je i Komisija za žalbe²².

²² [Savet za štampu - žalbe.rs; objavljeno: 27. oktobra 2022. godine](https://www.savetazastampu.rs/izveštaji/2022/10/27/savet-za-stampu-izveštaj-za-zalbe-2022-10-27)



Protest ispred Informera zbog intervjua sa serijskim silovateljem (Foto: A.N/UNS)

Ovaj intervju pratilo je i nezadovoljstvo javnosti, a nakon pet protesta ispred redakcije Informera, sporan sadržaj uklonjen je sa portala, dok je na Jutjub kanalu još uvek prisutan. Inače, ovaj intervju preneli su i tabloidi "Alo"²³ i "Blic"²⁴.

4.2. Neprimereno objavljivanje fotografija

Olivera Viktorović Đurašković žalila se 2016. godine Savetu za štampu²⁵ zbog toga što je dnevni list "Alo" objavio njene fotografije sa nudističke plaže na Adi Bojani, koje su kreirane bez njenog znanja.

"Ona je na Adi Bojani satima uživala potpuno gola pokazujući svim prolaznicima grudi i međunožje", "čuvena striptizeta iz 'Žikine dinastije' očigledno i privatno voli da se svlači", "da stvar bude gora ona predaje deci", delovi su teksta koji je pratio ove fotografije. Ona je u žalbi navela da

²³ [Alo; objavljeno 27. septembra 2022. godine](#)

²⁴ [Blic; objavljeno 27. septembra 2022. godine](#)

²⁵ [Savet za štampu - žalbe.rs; objavljeno 29. septembra 2016. godine](#)

je na nudističkoj plaži na Adi Bojani zabranjeno fotografisanje i istakla da ovaj tekst narušava njeno dostojanstvo.

Članovi Komisije ocenili su da je list povredio pravo na privatnost Olivere Viktorović Đurašković, tajno je fotografišući na nudističkoj plaži. Komentarima je, kako su naveli, povredio njen integritet i dostojanstvo, a zbog vulgarnosti, ovi komentari bili su primer nepoštovanja etike i kulture javne reči.

Zbog toga je Komisija za žalbe odlučila ²⁶ da je dnevni list "Alo", objavljivanjem ovog sadržaja, prekršio poglavlja Odgovornost novinara, Poštovanje privatnosti i Korišćenje časnih sredstava.

4.2.1. Neusklađenost naslova sa suštinom teksta

U višegodišnjoj praksi odlučivanja, Komisija za žalbe Saveta za štampu susretala se i sa slučajevima u kojima je Kodeks prekršen zbog neprecizne formulacije ili naslova koji nije u skladu sa suštinom teksta. Tako je, na primer, na zasedanju 2017. godine odlučila da je u tekstu objavljenom u štampanom izdanju "Večernjih novosti" sa naslovom "Za udvaranje kazne po džepu" prekršen Kodeks. Ovakav naslov mogao bi čitateljke i čitaocе dovesti u zabludu da je kriminalizovano udvaranje, a ne polno uznemirivanje, zbog čega je Autonomni ženski centar (AŽC) podneo žalbu²⁷. Kako su naveli iz AŽC-a, ovakvim naslovom prekrešena je i tačka Kodeksa u kojoj piše da naslov mora da odgovara suštini teksta.

Tekst je sadržao još mnogo netačnih tvrdnji poput one da su kazne novčane samo ako je zlostavljač partner ili kolega sa posla.

"U ovom tekstu udvaranje je 'pomešano' sa proganjanjem i uznemiravanjem, koji su krivična dela. Takođe, u tekstu je pogrešno predstavljeno da će biti kažnjivo samo 'napadno udvaranje' ili polno uznemiravanje zena, iako je zakon predviđa da i počinioci i žrtve mogu biti bilo kog pola", navela je Komisija za žalbe obrazlažući svoju odluku.

²⁶ isto

²⁷ Savet za štampu - žalbe.rs; objavljeno: 29. juna 2017. godine

5. Razumevanje rodno osetljivog izveštavanja

Ponekad je vidljiv antagonizam kada se ženska osoba predstavi kao, *psihološkinja, rektorka i direktorka*. Forsiranje rodno neutralnih obrazaca u muškom rodu, iako žene obavljaju određen posao, indikator je nejednakosti u društvu koja se preliva i na medije. Novinari i društvo imaju zadatak da ovakvu praksu promene, jer jezik nije samo *ogledalo realnosti*, već, kako je davno pisao Edvard Sapir, on oblikuje način na koji percipiramo realnost. "Jezik i naši misaoni obrasci neraskidivo su povezani i, u određenom smislu, predstavljaju istovetnu stvar"(Sapir, 1921: 9).

Ako žene nisu vidljive u jeziku, one nisu dovoljno vidljive ni u društvu, a upravo u ovom stanovištu ogleda se **važnost upotrebe rodno senzitivnog jezika u medijima**, koji ne samo da šalju poruke, već i formiraju značenja u društvu.

Ipak, rodno osetljiv jezik je, iako neizostvan, tek jedan od segmenata rodne reprezentacije u medijima, važnih za rodnu ravnopravnost u društvu. Pun iskorak je rodno osetljivo izveštavanje.

Sama rodna osetljivost predstavlja "princip kojim se nastoji prevazići neravnopravnost, jer je društvena nejednakost između muškaraca i žena objektivan problem u društvu, a ne lični (subjektivni) doživljaj pojedinih žena" (Cvetičanin Knežević, Lalatović, 2019: 30)²⁸. Stoga je rodno osetljivo izveštavanje upravo prevazilaženje rodne neravnopravnosti u medijskom pejzažu.

²⁸Cvetičanin Knežević, Lalatović, 2019: 30)

Rečnik osnovnih pojmova za rodno odgovorno izveštavanje

Pre navođenja izazova sa kojima se novinarke i novinari suočavaju u rodno odgovornom izveštavanju, važno je ukazati na značenja osnovnih pojmova u ovom domenu.

Rod- "društveno određene uloge, mogućnosti, ponašanja, aktivnosti i atributi, koje određeno društvo smatra prikladnim za žene i muškarce, uključujući i međusobne odnose muškaraca i žena i uloge u tim odnosima koje su društveno određene u zavisnosti od pola" (Zakon o rodnoj ravnopravnosti, 2021: Član 2)

Pol- "biološka karakteristika na osnovu koje se ljudi određuju kao žene ili muškarci. (Zakon o rodnoj ravnopravnosti, 2021: Član 2). Odnosi se na biološke karakteristike koje obuhvataju hromosome, hormone, reproduktivne sisteme i druge fiziološke aspekte i uglavnom je određen pri rođenju.

Rod ≠ pol - pojmovi „pol“ i „rod“ često se koriste kao sinonimi, ali njihova razlika je od suštinskog značaja za razumevanje rodnih pitanja i izgradnju inkluzivnog društva. Razumevanje ove razlike je ključno u novinarstvu jer omogućava tačnije izveštavanje koje izbegava stereotipizaciju i pogrešnu interpretaciju. Dok pol obuhvata biološke aspekte, rod se bavi složenijim društvenim dimenzijama, kao što su očekivanja o tome koje uloge pojedinci treba da zauzimaju u društvu.

Rodna ravnopravnost - omogućavanje pravne ("de jure") i jednakosti u praksi ("de facto") između muškaraca i žena, kao i stvaranje jednakih mogućnosti za oba pola u društvu (Alasgarli & Surčulija Milojević, 2019: 3).

5.2. Uloga novinarstva u promociji rodne ravnopravnosti

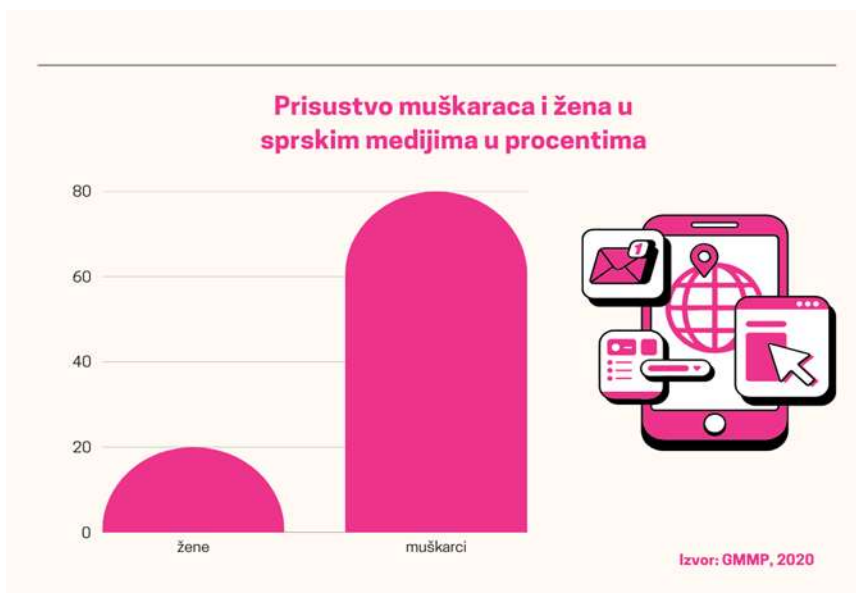
Način na koji su žene predstavljene u medijskoj sferi važan je zbog toga što mediji ne samo da prenose poruke, već i kreiraju značenja u

društvu. O tome je pisao jedan od najvažnijih teoretičara medija i kulture Stjuart Hol, koji je proces proizvodnje značenja i njihove razmene u određenoj kulturi nazvao medijskom reprezentacijom (Hall, 1997: 15).

“Stvarima dajemo značenje načinom na koji ih predstavljamo – rečima koje o njima upotrebljavamo, pričama koje o njima pripovedamo, slikama koje o njima stvaramo, emocijama koje sa njima povezujemo, načinima na koje ih klasifikujemo i konceptualizujemo, vrednostima koje im pridajemo”, pisao je on (Hall, 1997: 1).

Medijski prikazi žena i drugih marginalizovanih grupa, su sudeći po onome što je Hol pisao, takvi da neretko produbljuju nejednakosti.

Da bismo utvrdili koliko su mediji rodno (ne)diskriminativni, bitno je razmotriti kako su žene u medijima predstavljene, ali i koliki medijski prostor zapravo zauzimaju. Imajući u vidu ove indikatore, od potpune medijske rodne ravnopravnosti u svetu nas, kako piše u poslednjem izveštaju GMMP iz 2020. godine, deli 67 godina, ukoliko se globalno medijsko izveštavanje ne popravi ili ne pogorša. U Srbiji bi se, ako se uzme u obzir zaostajanje od osam odsto u odnosu na evropski proseka i od dva odsto u odnosu na 2015. godinu, potpuna rodna ravnopravnost mogla očekivati nešto kasnije. Prema nalazima koji se odnose na našu zemlju, u 2020. godini žene su bile prisutne u 20 odsto medijskog sadržaja u tradicionalnim i u onlajn medijima, dok ih je u 2015. godini bilo u 22 odsto priloga i tekstova (GMMP, 2020: 21-22).



Novije istraživanje Mediteranske mreže regulatora pokazalo je da su žene na Radio-televiziji Srbije od januara do aprila 2024. godine bile prisutne u 29,2 odsto programa (Mediterranean Network of Regulatory Authorities, 2024: 4).

Ako se pogleda medijski sadržaj, žene čine većinu uglavnom u tekstovima koji govore o rodnoj neravnopravnosti, ali ovi tekstovi predstavljaju samo jedan procenat analiziranog sadržaja. Rodni jaz najmanji je u pričama o slavnim ličnostima, umetnosti i sportu, u kojima 35 odsto tema ili sagovornika čine žene, dok je najveći u temama koje se odnose na kriminal i nasilje, gde žene čine samo četiri odsto sagovornika (GMMP, 2020: 10).

Žene u srpskim medijima manje puta su predstavljene kao žrtve od muškaraca (GMMP, 2020), uprkos porastu femicida i rodno zasnovanog nasilja. Istini za volju, muškarci nisu predstavljani kao žrtve rodnog već ratnog nasilja, ali je rodno zasnovano nasilje u srpskim medijima, sudeći po rezultatima, ostalo u senci.

Ovaj problem vidljiv je i u drugim delovima sveta, gde je izveštavanje o rodnom nasilju retko iako su, kako navodi Mediteranska mreža regulatora, diskriminacija, kontrola i zlostavljanje žena sa pojavom interneta i društvenih mreža "postale sve učestalije i sofisticiranije" (Mediterranean Network of Regulatory Authorities, 2024: 2).

Bivša premijerka Finske Sana Marin, „satanizovana“ je od strane medija nakon što je, tokom vikenda i u svoje slobodno vreme, plesala na žurci jedne od finskih pop-zvezda. Pritisak javnosti je bio toliki da se na kraju testirala da li je pozitivna na drogu – i objavila je da nije bila. U svoju odbranu, tvrdila je da nije uradila ništa nelegalno, osim što je izašla sa svojim društvom da se lepo provede. Pod pritiskom javnosti zbog ovog događaja na kraju je podnela ostavku (BBC, 2022.)

U izveštajima tradicionalnih i onlajn medija iz domena politike najčešće se, kako ukazuje Šarlot Adkok, svetlost baca na privatne živote i fizički izgled žena. “Izborni izveštaji koji žene prikazuju kroz privatne uloge, seksualizovane identitete ili potcenjene profesionalne osobine doprinose maskulinizovanoj slici liderstva i građanstva, ograničavajući mogućnosti ženskog političkog predstavljanja”, navela je ona (Adckok, 2010: 16).

Ne samo u politici, već i u drugim oblastima žena je oku kamere često nevidljiva kao ekspertkinja, a to je pokazao i Global Media Monitoring Project. Prema ovom istraživanju, žene su u medijima uglavnom prisutne kada su potrebni sagovornici koji treba da prenesu svoje lično iskustvo, dok se manje od 20 odsto žena u medijima pojavljuje u ulozi osoba koje stručno komentarišu relevantne događaje, probleme ili fenomene (GMMP, 2020).

Na taj način one su vidljive samo kao očevici ili učesnici događaja, odnosno izvori koji mogu dati informacije, ali ne i kao ekspertkinje koje mogu dati stručnu analizu određenih pojava.

Žene se diskriminišu i samim sadržajem, a njihovo stereotipno predstavljanje seže od komentara na račun sagovornica do predstavljanja žena na koje se određene teme odnose. “Na taj način se i društvena uloga žena u njihovim zajednicama ograničava na patrijarhalne obrasce, a njihov doprinos minimizira” (Matović, 2013: 1).

Iako se prilikom diskusije o rodno osetljivom izveštavanju mahom govori o tome kako su žene predstavljene, važno je istaći i da se muškarci suočavaju sa stereotipima i društvenim ulogama koje su im “namenjene”. Drugim rečima, od njih se traži *toksična muškost* - “muškost zasnovana na pojednostavljenim normama i shvatanjima tradicionalno muških

karakteristika, kao što su nasilje, fizička snaga, potiskivanje emocija i obezvređivanje žena" (Elliott, 2021: 3).

Tekstovi u kojima se favorizuje Edru Tejt, influencer i kikbokser, poznat po izjavama koje podržavaju fizičku snagu i obezvređivanje žena, predstavljaju prave primere afirmacije "toksične muškosti". Ipak, u medijskom predstavljanju muškaraca neretko se krije i drugi vid diskriminacije - da su siromašniji muškarci i oni iz ruralnih sredina češće *toksični muškarci*. O tome piše i Karol Harrington, koja kaže da se "toksična muškost uglavnom vezuje za marginalizovane muškarce" (Harrington, 2021: 4). Tako u medijskom pejzažu, s jedne strane postoji problem sa promocijom "toksičnog maskuliniteta", dok s druge strane postoji negativna prezentacija žena.

Da ovakvi obrasci ne bi bili dostupni, važni su individualni naponi svake novinarke i novinara **da izveštavanje bude rodno odgovorno**.

5.3. Stakleni plafon" - kako ga preskočiti u svetu medija?

Nedovoljnu šansu za uspeh žena i njihovu malobrojnu zastupljenost na rukovodećim pozicijama u medijima Gertruda J. Robinson naziva "staklenim plafonom" (*Glass Ceiling*). Ona ističe da ova pojava ima za posledicu da se rodna neravnopravnost na organizacionom nivou sagledava kao nešto što je prirodno, normalno i nediskutabilno (Lofelholz et al. 2008, 82).

Slučaj Samire Ahmed, voditeljke emisije "Newswatch", potresao je britansku javnost. Samira Ahmed je dobila BBC na sudu u sporu protiv kolege Džeremija Vajna, voditelja emisije "Points of View". U presudi se navodi da je "njen rad na Newswatch isti kao rad Džeremija Vajna, ako se uzme u obzir član 65 Zakona o jednakosti iz 2010. godine". Vajn je po epizodi dobijao £3000, dok je u istom period od 2008. do 2018. godine Ahmed dobijala £440. U presudi se navodi da je "razlika u plaćanju ogromna", a da su oba voditelja zapravo radila isti posao. "Ni jedna žena ne želi da pokreće tužbu protiv poslodavca" izjavila je Samira Ahmed, posebno jer "ona voli da radi za BBC" (BBC News na srpskom, 2020.).

Da je "stakleni plafon" često i srpska medijska realnost pokazuje istraživanje "Rodna struktura direktorskih i uredničkih pozicija u

informativnim medijima" iz 2020. godine, prema kome samo 18 odsto glavnih urednika i urednica i 36 odsto direktorki i direktora analiziranih informativnih medija čine žene. Ipak, prema ovom istraživanju, u analiziranim informativnim redakcijama žene čine 58 odsto urednica i urednika pojedinačnih rubrika. (Milivojević et. al, 2021: 4).

Iako su rezultati koji se odnose na pojedinačne rubrike ohrabrujući, od izuzetne je važnosti da uži urednički tim ne čine isključivo muškarci, te da je za promociju ženskih gledišta nasuprot njihovom stišavanju i eliminaciji, važno da o novinarskom sadržaju odlučuju i žene. Kada se ove osnovne pretpostavke sumiraju, može se utvrditi da su za rodno odgovorno izveštavanje neophodne promene redakcijske kulture, koje podrazumevaju da žene budu zastupljenije na rukovodećim pozicijama, ali i negovanje nediskriminatornih načina izveštavanja koji uvažavaju prava žena. Predstavljanje žena u medijima koje odslikava razumevanje i diverzitet važno je za rodno odgovorno izveštavanje, a niz smernica i preporuka, kao i pregled situacije u društvu predstavljaju iskorak ka ispunjenju ovog cilja.

U prevazilaženju „staklenog plafona“ i u zaštiti rodne ravnopravnosti, važna je i podrška muškaraca. Kako nekad mali gestovi mogu doprineti promovisanju žena u sportu, gde su uglavnom reflektori upereni na muškarce, pokazuje izjava tenisera Endija Mareja na konferenciji za novinare. Kada ga je novinar upitao šta misli o tome što je Sam Kuery postao prvi Amerikanac koji je ušao u polufinale gram slama od 2009. godine, Endi Marej je rekao da je Kuery prvi „[muški igrač](#)“ koji je u tome uspeo. Nakon što je novinar pokazao da nije čuo odgovor, Endi je ponovio „muški igrač“, (The Guardian, 2017), misleći na uspeh sestara Vilijams koji je tom prilikom zanemaren.

6. Značaj rodno osetljivog izveštavanja

6.1. Rodno osetljiv jezik

Kao što je već naznačeno u prethodnim poglavljima, rodno osetljiv jezik prevashodno je povezan sa razbijanjem stereotipa i čini žene vidljivijim u

društvu. Jezička rešenja koja podrazumeva predstavljaju kontratežu rodnoj diskriminaciji u svakodnevnoj i javnoj komunikaciji.

Važno je da jezičke politike budu rodno senzitivne i da odražavaju jednakost među ženama i muškarcima, jer bi to mogao biti pozitivam iskorak ka društvenoj ravnopravnosti.

“S obzirom na to da živimo u svetu gde žene do pre manje od 70 godina nisu imale zakonsko pravo na dostojanstveno plaćen rad, kao ni formalno jednak pristup obrazovanju i zapošljavanju, te da je koliko prošle godine otkriveno da je jedan univerzitet u Japanu sistematski smanjivao bodove kandidatkinjama na prijemnom ispitu za Medicinski fakultet, ne možemo da kažemo da je svejedno da li je neko urednik ili urednica” (Cvetinčanin Knežević, Lalatović: 15).

To bi, kako su autorke zaključile, značilo da su jedino muška zanimanja “prava” i da su poslovi kvalitetno obavljani tek onda kada su urađeni “na muški način”. Iz tog razloga, dobro je što je Zaštitnik građana Republike Srbije 2010. godine objavio [Uputstva za standardizovani nediskriminativni govor i ponašanje](#), koja, između ostalog, ukazuju na važnost rodno senzitivnog jezika. Ova uputstva klasifikovana su u tri velike kategorije koje se odnose na (1) nediskriminativni jezik i ponašanje u odnosu na žene, (2) LGBT osobe i (3) osobe sa invaliditetom. Kada je u pitanju rodno nediskriminativni jezik, u uputstvima se navodi da je neprihvatljiva “jezička nevidljivost žena – podrazumevanje da su žene obuhvaćene imenicama i zamenicama u muškom gramatičkom rodu” (Uputstva za standardizovani nediskriminativni govor i ponašanje, 2010: 1). Tako Zaštitnik građana preporučuje da se gramatički ženski rod dosledno koristi kada piše ili govori o ženama.

“Pojmovi koji označavaju nazive položaja, profesija, zanimanja, zvanja, titula, radnih mesta žena, navode se po pravilu uvek u ženskom gramatičkom rodu”, navodi on, dodajući da termin “gospođica”, treba potpuno eliminisati iz usmene, pisane i telefonske komunikacije (Uputstva za standardizovani nediskriminativni govor i ponašanje, 2010: 1).

On dodaje i da prilikom pisanja imejlova, treba voditi računa o tome da mejlove piše žena, te koristiti oblik “poštovana/i” (Uputstva za standardizovani nediskriminativni govor i ponašanje, 2010: 1).

“Ipak, ne možemo a da se ne zapitamo – zašto je ova uputstva izdao Zaštitnik građana a ne Zaštitnik građana i građanki?”, pišu Cvetinčanin Knežević i Lalatović (Cvetinčanin Knežević & Lalatović: 38).

Iako se pri pominjanju rodno osetljivog jezika uglavnom pomišlja na označavanje zanimanja i ženskim gramatičkim rodnom, njegova primena je znatno šira. Rodno osetljiv jezik “odnosi se na iznalaženje jezičke forme kojom se pokazuje važnost rodne perspektive u odnosu na osnovnu ideologiju o jeziku koja treba da odrazi delatnost u kontekstu” (Savić & Stevanović, 2020: 21).

Tako označavanje zanimanja spada u podvrstu rodno osetljivog jezika koja se zove rodno diferenciran jezik.

“Termin rodno diferenciran jezik više insistira na uvažavanju razlika između muške i ženske forme, koje jezikom treba dosledno da ističemo”(Savić & Stevanović, 2020: 21).

Izbegavanje isticanja bračnog statusa razlikovanjem termina gospođa i gospođica su stoga primeri ubotrebe rodno osetljivog, ali ne i rodno diferenciranog jezika. S druge strane, primena termina *novinarka* za žensku osobu koja se bavi novinarstvom primer je upotrebe rodno diferenciranog, kao i rodno osetljivog jezika, čija je podvrsta.

Upotreba rodno senzitivnog jezika seže mnogo dalje od upotrebe termina kao što su *pravnica*, *lekarka*, *ministarka*. Ako neko za osobu koja se bavi novinarstvom kaže da je *novinarka*, ali doda da je “babadevojka”, nipošto se ne može reći da je koristio/la rodno senzitivan jezik. U Priručniku za upotrebu rodno osetljivog jezika u medijima autorke su stoga navele da ovakve termine, koji vređaju određene grupe građanki i građana, nipošto ne treba koristiti. One su dodale i da treba izbegavati jezička rešenja u kojima su muškarci i žene predstavljeni u stereotipnim ulogama, kao i seksističke i stereotipne iskaze. One posebno naglašavaju da treba izbegavati upotrebu fraze “ljudi i žene”, jer ona sugerise da su “samo muškarci ljudi” (Cvetinčanin Knežević, Lalatović: 79).

6.2. Odstupanja u primeni rodno osetljivog jezika

Kodeks novinara i novinarki Srbije, ali i novinarska praksa, potvrđuju da se u medijima sve više ustaljuje primena rodno osetljivog jezika. Ipak, i u ovoj primeni su, kao i kod svake jezičke norme, moguća određena odstupanja. Tako bi kada su žene laureatkinje nagrada koje u nazivu imaju mušku titulu, naziv nagrade trebalo da ostane u jezičkom obliku u kojem je postavljena, piše u Priručniku za upotrebu rodno osetljivog jezika u javnoj upravi (Savić & Stevanović, 2020: 29). Ovakva preporuka nije iznenađujuća, imajući u vidu da su u pitanju nazivi koji su prepoznatljivi godinama i čine bližu odrednicu nagrade na koju se odnose. Ipak, i u tom slučaju, naziv zanimanja trebalo bi da bude rodno diferenciran, odnosno u ženskom gramatičkom rodu (Savić&Stevanović, 2020: 29).

“Orden viteza pripao je književnici Milki Milkić”, izmišljen je primer koji ilustruje pravilnu upotrebu rodno osetljivog jezika u ovom domenu.

Primeri u kojima su moguća odstupanja su i vojni činovi, jer je 2015. godine usvojeno novo pravilo službe prema kome činovi u vojsci ostaju u muškom rodu kada se odnose na žene, s tim što se uz njih dodaje termin *gospođa* (npr. *gospođa kapetan*). Ova odluka, kako navode Savić i Stevanović, mogla bi predstavljati “prelaznu fazu u procesu standardizacije rodno osetljivog jezika u institucionalnoj praksi, dok se ne uvidi jezički potencijal za tvorbu ženskih naziva i značaj jezičke prezentacije žena shodno njihovim realnim društvenim ulogama (Savić & Stevanović, 2020: 21).

U moguća odstupanja mogu se uvrstiti i zanimanja koja imaju i muški i ženski rod, a najčešće navođen primer je sudija/sutkinja.

“Koliko znamo, danas je u sudovima Srbije ustaljena imenica sudija za oba roda, dok se u medijskim razgovorima koriste i *sudijnica/sudinica* i *sutkinja*. Dobra je praksa da se konsultuju i predstavnice i predstavnici struke”, piše u Vodiču za rodno ostetljiv jezik (Savić & Stevanović, 2020: 30).

6.3. Predstavljanje žena u novinarskom izveštavanju

“Uradila si to muški”, prva je stvar koju su rekli Jeleni Zorić prilikom izveštavanja sa protesta 2020. godine, a o tome je svedočila u dokumentarnom serijalu “Ona se budi”. Iako ovaj komentar nije bio javan, on odražava diskriminatorni diskurs, prema kome jačina ukazuje na muški, a kukavičluk na ženski rod.

Ovaj način predstavljanja žena odražava stereotipe koji se "prelivaju" i u medijski svet. Suzan T. Fisk definisala je stereotipe kao "slike u našim glavama koje predstavljaju društvene kategorije i utiču na to kako obrađujemo informacije o pojedincima na osnovu njihovog grupnog pripadanja" (Fisk, 1998: 357). Rodne stereotipe istakla je kao posebno rasprostranjene u društvu i dodala da one utiču na šanse koje žene imaju u društvu i oblikuju njihove društvene uloge.

"Oni često uključuju tradicionalna verovanja o muškarcima i ženama, kao što su pretpostavke da su žene tople, brižne i emocionalne, dok su muškarci dominantni, kompetentni i racionalni, navela je ona (Fisk, 1998: 369).

Ona smatra da su te vrednosti već duboko ukorenjene u kulturi, a to se umnogome preklapa sa onim o čemu je pisao Valter Lipman, govoreći da mi u "velikoj, bujnoj, zbrkanoj stvarnosti spoljnog sveta, izdajamo ono što je naša kultura već definisala za nas, i imamo tendenciju da opažamo ono što smo izdvojili u obliku koji je za nas stereotipizovala naša kultura" (Lippmann, 1922: 81).

Ako bismo ove stereotipe pokušali da klasifikujemo, oni bi obuhvatali mnoštvo kategorija, jer se svakog dana žena bori sa nekim novim načinom na koji je percipirana u svom okruženju. Kako i sami mediji proizvode te percepcije, teško je naći jasne grupe stereotipa u koje bi se svaka od njih mogla svrstati.

Ipak, profesorka na Univerzitetu Harvard u Bostonu Rouzbet Mos Kanter (Kanter, 1977: 233–236) opisala je četiri vrste jezičkih stereotipa sa kojima se suočavaju žene u politici:

- "1) žena kao majka,
- 2) žena kao ljubimica,
- 3) žena kao 'čelična dama'
- 4) žena kao seksualni objekat.

Ovi načini viđenja žene mogu se preliti i na ostale oblasti društvenog delovanja.

- Ministarka za brigu o porodici Milica Đurđević Stamenkovski je u kampanjama svoje političke stranke opisivana kao brižna majka i poštovana žena, a često je i sama isticala patrijarhalne vrednosti.
- Melanija Trump često se opisuje kao "ljubimica", i to stavljanjem njenog izgleda i odnosa sa suprugom u prvi plan. Njena društvena uloga i sve ostale političke aktivnosti stavljene su u drugi plan. Sa ulogom "ljubimice" borila se čak i Angela Merkel. Ona je zbog saradnje sa Helmutom Kolom nazivana "Kolova devojčica", iako je već tada posedovala sve kvalifikacije da i sama bude uspešna u politici. Od ovakvih kvalifikacija ogradila se kada je stekla svoju političku nezavisnost nakon finansijskog skandala 1999. godine, u kome se Kolu usprotivila i od tad se više percipira kao „čelična dama“.
- Kada govorimo o "čeličnoj dami", već sam opis gotovo svakog čitatelja i čitateljku asocira na Margaret Tačer. Ona je ovaj nadimak dobila zbog čvrstog i odlučnog političkog stava, a dodelio joj ga je sovjetski list *Krasnaja zvezda*. Pitanje je da li bi da je muškarac ikada dobila nadimak gvozdeni ili odlučan čovek.
- I na kraju, najčešći u medijima su tekstovi i video sadržaji prožeti seksualizacijom. Žena se posmatra kao prazna ljuštura, kojoj bi prioritet bio fizički izgled. U ovakvoj reprezentaciji žena u medijima cilj je jedino svideti se muškarcu. U daljim redovima, biće opisani primeri ovog, najčešćeg, vida reprezentacije žene.

6.4. Primeri stereotipnog predstavljanja žena u medijima

U Dejli mejlu²⁹, Niki Sviftu³⁰, The Sun-u³¹, ali i drugim tabloidnim medijima stereotipno je predstavljena Barbi, odnosno glumica Margo Robi, koja je u filmu tumači. Margo Robi je još od uloge u filmovima *Fokus* i *Vuk sa Volstrita* u medijskom sadržaju opisivana kao "savršena lepotica", zbog čega je i objektivizirana, od strane medija. Tako se, na primer, u tabloidima

²⁹ [Daily Mail; objavljeno: 30. novembra 2024. godine](#)

³⁰ [Nicki Swift; objavljeno: 19. maja 2022. godine](#)

³¹ [The Sun; objavljeno: 17. januara 2017. godine](#)

“otkriva tajna njene vitke figure”, kao i zbog čega je pristala da u filmu glumi oskudno odevena.

Upravo film *Barbi*, inače nominovan za Oskara, usprotivio se nerealnim standardima lepote i stereotipnom predstavljanju žene.



Foto: snimak ekrana trejlera za film Barbie

“Savršena” Barbi u filmu se suočavala sa egzistencijalnom krizom, ravnim stopalima i diskriminacijom u realnom svetu. I Margo Robi se u realnom svetu suočavala sa seksističkim medijskim sadržajima. Oni sežu od tekstova koji demistifikuju njen izgled bez šminke, objavljenih na portalima *Una*³², *N1*³³ i *Telegraf*³⁴, do onih koji komentarišu njen izgled u toku trudnoće, objavljenih i u domaćim medijima poput *Kurira*³⁵ i *Blic žene*³⁶. Iako su u pitanju mahom pozitivni komentari, fotografije paparaca i ovakvi tekstovi pokrenuli su i “lavinu” negativnih komentara na društvenim mrežama, koji su poredili njen izgled sada i pre nekoliko

³² [Una; objavljeno: 1. septembra 2023. godine](#)

³³ [N1, objavljeno: 14. avgusta 2023. godine](#)

³⁴ [Telegraf.rs; objavljeno: 21. januara 2020. godine](#)

³⁵ [Kurir; objavljeno 31. avgusta 2024. godine](#)

³⁶ [Blic žena; objavljeno: 31. avgusta 2024. godine](#)

godina. Tako je paradoksalno glumica u filmu koji kritikuje stereotipe i sama postala žrtva ovakve medijske reprezentacije.

Sa stereotipnim prikazima oličenim u preteranom zadiranju u privatni život suočavala se i glumica Anđelka Prpić, a Savet za štampu je u svom Izveštaju o monitoringu medijskog sadržaja iz 2023. godine naveo medijske izveštaje o njoj kao primere kršenja Kodeksa³⁷. "Kada su u pitanju javne ličnosti, nastavljena je praksa preteranog zadiranja u njihove privatne živote, uz iznošenje podataka koji direktno utiču na živote njihove dece - pa čak i kada još nisu ni rođena, kao u slučaju trudnoće glumice Anđelke Prpić. Mediji su najčešće tretirali njen privatni život uz brojna kršenja Kodeksa, na način koji bi se mogao nazvati zlostavljanjem³⁸, naveo je Savet za štampu.

Nakon razvoda i trudnoće, na portalima Blic.rs³⁹, Pink.rs⁴⁰ Nova.rs⁴¹ i drugim objavljivane su spekulacije o njenom privatnom životu, a najvažnije teme bile su njen novi partner i trudnoća. Inače, Prpić je dve godine pre toga napustila konferenciju za novinare zbog pitanja o privatnom životu umesto o ulozi u seriji "Radio Mileva", nakon čega je portal Espresso kritikovao ovaj potez, navodeći da su novinari "samo radili svoj posao", a da je "ona napravila skandal"⁴².

6.5 Primeri novinarskih sadržaja koji „ruše” stereotipe

Primer rodno odgovornog izveštavanja su prilozi televizije Brainz, koja promoviše dostignuća mladih ljudi - bez obzira na rod. Emisijama emitovanim na Brainz televiziji šalje se poruka da žene mogu biti podjednako uspešne u oblastima koje su nekada smatrane tradicionalno "muškim". Uz priče o dostignućima, prikazuju se programerke, preduzetnice, naučnice i sl. Sadržaj Brainz TV kojim se promovišu uspešne mlade žene i muškarci, dobitnik je Svetosavske nagrade za 2020. godinu. Ovu nagradu dodeljuje Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja, zbog značajnog doprinosa afirmaciji

³⁷ [Savet za štampu; objavljeno oktobra 2023. godine, strana 4](#)

³⁸ Isto

³⁹ [Blic; objavljeno: 23. januara 2023. godine](#)

⁴⁰ [Pink.rs; objavljeno: 23. januara 2023. godine](#)

⁴¹ [Objavljeno 23. decembra 2022. godine](#)

⁴² [Espresso; objavljeno 4. marta 2021. godine](#)

obrazovanja na svim nivoima, promociji formalnog i neformalnog obrazovanja⁴³.

Osim priloga objavljenih u tradicionalnim medijima, primer rodno odgovornog izveštavanja mogu biti i inovativne medijske forme. Primer je multimedijalna platforma "Tampon zona"⁴⁴. Novinarica Iva Parađanin Ilić je 2019. godine objavila prvu epizodu istoimenog podkasta, u kome, kroz razgovor sa sagovornicama, obrađuje teme u vezi sa svakodnevnim položajem žena u društvu.

Parađanin Ilić je, inače, jedna od članica neformalne grupe "Novinarke protiv nasilja", koja se kroz projekte zalaže da se o slučajevima nasilja prema ženama ne izveštava kao o pojedinačnim, već kao o širem društvenom problemu. U podkastu "Tampon zona" ona obrađuje teme poput femicida i rodno zasnovanog nasilja, ali i probleme stereotipnog predstavljanja žena. Sa sagovornicama razgovara o autentičnim ženskim iskustvima i destigmatizuje teme poput menstruacije i ženskog reproduktivnog zdravlja. Ove teme sagovornice objašnjavaju istovremeno iz stručne i lične perspektive. Parađanin Ilić je od podkasta razvila i multimedijalnu platformu, a od 2024. godine počela je da razvija i dopisničku mrežu, kako bi novinarke razgovarale sa ženama iz manjih sredina. Iskustva u kreiranju ovakve vrste podkasta deli kroz IREX-ovu Mrežu za talente i inovacije, u okviru koje podučava mlade novinarke i novinare tome kako da podkast iskoriste kao platformu kojom bi edukovali građanke i građane.

Komunikološkinja Nina Pavićević, s druge strane, inovativne medijske forme kojima se demistifikuju stereotipe objavljuje na Instagramu⁴⁵ i Jutjubu⁴⁶. Na stranicama koje nose naziv "Kritički", Pavićević kritički promatra steteotipne obrasce u izveštavanju o ženama. Iako je mana alternativnih medijskih formi činjenica da novinarke i novinari ne snose odgovornost kakvu bi snosili da su sadržaj objavili u nekom mediju, one mogu biti kreativan i inovativan način za prenošenje ideja. Sadržaj objavljen na društvenim mrežama nekada može imati karakteristike

⁴³ [UNS; objavljeno: 29. avgusta 2024. godine](#)

⁴⁴ <https://tamponzona.rs/o-nama/>

⁴⁵ <https://www.instagram.com/kriticki/?hl=en>

⁴⁶ <https://www.youtube.com/channel/UC1kPrtLi8lu5OU6fx0mtW6g>

medijskog, ali ipak valja naglasiti da kao takav u Republici Srbiji još uvek ne podleže medijskoj regulaciji i samoregulaciji.

Na profesionalne standarde u izveštavanju o nasilju prema ženama mogu ukazati i muškarci. Primer ovakvih medijskih sadržaja je serijal tekstova "Žena nije kriva"⁴⁷, koji je objavljivao u Amplitud magazinu 2024. godine, a čiji je autor Aleksa Anđelić. Ukazivanjem na primere loše prakse, Anđelić ističe da i izveštavanje o nasilju može biti stereotipno. S druge strane, pominanjem primera dobre prakse i razgovorima sa novinarkama i članicama Komisije za žalbe Saveta za štampu, pokazuje da se novinarki i novinari mogu boriti protiv rodno zasnovanog nasilja predstavljajući ga kao širi društveni problem.

6.6. Predstavljanje žena u PR sadržajima i reklamama

"Urednici/urednice su odgovorni/odgovorne za celokupni sadržaj medija, koji obuhvata, tekstove, fotografije, audio i video zapise, karikature, kao i oglase, dodatke i komentare čitalaca, uključujući i sve sadržaje i komentare na zvaničnim nalogima medija na društvenim mrežama"(Kodeks novinara i novinarki Srbije, 2024).

To znači da i PR sadržaji i oglasne poruke koje mediji prenose mogu biti predmet žalbi koje se upućuju Savetu sa štampu.

Iako političko i komercijalno oglašavanje mora jasno biti izdvojeno od novinarskog sadržaja, novinari i novinarki su svakako, prema Kodeksu, „dužni da budu posebno pažljivi kada koriste saopštenja za javnost, tekstove i druge materijale PR i marketinških agencija, budući da oni primarno imaju svrhu da za klijente (direktno ili indirektno) obezbede besplatan i povoljan publicitet" (Kodeks novinara i novinarki Srbije, 2023).

Zato je, osim novinarskog sadržaja, tema ovog vodiča i način na koji novinari prenose PR i marketinške tekstove, što bi trebalo sprovesti u skladu sa Kodeksom i/ili postojećim zakonima. Problem nastaje kada

⁴⁷ [Objavljeno: 23. aprila 2024. godine](#)

mediji doslovno kopiraju PR ili marketinški tekst, bez naglašavanja da je reč o plaćenom oglašavanju ili bez prerade u tekst koji bi poštovao novinarsku etiku. Pri tome, treba imati u vidu da oglasne poruke takođe mogu sadržati stereotipne prikaze žena kao domaćica, seksualnih objekata i "ljubimica".

"U oglašivačkim porukama žene najčešće reklamiraju sredstva za čišćenje kuće, proizvode za lepotu, kuvanje i odeću poput donjeg veša ili kupaćih kostima, što može direktno uticati na njihovo psihičko stanje. Muškarci su prikazani u negativnom kontekstu kroz nasilje, okrutnost, nezakonite postupke, a u oglašavanju obično promovišu alkoholna pića, bankovne usluge, sport, kao i iznimno postignuti uspeh na radnim mestima", piše Čejvan Mehić (Mehić, 2025: 4).

Žene će u ovakvim primerima biti predstavljene u iskrivljenom ogledalu, u kome su uvek nesavršene.

Žene u Srbiji troše oko 10.800 dinara godišnje na menstrualne proizvode, dok ženski kozmetički proizvodi često koštaju više od muških sa istom namenom. U retkim medijskim izveštajima i priložima o ovoj pojavi koja se zove "roze porez", sudeći po Global Media Monitoringu (GMMP), ređe će govoriti ekonomistkinje od ekonomista. U tim slučajevima veću polemiku od same teme neretko će izazvati činjenica da su predstavljene kao *ekonomistkinje*, a ne rodno neutralno - kao *ekonomisti* (Global Media Monitoring Project, 2020: 8). Ovo je samo primer otpora prema rodno osetljivom jeziku, odnosno "govornoj i pisanoj upotrebi jezika čiji je cilj da ukaže na jednakost polova" (Cvetičanin Knežević, Lalatović, 2019: 129).

6.7 Primeri predstavljanja žena u PR sadržajima i reklamama koje su prenosili mediji

Izdavačka kuća Laguna naišla je na negativne reakcije javnosti februara 2020. godine, nakon što je na svom Instagram nalogu objavila nagradnu igru povodom izlaska romana Recept za savršenu suprugu. U objavi su korisnici pozvani da napišu „recept“ za idealnu suprugu, navodeći sopstvene „sastojke“, dok je primer Lagune uključivao osobine poput neustrašivosti, nezavisnosti, odvažnosti, ali i požrtvovanosti za porodicu –

što je ukazivalo na očekivanja od žene da bude savršena u svim ulogama. Nagrade su bile simbolične (špagete, začini, kozmetika), ali je objava doživljena kao neukusna i retrogradna, jer je smatrano da je zanemarila kritički ton same knjige i feminističku poruku koju autorka prenosi.

Ubrzo nakon kritika korisnika, Laguna se oglasila saopštenjem u kojem je pokušala da objasni da je roman zapravo kritika tradicionalnog modela žene i da naslov treba razumeti ironično⁴⁸. Međutim, način na koji je promotivna kampanja bila osmišljena nije odražavao takav ton. Ubrzo se javila i sama autorka romana, Karma Braun, istakavši da nije bila konsultovana oko marketinške kampanje i da se ne slaže sa porukama koje su plasirane⁴⁹. Nakon njenog reagovanja, Laguna se dodatno izvinila.

Ovaj slučaj jasno pokazuje kako čak i sadržaj sa feminističkom porukom može biti kompromitovan ukoliko promotivne aktivnosti ne vode računa o rodnoj osetljivosti. Umesto da podrže emancipatorske poruke, marketinške strategije neretko padaju u zamku reprodukcije stereotipa koje same knjige ili autori zapravo kritikuju.

Fenomen koji se često uočava u oglašavanju je i povezivanje žena sa automobilima, koje se često oslanja na stereotipe i prikazuje ženu kao "dodatak" automobilu. Zato ni ne treba da čudi što su ovakvi primeri često istraživani u etici oglašavanja. Analiza Namarte Sandu pokazala je da je "veća rodna neuravnoteženost u reklamama za automobile nego u ostalim vrstama reklama" (Sandhu, 2019: 1).

Drugi primer dolazi iz oblasti komercijalnog oglašavanja. Reklama za automobilske gume „Sava“ iz 2001. godine, koja se našla na bilbordima u Beogradu, prikazivala je ženu u donjem vešu u špagi uz slogan „Prilagodljiva svakoj podlozi“. Guma je bila vizuelno skrajnuta i neupadljiva, dok je žensko telo bilo u centru poruke. Ova kampanja je naišla na osude zbog objektivizacije žene i korišćenja seksualizovanog ženskog tela kao sredstva privlačenja pažnje, potpuno nevezano za sam proizvod.

Osim sadržaja kojima se kritikuju rodno diskriminatorne reklame, objavljuvani su i tekstovi kojima se ukazuje na diskriminatorne odnose

⁴⁸ [Instagram nalog izdavačke kuće "Laguna"; objavljeno: 31. januara 2022. godine](#)

⁴⁹ [Instagram nalog Karma Braun; objavljeno: 1. februara 2022. godine](#)

kompanija prema ženama koje učestvuju u reklamama. Primer za to je kolumna, objavljena u Njujork Tajmsu, u kojoj se višestruka olimpijska i svetska šampionka Alison Feliks opisuje kako joj je kompanija Nike nudila 70 odsto manje novca za reklame u toku trudnoće. Čelni ljudi u Nike-u su, kako je navela Feliks u kolumni, ovu odluku obrazložili time da "niko ne može garantovati da će nakon trudnoće postizati iste uspehe". Mesec dana nakon što je Njujork Tajms objavio ovu kolumnu, Nike je, kako su ljudi iz ove kompanije naveli za CNN, promenio politiku prema porodijskom odsustvu žena. One će, prema novoj politici, imati garanciju isplate punog honorara i dodatnih bonusa 18 meseci oko trudnoće.

Ipak, oglašavanje nekada može biti izvor razumevanja i podstaći rodnu ravnopravnost, što medijima značajno olakšava prenošenje oglasnih poruka. Primer je reklama za Plazmu objavljena za Osmi mart 2021. godine. "Kao što je Plazma keks teško podeliti na jednake polovine, tako je i jednakost ideja koju nije lako ostvariti. Brigu o deci na sebe preuzima 87 odsto žena, u ruralnim sredinama kućne poslove obavlja 84 odsto žena, na rukovodećim pozicijama u Srbiji je 32 odsto žena. Čak 55 odsto žena smatra da nisu ostvarile pun potencijal u karijeri zbog nedostatka podrške. U borbi za jednakost možemo pobediti samo ako učestvujemo jednako i zajedno. Jednakost dolazi iz kuće. Plazma", poručeno je u reklamni koju je kompanija "Bambi" objavila za Međunarodni dan žena. Iznetom statistikom ukazali su na nejednakost muškaraca i žena, kao i da od kuće polazi razumevanje. Time su poručili da je društvo u kome postoji rodna ravnopravnost bolje i za muškarce.

Reklama koja pak motiviše ženski je ona kojom brend Sport England ohrabruje devojčice i žene da se bave sportom bez straha od osude. "Ova devojka može" i "Ne dozvoljavam da me prepreke uspore", poruke su ove reklame. Njihovo istraživanje je, kako su naveli, pokazalo da žene izbegavaju da se bave sportom zbog straha od osude kako će to izgledati. Razlog za to je dominantno viđenje da žene moraju biti lepe i dok se bave sportom, ali i to da će u sportu svakako biti manje uspešne od muškaraca. Reklama, kako navode u GCSE Studies programu, osporava stereotype i žene predstavlja iz pozitivne perspektive - kao nezavisnu, samouverenu i srećnu (GCSE Media Studies, 2016: 3).

"Jasno je fokusirana na lice žena, koje izražava uživanje i zabavu. Odabirom takve slike, autorke i autori kampanje nastoje da ospore seksizam i mušku

dominaciju u sportu. Procesi selekcije i produkcije pažljivo su osmišljeni. Ova reklama, kao i ostale u kampanji, ima određenu sirovost, fokusirajući se na stvarne žene", piše u GCSE izveštaju (GCSE Media Studies, 2016: 3).

7. Veštačka inteligencija i rodno odgovorno izveštavanje

Veštačka inteligencija (VI) promenila je DNK medija. Mnoge stvari koje smo gledali u naučno-fantastičnim filmovima i distopijskim romanima naša su realnost, posebno kada imamo u vidu generativne modele, koji su obučeni na velikim skupovima podataka, kako bi prepoznali obrasce i generisali novi sadržaj (Baidoo-Anu& Owusu Ansah, 2023: 5-7).

Novinari ih sve češće koriste za kreiranje tekstualnih sažetaka i inovativnih medijskih formi, generisanje ideja, ali i kreiranje fotografija i video sadržaja.



Kako da AI bude asistent koji rešava probleme, a ne kolega koji ih pravi

Foto: UNS/ Gemini & Canva

Svaki od generativnih VI modela pohranjen je velikim skupovima podataka, a fotografije i literatura koje ovi modeli koriste mogu biti prožeti brojnim rodnim stereotipima.

Nedavno su pristrasnosti i stereotipi postali predmet žustrih rasprava i u zajednici za mašinsko učenje. Istraživači i programeri postaju sve više svesni činjenice da su neke pristrasnosti, poput rodnih i rasnih, duboko ukorenjene u algoritmima na koje se oslanjaju neke aplikacije veštačke inteligencije” (Marinucci et. AI, 2022: 1).

Zbog toga je važno da podacima koje dobijaju od generativnih modela pristupe sa novinarskom pažnjom i da svaki od njih prođe kroz višestruku redakcijsku proveru, kako bi se uklonili svi mogući stereotipi.

Kada se razmatra negativan uticaj VI alata nemoguće je ne pomenuti dipfejk, koji se definiše kao “ proizvod primene veštačke inteligencije (VI) koja spaja, kombinuje, zamenjuje i postavlja slike i video isečke kako bi se stvorili lažni video zapisi koji izgledaju autentično”(Westerlund, 2019: 1). Na taj način kompjuterski generisane kopije odaju utisak određene osobe, pa deluje da ona radi nešto ili govori iako to nije slučaj. Mnoge žene bile su meta dipfejka, često kroz dipfejk pornografiju, odnosno, lažne vulgarizovane prikaze koji se šire medijima i socijalnim platformama.

Oni koji kreiraju dipfejk pornografski sadržaj kojim bi diskreditovali žene “koriste slike preuzete sa društvenih mreža kako bi konstruisali – ili naručili izradu – pornografskog videa u kojem se pojavljuje bilo koja žena koja je delila svoje fotografije na internetu. Iako ova tehnologija deluje dovoljno složeno da bi pripadala holivudskim produkcijama, ona brzo postaje besplatna i laka za korišćenje” (Pechenik Gieseke , 2020: 3).

Zbog toga se u Pariskoj povelji, koju su objavili “Reporter bez granica”, navodi da treba izbegavati primenu svakog sadržaja kojim se lažno predstavljaju stvarni pojedinci, a posebno u sredstvima javnog informisanja (Paris Chapter, 2023: 1). Objavljivanje ovakvog sadržaja je, sudeći po ovoj smernici, nepreporučljivo čak i ako se naznači da je u pitanju dipfejk.

S druge strane, novinarima je, prema Pariskoj povelji, dozvoljeno objavljivanje sadržaja VI sadržaja koji nema veze sa dipfejkom, ali pod tačno uređenim uslovima. Ovi uslovi podrazumevaju da se svakog puta sintetički sadržaj, nastao putem veštačke inteligencije, jasno odvoji od autentičnog (Paris Chapter, 2023: 1).

Transparentna i odgovorna primena veštačke inteligencije jedna je od profesionalnih normi koje su deo i Kodeksa novinara i novinarki Srbije, u kome se navodi da je novinar dužan da naznači kada koristi AI, a da urednici za taj sadržaj snose odgovornost kao i za svaki drugi (Kodeks novinara i novinarki Srbije, 2023: poglavlje Odgovornost novinara)

8. Izveštavanje o nasilju prema ženama

Prema globalnoj studiji, gotovo jedna od tri žene na svetu doživela je fizičko ili seksualno nasilje tokom svog života (WHO, 2021). Tema rodno zasnovanog nasilja zanemarena je u medijima, dok način na koji mediji izveštavaju o ovom problemu često nije u skladu sa profesionalnim i etičkim standardima.

To potvrđuje i [Analiza izveštavanja o nasilju nad ženama](#) Regulatornog tela za elektronske medije u kome je poređen program javnog servisa - Radio-televizije Srbije i Prve televizije, koja ima dozvolu za nacionalnu pokrivenost. Na obe televizije su u periodu od januara do aprila 2019. godine zabeležena ukupno 84 priloga o nasilju prema ženama - od kojih je 69 bilo emitovano na TV Prva, a 15 na RTS-u (REM, 2019: 6).

Iako je Prva televizija u većoj meri izveštavala o nasilju prema ženama, ova televizija koristila je i više senzacionalističkih elemenata. Ovi elementi bili su svakako prisutni na programima obe televizije i doprinosili su dramatičnosti događaja, kako bi obezbedili televizijama veću gledanost. U pitanju su bili elementi poput "krupnog plana, zumiranja, tužne muzike i jezičkih elemenata" (REM, 2019:17).

Ovi jezički elementi koji senzacionalistički opisuju nasilje prisutni su u štampanim i onlajn medijima, a kao takvi relativizuju nasilje i zanemaruju suštinske probleme koji su doveli do zločina.

"Kulturne reprezentacije nasilja nad ženama često su mistifikovane i erotizovane. One često prikrivaju i umanjuju značaj nasilja, čineći ga društvenom normom"(Chhabra et. al, 2020: 1).

Mistifikacija se odnosi na zagonetno prikazivanje nasilja koje može čak implicirati da se ono nije ni desilo, dok erotizacija podrazumeva korišćenje seksualizovanih narativa kojima se zločin ne osuđuje.

Loše prakse izveštavanja o nasilju prema ženama

U smernicama Agencije za audio i audiovizuelne medijske usluge o praćenju primene standarda izveštavanja u slučajevima rodno zasnovanog nasilja u medijima, koja je nastala u okviru inicijative „Sloboda

izražavanja i sloboda medija u Severnoj Makedoniji“ navedene su loše prakse izveštavanja o nasilju prema ženama.

U pitanju su:

1. “Nedostatak izveštavanja o društvenom kontekstu u kojem muškarci vrše nasilje nad ženama i decom.
2. Održavanje mitova, pogrešnih prikaza i stereotipa.
3. Prebacivanje krivice i odgovornosti na žrtve-preživjele.
4. Ograničen broj „stručnih“ glasova, uglavnom iz redova organa za sprovođenje zakona.
5. Ograničena osetljivost i znanje o uticaju, šteti i posledicama nasilja na žrtve i zajednice” (Sarikakis, 2022: 19).

U [Smernicama Agencije za audio i audiovizuelne medijske usluge Severne Makedonije o praćenju primene standarda izveštavanja u slučajevima rodno zasnovanog nasilja u medijima](#) navodi se da mediji imaju ključnu ulogu u borbi protiv nasilja prema ženama, te da je neophodno pratiti smernice koje će povećati broj primera dobre prakse i podići kvalitet javne rasprave. Tako autorka priručnika Katarine Sarikakis preporučuje novinarkama i novinarima da prilikom izveštavanja o rodno zasnovanom nasilju prikazuju celokupnu sliku nasilja, uključujući njihove uzroke i posledice, kao i da kritički analiziraju odgovornost institucija. Bitno je razbiti jedan po jedan od mitova o rodno zasnovanom nasilju i omogućiti da se glas žena čuje u javnom diskursu (Sarikakis, 2022: 23-24).

Poštovanje dostojanstva žrtava rodno zasnovanog nasilja, sudeći po sadržaju Kodeksa novinara i novinarki Srbije, predstavlja važan preduslov koji novinarke i novinari moraju ispuniti kako bi mogli tvrditi da izveštavaju rodno odgovorno.

“Novinari/novinarke su dužni/dužne da poštuju i štite prava i dostojanstvo dece, žrtava zločina, osoba sa invaliditetom i drugih osetljivih grupa, piše u Kodeksu (Kodeks novinara i novinarki Srbije: Poštovanje dostojanstva)

Ipak, kako navodi Sarikakis, neophodno je u medijskom izveštavanju koristiti tačnu terminologiju (silovanje, seksualno nasilje, nasilje partnera), kako javnost ne bi bila u zabludi, ali i kako bi se zaštitio integritet žrtava.

To što se femicid, žrtve i počinioci ne nazivaju pravim imenom u medijima odražavaju nerazumevanje ovog problema u društvu. Načini na koje se predstavljaju femicid, žrtve i počinioci doprinosi daljem shvatanju femicida kao "izdvojenog slučaja nasilja, koji počinjavaju monstruozne individue koje su van društvenih normi i obzira ili osobe koje su bile navedene objektivnim okolnostima ili žrtvinim ponašanjem da taj čin počine" (Salkanović, 2025: 106).

Kako je već napomenuto, prilikom izveštavanja o nasilju prema ženama, u medijima se retko sagledava širi kontekst, pa je preporuka za novinarke i novinare da ne posmatraju ove slučajeve kao izolovane. Bitno je uključiti i sagovornike izvan pravosuđa, ali analizirati i institucionalnu neefikasnost, nedostatak podrške ženama i stigmatizaciju (Sarikakis, 2022: 23-24).

S obzirom na to da su žrtve često diskriminatorno predstavljene, novinari moraju izbegavati stereotipe u vezi sa etnicitetom, rasom, klasom i drugim stvarima koje određuju ličnost žrtve.

Urednicima i urednicama se preporučuje da razgovor sa ženom koja je pretrpela nasilje povere novinarkama koje imaju neophodna znanja o ovoj temi. Da bi novinarke i novinari bili u mogućnosti da profesionalno izveštavaju o nasilju prema ženama - preporuka urednicama i urednicima je "da podstiču novinarke i novinare da prisustvuju edukacijama i da ih upućuju na priručnike, preporuke i smernice o medijski odgovornom izveštavanju o seksizmu, diskriminaciji i nasilju prema ženama, kao i da ih upućuju na kolegice i kolege koji imaju iskustva u vezi s tim i koji etički izveštavaju o ovoj temi" (Gligorijević et. al, 2021: 9).

Ovo je samo jedna od smernica u okviru [Smernica za medijsko izveštavanje o nasilju prema ženama](#) koje preporučuje grupa "Novinarke protiv nasilja", koju čini više od 70 novinarki i urednica medija, a koja je nastala zahvaljujući UNDP Srbija i Fondu B92. Ova grupa formirana je 2017. godine, sa ciljem uspostavljanja mreže koja bi zajedničkim medijskim delovanjem doprinela borbi protiv nasilja prema ženama. "Novinarke protiv nasilja" se, kako piše na njihovom zvaničnom sajtu, zalažu da "u

medijskim izveštajima o nasilju prema ženama govore kao o društvenom problemu, da ukazuju na njegove uzroke, jasno osuđuju svaki oblik nasilja, i pozivaju na odgovornost počiniocice i institucije nadležne za zaštitu od nasilja”.⁵⁰

Urednicima i urednicama “Novinarke protiv nasilja” preporučuju da, kada izveštavaju o slučaju nasilja prema ženi, događaj isprate od početka do kraja - imajući u vidu sve posledice i uzroke. Međutim, dok je postupak u toku, kako su dodale, identitet žrtve i onog ko je mogući počinitelj ne bi smeli otkrivati, a u ovim slučajevima bi trebalo poštovati i pravilo pretpostavke nevinosti.

Medijski sadržaji ne smeju “sadržati detalje čina nasilja/ubistva ili izjave sagovornika/sagovornica, koji su irelevantni za sam čin.

“Stereotipno prikazivanje preživele/žrtve nasilja podrazumeva da je ona uplakana, potresena, sa vidljivim fizičkim posledicama nasilja – ovo često ne mora da bude slučaj, pogotovo kada govorimo o psihološkom, ekonomskom ili seksualnom nasilju, što stvara iluziju da svaka žena na isti način reaguje i nosi se sa nasiljem” (Gligorijević et. al, 2021: 14).

I u štampanim i u onlajn medijima trebalo bi voditi računa o vizuelnom opremanju tekstova.

Stoga, kako pišu Novinarke protiv nasilja, prilikom izveštavanja “ne bi trebalo koristiti fotografije i video-priloge koji prikazuju žene u modricama – kako zbog retraumatizacije, tako i zbog činjenice da se na taj način stvara profil preživele/žrtve koja je uvek fizički povređena, što umanjuje svest o psihičkom, seksualnom i ekonomskom nasilju” (Gligorijević et. al, 2021: 18).

Čak i ako su montirane ili fotografije nastale veštačkom inteligencijom, ne bi trebalo koristiti fotografije u kojima su nasilnik i žrtva jedno pored drugog. Ovakav postupak mogao bi, kako su navele Novinarke protiv nasilja, dodatno traumatizovati preživele žrtve, ali i njihovu porodicu (Gligorijević et. al, 2021: 18).

8.1. Primeri neetičkog izveštavanja o nasilju prema ženama

Slučaj , koji je, kako je navedeno u Izveštaju o monitoringu Saveta za štampu iz 2016. godine, postao primer drastičnog kršenja profesionalnih standarda u novinarskom izveštavanju je ubistvo pevačice Jelene Marjanović. Telo Jelene Marjanović pronađeno je u naselju Crvenka 2. aprila 2016. godine. Za teško ubistvo Jelene Marjanović je, kako je preneto na portalu Radio-televizije Srbije (RTS), prvostepeno osuđen njen suprug Zoran Marjanović, ali je krajem 2023. godine Apelacioni sud u Beogradu ukinuo ovu presudu i naložio da se suđenje ponovi⁵¹.

Od 2016. godine, kada se dogodilo ubistvo, do ukidanja presude, u medijima su objavljivani izveštaji kojima je zanemareno dostojanstvo žrtve, a to je potvrdio i Izveštaj o monitoringu Saveta za štampu iz 2016. godine. U ovom izveštaju Savet za štampu naveo je da su mediji uporno izveštavali o ovom slučaju u toku 2016. godine, a da je "u gotovo svim tekstovima prekršena bar jedna odredba Kodeksa"⁵².

U ovom Izveštaju izdvajaju se tekstovi objavljeni u tabloidima "Alo"⁵³ i "Kurir" koji su navedeni kao drastični sličajevi prekršaja Kodeksa,⁵⁴ Ipak, sadržaj na koji je reagovao Upravni odbor ovog samoregulatornog tela objavljen je u "Srpskom telegrafu"⁵⁵. Na naslovnoj strani ovog lista objavljene su uznemirujuće fotografije sa mesta ubistva Jelene Marjanović. Upravni odbor Saveta za štampu naveo je da "ovakvo, krajnje neprimereno, neetičko i senzacionalističko 'izveštavanje', ne samo da ni na koji način ne doprinosi boljem infomisanju javnosti, što je osnovni zadatak medija, već nanosi štetu, kako ljudima o kojima se izveštava, tako i čitavoj novinarskoj profesiji i javnom interesu"⁵⁶.

[RTS; objavljeno: 23. decembra 2023. godine](#)

⁵² ; [Izveštaj o monitoringu Saveta za štampu iz 2016. godine](#), strana 6

⁵³ Isto, strana 4

⁵⁴ Isto, strana 7

⁵⁵ [Objavljeno:](#)

[Savet za štampu; objavljeno: 5. juna 2018. godine](#)

Ovog stava bilo je i Udruženje novinara Srbije (UNS), koje je u saopštenju⁵⁷ navelo da su ovakvim sadržajem prekršeni Zakon o javnom informisanju i medijima i Kodeks novinara Srbije. Konkretnije, UNS je naveo da je prekršen Član 70 tadašnjeg Zakona o javnom informisanju i medijima, u kome se navodi da se „prikazom ili opisom scene nasilja u mediju ili medijskom sadržaju ne sme se povrediti dostojanstvo žrtve nasilja“ (Zakon o javnom informisanju i medijima, 2016: Član 70).

U Global Media Monitoring Projectu kao negativan primer izveštavanja o rodnoj ravnopravnosti naveden je tekst o ženi iz Ugande koja je sa 13 godina „prodata 27 godina starijem mužu“. U tekstu, objavljenom u listu Blic, navedeni su oblici zlostavljanja i poniženja koja svakodnevno trpi, a o tome se izveštava senzacionalistički i bez empatije. Ova priča ne analizira oblike nasilja prema ženama, a ne prikazuje ni sistemske probleme u vezi sa nasiljem u Ugandi. Ponašanje njenog supruga nije problematizovano, već je slučaj nasilja prikazan kao „zanimljiva priča o ženi koja ima trideset osmoro dece i koja je trpela nasilje“ (Global Media Monitoring Project). Istinitoj priči pristupa se kao fikciji, a ne informacije o društvenom kontekstu. Tekst odražava mitove, a nema ni stručnih glasova, kao ni osetljivosti i znanja o posledicama nasilja za život ove žene.

9. Preporuke za rodno odgovorno izveštavanje

Radi sumiranja svega navedenog u Vodiču za rodno odgovorno izveštavanje, u nastavku je taksativno naveden niz preporuka koje bi omogućile da novinarki i novinari o rodno osetljivim temama izveštavaju u skladu sa profesionalnim i etičkim standardima:

⁵⁷ [UNS; objavljeno: 5. juna 2018. godine](#)

9.1. Izbegavanje stereoptipa

1. Obezbediti ženama i muškarcima uravnoteženu zastupljenost u pričama - Ova preporuka je posebno važna zbog nalaza GMMP-a, prema kome su žene kao tema ili sagovornice prisutne u 20 odsto medijskog prostora. Zato se novinarkama i novinarima preporučuje da kao izvore informacija kontaktiraju i muškarce i žene, kao i da bez obzira na to koja je tema u pitanju, vode računa da broj ženskih i muških sagovornika bude izbalansiran.

2. Izveštavati o temama koji razbijaju rodne stereotipe - ovakvo izveštavanje podrazumeva razbijanje ukorenjenih obrazaca u shvatanju ženske uloge u društvu. Tako se preporučuje da žene u većoj meri budu predstavljene u ulogama koje su bile dominantno muške (na primer - izveštavati u većoj meri o ženama u sportu, o inženjerkama i slično)

3. Proveravati sadržaj koji je generisala veštačka inteligencija - budući da su generativni AI alati pohranjeni velikim skupovima podataka, kako bi generisali sadržaj, svaki od tih podataka može odražavati neki stereotip. Poželjno je zato da novinarke i novinari proveravaju da li su podaci koje daju AI alati stereotipni, kao i da se trude da te stereotipe ne reflektuju na objavljeni medijski sadržaj.

9.2. Izveštavanje o žrtvama nasilja

4. Pristupati izveštavanju o rodno zasnovanom nasilju sa empatijom - prilikom izveštavanja o rodno zasnovanom nasilju, novinarkama i novinarima se preporučuje da izveštavaju u duhu empatije i da izbegavaju senzacionalističke opise.

5. Posmatrati širi kontekst i fokusirati se na sistemska pitanja - Kada je reč o rodno zasnovanom nasilju, preporuka novinarkama i novinarima je da slučajeve ne posmatraju izolovano, već da sagledavaju širi društveni kontekst i sistemske probleme koji su takođe važni uzročnici ovih pojava.

6. Odgovorno vizuelno opremanje sadržaja - preporuka je da izbegavaju fotografije (VI, montirane ili realne) na kojima se na bilo koji

način istovremeno prikazuju žrtva i nasilnik. Ovakvi vizuelni prikazi mogu dodatno traumatizovati preživjele žrtve, pa ih ne treba koristiti. Medijima se preporučuje da izbegavaju senzacionalističke elemente poput tužne ili dramatične muzike, krupnih kadrova žrtve, senzacionalističkih opisa scena.

7. Ne dovoditi u pitanje reakciju žrtve - preporuka novinarkama i novinarima je da ne ispituju reakciju žrtve, jer su situacije rodno zasnovanog nasilja nepredvidive i specifične. Nedopustivo je da novinarke i novinari implicitno ili eksplicitno ukazuju na to da je žrtva mogla biti uzrok nasilja.

8. Poštovati privatnost uz osiguravanje odgovornosti - Novinari moraju voditi računa o tome da svojim izveštavanjem štite privatnost žrtava i potencijalnih počinilaca, te da ni na koji način ne otkrivaju njihov identitet. Ipak, potrebno je da ukažu na odgovornost počinilaca, institucija koje je trebalo da zaštite žrtvu, kao i da ukažu na javni interes date teme.

9. Poštovati pretpostavku nevinosti - Niko nije kriv dok sud to ne odluči. Zbog toga je preporuka novinarima da za osumnjičene ili okrivljene ne koriste opise poput *ubica*, *nasilnik*, *monstrum*, *zlostavljač* i slično.

10. Ne viktimizovati dodatno žrtve - Preporuka je da novinari o žrtvama rodno zasnovanog nasilja ne izveštavaju koristeći isključivo sažaljiv prizvuk, već ističući njihovu jačinu i moguće iskorake ka suzbijanju nasilja kao sistemskog problema.

11. Edukacija o rodno osetljivim temama - Novinarkama i novinarima preporučuje se da pohađaju što više obuka o rodno osetljivom izveštavanju, posebno kada je u pitanju izveštavanje o žrtvama nasilja. Urednici i urednice imaju odgovornost da motivišu što više članica i članova redakcije za pohađanje ovakvih radionica, ali da ove obuke pohađaju i sami/e.

9.3. Rodno osetljiv jezik

12. Koristiti rodno diferenciran jezik za sva zanimanja za koja je to moguće - rodno diferenciran jezik podrazumeva da se gramatički rod prilikom označavanja zanimanja preklapa sa prirodnim. To podrazumeva korišćenje sufiksa -ca, -ica, -ka, -kinja.

13. **Pitati struku** - Kada su u pitanju imenice koje istovremeno imaju muški i ženski rod (poput imenice sudija), ali i druge imenice kod kojih upotreba ženskog gramatičkog roda nije ustaljena u medijima i poslu koji obavljaju, preporuka je da novinarke i novinari za mišljenje pitaju predstavnice struke.

14. **Izbegavati termine kojima se ističe bračni status žene** - novinarkama i novinarima se preporučuje da izbegavaju upotrebu termina gospođa i gospođica za označavanje bračnog statusa. Poželjno je da sve žene, kada im se obraćaju sa poštovanjem, nazivaju *gospođa*. Preporuka je da novinarke i novinari izbegavaju predstavljanje u kome čoveka predstavljaju imenom i prezimenom, a ženu samo prezimenom, ističući da je njegova supruga.

15. **Izbegavati rodne stereotipne i omalovažavajuće izraze** - izbegavati izraze poput "lepa voditeljka", "slabijeg pola", ili "iako žena, uspešna u svom poslu", čak i u šali.

16. **Ne menjati imena nagrada** - kada su u pitanju nagrade koje godinama nose isti naziv, njihovo ime ne treba menjati jer se time dodatno degradiraju žene koje su njihove dobitnice (npr. Orden viteza).

10. Literatura

A Handbook on Gender Equality Best Practices in European Journalists' Unions. (2014). European Federation of Journalists/ International Federation of Journalists.

Adcock, C. (2010). The politician, the wife, the citizen, and her newspaper: Rethinking women, democracy, and media (ted) representation. *Feminist Media Studies*, 10(2), 135-159.

Alasgarli M.& Surčulija Milojević J. (2019). Gender Equality and the Media: Guide for News Producers in Azerbaijan. Council of Europe

Analiza izveštavanja o nasilju nad ženama – RTS 1 i TV Prva. (2019). Regulatorno telo za elektronske medije (REM).

Andy Murrey corrects journalist for overlooking female players. (2017). *The Guardian*.

Baidoo-Anu, D., & Ansah, L. O. (2023). Education in the era of generative artificial intelligence (AI): Understanding the potential benefits of ChatGPT in promoting teaching and learning. *Journal of AI*, 7(1), 52-62.

Chhabra, M., Fiore, L. B., & Pérez-Villanueva, S. (2020). Violence against women: representations, interpretations, and education. *Violence against women*, 26(14), 1743-1750.

Cvetinčanin, Knežević H. & Lalatović, L. (2019). Priručnik za rodno osetljivo izveštavanje u medijima. UN Women. Koordinaciono telo za rodnu ravnopravnost Vlade Republike Srbije

Elliott, K. (2018). Challenging toxic masculinity in schools and society. *On the Horizon*, 26(1), 17-22.

Evropska konvencija o ljudskim pravima (1950), Savet Evrope.

Fiske, S. T. (1998). Stereotyping, prejudice, and discrimination.

GCSE - Set Product Fact Sheet - This girl can advert. (2016). GCSE Media Studies

Gligorijević, J., Pavlović, S., Cvetičanin Knežević, H. (2021). Program Ujedinjenih nacija za razvoj.

Global Charter of Ethics for Journalists. (2019). Tunisia.

Global Media Monitoring Project. (2020). Who makes the news?

Guidelines for a journalism sensitive to diversity, equity and inclusion. (2025). International Federation of Journalists (IFJ).

Guidelines of the Agency for Audio and Audiovisual Media Services on monitoring of the application of reporting standards in gender-based violence cases in the media. (2021)

Hall, S. (1997). The spectacle of the other. Representation: Cultural representations and signifying practices, 7, 223-290.

Harrington, C. (2021). What is "toxic masculinity" and why does it matter?. Men and masculinities, 24(2), 345-352.

Istanbulska konvencija. 2011. Savet Evrope.

Kanter, R. M. (1977). Men and women of the corporation. New York: Basic Books.

Kodeks novinara i novinarki Srbije. (2025). Savet za štampu.

Konvencija o ukidanju svih oblika diskriminacije žena (CEDAW). (1979). Ujedinjene nacije.

Lippmann, W. (1965). Public opinion. 1922. URL: <http://infomotions.com/etexts/gutenberg/dirs/etext04/pbp nn10. htm>.

Loeffelholz, M. (2008). Anthology Form and the Field of Nineteenth-Century American Poetry: The Civil War Sequences of Lowell, Longfellow, and Whittier. ESQ: A Journal of the American Renaissance, 54(1), 217-240.

Marinucci, L., Mazzuca, C., & Gangemi, A. (2023). Exposing implicit biases and stereotypes in human and artificial intelligence: state of the art and challenges with a focus on gender. *AI & SOCIETY*, 38(2), 747-761.

Matović, M. (2013). Rodna dimenzija novinarske profesije u Srbiji. *Genero: časopis za feminističku teoriju i studije kulture*, (17), 97-118.

Milivojević, S. (2021). Rodna struktura direktorskih i uredničkih pozicija u informativnim medijima. *OSCE*

Novinarke protiv nasilja. (2019). Izveštavanje o nasilju prema ženama. *UNDP*.

Pekinška deklaracija. (1995). Ujedinjene nacije.

Preporuka br. (84) 17 Komiteta ministara Saveta Evrope „O ravnopravnosti žena i muškaraca u medijima“. (1984). Savet Evrope.

Preporuka br. 1555 (2002) Parlamentarne skupštine Saveta Evrope: Prikazivanje žene u medijima. (2002). Savet Evrope.

Preporuka br. Rec (2003) 13 o balansiranom učešću žena i muškaraca u političkom i javnom donošenju odluka. (2003). Savet Evrope.

Preporuke Komiteta Ministara br. (2007) 2 o medijskom pluralizmu i raznolikosti medijskog sadržaja i br. (2007) 3 o obavezama javnih medijskih servisa u informacionom društvu. (2007). Savet Evrope.

Preporuka br. (2007) 17 Komiteta ministara Saveta Evrope o standardima i mehanizmima rodne ravnopravnosti. (2007). Savet Evrope.

Rezolucija Parlamentarne skupštine br. 1557 (2007) i Preporuka Parlamentarne skupštine Saveta Evrope br. 1799 (2007) o „Prikazivanje žena u oglašavanju“. (2007). Savet Evrope.

Rod i rodna ravnopravnost u cyber prostoru. (2025). Dobra knjiga

Ross, B. (2011). Artisanal mining in Namibia—Understanding the cycle of poverty and the impact of selling collector minerals in the local marketplace. The University of Arizona.

Sapir, E. (1921). *Language: An Introduction to the Study of Speech*. NEW YORK: HARCOURT, BRACE

Posetti, J., Maynard, D., Bontcheva, K., & Aboulez, N. (2021). *Maria Ressa: Fighting an Onslaught of Online Violence*. International Center for Journalists (ICFJ)

Preporuke o medijskom izveštavanju o rodnom nasilju. (2018). Mediterranean Network of Regulatory Authorities (MNRA).

Sarikakis, K. (2021). *Guidelines of the Agency for Audio and Audiovisual Media Services on monitoring of the application of reporting standards in gender-based violence cases in the media*. Council of Europe

Savić, S & Stevanović M. (2020). *Vodič za upotrebu rodno osetljivog jezika u javnoj upravi u Srbiji*. OSCE.

Smernice za profesionalno izveštavanje. (2022). Savet za štampu.

Surčulija Milojević Jelena. (2016). *Dozvoljenost ograničenja slobode izražavanja u skladu sa evropskim instrumentima i medijskim zakonodavstvom Republike Srbije*, Doktorska disertacija, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd

Uputstva za standardizovani nediskriminativni govor i ponašanje. (2010). Rodna ravnopravnost. Zaštitnik građana, Ombudsman.

World Health Organization. (2021). *Violence against women prevalence estimates, 2018: Global, regional and national prevalence estimates for intimate partner violence against women and global and regional prevalence estimates for non-partner sexual violence against women*. Geneva: World Health Organization.

Gieseke, A. P. (2020). "The New Weapon of Choice": Law's Current Inability to Properly Address Deepfake Pornography. *Vanderbilt Law Review*, 73(5), 1479–1515.

Zakon o javnom informisanju i medijima, „Sl. glasnik RS“, br. 92/2023 i 51/2025).

Zakon o oglašavanju, „Sl. glasnik RS“, br. 6/2016 i 52/2019 – dr. zakon.

Zakon o rodnoj ravnopravnosti, „Sl. glasnik RS“, br. 52/2021).

Zakon o zabrani diskriminacije, „Sl. glasnik RS“, br. 22/2009 i 52/2021).

Ovaj Vodič pripremljen uz finansijsku podršku Evropske unije i Saveta Evrope u okviru programa Horizontal Facility za Zapadni Balkan i Tursku. Sadržaj je isključiva odgovornost autora/autorke i ne predstavlja nužno zvanične stavove Evropske unije ni Saveta Evrope.

Projekat „Zaštita slobode izražavanja i medija u Srbiji (PROFLEX)“ omogućava institucijama korisnicima i organizacijama civilnog društva u Srbiji da napreduju ka ispunjavanju svojih reformskih agendi u oblasti slobode izražavanja i slobode medija, u skladu sa evropskim standardima. Cilj projekta je da doprinese unapređenom okruženju za realizaciju prava na slobodu izražavanja, posebno od strane novinara i medijskih aktera, u pluralističijem i bezbednijem medijskom okruženju, i u skladu sa standardima koji su postavljeni u skladu sa članom 10 Evropske konvencije o ljudskim pravima.

SRP

Zemlje članice Evropske unije su odlučile da udruže svoja znanja, resurse i sudbine. Zajedno su izgradile stabilno okruženje, demokratiju i održivi razvoj zadržavajući kulturnu raznolikost, toleranciju i individualne slobode. Evropska unija je posvećena deljenju svojih dostignuća i vrednosti sa zemljama i narodima van svojih granica.

www.europa.eu

Savet Evrope je vodeća organizacija za ljudska prava na kontinentu. Obuhvata 46 država, uključujući sve članice Evropske unije. Sve države članice Saveta Evrope potpisale su Evropsku konvenciju o ljudskim pravima, sporazum čiji je cilj zaštita ljudskih prava, demokratije i vladavine prava. Evropski sud za ljudska prava nadgleda primenu Konvencije u državama članicama.

www.coe.int

Sufinansira
Evropska unija



EVROPSKA UNIJA

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

Sufinansira i sprovodi
Savet Evrope