

---

Prethodno priopćenje  
UDK 316.77: 659.13  
31.548  
Primljeno: 24. 8. 2015.

*Irena Oroz Štancl\**

## **Prikaz profesionalnih zanimanja na najgledanijim hrvatskim televizijskim postajama – odraz stvarnosti ili iluzija?**

### **Sažetak**

Kvantitativnom analizom sadržaja pokušalo se dati odgovore na pitanja o zastupljenosti profesionalnih zanimanja u televizijskom programu, načinu njihova prikaza i raspodjeli istih prema spolu, a sve u cilju utvrđivanja usklađenosti televizijskog prikaza i stvarne raspodjele zaposlenosti u Republici Hrvatskoj. Istraživanja koja analiziraju televizijski prikaz pojedinih kategorija (osoba, djece, žena i starijih) kao i njihovih zanimanja značajna su upravo zbog prisutnosti televizije u svakodnevnom životu ljudi te potencijalnom utjecaju ovog medija na naše životne stavove, očekivanja i doživljavanje socijalne stvarnosti.

**Ključne riječi:** Televizija, zanimanje, televizijski prikaz, medijski utjecaj, analiza sadržaja

---

\* Autorica Irena Oroz Štancl posjeduje akademsku titulu sveučilišnog specijalista logistike (univ.spec.logist.) i ujedno je doktorandica na poslijediplomskom doktorskom studiju Informacijske i komunikacijske znanosti Sveučilišta u Zagrebu, e-mail: irena.stancl@laneris.hr

Preliminary communication

UDK 316.77: 659.13

331.548

Received: 24. 8. 2015.

*Irena Oroz Štancl\**

## Professional occupations in Croatian prime television stations - a reflection of reality or illusion?

### Sažetak

Content analysis was conducted with the aim to provide answers to questions about the representation of professional occupations on television, the manner of their display and distribution according to gender. Basic objective was to determine compliance of television occupational portrayal and the actual distribution of employment in Croatia. Studies that analyze television portrayal of certain categories of people, children, women and the elderly as well as their occupation is significant because of the presence of television in our everyday lives and the potential impact of this media on our life attitudes, expectations and perception of social reality.

**Key Words:** Television, occupation, television portrayal, media influence, content analysis

---

\* Author Irena Oroz Štancl holds postgraduate degree in Human Resources and Logistics and she is PhD student at University of Zagreb, e-mail: irena.stancl@laneris.hr

## Uvod

Televizija, odnosno linearna audiovizualna medijska usluga, u Zakonu o elektroničkim medijima definirana je kao usluga koju osigurava pružatelj medijskih usluga za istodobno gledanje programa na osnovi rasporeda programa (NN 153/09, 84/11, članak 2, stavak 11). Specifičnost gledanja televizije prema Williamsu (1974), sastoji se u načinu na koji je koncipiran televizijski program koji se, prema njemu, sastoji od neprekinutog i stalno dostupnog toka sekvenci u kojemu se izmjenjuju serije, filmovi, reklame i najave programskog sadržaja s ciljem zadržavanja gledateljeve pažnje (Popović, 2012). Televizijski medij služi se kodovima koji su bliski onima pomoću kojih uočavamo stvarnost (Fiske, Hartley, 1992). Stručnjaci se slažu kako je televizija danas važan čimbenik dječje socijalizacije, a njezin značaj uspoređuju s utjecajem obitelji, škole, vršnjaka i drugih sličnih utjecaja (Belobrk, 2001).

Televizija je, unatoč velikoj zastupljenosti interneta, vodeći medij u Hrvatskoj koji je (s manjim doprinosom radija) u 2008. godini imao 66% ukupnog tržišta oglašavanja (Peruško, 2009). Prema istraživanju Fakulteta političkih znanosti (2009) prosječan stanovnik je, u 2008. godini, trošio 200 minuta dnevno na gledanje televizijskog programa. Televizijsko tržište u Hrvatskoj je iste godine bilo izrazito koncentrirano budući da su 3 najvažnije postaje, od kojih je najjača bila HRT1, a zatim su je slijedile RTL postaja u vlasništvu RTL grupe te NOVA TV u vlasništvu CME, zajedno imale 74,9% udjela gledateljstva i više od 90% televizijskog oglašavanja na tržištu. Ostale 23 lokalne i regionalne televizije, uz različite strane kanale koji su se nudili na kabelskoj televiziji i ADSL-u, držali su manje od 10% televizijskog tržišta (Peruško, 2009).

Zanimanje je skup poslova i radnih zadaća koji su svojim sadržajem i vrstom organizacijski i tehnološki srodni i povezani te ih obavlja jedan izvršitelj pod uvjetom da posjeduje odgovarajuće vještine, sposobnosti i znanja. Prema Nacionalnoj klasifikaciji zanimanja iz 2010. godine, zanimanje je definirano kao posao (radno mjesto) koje osoba obavlja radi stjecanja sredstava za život. Televizijski prikaz zanimanja na hrvatskoj nacionalnoj postaji te na komercijalnim televizijskim postajama (RTL i NOVA TV) cilj je analize ovoga rada. Istraživanja koja analiziraju televizijski prikaz pojedinih kategorija osoba, djece, žena, starijih osoba kao i zanimanja, značajna su upravo zbog prisutnosti televizije u svakodnevnom životu ljudi te potencijalnom utjecaju ovog medija na naše

životne stavove, očekivanja i doživljavanje socijalne stvarnosti. Svijet rada ima centralno mjesto u životima većine ljudi stoga je i televizijski prikaz istoga značajan za razumijevanje „simboličkog ustrojstva vrijednosti i odnosa ispod površine“ (Fiske, Hartley, 1992:15) koje nam televizija predočuje.

## Utjecaj televizije na odabir profesionalnih zanimanja

Pojam medijskog utjecaja obuhvaća sve procese ponašanja i doživljavanja koji upućuju na činjenicu da je čovjek recipijent masovne komunikacije (Maletzke 1963, 189id prema Kunczik, Zipfel, 2006). Dosadašnja istraživanja utjecaja medija nisu rezultirala jedinstvenom teorijom, a stavovi znanstvenika o medijskom utjecaju mijenjali su se tijekom dvadesetog stoljeća. Izravna veza između sadržaja medija i njegovog utjecaja nije pronađena budući da se medije ne može razgraničiti od socijalne sredine unutar koje se nalaze, a koja predstavlja izvor potencijalnih utjecaja (Kunczik, Zipfel, 2006). Čimbenici o kojima općenito ovisi utjecaj medija jesu: sadržaj komunikacije i vjerodostojnost komunikatora, recipijent i njegova socijalna mreža te situacijski uvjeti recepcije (Kunczik, Zipfel, 2006).

U literaturi je široko zastupljena podjela na četiri faze u istraživanjima utjecaja medija. Prva faza, koja je okvirno trajala od 1900. do 1940. godine, bila je obilježena vjerom da se kroz medijski sadržaj može proizvesti reakcija pojedinca sukladna komunikatorovoj namjeri. U drugoj fazi istraživanja, koja okvirno obuhvaća razdoblje od 1940. do 1965. godine, individualne razlike u strukturi pojedinca te njegovo socijalno okruženje definirani su kao čimbenici koji modificiraju utjecaj medija čime se opovrgava deterministički model prve faze istraživanja. U razdoblju od 1965. do 1980. godine, utjecaj recipijenta, uz komunikatora i sadržaj, dobiva sve važnije mjesto te se ponovno, kao i u prvoj fazi, smatra da mediji imaju velik utjecajni potencijal. Četvrta faza, za koju se smatra da traje od 1980. godine i koju je 1994. godine definirao Denis McQuail, integrira ideju o jakoj poziciji medija ali i jakoj poziciji publike. Prema ovoj hipotezi, mediji nisu neutralni posrednici poruka, nego ovisno o čimbenicima unutar medijske organizacije, konstruiraju odgovarajuću sliku realnosti, a publika, pod utjecajem socijalnog okruženja i interakciji

konstrukcija koje mediji isporučuju, stvara vlastitu predožbu o socijalnoj zbilji (Kunczik, Zipfel, 2006).

Teorija kultivacije, autora Georga Gerbnera i Larryja Grossa, kaže kako dugoročna izloženost televizijskom programu iskrivljuje sliku svijeta gledatelja tako da ona postaje usklađena s televizijskom realnošću. Prema Potteru (2001) utjecaj medija može se podijeliti na kratkoročne i dugoročne, ovisno o tome kada se utjecaj medija pojavi, te smatra da mediji oblikuju stavove gledatelja o određenim pitanjima (Zgrabljic Rotar, 2005).

Jedno od prvih značajnih istraživanja televizijskog sadržaja proveo je Smythe 1953. godine, kada je, između ostaloga, utvrdio da se likovi prikazani u dramskom programu u New Yorku najčešće bave profesionalnim zanimanjem srednje klase, a muških likova ima dva puta više nego ženskih (Fiske, Hartley, 1992). Analizom dramskog programa na američkom Srednjem zapadu, De Fleur je 1960. godine utvrdio da su jednostavna zanimanja zastupljena sa samo deset posto, iako ih obavlja polovina stvarne radne snage, dok su ugledni i dobro plaćeni poslovi bili pretjerano zastupljeni. De Fleur smatra da televizijski prikaz utječe na percepciju stvarnosti i očekivanja mladih što kasnije u životu vodi u razočaranja, odnosno da „televizija poučava dijete načinu života koji možda nije bjelodan čak ni pomnijem gledatelju...” (De Fleur, 1964:6970 prema Fiske, Hartley, 1992). S druge strane, Hall (1973) smatra da televizijski sadržaj govori o društvenim odnosima, odnosno da stvarno nasilje i ono prikazano u dramskom programu nisu isto. Ovo drugo govori o društvenim odnosima i vrijednostima, a na konkretnom primjeru televizijskog nasilja o profesionalnom, vještom i hladnokrvnom ponašanju prilikom rješavanja problema. (Hall 1973. prema Fiske, Hartley, 1992). Na temelju takvog tumačenja, Fiske i Hartley (1992) zaključuju da rezultati koje je dobio De Fleur (1960) simboliziraju značenje koje društvo pridaje poslovima koji su povezani s prisilom, moći i pridržavanjem zakona (Fiske, Hartley, 1992).

De Fleur (1964), proučavajući stajališta djece naspram pojedinih zanimanja, u drugom dijelu svog istraživanja otkriva da većina najviše cijeni mogućnost primjene moći nad drugima u sklopu svog zanimanja. Nakog toga slijede novac, ugled, putovanja, mogućnost da se pomogne drugome itd. Na temelju tako dobivenih rezultata, De Fleur razvija *indeks moći* pomoću kojeg zanimanjima dodjeljuje *ocjene moći* kako bi izrazio odnos nadređenih činova prema onim podređenim. Sva zanimanja vezana uz

provedbu zakona na ovaj su način dobila najviše ocjene pa su sudci, odvjetnici i policajci bili najmoćnija zanimanja na televiziji, odnosno jedino su ih nadzornici, rančeri i svećenici u tome nadmašili (De Fleur 1960 prema Fiske, Hartley, 1992).

Istraživanje Medijskog instituta Washington (Media Institute of Washington) iz 1981. godine ukazuje na negativan televizijski prikaz profesionalnog svijeta, odnosno dvije trećine analiziranih likova bili su prikazani kao kriminalni, nemoralni i ignorantni. Samo jedna četvrtina likova bila je prikazana pozitivno, a samo njih 8% neutralno (Thomas, LeShay, 1992).

## Metodologija

Kvantitativnom analizom sadržaja pokušalo se dati odgovore na pitanja o zastupljenosti profesionalnih zanimanja u dramskom, zabavnom i dokumentarom televizijskom programu, načinu njihova prikaza i raspodjeli istih prema spolu, a sve u cilju utvrđivanja usklađenosti televizijskog prikaza i stvarne raspodjele zaposlenosti u Republici Hrvatskoj. Rezultati istraživanja usporedit će se s aktualnim stanjem u Republici Hrvatskoj na temelju priopćenja Državnog zavoda za statistiku o raspodjeli zaposlenih prema djelatnostima u veljači 2013. i raspodjeli prema rodovima zanimanja u 2010. godini.

Zanimanja prikazana u ovom radu temelje se na Nacionalnoj klasifikaciji zanimanja 2010. – NKZ 10., na temelju članka 9. Zakona o službenoj statistici (NN, br. 103. i 75/09.), koja je objavljena u NN, br. 147/10. i 14/11. i primjenjuje se od 1. siječnja 2011. Struktura NKZ 10. predstavlja hijerarhijski sustav po rodovima od 0. do 9. i svaki rod se sastoji od četiri razine označene broječanim oznakama prema kojima su razvrstana zanimanja.

Analiza televizijskog sadržaja provedena je u lipnju 2013. godine. Analiziran je dramski, dokumentarni i zabavni televizijski program hrvatske nacionalne televizije (HRT1, HRT2) i komercijalnih postaja (RTL i NOVA TV) u razdoblju od 24. lipnja 2013. do 30. lipnja 2013. godine. Ove televizijske postaje odabrane su na temelju prethodnih istraživanja gledanosti koja su potvrdila da ove postaje na godišnjoj razini imaju više od 70% udjela gledateljstva (vidi Peruško, 2009).

## Rezultati i rasprava

Od ukupno 124 emisije analizirane u ovom radu, 67 je emisija dramskog karaktera (35 serija, i 32 filma), 32 dokumentarne emisije te 25 zabavnih emisija. Na hrvatskoj nacionalnoj televiziji emitirana je većina, odnosno 68% analiziranog programa. 17% programa emitirano je na RTL-u, a 15% na postaji NOVA TV. Navedeni podaci prikazani su u tablici br. 1:

Tablica br.1 Prikaz emitiranog programa

	Zabavni program	Dokumentarni program	Serijski	Film	Ukupno	Postotak
HRT1 i HRT 2	20	31	13	20	84	68%
RTL	2	1	11	7	21	17%
NOVA TV	3	0	11	5	19	15%
Ukupno	25	32	35	32	124	100%

Izvor: izradila autorica

Analizom sadržaja utvrđena je veća raznolikost programa hrvatske nacionalne televizije u usporedbi s komercijalnim televizijama u istom razdoblju, a isto potvrđuju prijašnja istraživanja u Europskim i drugim zemljama (vidi Peruško, 2009). Prema istraživanju stručnjaka za medije iz Vijeća Europe (2005), u sklopu komparativne analize medijske raznolikosti i koncentracije, HRT1 i HRT2 emitirale su 30% programa od društvene važnosti (vijesti, političke debate, dokumentarne emisije, aktualnosti, obrazovanje ili emisije iz kulture) dok je ova vrsta programa bila zastupljena s tek 5% na komercijalnim televizijama (RTL i NOVA TV). Prema istom istraživanju, u drugim analiziranim zemljama u 2005. godini, udio u društveno korisnim emisijama na javnoj televiziji bio je puno veći: 41% u Velikoj Britaniji, 44% u Norveškoj i 47% u IT-Alyju (Ward 2006:10 prema Peruško, 2009).

Od 84 emisije emitirane na hrvatskim nacionalnim postajama, 37% se odnosilo na dokumentarne emisije, 24% na zabavni, a 39% na dramski program. Raspodjela prikazanih emisija na komercijalnim televizijama bila je u korist dramskog programa, odnosno 86% emisija na RTL-u bilo je dramskog karaktera dok je zabavni program bio zastupljen s 9,5%, a dokumentarni sa samo 4,5%. Na postaji NOVA TV taj je omjer bio sljedeći: 84% u korist dramskog programa, 16% u korist zabavnog i 0%, odnosno niti jedna emisija dokumentarnog karaktera.

Smatramo da ovdje prikazani rezultati proizilaze iz osnovne razlike između nacionalne televizije i komercijalnih televizija. Prva ima zadaću odnositi se prema pojedincima kao prema racionalnim političkim bićima, a dio dobiti investirati u produkciju, dok se komercijalne televizije prema gledateljima odnose prvenstveno kao prema potencijalnim potrošačima kako televizijskih emisija tako i proizvoda koje oglašavaju (Peruško, 2009). Javna televizija, pojavom privatnih komercijalnih televizija, ulazi u utrku za gledanošću koja postaje mjerilo uspješnosti televizijske postaje. Zrijjka Peruško (2005) smatra da je rezultat pritiska konkurencije na rad HRT-a vidljiv od 2003. godine u većoj komercijalizaciji, programima za masovnu publiku i padu kvalitete te ističe da je potrebno pronaći strategiju koja će obuhvatiti njegovu obvezu u području informativnog, kulturnog, obazovnog i zabavnog programa (Peruško, 2005).

### **Televizijski prikaz zanimanja u zabavnom, dokumentarnom i dramskom programu**

Prema Nacionalnoj klasifikaciji zanimanja, u Republici Hrvatskoj postoji 390 različitih skupina zanimanja. U jednom tjednu lipnja 2013. godine na hrvatskim televizijskim postajama prikazano je njih 89<sup>1</sup>.

Usporedba stvarne zaposlenosti u pojedinim zanimanjima u Republici Hrvatskoj i televizijskog prikaza zanimanja nalazi se u tablici br. 2. Zaposlenost, prema glavnim rodovima zanimanja iz 2010. godine, posljednje je takvo istraživanje Hrvatskog zavoda za statistiku dostupno autorici rada u trenutku provođenja istraživanja (DZS, 2010). Međutim, zaposlenost je u posljednjih nekoliko godina u stalnom padu, a smanjenje broja zaposlenih prisutno je u svim djelatnostima stoga autorica smatra da podaci predstavljaju reprezentativan uzorak stvarne raspodjele zaposlenosti u 2013. godini.

Zanimanja iz roda 2, koja obuhvaćaju stručnjake i znanstvenike, u televizijskom su prikazu najzastupljenija, s čak 49,3%, a u stvarnosti je nešto manje od 15% osoba zaposleno u ovim zanimanjima. U ovom su rodu na televiziji prikazana 34 različita zanimanja među kojima je najviše

---

<sup>1</sup> Rezultati televizijskog prikaza zanimanja nalaze se u prilogu br. 1

bilo glazbenih umjetnika, pjevača, pravnih zastupnika i doktora koji su zajedno činili 69% svih stručnjaka i znanstvenika.

Uslužna i trgovačka zanimanja u televizijskom su prikazu zastupljena s 22 %, a 2010. godine u istom je zanimanju bilo zaposleno 13,5% radne snage. Zanimanja iz roda 6, 7, 8 i 9 koja obuhvaćaju poljoprivrednike, rukovoditelje strojeva, zanimanja u obrtu te jednostavna zanimanja s 2,2% zastupljenosti, u analiziranom programu smatramo podzastupljenima budući da je 29,7% radne snage u istim zanimanjima bilo zaposleno u 2010. godini. Kod uredskih i šalterskih službenika postoji sličan nesrazmjer, 14,5% zaposlenih u 2010. godini a samo 2,2% zastupljenosti u televizijskom prikazu.

Na temelju dobivenih rezultata možemo zaključiti, nadovezujući se na razmišljanja Fiskea i Hartleyja (1992) da, ukoliko televizijski prikaz simbolizira poštovanje i važnost koje društvo pridaje određenim zanimanjima utoliko su glazbenici, pjevači, pravnici, doktori i sl. najviše rangirana i naprivačnija zanimanja u suvremenom svijetu.

**Tablica br. 2. Usporedba zaposlenosti u 2010. godini u Republici Hrvatskoj sa zastupljenosti istih rodova zanimanja u televizijskom prikazu tijekom lipnja 2013. godine**

Rodovi zanimanja	Zaposleni u 2010. godini		Televizijski prikaz	
	Broj u tis.	Postotak	Broj	Postotak
Vojna zanimanja (0)	78	5,1%	34	3,3%
Čelnici i članovi zakonodavnih tijela i direktori (1)	163	10,7%	67	6,5%
Stručnjaci i znanstvenici (2)	225	14,7%	509	49,3%
Inžinjeri, tehničari i srodna zanimanja (3)	177	11,6%	150	14,5%
Uredski i šalterski službenici (4)	221	14,5%	23	2,2%
Uslužna i trgovačka zanimanja (5)	206	13,5%	227	22%
Poljoprivredni, lovno-uzgojni, šumski radnici i ribari (6)	174	11,4%	7	0,7%
Zanimanja u obrtu i pojedinačnoj proizvodnji (7)	151	9,9%	5	0,5%
Rukovatelji strojevima, vozilima i sastavljači proizvoda (8)	116	7,6%	5	0,5%
Jednostavna zanimanja (9)	12	0,8%	5	0,5%
<b>Ukupno</b>	<b>1528</b>	<b>100%</b>	<b>1032</b>	<b>100%</b>

*Izvor: izradila autorica*

Analizom sadržaja, nadalje, utvrđeno je da su glazbenici i policajci dva najzastupljenija zanimanja u televizijskom programu. Glazbeni umjetnici u stvarnosti su zastupljeni s manje od 1,7%, odnosno u djelatnosti *Umjetnost, zabava i rekreacija* u 2013. godini zaposleno je 23.713 osoba što znači da je postotak zaposlenih glazbenika, koji predstavljaju samo dio zanimanja obuhvaćenih navedenom djelatnošću, još manji od navedenog.

Policajci, koji prema NKZ-u 2010. spadaju pod rod 5, podvrstu 541 te skupinu 5412, u postotku pojavljivanja u televizijskom programu od 16%, predstavljaju drugo po redu najzastupljenije zanimanje na hrvatskim televizijskim postajama. Autorici rada nije bio dostupan podatak o točnom broju zaposlenih policajaca u Republici Hrvatskoj, međutim prema natpisima hrvatskih tiskovina i neslužbenim podacima ta brojka se kreće oko 20.000, što znači da je navedeno zanimanje u stvarnosti zastupljeno s okvirno 1,4%. Među deset najzastupljenijih zanimanja nalaze se još sportaši (7,3%), pjevači (6,9%), doktori medicine (5,8%), pravni zastupnici (4,2%), časnici (3,3%), poduzetnici (3,2%), sudci (2,9%) i medicinske sestre (2,8%).

### **Zanimanja prema izvoru**

Veća raznolikost programa hrvatske nacionalne televizije rezultirala je i većom raznolikošću prikazanih zanimanja. Tako je na HRT1 i HRT2 prikazano 56,8% svih zanimanja u zadnjem tjednu lipnja ove godine. 27,6% zanimanja bilo je prikazano na RTL-u te 15,5% na postaji NOVA TV. U tablicama br. 3, 4 i 5 prikazani su rezultati raspodjele deset najzastupljenijih zanimanja ovisno o postajama.

**Tablica br. 3** Deset najzastupljenijih zanimanja na HRT1 i HRT 2; Izvor: izradila autorica

Naziv zanimanja	Zastupljenost na HRT1 i HRT2	Postotak
Glazbeni umjetnici/umjetnice	152	22%
Sportaši/sportašice	71	10,3%
Policajci/policajke	67	9,7%
Pjevači/pjevačice	57	8,3%
Pravni zastupnici/pravne zastupnice	38	5,5%
Sudci/sutkinje	29	4,2%
Doktori/doktorice medicine	26	3,8%
Plesači/plesačice	17	2,5%
Časnici/dočasnici tijela državne vlasti	16	2,3%
Poduzetnici/poduzetnice	15	2,2%

**Tablica br. 4** Deset najzastupljenijih zanimanja na RTL-u; Izvor: izradila autorica

Naziv zanimanja	Zastupljenost na RTL-u	Postotak
Policajci/policajke	69	33,7%
Doktori/doktorice medicine	28	13,7%
Časnici/dočasnici tijela državne vlasti	10	4,9%
Poduzetnici/poduzetnice	8	3,9%
Medicinske sestre/medicinski tehničari	8	3,9%
Glazbeni umjetnici/umjetnice	7	3,4%
Pjevači/pjevačice	6	2,9%
Vatrogasci/vatrogaskinje	6	2,9%
Zaštitari/zaštitarke	5	2,4%
Pravni zastupnici/pravne zastupnice	5	2,4%

**Tablica br. 5 Deset najzastupljenijih zanimanja na postaji NOVA TV; Izvor: izradila autorica**

Naziv zanimanja	Zastupljenost - NOVA TV	Postotak
Policajci/policajke	29	20,6%
Glazbeni umjetnici/umjetnice	17	12%
Poduzetnici/poduzetnice	10	7%
Medicinske sestre/medicinski tehničari	9	6,4%
Nastavnici/nastavnice	9	6,4%
Časnici/dočasnici tijela državne vlasti	8	5,7%
Čuvari/zaštitari	6	4,3%
Pjevači/pjevačice	6	4,3%
Doktori/doktorice medicine	6	4,3%
Konabari/konobarice	4	2,8%

Zanimanje policajca nalazi se na prvom mjestu prema zastupljenosti na komercijalnoj postaji RTL, s udjelom od 33,7% te na postaji NOVA TV, s udjelom od 20,6% dok je na hrvatskoj nacionalnoj televiziji na trećem mjestu s udjelom od 9,7%. Glazbeni umjetnici su na postajama HRT1 i HRT2 najzastupljenije zanimanje (22%), dok se na postaji NOVA TV ovo zanimanje nalazi na drugom s 12%, a na RTL-u na šestom mjestu s 3,4% zastupljenosti.

Sportaši, kao drugo po zastupljenosti zanimanje na nacionalnoj televiziji s 10,3%, jednako kao i sudci s 4,2% i plesači s 2,5%, nisu bili zastupljeni na komercijalnim postajama. Doktori medicine s 13,7% drugi su po zastupljenosti na RTL-u, a na HRT1 i HRT2 nalaze se na sedmom s 3,8% i devetom mjestu na postaji NOVA TV s 4,3%.

Vatrogasci s 2,9% i zaštitari s 2,4% zastupljenosti na RTL-u ne pojavljuju se na ostalim analiziranim postajama, a nastavnici s 6,4% i konobari s 2,8% zastupljenosti na postaji NOVA TV nisu zastupljeni na HRT1, HRT2 i RTL-u.

Zanimanja pjevača, pravnog zastupnika, časnika i poduzetnika zastupljena su na svim analiziranim postajama s različitim udjelima. Poljoprivrednici, obrtnici, industrijski radnici i radnici u jednostavnim zanimanjima ne nalaze se među 10 zanimanja niti na jednoj postaji, a u 2010. godini, prema podacima Hrvatskog zavoda za statistiku, u ova četiri roda zanimanja bila je zaposlena trećina hrvatske radne snage.

## Zanimanja prema žanru

Žanr podrazumjeva klasifikaciju medijskih tekstova prema zajedničkim karakteristikama po kojima se razlikuju od drugih žanrova što u najširem smislu prema Bakhtinu (1999) podrazumijeva temu, odnosno sadržaj, cilj te kontekst u kojemu je nešto izraženo (Bakhtin, 1999 prema Popović, 2012). Creeber 2008. godine definira sljedeće kategorije televizijskog programa: dramu, vijesti, dokumentarce, dječje programe, popularnu zabavu, sapunice, komediju, reality televiziju i animaciju (Creeber, 2008 prema Popović, 2012). Tridesetak godina ranije, Williams (1974) je televizijske žanrove kategorizirao na sljedeći način: dramu, vijesti i sadržaje od javnog interesa, dokumentarce, dječji program, opći zabavni program, film, umjetnost i glazbu, obrazovni program, sport, religijski program, interne najave i promidžbe te propagandne poruke (Williams, 1974 prema Popović, 2012). Razlika u navedenim klasifikacijama žanrova ukazuje na promjene u produkciji i recepciji televizijskih formi u posljednjih nekoliko desetljeća. Najizraženiji je rast i razvoj zabavnih žanrova, kako starijih žanrova poput sapunica, komedija i *talk show*-ova tako i razvoj novih vrsta poput *reality* televizije (Popović, 2012). Žanrovi analizirani u ovom radu obuhvaćaju dramski program koji čine serije i filmovi, dokumentarni program te zabavni program koji obuhvaća *talk show*-ove, sportski te glazbeni program.

Najzastupljenije zanimanje u dramskom programu su policajci s 23,9% udjela. Navedeni rezultati potvrđuju istraživanja utjecaja televizijskog nasilja prisutnog u filmovima i serijama koja pronalaze da su česte središnje teme oko kojih se gradi program unutar ovog žanra upravo kriminal, droga, obračuni i sukobi što onda likove policajaca i policajki stavlja u samo središte radnje (Valković, 2010). Doktori se nalaze na drugom mjestu prema zastupljenosti s 8,4%, a zatim slijede pravni zastupnici (6,2%), časnici (4,8%), poduzetnici (4,6%), sudci (4,3%), medicinske sestre (4,2%), pjevači (3%), glazbenici (2,8%), konobari (2,5%) i plesači (2,5%).

U emisijama zabavnog karaktera najzastupljenije zanimanje su glazbeni umjetnici čiji je udio bio 51%. Nakon njih slijede sportaši s 22,3%, zatim pjevači s udjelom od 16,5% dok su ostala zanimanja znatno slabije zastupljena i to psiholozi s 1,3%, dužnosnici tijela državne vlasti i liječnici specijalisti s 1%, doktori medicine, kuhari, stručnjaci za nekretnine i industrijski i modni dizajneri s 0,7% zastupljenosti.

Prema Elliottovoj tipologiji različitih produkcijskih formi, koja se temelji na stupnju u kojemu isti prenose društvenu realnost, dokumentarne emisije nalaze se u sredini kontinuuma budući da predstavljaju društvenu realost uz određen stupanj intervencija medijskih djelatnika koji prema određenim kriterijima biraju i formiraju takve sadržaje. Sadržajima koji potpuno onemogućuju pristup realnosti smatra televizijske drame (Elliot u McQuail, 1987 prema Popović, 2012). U dokumentarnim emisijama na hrvatskim televizijskim postajama najviše je bilo dužnosnika državne vlasti prikazanih s udjelom od 17,8%, a zatim sportaša (15,6%), glazbenih umjetnika (11%) i znanstvenika (11%). Slabije zastupljeni bili su novinari (6,7%) i arhitekti, likovni umjetnici, književnici i fotografi s 4,4% zastupljenosti.

## Način prikaza pojedinih zanimanja

Način televizijskog prikaza zanimanja analiziran je kroz tri sljedeće kategorije: zanimanja glavnih likova u dramskom programu, zanimanja sporednih likova u dramskom programu i vremensko trajanje priloga o pojedinim zanimanjima u zabavnom i dokumentarnom programu.

Analiza prikaza zanimanja u dramskom programu dala je sljedeće rezultate:

1. Za glavne likove: 32,6% glavnih likova imali su zanimanje policajca, a 17,9% likova bili su doktori. Među deset najzastupljenijih zanimanja našli su se još poduzetnici (9,2%), pravni zastupnici (7%), pjevači (3,3%), medicinske sestre (3,3%), časnici (3,3%), glazbeni umjetnici (2,2%), mornari (2,2%) i tehničari (1,6%).
2. Za sporedne likove: najveći broj sporednih likova u analiziranom razdoblju, njih 20,6%, imali su zanimanje policajca. Ostalih devet zanimanja bilo je znatno slabije zastupljeno sa sljedećim udjelima: 5,9% pravni zastupnici, 5,9% časnici, 5,3% doktori, 4,9% medicinske sestre, 4,5% pjevači, 3,1% nastavnici, 3,1% plesači i poduzetnici s 2,9%. Jedina razlika u zastupljenosti zanimanja glavnih i sporednih likova je u sljedećem: glazbeni umjetnici, mornari i tehničari nisu zastupljeni među sporednim likovima, a plesača, nastavnika i sudaca nema među deset najzastupljenijih glavnih likova.

3. Vremensko trajanje priloga o zanimanju u dokumentarnom i zabavnom programu: u posljednjem tjednu lipnja 2013. godine, 2.756 minuta emitiranog programa odnosilo se na zabavni i dokumentarni program. Glazbeni umjetnici bili su prikazani u 22,9% tog vremena. Sportaši, kao drugo najzastupljenije zanimanje, bili su zastupljeni s 19% ukupnoga vremena. Na trećem mjestu našli su se kuhari s 12,5%, a za njima slijede stučnjaci za nekretnine (9,6%), znanstvenici (6,8%) i doktori (6%). Ostala 4 zanimanja zastupljena su sa samo 2,6% za dužnosnike tijela državne vlasti te 2,2% za arhitekte, liječnike specijaliste i biologe.

### Raspodjela zanimanja prema spolu

Od ukupno 1032 televizijska lika s jasno definiranim profesionalnim zanimanjem, muških likova je bilo 715 a ženskih 317, što znači da su muškarci bili zastupljeni sa 69,3% a žene sa 30,7%. Najzastupljenija zanimanja za muškarce bila su policajac i glazbenik, a za žene glazbenice i pjevačice. Rezultati su prikazani u tablici br.6 i br.7.

Tablica br. 6. Deset najzastupljenijih zanimanja za muškarce

Naziv zanimanja	Zastupljenost za muškarce	Postotak
Policajci/policajke	145	20,3%
Glazbeni umjetnici/umjetnice	109	15,2%
Sportaši/sportašice	56	7,8%
Doktori/doktorice medicine	41	5,7%
Časnici, dočasnici i ostali činovi	33	4,6%
Pjevači/pjevačice	32	4,5%
Pravni zastupnici/pravne zastupnice	26	3,6%
Poduzetnik/poduzetnice	25	3,5%
Sudci/sutkinje	18	2,5%
Zaštitari/zaštitarke	13	1,8%

Izvor: izradila autorica

Tablica br. 7 Deset najzastupljenijih zanimanja za žene

Naziv zanimanja	Zastupljenost za žene	Postotak
Glazbeni umjetnici/umjetnice	67	21%
Pjevači/pjevačice	39	12,3%
Policajci/policajke	20	6,3%
Sportaši/sportašice	19	6%
Medicinske sestre/medicinski tehničari	19	6%
Doktori/doktorice medicine	19	6%
Pravni zastupnici/pravne zastupnice	17	5,4%
Pjevači/pjevačice	16	5%
Plesači/plesečice	15	4,7%
Sudci/sutkinje	12	3,8%

Izvor: izradila autorica

Istraživanja o medijskom prikazu žena brojna su i većinom upućuju na činjenicu da su žene slabije zastupljene u medijima. De Fleuer (1964) je u istraživanju medijskog prikaza svijeta rada utvrdio postojanje dominacije muških likova, budući da su čak 83,9% likova bili muškarci a samo 16,1% žene (De Fleuer, 1964 prema Garcia-Muroz i dr., 2011). U istraživanju iz 1980. godine, Seggar i Wheeler utvrdili su da je došlo do povećanja ženskih likova u televizijskom prikazu iako je većina bila prikazana kao supruge i domaćice (Seggar i Wheeler, 1980 prema Popović, 2012). U Global Media Monitoring Projectu (2010), projekt koji se redovito provodi od 1995. godine i u kojemu sudjeluje i Hrvatska, u posljednjem istraživanju iz studenog 2009. godine zaključeno je da je pristunost žena na televiziji, radiju i tisku od 1995. godine porasla s 17% na 24% (Sever, Andraković, 2013). S obzirom na rezultate istraživanja prikazane u ovom radu, možemo zaključiti da su žene i dalje podzastupljene u televizijskom prikazu, barem što se tiče njihove prisutnosti u svijetu rada budući da su u posljednjem tjednu lipnja 2013. godine žene na hrvatskim televizijskim postajama u dokumentarnom, zabavnom i dramskom programu bile zastupljene sa 30,7% a muškarci sa 69,3%.

Dva najzastupljenija zanimanja glavnih likova identična su i za ženske i za muške likove, a radi se o policajcima i doktorima. Ostalih osam zanimanja glavnih muških likova čine časnici (5,6%), poduzetnici (5,6%), nastavnici (4,8%), medicinski tehničari (3,2%), pravni zastupnici (2,4%), znanstvenici (2,4%), glazbenici (2,4%) i mornari (2,4%). Kod glavnih ženskih likova zanimanje pravne zastupnice bilo je prisutno s 14,5%, poduzetnice i pjevačice s 7,2% a znanstvenice, likovne umjetnice, nastavnice i konobarice bile su zastupljene s 2,9%.

Najzastupljenije zanimanje sporednih likova za muškarce su policajci, a za žene su to medicinske sestre i plesačice. Ženski sporedni likovi imaju sljedeća zanimanja: sutkinje (8,8%), pjevačice (8%), konobarice (5,9%), pravne zastupnice (5%), doktorice (4,4%), policajke (3,7%), kućepaziteljice (2,9%) i dužnosnice tijela državne vlasti (2,9%), a muški sporedni likovi su časnici (6,4%), pravni zastupnici (5,7%), doktori (5,7%), poduzetnici (4,4%), sudci (4,4%), zaštitari (3,2%), sportaši (3%), dužnosnici (3%) i nastavnici (3%).

## Zaljučak

Iako su se stavovi znanstvenika o medijskom utjecaju mijenjali, a istraživanja do danas nisu rezultirala jedinstvenom teorijom, značaj televizije neosporan je u životu suvremenog čovjeka. Slijedom navedenog, provedena je analiza televizijskog sadržaja najgledanijih hrvatskih televizijskih postaja kojom je utvrđeno da su glazbenici i policajci bili dva najzastupljenija zanimanja u televizijskom programu. Glazbeni umjetnici u stvarnosti su zastupljeni s manje od 1,7%, odnosno u djelatnosti *Umjetnost, zabava i rekreacija* u 2013. godini zaposleno je 23.713 osoba što znači da je postotak zaposlenih glazbenika, koji predstavljaju samo dio zanimanja obuhvaćenih nevedenom djelatnošću, još i manji od navedenog.

Policajci s 16% zastupljenosti u televizijskom programu predstavljaju drugo po redu najzastupljenije zanimanje na hrvatskim televizijskim postajama. Autorici rada nije bio dostupan podatak o točnom broju zaposlenih policajaca u Republici Hrvatskoj, međutim prema natpisima hrvatskih tiskovina i neslužbenim podacima ta brojka se kreće oko 20.000, što znači da je navedeno zanimanje u stvarnosti zastupljeno s okvirno 1,4%. Najveći broj likova, kako glavnih tako i sporednih, sa zanimanjem policajca pronađen je u dramskom programu. Ovaj podatak je razumljiv kada se uzmu u obzir istraživanja utjecaja televizijskog nasilja, prisutnog u filmovima i serijama, koja pronalaze da su česte središnje teme oko kojih se gradi program unutar ovog žanra upravo kriminal, droga, obračuni i sukobi čime su likovi policajaca i policajki stavljeni u samo središte radnje (Valković, 2010). S druge strane, glazbeni su umjetnici najzastupljeniji u zabavnom programu s 22,9% ukupnog emitiranog vremena u ovom žanru na sve 4 analizirane televizijske postaje.

Analizom sadržaja utvrđena je veća raznolikost programa hrvatske nacionalne televizije u usporedbi s komercijalnim televizijama u istom razdoblju, a isto potvrđuju prijašnja istraživanja u europskim i drugim zemljama (vidi Peruško, 2009). Veća raznolikost programa hrvatske nacionalne televizije rezultirala je, razumljivo, i većom raznolikošću prikazanih zanimanja. Tako je na HRT1 i HRT2 prikazano 56,8 % svih zanimanja unutar zadnjeg tjedna lipnja, 27,6% na RTL-u te 15,5 % na postaji NOVA TV.

U analiziranom razdoblju, ukupno je 1032 televizijska lika imalo 89 različitih zanimanja. Najveća je razlika u televizijskom prikazu i zaposlenosti u pojedinim zanimanjima u Republici Hrvatskoj bila kod stručnjaka i znanstvenika koji su na televiziji bili prikazani s 49,3% udjela, a u stvarnosti je u ovom rodu bilo zaposleno 15% radne snage. Nešto manja razlika bila je kod uslužnih i trgovačkih zanimanja koja su bila prikazana s udjelom od 22% dok je u istom zanimanju bilo zaposleno 13,5% radne snage. Zanimanja iz roda 6, 7, 8 i 9 koja obuhvaćaju poljoprivrednike, rukovoditelje strojeva, zanimanja u obrtu te jednostavna zanimanja bila su podzastupljena, s obzirom da je 29,7% osoba bilo zaposleno u istim zanimanjima 2010. godine, a u televizijskom prikazu bili su zastupljeni sa samo 2,2%.

Analizom je utvrđeno da su muškarci u navedenom razdoblju u televizijskom prikazu bili zastupljeni sa 69,3% a žene sa 30,7%. Najzastupljenija zanimanja za muškarce bila su zanimanja policajca i glazbenika dok su žene najviše zastupljene u zanimanjima glazbenice i pjevačice. Rezultati analize raspodjele zanimanja prema spolu navode na zaključak da su žene podzastupljene u televizijskom prikazu, a time se potvrđuju rezultati brojnih prethodnih studija televizijskog prikaza žena. Raspodjela zanimanja prema spolu za glavne i sporedne likove nije rezultirala značajnim razlikama. Najzastupljenija zanimanja za oba spola su policajci, doktori, pravni zastupnici te poduzetnici.

Na temelju rezultata prikazanih u ovom radu možemo zaključiti, nadovezujući se na razmišljanja Fiskea i Hartleyja (1992) da, ukoliko televizijski prikaz simbolizira poštovanje i važnost koju društvo pridaje određenim zanimanjima utoliko su policajci, glazbenici, pjevači, pravnici i doktori najviše rangirana i naprivlačnija zanimanja u suvremenom svijetu.

## Literatura

Anderson, Paul: *Economic Espionage Today*, McGraw-Hill, New York, Chicago, San Francisco, 2009.

Dungey, Nicholas: *The Death of the Middle Class*, Vimeo, „professor Dungey“, 1. 11. 2011.

Falletti, Sébastien, *Comment la Chine s'est imposée au monde en 30 ans*, LE FIGARO, 17 août 2010.

Potter, Leslie, Vaule Schiff, John Wiley & Sons, Inc., New York, Chicago, 2009.

Hanon, Paul: *Foreign Spending by Business Lagging*, The Wall Street Journal (Europe), July 27, 2011.

Lynch, Steven: *Turn off – drop out*, New York Post, May 3, 2010.

Stiglitz, Joseph: *Globalization and Its Discontents*, W. W. Norton & Company, New York, 2002.

Šantić, Neven: *Intervju s dr. Nikolom Visković: Globalizirat će nas preko noći*, Novi list, 14. srpnja 2001.

*Surrounding Seattle*, Los Angeles Times, December 3, 1999.

Narodne novine, 50/2010.

Zapisnik s 3. sjednice Nacionalnog odbora za odgoj i obrazovanje za ljudska prava i demokratsko građanstvo Vlade Republike Hrvatske održane 25. veljače 2011.

Fishe, John; Hartley, John (1992). *Čitanje Televizije*, Zagreb, Barbat i Prova  
Kunczik, Michael; Zipfel, Astrid (2006). *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*, Zagreb, Zaklada Friedrich Ebert

Zgrabljčić Rotar, Nada (2005). *MEDIJI - Medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaj*, Medijska pismenost i civilno društvo, Sarajevo, MediaCentar  
Belobrk, Miroslav (2001), *Televizija kao čimbenik diferencijacije seoskih i gradskih obitelji*, Društvena istraživanja Zagreb, god 10, br 1-2 (51-52): 213-230

Garcia-Muroz, Nuria; Fedele, Maddalena; Gomez-Diaz, Xiana (2011). *The occupational roles of television fiction characters in Spain: distinguishing traits in gender representation*, Comunicacion y sociedad, vol. XXV, Num 1: 349-366

Peruško, Zrinjka (2009). *Javni interes i djelovanje televizije u Hrvatskoj*, Medijska istraživanja, vol.15 No.2: 5-31

Popović, Helena(2012). *Popularni televizijski žanrovi kao refleksija suvremenog društva*, Holon, 2(3):18-43

Sever, Irena; Andraković, Alen. (2013). *Žena na javnoj televiziji*, Nova prisutnost 1,1: 5-21

Škaljac Narančić, Gordana (2011). *Etički prijepori i javna televizija. Studija slučaja: emisija Otvoreno emitirana 21. siječnja 2010. godine*, Medijske studije, Vol. 2 No. 3-4:106-117

Thomas, Sari, LeShay, Steven (1992). *Bad Business? Reexamination of Television's Portrayal of Businesspersons*, Journal of Communication, Vo.42, Issue 1: 95-105

Valković, Jerko (2010). *Oblici i utjecaj televizijskog nasilja*, Nova prisutnost Vol. 8, No.1:67-87

Volčić, Zala (2000). *Preživljavanje javne televizije*, Medijska istraživanja, Vol.6 No.1: 41-62

### Internetski izvori

Državni zavod za statistiku, Url: <http://www.dzs.hr/> datum pristupa: 02.07.2013.

Raspored televizijskog programa, Url: <http://www.tvhr.net/> datum pristupa: 30.06.2013.

Zakon o elektroničkim medijima, NN 153/09,84/11 Url: <http://www.zakon.hr/z/196/Zakon-o-elektroni%C4%8Dkim-medijima> datum pristupa: 05.07.2013.

Rezultati Ankete o radnoj snazi, Hrvatska 2010. – Europa 2010., Hrvatski zavod za statistiku Republike Hrvatske, Url: [http://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2011/SI-1450.pdf](http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2011/SI-1450.pdf) datum pristupa: 15.07.2013.