

Ženski glasovi u parlamentarnim izborima 2011. godine

Impressum

Analize su izrađene u sklopu projekta "Što žene žele? Ženski glasovi u parlamentarnim izborima 2011. godine". Projekt su tijekom 2011. godine provele ženske feminističke organizacije **CESI** i **BaBe!** iz Zagreba, **Domine** iz Splita, **CGI** iz Poreča i **Delfin** iz Pakraca, a financijski su ga podržali Ured za ravnopravnost spolova Vlade RH, Velesposlanstvo Republike Francuske u Hrvatskoj i Velesposlanstvo Sjedinjenih Američkih Država.

Ovdje navedeni stavovi autorica ne moraju nužno odražavati stavove Ureda za ravnopravnost spolova Vlade RH, Velesposlanstva republike Francuske u Hrvatskoj i Velesposlanstva Sjedinjenih Američkih Država.

Urednica: Tajana Broz

Autorice: Zorana Barišić, Tajana Broz, Maja Gergorić, Svjetlana Knežević, Jelena Tešija

Izdavačice:

CESI – Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje

Zagreb, 2012.

Kontakt adresa:

CESI, Nova cesta 4, Zagreb

telefon: 01/24 22 800;

e-mail: cesi@cesi.hr

www.cesi.hr

www.libela.org



Centar za građanske
inicijative Poreč
Centro per le iniziative
civili di Parenzo



Sadržaj

Uvod	4
Analiza izbornih lista (Maja Gergorić)	9
Analiza izbornih programa (Zorana Barišić)	18
Analiza izbornih TV spotova (Tajana Broz)	23
Analiza medija (Svjetlana Knežević u suradnji s Tajanom Broz, Majom Gergorić i Jelenom Tešija)	32
Zaključci i preporuke	35
Prilog 1	36
Prilog 2	37
Prilog 3	38

Uvod

Demokracija podrazumijeva sudjelovanje građana i građanki u procesima donošenja političkih odluka koje će vrijediti za cijelu zajednicu, bilo putem izravnog sudjelovanja u tim procesima ili putem biranja svojih zastupnika i zastupnica koji će u njihovo ime donositi odluke.

Rodna ravnopravnost znači da i muškarci i žene uživaju isti status i imaju jednake uvjete za realizaciju svih svojih potencijala kako bi pridonijeli političkom, socijalnom i kulturnom razvoju njihovih ekonomija/država i kako bi imali koristi od rezultata.

Time dolazimo do tri ključna razloga za povećanje političke participacije žena, a koje je još od uvođenja općeg prava glasa u Hrvatskoj 1945. godine na niskim razinama. Prvi je razlog načelne prirode i radi se o demokratskom pravu. Žene čine polovicu ukupne populacije te imaju pravo na razmjernu zastupljenost u predstavničkim, izvršnim i sudskim tijelima svojih država. Drugi razlog tiče se korištenja svih društvenih potencijala za razvoj i dobrobit društva. Isključivanjem žena iz demokratskih političkih procesa isključujemo dragocjene vrijednosti koje te žene posjeduju - znanja, vještine i sposobnosti. I na kraju, pretpostavka je da žene zbog patrijarhalnih rodni uloga te djelomično i spola imaju neke posebne odnosno snažnije izražene interese za pojedina društvena pitanja te se isključenjem žena iz procesa odlučivanja ti interesi nedovoljno zastupaju u donošenju političkih odluka.

Žene u Hrvatskoj imaju opće pravo glasa te mogu birati i biti birane. Ustav Republike Hrvatske definira ravnopravnost spolova kao temeljnu društvenu vrednotu te čini temelj za tumačenje Ustava. Zakon o ravnopravnosti spolova iz 2008. godine koji je u Hrvatskom saboru donesen konsenzusom definira obvezu provođenja rodno osviještene politike (članak 3.) te obvezu o uravnoteženim izbornim listama na svim razinama izbornog procesa (članak 12.). No usprkos legislativi i institucionalnim mehanizmima, Hrvatska je daleko od stvarne rodne ravnopravnosti. Jedno od područja u kojem žene teško ostvaruju svoja prava je politika.

Pitanje sudjelovanja žena u procesima donošenja odluka te rodno osviještena politika svakako su nešto što je kontinuirana zadaća političkih aktera, no politički život zemlje svoj naintenzivniji period doživljava u izbornom procesu. Samu izbornu kampanju možemo promatrati kao vrhunac argumentirane rasprave o bitnim problemima društva te kao vrlo važno sredstvo informiranja i edukacije javnosti. U tom periodu političke stranke na dnevni red stavljaju one društvene teme koje smatraju najvažnijima¹ te prezentiraju svoju viziju razvoja za koju traže povjerenje građana i građanki. Cilj ovdje predstavljenih analiza bio je utvrditi u kojoj je mjeri rodna ravnopravnost stavljena na dnevni red kampanje, odnosno jesu li političke stranke u presudnom trenutku spremne svoje deklarativno podržavanje rodne ravnopravnosti dokazati i visokim pozicijama žena na svojim listama, zagovaranjem tema vezanih uz žene u svojim izbornim programima te u političkoj promidžbi odnosno marketingu. U tu svrhu izrađene su analiza izbornih lista, analiza izbornih programa i analiza TV spotova. U sve tri analize fokusirale smo se na parlamentarne stranke budući da one predstavljaju najvažnije političke aktere u zemlji.

¹ To je (ili bi trebao biti) recipročan proces. S jedne strane političke stranke nameću teme, no to je uvijek ujedno i refleksija onoga što je javnost demonstrirala kao bitno za društvo.

Analizom izbornih lista željele smo utvrditi u kojoj su mjeri političke stranke poštovale kvotu od 40% podzastupljenog spola te smo dodatno analizirale i zastupljenost mladih žena na listama.

Osnovno pitanje postavljeno pri analizi izbornih programa bilo je na koji način izborni programi pristupaju rodnoj ravnopravnosti te u kojoj mjeri prepoznaju rodna pitanja kao društveno važna. Posebice smo analizirale sljedeće teme: uokvirivanje rodni pitanja (jesu li *mainstreamirana* ili getoizirana), definira li se rodna ravnopravnost kao temeljna društvena/politička vrijednost, referiraju li se programi na zakone i postojeće strategije, spominju li se u programima zapošljavanje žena, žensko poduzetništvo, nejednake plaće, socijalni programi koji su važni ženama (vrtići, briga za starije i nemoćne, produženi boravci u školama), roditeljske naknade, obavezni dopust za muškarce, politička participacija žena, reproduktivna i seksualna prava i slobode (pobačaj, medicinski potpomognuta oplodnja), pitanja vezana uz reproduktivno zdravlje i natalitet (ginekološke ambulante, trudnoća, porod), nasilje nad ženama, uvođenje seksualnog odgoja u škole, rodni aspekti obrazovanja (rodna segregacija u zanimanjima), LGBT osobe i njihova prava, žene s invaliditetom, te žene pripadnice nacionalnih manjina. Pri postavljanju ovih tematskih područja vodile smo se i zahtjevima izlistanima u Ženskoj platformi 2011. Tijekom analize pokazalo se da političke stranke s izuzetkom Kukuriku koalicije i manjim dijelom HDZ-a i HSS-a ne obrađuju rodna pitanja u programima, te kako bismo dobile barem okvirnu sliku stavova stranaka prema nekim rodnim pitanjima, u analizu smo uključile odgovore stranaka na zahtjeve iz Platforme 112.

Analiza TV spotova važna je kako bismo dobili sliku svijeta koju stranke prezentiraju te kako bismo dobili uvid u ideje i programe koje zastupaju odnosno što su im politički prioriteti. TV spotovi relativno su skup promidžbeni alat, ali zahvaljujući utjecaju televizije kao medija vrlo učinkovit. To je najpogodniji oblik promidžbe za identificiranje i gradnju pozitivnog imidža stranke ili kandidata. Stoga oni predstavljaju najvažnije teme i vrijednosti koje stranke žele priopćiti javnosti i ovom analizom htjele smo vidjeti tko su osobe u spotovima, koje su glavne teme spotova te kako stranke vide svoje suparnike odnosno one druge u političkom nadmetanju, a kako bismo dobile uvid u važnost roda/spola odnosno rodni pitanja za političke stranke.

Mediji kreiraju javno mnijenje, reflektiraju društvenu zbilju, kažu nam o čemu razmišljati i nameću svoj dnevni red tema (i osoba) te na taj način također sudjeluju u izornoj kampanji. Ovo je jedini segment analize koji nije pod kontrolom političkih stranaka. Političke stranke definiraju izborne liste, izborne programe i poruke TV spotova, no na koji će način mediji prikazivati kandidate i kandidatkinje, kojima temama će posvetiti medijski prostor (u idealnom svijetu) stvar je urednika/ca. U svojoj smo se analizi prije svega usmjerile na kandidatkinje. Dosadašnja istraživanja² uglavnom su pokazala da su ozbiljni i informativni

² Rezultati prvoga indikativnog istraživanja, koje je provela grupa za ženska ljudska prava B.a.B.e. 1997. godine, jasno pokazuju rodnu nejednakost u medijskom prezentiranju žene (Kunac i Sarnavka, 2006:9). Statusu žene u ozbiljnijim televizijskim formama poput vijesti nije doprinijela ni tranzicija, a ni nagla tabloidizacija medija koja je uslijedila. Ženski interes u javnoj sferi preusmjeren je na njihova tijela kao majki ili seksualnih objekata, dok je marginalizirana i trivijalizirana prezentacija stvarnih ženskih iskustava, vrijednosti i profesionalnih uspjeha (Kunac i Sarnavka, 2006:20). Medijska prevlast muškaraca izrazito je velika kada je riječ o političkim temama - tu je prisutno tek 7 posto žena, a ženskih glasova malo je i kada se prezentiraju ekonomske teme - svega 9 posto. U analizi "udarnih" dnevnih vijesti hrvatskih tiskanih i elektroničkih medija,

sadržaji zatvorena muška igra kojoj žene nemaju pristup. Stoga, kako bismo zaokružile sliku sudjelovanja žena u izornoj kampanji, analizirale smo zastupljenost žena kao političkih akterica u dnevnom tisku.

Analize su izrađene u sklopu projekta "*Što žene žele? Ženski glasovi u parlamentarnim izborima 2011. godine*". Projekt su tijekom 2011. godine provele ženske feminističke organizacije **CESI** i **BaBe!** iz Zagreba, **Domine** iz Splita, **CGI** iz Poreča i **Delfin** iz Pakraca. U okviru projekta provedeni su razgovori i konzultacije sa ženama diljem Hrvatske u svrhu izrade zahtjeva Vladi i Saboru. Ti zahtjevi objedinjeni su u Ženskoj platformi 2011. Ženska platforma 2011. predstavljena je u nacionalnim i lokalnim medijima te putem socijalnih mreža. Također, namjera nam je bila prezentirati Platformu i političkim strankama, no pozivu su se odazvali samo Kukuriku koalicija, Hrvatski laburisti i HSLŠ. Preostale parlamentarne stranke kao i zastupnici nacionalnih manjina nakon nekoliko pokušaja organiziranja sastanaka informirani su o Platformi pisanim putem.

koje su B.a.b.e provele 2000. godine, pokazalo se da je u njima bilo spomenuto ili citirano 18 posto žena te 82 posto muškaraca.

Druga istraživanja, nažalost, potvrdila su kako [nešto nedostaje]. Naime, nakon provedenog istraživanja 1997. godine Smiljana Leinert Novosel zaključila je kako su muškarci dominantniji u informativnim i političkim programima sa 77 posto u odnosu na 23 posto žena (Leinert Novosel, 1999:128), a Svjetlana Knežević u svome diplomskom radu 'Predstavljenost žena u središnjim informativnim emisijama HRT-a, RTL-a i Nove TV u 2009. i 2010. godini' dolazi do zaključka kako su žene prisutne u dnevnicima triju nacionalnih televizija kao nositeljice radnje priloga u samo osam slučajeva, dok su muškarci prikazivani u istoj ulozi u gotovo jednoj trećini svih analiziranih priča. Osim toga, žene su prezentirane kao stručnjakinje u samo devet priloga od analiziranih 1.229, dok se muškarac u istoj ulozi našao 50 puta.

Analiza izbornih lista

Uzorak za analizu činile su izborne liste kako su objavljene na web-stranicama Državnog izbornog povjerenstva (www.izbori.hr) te su također u svrhu izrade analize određeni statistički podaci preuzeti s navedene web stranice. Određeni su podaci prikazani na ukupnoj razini svih kandidiranih stranaka, dok je većina podataka izračun samo političke stranke čije su liste koje su ušle u uzorak, a radi se o parlamentarnim strankama (Kukuriku koalicija, HDZ, HSS, HSL, HSP, Hrvatski laburisti – stranka rada i HDSSB). Parlamentarne stranke su izdvojene stoga što su dosadašnje analize pokazale da iako postoji trend rasta zastupljenosti žena na izbornim listama, parlamentarne stranke, dakle one koje gotovo sa sigurnošću računaju na ulazak u parlament, ne prate te trendove.

Prema izvješću Državnog izbornog povjerenstva, na ovogodišnjim parlamentarnim izborima kandidirano je ukupno 34,96% žena, što je rast od 5% u odnosu na prethodne parlamentarne izbore (kada ih je bilo kandidirano 29,93%). Stranke koje su u uzorku kandidirale su ukupno 27,53% žena, što iako je razočaravajuće, nije i iznenađujuće, s obzirom da parlamentarne stranke imaju tendenciju kandidirati manje žena od neparlamentarnih stranaka. To se razmatranje može potvrditi činjenicom da su parlamentarne stranke na prošlim parlamentarnim izborima kandidirale svega 21,06% žena. Međutim, očit je i svojevrsan porast u kandidiranju žena među parlamentarnim strankama, što se može pripisati činjenici da na prošlim parlamentarnim izborima nije važila zakonska odredba o minimalnoj zastupljenosti podzastupljenog spola od 40% te budući da se radi o drugom izbornom ciklusu od stupanja Zakona o ravnopravnosti spolova na snagu, stranke su iskoristile proteklo vrijeme za prilagodbe novim odredbama kao što je zakon i predvidio. No, isto tako može se tvrditi da s obzirom na činjenicu da su stranke već imale jedan izborni ciklus tijekom kojega su trebale primijeniti kvotu, rezultati (i oni za parlamentarne stranke i ukupni) su poražavajući, jer pomak od samo 5% nije dovoljan. Naprotiv, vrlo spori pomaci u kandidiranju žena na izbornim listama jedan je od trendova koji se može uočiti. Ne samo što se može uočiti pomak od 5% naspram prošlih izbora, već se isti pomak dogodio ako se promatraju parlamentarni izbori 2003. i 2007. godine.

Najmanje žena među parlamentarnim strankama kandidirali su HDSSB (21,4%) i HDZ (21,6%). Nakon njih slijede HSP s 25,97% i HSS s 26,4% kandidiranih žena. Preko 30% imaju Kukuriku koalicija sa svojih 30,7% (mora se napomenuti da unutar Koalicije samo HSU ima točno 40% žena, dok je IDS kandidirao 0% žena) i Hrvatski laburisti – stranka rada s 34,28% kandidiranih žena.

Ukupno (među svim kandidiranim strankama) 18 je različitih žena bilo nositeljicama lista, a ako gledamo ukupan broj žena kao nositeljica lista (uključujući one liste na kojima se ponavljaju nositeljice lista), dolazi se do podatka da je od 313 nositelja/ica listi samo 55 žena, odnosno 17,6%. Najviše je žena na mjestima nositeljica lista u 1. izornoj jedinici (20,51%) dok ih je daleko najmanje u 8. izornoj jedinici (11,54%).

U 12. izornoj jedinici daleko je najgora situacija. Samo je 6 žena kandidirano, što je 10,71% među ukupnim brojem kandidata. Na listama mađarske i talijanske nacionalne manjine nije kandidirana ni jedna žena. Ovi podatci postaju još gori kada ih se usporedi s podacima prošlih parlamentarnih izbora, kada je bilo ukupno 12,5% kandidiranih žena. Bez obzira koliko je nizak rast kandidiranih žena ukupno gledajući, žene pripadnice nacionalnih manjina sve su više isključene iz natjecanja za mjesto u Saboru.

Od parlamentarnih stranaka ravnomjerno su zastupljenost žena ostvarili HSP u 10. (42,86%) izbornoj jedinici, Kukuriku koalicija u 4. (57,14%) i 8. (42,86%) izbornoj jedinici, HDZ u 1. izbornoj jedinici (42,86%), Hrvatski laburisti – stranka rada u 4. (42,86%), 8. (42,86%) i 9. (42,86%) izbornoj jedinici. HDSSB, HSS i HSLŠ nemaju ni jednu rodno uravnoteženu listu. Treba istaknuti da je HSP-ova izborna lista u 7. izbornoj jedinici jednako rodno neuravnotežena kao i izborne liste u 2., 9. i 11. izbornoj jedinici gdje nije kandidirana ni jedna žena. Isto je tako važan podatak da jedino HSP ima (čak tri!) izborne liste na kojima nema ni jedne kandidirane žene, dok druge parlamentarne stranke nemaju izborne liste na kojima nema ni jedne kandidatkinje.

Na izbornim listama parlamentarnih stranaka kandidirano je ukupno 25 mladih žena (godiste 1982. nadalje), što znači da mlade žene čine 10,52% među svim kandidiranim ženama (dok mladi muškarcima čine 6,15% među muškarcima), ili 2,89% među svim kandidatima i kandidatkinjama. Najmanje mladih kandidatkinja ima Kukuriku koalicija (2,32%), zatim HSS (5,40%), HDZ (6,25%) i HSLŠ (9,75%). Nešto malo više imaju Hrvatski laburisti – stranka rada (10,41%) i HDSSB (16,66%). Najviše mladih kandidatkinja na svojim listama ima HSP, čak 27,5%. S obzirom na prethodnu analizu rodno (ne)uravnoteženih lista i ukupan broj kandidiranih žena u HSP-u, mogu se izvući dva zaključka. Prvi je da se HSP koristi logikom dvostruke zastupljenosti u jednom potezu kombinirajući kategoriju mladih s kategorijom žena kandidatkinja. Drugi je da postoji značajan broj mladih žena koje su izrazito desno i antieuropski orijentirane³. Ako te podatke usporedimo s prošlim parlamentarnim izborima, kada je bilo 12,77% mladih žena u ukupnom broju kandidiranih žena parlamentarnih stranaka, možemo vidjeti određen pad u kandidiranju mladih žena.

³ Ovo možemo povezati i s fenomenom koji opisuje knjiga "Djevojačka stvar" a radi se o sve većem angažmanu žena u ekstremističkim desničarskim strankama. U Hrvatskoj su značajnu medijsku pažnju dobile tzv "pljuvačice s Rive", skupina mladih djevojaka koje su se tijekom nereda za vrijeme prvog splitskog Pride-a istakle verbalnom agresijom spram povorke, a jedna od njih, Kristina Ćurković, izvela je početkom 2012. godine performans s paljenjem zastave Europske unije. Daljnji poticaj mladim ženama ka aktiviranju u ekstremno desnim političkim pokretima i strankama može biti i činjenica da je jedina predstavica pravaških stranaka u Hrvatskom saboru nakon izbora 2011. godine upravo žena – Ruža Tomašić, poznata po svojim militantnim i konzervativnim stavovima.

Analiza predizbornih programa

Stranački izborni programi govore o tome što je strankama važno, koje društvene probleme prepoznaju i smatraju najvažnijima te koja im je lista prioriteta. Izborni programi nakon pobjede na izborima pretaču se u program rada Vlade iako smo u Hrvatskoj često svjedočili tome da se ti programi ignoriraju i na politički dnevni red dolaze teme koje nisu postojale u tim programima (a ne radi se o iznenadnim ili izvanrednim uvjetima i okolnostima koje je potrebno razriješiti⁴)

Uzorak za analizu činili su oni dokumenti koji su na službenim web stranicama parlamentarnih političkih stranaka nosili naziv "Izborni program". Obuhvaćeni su programi Kukuriku koalicije, HDZ-a, HSS-a, HSLŠ-a i Hrvatskih laburista. Osnovno pitanje bilo je na koji način izborni programi pristupaju rodnoj ravnopravnosti te u kojoj mjeri prepoznaju rodna pitanja kao društveno važna. Posebice smo analizirale sljedeće teme: uokvirivanje rodni pitanja (jesu li *mainstreamirana* ili getoizirana), definira li se rodna ravnopravnost kao temeljna društvena/politička vrijednost, referiraju li se programi na zakone i postojeće strategije, spominju li se u programima zapošljavanje žena, žensko poduzetništvo, nejednake plaće, socijalni programi koji su važni ženama (vrtići, briga za starije i nemoćne, produženi boravci u školama), roditeljine i roditeljske naknade, obavezni dopust za muškarce, politička participacija žena, reproduktivna i seksualna prava i slobode (pobačaj, medicinski potpomognuta oplodnja), pitanja vezana uz reproduktivno zdravlje i natalitet (ginekološke ambulante, trudnoća, porod), nasilje nad ženama, uvođenje seksualnog odgoja u škole, rodni aspekti obrazovanja (rodna segregacija u zanimanjima), LGBT osobe i njihova prava, žene s invaliditetom, te žene pripadnice nacionalnih manjina. Pri postavljanju tih tematskih područja vodile smo se i zahtjevima izlistanima u Ženskoj platformi 2011.

Tijekom analize pokazalo da političke stranke s izuzetkom Kukuriku koalicije i manjim dijelom HDZ-a i HSS-a ne obrađuju rodna pitanja u programima, te kako bismo dobile barem okvirnu sliku stavova stranaka prema nekim rodni pitanjima, u analizu smo uključile odgovore stranaka na zahtjeve iz Platforme 112. No činjenica da te teme nisu uvrstile u svoje programe bez obzira na javno iskazane stavove pokazuje da se rodna ravnopravnost ne nalazi na njihovoj listi prioriteta, već da se od tih stranaka u *ad hoc* političkom djelovanju (ne) može očekivati podrška te da neke od stranaka reagiraju na inicijative od strane organizacija civilnog društva, ali same nemaju inicijativu.

ANALIZA IZBORNOG PROGRAMA KUKURIKU KOALICIJE

Program Kukuriku koalicije odnosno koalicije SDP-a, HNS-a, HSU-a i IDS-a (Plan 21) proteže se na 45 stranica, spominjući pritom 29 puta riječ žena. Termini poput obitelji spominju se u gospodarskom kontekstu (prilikom čega je istaknuta vrijednost „košarice“ u usporedbi s

⁴ Primjer medicinski potpomognute oplodnje dobro ilustrira kako se strateškim i vrijednosno važnim pitanjima pristupa *ad hoc*. U izbornim programima 2007. godine ni jedna stranka u svome programu, uključujući i HDZ koji je nakon izbora formirao Vladu, nije se bavila tim pitanjem. No, Ministarstvo zdravstva i socijalne skrbi te čelni ministar Darko Milinović krenulo je u regulaciju toga pitanja i to se pretvorilo u veliku temu vezanu uz reproduktivno zdravlje i prava posebice žena. Ovdje se nameće pitanje na koji način političke stranke i njezini predstavnici u vlasti pristupaju regulaciji društvenih pitanja i problema. Tko zapravo donosi odluku da će se neka tema staviti na politički dnevni red?

plaćama i mirovinama), te zdravstvenoj politici. Ravnopravnost se spominje u kontekstu rada i radništva, ljudskih prava i građanske slobode, socijalnoj politici, politici za mlade, ulozi države odnosno „komunikaciji“ s građanima po pitanju promjena. Time se ravnopravnost spolova definira kao jedna od političkih i društvenih vrijednosti. Reproductivna se prava spominju u kontekstu zdravstvene politike i dijelu koji se tiče ljudskih prava i građanskih sloboda. Važno je naglasiti da se kroz statistički prikaz nezaposlenih ukazuje na ogromnu razliku u odnosu nezaposlenih žena i muškaraca.

Ne spominju se Nacionalne politike ili Zakon o ravnopravnosti spolova, no stvoren je poseban odjeljak unutar Plana 21, a pod dijelom koji se tiče ljudskih prava i sloboda, nazvan Rodna ravnopravnost u kojem se navodi da *„...žene i muškarci moraju ravnopravno sudjelovati u oblikovanju i donošenju odluka u upravljanju zajednicom. Rodne i/ili spolne razlike ne smiju biti prepreka ostvarivanju Ustavom i zakonima zajamčenih prava. Dakako, prava treba unapređivati. Zauzimamo se zato za snažnu rodnu dimenziju svih politika na državnoj, regionalnoj i lokalnoj razini - od obrazovne i zdravstvene do politike europske integracije i nacionalne sigurnosti. Privremenim poticajnim mehanizmima, poput rodne kvote, treba utjecati na povećanje broja žena u politici, u ekonomiji, u sustavu obrane i nacionalne sigurnosti. Uvođenjem odgovarajućih mehanizama posebno treba ostvariti veću zastupljenost i snažniji utjecaj žena u upravljanju javnim poduzećima.“* Po pitanju zapošljavanja žena utvrđuje se nepostojanje politike zapošljavanja, pri čemu se naglašava da su *„posebno pogođene žene kojima je više od 45 godina, ali sve više i mlade visokoobrazovane žene“*. Isto tako, u kontekstu aktivnih mjera zapošljavanja naglašava se kako će se *„posebno poticati zapošljavanje žena, s naglaskom na tzv. teže zaposlivim skupinama, i izraditi strategiju zapošljavanja žena“*, dok će se *„...uz pomoć Fonda za ekonomsko i socijalno osnaživanje žena izdvajati više sredstava za žene poduzetnice“*, te će se *„stvoriti posebni programi zapošljavanja žena na selu i stvaranja preduvjeta za snažan razvoj ženskog zadržavanja. Doprinos žena socioekonomskom razvoju i održivosti ruralnog prostora izrazit ćemo odgovarajućom socijalnom potporom“*. Unutar dijela koji se tiče rada i radništva ističe se kako *„...u krizi se najprije i najlakše otpuštaju žene. One su, poznato je, manje plaćene i rade na nesigurnijim radnim mjestima. No, kad žena izgubi radno mjesto, posebno ako je u teško zaposljivoj dobnoj skupini, teško je bez državne potpore očekivati njezino skoro ponovno ekonomsko osamostaljenje. Zato treba ulagati u programe aktivnog zapošljavanja i socijalne usluge u najširem smislu te prekvalifikaciju, doškolovanje i cjeloživotno obrazovanje, kako bi žene ostvarile ravnopravnost na tržištu rada“*, te kako je *„prevelik ponor između proklamiranih prava i njihova ostvarivanja. Ne može se govoriti o ravnopravnosti ako žene u prosjeku zarađuju 18% manje od muškaraca za rad jednake vrijednosti. To se mora promijeniti.“* Isto tako, u kontekstu mirovinskog sustava u Planu se izlaže kako *„osobito pažljivo razmotrit ćemo prilagodbe nekih parametara mirovinskoga sustava, u prvom redu mirovinske dobi i mirovinskoga staža, promičući vrijednost punoga radnog staža i za muškarce i za žene. Zauzet ćemo se za institucionalizaciju fleksibilnog odlaska u starosnu mirovinu, nagrađujući dulji radni staž od punoga staža te primjerenije rješavajući penalizaciju pri prijevremenom odlasku u mirovinu vezano za puni radni staž. Mirovinski sustav mora biti pravedan i održiv, ali i osjetljiv na razlike prema spolu. Zato ćemo razmotriti mogućnosti fleksibilnijeg odlaska u mirovinu posebno radno opterećenih žena“*.

Po pitanju socijalnih programa navodi se *„provedba djelotvornog sustava potpore samohranim roditeljima, poboljšanja socijalnih usluga i skrbi za starije i nemoćne građane, provođenje učinkovitijih mjera skrbi za osobe s invaliditetom, uključujući njihovo individualizirano financiranje, neovisno stanovanje, lakše zapošljavanje i ukupnu socijalnu*

integraciju“. Pобољшање sustava vrtićа i produženi boravak u školi se ne spominje iako se spominje stvaranje „*dodatnih nastavnih i izvannastavnih sadržaja posvećenim darovitim i zainteresiranim učenicima kojima se potiču učenici i rasterećuju roditelji, a nastavnicima omogućuje kreativno djelovanje*“. U produžetku „*socijalna politika obuhvatiti će širok prostor različitih mjera u područjima demografske politike, politike ravnopravnosti spolova, obiteljske politike, obrazovanja od jasličke dobi, politike socijalnog stanovanja i drugih, kao i posebne zaštite socijalno ranjivih skupina poput djece, mladih, starijih, osoba s invaliditetom, nezaposlenih, beskućnika – uz izraženu svijest o spolnim razlikama koje u svim spomenutim i drugim skupinama treba prevladati*“.

Reproduktivna prava i slobode spominju se u dijelu koji se tiče sloboda zasnivanja obitelji i odlučivanja o rađanju djece pri čemu se naglašava kako „*jedna od najčešće osporavanih temeljnih sloboda i primjer upletanja u područje osobne savjesti je osporavanje slobode u planiranju obitelji i odlučivanju o rađanju djece. Ograničavanje te slobode je najčešći put kojim država počinje zadirati u autonomnost pojedinca i na taj način otvara put dominaciji države nad privatnosti i mogućnosti totalitarizma. Stoga ta sloboda trajno treba ostati u području slobodnoga odlučivanja pojedinca. Zadaća države je zakonski omogućiti svima koji žele imati dijete i imaju osnovne uvjete za odgoj djeteta da to i ostvare. Zakon o medicinski potpomognutoj oplodnji treba dodatno liberalizirati, tako da to pravo mogu ostvariti i neudane žene. Također zakonom treba dopustiti zamrzavanje i pohranjivanje većega broja neoplođenih i oplođenih jajnih stanica, kako bi se znatno povećala mogućnost oplodnje*“. U dijelu koji se tiče Zakona o medicinski potpomognutoj oplodnji navodi se da će se žurno promijeniti postojeći zakon. Po pitanju reproduktivnog zdravlja, u dijelu o zdravstvenoj politici naglašava se kako će se razviti „*...sustav prevencije i ženama svih dobnih skupina učiniti dostupnim preventivne javnozdravstvene akcije. Posebnu pozornost posvetit ćemo zdravlju žena iz ruralnih područja, uvođenjem mobilnih zdravstvenih timova. Razvit ćemo sustav usluga za trudnice, uključujući izbor načina poroda. Unaprijediti ćemo zdravstvenu zaštitu žena starije dobi i žena s invaliditetom*“. Pitanje roditeljskih i roditeljskih naknada ne spominje se u tekstu, dok se pitanje obveznog dopusta ne povlači, ali se ističe kako je „*...usklađenost obiteljskog i profesionalnog života pretpostavka ostvarivanja jednakih mogućnosti žena i muškaraca na tržištu rada. To nije samo socijalna, nego i ekonomska kategorija. Uravnoteženo sudjelovanje žena i muškaraca u radnom svijetu i obiteljskom životu temelji se na novom dogovoru o raspodjeli obveza poput brige o kućanstvu, brige o djeci i starijim osobama u obitelji, ali i uspostavi i unapređenju javno financiranih s time povezanih usluga, koje uključuju i prednosti roditeljskog dopusta, kao i lepezu naknada nezaposlenim roditeljima. Mi ćemo se za to zauzimati*“.

Problematika nasilja nad ženama dotiče se u dijelu socijalne politike pri čemu se tvrdi kako će se „*definirati mreža skloništa za žene žrtve nasilja i osigurati održivo financiranje iz državnog i lokalnih proračuna. Razviti ćemo programe socijalne i ekonomske integracije žena i djece žrtava nasilja nakon izlaska iz sigurnih kuća*“. Seksualni se odgoj spominje u kontekstu zdravstvene politike - „*uspostaviti će se kontinuirani preventivni rad s djecom i adolescentima (primjerice, program "SIGURNOST" koji obuhvaća ključne dijelove kompleksnog razdoblja odrastanja – od obiteljskih odnosa preko zdravstvenog i seksualnog odgoja sve do sigurnosti u prometu)*“, te u dijelu obrazovne politike „*...uvođenjem posebnoga nastavnog programa zdravstvenoga odgoja i obrazovanja u osnovne škole koji bi, među ostalim, obuhvaćao i seksualni odgoj, obrazovanje o spolno prenosivim bolestima, o štetnosti alkoholizma i droga te o nasilju u društvu i među mladima*“.

Po pitanju rodne segregacije u zanimanjima, obrazovna bi se politika Koalicije bavila ostvarivanjem spolne ravnopravnosti u obrazovanju, posebno poticanjem obrazovanja djevojaka za netradicionalna ženska zanimanja. Isto tako, u dijelu koji se tiče politike za mlade navodi se kako će „*prevladavanje spolno uvjetovanih razlika od najranije dobi putem obrazovnog sustava, odnosno iskorjenjivanje stereotipa, otvoriti prostor za jednake obrazovne ishode djevojčica, djevojaka u odnosu na dječake, mladiće i time korjenite promjene u ekonomskoj, socijalnoj i obiteljskoj politici na srednji i dugi rok.*”.

Prava LGBT osoba dotiču se u dijelu o ljudskim pravima i građanskim slobodama, odnosno slobodi životnog stila: „*Izbor životnoga stila, uključujući i slobodu izbora punoljetnoga suglasnoga partnera, mora biti prepušten slobodnoj odluci pojedinca. U društvu koje ne razvija kulturu građanskih sloboda postoji velika opasnost da se i one slobode koje su zajamčene zakonima ograniče ili sasvim izgube zbog pritiska javnog mišljenja koje može prijeći i u fizičko nasilje. Ostajemo otvoreni za razgovor i javnu raspravu o načinu i opsegu zakonskog reguliranja i provedbene zaštite tog našeg temeljnog opredjeljenja o građanskim slobodama.*”. Pitanje žena pripadnica nacionalnih manjina nije dotaknuto, međutim, u dijelu koji se tiče migracija istaknuto je kako je „*...Hrvatska bez iskustva, nepripremljena na situaciju s kojom će se suočiti u sljedećih pet godina. Kao što se vidi iz primjera drugih, pa i najstarijih članica EU-a, takva situacija prijeti degradacijom razine ljudskih i građanskih prava, oživljavanjem ili jačanjem desnog političkog ekstremizma pa i mogućnošću većih društvenih sukoba. Posebnu pozornost treba pritom iskazati ostvarivanju prava migrantkinja, kao osobito ranjive skupine često izvrngute višestrukoj diskriminaciji*”. Istovremeno, u dijelu koji se tiče regionalnog razvoja napominje se kako će se „*...poticati razvoj ruralnoga prostora i prihvatiti minimalan standard socijalnih usluga, komunalne opremljenosti, prometne infrastrukture, posebno za žene*”. Pitanje rodno osjetljivog jezika u tekstu je spretno izbjegnuto korištenjem množina za određene skupine, iako se u tekstu generalno ne pronalaze „ili” izrazi pa tako imamo „radnike i njihove obitelji”, adolescente, ali ne i adolescentice i sl.

ANALIZA IZBORNOG PROGRAMA HDZ-a

Program HDZ-a proteže se na 69 stranica te je podijeljen na gospodarstveni, socijalni, pravosudni i antikorupcijski dio, dio koji razjašnjava odnose s Europskom unijom i ulogom Hrvatske, a završni se dio programa bazira na programu ravnomojerno razvijene Hrvatske. Riječ žena pojavljuje se dva puta, i to oba puta u dijelu programa koji se tiče Ravnopravnosti spolova i borbe protiv diskriminacije koja se definira kao „*...najviša vrijednost ustavnog poretka i temelj je razvitka svakog suvremenog društva*”. Termini roditelja, supruga i majka pojavljuju se duž dijela programa koji se tiče socijalne politike, s tim da je važno naglasiti da se riječ majka pojavljuje čak sedam puta u manjem odjeljku koji se tiče politike vezane za obitelj. Po pitanju ravnopravnosti navodi se „*...uspostava Ureda Vlade RH za ravnopravnost spolova, te imenovanje koordinatora za ravnopravnost na svim razinama od lokalne do državne uprave*”. U tekstu se navodi i da će se „*snažno nastaviti s provedbom mjera Nacionalne strategije zaštite od nasilja u obitelji i Nacionalne politike za promicanje ravnopravnosti spolova*.” Isto tako, spominje se i usvajanje nove Nacionalne populacijske politike kojom je ostvarena mjera „*usklađivanja iznosa najniže rodiljne naknade s 50% iznosa proračunske osnovice, povećanje naknade za opremu novorođenog djeteta na 70% iznosa proračunske osnovice, povećanje naknade plaće za vrijeme korištenja rodiljnog dopusta od*

šest mjeseci do jedne godine djetetova života, posvojiteljskog dopusta i skraćenog radnog vremena do jedne godine djetetova života i brojne druge". U produžetku se ne spominje ni problematika nejednakih plaća, žensko poduzetništvo, kao ni uloga žene na tržištu rada.

U kontekstu brige za nemoćne i starije u odjeljku koji se tiče zdravstvene politike spominje se *„...povećanje dostupnosti palijativne medicine, sukladno osiguravanju minimalnih uvjeta, planira se širenje palijativne skrbi na županijske opće bolnice formiranjem posebnih jedinica, kao i poticanje osnivanja timova na primarnoj razini, posebno mobilnih timova. Provest će se posebna edukacija za pristup umirućim bolesnicima".* Nadalje, u kontekstu socijalne skrbi navodi se da će se *„...proširiti sustav udomiteljstva djece i na specijalizirano udomiteljstvo za djecu s poteškoćama u rastu i razvoju, te osigurati udomiteljstvo u obiteljima za svu djecu mlađu od sedam godina, nakon toga postupno i za svu djecu. U skladu s načelom pravičnosti, uvest ćemo posebnu pomoć za osobe starije od 65 godina. Osigurati ćemo uvjete za razvoj dnevnih i poludnevnih boravaka čime će se, uz proširenje kapaciteta stacionarne mreže, moći obuhvatiti dvostruko veći broj građana kojima je pomoć države od životne važnosti".* Isto tako, deklarativno se navodi da su *„započetim promjenama u socijalnoj skrbi jasno definirane ciljane skupine (osobe s invaliditetom, djeca s poremećajem u rastu i razvoju, djeca s poremećajem u ponašanju, djeca bez obiteljske skrbi, te siromašni) kao i ciljne skupine područja obitelji, pomoći starijim osobama (međugeneracijska solidarnost), te posebne skupine stanovništva (branitelji, umirovljenici)".*

Pod dijelom koji se tiče obiteljske politike nalazimo detaljno spominjanje roditeljskih i roditeljskih naknada. Najprije se u tekstu navodi stupanje na snagu Zakona o roditeljskim i roditeljskim potporama čime je *„učinjen dodatni iskorak u pravcu stvaranja čvršćih osnova za dodatno osnaživanje obitelji u RH“* pri čemu se ističe kako su *„ovim Zakonom stvorene i izuzetno povoljne pravne osnove za ravnopravnost spolova i povećanje broja očeva koji sudjeluju u ranom podizanju djece".* U nastavku se navodi i povećanje roditeljske naknade za sve nezaposlene majke, dok je za zaposlene majke, za vrijeme porodiljnog, potpora povećana s 1600kn na 1600kn (!) do 2500kn, dok su mjere unutar populacijske politike ranije navedene u ovoj analizi. Spominje se i dječji doplatak, pronatalitetni doplatak za treće i četvrto dijete, poboljšanje položaja majke poljoprivrednice, nezaposlene majke, majke na redovitom školovanju, majke korisnice mirovine, odnosno majke korisnice invalidske mirovine. Nastavlja se i s pravom nezaposlenih majki *„koje koriste pravo na roditeljsku poštedu od rada, za slučaj zaposlenja, imaju pravo ovo pravo prenijeti na drugog nezaposlenog roditelja ili neiskorišteni dio prava na roditeljsku poštedu od rada nastaviti koristiti za slučaj ponovne nezaposlenosti".* Po pitanju dopusta, spominje se sintagma roditeljskog dopusta *„koji se može iskoristiti do 8. godine života djeteta, a o načinu i vremenu njegova korištenja odlučuju roditelji“,* te nema eksplicitnog spominjanja obveznog dopusta za muškarce.

U samom programu nema spomena o političkoj participaciji muškaraca i žena, reproduktivnih prava i sloboda, zdravstvenih pitanja vezanih uz reproduktivnu tematiku ili seksualne edukacije u školama. Problem nasilja nad ženama tematizira se u dijelu koji se tiče ravnopravnosti spolova, odnosno ono je i jedina tema kojom se HDZ u ovom odjeljku bavi. U programu se navodi postojanje *„neuravnotežene podjele moći između muškaraca i žena“* kao uzroka nasilja i *„...ozbiljne diskriminacije žena unutar društva i obitelji".* Uz prethodno navedeno osnivanje Ureda za ravnopravnost spolova Vlade RH i koordinatora za ravnopravnost, u programu se spominje i financijska potpora projektima organizacija civilnog društva kojima je u cilju zaštita žrtava nasilja u obitelji, te financijska potpora skloništima i

savjetovaništima za žrtve nasilja u obitelji. Naglašava se nastojanje da se i u budućnosti financijski potpomaže u toj borbi, te da se nastavi sa bliskom suradnjom s civilnim društvom. Po pitanju manjina u dijelu o pravosuđu navodi se „posebno posvećivanje pozornosti zaštiti temeljnih prava: dosljedno ćemo provoditi Ustavni zakon o pravima nacionalnih manjina putem zapošljavanja pripadnika nacionalnih manjina u državnoj upravi“, dok se po pitanju LGBT populacije može nadovezati deklarativno „sustavno ćemo suzbijati sve zločine iz mržnje, rasizam i ksenofobiju“ iako se homofobija ne spominje eksplicitno. Zanimljivo je da je u produžetku navedeno i pojačavanje položaja i uloge pučkih pravobranitelja s obzirom na ukidanje „posebnih“ pravobranitelja i postavljanje istih kao zamjenika pučkog pravobranitelja kroz skori period. Generalno, program HDZ-a ne koristi rodno osjetljiv jezik te žene spominje samo u kontekstu obitelji odnosno roditelje ili žrtve nasilja. HDZ nije odgovorio na zahtjeve iz Platforme 112 pa u njihovom slučaju nismo mogle nadopuniti analizu.

ANALIZA IZBORNOG PROGRAMA HRVATSKIH LABURISTA

Stranački program Hrvatskih laburista – stranke rada sadrži 70 stranica. U programu stranke nailazimo na riječ žena samo jednom i to kontekstu broja nezaposlenih, odnosno postotka žena u broju nezaposlenih što je i jedini prikaz statističkih podataka na rodnoj bazi. Osim te generalne opaske, u programu se više ne spominje ni obitelj, ravnopravnost spolova ili reproduktivnih prava, pa tako nema ni deklariranja rodne ravnopravnosti kao društvene, odnosno političke vrijednosti. Ta činjenica začuđuje s obzirom na to da se stranka, prilikom očitovanja o 112 zahtjeva Platforme organizacija za zaštitu i promociju ljudskih prava, očitovala pozitivno o svim zahtjevima, te su se sami članovi stranke svojim izjavama jasno izjasnili o postojanju visoke razine diskriminacije žena i svojoj borbi protiv iste, a poglavito u kontekstu tržišta rada i problema na koje žena nailazi. Prilikom pisanja samoga programa nije se vodilo računa o rodno osjetljivom jeziku, pa tako nalazimo korištenje riječi radnik, ali ne i radnica; građanin, ali ne i građanka itd. Program stranke bazira se na gospodarskim politikama, politikama vezanih za poboljšanje samog statusa radnika/ica i njihovih plaća, generalnim opaskama o stanju hrvatskoga društva iz perspektive stranke, obrazovnoj politici koja se bazira na ideji cjeloživotnog obrazovanja, socijalnoj politici koja se bazira na socijalnoj pravednosti i raspodjeli društvenog bogatstva, zdravstvenoj i mirovinskoj politici usmjerenoj starijim osobama u vidu socijalnih dodataka.

Gospodarska politika laburista isto tako ne smatra žensko poduzetništvo bitnim faktorom za poboljšanje postojećeg sustava. Također, problematika nejednakih plaća, socijalnih programa bitnih ženama, odnosno roditeljskih naknada te obveznih dopusta za muškarce ne privlači pažnju stranci u dovoljnoj mjeri da ju na ikakav način uključi u svoj program. Izuzetak je briga za stare i nemoćne koja se dotiče u dijelu o zdravstvenoj politici kroz inzistiranje na solidarnosti i integriranju hospicija i palijativne skrbi kao „...dio sustava zdravstvene zaštite i predmet brige države unutar sustava zdravstvene zaštite“. Zdravstvena politika laburista ne dotiče se pitanja nataliteta, seksualnih prava i sloboda te reproduktivnog zdravlja. Obrazovna se politika isto tako ne dotiče ni rodne segregacije zanimanja, a ni seksualne edukacije u školama. Pripadnice nacionalne manjine, LGBT populacije te žene s invaliditetom uopće se ne spominju u programu. U kontekstu nacionalnih strategija, politika i zakona vezanih uz žene važno je napomenuti da se ne pojavljuje ni problematika nasilja nad ženama što i nije toliko čudno s obzirom da laburisti „ne nude“ u svom programu nikakvu strategiju, politiku ili zakon vezan uz žene kao takav. Kao što je navedeno na početku, članovi stranke u medijima su progovorili i o tom pitanju naglašavajući potrebu za većom

funkcionalnošću institucija po pitanju rješavanja nasilja nad ženama, nasilja u školi i potrebe za izjednačavanjem istospolnih brakova s onima između heteroseksualnih parova. Isto tako, laburisti su se u javnosti i deklarirali za izglasavanje zakona koji bi omogućio umjetnu oplodnju za žene bez partnera. Dakle, dolazi se do paradoksa prema kojemu laburisti kao stranka rada uopće ne smatraju prioritetnim probleme koje žene imaju na tržištu rada (a čije rješavanje u konačnici može igrati veliku ulogu u poboljšanju postojećega sustava) i općenito društvu da bi ih uvrstili u svoj program, iako, deklarativno, kroz odgovore na zahtjeve platforme ljudskopravaških organizacija i kroz izjave članova u medijima može se doći da zaključka da su itekako upoznati sa istima.

ANALIZA IZBORNOG PROGRAMA HSS-a

HSS-ov izborni program na 44 stranice generalno je napisan rodno neosjetljivim jezikom pri čemu se ne koristi ni „ili opcija“, pa je tako HSS imao zastupnike u Saboru, ali ne i zastupnice vrijedne spomena, te je program stranke usmjeren prema stanovnicima, ali ne i stanovnicama sela sudeći prema korištenom jeziku u programu. Program se generalno može kategorizirati kao gospodarski, s jasnim ciljevima (iako većinom deklarativne naravi) bez specifičnijih politika koje bi te ciljeve trebale ostvariti, a usmjeren je ruralnom kraju. Zanimljivo je da je HSS u program uvrstio i element Europske unije, te projekte s te razine, a koji su za njihove politike vezani odnosno trebali bi biti vezani u budućnosti. Riječ žena pojavljuje se u tekstu pet puta, i to u dijelu u kojem HSS naglašava rast članstva „*od 32 000 početkom 2006. godine na 50 000 u travnju 2010. godine s bitnim porastom broja žena i mlađih ljudi*“, te u dijelu koji se tiče malog i srednjeg poduzetništva. Osim riječi žena, na nekoliko se mjesta pojavljuje riječ obitelj – bilo kao dio demokršćanske orijentacije stranke – „*obitelj je zajednica koja je temelj društva, koju treba pomagati da može ostvarivati svoju svrhu, jer je nezamjenjiva u svojoj ulozi...*“, bilo kao dio poljoprivredne politike čije „...središte“, prema HSS-u, „*trebaju biti obiteljska poljoprivredna gospodarstva.*“ Specifično, ravnopravnost spolova nije jedna od temeljnih vrednota HSS-a ako je suditi prema programu, a samim time ni bitna društvena odnosno politička vrednota iako se HSS u programu poziva na tradicionalne, ali generalne vrijednosti braće Radić, a koje uključuju „...*jednake mogućnosti za sve građane, socijalnu uključenost, pristup svih slojeva i skupina društva obrazovanju i domeni rada...*“. U kontekstu žena kao bitnog dijela gospodarske politike, u dijelu o malom i srednjem poduzetništvu, uočava se postojanje „*velikog potencijala za ulazak u svijet poduzetništva, posebice žena i mladih*“. U nastavku, HSS prepoznaje da „*iz godine u godinu raste broj zahtjeva za potporom žena poduzetnica i mladih poduzetnika, i zbog toga treba sustavno provoditi strateške dokumente koji su doneseni na državnoj razini*“. U ovome dijelu dolazi i do jedinog spominjanja strategije, pa tako HSS naglašava da „*dosljedna provedba Strategije razvoja ženskog poduzetništva koja ima za cilj povećanje učešća žena u poduzetništvu, odnosno smanjenje jaza po TEA indeksu s 1:2.42 na 1:1.43. TEA indeks u 2009. godini pokazuje da su muškarci u Hrvatskoj više nego dvostruko aktivniji u pokretanju poduzetničkog pothvata u odnosu na žene, što se provedbom strategije treba bitno izmijeniti, a što će svakako pridonijeti ukupnom rastu gospodarske aktivnosti*“. Iako HSS uviđa da postoji ogromni jaz u odnosima pokretanja poduzetništva žena u usporedbi s onim muškaraca, propušta se uviđanje i problematike nejednakih plaća, rodni i roditeljskih naknada ili obveznoga dopusta za muškarce. Isto tako, zdravstvena se politika bavi samo već započetom reformom zdravstvenog sustava, te se zadržava na nekim generalnim idejama o ravnomjernim razvojem kapaciteta, povećanju istraživanja i primjena

novih tehnologija i transparentnom financiranju. Pitanje nataliteta navodi se na samome početku programa u kontekstu *“programa demografske obnove”* koji bi trebao *„potaknuti veći prirodni prirast“* pri čemu se dolazi do zaključka da *„...sadašnje mjere poticanja demografskog razvitka nisu dovoljne“*. Kakve mjere bi omogućile povećanje prirodnog prirasta u budućnosti HSS propušta spomenuti. Obrazovna se politika u programu ne spominje, kao ni politike vezane uz osobe s invalidnošću ili politike vezane uz nacionalne manjine i LGBT populaciju (pa tako ni specifično ženske osobe u tim kontekstima). S obzirom na program iz 2007. (koji je doduše bio koalicijski s HSLs-om) HSS očito smatra da je pitanje nasilja nad ženama u međuvremenu riješeno jer ga ovog puta i ne spominje. HSS nije odgovorio na zahtjeve iz Platforme 112 pa u njihovom slučaju nismo mogle nadopuniti analizu.

ANALIZA IZBORNOG PROGRAMA HSLs-a

Program HSLs-a sadrži 29 stranica te je generalno podijeljen na gospodarski program (fiskalnu, monetarnu i regulatornu politiku), energetska politiku, mirovinsku politiku, zdravstvenu politiku, obrazovnu politiku, socijalnu politiku, politiku reforme lokalne i regionalne samouprave i javne uprave, turizam, poljoprivrednu politiku, prometnu politiku, pravosudnu politiku, te kulturnu politiku. Prilikom pisanja programa HSLs nije koristio rodno osjetljiv jezik, pa tako nalazimo da će bolesnika voditi liječnik kroz sustav ili da će HSLs raditi na povećanju broja inženjera i tehničara ne koristeći ni neutralnije „ili“ izraze poput liječnik/ica odnosno umirovljenik/ica. U samome programu riječ žena ne pojavljuje se ni jednom, dok se riječ obitelj pojavljuje samo u poglavlju o socijalnoj politici i to u kontekstu postavljanja skrbi o svim socijalnim poslovima (*„...koje obuhvaćaju područje rada, obitelji, branitelja, socijalne skrbi i međugeneracijske solidarnosti..“*) pod ingerenciju jednog ministarstva. HSLs govori o spajanju centara za socijalnu skrb s obiteljskim centrima u centre za socijalne poslove. U produžetku se socijalna politika HSLs-a zadržava na institucionalnoj razini, i to isključivo u vidu politike decentralizacije sustava socijalne skrbi, uvođenja ekonomskih cijena socijalnih usluga, te uspostave registra osoba s invaliditetom. Novina koju bi uveli bila bi socijalna mirovina za sve građane koji primaju socijalnu pomoć, a stariji su od 67 godina, te „inkluzivni“ dodatak osobama s invaliditetom koji će biti procijenjen od strane *„jedinственog tijela vještačenja“*. Dakle, prethodno navedene specifične politike opet ne uviđaju problematiku žena, odnosno žena s invaliditetom kao posebne. S obzirom na osobe s invaliditetom potrebno je istaknuti da je HSLs jedina stranka koja se, odgovarajući pozitivno na svega 81 zahtjeva Platforme 112, istovremeno odbila obvezati na trenutno ukidanje diskriminacije osoba s intelektualnim poteškoćama i osoba s društvenim smetnjama, te njihovo izjednačavanje s ostalim skupinama osobama s invaliditetom u programu pružanja usluga osobnog asistenta. Isto tako, HSLs se očitovao negativno na zahtjev za omogućavanjem ostvarenja biračkog prava osobama lišenim poslovne sposobnosti što je protivno Konvenciji o pravima osoba s invaliditetom.

Isto tako, HSLs ne nalazi vrijednim spomena roditeljske naknade te obvezan dopust za muškarce. Što se tiče Nacionalnih politika za ravnopravnost spolova, Zakona o ravnopravnosti spolova ili neke druge strategije odnosno politike ili zakona, to se u programu ne spominje, te za HSLs očito ne predstavlja bitnu stavku u njihovome budućem radu. Ta činjenica postaje još očitijom s obzirom na nespominjanje problematike žena unutar samoga gospodarskog programa stranke, koji iako detaljiziran, apsolutno ne nalazi potrebnim naglašavati problematiku nejednakih plaća, prepreke u zapošljavanju žena i samoga ženskog

poduzetništva. To za HSLŠ očito nije jedan od elemenata kojim bi se ostvarila njihova „*radikalna promjena u vođenju gospodarske politike*“ što i nije toliko čudno s obzirom da se HSLŠ očitujući se o zahtjevima Platforme odbio obvezati „...na uvođenje rodno osjetljivih proračuna na svim razinama javnog upravljanja, osiguranje djelotvornog nadzora i kažnjavanje poslodavaca koji na razgovorima za posao postavljaju nedozvoljena pitanja, a za zaštitu radnika/ca koji prijave poslodavca, niti su za poticanje većeg sudjelovanja muškaraca u kućnim poslovima i poslovima skrbi o obitelji, uključujući i obavezni roditeljski dopust za muškarce.“ Izostanak bilo kakvog spomena proširenja postojećih politika vezanih uz smanjenje nasilja u obitelji dodatno iznenađuje s obzirom na održanu konferenciju Liberalke u rujnu, a na kojoj se naglasio apel „...*mjerodavnim da se postojeći zakonski propisi provode te da se kod nasilja u obitelji iz obitelji udaljuje nasilnik, a ne žrtva*“ pri čemu je naglašeno da je „...*problem što mjeru udaljenja počinitelja nasilja kod nas može izreći samo sud i rijetko se provodi, dok u drugim europskim zemljama to radi policija, odmah po prijavi žrtve. U Hrvatskoj izostaje i stvarna potpora žrtvi, jer se dugo čeka sudski proces, a za to vrijeme žrtva i dalje ostaje živjeti s nasilnikom, pa često nakon šest mjeseci kad dođe poziv za sud, predomisli se i odustane od prijave.*“ U produžetku, Liberalke naglašavaju da rade na prijedlozima izmjene postojećih zakona i uspostavi portala za borbu protiv nasilja koji bi trebao biti postavljen na njihovoj stranici. S obzirom da se u stranačkom programu takvo što ne navodi, dolazi se do zaključka da vodstvo stranke ne dijeli istu ljestvicu prioriteta sa svojim članicama.

U kontekstu zdravstvene politike, HSLŠ zahtijeva prilagođavanje „novim okolnostima“ zadržavajući se, slično kao i kod socijalne politike, na generalnim, institucionalnim rješenjima poput debirokratizacije, završetka informatizacije, postavljanja privatnog i javnog zdravstva u ravnopravan položaj itd. Posljedično, nema ni spomena o reproduktivnom zdravlju žena, odnosno o pitanju nataliteta u državi.

Pitanje političke participacije žena i muškaraca ne dotiče se ni u dijelu o politikama lokalne i regionalne samouprave i javne uprave, pa se dolazi do zaključka da HSLŠ ne vidi nikakav problem u činjenici da žene sudjeluju u tijelima lokalne samouprave sa svega 18% u gradovima i županijama, odnosno s 8% u općinama. Iz toga isto tako proizlazi da ne postoji nikakva jasna ideja o povećanju političke participacije žena, pa tako ni žena pripadnica nacionalnih manjina u njihovom planu regionalizacije odnosno dodatnom reorganiziranju državne uprave na razini ispod središnje. Što se tiče obrazovne politike, za HSLŠ ona je usmjerena ili prema cjeloživotnom obrazovanju (iako se ta sintagma eksplicitno ne koristi) ili prema povećanju visokoobrazovanih osoba, dakle nema prepoznavanja rodne segregacije kad je riječ o zanimanjima. HSLŠ ima određeni plan za reformiranje školstva, no u njemu samo načelno naglašava potrebu za povećanjem izbornih predmeta (pritom ne spominjući seksualnu edukaciju) i povećanjem plaća nastavnica, te profesorima i znanstvenicima na srednjoškolskoj, odnosno visokoškolskoj razini. Istovremeno, u kontekstu njihova očitovanja na zahtjeve Platforme, HSLŠ ne podržava ni sustavno uvođenje odgoja za demokratsko građanstvo. U konačnici, ne spominje se ni problematika LGBT osoba i ostvarenja njihovih prava u punom smislu.

Analiza predizbornih TV spotova

Uzorak spotova činili su spotovi parlamentarnih stranaka koje su istakle izborne liste, a koji su se našli na njihovim stranačkim/koalicijskim web stranicama odnosno Youtube kanalima. Radi se o ukupno 23 spota.

U izradi analize obratile smo pažnju na nekoliko ključnih područja: tko su osobe u spotovima, koje su glavne teme spotova te kako stranke vide svoje suparnike odnosno one druge u političkom nadmetanju. Sve je to važno kako bismo dobili sliku svijeta koju stranke prezentiraju te kako bismo dobili uvid u ideje i programe koje zastupaju odnosno što su im politički prioriteti.

Tko su osobe u spotovima?

Građani/ke govore samo u spotu HSP-a i tu se radi o 4 muškarca. U drugim spotovima građani/ke su u kadrovima kao akteri (krupni plan ili se rukuju/razgovaraju s dužnosnicima) no govor je prepušten naratoru ili stranačkom dužnosniku/ici. Ukupno gledajući, građana/ki aktera je 67, od čega 43 muškarca i 24 žene (35%). I dok se brojke približavaju uravnoteženom prikazu muškaraca i žena, velika je razlika u tome tko su muškarci i žene u spotovima. Muškarci su uglavnom radnici/poljoprivrednici/profesionalci te eventualno stariji muškarci za koje se može pretpostaviti da su umirovljenici (u jednom slučaju se radi o starijem liječniku). U jednom slučaju muškarac sjedi za kuhinjskim stolom i zbraja račune pri čemu mu prilazi žena koja je upravo otpratila dijete u školu – dakle on je definitivno "hranitelj" obitelji te u dva slučaja muškarac je na odmoru - u kampu na ljetnom odmoru odnosno u ribolovu.

Nasuprot tome žene su majke ili partnerice, posebice u HDZ-ovom spotu *Tihi glas* u kojem je samo jedna žena profesionalka – liječnica. U spotu Kukuriku koalicije malo je šarolikija slika žena pa tamo imamo ženu koja radi/posjeduje turistički objekt/restoran, majku, djevojku u paru, i poslovnu ženu u tramvaju. Zanimljivo u tom spotu jest to da je majka ona koja odlazi iz kuće dok otac ostaje s bebom. U spotovima HSS-a imamo jednu majku i jednu ženu na odmoru.

Ukupno u spotovima govori 31 stranački dužnosnik/kandidat, 22 muškarca i 9 žena (29%). Ako se gleda prema spotovima, tada se **Jadranka Kosor** pojavljuje i govori u svim HDZ-ovim spotovima s dužnosnicima što je i očekivano obzirom na njezinu poziciju predsjednice stranke i premijerke, dok Kukuriku koalicija ima jedan spot u kojemu govore **Milanka Opačić** i **Vesna Pusić** (dok se u dva vide, ali ne govore).

Za HDZ je zanimljivo da su ministri u spotu oni koji su, s izuzetkom **Gordana Jandrokovića**, došli nakon što je Kosor preuzela vladu (**Đuro Popijač**, **Branko Bačić**, **Domagoj Milošević**, **Martina Dalić**, **Dražen Bošnjaković**), te osobe poput **Martine Banić** i **Davora Stiera** koji su u stranačkoj hijerarhiji napredovali također nakon dolaska Kosor. **Andrija Plenković** postao je pak državnim tajnikom također za Kosoričine vlade. Tu su još **Goran Marić** i **Damir Krstičević** koji javno nisu u tolikoj mjeri vezani uz Kosor, ali ako slijedimo logiku ostalih osoba u spotu, očito da uživaju njezino povjerenje. Zanimljivo je da u spotovima uopće nema HDZ-vih veterana, te je više nego očit manjak visokopozicioniranih žena unutar stranke ili Vlade, odnosno žena na koje bi se računalo u budućnosti (kao što su na muškoj strani Stier i Plenković koji su se našli u spotu).

U HDSSB-ovom spotu govori samo **Vladimir Šišljagić**, ali se prikazuju i preostala njihova četiri istaknuta stranačka dužnosnika. Žene kandidatkinje vide se samo kao pozadina Šišljagiću na pozornici. U spotu Laburista, **Dragutin Lesar** jedini govori dva puta, a ostali su govornici ravnomjerno raspoređeni (po četiri žene i četiri muškarca) pri čemu muškarci izgovaraju jednu do dvije riječi više od žena.

Glasovi u *offu* predizbornih spotova u pravilu su muški glasovi s izuzetkom spota *Tihi glas* za koji *off* čita Jadranka Kosor.

Djeca su u odnosu na 90-e kada su sudjelovali u 26% spotova, prikazana u samo 3 od 23 spotova, i to dvije bebe, dva dječaka i jedna djevojčica (ukupno njih 5). To je 13% spotova što je dvostruko manje u odnosu na '90-e. Možda se to može tumačiti i aktivnostima Pravobraniteljice za djecu koja kontinuirano upozorava političke stranke na neprimjerenost korištenja djece u predizbornoj kampanji te općem porastu javnog shvaćanja dječjih prava.

O kojim temama spotovi progovaraju?

Vrijednosti: Pod vrijednostima mislimo na spotove kojima se prikazuje slika/vizija društva kakvo se želi postići i iako se dotiču raznih tema, one su tu da oslikaju to društvo. Najbolji primjer su *Tihi Glas*, *Imamo plan*, *Zaokrenimo priču*, *Laburistički spot*. Ukupno je 7 spotova u toj kategoriji pri čemu se sva 4 spota Kukuriku koalicije mogu svrstati u tu kategoriju. Svi ti spotovi pozivaju i na glasovanje.

Gospodarstvo/razvoj: 5 spotova, 1 HSLŠ, 2 HSS (turizam i regionalni razvoj) i 2 HDZ (gospodarski razvoj i financijska stabilnost). Kukuriku koalicija u svojim spotovima spominje *Ključne riječi* – buđenje gospodarstva, nelikvidnost, nezaposlenost, kapital, kune, gospodarstvo, rad, ali to više slika društvo kakvo oni žele i probleme koje vide, nego se bave gospodarstvom kao takvim.

Nacionalni interesi: 4 spota se bave nacionalnim interesima, 1 HSLŠ, 1 HSS, 1 HDZ i 1 HSP. HSS i HSLŠ se bave šumama i vodama o čemu više u sljedećem odjeljku, HSP implicitno prezentira kako ulazak u EU narušava nacionalne interese te HDZ u svome programskom spotu izričito kaže kako je ulazak u EU nacionalni interes, te kako oni povijesno čuvaju hrvatske nacionalne interese i ponos. U ovom slučaju imamo dijametralno suprotno shvaćanje Europske Unije na desnici.

Obrazovanje: 1 HSLŠ (pri čemu znanje, odnosno obrazovanu radnu snagu spominju još Kukuriku koalicija i Laburisti).

Korupcija: 1 HDZ, koji se eksplicitno bavi korupcijom. Spot Izjava Jadranke Kosor također se u velikoj mjeri bavi korupcijom, dok u jednom spotu Kukuriku koalicije Zoran Milanović kaže da vjeruje u pravnu državu koja funkcionira bez utjecaja politike.

Europska unija: 1 HDZ, koji se eksplicitno i isključivo bavi EU. Uz taj, Europska unija se spominje u još jednom programskom spotu i izjavi Jadranke Kosor. Kukuriku koalicija spominje ovaj komadić Europe, a HSP u spotu s ribarima izričito implicira da je EU kriva za loš položaj ribara i ribarstva te prikazuje europsku zastavu na instrumentima velikog broda koji stvarajući valove u more baca hrvatskog ribara.

Mladi: 1 HDZ, koji se eksplicitno bavi mladima te u njemu govori i najmlađa od svih govornica u spotovima, Martina Banić, predsjednica Mladeži HDZ-a. U drugim slučajevima mladi su više dekor spotova i to u ne velikoj mjeri. U spotu *Tihi glas* imamo tinejdžericu/studenticu koja se na grobu moli s majkom, imamo mladi bračni par na vjenčanju, mladu majku s malom bebom te mladi par u šetnji koji se drži za ruke i ljubi, a u spotu *Imamo plan* vidimo mladi par u tramvaju gdje djevojka sjedi mladiću u krilu.

Obitelj: 1 HSS, i taj se spot jedini eksplicitno bavi obitelji, a više o prikazu obitelji u spotovima niže.

Izbori: 1 HSP koji isključivo govori o tome da su izbori i da treba glasovati za HSP. Sve druge stranke u okviru ostalih tema pozivaju na glasovanje i izbore.

Iz navedenoga je vidljivo da dva najveća bloka, a s njima donekle i HDSSB i Laburisti, prije svega svojim spotovima slikaju društvo kakvo žele vidjeti, pri čemu se HDZ više bavi političkim sukobom ideja, a Kukuriku koalicija jednako kao i Laburisti i HDSSB vizijom društva odnosno Hrvatske. HSS, HSL i spot *Ribari* HSP-a usmjereni su na društvene teme koje su važne njihovim strankama.

Izuzetno je zanimljivo poimanje obitelji u spotovima. Obitelj se pojavljuje vizualno u tri spota (*Imamo plan*, *Tihi glas* i *Obitelj nema cijenu*) te je spominje HSL u spotu *Gospodarstvo* u kojem Darinko Kosor poručuje "*Poduzetnici i obrtnici, ovoga puta glasujte za sebe, svoje obitelji i svoje radnike*" te dijelom u spotu *Obrazovanje* (u smislu glasujte za sebe i svoju djecu). Slike obitelji u prva tri spomenuta spota dijametralno su različite. HDZ i HSS očekivano predstavljaju tradicionalne obitelji, majke brinu o djeci, doje ih, ispraćaju u školu, dok su očevi hranitelji što je posebno očito u spotu *Tihi glas*, kako je već spomenuto. Scena HSS-ove obitelji u kojoj su tata, mama, sin i kći (usput rečeno posljednji su troje izgledom arijeviski ideal) koji su na pikniku, vjerojatno u nedjelju (obzirom da je drugi slogan *Nedjelja je dan za obitelj*); majci praktički u krilu sjedi oboje djece, a otac ih čuva s leđa i svi četvoro gledaju u knjigu veličine Novog zavjeta koji se može naći u hotelskim sobama. Kukuriku obitelj je upravo suprotna. Jedina obiteljska scena je ona u kojoj otac drži bebu dok ih majka pozdravlja i odlazi od kuće što zasigurno predstavlja i promociju ravnopravnog sudjelovanja muškaraca u brizi oko djece te je ta scena jedina od svih predizbornih spotova koja promiče rodnu ravnopravnost. Svi ostali spotovi učvršćuju postojeće stanje, rekonstruiraju rodne stereotipe i patrijarhalne rodne uloge.

Kako se definira politički suparnik (MI-ONI)

Dihotomija MI-ONI najvidljivija je u spotovima HDZ-a. U svojim programskim spotovima oni vrlo precizno i eksplicitno slikaju razliku između HDZ-a i opozicije odnosno prije svega Kukuriku koalicije. HDZ je tako onaj koji se bori protiv korupcije i pritom ne šteti ni sam sebe, garantira hrvatsko ponosno mjesto u Europi, čuva financijsku stabilnost te garantira sigurna radna mjesta i primanja, donosi nastavak reformi i rast gospodarstva, osigurava budućnost mladima te predstavlja odlučno vodstvo koje čuva ponos ove zemlje. Nasuprot njima opozicija odnosno Kukuriku koalicija bit će vlast koja djeluje po političkom ključu, vodit će politiku malodušja, otpuštati i smanjivati prava, pola mandata potrošit će na podjelu fotelja, daje nejasna obećanja te se nikomu (ovo se implicite odnosi na druge države i EU) ne

želi zamjeriti. Također jasno govore da su oni izborili hrvatsko članstvo u EU dok je opozicija sumnjala da će se to ostvariti. Svaki spot završavaju oprekama između sebe i Kukuriku koalicije te poručuju građanima da dobro razmisle jer radi se o Hrvatskoj.

Podjela na mi i oni u smislu podjele među biračima, odnosno hrvatskim građanima definiraju u spotu *Tihi glas*. **MI (HDZ-ovi birači)** su ona tiha većina koja šuti, radi, hrani i čuva ovu zemlju, koji su dali svoje žrtve i trpe svakoga dana, vole, žive za svoje obitelji, vole svoju domovinu, svoje odluke donose u tišini s Hrvatskom u srcu. Nasuprot njima definirani su **ONI (oporbeni birači)** i to u negaciji. Govoreći o tome koji MI nisu, govore zapravo tko su ONI: oni su ti čiji se glas čuje u medijima, koji viču, demonstriraju, svađaju se po forumima, demonstriraju na ulicama, mrze i vrijeđaju, daju na svoje i lako ih je zavesti lažima, praznim obećanjima i medijskom galamom.

Laburisti kažu mi nismo isti, HSLŠ kaže da su oni za one koji razmišljaju drugačije (od HDZ-a i SDP-a, što implicira podijeljeni plavo crveni kvadrat na početku svakog spota).

HSP je po ovom pitanju vrlo zanimljiv. Iako ne kaže ovako izričito da postoje MI i ONI, dva svoja spota završava rečenicom "*Ovaj put HSP*" što se može čitati kao da su ranije građani/ke glasovali za neke druge koje su ih razočarali (što može biti kompleks od izbora 2007. godine kada je HDZ vrlo agresivnom kampanjom išao prema njihovom biračkom tijelu), no istovremeno je zapravo vrlo defetistički stav, kao da je HSP drugi izbor kojim će se birači zadovoljiti nakon prijašnjih promašaja. Sintagmu "*ovaj put glasujte*" koristi i HSLŠ koji se također time stavlja u poziciju drugog izbora nakon prethodnih pogrešaka. Time poručuju biračima, prije niste dobro razmislili i grijehili ste, te ne poručuju "mi smo najbolji", već samo "pametniji smo izbor od ovih drugih". Pitanje je koliko je mudro opominjati potencijalne birače da su kod zadnjeg glasovanja pogriješili.

HSS u jednom spotu ima naznačenu tu dihotomiju kad kaže "*Sačuvali smo naše vode, šume i zemlju*". Slično, ali s pogledom u budućnost kaže i HSLŠ "*Nećemo dozvoliti rasprodaju voda i šuma, Hrvatske elektroprivrede, Janafa i Ine*". Kad kažu "sačuvali smo" podrazumijeva se da je postojala neka prijetnja vodama, šumama i zemlji. Pitanje je: prijetnja od koga? Ekološka prijetnja? Ili se radi o prijetnji privatizacije? U tom slučaju ono što je zanimljivo jest pristajanje na koncept privatizacije koja nije politička odluka. Privatizacija je nešto što se mora, i sad se politička elita zapravo bori protiv toga što se mora, te neke apstraktne nemani koja se nadvila nad vodama, šumama i zemljom i prijeti sve to oteti. To je prihvaćanje neoliberalne paradigme kako je sve nužno privatizirati. Paradigma se ne propituje, ona je datost, a ako joj se opiremo, onda nešto spašavamo. Nasuprot tome postoji shvaćanje da je privatizacija pitanje političke odluke koja može i ne mora biti donesena, ovisno o političkom/ideološkom stavu onih koji obnašaju vlast. Ona ne postoji sama po sebi kao nešto protiv čega se borimo. Nije prirodna pojava koju treba suzbiti.

Kukuriku koalicija se dosta oprezno drži izvan mi – oni. Donekle je izuzetak izjava **Radimira Čačića** korištena u spotu *Dijalog s građanima "Svaka treća kuna završava u džepovima onih koji su je stvorili, a 2/3 u džepovima kapitala"* iz koje se može eventualno pretpostaviti da su ovdje mi-radnici, a oni-kapital, ali obzirom da rečenica ipak dolazi iz liberalnog dijela Kukuriku koalicije, pretpostavka nije nužno točna. U tom se spotu još kaže da će se ukinuti povlaštene mirovine što donekle može proći kao dihotomija mi-građani, nasuprot njih – političke elite. Ali cijeli spot je nekonzistentan i poruke su nepovezane te osim prikaza

koalicijskih dužnosnika koji žele komunicirati i komuniciraju s građanima, svaki drugi zaključak o tome što se narativom htjelo postići relativno je nategnut. U spotu *Program je život* **Zoran Milanović** govori "Ovi izbori su, ponavljamo to stalno, borba za povjerenje, za dobru ljudsku vjeru". Svaka borba nužno podrazumijeva dvije strane, ali se nigdje u ovom spotu, kao ni u drugima, ne karakterizira kakva je ta druga strana, koje vrijednosti i ideje ona predstavlja, za razliku od HDZ-a koji vrlo jasno daje do znanja tko je i kakva je ta druga strana. Spotovi Kukuriku koalicije takvi su da se svatko može pronaći u njima. Teme su vrlo opće, naglašavaju se neke opće prihvaćene vrijednosti, a zazire se od konfrontacije ili tzv. škakljivih društvenih tema (što u potpunosti odgovara cijeloj kampanji i programu, te porukama koje su slane). Možda je najbolji sažetak misli iz četiri spota onaj zadnji *Zaokrenimo priču* u kojem je sam Zoran Milanović te poručuje:

Posljednjih je godina Hrvatska prolazila kroz teško razdoblje u kojem su građani izgubili vjeru u to da može biti bolje. Zaokrenimo priču. Hrvatska ima pravo na uspjeh. Vjerujem u pravnu državu koja funkcionira bez politike. Vjerujem u buđenje gospodarstva koje stvara i otvara nova radna mjesta. U poštenu plaću za pošten rad. U buđenje sustava koji brine o starijim građanima. Imamo plan za Hrvatsku. Izadite na izbore. Vaš glas odlučuje o promjenama.

Analiza medija

Zadaća i cilj analize

Svrha je ove analize utvrditi kako su predstavljene kandidatkinje u predizbornoj parlamentarnoj kampanji 2011. godine u najutjecajnijim hrvatskim dnevnim listovima Jutarnji list i Večernji list. Početna hipoteza jest da političarke nisu često stavljane u primarni fokus i prezentirane kao glavne akterice priča. Međutim, pretpostavile smo da to neće vrijediti za tada aktualnu premijerku Jadranku Kosor, koja će često biti spominjana u analiziranim novinama.

Prethodna su istraživanja dokazala kako se žene tek slučajno prikazu u medijima kao glavne akterice u informativnim i političkim emisijama ili rubrikama, iako već neko vrijeme ravnopravno s muškarcima participiraju u redakcijama ili su čak nadišle njihov broj. Novinarstvo počinje izgledati kao ženska struka, no to se ne očituje u krajnjem produktu koji se prezentira javnosti (Knežević, 2011.).

Za analizu su korištene dvije istraživačke metode: analiza sadržaja i analiza narativa pri čemu je jedinica analize članak.

Istraživale smo dvoje hrvatske dnevne novine u razdoblju službene kampanje za parlamentarne izbore koja je trajala od 17. studenog do 2. prosinca 2011. godine. Istraživanje je obuhvatilo sve članke u dnevnim novinama Jutarnji list i Večernji list u kojima se spominjala jedna od 1.524 kandidatkinje, a koji su objavljivani srijedom, četvrtkom, petkom i subotom. Kriteriji odabira dnevnih tiskovina bili su nacionalna pokrivenost, odnosno rasprostranjenost te čitanost. Iako su 24 sata najčitanije dnevne novine u Hrvatskoj, odlučili smo ih izostaviti iz našega istraživanja jer ne odgovaraju ni formom ni sadržajem ostalim tiskovinama koje su obuhvaćene istraživanjem.

Večernji list od samog početka ima najznačajniju ulogu na zagrebačkom području, te je, uz Jutarnji list, najčitaniji dnevnik na nacionalnoj razini. Međutim, zanimljivo bi bilo da smo imale sredstava i mogućnosti uključiti u ovo istraživanje i regionalne dnevne tiskovine poput Slobodne Dalmacije, Novog lista i Glasa Slavonije kako bismo dobile cjelovit uvid u prezentiranost kandidatkinja u novinama.⁵

Kriterij odabira dana bila je čitanost i kvantiteta objavljenih tekstova karakteristična za pojedini dan, ali i nedostatak sredstava da svakodnevno tokom kampanje kupujemo dnevne novine. Naime, prema Kanižajevom istraživanju iz 2007. godine dnevne novine su najprodavanije petkom, a zatim subotom. Dani kada se objavljuje najviše medijskog sadržaja jesu subota, srijeda, petak i četvrtak (2007:131).⁶

Finalni uzorak obuhvatio je 148 članaka, od toga 82 objavljena u Večernjem, a 70 u Jutarnjem listu.

⁵ *Novi list* je riječka dnevna novina, koja se distribuira na cijelom tržištu [Hrvatske](#). *Slobodna Dalmacija* je najvažniji dnevnik u Dalmaciji, koji se prije svega bavi lokalnim događajima i zanimljivostima. Kao što je Slobodna Dalmacija od krucijalne važnosti za Dalmaciju, tako je i *Glas Slavonije* bitan *opinion maker* za istočni dio Hrvatske.

⁶ Kanižaj, Igor (2007) Manipulacija čitateljima – prikryeno oglašavanje u hrvatskim novinama

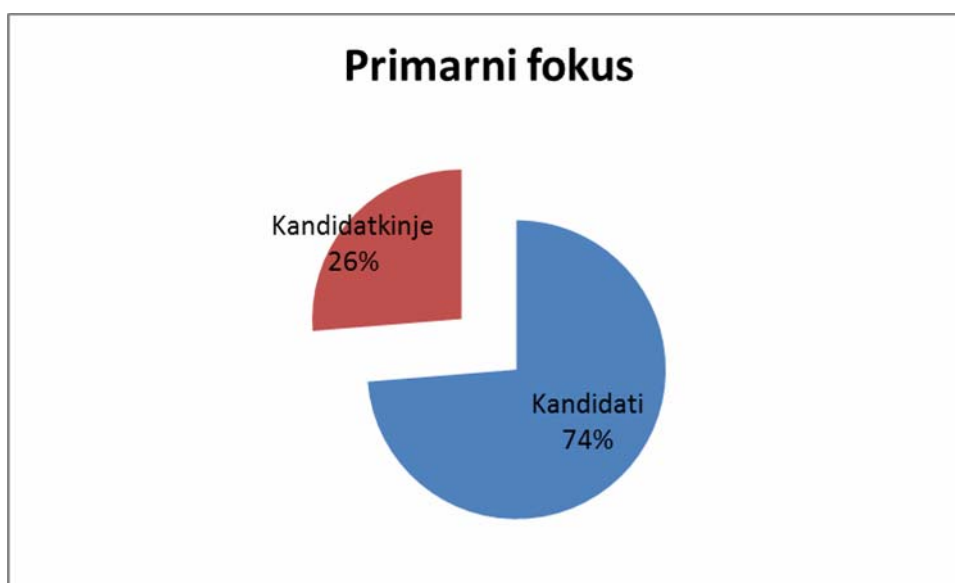
Analiza i interpretacija rezultata

Iako su se za Sedmi saziv sabora natjecale čak 1.524 kandidatkinje, u našem analiziranom uzorku pojavilo se tek njih 38. Dakle, nakon 152 analizirana teksta, 70 objavljenih u Jutarnjem listu i 82 u Večernjem tijekom predizborne kampanje 2011. godine potvrdile smo svoju hipotezu: kandidatkinjama se rijetko daje medijski prostor, a kada se o njima ipak izvještava, onda ih se marginalizira i trivijalizira. Zapanjujuća je činjenica da se integritet i stručnost kandidatkinja mnogo češće negativno komentira nego pozitivno.

Koliko tekstova stavlja kandidatkinje u prvi plan?

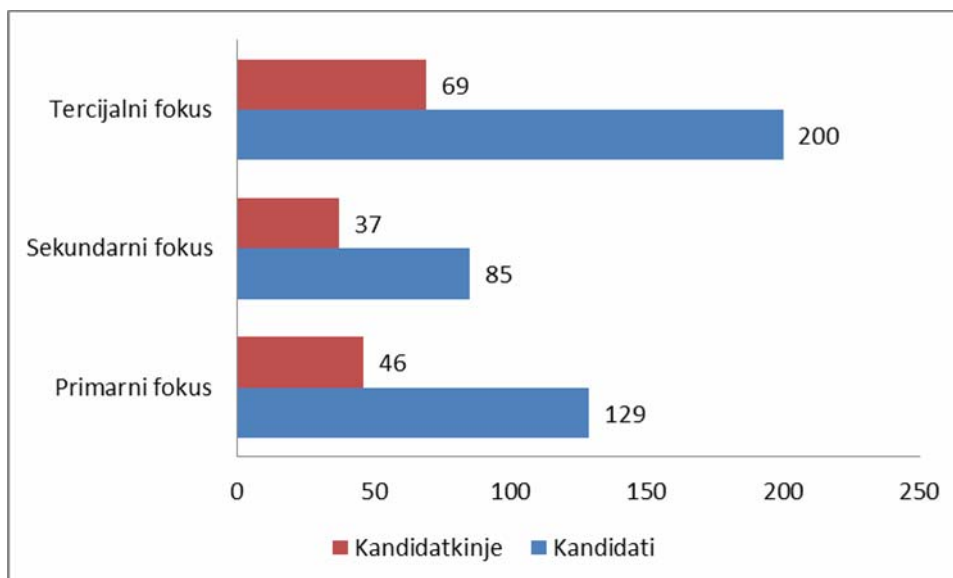
Kandidatkinje su u 30.3 posto analiziranih članaka bile prezentirane u primarnom fokusu⁷. Najčešće su bile tek usputno spomenute u tekstu, stoga, najzatupljenije su bile u tercijarnom⁸ fokusu s 45.4 posto.

To su poražavajući podatci ako uzmemo u obzir kako je u tom trenutku na čelu Vlade bila premijerka te da su to bili izbori s najviše kandidatkinja na listama nego i jedni prije. No, kako je to obično već bivalo mnogo puta kroz povijest, mnoge od političarki stavljene su na sama začelja lista s malim šansama da ugledaju Markov trg. Tek radi komparacije, kandidati se spominju u 412 tekstova u našem analiziranom uzorku, a u primarnom su fokusu bili 129 puta. Kandidatkinje su spomenute u 152 članka, a u primarnom su se fokusu našle u tek skromnih 46 slučajeva.



⁷ Primarni fokus podrazumijeva da je određena osoba bila nositelj/ica radnje, glavni/a akter/ica priče.

⁸ Tercijarni fokus znači da se određena osoba tek spomenula, sasvim je sporedna za priču.

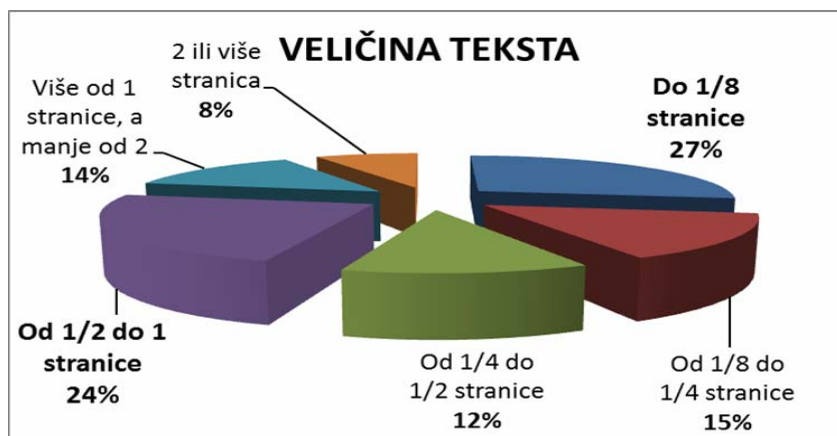


Zanimljiva je činjenica da je više od polovice od ukupnog broja tekstova koji su političarke prikazivale kao glavne akterice zapravo o Jadranki Kosor. Bivša je premijerka bila prezentirana u primarnom fokusu u 25 članaka, što čini 54.3 posto svih tekstova koji su imali ženu za nositeljicu radnje. Baš kao što je pokazalo prošlogodišnje istraživanje središnjih informativnih televizija HRT-a, RTL-a i Nove TV, da Republika Hrvatska nije imala premijerku, gotovo uopće ne bi bilo priloga u kojima bi glavnu ulogu nosila žena.⁹ Taj se zaključak može primijeniti i na naše istraživanje te možemo ponovno naglasiti kako je vidljivost žena u odnosu na muškarce i dalje poražavajuća.

Gdje? Koliko? Kako? Pazi, slika se!

Najviše tekstova o kandidatkinjama objavljeno je u rubrici događaj dana (50.7 posto), zatim u rubrikama unutrašnje politike (13.8 posto) te u prilogu Politički magazin (12.5 posto). Kako je bila u jeku kampanja, jasno je da su novinari/ke političarke smjestili u rubrike poput događaja dana jer tamo se prate aktualnosti, aktivnosti u pokušajima pridobivanja glasača i glasačica. No, kako se nije previše analizirala politička komunikacija kandidatkinja govori činjenica da je najviše tekstova veličine do jedne osmine stranice (27.6 posto). Dakle, o kandidatkinjama se najčešće izvještavalo u tekstovima koji su doslovno imali dvije ili tri rečenice.

⁹ Knežević, Svjetlana (2011.) Predstavljenost žena u središnjim informativnim emisijama HRT-a, RTL-a i Nove TV u 2009. i 2010. godini



Kako se malo napisanih redaka posvetilo političarkama, analizi kampanje i argumentiranoj diskusiji, u prilog ide i činjenica da se o kandidatkinjama najčešće pisalo u formi vijesti (20.4 posto), koje najčešće samo odgovore na svojih pet osnovnih pitanja i ne bave se ničim osim toga. Nakon vijesti, najzastupljenije su forme bile komentari i osvrti (19.1 posto), izvještaja (15.1 posto) te intervjua (13.8 posto). Međutim, od 21 intervjua, koliko smo ih pronašli u svome uzorku, samo ih je pet bilo s kandidatkinjama, dok su ostali bili vođeni s muškarcima koji bi tijekom svoga razgovora spomenuli kandidatkinje.

No, ako uzmemo u obzir samo one slučajeve kada je žena ipak glavna akterica priče, najčešće je prikazana u vijestima i izvještajima, najkraćim i najsažetijim formama, dok se u komentarima i analizama, najcjelovitijim oblicima novinarskog rada, najčešće spominju tek usputno.

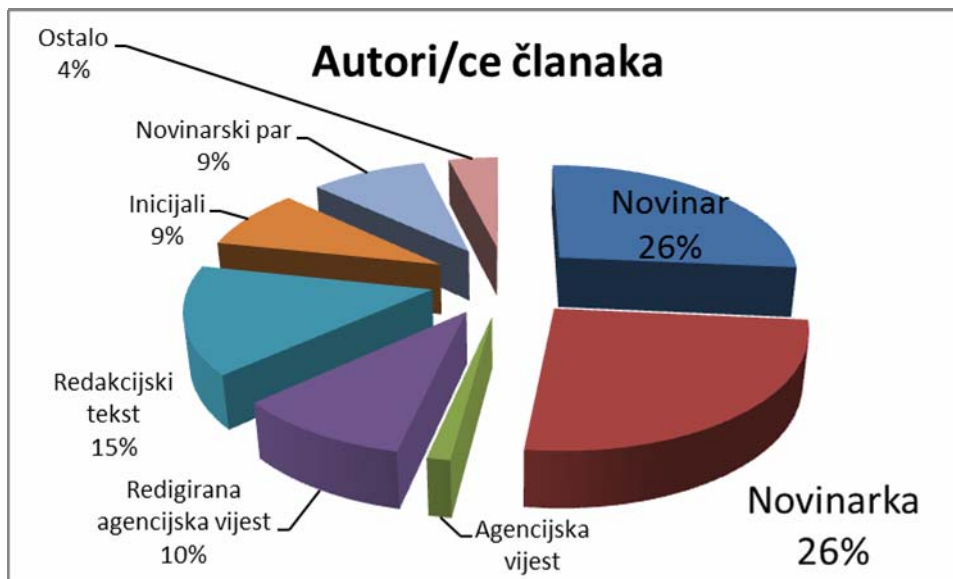
Nasuprot našim očekivanjima, gotovo 50 posto svih naslova je informativno. Dok i Jutarnji i Večernji list imaju gotovo izjednačen broj tekstova s informativnim naslovima (JL 51.4 posto, VL 49.9 posto), potonji je nadmašio Jutarnji s člancima senzacionalističkih i kritičkih, odnosno ironičnih naslova.

Čak 69.7 posto tekstova ima fotografiju kao dio svoje cjeline, dok su političarke samo u 36.8 posto slučajeva na slici. Najčešće su prezentirane na fotografijama same ili uz stranačke kolege, a jako rijetko su novinari/ke izabrali staviti u medije slike političarki i građana/ki.

Kandidatkinje se najčešće spominju u kontekstu političke kampanje (36.2 posto) te interpretacije i analize izbornih rezultata (28.4 posto), dok su najrjeđe prezentiraju kroz kontekst predstavljanja programa stranaka (3.3 posto), privatne profile (5.3 posto) te percepciju javnosti (5.3 posto).

Tko stvara vijesti?

Iako je Smiljana Leinert Novosel prije deset godina zaključila kako novinarstvo postaje privlačna profesija i za žene i za muškarce i već tada zapazila trend feminizacije novinarstva u hrvatskome medijskom prostoru jer su novinarke činile 54 posto svih autora, odnosno autorica vijesti (1999:126), to istraživanje pokazuje kako je gotovo jednak broj novinarke i novinara potpisivao tekstove koji su spominjali kandidatkinje. Dok se broj žena u novinarstvu povećava, onaj u sadržaju informativnih sadržaja jako je poražavajući i stagnira. To je primijetila i Sanja Sarnavka, no ona upozorava kako feminizacija neke profesije ujedno znači i pad ugleda u društvu i veću ekonomsku nesigurnost te niže zarade (2010:46).



Za razliku od brojnih prethodnih koji su pokazali kako žene već dobro dominiraju u redakcijama, ovo istraživanje kaže kako je 26.5 posto novinara i 25.7 posto novinarki bilo potpisano ispod tekstova koji su predmet ove analize. Dakle, iako je broj gotovo izjednačen, jedan tekst više je potpisan muškim imenom. No, također ne smijemo zanemariti da smo pronašle i 15.1 posto redakcijskih tekstova¹⁰, kao i 8.6 posto onih potpisanih inicijalima, kojima ne možemo utvrditi spol. Novinarski parovi¹¹ napisali su 9.2 posto analiziranih tekstova.

Unatoč tome što prijašnja istraživanja nisu pronašla korelaciju između autora/ica i medijskog sadržaja, ova je analiza došla do zanimljive spoznaje da novinari mnogo češće negativno ocjenjuju integritet i stručnost kandidatkinja nego novinarke.

Dok novinarke stoje iza sedam tekstova koji pozitivno komentiraju kandidatkinje, novinari imaju samo tri takva članka. No, kada je riječ o analiziranim jedinicama koje negativno prezentiraju integritet političarki, onda su novinari napisali čak 18 takvih tekstova, a novinarke deset.

Slična je situacija i kod komentiranja stručnosti, odnosno znanja i profesionalnih uspjeha kandidatkinja. Iako čak 82.4 posto članaka ne komentira već spomenuta obilježja kandidatkinja, stručnost je također češće negativno prezentirana. Naime, samo 2.5 posto tekstova novinara pozitivno komentira stručnost kandidatkinja, a 20 posto je prezentira negativno. Novinarke su jednako i hvalile (10.3 posto) i kudile (10.3 posto) stručnost, znanja i profesionalnog uspjeha političarki na izbornim listama.

Tko je izvor informacija?

¹⁰ Tekstovi bez potpisa ili je supotpisana cijela redakcija (npr. Jutarnji list, odnosno Večernji list)
¹¹ Kada članak potpisuje više od jedne osobe

Kandidatkinje su u manje od jedne trećine tekstova u kojima su se spominjale bile izvor informacija. Čak 48 posto članaka nije uopće sadržavalo nikakve izjave, dok je njih tek 28.3 posto imalo izjave kandidatkinja. No, gledajući samo tekstove u kojima su kandidatkinje bile u primarnom fokusu, bilo bi realno očekivati da je svaki od njih imao izjave osobe o kojoj se piše. Međutim, samo 58.7 posto članaka u kojima su kandidatkinje bile glavne akterice imalo je i njihove izjave. To je donekle razumljivo jer se o kandidatkinjama u primarnom fokusu često pisalo u formi komentara (u 13 posto slučajeva), koja rijetko sadrži izjave.

Ako je riječ o sekundarnom fokusu, za kojeg bismo također očekivali da sadrži izjave osobe o kojoj se u velikom dijelu članka piše, tek njih 35.1 posto sadrži izjave kandidatkinja.

Dobro, staro pravilo novinarstva kaže kako svaki događaj treba imati svjedoke, te ako se prenosi sukob dviju ili više strana, potrebno je upitati svaku od njih za mišljenje, koje će zatim novinar na jednak način prezentirati u svome mediju. Prethodna istraživanja dokazala su kako je žena najčešće irelevantan sugovornik kada je riječ o političkim temama. U prilog tome ide i zaključak Igora Kanižaja kako apsolutnu dominaciju muškog spola kao izvora informacija prepoznajemo kao odraz rodne diskriminacije u društvu. Prosječan čitatelj i ne očekuje žene kao izvore relevantnih podataka u ozbiljnim novinama (Kanižaj, 2007:145)

Potrebno je naglasiti kako je ovdje riječ o tekstovima u kojima se spominju kandidatkinje, štoviše, u jednoj trećini njih političarke su glavne akterice. Stoga, razumno bi bilo očekivati da su njihov stav novinari/ke citirali barem kada su kandidatkinje prikazivane u primarnom i sekundarnom fokusu.

Kada se pak izjave kandidatkinja nalaze u člancima, one su u najvećem broju slučajeva bile o političkim stajalištima kandidatkinja i o stranačkoj pripadnosti.

Naslovnica je izlaz u svijet!

Kao što su oči ogledalo duše, naslovnica je zrcalo novina. Ona je izlaz novinaru i novinarki u svijet, na nju dospijevaju samo najrelevantnije i najatraktivnije priče. Barem bi tako u teoriji trebalo biti, dok je u praksi hrvatskim medijskim morem zavladao senzacionalizam i banalizacija, pa se na takozvanom ogledalu tiskovine znaju naći, blago rečeno, trivijalne vijesti.

Možda upravo zbog takvih nije bilo mjesta za najavu tekstova o kandidatkinjama. Naime, od 152 analizirana teksta u kojima se one spominju, samo je njih 12 (7.9 posto) najavljeno na naslovnici. No, još je zanimljivije to što je od tih 12 tekstova s naslovnice 9 bilo o predsjednici HDZ-a Jadranki Kosor.

Nadalje, ako promatramo isključivo te tekstove koji su bili najavljeni na naslovnici, ona je samo 33.3 posto njih, dakle, četiri su članka imala političarku u primarnome fokusu. Iako smo već prethodno zaključile kako se o kandidatkinjama najčešće pisalo kroz forme vijesti i izvještaja, naslovnica ipak voli duže i složenije tekstove. Naime, najavu na naslovnici zaslužili su samo intervjui, analize i reportaže, koji su u 50 posto slučajeva u novinama zauzeli dvije ili više stranica.

Kako prijašnja istraživanja nisu pokazivala nikakvu razliku u izvještavanju novinara i novinarki, ni mi u ovoj analizi nismo očekivale nikakav senzacionalni obrat. No, ipak smo primijetile sitnu, ali možda u budućnosti vrlo dobru tendenciju. Iako je broj tekstova koje su pisali i muškarci i žene gotovo jednak (novinari su u sitnom vodstvu), više se tekstova koje su pisale novinarke našlo na naslovnici. Dakle, od 12 članaka u kojima se spominju političarke na naslovnoj stranici, četiri je napisao novinar, šest novinarka te dva novinarski par.

Negativno o kandidatkinjama

Analiza sadržaja također je dala i rezultate na pitanja komentiraju li novinari/ke integritet, stručnost i izgled kandidatkinja.

Te su tri kategorije analizirane jer se pretpostavlja kako mediji često naglašavaju integritet, odnosno vjerodostojnost, te stručnost, znanja, profesionalnost i razinu obrazovanja političara, a ženama se, pa tako i političarkama, često nadijevaju epiteta vezani i uz njihov izgled. Naime, socijalizacija nas je naučila da ženske osobe primjećujemo prije svega po izgledu, dok su muškarci značajni po djelovanju (više u Sarnavka, 2010.). Zbog toga se i zapaža izgled kod političarki.

Najkomentiranija je kategorija bio integritet i to nadmoćno u negativnom kontekstu. U 53.9 posto članaka uopće nije bio komentiran, dok je u 9.9 posto bio pozitivno, u 30.3 negativno, a u 5.9 prirodno komentiran. Integritet kandidatkinja najčešće se spominjao u formama vijesti (20.4 posto), komentara (19.1 posto), izvještaja (15.1 posto) i intervjua (13.8 posto). No, komentari su daleko prednjačili po broju negativno orijentiranih članaka prema integritetu političarki – čak 46.7 posto od svih tekstova negativno ocijenjenog integriteta kandidatkinja bili su komentari.

Taj je podatak od iznimne važnosti jer mediji reflektiraju 'sliku društva', govore svojoj publici o čemu razmišljati i kako se ponašati. Prema tome, ako najugledniji novinari koji imaju pravo i itekako ga koriste kako bi iskazali svoja cijenjena mišljenja o svijetu, stanju u državi, pa tako i o kandidatkinjama koje su okosnica ove analize, negativno pišu o određenim pojavama, događajima ili pak političarkama na izbornim listama, svakako će to imati odjeka i utjecati na mišljenja čitatelja. Naravno, ne svih jer ne primaju i ne obrađuju svi čitatelji/ce poruke na isti način.

Novinari i novinarke mnogo su manje pisali o znanjima (obrazovanju) i stručnosti kandidatkinja. Čak 82.2 posto članaka uopće nije komentiralo njihovu stručnost, no u slučajevima kada bi se novinari i novinarke dotakli te kategorije, ponovno su češće bili negativno orijentirani (8.6 posto) nego pozitivno (4.6).

Zabrinjavajuća je medijska negativna slika o kandidatkinjama koja se prezentira javnosti. Dok je samo 7.9 posto tekstova bilo pozitivno orijentirano prema kandidatkinjama, njih čak 35.5 posto bilo je negativno. Unatoč činjenici kako je većina članaka (56.8 posto) ipak bila neutralna, velika oscilacija između postotka pozitivno i negativno orijentiranih tekstova u kojima se spominje jedna od kandidatkinja više je nego alarmantna.

Iako su političarke u više od jedne trećine analiziranih članaka prikazane u negativnom svjetlu, ipak nisu okarakterizirane kao irelevantne i marginalizirane osobe na hrvatskoj političkoj sceni. Štoviše, čak 45.4 posto članaka prikazuje kandidatkinje kao važne političke

akterice. Dok 48.7 posto tekstova ne prikazuje političarke u tom kontekstu, samo 5.9 posto članaka prezentira ih kao nevažne političke akterice.

O kojoj se kandidatkinji najviše pisalo?

Prema očekivanju, čak 63.7 posto tekstova spominjalo je Jadranku Kosor. Jednak broj članaka u kojima se ona spominjala objavljen je i u Jutarnjem i u Večernjem listu (48). O Kosor se najčešće pisalo u rubrikama događaj dana (52.1 posto), što je logično jer ipak je ona vodila HDZ-ovu kampanju i svakodnevno putovala po cijeloj Hrvatskoj, zatim u unutrašnjoj politici (14.6 posto) te političkom magazinu (12.5 posto). Najčešće je spominjana u formi komentara (18.8 posto), vijesti (17.7 posto), intervjuja (16.7 posto) i izvještaja (14.6 posto).

Čak 70.8 posto članaka koji spominju bivšu premijerku ne sadrži izjave žena, što bi značilo da se u 68 tekstova pisalo o Jadranki Kosor, a nju se ni u jednom od njih nije tretiralo kao izvor informacije. No, u onim rijetkim slučajevima kada je njena izjava uspjela naći put do novinskih stranica i čitatelja, predsjednica HDZ-a najčešće je govorila o političkom programu i stranačkoj pripadnosti.

64.6 posto članaka u kojima se Kosor spominje nemaju fotografiju ili se ona ne nalazi na njima. Ali u onih 35.4 posto preostalih slučajeva kad su novinari i novinarke, urednici i urednice odlučili opremiti svoja izdanja slikama tadašnje premijerke u bitci za čelno mjesto Vlade, ona se najčešće nalazila sama na fotografijama (13.5 posto) ili u društvu stranačkih kolega (12.5 posto).

Od 96 članka u kojima se spominje Jadranka Kosor, njih 44 (45.8 posto) osvrće se na njezin integritet, koji je kategorija o kojoj su novinari/ke najviše i pisali. Promatrajući isključivo članke koji se odnose na integritet bivše predsjednice Vlade, njih je čak 72.7 posto negativno orijentirano, dok ih je samo 22.7 posto pozitivno, a 4.5 posto neutralno. Kosor je najčešće negativno komentirana u komentarima, koji su zapravo i najutjecajnija forma koju dobivaju pisati samo etablirani iiskusni novinari i novinarke.

Kada je riječ o njenoj stručnosti, profesionalnosti i znanjima, novinari i novinarke se gotovo uopće nisu bavili tim tijekom ove predizborne kampanje. Naime, stručnost Jadranke Kosor komentirana je samo u 15 članaka (15.6 posto). Kada je riječ o onim člancima koji su ipak komentirali njeno znanje, opet su češće bili negativno (9.4 posto) orijentirani prema bivšoj premijerki nego pozitivno (3.1 posto).

Također ni izgled Kosor nije privlačio medijsku pažnju, pa se on komentira u svega 4.2 posto analiziranih članaka u kojima se spominjala predsjednica HDZ-a.

Kako se moglo i zaključiti iz prethodnog teksta, tekstovi u kojima je spominjana Jadranka Kosor mnogo su češće bili negativno orijentirani nego pozitivno. Novinari i novinarke su u 55.2 posto članaka u kojima se spominje bivša premijerka bili neutralni prema njoj, dok su u 38.5 posto slučajeva bili negativno orijentirani te samo u 6.3 posto tekstova pozitivni.

58.3 posto tekstova ocjenjuje Kosor kao važnu političku protagonisticu. U tom kontekstu 39.6 posto članaka je nije komentiralo, dok ih je njih 2.1 posto okarakteriziralo Kosor kao nevažnu političku aktericu.

Poslije Jadranke Kosor, Vesna Pusić je bila političarka o kojoj su Jutarnji i Večernji list najviše pisali. Sadašnja ministrica vanjskih i europskih poslova spominjala se samo u 9.9 članaka, u kojima je u 40 posto slučajeva bila u primarnom fokusu, no ni jednom na naslovnoj stranici.

Također se pisalo i o Ruži Tomašić (4.1 posto), Martini Dalić (3.4 posto), Marini Lovrić (2 posto), Ingrid Antičević Marinović (1.4 posto), Nevenki Bečić (1.4 posto), Milanki Opačić (1.4 posto), Andreji Zlatar (1.4 posto) i Dorici Nikolić (1.4 posto).

Zaključci i preporuke

S izuzetkom analize medija ovakvu smo analizu provele i 2007. godine¹² što nam može poslužiti za komparaciju rezultata.

Analiza izbornih lista pokazala je isto što i 2007. godine. Političke stranke ne drže se zakonom propisane kvote od 40% žena na listama, pri čemu parlamentarne stranke kandidiraju ispodprosječan broj kandidatkinja. Pravilo izbornih lista je da što je vjerojatnije da će se mjesto na listi pretvoriti u zastupnički mandat, to je manje žena na tim mjestima. Iako postupno raste broj kandidiranih žena, udio izabranih žena u Hrvatskom saboru kontinuirano opada te je nakon ovih izbora pao ispod 20%, odnosno u Sabor je izabrano svega 19,8% žena, što očito pokazuje da je potrebno osmisliti nove modele unaprjeđenja sudjelovanja žena u procesima donošenja odluka.

U odnosu na 2007. godinu napredak po pitanju rodne osviještenosti izbornih programa pokazala je Kukuriku koalicija (SDP, HNS, IDS i HSU) te dijelom HDZ. HDZ je od programa u kojem se nije išlo dalje od roditeljskih naknada i u kojem se riječ žena spomenula jednom, došao do poglavlja posvećenog ravnopravnosti spolova, a kao tema uvedeno je i nasilje nad ženama. Kukuriku koalicija je nakon tzv. javne rasprave o Planu 21 čija je prva verzija kritizirana između ostalog zbog rodne neosviještenosti unijela rodnu perspektivu u većinu programa. Ovdje se značajnom pokazala otvorenost Kukuriku koalicije spram Ženske platforme 2011., ali i organiziranost prije svega Socijaldemokratskog foruma žena, a onda i drugih ženskih organizacija u okviru Kukuriku koalicije koji se angažirao na unapređenju Plana 21 (iako se postavlja pitanje zbog čega organizacije žena u početku nisu bile intenzivnije uključene u izradu programa). HSS se osvrće na ženske interese i potrebe isključivo kroz poduzetništvo te se dijelom bavi obitelji, ali ne kroz rodnu perspektivu. Ostale stranke kao što je vidljivo iz analize u svojim se programima nisu doticale rodne (spolne) ravnopravnosti već se ponešto o njihovim stavovima moglo iščitati kroz očitovanje o zahtjevima iz Platforme 112 pri čemu Hrvatski laburisti podržavaju sve zahtjeve, dok ih HSLS uz opravdanje o nedostatku financijskih sredstava odbija. Činjenica da stranke uglavnom nisu u svoje programe uvrstile rodna pitanja i teme, bez obzira na javno iskazane stavove, pokazuje da se rodna ravnopravnost ne nalazi na njihovoj listi prioriteta, već da se od tih stranaka u *ad hoc* političkom djelovanju (ne) može očekivati podrška te da neke od stranaka reagiraju na inicijative od strane organizacija civilnog društva, ali same nemaju inicijativu.

Izborni TV spotovi kao i 2007. godine uglavnom se nisu doticali pitanja rodne ravnopravnosti. Jedna zanimljivost u spotovima bili su dijametralno suprotni prikazi obitelji u spotu HDZ-a "Tihi glas" i Kukuriku koalicije "Imamo plan". Spot "Imamo plan" Kukuriku koalicije ponudio je scenu obitelji u kojoj otac drži malu bebu dok se pozdravlja s partnericom koja odlazi iz kuće dok on ostaje čuvati bebu. Nasuprot tome HDZ nam je u svojem spotu "Tihi glas" ponudio prvo sliku majke koja drži dijete te ga potom doji, zatim majku koja ispraća dijete u školu i ostaje kod kuće, čemu slijedi slika oca koji sređuje račune za kuhinjskim stolom dok mu majka pristupa sa šalicom kave (ili čaja). Općenito je u slikama i osobama koje se prikazuje zamjetnija tradicionalna i konzervativna orijentacija HDZ-a nasuprot modernijem pristupu Kukuriku koalicije. No, ostaje činjenica da političke strane nisu smatrale suviše

¹²

<http://www.cesi.hr/hr/preporuke-za-povecanje-politicke-participacije-zena/>

potrebnim direktno govoriti o rodnim pitanjima u televizijskoj promidžbi, već isključivo posredno kroz slike i simbole.

Analiza dvije dnevne tiskovine Jutarnjeg lista i Večernjeg lista očekivano je prikazala da se žene kao glavne akterice pojavljuju u malom broju članaka, a i od toga većinu su činili članci o Jadranki Kosor. Političarke kao glavne akterice najčešće su prikazane u formi vijesti i izvještaja, najkraćim i najsažetijim formama, dok se u komentarima i analizama, najcjenjenijim oblicima novinarskog rada, najčešće spominju tek usputno. U gotovo polovici tekstova nije navedena izjava političarke, dakle žene su na neki način objekti, a ne subjekti novinskoga teksta. Oko trećina članaka u kojima je političarka glavna protagonistica o njoj govori negativno, no to je usko povezano i s činjenicom da je o Jadranki Kosor kao najčešće spominjanoj političarki gotovo 40% članaka govorilo negativno. Izgled i privatni život političarki se uglavnom nije komentirao, opet s izuzetkom Jadranke Kosor čiji se intervju Gloriji cijeli drugi tjedan kampanje prepričavao i komentirao u obje tiskovine, a samim time su u tim tekstovima izvlačeni i detalji koje je ona izjavila u intervjuu, poput odnosa sa sinom, torbi, cipela, odlaska frizeru i slično.

Budući da su analize pokazale da stranke kreiraju rodno uravnotežene liste, da rodna pitanja ne uvrštavaju u svoje programe bez obzira na javno iskazane stavove te da se rodna ravnopravnost ne nalazi na njihovoj listi prioriteta, kao i da mediji prikazuju kandidatkinje kao sporedne i uglavnom nevažne sudionice izborne utrke, izradile smo sljedeće preporuke:

Preporuke političkim strankama

1. Stranke trebaju imati razrađenu strategiju uključivanja žena u sve aktivnosti te izraditi akcijski plan djelovanja za postizanje uravnotežene zastupljenosti žena i muškaraca u stranačkim tijelima.
2. Stranke trebaju svoje statute uskladiti sa Zakonom o ravnopravnosti spolova te provoditi kvotu od 40% prema sistemu zatvarača u stranačke statute na izbornim listama.
3. Poticati osnaživanje i djelovanje stranačkih organizacija žena na svim razinama stranke te ih uključivati u izradu stranačkih programa.
4. Organizirati i poticati edukaciju članica i članova stranke o rodno osviještenoj politici i rodnoj ravnopravnosti.
5. Pripremati članice stranaka za javne poslove na svim razinama.
6. Izrađivati rodno osjetljive stranačke programe temeljene na rodnoj analizi politika.
7. Osuditi i sankcionirati seksističke i diskriminatorne istupe pojedinih članova/članica stranke.
8. U komunikaciji s javnošću i političkoj promidžbi izbjegavati stereotipno prikazivanje žena.
9. Promovirati rodnu ravnopravnost kao temeljnu društvenu vrijednost.

Preporuke medijima

1. Prilikom stvaranja programa voditi računa o ravnomjernoj zastupljenosti žena i muškaraca u programskim sadržajima.
2. Izbjegavati stvaranje "getoiziranih" emisija/priloga na način da o položaju žena isključivo govore i raspravljaju žene.
3. Promovirati rodnu ravnopravnost kao temeljnu društvenu vrijednost.

Prilog 1.**Zastupnice direktno izabrane u Hrvatski sabor:**

HDZ i koalicijski partneri: Jadranka Kosor, Martina Dalić, Martina Banić, Đurđica Sumrak i Sunčana Glavak Nevenka Bečić te Vesna Škare Ožbolt.

HNS: Vesna Pusić, Sonja Koning, Natalija Martinčević i Nada Turina Đurić.

Hrvatski laburisti: Nansi Tireli.

HSP dr. Ante Starčević: Ruža Tomašić.

HSU: Višnja Fortuna.

SDP: Gordana Sobol, Dragica Zgrebec, Marija Lugarić, Nadica Jelaš, Biljana Borzan, Nada Čavlović-Smiljanec, Marina Lovrić, Mirela Holy, Vesna Fabijančić-Križančić, Milanka Opačić, Romana Jerković, Tanja Vrbat, Ana Komparić-Devčić, Ingrid Antičević-Marinović, Tatjana Šimac Bonačić i Tonka Ivčević.

Prilog 2.

Pojedinačni spotovi

Laburisti

Tekst:

Glas za laburiste spašen je glas. Glas za laburiste je glas za rad, za istinu, za poštenje, za znanje, za društvenu pravednost. Mi nismo isti. Mi smo laburisti.

Muškarci: 5 muškaraca, od čega Lesar dva puta govori, dakle Lesar i još 4 muškarca. Muškarci izgovaraju više riječi, osim jednog.

Žene: 4 žene izgovaraju riječi: rad poštenje, znanje, pravednost.

Čuju se različiti naglasci. Zadnji skupni kadar - krug sačinjen od laburista, udio žena otprilike odgovara udjelu žena na listama laburista.

HSLŠ

U svim spotovima govori samo predsjednik stranke Darinko Kosor. Na kraju svakog spota slogan izgovara muški glas u off-u.

Ukupno 3 spota.

Gospodarstvo:

Drugačija Hrvatska je moguća. Smanjiti ćemo poreze i rasteretiti gospodarstvo. Tako otvarati nova radna mjesta u poduzetništvu. Poduzetnici i obrtnici, ovoga puta glasujte za sebe, svoje obitelji i svoje radnike. HSLŠ – za sve koji misle drugačije.

Obrazovanje:

Drugačija Hrvatska je moguća. Naša najveća investicija biti će u obrazovanju. Povećat ćemo plaće odgajateljima, učiteljima i profesorima i ukinuti školarine. Građani, ovaj put glasujte za sebe i svoju djecu. HSLŠ – za sve koji misle drugačije.

Nacionalni interesi:

Drugačija Hrvatska je moguća. Nećemo dozvoliti rasprodaju voda i šuma, Hrvatske elektroprivrede, Janafa i Ine. Građani, ovaj put glasujte za sebe i zaštitu naših nacionalnih interesa. HSLŠ – za sve koji misle drugačije.

HSS

1. Tekst:

(Vode i šume nemaju cijenu) Sačuvali smo naše vode, šume i zemlju. HSS. Odgovornost i rezultati.

Slika brzaca u šumi, govori muški glas.

2. Tekst:

(Regionalni razvoj nema cijenu) Za ravnomjeran regionalni razvoj Hrvatske. HSS. Odgovornost i rezultati.

Dva muškarca na gradilištu, govori muški glas.

3. Tekst:

(Naše more nema cijenu) Turizam danas daje rezultate. HSS. Odgovornost i rezultati.

Muškarac i žena sjede na stolicama pored šatora i gledaju more. Okrenuti su leđima.

4. Tekst:

(Obitelj nema cijenu) Nedjelja je dan za obitelj. HSS. Odgovornost i rezultati.

Obitelj: muškarac, žena, muško dijete i žensko dijete sjede na deki, imaju piknik košaru i svi četvero čitaju knjigu veličine novog zavjeta koji se može naći u hotelskim sobama. Plava žena i plava djeca.

HSP

Mata

- Mata, jesi čuo da su izbori?

- Jesam.

- Jel' ideš?

- Nego šta.

- I ti si već odlučio, je li?

- E pa jesam. Ovaj put za HSP.

Dva slavonska farmera razgovaraju. Prvi dotrči s pitanjem o izborima dok drugi hrani krave.

Ribari

- Frane, šta hoćemo marendat?

- U ovom moru više nema ništa.

- Ovi kočice šta hoće i 'di hoće.

- Zato ovi put za HSP.

- A za HSP.

Ribar na brodicu vadi mrežu, malo je ribe. Dolazi druga brodica i dva ribara komentiraju kako nema više ribe. Prolazi veći brod, na navigaciji mu se vidi EU zastava. Prolazi blizu njihove brodice, zapljuskuju je i jedan ribar pada u more. Nakon što se natrag popne na brodicu kaže da će glasovati za HSP.

HDSSB

(pjesma - Ne daj Slavoniju, da ti zamru njive...) Za Hrvatskog seljaka, za radnika, umirovljenika. Za budućnost naše djece. Za jaku Hrvatsku, jaku Slavoniju. Za naše branitelje i očuvanje dostojanstva Domovinskog rata. Da naša Slavonija, ali i naša Hrvatska ima budućnost. I zato glasujte za HDSSB. Za svoje.

Govori Vladimir Šišljagić na predizbornom skupu (no to se vidi tek pred kraj spota). U pozadini ide pjesma Ne daj Slavoniju (HDSSB-ova himna). Izmjenjuju se slike rukovodstva stranke (5 najviđenijih: Burić, Bubalo, Šišljagić, Vinković, Grubišić)) u susretu s građanima i građankama. Rukovodstvo koje se prikazuje isključivo je muško, a građani su podjednako muškarci (4) i žene (3) (poljoprivrednici, umirovljenica, žene naprosto).

HDZ

Programski spotovi:

Borba protiv korupcije

Dražen Bošnjaković: U mandatu Vlade predsjednice Kosor pokrenuta je borba protiv korupcije.

Tomislav Karamarko: Policiji i drugim nadležnim institucijama osigurana je neovisnost istraga protiv svih vrsta kriminala.

Jadranka Kosor: Želite li vlast koja djeluje po političkom ključu ili nastavak borbe protiv korupcije koja neće poštediti nikoga? Dobro razmislite jer radi se o Hrvatskoj.

HDZ – Najbolji kad je najteže

EU

Andrej Plenković: Mnogi su sumnjali u uspješno okončanje pristupnih pregovora s Europskom Unijom.

Gordan Jandroković: No zahvaljujući vladi predsjednice Kosor Hrvatska postaje 28 članica Europske Unije.

Jadranka Kosor: Želite li politiku malodušja ili da Hrvatska ponosno zauzme svoje mjesto u Europi? Dobro razmislite jer radi se o Hrvatskoj.

HDZ – Najbolji kad je najteže

Financijska stabilnost

Goran Marić: Teška ekonomska kriza potresa gospodarstva i svjetskih velesila.

Martina Dalić: Usprkos svemu Hrvatska čuva financijsku stabilnost. Mirovine i plaće iz proračuna stižu na vrijeme.

Jadranka Kosor: Želite li vlast koja će otpuštati i smanjivati prava ili želite i dalje imati sigurna radna mjesta i primanja?

Dobro razmislite jer radi se o Hrvatskoj.

HDZ – Najbolji kad je najteže

Gospodarski razvoj

Đuro Popijač: Hrvatska je ove godine ostvarila ekonomski rast i krenula putem gospodarskog oporavka.

Domagoj Milošević: Svaka investicija znači nova radna mjesta, a mi smo već pokrenuli investicije vrijedne više od 20 milijardi kuna.

Jadranka Kosor: Želite li vlast koja će pola mandata potrošiti na podjelu fotelja ili nastavak reformi i rast gospodarstva? Dobro razmislite jer radi se o Hrvatskoj.

HDZ – Najbolji kad je najteže

Mladi i budućnost

Branko Bačić: Najpovoljnijim stambenim kreditima omogućili smo brojnim mladim obiteljima kupnju vlastitog doma.

Martina Banić: A olakšicama za prvo zapošljavanje osigurati ćemo i da mladi ljudi mogu dobiti posao.

Jadranka Kosor: Želite li vlast koja daje nejasna obećanja ili vodstvo koje konkretnim mjerama omogućuje bolju budućnost? Dobro razmislite jer radi se o Hrvatskoj.

HDZ – Najbolji kad je najteže

Nacionalni ponos

Davor Stier: Kada je trebalo deblokirati pregovore i osigurati europsku budućnost pokazali smo političku mudrost i odlučnost

Damir Krstičević: Kao što smo bili odlučni i u obrani hrvatske slobode.

Jadranka Kosor: Želite li vlast bez stava koja se nikomu ne želi zamjeriti ili odlučno vodstvo koje čuva ponos ove zemlje?

Dobro razmislite jer radi se o Hrvatskoj.

HDZ – Najbolji kad je najteže

Ukupno se 13 osoba pojavljuje u spotovima, pri čemu je Jadranka Kosor u svim spotovima te daje završnu poruku. Od preostalih 12 dvije su žene te 10 muškaraca. Osobe u spotu su ministri koji su, s izuzetkom Jandrokovića, došli nakon što je Kosor preuzela vladu (Popijač, Bačić, Milošević, Dalić, Bošnjaković), te osobe poput Banić i Stiera koji su u stranačkoj hijerarhiji napredovali također nakon dolaska Kosor. Plenković je postao državnim tajnikom također za Kosoričine vlade. Tu su još Goran Marić i Damir Krstičević koji javno nisu u tolikoj mjeri vezani uz Kosor, ali ako slijedimo logiku ostalih osoba u spotu, očito da uživaju njezino povjerenje. Zanimljivo je da u spotovima uopće nema HDZ-vih

veterana, te je više nego očit manjak visokopozicioniranih žena unutar stranke ili Vlade, odnosno žena na koje bi se računalo u budućnosti (kao što su na muškoj strani Stier i Plenković).

Tihi glas

U našoj Hrvatskoj žive ljudi čiji se glas ne čuje u medijima. Oni ne viču, ne demonstriraju na ulicama, ne svađaju se po forumima. To je ona tiha većina koja šuti, radi, hrani i čuva ovu zemlju. Oni su s juga i sjevera, s istoka i zapada, mladi i stari, muškarci i žene. Oni su dali svoje žrtve i trpe svakoga dana. Oni ne mrze i ne vrijeđaju. Vole i ne daju na svoje. Oni žive za svoje obitelji. Znaju kako je teško očuvati sigurnost svojih najbližih. Znaju kako je teško osigurati pristojan život. Oni svoju domovinu vole i kad je lijepo i veselo, ali ju vole i kada je teško. Njih nije lako zavesti lažima, praznim obećanjima i medijskom galamom. Oni svoje odluke donose u tišini s Hrvatskom u srcu. Vrijedi li njihov glas zbog toga manje? Ne. To je glas koji donosi pobjedu.

HDZ – Najbolji kad je najteže

1min

Off: Jadranka Kosor

Ukupno se 24 osoba vidi u glavnom kadru kao aktere. Od toga 14 muškaraca i 10 žena (41,6%).

Muškarci su: vatrogasci, stočar, poljoprivrednik (maslinar i proizvođač salate/zelja), radnik (varilac) medicinski tehničar, mladenac, otac od mladenke, tamburaš, mladić iz para, ribič, liječnik, pacijent (umirovljenik), osnovnoškolac.

Žene su: 3 starije žene/umirovljenice koje pleću/heklaju tabletiće (izgleda kao dalmatinski gradić), majka s bebom, majka koja ispraća dijete u školu, liječnica, dvije žene na groblju (majka i kći?), mladenka, mlada žena iz para.

Djeca: beba (cca 2 mjeseca) i školarac (cca 8 godina)

Majka i kći se mole na groblju. Mlada majka drži bebu na rukama, a potom je doji. Slijedi majka koja ispraća dijete u školu i ostaje kod kuće, a slijedi slika oca koji sređuje račune za kuhinjskim stolom.

Izjava Jadranke Kosor

U ovu izbornu kampanju HDZ ulazi u iznimno teškom okruženju s otvorenom istragom protiv stranke nakon višemjesečnog neprekidnog medijskog blaćenja kojeg se ne bi posramio niti propagandni aparat bivše države. Međutim HDZ je pokazao da je najjači upravo u najtežim situacijama. Pokazali smo to i kad smo '89-e u baraci osnivali stranku koju je vlast proglašavala strankom opasnih namjera. Pokazali smo snagu i '91-e kad smo se suprotstavili premoćnom agresoru kao i '95-e kada je oslobođena zemlja, te konačno prije dvije godine kada smo pokrenuli borbu protiv korupcije i usprkos nepovjerenju mnogih uveli Hrvatsku u Europsku uniju.

Upravo je borba protiv korupcije dovela istragu pred naša vrata no toga se ne bojimo. HDZ su upravo teške situacije učinile snažnim i zato smo sigurni da ćemo kao što smo uspjeli u proteklim borbama uspjeti i sada. Sve što u našim redovima nije bilo dobro i nije valjalo mora biti zamijenjeno poštenim i časnim. Imamo i imat ćemo snage očistiti svoju kuću i stvoriti zemlju bez korupcije. Zemlju u kojoj se

boljitak ne stječe privilegijama nego vlastitim radom. I s pravom tražimo da čišćenje ne stane kod nas i s nama. Očekujemo da beskompromisno zahvati sve pore društva i sve političke opcije. Svi imamo zajednički cilj građanima omogućiti bolji život. Razmislite o ovom kad dajte svoj glas. I znajte, HDZ je najbolji kad je najteže.

Jadranka Kosor sjedi za masivnim stolom u naizgled državničkom uredu, gleda ravno u kameru i govori. Muzika u pozadini se s odmicanjem spota lagano pojačava. Vrlo nalik obraćanju predsjednika države građanima/kama.

Kukuriku koalicija

Imamo plan

Hrvatska je najljepša u zoru kad sunce rasvijetli plodne ravnice i gorske vrhove i najmodrije more. Kad se vidi bistrije i kad se ne može nego pomisliti "Bože, kako je lijepa ova zemlja". Hrvatska je najljepša u zoru kad ustaju svi oni koji misle da se baš zato može i mora bolje. I da nam ovaj komadić Europe pruža neviđene mogućnosti. Izborimo se za novi dan u kojemu će zaista i biti bolje. Imamo plan.

Plan 21

Kukuriku koalicija

35sec

Off: Tarik Filipović

Deset osoba kao aktera od čega 6 muškaraca i 4 žene (40%) te čelnici stranaka, njih 6, 4 muškarca (Zoran Milanović, Radimir Čačić, Silvano Hrelja i Ivan Jakovčić) i 2 žene (Milanka Opačić i Vesna Pusić)

Muškarci su: ribar, poljoprivrednik, pekar, otac, mladić u paru, umirovljenik

Žene su: vlasnica? turističkog objekta/restorana, majka, cura u paru, poslovna žena u tramvaju

Djeca: beba (cca 2 mjeseca)

Otac drži malu bebu dok se pozdravlja s partnericom koja odlazi iz kuće dok on ostaje čuvati bebu. Scene grada, sela, obale, ravnice.

Imamo plan – Program je život

Ovo je program odnosno platforma za bolju Hrvatsku. Program nije shopping lista, program je život. Mi odlučujemo, mi odgovaramo za svoju sudbinu i u zdravstvu i u gospodarstvu i u poljoprivredi, svugdje. Ovi izbori su, ponavljamo to stalno, borba za povjerenje, za dobru ljudsku vjeru. Želimo napraviti velike stvari, želimo promjene, imamo ljude, treba na podrška hrvatskih građana.

off/on Zoran Milanović.

Scene sa skupova na kojima Milanović govori tekst u kombinaciji sa susretima s građanima/kama. Milanović se obraća/rukuje sa šestoricom muškaraca i trima ženama (30%).

Dijalog s građanima

Milanović: I ovaj Plan 21 je upravo to. Dijalog s građanima.

Pusić: Obrazovana radna snaga je ono gdje smo mi konkurentni.

Čačić: Svaka treća kuna završava u džepovima onih koji su je stvorili, a 2/3 u džepovima kapitala.

Opačić: Najveće kršenje radničkih prava je nezaposlenost.

Hrelja: Ukinuti ćemo povlaštene mirovine saborskih zastupnika.

Grčić: Što moramo riješiti jeste ogromna nelikvidnost.

Jakovčić: Glas za našu koaliciju je glas za istinske promjene u ovoj zemlji.

Scene sa skupova na kojima pojedinci izgovaraju tekst u kombinaciji prizora susreta s građanima/kama. Rukuju se ili obraćaju petorici muškaraca i dvjema ženama.

Zaokrenimo priču

Posljednjih je godina Hrvatska prolazila kroz teško razdoblje u kojem su građani izgubili vjeru u to da može biti bolje. Zaokrenimo priču. Hrvatska ima pravo na uspjeh. Vjerujem u pravnu državu koja funkcionira bez politike. Vjerujem u buđenje gospodarstva koje stvara i otvara nova radna mjesta. U poštenu plaću za pošten rad. U buđenje sustava koji brine o starijim građanima. Imamo plan za Hrvatsku. Izađite na izbore. Vaš glas odlučuje o promjenama.

Zoran Milanović, čini se kao da napola sjedi na stolu, ima kravatu i košulju, ali bez sakoa. U pozadini kroz mutno staklo vidi se muškarac za kompjuterom.

Prilog 3

Analiza medija

Istraživačko pitanje:

Kako su Jutarnji list i Večernji list izvještavali o kandidatkinjama tijekom predizborne kampanje parlamentarnih izbora 2011. godine?

Potpitanja:

1. U kakvom su fokusu najčešće prezentirane kandidatkinje?
2. Kroz koje se forme najčešće izvještavalo o političarkama?
3. U kojim rubrikama se kandidatkinje najčešće spominju?
4. Tko je autor/ica vijesti u kojima se spominju kandidatkinje?
5. Koja je političarka najzastupljenija?
6. Koliko su često političarke izvor informacija u tekstovima u kojima se spominju?
7. Koriste li mediji emocije prilikom medijskog prikazivanja kandidatkinja?
8. Naglašavaju li novinari/ke izgled i privatnu sferu političarki u svojim člancima? Ako da, na koji način to čine?
9. Dotiču li se kandidatkinje rodne problematike u svojim izjavama, odnosno bave li se mediji problematikom žena dok prezentiraju kandidatkinje u člancima?
10. Percipiraju li same kandidatkinje osobe ili političke stranke drugih opcija kao svoje neprijatelje ?
11. Naglašava li kandidatkinja uspjehe, programe i planove svoje stranke kao vlastita ili stranačka postignuća?