



**Јавност.**

Центар за нови политики  
и слобода на медиуми

**FRIEDRICH  
EBERT  
STIFTUNG**

# **ПОРТРЕТИРАЊЕ НА ЖЕНАТА ВО МАКЕДОНСКИТЕ МЕДИУМИ:**

## **РОДОВАТА ЕДНАКВОСТ – КЛИШЕ, ТРАДИЦИЈА ИЛИ ДЕМОКРАТСКО ПРАВО?**





**ПОРТРЕТИРАЊЕ НА ЖЕНАТА ВО МАКЕДОНСКИТЕ МЕДИУМИ:  
РОДОВАТА ЕДНАКВОСТ – КЛИШЕ, ТРАДИЦИЈА ИЛИ  
ДЕМОКРАТСКО ПРАВО?**

Автори:

**НИКИЦА КОРУБИН  
БРАНКО ТРИЧКОВСКИ  
ЉУБОМИР КОСТОВСКИ**

Скопје, септември 2014 г.



Издавач:  
Фондација „Фридрих Еберт“ - Канцеларија Скопје  
[www.fes.org.mk](http://www.fes.org.mk)

Лектор: Инда Костова Савиќ

Дизајн на корица: Контура ДОО

Печати: Контура ДОО

Тираж на изданието: 500

Copyright: Friedrich-Ebert-Stiftung

Печатените изданија на Фондацијата „Фридрих Еберт“ не смеат да се користат во комерцијални цели без претходно писмено одобрување од страна на истата.

**Искажаните ставови на експертите не мора да соодветствуваат на ставовите на Фондацијата „Фридрих Еберт“.**

## ВОВЕД

Една од главните задачи на медиумите е селектирање, дистрибуирање и насочување на информациите, што во некаква ентрописка фаза циркулираат околу нас, на тој начин овозможувајќи им на консументите полесно и поедноставно восприемање на реалноста. Сепак, медиумите не се само двонасочно огледало кон општеството, односно само селектиран одраз на реалноста околу нас. Напротив. Медиумите, најчесто, креираат слика која се прифаќа некритички и се сериозен фактор во создавањето на системот на вредности на една средина врз која влијаат. Со други зборови, медиумите по својата природа ја генерализираат, воопштуваат и упростуваат сликата на општеството, која потоа од самото општество се прифаќа и се следи како „нормална“ матрица на натамошното поведение.

Прашањето на претставувањето на жените во македонските медиуми не е никаков исклучок од општото правило на „упростување“ на севкупните општествени односи. И не само што не е исклучок, туку преку една анализа на ова прашање може лесно и недвојбено да се одреди круцијалната улога на медиумите во создавањето „пожелна“ слика за сите општествени, а особено за родовите улоги.

Опсервацијата на улогата на жената во општеството е императив на современиот свет. Подложена е на постојана анализа, инсистирајќи на родова еднаквост, што би подразбирало: еднакви права за половите, еднаков пристап до општествените текови,

еднакво право на работа и живот, еднакви обврски во секојдневниот живот, еднаквост на сите нивоа: политичко, економско, образовно, културно, спортско. Но, дали еднаквоста е императивот на феминизмот? И, дали тој сам по себе е контрадикторен и условен исклучително од демократското право на еднаквост. Дали доколку зборуваме за права на жената, треба да зборуваме и за права на мажот? Или, тоа се подразбира, па секако, машкиот пол го има приматот во светот. Дали родовата еднаквост, всушност, е борба за превласт под превезот на еднаквоста? И, дали родовата еднаквост е подеднакво иманентна на секое општество или само тоа треба да биде?

Во светот на медиумите, можеби најексплицитно ги гледаме нештата кои и онака ги живееме. Тие, медиумите, имаат одговорност заради влијанието што го имаат, но одговорноста е во вредноста што ја промовираат или реалноста што треба да ја прикажат. А, реалноста не е еднонасочна, па дури ни кога станува збор за жената во македонските медиуми. Таа природно е поврзана со: сензибилитетот на средината, историографијата, традицијата, навиките, востановените права и норми, но и правото на водење сопствен живот, по сопствени правила. За почеток, да видиме што вели историјата за улогата на жената во Македонија, воопштено на ниво на подлога, а селективно со желба за рамноправност на гледиштата, со можност за донесување на пореален заклучок.

## ЖЕНАТА ВО ИСТОРИЈАТА НА МАКЕДОНИЈА, ИЛИ ШТО Е ТОА ТРАДИЦИОНАЛЕН АСПЕКТ

Дилемата е секогаш отворена, колку историјата и културата на одредена територија може да влијае врз формирањето на свеста (и потсвеста) во однесувањето на човекот. Постојните обичаи и норми се наследни во мерка еднаква на важноста на традицијата во таа земја.

Современите општества го имаат механизмот на формирање на стандардизирани вредности преку образовниот систем, но сепак, традиционалните вредности се лесно пренослива категорија во кругот на семејството. Современите општества ја имаат и моќта на медиумите, кои можат во многу околности да ја надминат ефикасноста на „креирање“ вредности и ставови.

Но, дали медиумот ја црпи својата суштина од воспоставените, или од „вродените“ вредности? Медиумот е крајно влијателна форма на пренесување на порака, но пораката ја пренесува конкретна личност, креирајќи и дополнувајќи ја на начин кој ја прави „блиска“ со оној кој ја прима. Каква улога во сето ова има историјата и културата на оваа територија? Дали прашањето на улогата на жената во овој случај е пренесена меморија или е еднакво прилагодлива категорија, како и сè друго во општеството?

Улогата на жената во македонската историја и култура е специфична категорија. Зависно како сакаме да ја читаме историјата. Женскиот елемент е значително присутен, повеќе од стандардната дефиниција на македонското општество како конзервативно во релацијата маж -жена, или обратно. Женскиот елемент е присутен на симболично ниво, на реално ниво, но и на практично ниво, изразено преку индивидуи кои се наметнуваат како такви. Останува отворено прашањето: дали инсистираме на квантитет или квалитет, дали ни се потребни мал број на жени, влијателни и надмоќни, кои ќе ја

имаат моќта да креираат родова еднаквост, или ни е потребна „масовна“ еднаквост, без посебно истакнати примери. Медиумот, се чини, ја има моќта во квантитетот, во масовноста на своето влијание врз промовирањето на одредена слика, како нештата треба да изгледаат, но реалното, а историското влијание, сепак, доаѓа од поединечни, неверојатно влијателни женски ликови, кои низ годините незабележително ја формираат сликата за: светост, добрина, убавина, интелигенција, моќ, влијание.

Врз митолошка и религиозна основа, култот на женските божества и светителки е еднакво силен како и машкиот. Магна Матер (Големата Мајка Божица) без преседан е најсилниот култ во неолитскиот период на територијата на Македонија, но и пошироко, во кругот на источно-медитеранските и блискоисточните култури (скулптурите на Магна Матер од археолошките локалитети Говрлево и Тумба Маџари се евидентен репер за Македонија и за Скопје како посебна специфика). Овој доминантен култ, ја остава незатворена дилемата за матријархатот версус патријархатот, на нивото на реална власт на жената или мажот, односно женските во однос на машките божества. Во христијанската иконографија, симбиозата на Богородица со Исус Христос е многу над очигледниот однос на мајка-син, и добива димензија на трансфер на светоста, на медиум на божественоста, чија моќ и суштина се доближува до онаа на Исус, симболично и реално (иконографски комплексот на сцени посветен на животот и смртта на Богородица е канонизиран, како и претставувањето на сцените од животот и смртта на Исус Христос). Во Македонија, култот на Богородица е далеку посилен од оној на самиот Исус Христос (цркви посветени на Богородица се многубројни, а по значењето исклучителни: Успение на Пресвета Богородица – Матка, Пресвета Богородица

Перивлептос – Охрид, Пресвета Богородица Елеуса – Вељуса, Успение на Пресвета Богородица – Трескавец, итн). Наследена традиција од историјата? Исус Христос е машкото дете што станува бог, слично како и Дионис во антиката, но божественоста, допирот на бесмртноста ја добива преку женскиот елемент, не исклучително заради суштината на природата, туку како поделба на моќта. Во митологијата кај Дионис, женскиот елемент продолжува преку Менадите. Уште еден експлицитен женски лик е Света Петка (Параскева), како доминантна светителка на овие простори. Денес, тие се прифатени како готов, преземен канон. Восприемање на традиција без размислување. Без страв од „власта“ на жената.

Врз историска основа, жената како (со)владетел е присутна во долг временски период, од неколку десетина века. Археолошките докази за жени-свештенички се навестување за сложеноста на тогашните општества. Периодот на Античка Македонија и хеленистичкиот период познава силни и влијателни жени како директна власт. Олимпија, Тесалоника, Береника, Теодора. Константин и Елена се малку посложен однос на син-мајка, но и убав одраз на време, кое преодоминантно „машко“ функционира под „скриената“ власт на жената. Прифатена подредена улога и прифатена „еднаквост“ е тема за поинакви анализи.

Дали овие историски, легендарни, митолошки реминисценции ја креираат, денес, улогата на жената во Македонија и каде е свеста, во потсвеста или како реално однесување на жена која има „легитимитет“ да биде еднаква? Дали медиумите може да влијаат на „вроден“ и „инстинктивен“ однос и чувство? И, дали медиумите, денес, треба да промовираат слика различна од сè што е традиционално? Дали е поголема моќта на медиумите или традицијата? И, што е пожелно за доброто чувство на самата жена во општеството? И, дали на крајот едното го исклучува другото?

Познавањето на историјата и културата и во овој сегмент е потребно заради разбирањето на самите себе. И, заради полесна симбиоза

на различностите. Ако прашањето за родовата рамноправност е прашање на релативно современи општества, дали историчноста се исклучува самата себе? А, можеби таа е доказ дека родовата еднаквост не е прашање на современост, туку на суштина. Но, денешниот медиумски простор е посилен, помалку симболичен, но и повлијателен во креирањето на веќе добро познати ставови.

### **ЖЕНАТА ВО 20 И 21 ВЕК, КЛИШЕ ВРЗ БАЗА НА ТРАДИЦИЈАТА ИЛИ РОДОВАТА НЕЕДНАКВОСТ – ИНСТИТУЦИОНАЛИЗИРАНА „АНТИЖЕНСКА КАМПАЊА“**

Периодот на 20 век е период на драматични промени во начинот на живот, преку достапноста на технологијата до секој човек. Тоа подразбира и огромен напредок на медиумите и нивното фактичко влијание врз креирањето и насочувањето на општото, а потоа и поединечното мислење. Улогата на жената е изменета и пред 20 век, но тоа, сепак, не е константа важечка за сите општества во светот. Разликите се огромни, но и условени од многу други фактори, освен рапидниот развој на технологијата. Втората половина на 20 век, и тековниот 21 век, во условно кажано, современиот свет, речиси ги анулира разликите меѓу половите. Тоа не значи дека жената конечно ги добива своите „зацртани“ права, туку повеќе означува сеопшта глобализација која приматот го става не на родовата разлика, туку: на циркулацијата на информации, лукративноста како темелна вредност, конзумеризмот, обртот на капитал и развојот на технологијата која никако не го следи развојот на интелигенцијата на човештвото. Но, во тој забрзан тек, човекот е битен како единка која се обидува да влезе во колосекот, а не е толку битно дали станува збор за машки или женски род. Вредностите на системот се поставени, вклучително и родовата еднаквост, и како такви перцепцијата е дека се во целост прифатени од „западниот“ свет. Значи, сега борбата за „женските“ права се води за

„другиот“, неразвиениот свет, вклучувајќи ја и Македонија.

„Само 24% од субјектите во вестите (луѓе во вестите) се жени“, ќе констатира Риџ Стајнпрајс во анализата насловена како: „Кој ги прави вестите?“ инаку глобален проект за медиумски мониторинг (Who makes the news? Global Media Monitoring Project) од 2010 година. (<http://www.homakesthenews.org>) „Вестите опишуваат свет во кој мажите се побројни од жените во, речиси, сите занимања, при што најголемата разлика е во професиите. Соодносот на женските субјекти во вестите кои се идентификувани, претставени или опишани како работници или професионалци во текот на изминатите 10 години, е зголемен во неколку категории. Сепак, жените се побројни од мажите во само две: субјекти на вестите претставени како домаќинки (72%) и оние кои се претставени како студентки (54%). Сликата која се претставува преку вестите е еден свет во кој жените, речиси, се невидливи како активни учеснички во работата надвор од домот“.

Но, познато е дека ниту едно правило не функционира подеднакво на секоја подлога. А, подлогата во Македонија е различна од онаа во Германија или Франција, на пример. Развојот на општеството како целина го условува и развојот на вредностите кои се преземени како општоприфатени во западниот современ свет. Оттаму, развојот на прашањето за родовата еднаквост оди заедно со, во случајов, влијателните медиуми. Развојот на медиумите во Македонија од средината на 20 век е замен со општествените промени. Но, дали тие прават разлика на релацијата маж - жена и дали воопшто медиумите во Македонија се занимавале со ова прашање како засебна тема. И, дали таа тема треба да го има приоритетот на засебна тема, или, пак, постои како составен дел во креирањето на уредувачката политика на било која друга тема? Сето ова, сепак, е условено од општествените случувања.

Како го вреднуваме квалитетот на системот што беше на сила во Македонија до почетокот на 90-те години на 20 век? Не со поли-

тички предрасуди и тенденции за негирање, туку со јазикот на секојдневниот живот? Па, ако треба и со јазикот на „правата на жената“. Основните човекови права, речиси, беа рамноправно поделени на сите: право на работа, право на куќа/стан, право на одмор, право на патување, право на култура, право на здравствена заштита, право на образование, право на безбедност. Без никаква дискриминација во однос на родовата еднаквост. Развојот на медиумите го следеа овој општествен развој, каде акцентот, сепак, беше ставен врз еднаквоста и солидарноста меѓу поединците, а не меѓу половите, или религиозната, етничка разлика. Но, дали таа базична еднаквост, во суштина, ги релаксираше, па и релативизираше останатите разлики? И, дали жената имаше потреба да се бори за „дополнителни“ права кои ѝ недостасуваат? Дали од социјален аспект тоа беше систем кој ги задоволуваше потребите на единката за нормален живот.

Периодот на крајот на 20 век и почетокот на 21 век е турбулентен период во секој поглед. Основите на општествениот систем се нарушени, вклучително и базичните вредности. Примената на веќе развиената технологија, на пример во медиумската сфера, оди несразмерно со општествениот развој или општествениот пад, во случајов. Во нарушен систем очекуваме медиуми со морал, етика и промовирање на демократските вредности. Всушност, бараме супститут за изгубени вредности. Но, квалитетот на реалниот живот оди во надолна линија. Во таква ситуација, луѓето многу лесно ја поместуваат границата на сопствени права. Правото за преживување станува примарно, а правата на родова еднаквост апстрактни, изгубени, заедно со други цивилзациски придобивки. И, оттука, преголеми се очекувањата од медиумите да бидат огледало на непостоечка реалност. Па, токму затоа, на пример, донесувањето на Законот за прекинување на бременоста, што навлегува директно во елементарните човекови права, во случајов права на жената, останува, речиси, без никаква реакција која ќе има реално, а не формално влијание. Тука медиумот е условен од биполарна реалност: обврска или потреба (финансиска) за промовирање на кампања од



страна на државен орган, но истовремено и обврска и право за алармирање за нарушување на човековите права.

Во овој случај, медиумот е токму тоа, медиум на биполарната и шизофрена реалност. Реакцијата на поединецот, односно отсуството на потребата да се бори за својот живот е проблематично. Оттаму, „антиженската“ кампања, ако така пластично би ја нарекле кампањата од овој пример, или, пак, медиумската кампања за трето дете, немаат исклучително врска со правата на жената, или стигматизирање на жената како подреден пол, туку со цивилизацискиот и интелектуален пустош во кој се претвори македонското општество. А, во таква ситуација, манипулацијата е доминантниот елемент, па е многу лесно преку „нарушувања“ на веќе изборениот статус на жената во општеството, да се промовира потребата од повеќедетно семејство. Освен што ја става жената во улога на родилка, што е вистина по сила на природните закони, сета кампања може да се набљудува и од аспект на „повик“ за меѓунационален натпревар за бројноста на населението. Тоа е двојна манипулација со правата на жената и со прикриено поттикнување на шовинизам и ксенофобија. Она што треба да го направи медиумот во замислена идеална ситуација е да ги открие сите потенцијални злоупотреби на вредностите и правата во општеството. Но, во реална ситуација, медиумскиот простор е токму како и општеството, инструмент на власта, политичката или финансиската.

### **ЖЕНАТА ВО МАКЕДОНСКИТЕ МЕДИУМИ: РЕАЛЕН ПРИКАЗ, АНТИФЕМИНИЗАМ, КОНЗЕРВАТИВИЗАМ, ДЕМОКРАТСКО ПРАВО, НАМЕТНАТА ФОРМА НА СЛОБОДНА ЖЕНА**

Дали е проблем доколку женскиот лик во готовите медиумски производи е: допадлив, убав, привлечен, физички експониран? Каков што најчесто е, без разлика на производот или пораката која се пренесува. Дали

е проблем ако е: конзервативен, длабоко религиозен, подреден на мажот во секоја смисла? Каков што е животот во определен дел од општеството, на пример руралниот и необразуваниот дел. Дали е предност ако е на водечки позиции, ако управува со општеството. Дали е предност ако жената е претседател на државата? Што тоа би значело за жените како популација? Дали медиумскиот производ треба да биде приказ на она што е реалност или она што треба да биде реалност, согласно вредностите на современите општества?

Прашањето не е хипотетичко, туку обид да се види реалното влијание на медиумот како таков. На кој начин и на кое ниво, всушност, тој влијае врз однесувањето на луѓето? Во одредени области и кај одредена категорија на луѓе, влијанието се покажува како големо. Преку примерот на модната индустрија и нејзината доследна примена за тоа што е пожелно и допадливо да се носи. И тоа е универзален феномен, каде што родовата рамноправност функционира беспрекорно. Дали е тоа заради потребата на еднката да биде вклопена, речиси незабележително, во општеството, е друга тема. Но, токму преку овој пример може да се види дека жената (или) мажот го следат она што е: актуелно, барано, прифатено, со или без достапноста на медиумите, но во согласност со средината каде што живеат и адаптивбилноста на истата.

Горенаведените кампањи, како онаа за трето дете, може да послужат како пример каде медиумот е во расчекор со реалниот живот. Тој може да биде алат само во функционално општество. Може да биде и репер, насочувач, потсетник, но ако реалноста длабоко отстапува, тогаш и неговата моќ е само на ниво на привид или на одржување на состојба на потчинетост. Дали во систем на нарушени елементарни вредности, можеме да зборуваме за сите вредности поеднакво? Дали луѓето воопшто имаат потреба од остварување на своите права, а жената за борба за „рамноправност“, со половите, кога приоритетите се изместени.

Од второто, и поновото од двете истражувања на Советот за радиотелевизија за родовата застапеност на малиот екран ([http://www.avmu.mk/images/lzvestai\\_od\\_analizi\\_na\\_rodovi\\_prasanja.pdf](http://www.avmu.mk/images/lzvestai_od_analizi_na_rodovi_prasanja.pdf)) се констатира, во поглед на квантитативните податоци, дека во вкупниот број мониторирани емисии во 2012 година, се појавува несразмерно поголемо присуство на мажите, наспроти жените. Имено, вкупниот број на прикажани мажи е 1.733, наспроти прикажани 682 жени, или во проценти: 71,8% мажи, наспроти 28,2% жени. За централното прашање на ова истражување, третманот на основните вредности на родовата еднаквост, најмногу говори присуството на жените како активни креатори на јавниот политички, културен и општествен дискурс, смета тимот истражувачи, предводен од д-р Катарина Колозова.

Еднаквата родова застапеност во јавниот дискурс е директна слика, но и генератор на учеството на жените во јавната сфера (која првенствено ги вклучува професионалниот, политичкиот живот и граѓанското општество). Имено, во вкупно сите мониторирани емисии (во периодот мај 2012), како гости во емисиите и како лица кои даваат изјави во својство на стручни и политички авторитети, се појавуваат 732 мажи, наспроти 165 жени.

На пример, од вкупниот број набљудувани забавни и информативни емисии прикажани на „Сител“ и „МТВ1“, анализата бележи појавувања на 638 мажи и 271 жена. Во илустративните, визуелни подлоги се 118 мажи и 80 жени. Во улога на експерти, авторитети од каков и да е јавен вид, жените се појавуваат во длабока асиметрија со мажите. Имено, соодносот е 61 жена, наспроти 315 мажи. На „Канал 5“ и „Телма“, од вкупниот број анализирани емисии, со свои експертски изјави или изјави од позиција на авторитет (политички, новинарски, и сл.), се јавуваат 158 мажи, наспроти 61 жена. Во забавните емисии на „Канал 5“ и „Телма“, било забележано поголемо присуство на жените, наспроти мажите. Од сите анализирани информативни емисии на „МТВ2“ и „Алсат-М“, за периодот на мај 2012, установено е дека во својство на

лица кои даваат стручни или политички изјави се појавуваат 208 мажи, наспроти само 21 жена. За разлика од асиметријата во информативните емисии, во забавните соодносот е помал и е во прилог на жените: изјави даваат 28 мажи, наспроти 21 жена, додека визуелно се претставени повеќе жени, отколку мажи (38, наспроти 27)?

На пример, за пристапот, истиот извор ја зема емисијата „Ако е...“, на Александар Чомовски, прикажана на „МТВ1“ на 24.5.2012, во која, патем, од 5 соговорници (вклучувајќи го и Чомовски), само еден е жена; се спомнуваат следниве „универзални“ поими кои се употребени единствено во машки род: ученик, клучни играчи, граѓани, македонско малцинство, Срби, Хрвати, Бугари, Грци, политичари, политичар, Македонци, премиер, пријатели, жртва, непријатели, лидери, партнери, избирачи, колеги, Албанци, актери, граѓани, сојузници, неофашисти, фашисти, Американци, Турци, колумнист, луѓе, функционер, човек, странци, директор, пратеник, читатели, итн.

Секако, за овие (лексички или ментални – н.з.) се говори во релативни, а не апсолутни термини. На пример, во своето известување за протестите по повод акцијата „Монструм“, прикажано на 12.5.2012, Телевизија „Телма“ објавува дека фоторепортерка била нападната и при тоа ја користи женската наставка: „Во Скопје, пред Владата на Република Македонија, денес се одржаа протести како одговор на вчерашните демонстрации кои резултираа со насилство во кое беше повреден снимател на Телевизија „Телма“ и припадници на МВР. Нашата Телевизија, како што најавивме вчера, во знак на протест не присуствуваше на овие протести во кои денес беше нападната фоторепортерка, а во знак на протест и другите сниматели се повлекоа од снимање на настанот. „Телма“ и во иднина нема да известува во вакви случувања кои не се најавени уредно и со јасно назначен организатор, кој би ја презел одговорноста од евентуалните инциденти. Од надлежните органи бараме да се расчисти инцидентот од вчера и во најскоро време да се најдат сторителите“.

Но, да минеме на едно малку поамбициозно поставено прашање – што е дефиниција за слободна жена која македонските медиуми би требало да ја промовираат? Дали е тоа жена на власт со три деца или е тоа жена на власт која решила да нема ниту едно дете, во интерес на професијата? Дали е тоа жена професор и декан? Дали е тоа жена директор на телекомуникациска фирма? Дали е тоа жена продавачка во супермаркет која нема високо образование, но е среќна од својата позиција? Дали треба да биде во брачна заедница, или не, да има деца и кариера или само едното, да има право да биде „маж“, или не? Дали правото треба да постои како индивидуално достигнување или како наметната форма? Каде е границата на слободен избор кој нема да најде на осуда од средината. И, дали медиумот треба да ја следи својата профитабилна, едукативна или пропагандна логика? И, дали тој воопшто треба да биде супститут за: образовни институции, семејство, социјализација, навика на поединецот? Сепак, севкупниот систем ја одредува улогата на медиумот, тој не може да биде она што поединецот не сака да биде. Борбата за правата што ги дава современиот свет се индивидуална категорија. Ефектот на влијанието на медиумот во средено, цивилизирано општество не е ист со ефектот во хаотично општество, како нашето. Ако, во првиот случај, тој е начин за промовирање на реалноста, во нашиот случај тој е начин за бегство или негирање на реалноста. Оттаму, гледаноста секогаш е поголема за содржина која прикажува: убавина, раскош, удобност, затоа што токму тоа е она што недостасува во реалниот живот. Стереотипното прикажување на жената, во овој случај е прифатливо, вклучително и за самата жена, бидејќи се перцепира на ниво на убав производ, а не на нарушено право. Вистинското нарушување на правата се одигрува во реалноста. Но, не исклучително на родовите прашања.

Класичен пример за отворање на прашањето за родовата еднаквост во медиумите, и дебатата што е тоа, всушност, загрозување на правата на жената, е изборот на „најсекси прате-

ничка во Собранието“ од страна на дневниот весник „Вест“ (извор, „Нова Македонија“, автор, Јасна Франговска, „Сексипилот е политички коректен“). Во случајот од 2011 година, на кој реагира и Националниот совет за родова рамноправност, е класичен пример за дебатата што е тоа нарушување на родовата еднаквост и дали акцентирањето на „женски“ елементи кај жената, по автоматизам означува нарушување на родовата еднаквост. Дискусијата е следна:

„Националниот совет за родова рамноправност се залага за родовата сензибилизација во сите написи, за зачувување на достоинството на сите, а не како во случајов (изборот на секси пратеничка, з.н.), за промоција на сексизмот. Затоа, медиумската информативна активност треба да биде насочена, покрај другото, и кон истражување на расчекорот помеѓу декларативната рамноправност и фактичката нерамноправност на жените и промоција на вредностите што произлегуваат од еднаквиот третман на жените.“

„Да си секси не значи родова несензитивност. Но, несензитивно е ако се посматра само таа особина кај жените, а ништо друго“ – вели Ана Мартиноска, професорка на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“.

„За чудење е фактот што координаторите на пратеничките групи и женското лоби во македонскиот Парламент најдоа за потребно да реагираат на темата сексипил, а до сега мирно молчеа за голем број брутални повреди и злоупотреби на женските, човековите и родовите права“ – вели Горан Михајловски, главен и одговорен уредник на весникот „Вест“.

„Понекогаш е спорен начинот на кој се посматра улогата на жените, кои и натаму тешко доаѓаат до функција. Спорно е, секако, ако се посматра и анализира само нивната појавност, а не и нивната улога како релевантни политички фактори. Но, секако, треба да се тргне од дневниот ред, тезата дека паметните треба да се неугледни и грди. Живееме во време кога политиката на телото има своја функција, што не значи дека не

треба да се обрнува внимание на прашањата битни за жената во јавната сфера – вели Искра Гешоска, културолог.

Инаку, ова не е сосема „македонски оригинал“ како медиумско откривање на сексипилот на пратеничките. Така, во 2001 година, Полска вовела квота, која за првпат барала од политичките партии да вклучат 30% од жените во нивните листи на кандидати за парламентарните избори. Новинар(к)ите од оваа земја го виделе тоа како прилика да организираат игра, канејќи ги читателите да гласаат за најубавата кандидатка во Сејмот (Долниот дом на полскиот Парламент). „Ве каниме да учествувате во нашата анкета. Заедно ќе одбереме дама која заслужува да биде наречена најубава кандидатка за Сејмот на Малополска! Гласањето ќе трае до 6 октомври 2011 година. Резултатите ќе бидат објавени следниот ден, односно на 7 октомври. Ајде да се забавуваме!“ Статијата се појавила на страницата на „актуелни настани“ и, главно, се состоела од ред фотографии на кандидатките, како и оценките кои им биле дадени. (<http://krakow.naszemiasto.pl/artykul/1092947,najpiekniejsza-kandidatka-dosejmu-z-malopolski-glosujemmy,galeria,idtt,tm.html#f885ce45588f1835,1,3,8>)

Сето ова укажува дека прашањето за родовата еднаквост е сензибилно и сложено прашање, но како такво подложно на критика и преиспитување, што, очигледно, постои во медиумскиот простор во Македонија. Но, оваа кратка анализа укажува и на неговата длабока поврзаност со севкупното општествено живеење во Македонија, и неможност да се третира како одвоена тема.

Впечатливо е дека во емисиите „Патот кон“ и „Во центар“ на „Алсат-М“ од периодот мај 2012, едната на албански, а другата на македонски јазик, забележано во горепосочената анализа на Советот на радиотелевизија (денес, Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги), нема ниту едно појавување на женско лице во емисијата. Инаку, женските прашања се појавуваат маргинално и не постои ниту директна, ниту индиректна обработка на женски теми.

Во забавните емисии на „МТВ2“ и „Алсат-М“ е утврдено поголемо присуство на жени, отколку во информативните емисии, што самото по себе зборува за користење на жените во „забавни содржини“. Имено, соодносот изразен во бројки е следниов: 32 жени во својство на експерти или лица со политички авторитет во информативните програми, наспроти 234 мажи; во забавните емисии, пак, се појавуваат вкупно 86 машки лица, наспроти 81 женско лице.

Анализата на Советот која ја споменавме погоре, покажува дека во медиумскиот простор се воспоставува генерална поделба (визуелно и дискурзивно) која може да се опише на следниот начин: информативните содржини, во принцип, се испразнети од сензитивност во поглед на родовите прашања, освен информирање за одредени настани (промоција на програми за родови прашања), додека во забавните емисии, речиси автоматски се очекува присуство на женски тела (но не и активни агенти на дејство), сексистички изјави и објективизирачки начини на прикажување на женското тело како содржина на забава.

Стереотипизирањето се провлекува еднакво низ информативните емисии, но уште понагласено во забавните програмски содржини каде што доминираат старлети или ѕвезди чија слава е тесно поврзана со нивниот високо сексуализиран изглед. Доминираат прикажувања на славни жени како сексуално објективизирани, во пасивна позиција на телото. Понекогаш се појавуваат и како мајки кои се борат да ја повратат фигурата по породувањето (за да можат повторно да бидат објективизирани како што вообичаено се), над чиј, веќе не толку блескав изглед, се кани општото гледалиште воајерски да се насладува. Сексуалната објективизација не е само визуелно-дискурзивна стратегија на забавните емисии, туку и на вестите. На пример, во прилогот по повод гостувањето на Светлана Цеца Ражњатовиќ, кој е дел од вестите на „Канал 5“, прикажани на 31.5.2012, пејачката е претставена на следниот начин.

Имено, прикажувани се сцени од видео запис на кои доминира телото на пејачката,

проследени со сексистички говор на авторот на прилогот, кој се состои во претставувањето на Ражњатовиќ како „свезда“ која ќе ја „запали“ публиката. Впечатливо е тоа што и покрај тоа што станува збор за музичка свезда, пораката што за неа треба да се испрати како „нејзина суштина“ е нејзината телесност и можност да биде сведена на сексуален објект. Исклучувачката логика овде се однесува не само на прикажаната личност, туку и на цел еден дел од публиката: женската хетеросексуална публика е третирана како непостоечка, бидејќи, портретирањето на свездата е сообразено со фантазматското на машкиот хетеросексуален дел од публиката.

Во забавната емисија на албански „Седумка“, прикажана на „MTB2“, на 3.5.2012, водителот настојува со прашањето дека гостинката (пејачка на староградски песни) мора да се занимава и со нешто друго во животот, на пример со домашни обврски како домаќинка. Стереотипизирањето со сведување на жената на нејзините улоги во приватната сфера, односно семејството, не е единственото во емисијата, се забележува во студијата. Нешто понатаму, во истата емисија, водителот имплицитно ги стереотипизира женските професии со тоа што го поставува прашањето: „Дали фактот што сте пејачка влијае врз вашиот авторитет како наставничка?“ Очигледно професијата од подрачјето на забавата е инфериорна во однос на просветната. Прашањето на достоинството на професијата, всушност, се врзува за прашањето на замислената „моралност“ на забавувачката професија.

Фактот што медиумското претставување на жените од оваа професија е високо сексуализирано, што жената од забавната индустрија е сведена на сексуален објект, не се препознава како стереотип кој токму медиумите го произведуваат. Напротив, тој се натурализира, а жените од оваа професија го повнатрешнуваат, па така, станува можно и прашањето за сериозноста, односно несериозноста на двете професии со кои паралелно се занимава гостинката во оваа емисија.

Или, се споменува и примерот со забавната емисија „Пицикато“, прикажана на „Алсат-М“, на 9.5.2012. Иако темата е од областа на модата и се однесува на прашањето на користење црвенило за усни, визуелната подлога е преполнета со полуголи објективизирачки прикази на женското тело што, очигледно, останува неповрзано со темата – стилистика на лице, поточно со усните.

### МЕДИУМСКИОТ ПРОСТОР – РЕАЛНО ВЛИЈАНИЕ ИЛИ КОНЗУМЕРИСТИЧКИ И ПРОПАГАНДЕН ПРИНЦИП?

Комерцијалните реклами се одраз на потрошувачкото, неолиберално, патријархално општество. Тие одат на „сигурната“ карта на веќе институционализираната слика на капитализмот како „најдобар од сите можни системи“, каде што мејнстримот на родовите поделби е воспоставен и обновлив. Тие се примаат некритички и гледачот има активен однос кон нив, применувајќи ги прикажаните матрици како пожелни и спроведливи.

Со други зборови, комерцијалните реклами немаат општествена одговорност и тоа не им е задача.

Медиумите, пак, снаоѓајќи се во „неолибералниот“ простор, без оглед на нивната прокламирана општествена одговорност, некритички ги емитуваат рекламните пораки, правдајќи го тоа со тезата дека од нив зависи нивниот опстанок. На тој начин, медиумите стануваат канал низ кој се „фундаментализира“ патријархалниот систем на вредности.

Креирањето на медиумскиот простор низ логиката на приемливост, потрошувачката ја става како приоритетна. Но, притоа, телевизиските реклами, едноставно, од најмали нозе ги учат членовите на една заедница прецизно да ги распознаваат мажите и жените и, согласно со овој тип препознавање, да се однесуваат.

Значи, уште во рекламите што се обраќаат на децата од најрана возраст, јасно се препозна-

ва идеологијата што ја создава и обновува родовата нееднаквост. Уште со ултимативниот избор на гласот што се појавува на рекламните се гледа одразот на патријархалната матрица за односите во семејството, а со тоа и во општеството.

Клишето што се употребува, содржи во себе и нарушена родова еднаквост, што може да биде под надлежност единствено за орган задолжен за тоа (Национален совет за родова рамноправност). Но, во прашање е влијанието кое тие го имаат врз градењето и практикувањето на правата на жената, или се токму тоа клише кое се прифаќа површно, а не суштински. Медиумот ја нема комфорноста за толку голема селекција на коректно пренесени информации, заради својата финансиска зависност од тој тип на програмско емитување, од самата суштина на современото општество каде профитот го дефинира квалитетот и на крајот од неможноста да биде супститут на квалитетен образовен систем, но и нормално функционално општество.

Корпусот реклами кои ја следат кампањата за трето дете и за промоција на Законот за абортус, се директна нарачка од највисок државен орган и во себе содржат нарушување на родовата еднаквост, нагласувајќи ја улогата на жената како мајка (која, притоа, е апсолутна биолошка категорија), во првиот случај, но и директно нарушувајќи ги правата на жената за слободен избор во однос на своето тело, во однос на втората кампања. Еднакво проблематична е и скриената порака која може да ја содржат овој тип на реклами, а која навлегува во еднакво суштински теми во мултиетничко општество. Во вака деликатна ситуација, кога нарачачелот и органот кој треба да превенира родова дискриминација се на иста страна, т.е. се во дијаметрално спротивна улога, која е улогата на медиумот? Да промовира родова дискриминација, а веднаш потоа да укаже за истата дискриминација? Фактичката нефункционалност на разумно општество го блокира не само медиумот, туку ја прави невозможна и реалната дискусија за оваа тема, без наметнатата контрадикторност.

Осврнувајќи се на фактот дека државата го користи јавниот радиодифузер да пласира реклами во најгледаните емисии, како што се спортски преноси (да споменеме, на пример, дека во полувремето на преносот од натпреварот Баерн – Рома, на 5 ноември 2014 г., се емитуваше долга серија реклами за трето дете!), аналитичарот Сашо Ордановски пишува дека „пред, меѓу, и по секој фудбалски натпревар, канонада од, главно, лошо направени, патетични пропагандни телевизиски спотови во кои поттикот да се прават деца се изедначува со патриотската задача на секој освестен неоантички Македонец, како ‚вистински избор‘ и единствено вредно нешто во животот, се поистоветува со среќата, успехот и смислата на постоењето, па дури и со поголемата близина до бога!“ (<http://proverkanafakti.mk/beleshki-za-populizmot-pogled-zad-mediumskata-propaganda-za-brojno-semejstvo>)

Оценувајќи дека здравјето, силината, долговечноста и благосостојбата на *народот* е централната политичка категорија во секоја пристојна популистичка приказна, Ордановски ќе констатира дека оттука, не чуди што една од омилените популистички теми е здодевното, сентиментално, китнесто лamentsирање околу важноста на семејството, особено неговата слога и бројност, за просперитетот и виталноста на народот со кого владеат популистите. Во таквата реторика и во нејзините пропагандни медиумски кампањи, како и кај народот, и на семејството често му се припишуваат „свети“ и безвременни вредности, како митски категории со исконски исход и силни традиционалистички белези. Оваа офанзива за „правење трето дете“ беше посебно обележје на преносите од Светското првенство во фудбал, во летото 2014 година.

Но, да земеме уште еден пример. Одново за владина кампања, која допира до родовите односи. Ова е кампањата за здрава исхрана: „Од шпајзот на Македонија“, каде стереотипот е тој што треба да се етаблира, но во овој случај стереотипот и за двата пола. Родовата еднаквост е нарушена и кај жената и кај ма-

жот, преку експонирање на делови од телото, препознатливи како типично „женски“ или типично „машки“. Проблемот и во оваа кампања го надминува прашањето за родовата еднаквост и навлегува во полето на квалитет на авторите, налог на власта, функционирање на големо ниво на површност и реклама заради реклама, со обид за креирање на суштина која не постои. Пропаганда во својот изопачен облик.

### ТВ-НОВЕЛИ – ЖЕНИТЕ ГИ ГЛЕДААТ ЖЕНИТЕ И НИВНИТЕ ФИКТИВНИ СУДБИНИ

Впрочем, во контекст на темата на родовата застапеност на програмата, да појдеме од тоа која телевизија, како убедливо најмоќен медиум, е најгледана, која е таа програма која влијае врз гледаноста и конечно – каков е третманот на жената во таа програма?

„По гласнувањето на најгледаната телевизија во Македонија од раните 2000-ти, „А1“ Телевизија, логично беше титулата најгледана да ја наследи онаа телевизија којашто во тој момент била втора по гледаност, односно „Сител“. Многумина кога ќе ги видат резултатите за гледаност од пиплметрите, кои по гласнувањето на „А1“ стануваат сè подостапни за македонската јавност, изразуваат неговување заради општата ситуација во која „Сител“ премногу и уверливо доминира со своите програми на врвот на листите на гледаност. Меѓутоа, работата не е многу за неверување, бидејќи, очигледно, македонскиот телевизиски аудиториум ја пронајде својата алтернатива во „Сител!..“, се констатира на Дејли.мк. (<http://daily.mk/vesti/zoshto-sitel-e-najgledana-televizija-vo-makedonija>)

Како што јавува „Вечер“, повикувајќи се на истражувањата на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (<http://vecer.mk/makedonija/tv-sitel-so-najgolema-gledanost-i-prihodi-od-reklamii>), во 2013 година од десет најгледани емисии, сите десет биле на оваа национална телевизија. Дури 26,8% од гле-

даноста ја има оваа ТВ-станица. Приходите од реклама на македонските телевизии биле близу 1,6 милијарда денари, од што половината ја зеле „Сител“ и „Канал 5“.

За да не избегаме од темата, да споменеме дека освен три спортски преноси и еден игран филм (стар југо хит „Тесна кожа“), сите најгледани програми се ТВ-новели од турско производство. Тие станаа стандарден 'рбет на програмската шема, во која покрај ТВ-новели, има само вести, евентуално и спортски натпревари.

Анализирајќи ја програмата на најгледаната телевизија, новинарот и долгогодишен уредник во многу весници – Зоран Димитровски (<http://a1on.mk/wordpress/archives/3952440>), истакнува дека просечниот македонски гледач, во 2013 година гледал 4 часа и 27 минути ТВ-програма дневно! „За да му земете дел од тоа време, треба да имате предвид оти демографијата на ТВ-публиката во Македонија има прозаични карактеристики: жени – 53%, гледачи со основно – 27% и средно образование – 42%, публика над 65 години – 17%! И, полека ќе разберете зошто по шоуто на „Доктор Оз“, квизот на Лила Филиповска и народните ТВ-приказни, без оглед дали сте гласач на власта или на опозицијата, од вестите на ТВ „Сител“ во 19 часот, не можете никако да избегате. Ако, пак, потоа сте се навлекле на турските серии: „Сила“, „Мирниот сокак“, „Имитација на животот“, „Карадај“ (меѓу најгледаните 10 програми лани била „Судбината на Фатмагул“), ќе ги фатите и вечерните политички тиради на последните вести. Од нив никако нема да куртулите, ако во доцните ноќни часови ги следите забавните шоуа увезени од нашиот северен сосед, како „Икс Фактор“, лани, или „Твоето лице“, годинава“.

Од ова може да се сфати дека ТВ-новелите со, речиси, воедначена идејна и содржинска структура, типизирани ликови, и слично (една уникатна слика за жената) ги гледа одново – жената! Таа е видливо најмасовниот консуматор на тие содржини. Го бара изгубениот идеал за себе во огледалото на тие новели, ја троши акумулираната емотив-

ност, која не нашла други „вентили“... . „Нова Македонија“ ќе напише: „Шехерезад (лик од серијата ,1001 ноќ') ги празни улиците, а ги полни илузиите. <http://www.novamakedonija.com.mk/NewsDetal.asp?vest=12291015107&id=9&setIzdanie=21852>)

Заради овие новели, во кои Шехерезад е главна хероинџа, по супермаркетите нема муштери и после 20 часот, а забележан е преседан – се прекинала и седница на Градскиот совет на Скопје заради емитување на една „важна епизода“

„Телевизиските серии се феномен кој има влијание врз обликувањето на моделите на однесување на публиката, кој суптилно ни презентира системи на вредности, култура и ставови на едно општество што го претставуваат. Луѓето, гледајќи серии, честопати се идентификуваат со ликовите и со приказаните животни приказни. Тие, најчесто, го прикажуваат секојдневниот живот, допираат до проблемите и емоциите на луѓето, со што идентификацијата е уште поголема, а од друга страна, прикажуваат и еден поидиличен живот за кој сите ние тежееме, и се добра можност за едно кратко бегство од нашата реалност“ – вели Јана Величковска, психолог во „Ре-медика“. „Актуелната заинтересираност на нашата публика за серијата ,1001 ноќ', освен на веќе споменатите фактори, делумно се должи и на тоа што културните вредности и обичаите што се прикажани во серијата ѝ се познати и блиски на нашата публика. Делумно свое влијание има и тоа што нашата публика веќе е презаситена со т.н. ,шпански серии', па така појавата на една нова серија, која по содржината е поблиска до нашата култура, претставува вистинско освежување“ – смета Величковска.

Идентификациониот модел на овие серијали е ист, од Јужна Америка, па до Балканот. Ги следат прекаријатните слоеви – сиромашните, невработените, кои истите ги конзумираат и во претпладневните и пладневните часови (и онака тоа е евтина понуда), менувајќи го каналот ако некаде има поатрактивна и, всушност, иста содржина. Ова, пак, гледач-

ките и гледачите ги држи во меѓусебна изолација и тие остануваат еднакво отуѓени од својата средина, ама не се за тоа свесни: тоа е амалгамот на власта со кој си обезбедуваат дремливи поданици и ја сведува на минимум евентуалната опасност од класна солидарност и ерупција на социјално незадоволство.

„Турските серии се изум на Велија Рамковски и неслучајно вестите се вметнати во тие серии како пакет. Сакаш, или не, мораш да ги гледаш. Во турските серии сега ги ставаат и владините реклами. Турските серии ѝ вршат многу добра работа на владејачката структура. На сиромашните граѓани, единствената забава им е телевизорот. Телевизиите се претворени во одлични средства за „миење мозок“, вели Ацо Кабранов, поранешен главен и одговорен уредник на „А1“, „Канал 5“ и „Алфа“ телевизија (види <http://inbox7.mk/?p=2697>). Директорката на „Алсат-М“, Бисера Јордановска, оценува дека „Штетите од сапуниците среднорочно и долгорочно можат да бидат големи, но на краток рок, од тие серии храниме фамилии во Македонија, чии членови работат во телевизиите. Во „Алсат“ имаме 100-тина вработени кои земаат плати од приходите кои ги остваруваме. Според истражувањата на пазарот, најгледани содржини се турските серии. Тие серии мора да ги имаме за да можеме да си ги финансираме останатите емисии кои се од нашата продукција“.

Уредничката во „Алфа“ телевизија, Ирена Спиоровска, вели дека телевизиите одвојуваат онолку време за сериите колку што тоа го бараат гледачите. „Тоа е еден факт пред којшто не можеме да затвориме очи. Сериите со години наназад се многу популарни кај нас на сите телевизији, порано или подоцна сите се приклонивме кон тоа, со тоа што мислам дека ова е еден тренд којшто кога, тогаш, ќе заврши“, вели Спиоровска. (<http://www.makdenes.org/content/article/26619773.html>)

Професорката Ана Мартиновска во текст објавен во „Нова Македонија“, на 22.9.2011 г., ја дава следната слика за типична ТВ-шема. „По случаен избор, ја пренесувам дневната



ТВ-програма на една од нашите најгледани телевизиски куќи. И, распоредот оди приближно вака: 6.15 ч. турска серија, 9.10 ч. индиска серија, 9.30 ч. бразилска серија, 10.50 ч. втора турска серија, 12.10 ч. нова епизода од втората турска серија, 12.30 ч. латинскоамериканска серија, 14 ч. втора индиска серија, 14.50 ч. трета турска серија, 16.25 ч. нова епизода од латинскоамериканската серија, 18 ч. нова епизода од втората индиска серија, 20.05 ч. нова епизода од третата турска серија, 21.20 ч. нова епизода од бразилската серија, 22.15 ч. нова епизода од првата индиска серија, 23.12 ч. американска серија, 00.05 ч. британска серија. Ако за миг се загубивте во овие редови, ќе се обидам да сумирам. Станува збор за програма со вкупно траење од над 12 часа дневно, период во кој се прикажуваат вкупно три турски, две индиски, две латинскоамерикански и по една американска и британска ТВ-серија, или сè на сè, девет теленовели, од кои шест се емитуваат и редовно и со своите репризни изданија од претходниот ден. А, имаат и нови во најава“. Кај нас не најдовме сериозни истражувања за релацијата гледач – ТВ-новели, уште помалку жени – ТВ-новели. Индикативно е истражувањето на сексуалниот психотерапевт Мајк Перинг, кој тврди дека тоа што жените особено се врзани за ТВ-сапуниците е што тие имаат компензациско дејство. (<http://portal.guru.mk/pregled/prichini-za-opagjanjeto-na-zhelbata-za-seks-kaj-zhenata>) Имено, денес филмовите и ТВ-сериите ни наметнуваат дека секоја жена е заробена со незаситно либидо, но сè повеќе има докази дека таа слика не одговара со вистината. Жените можат да бидат погодени од загуба на сексуалниот нагон во било која доба, а животните промени, како пораѓање и менопауза, исто така, можат да играат огромна улога. Истражувањата во Велика Британија и САД, во кои се вклучени илјадници жени од секоја доба, укажуваат дека од 30 до 50% од жените се погодени од долги периоди со многу мала и без никаква сексуална желба. Други истражувања покажале дека повеќе од третина од жените не ни очекуваат да доживеат оргазам, а некои го избегнуваат сексот бидејќи имале огромни

болки за време на истиот. Причините можат да бидат биолошки или психички, па дури и од социјална природа, но едно е сигурно, загубата на сексуалните желби за жената и за нејзиниот партнер можат да бидат – вознемирувачки. Ова поизлегува дека соживувањето со некоја хероинџа и нејзините љубовни проблеми (најчесто) ја прави гледачката посредно емотивно исполнета.

„Ако се релаксирате и забавувате со сериите, го прифаќам вашиот избор, но ако им дозволите на вашите деца да гледаат сериите, барем објаснете им зошто таткото ја тепа ќерката што не сака да се омажи за стариот богаташ, на кого му ја продаваат, зошто мајката ги учи ќерките да ја кријат вистината од таткото, зошто оставената сопруга сака да му го уништи животот на бившиот маж, зошто мажот секогаш е прикажан како разумен, а жената како емотивна, зошто при телевизори во боја, светот на сериите и понатаму е црно-бел?“ – се прашува универзитетската професорка Ана Мартиновска во текстот „Сапунски сериите и утопија“. (<http://novamakedonija.com.mk/NewsDetal.asp?vest=92211856497&id=13&setIzdanie=22387>) Така, доаѓаме до клучниот сегмент од постоењето на ТВ-новелите во орбитата на женската гледачка маса, но и вкупната маса која пред себе има релативно воедначена слика за „нежниот пол“. Мартиновска вели дека не останува сè ни само на гледање. Социјалната практика што ги придружува сериите е еднакво масовна. И жените, а богами и многу мажи, ги прераскажуваат сериите со соседите и со пријателите, ги споредуваат со лица и со настани од своето опкружување, ги подучуваат децата врз примерите од екраните... . На тој начин сериите стануваат и буквално дел од семејниот живот, како што и обратно, гледачите веруваат дека тие на некој начин активно партиципираат во животот на своите омилени ликови, па се грижат за нив, ги осудуваат, поддржуваат, сочувствуваат, плачат и се радуваат со нив.

„Воопшто не сакам да го потценам целиот овој феномен на популарност на сериите

и утописката база на нивната привлечност. Нема да се ставам на страната на критичарите кои тврдат дека ова се евтини и застарени продукции, со лоши сценарија, разводнети приказни и глумци-аматери, ниту ќе ги поддржам оние што обвинуваат дека тоа е ниска култура, забава за проста маса или сурова комерцијална логика. Верувам дека секој има право на своја забава, свој вкус и дека нема објективни критериуми по кои можеме да судиме за разните видови забава. Но, кога овие серии стануваат, речиси, единствена форма на забава што се нуди од нашите медиуми (секоја чест на исклучоците), тогаш, секако, имаме ситуација што треба да не замисли... . Анализирајќи ја масовноста на одсивот, уште во 1985 г., Иен Анг се обидуваше да утврди зошто народот сака да гледа серии. Одговорот го лоцира во ескапизмот, односно во бегството од сопствените проблеми и своите монотони животи во кои ништо интересно не се случува и секој ден личи на претходниот, наспроти сериите во кои постојано има некоја нова возбуда, интензитет на емоции и драма. И, секогаш има ветување дека таа возбуда ќе продолжи и во наредната епизода. Утре пак ќе има нови надежи, нови желби, нови можности за бегство во некој подобар свет. Акцентот е на семејниот и романтичниот живот, на емоционалните и морални конфликти, додека стануваме сведоци на случајни средби, тајни заговори и *deux ex machina* завршетоци. Главните женски ликови се, речиси без исклучок, направени по капапче – убава и сиромашна, чесна и доблесна, но многу несреќна млада жена, која веднаш станува фатална за богатиот и моќен, но добар во душа, маж“ – заклучува Мартиновска. „Очигледен ‚Пепелашка-комплекс‘ на жена што гордо се бори за својата независност, но едвај чека да се појави ‚вистинскиот‘, кој ќе се грижи за неа и ќе ја заштити од злото. Како и кај сите мелодрами, романтични комедии и херц-романи, правени по урнек на модерна бајка, тука се и лошите маќеи, сестри и уште еден куп противници, но дури и да се завери сиот свет против ‚нашите јунаци‘, љубовта секогаш победува на крајот“.

„Миленце на телевизорот, главните женски ликови закопчани до гуша, со модринки по лицето, плачење, некаква си традиција и чест... . Сè уште не можам да сфатам зошто кога една телевизија почнува да емитува шпанска серија, сите останати го прават тоа? Во моментот се актуелни турските серии, па откако една телевизија почна со емитување на турска серија, сите останати продолжија со ‚трендот‘. Тренд на уназадување. Телевизиите како највлијателен медиум не уназадуваат, а тоа е така бидејќи на програмите нема никаква разновидност, туку само турски серии кои зборуваат за семејни вредности и критериуми, за ‚пристојно однесување‘. Критериуми во кои главните ликови во сериите страдаат, но тоа е за нивно добро, бидејќи, се зачувува честа на семејството. Некако ми е страв што денешниве деца растат со овие серии, а секако, влијанието од телевизијата е најголемо. Се надевам дека турските серии нема да бидат репер за нивното однесување во иднина и како тие ќе ги воспитуваат своите деца“. Ова се наведува на порталот „Психологија“ и го приложуваме како интересна, иако непотпишана опсервација, веројатно на уредништвото. (<http://psihologija.com.mk/kakva-poraka-ni-ostavaat-turskite-serii/>)

И, се продолжува со дексприпцијата: „Темата на една серија од овој тип, од прилика е ваква: жената нема право на збор, децата од 13 години имаат договорен брак, девојчето (млада невеста) затруднува на свои 14 години, секако нема право да го доврши школувањето затоа што веќе има дете за чување. Девојката која е силувана на почетокот на серијата, на крајот се вљубува во силувачот, па во последната епизода се мажи за него.“

Сето ова е страшно, кога ќе размислиме зошто воопшто се емитуваат серии со ваква содржина и која е пораката која ни ја испраќаат? И, дали некој сака да ни испрати некаква порака или сето ова е некаква случајност? А, доколку е случајност, дали луѓето одговорни за увоз на овие серии имаат малку совест?

Па така, наместо да одиме напред кон современите вредности, ние се соочуваме со една регресивна ситуација и носиме норми од земји каде се практикува каменување на силуваната девојка од страна на нејзиниот силувач и целото село. Правда? Логика? Разум? Секако дека нема, а веројатно и тука кај нас на никој не му е грижа и не размислува за последиците кои може да ги донесе пренагрупаноста од вакви серии по сите домашни канали. Среќа што имаме кабелска и сателитска, но опсерверите не веруваат дека сите имаат пристап до далечинското за да сменат програма. Веројатно некое мало дете во моментот си игра пред телевизорот додека неговата баба гледа некоја од овие серии...“.

### ЖЕНАТА КАКО ВЛИЈАТЕЛЕН КРЕАТОР ПРЕКУ МЕДИУМОТ

Еден аспект е прашањето за родова еднаквост во медиумите, како креација, продукција и конкретна програма направена од „другиот“, но подеднакво важен сегмент е како жената постои во медиумите, како таа себеси се претставува, но не како жена, туку како професија која ја обележува нејзината севкупна појавност.

Во Советот за радиодифузија постои анализа и за бројот на вработените во најмоќниот медиумски сегмент – телевизиската индустрија. ([http://www.avmu.mk/images/Analiza\\_na\\_strukturata\\_na\\_vrabotenite\\_vo\\_2012\\_godina.pdf](http://www.avmu.mk/images/Analiza_na_strukturata_na_vrabotenite_vo_2012_godina.pdf)) Наспроти клишираното мислење дека во сите медиуми, па и во оваа индустрија, мнозинството вработени (значи, условно и креатори на програмата) се жени, работите стојат поинаку.

Кај вработените новинари во мала предност се жените (272:218), таа предност се зголемува кај квалификационата структура (193:144), ако се гледаат вработените со диплома за високо образование. Постои „егал“ однос кај уредниците (68:67), што, со оглед на вкупниот број вработени, а особено со оглед на образовната структура, покажува наклоне-

ност на „газдите“ кон машкиот пол, особено кога ќе дојдеме до најчувствителните места, директорските, односно управителските (16:50). Ова ја релативизира моќта на жената креатор да влијае врз програмската понуда во оваа индустрија. Може да се одбележи дека поголема креативност и слобода новинарот-жена има кај самостојните проекти, засновани врз автономна продукција. Еден таков пример се политичките дебатни емиси, како „Вин.вин“, на Оливера Трајковска.

И покрај тоа што жената е присутна во телевизиската индустрија, таа програмски е многу малку видлива. Истражувањето, еднаш споменато, на пример, констатира дека постои, речиси, идентична ситуација во информативните програми на македонски и на албански јазик.

Ако е за утеша, тоа е и некаков светски тренд. Во веќе споменатата студија „Кој ги прави вестите“ (<http://www.whomakesthenews.org>) на глобално ниво, регионот на Европа е во полоша позиција отколку што прикажува неговата сопствена претстава за себеси: 26% од субјектите во вестите во Европа биле жени (што споредбено е добро во однос на глобалниот процент: 24%, пониско од Латинска Америка и Северна Америка – 29%, односно 28%). Глобалниот просек за приказни каде биле поставени прашања за родова еднаквост или нееднаквост, изнесува 6%, но само 3% во Европа – далеку зад Карибите, Латинска Америка и Северна Америка. Само 4% од прилозите во европските вести јасно се спротивставуваат на родовите стереотипи, во споредба со 9% во Северна Америка и 13% во Латинска Америка.

Какви се балканските искуства? Според „Медиацентар“ од Сараево, жените во Босна и Херцеговина, Србија и Хрватска се помалку застапени, како и секаде, додека мажите доминираат посебно во весниците. Жените се поврзани со забавата и приватната сфера и се маргинализирани во вестите. Претставени се во текстовите на последните страници и во т.н. „меки теми“.

„Жените ретко имаат главна улога во статија и ретко се нејзиниот главен извор на информации. Женските гласови ретко претставуваат глас на авторитет или експертиза, тие се ставени во позадина и остануваат попасивни, во споредба со машките. Ова го намалува женскиот авторитет и способност“ – констатира истражувачката Адла Исановиќ. ([http://www.media.ba/mcsonline/files/shared/stereotyping\\_adla\\_isanovic.pdf](http://www.media.ba/mcsonline/files/shared/stereotyping_adla_isanovic.pdf)) „Шокантно, ниту новинар(к)ите, ниту, пак, уредници/чките не се многу засегнати за овие бројки и примери. Иако авторитетни истражувања, факти и бројки ќе бидат објавувани редовно од страна на медиумите, тие се ‚стари вести‘, бидејќи се појавуваат на страницата зад важните вести. Меѓутоа, овие бројки имаат вредност, бидејќи тие ја разоткриваат општата претпоставка дека светот се менува на подобро. Тие ѝ се потсмеваат на сегашната неолиберална идеологија дека ние сме креаторите на нашите сопствени животи, дека изборот е наш. Не е наш. Индиректно, ние прифаќаме дека со закон определените права не значат многу. Старите навиките тешко умираат, и така натаму. Доколку мажите успеат да се извлекат со тоа да ивршуваат помалку од еднаков дел од домашните обврски, и никој не ги укори, браво за нив!“ – смета Исановиќ.

Во анализата „Кој ги прави вестите“, се критикува фактот дека родовата еманципација не е – новинска вест или може да чека „на опашката“. Дека вест е ако жената е жртва и ако е незаштитена, како стереотип. Анализата што ја споменуваме од регионот покажува дека 54% од прикажаните жени во медиумите се на возраст меѓу 24 и 35 години (54% од регистрираните) кога се млади и атрактивни, а многу помалку кога се во зрело доба (24%). Дури и кај вестите, се вели во констатацијата, се прифаќа комерцијалната визура за телата кај половите и тоа совршената визура, што не е во согласност со принципите на демократијата – вестите не се рангираат по важност, туку и тука сексипилот игра голема улога. Изборот на членките на раководствата во партиите и кај нас тоа, секако, го потврдуваат, бидејќи постои акцент на тоа како се

привлекува гласачкото тело. И, преку атрактивноста, се разбира, која треба да се види и во медиумите.

## ЖЕНИТЕ ПОЛИТИЧАРКИ И СТОПАНСТВЕНИЧКИ ВО МЕДИУМИТЕ

Дали се сеќавате колку беше присутна во медиумите поранешната вицепремиерка за евроинтеграции, Теута Арифи, од ДУИ? Речиси секој ден се појавуваше некаде и таа пленеше со својата елокветност и, секако, влијаеше врз свеста за родовата еднаквост кај читателите и гледачите. Таа беше и одраз на неопходноста жената да се образува, да биде во допир со цивилизациските придобивки кај женското прашање и, конечно, доказ за корисноста на таа нова улога на жената – политичарка (или стопанственичка, онаму каде постои). Особено е важно што, секако, можеше да влијае врз жената Албанка, која е карактеристична со својата врзаност за традиционалните улоги. Арифи, денес, е на доста значајна функција – таа е градоначалник на Тетово, но медиумски е целосно изгубена, а нејзината политичка вредност во манифестацијата на родовата еднаквост е еродирана, да не речеме барем привремено и изгубена! Гледано, секако, од медиумски аспект, што е интерес на оваа публикација.

Впрочем, кога пред 100 дена се вршеше распределбата на функциите во новата Влада, освен дел од функционерите, и сопартијките му се налутија на лидерот на ДУИ, Али Ахмети, бидејќи излезе дека нема жена на министерска функција. Речиси не се сеќаваме и дека ги има на врвни функции во јавните претпријатија и сервиси! „Интеграциите се бунтувале бидејќи лидерот ги изоставил во новата Влада, а реакции имало дека не се доволно застапени и во партиските органи. Коментарите од сопартијките на Ахмети се дека по распределбата на министерските функции, местото на жените од ДУИ е во женското кафуле во Камењане (ова е кафуле отворено со надворешна финансиска помош – н.з.)“, искоментира весникот „Дневник“

(<http://www.dnevnik.mk/default.asp?ItemID=EAE9A3AFA0CE3D4EB7DA69A2AF92F73E>), а се додава дека Ахмети тогаш немал издржано образложение зошто ги „заборавил“ жените.

Ова е голем чекор назад за оваа партија. Но, дали само за неа? Да речеме кога во некоја дебатна емисија сте виделе некоја координаторка на парламентарна група од ВМРО-ДПМНЕ или друга жена со висока функција (да речеме претседателка на Советот на град Скопје). Ова илустрира дека жената во политиката е поставена само како формален чин на задоволување на зададените квоти, но не и како шанса таа да се наметне како креативен и рамноправен субјект во политичкиот живот. Ситуацијата е поинаква во опозициските редови.

Едно истражување во Фландрија, Белгија, во есента 2011 година, покажа дека ако некој пратеник сака да биде медиумски познат, тогаш е подобро да биде маж. Меѓу првите 20 фламански парламентарци кои биле покажани и цитирани на вестите, било забележано само едно женско име. Дури 42% од фламанските парламентарци се жени. Парламентарката Елизабет Мјулмен (Партија на зелените, Гроен!) забележува дека политичарките ниту заземаат позиции, ниту работат на темите кои ги интересираат новинар(к)ите и уредници/чките. Овие теми вклучуваат образование и социјална благосостојба. (<http://www.dewereldmorgen.be/rtikels/2011/11/23/journalist-zoekt-vrouw>)

Во веќе спомената анализа за родовата застапеност, како илустрација за односот на медиумските уредници кон темата жени-политичари и нивниот глас, да ја пренесеме забелешката дека во емисијата „Ако е...“, од 23.5.2012, прикажана на „МТВ1“, од авторот Александар Чомовски, од вкупно 12 лица во неговата емисија во својство на гости во студио или експерти, јавни личности кои во посебен прилог даваат изјава, само едно лице е жена (се однесува на снимка на генералниот секретар на Стопанската комора на Македонија, Јелисавета Георгиева). Оваа емисија е самостојна во создавањето (оддел-

на продукциска група од МТВ). Националниот радиодифузер само го „продава“ програмскиот простор.

Да потсетиме дека во Република Македонија законската регулатива предвидува афирмативни мерки (квота), со цел стимулирање и подобрување на учеството на жените во политичкиот живот. Со Законот за избор на пратеници (2002) и Законот за територијална организација на единиците на локалната самоуправа (2004), беа предвидени квоти од 30% учество на двата пола на кандидатските листи за избор на пратеници и советници.

Според анализите на Министерството за труд и социјална политика, овие законски решенија не беа доволни „да се зголеми и унапреди учеството на жените во процесите на одлучување на национално и локално ниво“. Со донесувањето на Изборниот законик во 2006 година, член 64 (5) предвиде дека од кандидатските листи за избор на пратеници и советници во општините и градот Скопје, на секои три места, едно место ќе му припадне на помалку застапениот пол.

Дополнително, во 2006 година се донесе Законот за еднакви можности на жените и мажите, кој во 2012 беше заменет со нов Закон за еднакви можности. Овој Закон го промовира принципот за воспоставување еднакви можности за жените и мажите во различни сфери на делување, вклучително и во сферата на одлучување на национално и локално ниво.

А што говори статистиката?

Во последниве десетина години, Република Македонија навистина забележува напредок во застапеноста на жените во политичките форуми и на јавната политичка сцена. Може да се каже дека во рамките на вкупниот развој на државата и на општеството се остварени некои солидни параметри. Бројките говорат дека политиката на рамноправност квантитативно дава солидни резултати, но анализата на квалитативните фактори покажува дека Македонија е сè уште далеку од посакуваното ниво.

Бројот на жените во политиката во 2000 година изнесуваше само 6,6%. Но, преку кампањи и лобирање за измени на изборните закони и со воведување на квоти и особено со измените во Изборниот закон во 2006, во кој е утврдено дека на секои три места на кандидатските листи, едно треба да му припадне на помалку застапениот пол, со можност Државната изборна комисија да одбие да ја признае листата што нема да ги задоволува овие критериуми, е дојдено до резултати со кои се зголемува учеството на жената во политичкиот живот.

Според светската база на податоци за учество на жени во парламентот ИПУ, до последниот, сè уште неконституиран во целина парламент поради бојкотот на опозицијата, 33,9% од пратеничкиот состав се жени (вкупно 41). Овој процент е над европскиот просек, кој изнесува 24,8%.

Со моменталниот бојкот на опозицијата, бројот на жени во Собранието изнесува 33: ВМРО-ДПМНЕ – 20, ДПА – 1, ДОМ – 1, ДУИ – 6, ЛДП – 1, НДП – 1, независни пратенички – 2, СПМ – 1. Собранието нема ниту една жена на потпретседателска функција, додека во претходниот состав 2011-2014, две од потпретседателските места им припаднаа на пратенички, жени.

Според Комисијата за еднакви можности при Собранието, учеството на жените на раководни места, заклучно со 2013, изнесува 55%, во Кабинетот на претседателот, 50%, во Владата, 56,4%, во администрацијата, 46,5%, во образовните институции, 41,7%, во центрите за социјална работа, 64%, во медицинските установи, 58,5%, во универзитетските клиники, 74,3%, во Народна банка на Македонија, 62%.

Во претходниот состав на Владата на Република Македонија имаше две министерки и две заменички-министерки. Во моменталниот состав, Владата ја има истата застапеност.

Учеството на жените во локалните совети е 30%, според Комисијата, мерено на ниво на

последните Локални избори од март 2013 година, иако според Министерството за труд и социјална политика, застапеноста е под 30%, односно некаде околу 27%.

Дополнително, деталната анализа на учеството на жените по општини, утврдува голем диспарат од една, во друга општина. Имено, постојат општини каде „учеството на жените е над 41% (3 општини), постојат општини каде учеството е повеќе од 30% (25 општини), во најголем дел застапеноста се движи од 20-30% (32 општини), но за жал, сè уште има многу општини каде учеството на жените е под 20% (25 општини)“.

Од друга страна, крајно незадоволително е учеството на жените на градоначалничките позиции. Само во општината Кисела Вода, во Скопје, и во општина Тетово, на чело на општината се жени. Законските одредби не превидуваат никакви решенија за застапеноста на половите во однос на градоначалничките места, што е една од причините за ваквата состојба.

Тоа се бројките за жената и политиката во Република Македонија, како и основните елементи на правната и на организациската рамка. Во суштина, политичката сфера во Македонија останува доминантно машка, мерено според реалната моќ за донесување на клучните политички одлуки. Жените не се вклучени во политиката надвор од партиските критериуми што ги диктираат авторитарни лидери врз основа на лојалноста, која оди и во крајна сервилност и само врз основа на формално вклопување во законските критериуми.

Во соседството, има жени претседатели на парламент и тоа во два мандата (Србија), има премиери (Словенија и Косово), додека кај нас ги имаме министерките за внатрешни работи и за култура, клучно доминирани од строгиот идеолошки режим на партијата и од влијателни мажи во ресорите или во партијата.

Во медиумите не може да се забележи во значителна мерка дискурс на дискриминација

врз основа на полот, освен на ниво на сексички или слични стереотипи. Ничиј јавен настап не е оневозможен или филтриран врз основа на полот. Би можело да се каже присуството на жената од политиката во медиумите е на нивото на нивната моќ, а во случај кога огласуваат идеолошки и политички конјунктурни проекти и ресори, како што е случај со министерките за култура и за внатрешни работи, тие дури ги пробиваат рамките на пристојноста со своето често присуство во медиумите!

Но, дека квотите не се доволна гаранција за сопирање или намалување на родовата нееднаквост, говори и практичното дејствување на политичарките. Може тоа да се види и низ една критика за погледот и на јавна функционерка (Парнаџиева Змејковска од Фондот за здравствено осигурување), но и медиумите кои, главно, се потпрени врз женската работна сила, а по повод известувањето за измените на исплатата на надоместокот за породилно отсуство. Инаку, овој закон е оценет како „антиженски“. Анализата е на проф. Мирјана Најчевска. (<http://proverkanafakti.mk/dupkite-vo-informiranjeto-za-isplatata-na-porodilni-nadomestoci>)

„Медиумите во многу мала мера го ставаат проектот во рамките на поширокиот контекст на правата на жената. Во неколку медиуми се спомнува можното нарушување на еднаквот пристап до работните места за мажите и за жените, меѓутоа не се воспоставува врска со веќе идентификуваниот многу длабок јаз во платите, со сиромаштијата која доминантно се поврзува со жената, со традиционалните родови улоги на мажите и на жените. „Радио Слободна Европа“ е еден од ретките медиуми во кои се дадени спротивставени мислења и е презентирани спротивставена аргументација, меѓутоа, еден ваков текст треба да претставува отворање, а не заокружување на расправата во врска со понудените мерки... Медиумите мора да го одбранат правото да информираат, да анализираат и да отвораат јавни расправи во врска со идеите што ги промовира Владата. Негирањето и

омаловажувањето на овие расправи и јасно искажаниот став дека единствено Владата има право да одлучува, не смеат да останат незабележани и без коментар од медиумите“. Инаку, Најчевска ги анализира ставовите на порталот „Фактор“, потоа на телевизиите „Сител“ и „Алфа“.

Според статистичките визури кои ги дава статистиката за присуството на жените во македонската економија, забележуваме помала економска активност на жените во однос на мажите.

Според најновата студија на Заводот за статистика, на тема: „Мажи и жени во Македонија 2014“, според процената на населението (состојба 30.6.2013), во Република Македонија има 2.064.032 жители. Процентуалното учество на жените и на мажите во вкупното население, речиси е подеднакво, 49,9% од населението се жени, а 50,1% се мажи.

Сепак, стапката на вработеност во Република Македонија во 2013 година кај жените изнесува 32,5% и е значително пониска во споредба со онаа кај мажите, која изнесува 48,7%. Оваа стапка на вработеност на жените е значително помала од просекот на вработеност на жените во државите-членки на Европската унија, која во 2012 изнесува 64,2%.

Според истражувањата на Родов Реактор и податоците на Држаниот завод за статистика, во периодот од 1996 до 2011, стапката на вработеност кај жените е просечно помала за околу 18%, од стапката на вработени мажи.

Во јавната управа и одбрана, како најголем работодавач во Република Македонија, соодносот на мажи и жени е 67,7%, спрема 32,3%. Според податоците на Народниот правобранител од 2010 година, во државната администрација овој сооднос е повеќе дисторзиран – 79,53% мажи, спрема 20,47% жени. Од тоа, 717 мажи се наоѓаат на раководни позиции во државната администрација, додека жените се застапени со само 457. И тука го

користиме како извор Народниот правобранител на РМ и Родов Реактор.

Учеството на жените во вкупниот број на работодавачи во Република Македонија изнесува 28,4%. Кај мажите работодавачи, тоа изнесува 71,6%. Сепак, во однос на 2011 година, кога вкупниот број на жени работодавачи изнесува само 25%, видлив е пораст од 3,4%.

Сличен сооднос се забележува во однос на учеството на жената во раководните менаџерски позиции во приватниот сектор. Сепак, во споредба со просекот на државите-членки на Европската унија, приватните компании во Република Македонија постепено го зголемиле бројот на вработени жени во управните тела, од 10%, во 2008 година, на 15%, во 2012 година. Оваа бројка го надминува просекот на застапеност на жената во управните тела на приватните компании за 1%.

Според студијата на Европската унија од 2012 година, на тема: „Родова еднаквост во Република Македонија“, една од причините за ниската стапка на учество на жените во економијата се должи на „грижата и семејните обврски, кои традиционално се припишуваат на жените.“ Исто така, оваа студија укажува на недоволна правна и социјална инфраструктура, која на жената би ѝ овозможила поголема економска активност (пристап до градинки, давање помош за вработените со семејна грижа, правна рамка за вработување на половина работно време, итн).

Дополнително, освен фактот дека жените се во статистички многу понеповолна положба од мажите, неодамнешната студија за жената во македонската економија покажува дека жените не се свесни за дискриминацијата. Исто така, студијата покажува дека жените не се запознати со нивните права, кои произлегуваат од правната рамка за промовирање на родовата еднаквост.

(Може да се направи споредба и со процентот што го отсликува размерот меѓу мажите и жените на „раководни“ позиции, односно според висината на платите во РМ – зачудувачки е фактот што меѓу вработените кои

имаат плата над 30.000 МКД, мажите се застапени со над 70%, а на нивото над 40.000 МКД, истите се застапени со над 75%!).

По малку е деградирачко сознанието дека жените стопанственички се застапени во медиумите во текот на изборот на „жена менаџер за таа и таа година“, главно форма негувана од многу магазини, особено оние наменети за женската публика (нивната содржина, секако, е приказна за себе), отколку што е тоа одраз на вистинскиот медиумски интерес за нив, како експерти или како личности од кои зависи бруто-општествениот производ, на пример. Да не го споменуваме сомнежот дека таквите избори најчесто треба добро да се „испозорираат“.

## ПРАВНИТЕ И ИНСТИТУЦИОНАЛНИ РАМКИ НА РОДОВАТА ЕДНАКВОСТ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Родовата еднаквост е едно од основните права промовирани во уставниот поредок на Република Македонија. Членот 9 од Уставот на Република Македонија гарантира дека сите граѓани се „се еднакви во слободите и правата, независно од: полот, расата, бојата на кожата, националното и социјалното потекло, политичкото и верското уверување, имотната и општествената положба“. Дополнително, членот 32 од Уставот ја гарантира економската еднаквост меѓу половите: „Секој има право на работа, слободен избор на вработување, заштита при работењето и материјална обезбеденост за време на привремена невработеност. Секому, под еднакви услови, му е достапно секое работно место. Секој вработен има право на соодветна заработувачка. Секој вработен има право на платен дневен, неделен и годишен одмор. Од овие права вработените не можат да се откажат. Остварувањето на правата на вработените и нивната положба се уредуваат со закон и со колективни договори.“

Во 1998 година, Собранието на Република Македонија ја донесе Декларацијата за ро-



дова рамноправност во процесот на донесување одлуки. Првиот Национален акциски план за родова рамноправност произлезе од Конференцијата во Пекинг, во 1995 година, кој беше усвоен од страна на Владата на Република Македонија, во декември 1999 година. Голем број цели и активности во областа на родовата еднаквост се реализирани и денес се спроведуваат, вклучувајќи го и Националниот акциски план за родова рамноправност 2013-2020 и Стратегијата за родова еднаквост 2013-2020.

Во 2012 година, Собранието на Република Македонија го донесе Законот за еднакви можности на жените и мажите, со кој се промовира принципот за воспоставување еднакви можности за жените и мажите во: политичката, економската, социјалната, образовната област, како и во другите области од општествениот живот. Дополнително, Законот за спречување дискриминација е донесен во февруари 2010 година, а изменет во 2014 година.

Врз основа на Законот за еднакви можности на жените и мажите, во 2013 година Собранието на Република Македонија ја донесе Стратегијата за родова еднаквост 2013-2020 година, која претставува документ кој обезбедува рамка за целосна еднаквост на жените и мажите како крос-секторски, хоризонтален и универзален, социјален и политички приоритет. Исто така, овој документ ги поставува основните чекори и специфичните насоки за целосно постигнување на родовата еднаквост во Република Македонија.

Дополнително, во јуни 2012 година, врз основа на член 5 од Законот за еднакви можности на жените и мажите, Министерството за труд и социјална политика донесе Стратегија за воведување на родово одговорно буџетирање во Република Македонија 2012-2017 година, како мерка со која треба да се воведат системско вклучување на еднаквите можности на жените и мажите во процесот на креирање, спроведување и следење на политиките и буџетите во посебните општествени области, вклучувајќи го извршувањето на функциите

и надлежностите на субјектите од јавниот и приватниот сектор. Според истражувањата и анализите на Министерството, политиките во Република Македонија најчесто се уште родово неутрални и не ги земаат предвид специфичните потреби на жените и мажите.

Преку горенаведените уставни, законски и подзаконски акти, Република Македонија не обезбедува само правна рамка за промовирање на родовата еднаквост, туку и го усогласува домашниот правен систем со меѓународните и европските стандарди за унапредување на родовата еднаквост.

Министерството за труд и социјална политика и Секторот за еднакви можности при Министерството се надлежни за имплементирање и мониторирање на политиките за родова еднаквост во Република Македонија.

Дополнително, секое министерство назначува координатори за еднакви можности, додека во единиците на локалната самоуправа се формираат комисии за еднакви можности.

Собранието на Република Македонија, исто така, формира Комисија за еднакви можности на жените и мажите. Оваа Комисија е задолжена за родовата интеграција на законските прописи кои се разгледуваат и усвојуваат од страна на Собранието.

(Членот 108 од Законот за работните односи, исто така, се однесува на „родовата еднаквост“, односно укажува дека за едно исто работно место платата мора да биде еднаква без разлика дали извршителите се мажи или жени. Но, и покрај тоа што ваквите одредби се „роевропски“ и прогресивни во делот на родовата еднаквост, во реалноста се соочуваме со фактот дека е многу мал процентот на жените кои се на раководни позиции, што само по себе би нè навело да помислиме дека, сепак, има родово еднаквост – види претходен коментар).

Заради недоволното третирање на правата на жените и нивната дискриминација, како и родовата еднаквост, Советот за радиодифузна дејност пред точно една година (ноември

2013) презеде иницијатива овие проблеми на родовата застапеност повеќе да се третираат во медиумите. По тој повод беше одржана јавна седница, на тема: „Родот и медиумите“, во организација на Советот за радиодифузија и поддржана од Министерството за труд и социјална политика и Комисијата за еднакви можности на жените и мажите.

„По направените анализи се дојде до заклучок дека медиумите во Република Македонија не ги интересираат родовите теми. Сите медиуми се соочуваат со родова невидливост, а таквата состојба, за жал, се смета за нормална. Од минатата година нема никакви разлики во поглед на тоа колку жената и нејзините права се застапени во медиумите. При креирањето на „Националната стратегија за родова еднаквост 2013-2020“ се укажа на потребата за издигнување на капацитетите на новинарите и медиумските работници за родовите прашања. Има потреба за одржување на кампањи, јавни расправи за стереотипите и предрасудите, притоа земајќи ги предвид и препораките од Советот на Европа за одредени конкретни активности насочени кон подобро медиумско претставување на жената и борбата со предрасудите“, истакна министерот за труд и социјална политика, Диме Спасов.

Медиумите имаат големо влијание во едно демократско општество бидејќи тие помагаат во рушењето на одредени стереотипи и предрасуди. Владата изминатите години беше посветена на преземање конкретни чекори и активности во правец на соодветно претставување на жените во медиумите. Со Националната стратегија за родова еднаквост, Советот за радиодифузна дејност доби обврска Прирачникот за родови прашања на Европа да го преведе, а за медиумите да спроведе обука за родова еднаквост. Советот има обврска да промовира и телефонска линија и електронска адреса за пријавување на навредливи содржини од родови природа и да направи анализа за пријавените случаи.

## ЖЕНИТЕ И СЕМЕЈНОТО НАСИЛСТВО ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Минатата година, на трибината посветена на семејното насилство, високи претставници на државата посебно го акцентираа значењето на медиумите во справувањето со ова општествено зло.

Првата полицајка, Гордана Јанкуловска, истакна, на пример, дека „без сеопфатна и широка граѓанска и јавна партиципација нема да биде можно успешно спротивставување и анулирање на семејното насилство и неговите, без дилема, секогаш трауматични и болни последици“. (<http://a1on.mk/wordpress/archives/150220>) Се работеше за панелот: „Во партнерство со медиумите, до општество со нулта толеранција за семејното насилство“, што се одржа во Скопје, на 15 мај 2013 година. „Можеби е разбиена фамата на семејното насилство, оној непријатен молк и трагична дискретност којашто порано, по правило, го следеше овој реален проблем, но тоа не значи дека сме стигнале до целта, напротив“ – нагласи Јанкуловска. Холандската амбасадорка Шурман потврди дека медиумската „прашина“ помогнала да се актуелизира овој проблем. Во изминатите четири години (2010-2014), со финансиска поддршка од Кралството Холандија и Обединетите нации, со заеднички напори на институциите и граѓанскиот сектор, беа постигнати значајни резултати, меѓу кои: околу 600 жртви добиле бесплатна правна помош, повеќе од 60 жртви добиле помош при основање свој бизнис, имало обука за над три илјади професионалци кои работат со семејно насилство, формирано е Национално координативно тело, итн. За оваа активност, Амбасадата на Холандија во Македонија потрошила близу 200 илјади долари.

Амбасадорката на Холандија во Македонија Мариет Шурман истакна дека ниту една држава не е имуна на семејно насилство и дека токму поради тоа ќе продолжи нејзината борба против ова девијантно однесување. За проектот „Превенција од семејно насилство

преку компетентни национални институции и одговорен и транспарентен судски систем“, Амбасадата на Холандија во Македонија ќе потроши 187.735 долари.

Но, Владата на РМ не обезбеди, пред тие медиуми од кои се бара помош, јавна дебата за законските измени кај семејното насилство, кои се актуелни од крајот на јуни годинава (!). Се работи за измени кои ги зголемуваат казните за оние кои вршат насилство, но и за оние кои не го пријавуваат. Во медиумите, инаку, овие измени се третираат како форма со драконски казни да се полни државната каса и да се намалува буџетскиот дефицит. Така, со парични казни од 2.500 до 5.000 евра ќе се казнува семејното насилство, предвидува новиот Предлог-закон кој ќе биде ставен на јавна расправа. Судските забрани за приближување на насилникот до жртвата, ќе се издаваат во рок од 24 часа.

Во 2011 година, до април годинава, во Македонија биле извршени 2.073 кривични дела, со елементи на семејно насилство, од кои во најголем дел од случаите, жртви се жени.

Во основниот документ на Министерството за труд и социјална политика – Стратегијата за семејното насилство, стои дека: „Семејното насилство претставува збир на однесувања, чија цел е воспоставување на контрола и злоупотреба на моќта над други лица во брачната или семејната заедница, со употреба на сила, застрашување и манипулирање“. Во Законот за семејство тоа е дефинирано на следниот начин: „Под насилство во бракот и семејството се смета однесување на член на семејството, кој со примена на сила, закана и заплашување врши телесни повреди, емоционална или сексуална злоупотреба и материјално, сексуално или работно искористување на друг член на семејството.“

Последното истражување покажува дека за целата популација, стапката за сите видови на семејно насилство е 37,7%, односно секој трет граѓанин трпи некаков вид на семејно насилство. Ова укажува дека семејното

насилство е еден од водечките социјални проблеми во земјата којшто треба сериозно да се третира. За да се одговори на овој проблем, покрај мерките на хартија, потребни се сериозни финансиски инвестиции од страна на државата. Новиот Закон за превенција и заштита од семејно насилство, не смее да помине без фискални импликации, како што во моментот е предвидено.

Во Македонија, најголем дел од жртвите на физичко насилство се жените, дури 78% се жени. Овој Закон не ги препознава девојките и жените како посебна категорија на граѓани, особено ранливи на семејно насилство, ниту, пак, нуди мерки за заштита коишто се прилагодени за нив.

Со измените во Законот за социјална заштита, беше воведена нова услуга за жртвите на семејно насилство – привремено сместување на жртвите во центар за лица, жртви на семејно насилство, или т.н. „засолништа“. (Сега функционираат 4 засолништа во системот на социјална заштита, и тоа во: Скопје, Охрид, Битола и Кочани. Тие се координирани од месно надлежните центри за социјална работа во наведените градови. Во тек се подготовките за отворање на уште едно засолниште, во Свети Николе, во соработка со локалната самоуправа. Како ресурс од редовите на граѓанскиот сектор, се користи и засолништето на НВО Кризен центар „Надеж“).

Со измените во Кривичниот законик, исто така, беше дадена дефиниција на семејното насилство, беа санкционирани различните видови на кривични дела поврзани со семејното насилство, а центрите за социјална работа беа посочени како социјален орган.

Како заокружување на одговорот на државата кон проблемот семејно насилство, беше донесувањето на Националната стратегија за заштита од семејно насилство, за периодот 2008-2011 година, како и Заедничкиот протокол за постапување во случаи на семејно насилство (2010 година), со кој се воспостави еден координиран систем на заштита на жртвите на семејно насилство во Република

Македонија, применлив за сите професионални структури кои третираат прашања од оваа област.

Заводот за социјални работи, со свои претставници тековно учествува во работни групи, формирани од Министерството за труд и социјална политика, за подготовка на подзаконски акти и стратешки документи од областа на семејното насилство.

Националната мрежа против насилство врз жени и семејно насилство, на 4 септември годинава, во Првиот семеен центар во Скопје, одржа прес-конференција, посветена на новиот Предлог-закон за превенција, спречување и заштита од семејно насилство. Според Елена Димушевска, извршна директорка на Националната мрежа против насилство врз жени и семејно насилство и Елизабета Божиновска, програмски координатор во Х.Е.Р.А, Националната мрежа против насилство врз жени и семејно насилство е мрежа од 27 организации. Оваа мрежа, иако е член на Националното координативно тело за семејно насилство во рамки на Министерството за труд и социјална политика, не беше вклучена во работната група за креирање на новиот Закон за превенција, спречување и заштита од семејно насилство.

Всушност, ниту една невладина организација не беше поканета да биде дел од овој процес, што е недозволиво во ситуација на постоење на закон кој предвидува вклучување на граѓанскиот сектор во процесите на креирање на закони. Поради тоа, постојат сериозни забелешки за начинот на изготвување на овој Предлог-закон и нивното исклучување од консултативниот.

Инаку, женските невладини организации бараат да отпочне нов процес за креирање на законот, во кој, покрај претставници од институциите, ќе бидат вклучени и претставници од невладиниот сектор и парламентот. Исто така, бараат подготовка на соодветна анализа на ситуацијата за проблемите во имплементација на системот за заштита од семејно насилство.

Генерални забелешки на Предлог-законот за превенција, спречување и заштита од семејно насилство се однесуваат на тоа што нема претходна анализа на капацитетите за превенција и заштита од семејно насилство коишто постојат во Република Македонија, врз основа на која преку законското решение сеопфатно ќе се одговори на постојните слабости во различните сектори кои го третираат семејното насилство. Законот не е родово сензитивен, не го дефинира семејното насилство како родово базирано насилство и не ги препознава девојките и жените како посебно ранлива група на родово базирано насилство. Законот не нуди нови подобренни решенија за проблемот на семејното насилство, ниту од аспект на превенција, ниту од аспект на заштита на жртвите, споредено со постојните национални протоколи за превенција и заштита од семејно насилство, ниту, пак, предвидува мерки за зајакнување на институционалните капацитети за грижа, поддршка и третман од семејно насилство коишто, во моментот, претставуваат клучна слабост во националниот одговор кон семејното насилство. Во постојниот Закон не е јасно дефинирана и улогата на здруженијата во нудење на заштита од семејно насилство.

Европските стандарди предвидуваат постоење на минимум едно место/кревет во шелтер центар, на 10.000 жители, и минимум еден советуваљен центар за жртви на семејно насилство, на 50.000 жени (кој ќе обезбедува советување од секаков тип: кризна интервенција, психолошко советување, бесплатна правна помош, и др.) Официјалните податоци говорат дека во Македонија постојат 4 засолништа за жртви на семејно насилство, наспроти потребните 20 засолништа (со минимум капацитет од 10 кревети) и 1 кризен центар, наспроти потребните 20 центри за популација за нашата земја.

Дека медиумите добро ја покриваат оваа тема, до која тешко се доаѓа, заради фактот дека се работи за „внатрешни работи на секое семејство“, покажа и последната репортажа на Телевизија „Телма“, од 6 ноември



2014 година (<http://www.telma.com.mk/vesti/zhenazhrtva-na-semejno-nasilstvo-ochajnobara-pomosh>), која освен насилството, ја отсликува очебијната декларативност на државата кога се работи за овој проблем. Таа репортажа јасно истакна дека ниту центрите за социјални грижи, ниту полицијата, се дораснати за извршување на своите задачи и дека една мајка со деца останува на улица и без заштита, додека надлежните го префрлуваат проблемот еден на друг. Дали овие прилози ги следат надлежните министри? Како ќе ги казнат своите подредени?

## РЕЗИМЕ

Експертката д-р Јоке Хермес, во својот Прирачник за жените – новинарки (преводот може да се најде на сајтот <http://avmu.org.mk/images/priracnik.pdf>), вели дека прва и основна задача на медиумите и сите фактори кои влијаат врз она што го нудат медиумите, е да се престане со родовото стереотипизирање. Тоа, да повториме, се препознава како систематско припишување на одредени особини и способности на мажите и на жените што ги квалификува или, пак, дисквалификува, за да извршуваат, на пример, улоги во јавната сфера или тешки работни места. Кога станува збор за жените, практиката на родовото стереотипизирање, сè уште сугерира дека жените припаѓаат во домот како што постојано јасно покажува и Глобалниот проект за медиумски мониторинг (ГММП). Родовото стереотипизирање е дискриминаторска практика. Во овој предизвик за повторно промислување и борба против стереотипизирањето, претставени се факти, сили и алатки за да се обнови новинарскиот професионализам.

**Фактите** ја нагласуваат потребата да се престане со родовото стереотипизирање. Тие покажуваат како родовото стереотипизирање зависи од збир на социјални и културни околности и како често се прави несвесно, како дел од забрзаната рутина на текот на подготовката на вестите. **Силите** објаснуваат како родовото стереотипизирање ќе му припаѓа на минатото, доколку и кога новинар(к)ите ја вршат добро својата работа. Новинарството како професија, всушност, има сè што му е потребно за да престане да употребува стереотипи. За родова свесност не е потребно ништо друго освен добро да се работи новинарството. Борбата против

родовите стереотипи е многу повеќе, отколку едно прашање кое се однесува на (мала група) жени, таа оди до срцето на остварување на демократијата во, и преку вестите и јавната дебата.

Според д-р Хермес, што е битно, се чини за резмето по оваа тема, препознавањето дека практиките на родовото стереотипизирање се игра на моќ, значи на цели групи да им се негира пристап до јавните форуми. Тоа значи да се негира нивниот авторитет во одредени полиња на знаење и пракса. Тоа значи да се негираат демократските права преку дискриминација врз основа на изглед. Вака се корумпираат демократските вредности и се става крај на квалитетното новинарство. Свеста за родовото стереотипизирање за жените и мажите оди во сржта на силниот професионализам и независната продукција на вести. Зашто стереотипизирањето се потпира врз земањето на работите „здроаво за готово“ и на „општото знаење“, додека квалитетното новинарство го прави токму спротивното. Тоа знае дека номиналната вредност е секогаш лажлива и треба да се погледне од поблиску.

Сè додека постои слободен печат и јавна радиодифузија, тврди д-р Хермес, демократско барање за новинар(к)ите е праведно да постапуваат кон жените и мажите како вистински слободни поединци и да разберат како стереотипите ги поткопуваат предусловите за демократско формирање мислење и за разноликост во јавната сфера. Се разбира, од комерцијалните вести се очекува да се придржуваат кон истите уставни права. Сепак, често комерцијалните програми избираат да не емитуваат програми кои жанровски не се чисто вести, туку претпочитаат да емитуваат

мешани формати кои, првенствено, се наменети да бидат забавни. Додека ваквите емисии може да бидат критички или иновативни, тие немаат законска обврска или самонаметната должност да им служат на демократијата и на еднаквоста.

Јасно е, се вели во Прирачникот, дека јавното новинарство е во неволја. Квалитетното новинарство се соочува со опаѓање на читателската публика на весниците, јавниот телевизиски сервис губи гледачи од помладите возрастни групи, нови форми на потрошувачка на вести се развиваат со многу простор за кратки интернет прилози. Некои тврдат дека т.н. граѓанско новинарство, исто така, ќе го загрози професионалното создавање вести (Keen, 2007). Потоа, тука е порастот на корпоративните вести од соопштенијата за јавност, напишани од персоналот за односи со јавност, обучен да им го олесни животот на новинар(к)ите. „Под закана е независното известување кое овозможува информации, истражување, анализа и знаење за заедницата, особено во покривањето на локалните теми.“ (Downie и Schudson, 2009, [http://www.cjr.org/reconstruction/the\\_reconstruction\\_of\\_american.php?page=all](http://www.cjr.org/reconstruction/the_reconstruction_of_american.php?page=all))

Еден од посочените проблеми во однос на темата е како да се прекине со практиката на т.н. порнификација, каде и жените и мажите се еден вид жртви на стереотипот! Тие се цел на т.н. хиперсексуализација и хипермажественост. Сексуалното ослободување отиде предалеку и тоа се констатира и во една анализа која Линда Пападопулос во 2007 година ја има правено за британската Влада. Во Македонија, оваа порнификација најчесто се прави преку увезени „забавни“ содржини однадвор, особено преку т.н. реалити шоуа, кои безмилосно се „трошат“. Или преку изборот на т.н. асистентки кои постојат во емисии каде ним и тешко може да им се најде смислата (квизови, на пример, или наградни игри, каде девојки со шлицови и „балкони“, треба да извлекуваат поштенски пликови од купот).

Она што аналитичарите забележуваат е фактот дека порнификацијата доаѓа, всушност,

како една форма на дисциплинирање од страна на машкиот свет, иако жртви, секако, се и оние мажи кои, едноставно, не сакаат да влезат во тие клишеа!

Она што во Македонија е неопходно да се стори е да се замени сегашната ситуација на, речиси, целосното отсуство од било каква суштинска дебата за било кое прашање со родово сензитивност, дури и кога станува збор за толку сериозни одлуки, како што е ограничувањето на прекилот на бременоста.

Дебатата отсуствува дури и кога е во прашање академската средина, односно прашања што директно задираат во автономијата на универзитетот. Би рекле дека громогласно одекна тишината со која беше проследено „замрзнувањето“ на Катедрата за родови студии, а на нејзино место беше инсталирана некаква Катедра за семејни студии, со што традиционалниот модел на семејството доби и своја „научна“ поткрепа. Ниту еден професор, или професорка, не најдоа за потребно да го искажат своето мислење по ова прашање.

Но, дали е така? И, дали дилемата и во корпусот на родовата еднаквост постои, подеднакво како и во другите теми? Катерина Колозова, професорка по филозофија и родови студии, вели во тој контекст: „Дискурзивната невидливост се постигнува не само со одбегнување теми што се однесуваат на жените, не само со, едноставно, нивно неприкажување, туку и преку употреба на, наводно, родово неутрален говор. Користењето именки што треба да се однесуваат на универзални човечки категории („директор“, „професор“, „лекар“, итн.) исклучително во машки род, претставува форма на дискурзивно исклучување на жените. Самата претензија за универзалност или за универзално претставување на едниот граматички род, наспроти другиот, претставува форма на подредување или хиерархиски однос, како и општествено исклучувачки говор. Некористењето на наставките за женски род кај функциите („министерот“, „претседателот“, итн.) е форма на родово неосетлив (gender insensitive) говор бидејќи, покрај тоа што претставува исклучу-

вање во форма на поништување на родовите разлики и сведување на родот на функционерот/функционерката на ирелевантен податок (што, секако, не е), упатува на тоа дека поимот содржи димензија на достоинство и универзалност само доколку е употребен во машки род. Како да се имплицира дека женската наставка го намалува достоинството на функцијата. За среќа, оваа пракса во извесен период сосема исчезна кај нас, но во последно време бележиме некаква неоконзервативна тенденција на враќање на именките кои се однесуваат на општествени функции во ‚родово неутрален род‘ (контрадикцијата е очигледна во самава формулација, а со тоа е и симптом кој повикува на анализа)“. Ова стои, инаку, во „Истражување на Советот за радиодифузија за 2012 година“.

Елизабета Баковска, книжевна критичарка и преведувачка, на таа тема вели дека „воведувањето граматички женски пандан (министерка, претседателка, советничка) за овие функции кога се однесуваат на биолошки, женски пол, според мене не придонесува во демаскулинизација на јазичната практика, т.е. за јазично родово еманципирање. Напротив, воведувањето на женските форми значи внесување на една (хиерархиски подолна) поткатегорија во рамките на постојните категории, резервирана само за жени. Така, претседателот останува секогаш маж, а ако по некоја случајност таа позиција ја заземе жена, за неа се отвора друг термин (претседателка), кој во себе носи одредена делегитимизација на нејзиното суштинско право, заедно со функцијата да ја добие и титулата што ѝ припаѓа.

Така, овие практики ќе ги испразниме од нивниот патријархален набој и ќе ги исполниме со подеднаква андрогиност. Значи, ако денес, кога ќе кажеме претседател веднаш визуелизираме маж, во некоја иднина ваквите автоматизирани стереотипи би требало да исчезнат, а претседателот да биде или маж, или жена. Се разбира, доколку смета дека има потреба полово да се легитимира во овие строги бинарни рамки“ (извор: „Нова

Македонија“, автор, Весна Дамчевска: „Ме барате за работа или за жена“).

Во таа смисла, и денес во XXI век, произлегува дека женските права сè уште не се апсолвирани. Прашањето на женските права, всушност, е фундаментално прашање на една демократија. Тоа е единица мерка за остварувањето на некои од цивилизациските вредности. Но, истовремено, тоа е право кое треба да биде практикувано индивидуално. Улогата на медиумите е условена од формалната поставеност на општеството преку систем на законски регулативи во дадената област, но никако не може да се очекува исклучување на наследната традиција, стекнатите навик и спецификите на конкретната земја. Нивото на медиумот е ниво на општествените текови. Тој може да избере да биде прогресивен и позитивен исклучок, но сепак, е составен дел на средината од која произлегува.

Етичкиот и морален аспект треба да бидат темелот на функционирање на медиумскиот простор, како суштина која ќе може полесно да ги апсорбира и прашањата за родова еднаквост. Вредностите од минатото, како дел од колективната меморија, преку: практикување на обичаи, религиозни верувања, уметничка пракса, културни прикази, се само доказ дека процесите се циклични и нивното моментално отсуство е резултат на севкупното назадување. Но, вредностите на современиот свет најлесно доаѓаат преку медиумите, заради природата на нивното постоене. Тоа е шанса која треба позитивно да се искористи.





## ЗА АВТОРИТЕ

**Никица Корубин (38)** има завршено магистерски студии по археологија на Универзитетот Св.Кирил и Методиј. Авторка на над 50 текстови објавени во Утрински весник и во Глобус магазин, како и автор на серија прилози од археологијата на Македонската телевизија во периодот 2004 – 2005 година. Автор е на дузина публикации врзани за културното наследство на Македонија. Била претседател и потпретседател на HBO CHARM (Centre for Cultural Heritage and Archaeological Resource Management)

**Бранко Тирчковски (62)** завршил Факултет за политички науки во Загреб. Бил уредник во Нова Македонија и дописник на овој дневен весник од Софија. Еден е од основачите на дневниот весник „Утрински“ и негов прв главен и одговорен уредник. Во периодот 2007 - 2009 година беше главен и одговорен уредник на магазинот Глобус, а од 2009 - 2011 и негов сопственик.

**Љубомир Костовски (61)** завршил Правен факултет во Скопје. Бил уредник во „Студентски збор“, главен и одговорен уредник во синдикалниот весник „Трудбеник“, помошник на главен уредник во магазинот „Глобус“. Добитник е на европската награда Жан Моне за 2012 година.

