

Žena na javnoj televiziji

Slučaj informativnih emisija In medias res i Otvoreno

Irena Sever

irena.sever@unicath.hr

Alen Andraković

aandrako@unios.hr

UDK: 316.77(497.5)-055.2
654.1:316

Pregledni članak/Review
Primljeno: 3. prosinca 2012.
Prihvaćeno: 4. veljače 2013.

Cilj članka je istražiti stil koji slijedi medijska kultura u predstavljanju i zastupljenosti žena na hrvatskoj javnoj televiziji. Budući da su i mediji institucija koja sudjeluje u oblikovanju identiteta te utječe na učvršćivanje ili rušenje rodni stereotipa, autore je zanimalo slijedi li HRT zakonsku regulativu ravnopravnosti spolova i njihova prikazivanja u medijima. Analizom dviju informativnih talk show emisija – In medias res i Otvoreno – pokušalo se vidjeti zovu li se i u kojoj mjeri žene kao gosti stručnjaci kada se raspravlja o važnim društveno-političkim temama ili je to područje još uvijek pridržano muškarcima. Autori su analizirali 38 epizoda dviju navedenih emisija u odnosu na prisutnost/odsutnost žena u studiju, na teme epizoda, glasove, tj. izvore informacija s obzirom na spol, i zanimanja gostiju. Ovim istraživanjem potvrđena je polazna hipoteza da su žene na hrvatskoj javnoj televiziji, barem u okviru analiziranih epizoda dviju informativnih emisija, nečujan glas kada se govori o ozbiljnim političkim, društvenim, gospodarskim i inim pitanjima.

Ključne riječi: *žena u medijima, rodni stereotipi, diskriminacija, informativni program, javna televizija*

Uvod

Medijska kultura sudjeluje u oblikovanju dominantnih pogleda na svijet i vrijednosnog sustava, definirajući što je dobro ili loše, pozitivno ili negativno, moralno ili nemoralno, lijepo ili ružno. Medijske priče, slike i spektakli čine simboli i mitovi koji sudjeluju u oblikovanju osobnog identiteta, kao i zajedničke globalne kulture.¹ Predstavljanjem tema, događaja, osoba, mediji ženama i muškarcima pripisuju stanovito značenje. Mediji su tako »središnja mjesta na kojima se događaju diskurzivna pregovaranja oko roda«,² a stil i način na koji mediji prikazuju žene postaju neka vrsta barometra kulturološke interpretacije uloge koju se u društvu pridaje ženi.³

Budući da se putem medijskog predstavljanja roda i spola naša uvjerenja mogu učvrstiti ili uzdrmati, držimo da je važno analizirati sliku žene koju nam serviraju mediji kroz svoje različite kanale jer se »kontinuiranim ponavljanjem uvijek istog predstavljanja nekog predmeta, osobe, situacije, polako počinje nametati mišljenje da je to jedini mogući način na koji se nešto može vidjeti, pa se uskoro takvo viđenje proglašava 'normalnim', 'prirodnim' i neupitnim«. Mediji u svojoj zadaći da informiraju i zabave, implicitno uče i o očekivanim odnosima i ponašanjima među spolovima.⁵

U demokratskom društvu nužno je poštivati pravo svake osobe na informiranost o vlastitim interesima, a njezin način mišljenja, iskustvo ili perspektiva trebaju se uzeti u obzir kod donošenja odluka da bi one mogle sudjelovati u njima kao jednakopravni subjekti. Ukoliko raspon društvenih uloga pokazuje svijet pun mogućnosti za muškarce i pun ograničenja za žene, takvo društvo ne može se zvati demokratskim.⁶ Sanja Sarnavka će tvrditi da i bez znanstvene analize predstavljanja žena i muškaraca u hrvatskim medijima, možemo uočiti da se

¹ Usp. Douglas KELLNER, *Media culture. Cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern*, London – New York, Routledge, 1995, 1.

² Liesbet VAN ZOONEN, A new paradigm, u: Denis MCQUAIL (ur.), *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*, London, Sage, 2002, 57.

³ Usp. Sofia SJÖ, Are female messiahs changing the myth?, u: Stefanie KNAUSS, Alexander D. ORNELLA (ur.), *Reconfigurations. Interdisciplinary perspectives on religion in a post-secular society*, Beč, Lit Verlag, 2007, 63.

⁴ Sanja SARNAVKA, *Put do vlastitog pogleda. Kako čitati, slušati, razumjeti medijske tekstove i medijsku kulturu*, Zagreb, BABE, 2010, 43.

⁵ Usp. Joke HERMES, Media Representations of Social Structure: Gender, u: Eoin DEVEREUX, *Media Studies. Key Issues and Debates*, London, Sage, 2007, 194; Meenu ANAND, Women in television. Depiction and distortion, *Social Action*, 57 (2007) 4, 268-381.

⁶ Usp. Donna ALLEN, *Six points Communications Program for Restructuring the World's Communications System on the Basis of Democracy*, Women's Institute for Freedom of the Press, 1974; citirano u: Nirman MORANJAK BAMBURAC, Tarik JUSIĆ, Adla ISANOVIĆ (ur.), *Stereotipizacija. Predstavljanje žene u štampanim medijima u jugoistočnoj Evropi*, Sarajevo, Medijacentar, 2007, 16.

»ženski glas još uvijek rijetko doživljava kao dovoljno uvjerljiv, zanimljiv, autoritativan, da bi ga se uvrstilo među događaje dana, vijesti tjedna, misli desetljeća ili, ne daj Bože, genijalne umotvorine tisućljeća.«⁷

Vlastitost medijske komunikacije jest u tome da se

»poruke kreiraju za odsutne čitatelje, slušatelje ili gledatelje. Moć producenata očituje se u tome što će uključiti, a što izostaviti, kako će nekoga ili nešto predstaviti. Svaki tekst je montaža i stoga ujedno i interpretacije svijeta.«⁸

Stoga pitanje koje postavljamo jest sljedeće: u svijetu u kojem ima brojčano više žena od muškaraca (prema podacima popisa stanovništva iz 2012. u Hrvatskoj živi 51,7 % žena i 48,3 % muškaraca), možemo li tvrditi da televizija prikazuje svijet onakvim kakav on uistinu jest ili nameće tom svijetu neke nove realnosti?

Hrvatska se nalazi u tranzicijskom razdoblju u kojem su i mediji uhvaćeni u silinu promjena. Iako se kreće prema demokratizaciji i liberalizaciji medija, neke su uloge u medijima još uvijek marginalizirane. Naglasimo da članak 16. Zakona o ravnopravnosti spolova (koji je Hrvatski sabor donio 2003.), navodi da je zadaća medija promicanje razvoja svijesti o ravnopravnosti žena i muškaraca kroz programske koncepte. U Zakonu o elektroničkim medijima iz 2009. stoji da medijima nije dopušteno poticati, pogodovati poticanje i širiti mržnju ili diskriminaciju na temelju spola.

Cilj ovog istraživanja je analiziranje predstavljanja žene na temelju analize određenog broja epizoda dvije *talk show* emisije informativnog programa HTV-a: *In medias res* i *Otvoreno*. Kakav trend slijedi javna televiziji u Hrvatskoj u predstavljanju žene? Je li joj dano ravnopravno mjesto kao i muškarcu, posebno kad je riječ o ozbiljnijim temama i gostovanjima stručnjaka čije se mišljenje traži u informativnom programu?

1. Rezultati dosadašnjih istraživanja

O stereotipizaciji i seksizmu kao stilovima koji se koriste u prikazivanju muškaraca i žena u medijskoj kulturi, dosad su rađena brojna istraživanja. No i bez rezultata istraživanja, dovoljno je pogledati reklame ili naslovnice tiskovina pa da uočimo kako je »on« najčešće prikazan kao snažan i uspješan poslovni čovjek, koji spašava svijet od ekonomske krize, elegantan i u odijelu, a njegove godine i fizičke osobine ne poznaju diskriminaciju. Za »nju« baš i ne možemo tvrditi isto. Reklame, naslovnice »ženskih« i »muških« magazina, kvizova i križaljki, prepuni su stereotipnih prikaza žene: ona je mlada, dugokosa, dugonoga,

⁷ SARNAVKA, *Put do vlastitog pogleda*, 4.

⁸ Sanja SARNAVKA, Interpretacija novinskih interpretacija jednog ubojstva, u: Nirman MORANJAK BAMBURAČ, Tarik JUSIĆ, Adla ISANOVIĆ (ur.), *nav. dj.*, 274-275.

besprijeckorno našminkana, oskudno odjevena i izrazito seksipilna djevojka, ali u isto vrijeme je i nježna, mila, dobra, sramežljiva i požrtvovna.⁹

Ako su to stil i moda koje medijska kultura propagira, možemo li onda očekivati da ćemo više »stvarnih« i »realnih« žena susresti u programima koji se bave ozbiljnim temama kao što su politika, gospodarstvo, ekologija, etika i tome slično?

Rezultati izvješća Women's Media Centra, American Society of News Editors i Global Media Monitoringa pokazuju da je u SAD-u novinarstvo i medije diplomiralo više žena od muškaraca, no usprkos tome žene su još uvijek prikraćene za mjesta glavnih urednica i drugih viših položaja u novinskoj redakciji. Prema istim podacima, svega je 24 % vijesti bilo vezano uz temu žene. Žene su bile u središtu tek 19 % priča vezanih uz svijet politike i vlade. Također, 77 % proizvođača dnevnih vijesti bili su novinari muškarci. Među stotinu najvažnijih radijskih *talk show* emisija u SAD-u u 2011., domaćini su bili u 84 % slučajeva muškarci, u 13 % slučajeva žene, a u 3 % slučajeva novinar i novinarka su zajednički vodili *talk show* emisiju.¹⁰

Ako želimo vidjeti kako stvari stoje u susjednoj nam Italiji, primijetit ćemo da situacija nije ništa optimističnija. Istraživanje Women and media in Europe proveo je 2005. uvaženi talijanski institut za društveno-ekonomska istraživanja Censis, analizirajući 578 informativnih, kulturnih i zabavnih programa javne i komercijalne talijanske televizije.¹¹ U večernjim zabavnim programima prevladavajući model žene koja se pojavljuje u istima čine glumice, pjevačice i manekenke. Starice se pojavljuju na tv ekranima u 4,8 %, a žene koja pripadaju nižem društvenom sloju u 9,6 % slučajeva. Samo u 15 % slučajeva žena se vrednuje na temelju njezinih profesionalnih sposobnosti.

⁹ Ta dualistička vizija žene koja je s jedne strane viđena kao zavodnica i promiskuitetna, a s druge andeoski uzvisivana kao djevica, čini dio duge tradicije viđenja žene koje sežu još u prva stoljeća nakon Krista i još je uvijek metafora koju koriste medijski producenti, urednici, scenaristi, redatelji kada o njoj govore (usp. Diane APOSTOLOS-CAPPADONA, *From Eve to the virgin and back again. The image of woman in contemporary (religious) film*, u: John R. MAY (ur.), *New image of religious film*, Wisconsin, Sheed & Ward, 1997, 111-114; Ziauddin SARDAR, Borin VAN LOON (ur.), *Introducing Media Studies*, Cambridge, Icon Books, 2000, 82-88; Marilyn FRENCH, *Beyond power. On women, men and morals*, New York, Ballantine Books, 1985, 162; Kathryn SCHLEIS, *Hollywood and Catholic women. Virgins, whores, mothers and other images*, New York, iUniverse, 2003; Laura MULVEY, *Visual pleasure and narrative cinema*, u: Laura MULVEY (ur.), *Visual and other pleasures*, Bloomington, Indiana University Press, 1989, 14-26).

¹⁰ Usp. Sifat AZAD, *Are Women in the Media Only Portrayed As Sex Icons? Statistics Show a Massive Gender Imbalance Across Industries* (2012), <http://www.policymic.com/articles/4439/are-women-in-the-media-only-portrayed-as-sex-icons-statistics-show-a-massive-gender-imbalance-across-industries> (20.12.2012); Robin H. PUGH YI, Craig T. DEARFIELD, *The Status of Women in the U.S. Media 2012*, http://wmc.3cdn.net/a6b2dc282c824e903a_arm6b0hk8.pdf (20.12.2012).

¹¹ Vidi rezultate istraživanja: *Women and Media in Europe* (13.02.2006), http://www-b.unipg.it/dut/download/files/Sintesi_Donne_Media.pdf (20.12.2012).

Što se tiče informativnog područja, »tu prisustvujemo oštroj dihotomiji: iznenada nestaje pohotna žena sa šljokicama i postoji gotovo samo žena boli«. ¹² Ženski subjekti u dnevniku se čak u 68 % slučajeva pojavljuju uz neki dramatičan događaj i crnu kroniku, pretežno kao žrtve. U vijestima koje se tiču politike, ekonomije i svijeta, žene nestaju sa scene. Prema Censisu, vidljivost žena u politici u talijanskim vijestima ne prelazi 6,4 %. Ako u tim područjima žena i ima aktivnu ulogu, uglavnom joj se ne daje više od 20 sekundi da nešto kaže. Kada se u programima koji se bave produbljenjem određenih tema pojavljuju stručnjaci kao sugovornici, ženske kompetencije se uzimaju u obzir tek u područjima koja se tiču astrologije, poezije, ručne radinosti i prirode. I tako dolazimo do podatka da je žena četrdeset godina nakon feminističke revolucije još uvijek na televiziji u najvećem postotku predstavljena bipolarno: ili je svedena na tijelo-objekt *femme fatale* ili pak na sudionicu tragičnog događaja u crnoj kronici. ¹³

Možemo zaključiti da ono što televizija ne predočuje jest stvaran život i situacije koje svakodnevno živi i jest većina ženske populacije, pa bi u tom slučaju mogli govoriti o fiktivnome i u samom informativnom dijelu televizijskog programa. Kao što tvrdi novinarka talijanskog katoličkog lista *Avvenire*, Marina Corradi:

»Gledatelj koji bi procjenjivao stvarnost samo prema onome što vidi na televiziji mogao bi vjerovati da (...) u stvarnosti još uvijek postoji žena i da je to ona iz pedesetih: lijepa, zavodljiva, lepršava ili podčinjena kućanica i majka.« ¹⁴

Ništa drukčije nije niti u domaćim medijima jer, kao što upozorava Jasna Šego, hrvatsko je društvo još uvijek tradicionalno, s patrijarhalnim tendencijama, pa su i uloge koje se dodjeljuju ženama u medijima mahom uloge supruga i majki, domaćica i zavodnica. ¹⁵

Početak 2012. britanski magazin *Broadcast Now*, na poticaj dekanice Studija novinarstva Lis Howell s londonskog sveučilišta *City University*, započeo je kampanju potpisivanjem peticije da bi osvijestio položaj žena u medijima i potaknuo radiotelevizijske kuće na pozivanje više ženskih stručnjaka kao gostiju u svoje programe. Projekt je pokrenut nakon što je londonski *City University* objavio podatke istraživanja prema kojima su u programima, posebno vijestima, aktualnim događanjima i dokumentarcima, žene podzastupljene i kao aktivne sudionice prisutne samo u 30 % programa. ¹⁶ Prema istraživanju *Guardiana*,

¹² Marina CORRADI, *Donne e media*, u: Paola RICCI SINDONI, Carmelo VIGNA, *Di un altro genere. Etica al femminile*, Milano, Vita e Pensiero, 2008, 178.

¹³ Usp. također podatke istraživanja domaćih medija u: Sanja SARNAVKA, *Analiza dnevnih novina*, Zagreb, B.a.B.e., 1997; Sanja SARNAVKA, *Interpretacija novinskih interpretacija jednog ubojstva*, u: Nirman MORANJAK BAMBURAC, Tarik JUSIĆ, Adla ISANOVIĆ (ur.), *nav. dj.*, 250-278.

¹⁴ Marina Corradi, *Donne e media*, 179.

¹⁵ Usp. Jasna ŠEGO, *Taj agresivni reklamokulturni svijet*, u: Danijel LABAŠ (ur.), *Mediji i društvena odgovornost*, Zagreb, Hrvatski studiji, 2010, 175-176.

¹⁶ Usp. *City Academic Leads Expert Women Campaign* (02.04.2012) <http://www.city.ac.uk/news/2012/feb/city-academic-leads-expert-women-campaign> (20.12.2012).

pokazalo se kako je zastupljenost muškaraca (reporteri, voditelji, gosti) na BBC-jevom kanalu Radio 4 kroz mjesec dana praćenja programa u 2011. bila 84 %.¹⁷ Dokaz je to da su žene kao stručnjaci i tvorci javnoga mnijenja odsutne s malih ekrana i s radijskih programa kada je riječ o ozbiljnim temama.

U *Global Media Monitoring Project 2010*, projektu koji se na svjetskoj razini provodi od 1995., a koji slijedi agendu konferencije u Pekingu, danas sudjeluje 108 zemalja svijeta, među kojima je i Hrvatska. Kriterij provjere koji se koristi u ovom istraživanju predviđa praćenje, unutar jednog unaprijed odabranog dana, svega onoga što se imenuje »informacijom«, a pojavljuje se na radiju, u tisku i na televiziji. Posljednje istraživanje provedeno je u studenom 2009. godine, a analizirano je 1281 tiskano izdanje novina, televizijske i radijske postaje, 16734 vijesti, 20769 osoba iz područja informativnog žanra (reporteri, voditelji) i 35543 subjekata vijesti (osobe koje se intervjuiralo ili koje su bile tema vijesti). Rezultati ovog istraživanja pokazala su da je prisutnost žene na televiziji, radiju i u tisku od 1995. porasla sa 17 % na 24 %. Podaci su također pokazali da ženu puno više karakterizira njen obiteljski status nego što je to slučaj za muškarca.¹⁸

Što se Hrvatske tiče, isto istraživanje otkriva da je s obzirom na voditelja programa, odnos žena i muškaraca ravnopravan (48 % prema 52 %). Isto vrijedi i za reportere gdje čak uočavamo prevlast reporterke (53 % prema 47 %), dok, što se tiče subjekata vijesti, tek ih 29 % čine žene. S obzirom na teme analiziranih vijesti, a u kojima su intervjuirani ili spominjani muškarci ili žene, kada se radilo o politici i pitanjima vlade, žene su bile protagonisti u 21 % slučajeva, u temama vezanim uz ekonomiju nije bilo niti jedne žene, teme koje su se ticale prava i socijale imale su 33 % ženskih subjekata, dok u pitanjima zdravlja žene su prevladale sa 63 %. Što se tiče funkcije subjekta koji se pojavljuje u vijestima, kada se radilo o glasnogovorniku onda imamo odnos 28 % žena i 72 % muškaraca, a kada se za mišljenje pitalo nekog stručnjaka, u samo 10 % slučajeva se pitalo ženu. S obzirom na promicanje ili kritiziranje stereotipizacije u vijestima, uočeno je da se u 49 % slučajeva vijesti podržavalo stereotipno predstavljanje žene, u 7 % slučajeva ono je kritizirano, a u 45 % uočen je neutralan stav.

Istraživanje dnevnih novina u Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj i Srbiji, provedeno u 2006., pokazalo je da su glavni izvor informacija žene tek u 8,1 % slučajeva. Muškarci su citirani i intervjuirani 4-5 puta češće nego žene. Kada je izneseno stručno mišljenje, to je u 89,2 % slučajeva učinio muškarac.¹⁹ Za-

¹⁷ Dan SABBAGH, John PLUNKETT, Ami SEDGHI, *Fewer than one in five Today guests or reporters are women* (28.09.2012) <http://www.guardian.co.uk/media/2012/sep/28/today-guests-reporters-women-bbc> (20.12.2012).

¹⁸ Vidi detaljno izvješće istraživanja Global Media Monitoring Project 2010 (01.12.2012) http://whomakesthenews.org/images/stories/website/gmmp_reports/2010/global/gmmp_global_report_en.pdf (20.12.2012).

¹⁹ Usp. Adla ISANOVIĆ, Medijski diskurs kao muški domen. Predstavljanje roda u dnevnim novinama u Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj i Srbiji, u: Nirman MORANJAK BAMBURAČ, Tarik JUSIĆ, Adla ISANOVIĆ (ur.), *nav. dj.*, 69-70.

ključak ovog istraživanja jest da dominantne forme i predstavljački modeli još uvijek odražavaju, podržavaju, rekonstruiraju i utvrđuju postojeće stereotipe, identitete, uloge i odnose moći u području roda. Ženama su u tisku triju zemalja bivše Jugoslavije dodijeljene sfere zabave i privatnosti, te ih se na taj način kroz »mekše« teme gura na margine. Tako žene samo u rijetkim prilikama postaju glavni izvor informacija ili ih se pita za mišljenje, pa »moć, kompetentnost, produktivnost, autoritet i vidljivost pripadaju muškarcima, dok se tišina, ovisnost, obitelj, reproduktivnost, zabava i seksualnost pripisuju ženama.«²⁰ Ili još bolje: »Lice ozbiljne štampe je muško, tijelo revijalne žensko.«²¹

2. Metodologija

Polazišna hipoteza ovog istraživanja jest da u informativnim emisijama javne televizije u Hrvatskoj gosti stručnjaci jesu najčešće muškarci kada je riječ o važnim društveno-političkim zbivanjima, čime se implicitno sugerira ženska nekompetentnost u iznošenju stručnih znanja o pitanjima od javnog interesa ili ih se veže uz diskurse iz svakodnevice i osobna iskustva. Iz tog razloga analizirat ćemo dva *talk show* programa HTV-a, *In medias res* i *Otvoreno*, u vremenskom razdoblju od travnja do lipnja 2012. Riječ je o emisijama koje imaju zadaću birati goruće društvene teme, a o kojima će raspravljati vrsni stručnjaci kako bi javnost mogla zauzeti stav o nekom važnom društvenom problemu ili fenomenu i na taj način oblikovati javno mnijenje. Međutim, želimo naznačiti da je riječ tek o djelomičnom i ograničenom istraživanju čiji rezultati, zbog malog broja epizoda koje su odabrane kao uzorak, neće moći ponuditi neki općenit zaključak o mjestu žene u javnom televizijskom diskursu.

Emisije *Otvoreno* i *In medias res* čine dio informativnog programa HTV-a. Obje emisiju, imaju formu televizijske panel-rasprave uz graničenje sa žanrom polemike. Panel-rasprave jesu svi oblici poliloga kao skupnog razgovora i/ili intervjuiranja. Teme moraju biti aktualne i nakon emisije mora biti stvorena konačna mjerodavna informacija.²² Emisija *Otvoreno* prikazivala se na HTV 1 od 2004. do 2012., svakodnevno tijekom tjedna u večernjem terminu i u trajanju od jednog sata. Urednici i voditelji emisije bili su Hloverka Novak-Srzić i Mislav Togonal. Emisija *In medias res* prikazivala se na HTV 2 od 2. siječnja do 5. lipnja 2012., u večernjem terminu od ponedjeljka do četvrtka, a urednik emisije bio je Petar Vlahov. U trenutku objavljivanja ovog članka obje su emisije ukinute iz redovnog programa HTV-a.

²⁰ Isto, 82.

²¹ Snježana MILIVOJEVIĆ, Žene i mediji. Strategije isključivanja, u: *Genero* (posebno izdanje *Žene i mediji*), Beograd, Centar za ženske studije, 2004, 15.

²² Usp. Marko SAPUNAR, *Osnove znanosti o novinarstvu*, Zagreb, Epoha, 1994, 99-101.

Za analizu se uzelo ukupno 38 epizoda: 17 *In medias res* i 21 *Otvoreno*. Emisija *Otvoreno* dostupna je u sklopu platforme Televizija na zahtjev koja se nalazi na službenoj internetskoj stranici HRT-a.²³ Nažalost, u trenutku analize nisu nam bile dostupne sve emisije iz vremenskog razdoblja travanj – lipanj 2012., pa smo u obzir uzeli samo one epizode koje su bile dostupne *na zahtjev*.

Analiza je rađena kroz 4 analitičke kategorije u kojima se u prvi plan postavlja žena i njeni odnosi prema određenoj analitičkoj kategoriji i prema muškarcima:

1. Prisutnost/odsutnost žene gošće u emisiji;
2. Teme koje mogu postati indikator povezivanja rodni i društvenim ulogama, tj. pokaznica koji rod je dominantan u kojoj sferi društvenog života;
3. Izvor informacija i glasovi – vidjeti čiji su glasovi više zastupljeni, tko je pasivan ili aktivan govornik;
4. Društveni odnosi/zanimanje kao jedno od glavnih obilježja identiteta osobe i njenog statusa u društvu, te mogući predmet stereotipnog predstavljanja.

2.1. Prisutnost/odsutnost žena u emisijama *In medias res* i *Otvoreno*

U tablicama 1. i 2. je prikazan broj žena kao gostiju u studiju kroz svaku analiziranu epizodu s obzirom na ukupan broj sudionika. U obzir su se uzimali sudionici rasprave koji su bili fizički prisutni u HRT-ovom studiju, kao i oni koji su uključeni u emisiju putem satelitske veze iz nekog od područnih studija. Također je naznačeno je li emisiju vodio voditelj ili voditeljica.

2.1.1. Prisutnost/odsutnost žena u emisiji *In medias res*

<i>In medias res</i> (datum prikazivanja emisije)	Voditelj/ voditeljica ²⁴	Ukupan broj sudionika rasprave	Broj žena u studiju
12.4.2012.	Voditelj	6	2
16.4.2012.	Voditeljica	5	4
17.4.2012.	Voditelj	6	2
19.4.2012.	Voditelj	5	0
23.4.2012.	Voditeljica	5	1
24.4.2012.	Voditelj	6	0
25.4.2012.	Voditelj	3	0
26.4.2012.	Voditelj	5	0
1.5.2012.	Voditelj	6	0

²³ HTV na zahtjev, [http://www.hrt.hr/index.php?id=en&tx_ttnews\[cat\]=170&cHash=5ffa325f26](http://www.hrt.hr/index.php?id=en&tx_ttnews[cat]=170&cHash=5ffa325f26) (12.02.2013).

²⁴ Voditelj emisije je Petar Vlahov, a voditeljica Nevena Rendeli.

2.5. 2012.	Voditelj	5	0
22.5.2012.	Voditelj	8	1
23.5.2012.	Voditelj	8	1
24.5.2012.	Voditeljica	4	1
29.5.2012.	Voditelj	5	0
30.5.2012.	Voditelj	6	1
31.5.2012.	Voditelj	5	1
5.6.2012.	Voditelj	6	2
	Ukupno	94	16

Tablica 1. Broj žena s obzirom na ukupan broj sudionika u emisiji *In medias res*.

2.1.2. Prisutnost/odsutnost žena u emisiji Otvoreno

Otvoreno (datum prikazivanja emisije)	Voditelj/ voditeljica ²⁵	Ukupan broj sudionika rasprave	Broj žena u studiju
3.4.2012.	Voditelj	4	0
4.4.2012.	Voditelj	6	0
10.4.2012.	Voditeljica	4	0
11.4.2012.	Voditeljica	5	0
17.4.2012.	Voditelj	6	1
18.4.2012.	Voditelj	5	2
24.4.2012.	Voditeljica	1	0
25.4.2012.	Voditeljica	5	0
1.5.2012.	Voditelj	5	0
2.5.2012.	Voditelj	5	0
8.5.2012.	Voditeljica	4	0
9.5.2012.	Voditeljica	5	1
15.5.2012.	Voditeljica	5	1
16.5.2012.	Voditeljica	3	0
23.5.2012.	Voditelj	5	0
29.5.2012.	Voditeljica	5	1
30.5.2012.	Voditeljica	4	0
5.6.2012.	Voditelj	5	1
6.6.2012.	Voditelj	5	1
14.6.2012.	Voditeljica	5	0
21.6.2012.	Voditelj	5	0
	Ukupno	97	8

Tablica 2. Broj žena s obzirom na ukupan broj sudionika u epizodama emisije *Otvoreno*.

²⁵ Voditelj emisije je Mislav Togonal, dok je voditeljica Hloverka Novak Srzić.

2.1.3. Usporedba rezultata elemenata prisutnosti/odsutnosti žena u emisijama *In medias res* i *Otvoreno*

Iz tablice 2. vidljivo je da je broj muškaraca (83 %) koji gostuju u emisiji *In medias res* približno 4 puta veći od broja žena (17 %). Također je od 17 epizoda voditeljstvo dano voditelju čak 13 puta, dok je zastupljenost voditeljice 3 puta manja.

Broj žena u 21 epizodi emisije *Otvoreno* (8,2 %) je približno 11 puta manji od broja muškaraca (91,8 %). Voditelj i voditeljica se pravilno izmjenjuju svake dvije emisije tako da je ravnopravnost spolova u voditeljstvu u skladu sa zakonskim regulativama.

Ukoliko bismo željeli napraviti zajednički presjek obiju emisija, rezultati bi izgledali ovako: od ukupno 191 gostiju u emisijama *In medias res* i *Otvoreno*, 167 su kao gosti stručnjaci bili pozvani muškarci, a 24 žene. Ili, 87 % muškaraca prema 13 % žena.

Iako postoji zakonska regulativa koja govori da mediji moraju kroz programске koncepte promicati razvoj svijesti o ravnopravnosti žena i muškaraca,²⁶ u analiziranim epizodama je vidljiva odsutnost žena i prikazana je dominantna uloga muškarca kao stručnjaka u sferama javnog društvenog života. Alarman-tan je podatak da broj žena kao gošća u analiziranim epizodama ne prelazi čak ni 20 % ukupnog broja sudionika rasprava. Kada bi se slični rezultati dobili analizom većeg broja epizoda raznih informativnih emisija javne televizije u Hrvatskoj, moglo bi se tvrditi da mediji stvaraju sliku društva u kojemu muškarac ima dominantnu ulogu u polemiziranju oko ozbiljne aktualne problematike te sukladno tome, muškarac bi bio onaj koji ima moć i znanje uvidjeti i riješiti probleme.

Spomenimo još i to da emisija *Otvoreno* bilježi ravnopravan odnos između pojavljivanja muškog i ženskog voditelja/ice, dok u *In medias res* od 17 analiziranih epizoda, žena kao voditeljica pojavljuje se tek u njih tri.

2.2. Teme

Kategorija teme govori koje rodne uloge se povezuju uz koju problematiku, tj. uz koje sfere svakodnevnog privatnog i javnog života. Kod analize tema u obzir ćemo uzeti broj žena koje sudjeluju u emisiji kao gošće te analizirati povezanost i mogućnost stereotipiziranja i diskriminacije uloge ženskog roda u polemiziranju oko tematske problematike.

²⁶ Usp. Zakon o ravnopravnosti spolova NN 116/03, Članak 16, stavak 1.

2.2.1. Analiza tema u emisiji *In medias res*

U tablici 3. prikazane su teme i problematike pojedine emisije te broj žena koje sudjeluju u raspravi kako bi se dobio uvid tko zauzima središnji položaj u polemiziranju oko određenih tema.

<i>In medias res</i> (datum prikazivanja emisije)	Teme	Broj žena u studiju
12.4.2012.	Liječničke pogreške i organizirani kriminal u zdravstvu	2
16.4.2012.	Tužbe građana protiv banaka i tečajna nestabilnost	4
17.4.2012.	Hrvatski investicijski paradoksi	2
19.4.2012.	Stanje u hrvatskom sportu	0
23.4.2012.	Zakon o umjetnoj oplodnji	1
24.4.2012.	Suđenje u slučaju <i>Fimi medije</i>	0
25.4.2012.	Suđenje u nogometnoj ligi	0
26.4.2012.	Diplomatski incidenti između Hrvatske i ostalih zemalja	0
1.5.2012.	<i>Bljesak</i> i pokolj u Borovom selu	0
2.5.2012.	Smjer razvoja hrvatskog društva: socijalizam ili kapitalizam	0
22.5.2012.	Izbori u Srbiji	1
23.5.2012.	Siromaštvo u Hrvatskoj	1
24.5.2012.	Kultura u raljama politike	1
29.5.2012.	Ulaganje u investicije	0
30.5.2012.	<i>Gay pride</i> u Splitu	1
31.5.2012.	Politika i ustrojstvo SDP-a	1
5.6.2012.	Pretilost u Hrvata	2

Tablica 3. Prikaz tema i broja žena u emisijama *In medias res*.

2.2.2. Analiza tema u emisiji *Otvoreno*

<i>Otvoreno</i> (datum prikazivanja emisije)	Teme	Broj žena u studiju
3.4.2012.	Afera <i>Patria</i>	0
4.4.2012.	Legalizacija bespravno sagrađenih objekata	0
10.4.2012.	Sabor kao pokrovitelj komemoracije u Bleiburgu	0
11.4.2012.	Problem rasta zapošljavanja	0
17.4.2012.	Suđenje u aferi <i>Fimi medija</i>	1
18.4.2012.	Rast minimalne plaće i poticaj za poduzetnike	2
24.4.2012.	Intervju s ministrom financija Slavkom Linićem	0
25.4.2012.	Izbori u HDZ-u	0
1.5.2012.	Prvosvibanjski prosvjedi	0
2.5.2012.	Poskupljenje cestarina i restrukturiranje javnih tvrtki	0
8.5.2012.	PDV na hranu	0
9.5.2012.	Zakon o medicinski potpomognutoj oplodnji	1

15.5.2012.	Istospolni brakovi	1
16.5.2012.	Sučeljavanje kandidata za predsjedništvo HDZ-a	0
23.5.2012.	Polemika o replici u Saboru	0
29.5.2012.	Državna matura	1
30.5.2012.	Izmjena zakona o HRT-u	0
5.6.2012.	Rezanje kolektivnih ugovora	1
6.6.2012.	Politika ekologije u Hrvatskoj	1
14.6.2012.	Gradnja hidroelektrana u Hrvatskoj	0
21.6.2012.	Pola godine nove vlade u Hrvatskoj	0

Tablica 4. Prikaz tema i broja žena u epizodama emisije *Otvoreno*.

2.2.3. Usporedba položaja žene s obzirom na teme u emisijama *In medias res* i *Otvoreno*

Iako je prisutnost žena u uzorku analiziranih epizoda *In medias res* veoma mala te je stoga teško kategorizirati ženu uz određene teme, žene su se najčešće pojavljivale u temama vezanim uz zdravstvo (Zakon o umjetnoj oplodnji, liječničke pogreške i organizirani kriminal u zdravstvu, pretilost u Hrvata) i gospodarstvo (tužbe građana protiv banaka i tečajna nestabilnost; hrvatski investicijski paradoksi, siromaštvo u Hrvatskoj). Očekivalo bi se da će za temu o zakonu o umjetnoj oplodnji biti pozvano više žena jer se zakon ponajviše odnosi na njih, no kao gošća sudjelovala je tek jedna žena (vidi tablicu 2.), što može začuditi.

Također je zbog velike odsutnosti žena u emisiji *Otvoreno* teško kategorizirati položaj žene s obzirom na teme. No, ono što je vidljivo jest da su žene pozvane u emisije, kao što je bio slučaj i s emisijom *In medias res*, koje su usko vezane uz gospodarstvo (rast minimalne plaće i poticaj za poduzetnike), zdravstvo (Zakon o medicinski potpomognutoj oplodnji), obitelj (istospolni brakovi), obrazovanje (državna matura), ekologiju i korupciju (suđenje u aferi *Fimi medija*). Podsjetimo da u navedenim temama u kojima su i sudjelovale žene kao gosti (bilo uživo bilo javljanjem iz područnog studija), samo jedna epizoda ima dvije gošće, dok je u ostalima u raspravi sudjelovala tek po jedna žena.

U medijima je stvoren termin »ženske teme« koji se tiče središnje uloge žena u nekim sferama društvenog života. Zabava, kultura i umjetnost su tradicionalno ženska polja djelovanja i mnogi mediji upravo tu ženama daju najviše prostora.²⁷ Emisije *In medias res* i *Otvoreno* su emisije informativnog karaktera i u analiziranim epizodama nemaju dodira s tradicionalno »ženskim temama«. S obzirom na odsutnost gošći u većini emisija, nije moguće sustavno kategorizirati tipično žensku temu u sferi informativnih emisija.

²⁷ Usp. ISANOVIĆ, *Medijski diskurs...*, 67.

2.3. Izvor informacija u prilogima

U analizi glasova, odnosno izvora informacija, kao jedinica analize poslužit će prilog, odnosno prilozi koji su uvod ili dodatak na temu, s ciljem da se vidi postoji li diskrepancija u omjeru intervjuiranih osoba s obzirom na spol.

2.3.1. Analiza priloga u emisiji *In medias res*

<i>In medias res</i> (datum prikazivanja emisije)	Naslov emisije	Ukupan broj intervjuiranih osoba	Broj intervjuiranih žena
12.4.2012.	Tko će odgovarati?	4	0
16.4.2012.	Građani protiv banaka	7	3
17.4.2012.	Investicija ni za lijek	3	0
19.4.2012.	Velika četvorka	2	0
23.4.2012.	Zakon za 21. stoljeće	6	2
24.4.2012.	Crni fondovi	5	1 ²⁸
25.4.2012.	Divlje lige	0	0
26.4.2012.	Služba je služba	8	1
1.5.2012.	Poslijeratne zablude	8	2
2.5.2012.	Socijalizam ili kapitalizam?	11	3
22.5.2012.	Izbori u Srbiji	2	4
23.5.2012.	Siromaštvo u Hrvatskoj	11	0
24.5.2012.	Kultura u raljama politike	4	1
29.5.2012.	Ulaganje u investicije	7	3
30.5.2012.	<i>Gay pride</i> u Splitu	6	2
31.5.2012.	Politika i ustrojstvo SDP-a	1	1
5.6.2012.	Pretilost u Hrvata	3	3
	Ukupno	88	26

Tablica 5. Odnos intervjuiranih žena s obzirom na ukupan broj intervjuiranih osoba u prilogima emisija *In medias res*.

2.3.2. Analiza priloga u emisiji *Otvoreno*

<i>Otvoreno</i> (datum prikazivanja emisije)	Teme	Ukupan broj intervjuiranih osoba	Broj intervjuiranih žena
3.4.2012.	Afera <i>Patria</i>	5	0
4.4.2012.	Legalizacija bespravno sagrađenih objekata	4	1
10.4.2012.	Sabor kao pokrovitelj komemoracije u Bleiburgu	5	0
11.4.2012.	Problem rasta zapošljavanja	3	0
17.4.2012.	Suđenje u aferi <i>Fimi medija</i>	3	1
18.4.2012.	Rast minimalne plaće i poticaj za poduzetnike	2	0

²⁸ Čitanje iskaza Branke Pavošević.

24.4.2012.	Intervju s ministrom financija Slavkom Linićem	0	0
25.4.2012.	Izbori u HDZ-u	0	0
1.5.2012.	Prvosvibanjski prosvjedi	6	1
2.5.2012.	Poskupljenje cestarina i restrukturiranje javnih tvrtki	3	0
8.5.2012.	PDV na hranu	3	0
9.5.2012.	Zakon o medicinski potpomognutoj oplodnji	9	2
15.5.2012.	Istospolni brakovi	6	1
16.5.2012.	Sučeljavanje kandidata za predsjedništvo HDZ-a	3	1
23.5.2012.	Polemika o replici u Saboru	6	0
29.5.2012.	Državna matura	7	2
30.5.2012.	Izmjena zakona o HRT-u	5	2
5.6.2012.	Rezanje kolektivnih ugovora	5	2
6.6.2012.	Politika ekologije u Hrvatskoj	2	1
14.6.2012.	Gradnja hidroelektrana u Hrvatskoj	4	1
21.6.2012.	Pola godine nove vlade u Hrvatskoj	6	0
	Ukupno	87	15

Tablica 6. Odnos intervjuiranih žena s obzirom na ukupan broj intervjuiranih osoba u prilogima epizoda emisije *Otvoreno*

2.3.3. Usporedba govora u emisijama *In medias res* i *Otvoreno*

I u kategoriji govora, odnosno izvora informacija (od intervjuiranih osoba) u prilogima, možemo vidjeti da su žene u manjini. Samo 29,45 % od ukupnog broja intervjuiranih osoba u epizodama *In medias res* čine žene, dok je u epizodama *Otvorenog* broj intervjuiranih žena još manji: 17,24 %.

Sprječavanjem žena da ravnopravno sudjeluju u javnim raspravama oduzima im se pravo na ravnopravnu društvenu ulogu. Taj medijski diskurs neuravnoteženosti rodova glede manjka ženskih glasova dovodi do utišavanja žene i u privatnim sferama društvenog života.²⁹ Žene su na taj način stereotipizirane kao bića manje vrijednosti koje nemaju što reći o ozbiljnim temama, podložne muškoj riječi, a čime se jačaju patrijarhalni odnosi unutar društvu.

2.4. Društveni odnosi/zanimanje u *In medias res* i *Otvoreno*

Zanimanje i obnašanje neke službe jedno su od glavnih obilježja identiteta osobe i njenog statusa u društvu, te stoga može postati, i često jest, predmetom stereotipnog predstavljanja.³⁰ Zbog toga je provedena analiza predstavljenog zanimanja i/ili službe koju obnaša za svakog gosta u emisiji. U nekim slučajevima

²⁹ Usp. ISANOVIĆ, *Medijski diskurs...*, 69.

³⁰ Usp. *isto*, 62.

vima gosti su bili pozivani zbog stručnosti u svome zvanju i zanimanju, dok su pak u drugima gosti pozivani u emisiju na temelju funkcije koju obavljaju, a da za to nije bilo mjerodavno njihovo zvanje.

Od ukupno 16 žena koje su bile u studiju, tri su bile pozvane u službi liječnice, dvije odvjetnice i dvije predstavnice neke udruge, dok su ostala zanimanja i službe koje gošće obavljaju i u čijem su statusu pozvane sljedeće: ekonomistica, saborska zastupnica, ministrica, predsjednica udruženja, novinarka, županica, teatrologinja. Samo jedna žena nije imala registrirano zanimanje te se za potrebe ove analize vodi kao »obična građanka«.

U emisiji *Otvoreno* sudjelovalo je 8 žena kao gošća. Četiri od njih su registrirane kao obnašateljice službe predsjednice udruženja ili predstavnice udruge, dvije kao ministrice, jedna članica skupine za provođenje državne mature i jedna savjetnica za socijalnu politiku.

Kod muškaraca, zanimanje koje ima najveći udio u emisijama jest služba predsjednika različitih tvrtki, stranaka, udruženja, sindikata. Poslije predsjedništva, položaj ministra je druga najzastupljenija služba. Od ostalih se zanimanja podjednako pojavljuju profesori, analitičari, povjesničari, novinari itd.

Kao najčešći gosti u obje emisije su se pozivali predsjednici/ce različitih tvrtki, stranaka, udruženja, sindikata itd., kako kod muškaraca, tako i kod žena. Iako ne možemo sustavno generalizirati ili prikloniti stereotipizaciji jedno od registriranih zanimanja zbog malog udjela žena u analiziranim epizodama, uočava se da su muškarci na višim položajima u društvenim, političkim i gospodarskim odnosima (predsjednici, ministri) gostovali kao većinski predstavnici svog zanimanja, što dovodi do zaključka da moć i znanje imaju muškarci na višim položajima u društvu te da će oni svojom riječju i djelom kontrolirati društvene odnose i uvjete.

2.5. Rodno (ne)osjetljivi jezik

Korištenje rodno (ne)osjetljivog jezika u emisijama čini važan indikator uloga i odnosa koje mediji pripisuju različitim rodnim grupama. Često je upotreba rodno neosjetljivog jezika povod i temelj za mnoge stereotipizacije.³¹

Rodno osjetljiv jezik se može pozitivno ocijeniti u svim epizodama uzorka. Žene nisu u predstavljanju svojih zvanja i službi bile imenovane upotrebom forme muškog roda za zanimanja i titule, već su se upotrebljavale imenice ženskog roda (npr. predsjednica, direktorica, odvjetnica, doktorica...), što je pozitivan indikator poštivanja rodne ravnopravnosti u dvije analizirane informativne emisije HRT-a.

³¹ Usp. *isto*, 78.

Zaključak

Iz analize manjeg uzorka odabranih epizoda emisija *In medias res* i *Otvoreno*, točnije njih 38, možemo zaključiti da u sferi informativnog programa na hrvatskoj javnoj televiziji postoji tendencija koja naginje većoj dominaciji muškog roda s obzirom na goste stručnjake, čime smo potvrdili svoju polazišnu hipotezu da su žene na javnoj televiziji u ovom slučaju bile marginalizirane kada se radilo o ozbiljnim društveno-političkim temama.

Praćenjem dviju informativnih emisija u razdoblju od travnja do lipnja 2012., od ukupno 191 osobe pozvane u emisije bilo su tek 24 žene. Njihova odsutnost, namjerna ili nenamjerna, ukazuje na dominaciju muškaraca u javnom društvenom životu te diskriminira žene. Budući da je broj žena u analiziranim epizodama vrlo oskudan, teško je bilo kategorizirati i prikloniti žene uz neke specifične teme. U njima su ženski glasovi često utišani i rijetko predstavljaju glas autoriteta i stručnosti. Drže se u pozadini i pasivniji su od muških. Pozitivan rezultat analize jest korištenje rodno senzitivnog jezika u svim analiziranim epizodama.

U epizodama emisija *In medias res* i *Otvoreno* koje su uzete u obzir pri ovom istraživanju nije se poštivao članak 5. Zakona o ravnopravnosti spolova u kojem stoji da treba omogućiti jednak pristup ženama i muškarcima svim područjima javnoga i privatnog života te da se treba uspostaviti ravnoteža i omogućiti im jednak status, jednake mogućnosti za ostvarivanje svih prava, kao i jednaku korist od ostvarenih rezultata.

Marginalizacijom ženskih glasova u javnom prostoru, mediji onemogućuju da se ti isti glasovi čuju i vrednuju te sprječava primatelje i primateljice medijskih poruka da promatraju žene kao osobe koje imaju znanje i ideje, čime se

»žene sprječava da sudjeluju u demokratskim debatama i diskursima i oduzima im se društvena kompetentnost. Utišavanje ženskih glasova i oduzimanje prava da komuniciraju jedna je od metoda kojima se žene zadržava 'tamo gdje im je mjesto' – u privatnoj sferi, gdje nemaju autoriteta da djeluju kao predstavnice i da govore kao stručnjaci.«³²

Podaci do kojih smo došli u ovome istraživanju daju za pravo i Nirman Moranjak Bamburać kada tvrdi da

»profesionalna norma 'objektivnog informiranja' definitivno ostaje sumnjiva. Potiskivanje žena na margine društvenih zbivanja, medijska promocija isključivo muških autoriteta (...) daje dovoljno razloga da se otvori pitanje stvarne mogućnosti demokratskih promjena.«³³

³² Isto, 68.

³³ Nirman MORANJAK BAMBURAĆ, Nepodnošljiva lakoća stereotipa, u: Nirman MORANJAK BAMBURAĆ, Tarik JUSIĆ, Adla ISANOVIĆ (ur.), *nav. dj.*, 46.

Zbog malog broja epizoda koje su uzete u obzir pri ovom istraživanju, ne možemo donijeti neki općenit i konačan sud o položaju žena u javnom medijskom prostoru u Republici Hrvatskoj, zbog čega upućujemo na važnost daljnjih istraživanja koja bi uzela u obzir veći broj emisija informativnog programa. Zadaća je i samih medija stalno kritičko promišljanje vlastite programske politike kako bi prevladali opasnost ovakve dominantne hijerarhije rodnog predstavljanja koje se, iako u brojčano malom uzorku, ipak uočilo u analiziranim epizodama informativnog programa javne televizije čiji je primarni cilj educirati, objektivno informirati, pa onda i zabaviti.

Irena Sever – Alen Andraković

*Women on Public Television: A Case of News Programs
In medias res and Otvoreno*

Summary

The goal of this article is to explore the style that the media culture follows in the representation of women on the Croatian Radiotelevision (HRT), which is a Croatian public broadcasting company. Since the mass media are a social institution that participates in the shaping of social and personal identity, and influences the fixing or breaking down gender stereotypes, the authors wanted to know whether HRT follows the legislation on gender equality and gender representation in the media. Through the analysis of two informative talk shows, *In medias res* and *Otvoreno*, the authors tried to find out if women were called as guest experts and to what extent when discussing important social and political issues, or whether such an area is still reserved for men, pushing women from the public to the private sphere. The article analyzes 38 episodes of the mentioned programs in relation to the presence or absence of women in the studio, discussion topics, voices as a source of information regarding to gender, and professions of guests that are most commonly represented. This research confirmed the hypothesis that women on the Croatian public television are a minority when it comes to serious political, social and economic issues. Thus, the media in Croatia actively participate in strengthening gender stereotypes and reinforcing the patriarchal culture.

Keywords: women in the media, gender stereotypes, discrimination, news program, public television.

(na engl. prev. Antonija Pavić)