Helsinški parlament građana, Banja Luka, Republika Srpska

UDK 305-055.1/.2:004.738.12(497.6)"2009/2010"

NOVE MEDIJSKE TEHNOLOGIJE I ŽENSKI AKTIVIZAM

Sažetak: *Zbog brzine komunikacije, prenosa, traženja i predstavljanja informacija, globalne dostupnosti i jednostavnosti, internet i veb nadilaze druge oblike javnog rada i aktivističkog djelovanja. U ovom radu ukazujemo na prednosti novih medijskih tehnologija koje ženske organizacije mogu koristiti za svoje predstavljanje i političko angažovanje u zaštiti i promociji ženskih ljudskih prava, a u odnosu na dosadašnje prakse marginalizacije žena u štampi, na radiju i na televiziji. Rad je baziran na petomjesečnoj analizi veb sajtova 10 ženskih nevladinih organizacija iz Bosne i Hercegovine i veb sajta vladine Agencije za ravnopravnost polova BiH, koji su kontinuirano praćeni od 1. oktobra 2009. do 1. marta 2010. godine. Postavljanjem veb sajtova, ženske nevladine organizacije u BiH učinile su prvi korak ka članstvu u virtuelnom svijetu, ali još treba da „nauče“ kako koristiti i iskoristiti ovo članstvo.*

Ključne riječi: *web, ženske nevladine organizacije, veb aktivizam, rodna ravnopravnost*

Biti digitalan: sada i ovdje

„Za koju godinu vjenčanje će izgledati ovako:

Matičar: Da li vi pristajete da promijenite facebook status iz single u married ?

Mlada: Da!

Mladoženja: Da!

Matičar: Molimo kumove da priđu i kliknu 'like'.“¹

1 Vicevi meseca, OK br. 78, Beograd 2011, str. 42.

Anegdota o fejsbuk vjenčanju sa početka rada obistiniće se, kako sada stvari stoje, ne za par godina, nego za par mjeseci,² i polazeći upravo od ove „vremenske“ dimenzije anegdote, možemo reći da ona implicira nekoliko stvari bitnih za temu ovog rada – nove medijske tehnologije i ženski aktivizam.

Prvo, daje dodatno značenje terminu „biti informatički pismen“, jer većina nas ne bi željela da zbog „informatičke nepismenosti“ propusti vjenčanje djeteta, druga/rice i brata ili sestre, odnosno da bude neupućena, izolovana i isključena iz društvenih tokova.

A biti uključen danas znači biti konektovan ili prikaoen na Mrežu. I to više nije samo podrazumjevujuće, već je i uslovljeno novim podjelama uloga i odnosa u društvu koje diktira upotreba novih informaciono-komunikacionih tehnologija (IKT), čiji su internet i veb integralni dijelovi.

Drugo, ova anegdota samo je još jedna potvrda vizionarskih najava Nikolasa Negropontea koji je u svojoj čuvenoj knjizi „Biti digitalan“ rekao:

„Biti digitalan je drugačije. Mi ne čekamo neki izum. On je ovde. I sada. On je gotovo genetički u svojoj prirodi, tako da će svaka buduća generacija biti više digitalna od prethodne“.³

Tinejdžerski časopis OK, koji promovise fejsbuk vjenčanje, i ne trudeći se da prevede engleske riječi single (*samac/ica*), married (*vjenčan/a*) ilike (*svidamise*)⁴, potvrđuje „genetičke digitalizacije“ novih generacija o kojoj govori Negroponte.

2 Društvena mreža Fejsbuk (Facebook), krajem 2006. godine, imala je osam miliona članova, da bi, samo pet godina kasnije, broj korisnika fejsbuka bio veći od šesto miliona. Samo u prvom kvartalu 2011. godine broj korisnika se popeo sa petsto osamdeset pet na šesto šezdeset pet miliona, što znači da je za samo tri mjeseca fejsbuk dobio novih osamdeset miliona registrovanih članova. Pristupljeno 11. aprila 2011. Vidjeti više: <http://www.socialbakers.com/blog/143-facebook-gains-80-million-new-accounts-in-the-first-quarter-of-2011/> S druge strane, prema podacima Međunarodne telekomunikacione unije (ITU), broj korisnika interneta premašio je u 2010. godini dve milijarde. Pristupljeno 29. marta 2011. Vidjeti više na: <http://www.itu.int/en/osg/speeches/Pages/2011-01-26-0.aspx>

3 Negroponte N., *Being digital*, New York 1996, str. 231.

4 Postalo je (samo)podrazumjevujuće da današnji korisnici interneta govore i razumiju engleski, kao neslužbeni jezik novih tehnologija. Jezički stručnjaci upozoravaju da su korisnici interneta već razvili neku vrstu posebnog jezika kojima nadomješćuju odsutnost kontekstualnih znakova koji su uobičajeni u direktnoj komunikaciji, licem u lice, a Dejvid Kristal predlaže uvođenje pojma *net govor* (eng. *netspeak*) kao posebne vrste kompjuterski posredovane interakcije – trećeg medijuma, koji razvija svoja sistemska pravila u skladu sa novim okolnostima. Pristupljeno 16. aprila 2010. Vidjeti: Prikaz knjige: Jezik i internet, Dejvid Kristal, u: *e-volucija* br. 10, Beograd 2005.

Pitanje, dakle, nije da li će ženske nevladine organizacije postaviti svoju veb stranicu i biti prisutne u virtualnom svijetu, nego kako će to prisustvo koristiti i iskoristiti u kontekstu ostvarivanja ravnopravnosti polova za koju se zalažu.

Prednosti novih tehnologija

Zaključci i preporuke koje predstavljam u ovom radu bazirani su na petomjesečnoj analizi veb sajtova 10 ženskih nevladinih organizacija iz Bosne i Hercegovine i veb sajta vladine Agencije za ravnopravnost polova BiH, koji su kontinuirano praćeni od 1. oktobra 2009. do 1. marta 2010. godine, i odgovaraju, prije svega, na lokalnu potrebu da aktivizam ženskih nevladinih organizacija u Bosni i Hercegovini, kroz upotrebu interneta i veba, bude djelotvorniji.

Rad, u tom smislu, ukazuje na ključne prednosti koje veb i internet nude aktivistkinjama ženskih nevladinih organizacija u odnosu na dosadašnje diskriminatorske prakse predstavljanja žena u tradicionalnim medijima – štampi, radiju i televiziji.

Ženske nevladine organizacije koje imaju svoje veb sajtove, zapravo u rukama imaju svoje vlastite samoizdavačke medije u kojima su one kreatorke i njegove forme i njegovog sadržaja.

Ova pozicija pruža im ogromne mogućnosti, naročito u kontekstu plasiranja sadržaja, nelimitiranog minutažom ili brojem redova – sadržaja koji, više, ne podliježe uredničkim cenzurama.

Feministička kritika medija, koja je počela da se etablira 60-tih godina prošlog vijeka, nedvosmisleno je pokazala da su žene u tradicionalnim medijima marginalizovane i u pogledu zastupljenosti, ali i tematski, odnosno da tradicionalni mediji odražavaju i održavaju tradicionalne predstave o rodnim identitetima i ulogama.

Rezultati posljednjeg (2009) globalnog monitoringa medija – GMMP (Global Media Monitoring Project), koji je obuhvatio analizu glavnih informativnih glasila u 108 država, potvrđuju medijske prakse marginalizacije žena:

„Samo 24% osoba o kojima čujemo ili čitamo u novinama, radiju i televiziji su žene. Ovo je značajan napredak u odnosu na 1995. godinu kada su žene činile 17% osoba koje su se pojavljivale u vijestima. Međutim, i pored sporog, ali ravnomjernog povećanja ženskog prisustva u vijestima u posljednjih 10 godina, svijet oslikan u vijestima ostaje dominantno muški.

Ovakva slika ne odgovara stvarnosti u kojoj polovinu svjetskog čovječanstva čine žene“.⁵

Veb sajt daje prostor ženskim nevladinim organizacijama, koji rijetko ili nikada ne dobijaju u tradicionalnim medijima, da informacije koje objavljuju na svojim veb stranicama predstavu u širem, pojašnjavajućem kontekstu.

Veći broj posjetilaca veb sajtova nema nikakav ili nema tačan uvid šta se dešava na polju ravnopravnosti polova i šta se dešava u brojnim organizacijama i institucijama koje se bave rodnom tematikom, i da nema medijski posredovanih informacija bili bi „izgubljeni u društvenoj nepreglednosti“.⁶ Predstavljanje informacija u širem, detaljnijem kontekstu pretpostavlja tumačenje i objašnjavanje informacija i istovremeno doprinosi usmjeravanju reagovanja posjetilaca na okruženje, odnosno na konkretne društvene pojave i procese.

Sve ono što nisu objavili „stari“ mediji, što je bilo skraćeno, isječeno ili izvučeno iz konteksta ili ciljano predstavljeno drugačije, sada može biti postavljeno na veb organizacije i objašnjeno i protumačeno na način kako to organizacija vidi i doživljava.

U tom kontekstu, naročito je važno ukazati na publikacije koje ženske nevladine organizacije postavljaju na svojim veb sajtovima. Činjenica da od 11 analiziranih organizacija u BiH, osam ima rubriku Publikacije, u kojoj se mogu naći različite vrste dokumenata (kao što su izvještaji, istraživanja, knjige, bilteni i studije), svjedoči o bogatoj izdavačkoj produkciji ženskih nevladinih organizacija, koja je i svjedočanstvo vremena i način da se metodološki utemeljeno objasni i ukaže na položaj i ulogu žena iz različitih uglova.

Ženske nevladine organizacije, svojim istraživanjima i publikacijama, situiraju rodne teme u naučni, politički i medijski diskurs, krčile su i krče put zakonima i politikama iz oblasti ravnopravnosti polova (Zakon o ravnopravnosti polova BiH, entitetski zakoni o zaštiti od nasilja u porodici, Gender akcioni plan

5 Vidi Izvještaj „Who Makes the News? The Global Media Monitoring Project Report 2010“, dostupan na: http://www.whomakesthenews.org/images/stories/website/gmmp_reports/2010/global/gmmp_global_report_en.pdf Globalni projekt monitoringa medija (GMMP) počeo je 1995. godine i predstavlja najveći i najduži projekat koji se bavi reprezentacijom žena u svjetskim medijima. Prvi monitoring organizovan je 18. januara 1995. godine u 71 državi, a rezultati ovog monitoringa predstavljeni su na ženskom NVO forumu u Pekingu u septembru 1995. godine. Od tada se monitoring provodi svake pete godine.

6 Habermas u Radojković M. i Stojković B., *Informaciono komunikacioni sistemi*. Beograd 2004, str 218.

BiH, Akcioni plan za implementaciju UNSCR 1325 u Bosni i Hercegovini, itd.), a neki od ovih dokumenata predstavljaju prve pisane materijale o položaju žena nakona rata u BiH, (kao što je *Izveštaj NVO-a o ženskim ljudskim pravima u Bosni i Hercegovini*, iz maja 1999. ili publikacija Socio-ekonomski status žena u BiH, iz 2002. godine).

Veb sajtovi daju priliku ženskim nevladinim organizacijama da, pozicioniranjem sebe kao nosioca određenih aktivnosti i pozicioniranjem rodniha tema u komunikacijski diskurs, grade obrasce predstavljanja koji su bitno drugačiji od onih koje nude „stari“ mediji koji situiraju žene u domen zabave i privatnu sferu i odriču im kompetentnost da govore o ekonomiji, politici, vojsci i drugim „važnim“ društvenim pitanjima.

Istraživanjem u Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj i Srbiji 2007. godine, utvrđeno je da tradicionalni mediji u ove tri države „konstruiraju rodno pristrasni i diskriminirajući medijski diskurs kao domen muškaraca“. Uočeno je takođe „da se žene, bez obzira na njihovo zanimanje, identifikuju u novinskim tekstovima tri puta češće nego muškarci u odnosu na svoj porodični status ili veze i da su dominantne samo u industriji seksa, tj. kao seksualne radnice, ili kao osobe koje vode domaćinstvo, odnosno kao roditeljke“.⁷

Do skoro identičnih rezultata došla je i organizacija žena Lara čijim je tromjesečnim monitoringom bilo obuhvaćeno pet dnevnih novina u BiH. Koristeći igricu „šta bi bilo da su vanzemaljci imali samo toliko vremena da sa planete Zemlje uzmu nekoliko dnevnih novina“, Milkica Milojević navodi da bi vanzemaljci vjerovatno zaključili „da na planeti Zemlji živi bar tri puta više muškaraca nego žena, da i to malo žena Zemljanke uglavnom ne rade ništa i ne odlučuju ni o čemu, da se Zemljanke uglavnom dijele na dvije grupe: ili su lijepe, dotjerane, razgoličene i po cijeli dan kupuju ili pate zbog bolesti, izbjeglištva i nasilja, da se samo muškarci Zemljani bave politikom, biznisom i sportom, i da muškarci Zemljani mnogo češće umiru, jer ih ima više i u čituljama“.⁸

7 Isanović A., Medijski diskurs kao muški domen: Predstavljanje roda u dnevnim novinama u Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj i Srbiji, u: *Stereotipizacija: predstavljanje žena u štampanim medijima u jugoistočnoj Evropi*, priredili Moranjak Bamburać N, Jusić T. i Isanović A, Sarajevo 2007, str. 72.

8 Milojević M., *Žene u dnevnim novinama BiH: vidljivost, uloge, stereotipi*, Bijeljina 2007, str. 3. Pristupljeno 12. septembra 2010. Elektronski izvor: http://www.zenskiforum.com/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=23&Itemid=57

Uslijed medijske selektivnosti u prikazivanju ženskih uloga, ženama, a naročito djevojkama, uskraćuju se i neki drugačiji modeli identifikacije i uzora.

Ženske nevladine organizacije mogu na svojim veb sajtovima ponuditi drugačije uzore za identifikaciju, drugačije poglede od onih društveno normiranih i drugačiju interpretaciju onoga što preferira zvanična ideologija.

U komunikacijsko-publikacijskom sistemu veba, ženske nevladine organizacije mogu se paralelno koristiti i tekstem i slikom i zvukom i brojnim hiperlinkovima koji upućuju na druge izvore ili na arhive o istom ili sličnim događajima. Na raspolaganju su im, drugim riječima, različite izražajne forme koje uključuju ili bi mogle uključiti žensku video produkciju, dokumentarni film, aktivistički spot⁹, umjetničku fotografiju, strip, onlajn edukaciju, onlajn savjetovaništa, naučni tekst, prodajnu izložbu ženskih rukotvorina, itd.

Ovo su prednosti veba na koje ukazuju kiberfeministkinje kada govore o savezu između žena, strojeva i novih informaciono-komunikacionih tehnologija, kao instrumenata za nametanje značenja. Ili, kako to kaže feministička teoretičarka Nensi Paterson (Nancy Paterson):

“Multimedija, interaktivni video, virtuelna stvarnost, te nove tehnologije predstavljaju za žene mogućnost da se probiju iz unaprijed određenih uloga i napisanih dijaloga. Zečja rupa u koju se možemo stropošati”¹⁰.

Veb sajtovi sa pratećim korisničkim servisima, ženskim nevladinim organizacijama omogućavaju brzo povezivanje i širenje informacija na lokalnom i globalnom nivou.

Onlajn aktivizam ne poznaje vremenske ili fizičke granice. Zbog brzine komunikacije, prenosa, traženja i predstavljanja informacija, internet i veb nadilaze druge oblike javnog rada i aktivizma.

9 Dobar primjer korišćenja novih medija za borbu protiv nasilja nad ženama u Indiji su aktivistički spotovi "Ring the Bell", urađeni u okviru međunarodne kampanje organizacije Breakthrough koji su, za kratko vrijeme, postali metafora za zaustavljanje nasilničkog ponašanja u bilo kojem obliku. Pristupljeno 12. aprila 2011. Neki od spotova se mogu pogledati na sljedećim linkovima: <http://www.youtube.com/watch?v=9t3BPv8tBP4> ili <http://www.youtube.com/watch?v=zmNz0cTcxFU>

10 Paterson N., *Cyberfeminizam*, u: *Cyberfeminizam, priredio* Marković I., Zagreb 1999, str. 44.

Veb je „postao zvanični medij alternativnih pokreta čija se globalnost komunikacije koristi i za antiglobalističke aktivnosti i prosvjede“.¹¹

Upravo tako ženske nevladine organizacije treba i da shvate veb – kao medij koji im pruža brojne mogućnosti za povezivanje i zajedničko djelovanje sa ženskim grupama i organizacijama u zemlji i svijetu, ali i kao „politički prostor redefinisanja identiteta i uloga žena“.¹²

Nove komunikacijske tehnologije, kako ističe Dona Haravej (Donna Haraway) moraju biti sagledane „ne samo kao formalizovani tehnološki i naučni diskursi, nego i kao instrumenti za nametanje značenja“.¹³

Veb kao alat za društvenu akciju

Za razliku od tradicionalnih medija koji „pažljivo kultivišu poželjne predstave o rodnim identitetima i ulogama“, služeći se različitim strategijama u predstavljanju žena, „od simboličkog isključivanja do getoizacije ženskih iskustava i interesovanja“,¹⁴ nove medijske tehnologije, oličene u vebu i internetu, otvaraju nove mogućnosti za reprezentaciju ženskosti, socijalnu mobilizaciju i društvenu akciju.

Ono što ženske nevladine organizacije odaberu i postave na sajt, oslikava dio njihovog rada i onoga za šta se bore i zalazu. Sadržaji dostupni na njihovim veb sajtovima dio su strategije predstavljanja, ali i političkog angažmana koji je usmjeren na mijenjanje okruženja i donošenje zakona, strategija, politika i/ili akcionih planova kojima se obezbjeđuje zaštita ženskih prava i ravnopravnost žena i muškaraca u svim područjima javnog i privatnog života.

Da bi iskoristile prednosti informaciono-komunikacionih tehnologija, obezbijedile konzistentnost svog predstavljanja na vebu i uvezale svoje djelatnosti sa konkretnim društvenim akcijama putem kompjuterski posredovane komunikacije, ženske nevladine

11 Osmančević E., Mogućnosti online novinarstva, u: Konferencija „Profesionalni i etički standardi u izvještavanju o marginalizovanim grupama“, Sarajevo 2010, oktobar.

12 Nenić I., Mreže sajberfeminizma, u: e-volucija broj 9, Beograd 2005, pristupljeno 15. maja 2010. Elektronski izvor: <http://www.bos.rs/cepit/evolucija/html/9/uvodnik.htm>

13 Haravej D., Manifest za kiborge: nauka, tehnologija i socijalistički feminizam osamdesetih godina XX vijeka, u: *Uvod u feminističke teorije slike, priredila* Anđelković B., Beograd 2002, str. 325.

14 Milivojević S., Žene i mediji: strategije isključivanja, u: časopisu za feminističku teoriju GENERO, posebno izdanje. Beograd 2004, str. 11

organizacije u BiH trebalo bi da posvete pažnju edukaciji vlastitih kadrova o korišćenju novih informacijskih tehnologija, da primjenu IKT u svom radu uvrste među svoje prioritete, i obogate svoje veb stranice različitim internet aplikacijama (kao što su onlajn edukacije, blogovi, forumi i onlajn savjetovališta) da bi omogućile interaktivnost komunikacije na svojim sajtovima. Pored toga, informacije na sajtovima trebalo bi da prate aktivnosti na terenu i budu u službi mobilizacije i stvaranja kritičkog javnog mnjenja koje može uticati na promjene u društvu, u skladu sa programskim orijentacijama organizacija.

Veb i internet, kao novi mediji, trebali bi se početi shvatati kao „mjesto vlastite intervencije i konstrukcije drugačije ženskosti“.¹⁵

Postavljanjem veb sajtova, ženske nevladine organizacije u BiH učinile su prvi korak ka članstvu u virtuelnom svijetu, ali još treba da „nauče“ kako ovo članstvo koristiti i iskoristiti.

LITERATURA:

Vicevi meseca, *OK* br. 78, Beograd 2011.

Negroponte N., *Being digital*, New York 1996.

Radojković M. i Stojković B., *Informaciono komunikacioni sistemi*. Beograd 2004.

Isanović A., Medijski diskurs kao muški domen: Predstavljanje roda u dnevnim novinama u Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj i Srbiji, u: *Stereotipizacija: predstavljanje žena u štampanim medijima u jugoistočnoj Evropi*, priredili Moranjak Bamburać N, Jusić T. i Isanović A, Sarajevo 2007.

Milojević M., *Žene u dnevnim novinama BiH: vidljivost, uloge, stereotipi*, Bijeljina 2007.

Paterson N., Cyberfeminizam, u: *Cyberfeminizam, priredio* Marković I., Zagreb 1999.

Osmančević E., Mogućnosti online novinarstva, u: Konferencija „Profesionalni i etički standardi u izvještavanju o marginalizovanim grupama“, Sarajevo 2010.

Haravej D., Manifest za kiborge: nauka, tehnologija i socijalistički feminizam osamdesetih godina XX vijeka, u: *Uvod u feminističke teorije slike, priredila* Anđelković B., Beograd 2002.

Milivojević S., Žene i mediji: strategije isključivanja, u: časopisu za feminističku teoriju *GENERO*, posebno izdanje. Beograd 2004.

15 Blagojević M., Feminizam na kraju veka: Lekcije o različitosti, u: *Feministička teologija*, priredila Savić S., Novi Sad 1998, str. 15.

Vebografija:

Pristupljeno 29. marta 2011. Vidjeti više na: <http://www.itu.int/en/osg/speeches/Pages/2011-01-26-0.aspx>

Pristupljeno 12. septembra 2010. Elektronski izvor: http://www.zenskiforum.com/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=23&Itemid=57

Nenić I., Mreže sajberfeminizma, u: *e-volucija* broj 9, Beograd 2005, pristupljeno 15. maja 2010. Elektronski izvor: <http://www.bos.rs/cepit/evolucija/html/9/uvodnik.htm>

Dragana Dardić

Helsinki Citizens' Assembly, Banja Luka, Republic of Srpska

THE ADVANTAGES OF THE WORLD WIDE WEB FOR
WOMEN'S ORGANISATIONS IN COMPARISON TO
TRADITIONAL MEDIA

Abstract

Due to the speed of communication, transmission, searching for and representing information, its global availability and simplicity, Internet and web surpass other forms of public work and activist engagement. In this paper, we point out the advantages of new media technology which can be applied by women's organisations for their presentations and political engagement in the protection and promotion of women's human rights in relation to the earlier practice of marginalisation of women present in print media, radio and television. The paper is based on the five-month analysis of 10 women's non-governmental websites in Bosnia and Herzegovina on the one hand, and the website of the Government Agency for the Equality of the Sexes in Bosnia and Herzegovina on the other. All the aforementioned sites were regularly observed from 1st October till 1st March 2010. Establishing the websites, women's non-governmental organisations in Bosnia and Herzegovina made the first step towards the membership in the virtual world, but they still have to "learn" how to use and benefit from this membership.

Key words: *website, women's non-governmental organisations, web activism, gender equality*