

Prezentacija vojnikinja u dnevniku Hrvatske radiotelevizije

Marina Svrze, Mijo Knezović

Sažetak

Glavni je istraživački cilj ovog rada utvrditi kako HRT u svojoj središnjoj informativnoj emisiji Dnevniku prikazuje vojnkinje u odnosu prema vojnicima te koje informacije o vojnkinjama šalje u javnost. Postavljeno je sljedeće istraživačko pitanje: Kakav je prikaz vojnikinja u Dnevniku HRT-a? Istraživanje medijskog prikaza vojnikinja provedeno je prema uzorku televizijskih priloga koji su emitirani u Dnevniku HRT-a u razdoblju od 1. siječnja 2016. do 7. studenoga 2018. godine. Korištene istraživačke metode kvantitativna su i kvalitativna analiza sadržaja. Rad je pod pojmom vojnkinje u istraživanju obuhvatio kadetkinje, vojnkinje, mornarice, specijalistice, dočasnice, časnice, kapetanice, generalice, tj. sve žene u vojnoj odori u MORH-u i HV-u.

U radu su predloženi rezultati istraživanja medijskog prikaza vojnikinja prema uzorku priloga iz Dnevnika HRT-a.

Rad pokazuje kako bi se kroz suradnju HRT-a i MORH-a moglo pridonijeti naporima HV-a te predlaže razmatranje projekta kojem bi bio cilj pozicionirati hrvatske vojnkinje u funkciji osnaživanja identiteta Hrvatske vojske i Hrvatske općenito.

Ključne riječi:

Hrvatska vojska, vojnkinje, mediji, Dnevnik HRT-a, televizijska prezentacija vojnikinja

1 Članak je primljen u Uredništvo 09. studenog 2020. i prihvaćen za objavu 04. siječnja 2021.

Uvod

Povijest čovječanstva povijest je žena. Možda su upravo ti sami početci čovječanstva odredili budući položaj žena određujući im položaj kraj ognjišta i brigu za domaćinstvo daleko od zbivanja javnosti, trgovine i utjecaja na društvene promjene. Svjedoci smo vjekovne borbe žena za zauzimanje adekvatnog položaja u društvu. Koliko je ta borba nužna, pokazuju nam istraživanja Leinert Novosel 2009. i 2016. godine. Rezultati istraživanja potvrđuju kako je za ispitanike studentice i studente ideal obitelji potpuna egalitarnost uloge žene i muškarca kako izvan doma tako i unutar doma. No, ista istraživanja potvrđuju „prisutnost stalnog jaza između ideala i stvarnog života koji, bez šire uključenosti društva, ostaje nepremostiv i usmjeren na pojedince, o čemu danas svjedoče i brojni akutni problemi društva“. Taj je jaz vidljiv unatoč porastu uvjerenja kako je muškarcima lakše „pri čemu to muškarci priznaju dvostruko brojnije nego ranije“ (Leinert Novosel, 2018).

Jedini je mogući način društvenih promjena stjecanje novih znanja jer znanje je jedino oružje kojim je moguće učiniti te promjene. Svako novo istraživanje, nova istina pridonosi razvoju znanja. Nekad je doista nužno krenuti ni od čega, osloboditi se od svega naučenoga do sada i krenuti prema novim istinama, informacijama i znanju. Upravo je to bio motiv, odnosno svrha izrade ovoga rada i istraživanja o *vojnikinjama*, možda najizazovnijem obliku participacije žena u društvu, posebice zbog toga što javnost i dalje drži da je vojni sustav rezerviran za muškarce. Motiv je istraživanja bio osigurati vjerodostojne i korisne informacije nadležnim tijelima – institucijama u društvu i HV-u kako bi ih se moglo uključiti u proces donošenja budućih odluka. U ovom radu pojam *vojnikinja* u istraživanju obuhvaća kadetkinje, *vojnikinje*, mornarice, specijalistice, dočasnice, časnice, kapetanice, generalice, tj. sve žene u vojnoj odori u Ministarstvu obrane Republike Hrvatske i Hrvatskoj vojsci.

Kao fokus istraživanja izabrana je televizija. Želja je uvidjeti kako središnja informativna emisija HRT-a kao javni medijski servis reprezentira društvenu zbilju nazočnosti *vojnikinja* u društvu, iako je teško mjeriti učinke medijskog sadržaja na društvo jer, kako McNair ukazuje „uzročno-posljedične veze između medijskog teksta, individualne svijesti i društvenog djelovanja ovise

o previše varijabli da bi se mogle pouzdano odrediti“ (McNair, 2004). No, ne postoji sumnja da taj utjecaj postoji. Stoga, bio on i nizak, on je znatan u svakoj veličini za pokretanje promjena koje se odnose na ravnopravni položaj žena u društvu.

Problem istraživanja u ovom radu odnosi se na to kako HRT kroz medijsku prezentaciju *vojnkinja* u središnjem Dnevniku šalje informacije u javnost utječući pritom na razvoj znanja pojedinca i društva, pa time i na promjene položaja *vojnkinja* u vojnoj organizaciji te razumijevanja uloge žena u društvu općenito.

Pregled dosadašnjih istraživanja

Pregledom dostupne domaće literature zabilježen je mali broj istraživanja koja se odnose na prezentaciju *vojnkinja* u hrvatskim medijima. Može se izdvojiti istraživanje Žene u televizijskim vijestima, analiza središnjih informativnih emisija HTV-a, RTL-a i Nove TV, čiji su rezultati pokazali kako su žene kao nositeljice radnji, relevantne osobe, stručnjakinje izrazito slabo zastupljene pri davanju izjava. Rad ukazuje na odgovornost urednica i urednika (Knežević i Car, 2011.). O neravnopravnosti ukazuje i drugo istraživanje Žene i muškarci u televizijskim vijestima: glasovi nejednake vrijednosti, koje pokazuje kako su žene kao autori vijesti manje vidljive ispred kamera u vijestima od muškaraca unatoč egalitarnosti na uredničkim mjestima i vodećoj poziciji u autorstvu analiziranih vijesti (Car i dr., 2017). Istraživanje Žena na javnoj televiziji – Slučaj informativnih emisija In medias res i Otvoreno također potvrđuje kako „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“ (Sever i Andraković, 2013). Treba istaknuti i istraživanje analiza sadržaja hrvatskoga tiska o Hrvatskoj vojsci pod nazivom Hrvatska vojska – hrvatsko društvo. Analiza sadržaja hrvatskog tiska o Hrvatskoj vojsci od 1990. do 2006. obuhvatilo je 14 569 priloga vezanih za Hrvatsku vojsku. Iako je u Domovinskom ratu u strukturi hrvatskih branitelja starosne dobi od 30 godina i više udio žena bio 4,9 % (Šućur i dr., 2017.), istraživanje je pokazalo kako su „područja žena u HV-u u ratnom razdoblju (1991. – 1996.)

u dnevnom tisku marginalno zastupljena“. Primjerice, u tom razdoblju „o tematici žena u HV-u u analiziranom uzorku priloge su objavili samo Večernji list i Slobodna Dalmacija“. Do sličnih se rezultata došlo i analizom poratnog razdoblja (1997. – 2006.). U tom razdoblju „tematika žena u HV-u je marginalno zastupljena u dnevnom tisku ... (0,1 %)“. Slične rezultate pokazala je i analiza tjednih novina. U tjevnim novinama u ratnom razdoblju ženama u HV-u posvećeno je 0,9 % priloga, a u poratnom razdoblju 0,2 % priloga. Žene u HV-u kao dominantna tematika zabilježene su u prilogu Nedjeljne Dalmacije (1991.) i Nacionalu (1999.) (Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, 2008.).

Cilj i metodološki okvir istraživanja

Glavni je istraživački cilj ovoga rada utvrditi kako HRT u Dnevniku, središnjoj informativnoj emisiji, prikazuje *vojnkinje* u odnosu prema *vojnlicima* te koje informacije o *vojnkinjama* šalje u javnost.

Istraživačka pitanja ovoga rada su:

P1: Kakav je prikaz *vojnkinja* u Dnevniku HRT-a?

P1.1: Koje informacije o *vojnkinjama* Dnevnik HRT-a šalje u javnost?

P1.2: Koliki je omjer broja pojavljivanja *vojnkinja* u odnosu prema *vojnlicima* u Dnevniku HRT-a?

P1.3: Koliki je omjer vremena pojavljivanja *vojnkinja* u odnosu prema *vojnlicima* u Dnevniku HRT-a?

P1.4: U kojoj se ulozi *vojnkinje* pojavljuju u Dnevniku HRT-a?

Opis istraživačkih metoda

Istraživanje medijskog prikaza *vojnkinje* provedeno je istraživačkom metodom analize sadržaja (Riffe, Daniel; Lacy, Stephen; Fico, Frederick; 2014) sukladno definiranom protokolu. U istraživanju je korištena kvantitativna i kvalitativna analiza sadržaja.

Istraživanje je provedeno na uzorku središnje informativne emisije Dnevnik

HRT-a. Dnevnik započinje u 19:00 sati na prvom programu HRT-a. Za istraživanje je uzeto razdoblje od 1. siječnja 2016. do 7. studenog 2018. godine.

Jedinica analize istraživanja jest pojedinačna vijest ili izvještaj u kojem se pojavljuje *vojnkinja*, vizualno bez tona ili s tonom, a koji je novinarski pripremljen i montiran (u daljnjem tekstu: prilog). Predmet analize nije bila najava iz studija.

Kvantitativna analiza sadržaja provedena je na 15 varijabli. Riječ je o sljedećim varijablama: (1) tema priloga u kojem se pojavljuju *vojnkinje*; (2) misija HV-a u kojem se pojavljuju *vojnkinje*; (3) županija u kojoj je napravljen prilog; (4) vrijeme trajanja priloga u kojem se pojavljuje *vojnkinja*; (5) pojavljivanje *vojnkinje* (ili više *vojnkinja*) u kadru (tonski i vizualno; s obzirom na plan; trajanje pojavljivanja u kadru te trajanje izjave); (6) pojavljivanje vojnika (ili više vojnika) u kadru (tonski i vizualno; s obzirom na plan; trajanje pojavljivanja u kadru te trajanje izjave); (7) funkcija *vojnkinje* u TV prilogu; (8) uloga *vojnkinje*; (9) funkcija vojnika u TV prilogu; (10) uloga vojnika; (11) potpis *vojnkinje* / vojnika; (12) je li u potpisu *vojnkinje* korišten rodno osjetljiv jezik; (13) status u MORH-u i HV-u; (14) dužnost *vojnkinje*; (15) ustrojstvena jedinica MORH-a i HV-a.

Zadaća je istraživanja odgovoriti na pitanja koje su teme priloga u kojima se pojavljuju *vojnkinje* te utvrditi vezu priloga s misijama Hrvatske vojske. Zadaća je bila istražiti vrijeme trajanja pojavljivanja *vojnkinja* u priložima u odnosu prema vremenu pojavljivanja vojnika. Nadalje, osim vremenske dimenzije pojavljivanja *vojnkinja* u priložima, zadaća je bila utvrditi pojavljuje li se *vojnkinja* u prilogu vizualno bez tona ili s tonom te istražiti to u odnosu prema pojavljivanju vojnika. Kako bi se stekle još detaljnije spoznaje o pojavljivanju *vojnkinja*, zadaća je bila istražiti koliko često *vojnkinje* daju izjave u priložima i odnos vremena trajanja izjava *vojnkinja* i vojnika. Nadalje, zadaća je bila utvrditi funkciju pojavljivanja *vojnkinje* u prilogu, odnosno je li *vojnkinja* nositeljica radnje, izvor informacije ili je samo sudionik u radnji, bez funkcije, također, je li u prilogu *vojnkinja* u ulozi stručnjakinje za neko područje ili u potpornoj ulozi.

S obzirom na kvalitativnu analizu sadržaja, od ukupnog broja priloga odabrano ih je pet (5) u kojima je *vojnkinjama* posvećena veća pozornost. To

su sljedeći prilozi: (1) V. izdanje natjecanja Najspremniji vojnik (12. svibnja 2016.); (2) upućivanje *vojnkinja* i vojnika HV-a u misiju u Afganistan (4. rujna 2017.) (3) boravak *vojnkinja* i vojnika HV-a u Afganistanu (25. srpnja 2018.); (4) prisega *vojnkinja* i vojnika u Požegi (28. listopada 2017.); (5) promocija vojnih škola u Vukovaru (21. lipnja 2018). U ovim jedinicama analize posebno su analizirani novinarski tekst (žargon: *off*), tonovi i slika.

Rezultati ovog istraživanja pomoći će produbiti i proširiti znanstvene spoznaje o ženama te tako pridonijeti općenitom utvrđivanju uloge i položaja *vojnkinja*, posebice njihovog medijskog prikaza. Također, rezultati rada zasigurno će pridonijeti općenito važnom istraživanju uloge i rješavanju problema položaja žena u društvu.

Uloga i moć televizijskih vijesti u društvu

Mediji proširuju pogled, preko njih se upoznaje i razumije povijest i sadašnjost čovječanstva. Upoznaje se važnost čovjeka kao pojedinca, upoznaje se narod, otkrivaju se skrivene i stvaraju se nove veze, razumijeva se društvo i kultura. Međutim, mediji i oblikuju. Utječu na znanje, vrijednosna načela društva te širenje ideje dobra. Mediji su ono što okružuje ljude i čije poruke utječu na njihovo svjesno i podsvjesno. Shirley Biagi, profesorica na Kalifornijskom državnom sveučilištu u Sacramentu Odjela za komunikacijske studije, vidi medije također kao ključnu instituciju u našem društvu jer utječu na kulturu, potrošačke običaje, našu politiku i mijenjaju naša vjerovanja, ukuse, interese i ponašanje (Biagi, 2006).

Mediji su veličanstveni, ponajprije u svojoj dobroj strani, ali imaju i svoju negativnu stranu na što upućuju mnogi stručnjaci. Hajrudin Hromadžić u knjizi *Medijska konstrukcija društvene zbilje* upućuje na to kako mediji reprezentiraju stvarnost, a reprezentacija nije stvarnost jer ipak postoji odmak od društvene zbilje (Hromadžić, 2014). Ta nesavršenost medija može ih dovesti u nezgodnu situaciju da skrenu s puta istine. „Iako su svi ljudi dužni tragati za istinom i kad je upoznaju, prihvatiti je i ostati vjerni“ (Gelo, 2013), kroz svoj život svjedočimo o suprotnim primjerima. O nesavršenosti medija govori i Hromadžić ističući kako mediji ne samo što sudjeluju u oblikovanju društvene zbilje, nego su i „konstrukt mnogih determinirajući

čimbenika, poput primjerice korporativno-poslovnih politika na medijskim tržištima ili ideološko-političkih društvenih intencija“ te dodaje kako će sve više biti društvenih situacija u „kojima će biti sve teže povući jasnu granicu razlikovanja društvene i medijske zbilje“ (Hromadžić, 2014). U kontekstu vijesti Paul Rapacioli primijetio je „kad su u pitanju vijesti, istina je kontekst. Nedostatak konteksta ne čini priču lažnom, ali uvelike smanjuje istinu o njoj.“ (Rapacioli, 2018)

Živimo u dobu fenomena nepoštivanja istine unutar današnjeg društveno-medijskog konteksta (Chomsky, 2002. i D'Ancona, 2017.), a o važnosti provjere izvora i činjenica te preciznog prikazivanja podataka, posebno znanstvenih, pokazuje istraživanje međunarodnog izvještavanja o pandemiji COVID-19 iz Švedske, od kojih je dio o strategiji Vlade i Agencije za javno zdravlje bio zavaravajući te omogućio širenje neistine (Irwin, 2020). No, da je to dio ljudske povijesti, svjedoče nam riječi Thomasa Jeffersona iz 1807. godine: „Danas se ništa ne može vjerovati onom što pišu novine. Čak i istina postaje sumnjiva čim ju se stavi u to onečišćeno vozilo“ (Founders Online, 2007). Možda je razlika tadašnjeg i današnjeg doba samo u dominantnoj namjeri i svrsi korištenja neistine, ali i razvoj tehnologija pruža veće mogućnosti i brzinu širenja informacija od žive riječi i glasila. S time u vezi dodatno zabrinjavaju rezultati istraživanja Nyhan i Reifler. Oni ukazuju na to kako je, na primjer, iskrivljeno izvještavanje iznimno teško ispraviti i kako unatoč ispravku ono može i dalje imati utjecaja na uvjerenja i stavove, odnosno na fenomene, kao što su postojanost uvjerenja (*belief perseverance*) ili učinak kontinuiranog utjecaja (*the continued influence effect*) (Nyhan, Reifler, 2015: 1).²

S obzirom na to da su mediji kreatori i distributeri informacija koje utječu na oblikovanje našeg znanja, možemo ih usporediti s nožem. „Možete ga koristiti za oguliti voće ili ubiti nekoga. Ali to ne znači da je nož loš“ (Kalinock, 2006). Dakle, što će se učiniti s nožem, ovisi o onome tko ga rabi.

2 Izvorni engleski tekst: „One reason for this persistence is the manner in which people automatically make causal inferences from the information they have at hand. As a result, false information may persist and continue to influence judgments even after it has been debunked if it is not displaced by an alternate causal account“

Sagledavajući na taj način, možemo se složiti s tvrdnjom Stjepana Malovića o odgovornosti medija. Prema Maloviću „Novinari imaju veliku moć koje kadšto nisu svjesni. Objavljivanje poluistine ili dezinformacija može razoriti nečiji društveni ugled, obiteljski život, pa čak dovesti i do katastrofalnih posljedica“ (Malović, 2005). Na to upozorava i Ivica Crnić³ koji veli „Devetnaesto i dvadeseto stoljeće ljudski rod je potrošio na borbu da se medijima osigura sloboda izvješćivanja. Čini se da će se 21. stoljeće potrošiti na borbu s medijima da se tako stečenom slobodom koriste odgovorno“ (Skoko i Bajs, 2007). Također, Gordana Vilović piše „Neistina koja se objavi u novinama s nakladom od stotinu tisuća primjeraka može promijeniti nečiji život. S tog aspekta gledajući etiku, novinari se mogu doimati kao gospodari života i smrti. Njihovo je oruđe i oružje – riječ“ (Vilović, 2004).

Činjenicu kako televizija i vijesti mogu mijenjati ponašanje i razmišljanje osoba, pronalazimo u znanstvenim istraživanjima, koji su to sagledavali kroz razne prizme. Utjecaj televizije i vijesti na stres i mentalno zdravlje istraživano je na primjeru bombaškog napada 2013. godine tijekom Bostonskog maratona, a utjecaj na snove istraživano je na ponavljajućim slikama terorističkih napada 11/9. Rezultati istraživanja dokazali su kako televizija može biti kanal za širenje negativnih posljedica traume i na populaciju koja nije izravno doživjela traumu (Holman, Garfin i Silver, 2013, Propper, i dr. 2007.). Autori istraživanja s razlogom su se zapitali je li ponavljanje traumatičnih slika u skladu s ciljem televizije o služenju javnosti te ukazali na razliku i prednost razgovora s prijateljima i obitelji (Propper, i dr. 2007.).

Mediji doista odražavaju ono o čemu govore Weber, Giddens, Morgenthau definirajući moć kao provedbu vlastite volje nad drugim, sposobnost da se nešto ispuni ili kontrolira um i djeluje na drugog (Kalanj, 2010 i Morgenthau, 1948).

Rezultati istraživanja o vijestima u kojima su bile prikazane borbene operacije pokazali su kako te vijesti povećavaju razinu uključenosti gledatelja u prikazana ratna zbivanja, ali smanjuju njihovu potporu za nastavak rata, kao i ponos građana na američko sudjelovanje u ratu. (Pfau i dr., 2008).

³ Ivica Crnić, trenutno sudac Vrhovnog suda Republike Hrvatske, a u mandatu od 2001. do 2005. godine predsjednik i sudac Vrhovnog suda Republike Hrvatske.

Televizijske vijesti utječu na rasizam, odnosno pojačavaju negativne stavove o Afroamerikancima kod bijelih, ali ne i crnih gledatelja (Gilliam i Iyengar, 2000). Primjeri istraživanja izvještavanja o terorizmu i nestaloj djeci u vijestima ilustriraju mogućnost oblikovanja politike putem vijesti (Altheide, 1991.). Mogućnost utjecaja medija na uspješnost provedbe politike (*policy*) tijekom humanitarne krize pokazana je na slučaju američke intervencije u BiH 1995. godine za zaštitu Goražda u BiH te američke intervencije na Kosovu (operacija *Allied Forces*) (Robinson, 2000.), kao i učinka televizijskih vijesti – propagande na preferenciju politike na eksperimentu kineske javnosti (Pan, Shao i Xu, 2020). O utjecaju medija na ovim prostorima tijekom 1991. godine istraživao je profesor Kanižaj, koji je dokazao znatan utjecaj i ulogu regionalnih medija na početku devedesetih godina prošloga stoljeća (Kanižaj, 2011).

Kako bi opisali moć medija i novinara, možemo parafrazirati riječi Marka Twaina iz jednog od njegovih eseja napisanog oko 1900. godine⁴:

Ne postoji ništa što novinarski rad ne može uraditi. Ništa nije ispod ili iznad njegovog dosega. On može loša načela pretvoriti u dobra i dobra u loša; može uništiti svako načelo i potom da ga ponovo stvori; može anđela spustiti na razinu čovjeka i uzdignuti čovjeka do anđela. I svako od ovih čuda može učiniti u godini dana ili čak u šest mjeseci.

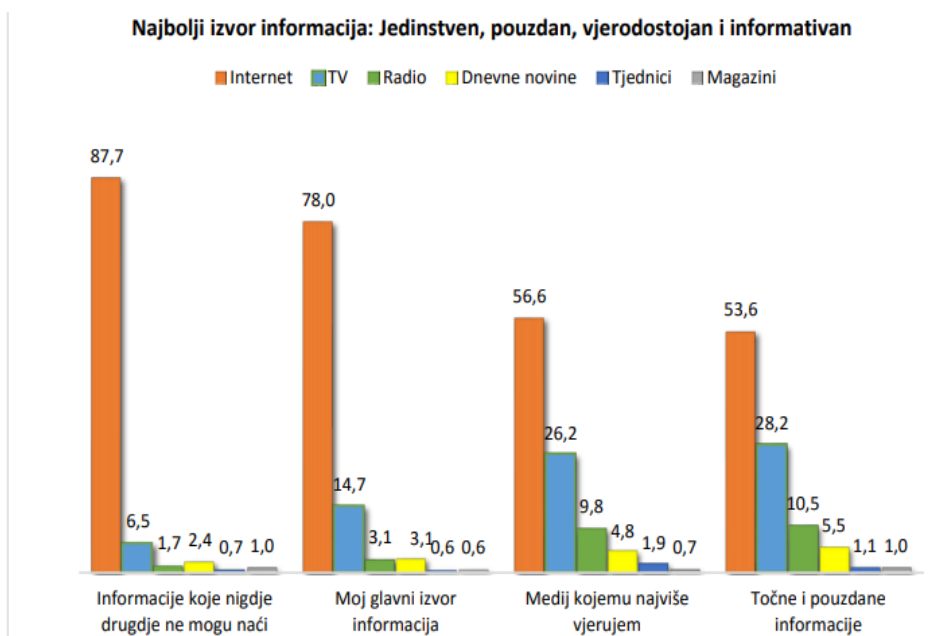
Medijski se prostor mijenjao, no unatoč toj činjenici promjena, televizija i dalje u svijetu i Hrvatskoj ima veliki utjecaj. Neovisno o njezinoj ulozi zabavljača, televizija i u 21. stoljeću ostaje jedan od ključnih izvora informacija te zadržava moć konstrukcije zbilje, sustava vrijednosti i prihvatljivih oblika ponašanja (Car, Viktorija; Osmančević, Leali, 2016). Istraživanje iz 2009. godine Povjerenje u medije pokazalo je kako 57 % stanovnika Hrvatske redovito ili često gleda televiziju, što pokazuje kako je televizija i dalje najviše praćeni medij u Hrvatskoj (Car, Viktorija, 2010). Prema istraživanju iz 2018. godine u Hrvatskoj se televizija gleda prosječno 4,3 sata, što je iznad

⁴ Izvorni engleski tekst: „There is nothing that training cannot do. Nothing is above its reach or below it. It can turn bad morals to good, good morals to bad; it can destroy principles, it can re-create them; it can debase angels to men and lift men to angelship. And it can do any one of these miracles in a year – even in six months“, Mark Twain, *As regards Patriotism*,

europskog prosjeka od 3,8 sati i njemačkog, 3,5 sati, gdje je istraživanje pokazalo i povezanost s dobnim skupinama, pa se može vidjeti kako osobe od 14 do 29 godina provode 1,6 sati gledajući televiziju (Statista Research Department, 2020, Koptjug, 2020.).

Istraživanje agencije Ipsos i 24 sata na reprezentativnom uzorku od 1023 ispitanika tijekom siječnja 2019. godine upućuje na povećanu dominaciju interneta (Grafikon 1), no televizija i dalje zauzima respektabilno mjesto u odnosu prema drugim medijima (IPSOS, 2019). U ovom odnosu internet i televizija ne smije se previdjeti da informacije koje se objave na internetu svoje izvorište imaju u televiziji ili je internet samo medij za praćenje informacija objavljenih na televiziji.

Grafikon 1. Istraživanje agencije Ipsos i 24 sata



M7. Za koju vrstu medija biste rekli da Vam je kao izvor informacija najbolja prema sljedećim kriterijima? / Total N=1023

IZVOR: https://showcase.24sata.hr/2019_hosted_creatives/medijske-navike-hr-2019.pdf, pristupljeno 21. travnja 2019.

Kao što se vidi, televizija još ne gubi utrku u medijskom prostoru. Štoviše, zadnja istraživanja pokazuju kako su se, pod utjecajem događanja oko pandemije COVID-19, stanovnici još više povezali s televizijom i vijestima, čak i oni koji do tada nisu bili usko povezani s njima (Casero-Ripollés, 2020).

Rezultati istraživanja o televiziji preslikavaju se i na istraživanja o gledanju vijesti u Hrvatskoj. Reutersovo istraživanje za 2017. pokazuje kako je za 79 % stanovnika Hrvatske televizija izvor vijesti. Prema rezultatima tog istraživanja, HRT gubi primat u odnosu prema privatnim televizijskim kućama: Novoj TV i RTL-u (Reuters Institute, 2017). Istraživanje Agencije za elektroničke medije i AGB Nielsen za rujun 2018. godine pozicioniralo je HTV 1 na drugo mjesto 15 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje od cijeloga dana, iza Nove TV, a ako se gleda vremensko razdoblje od 19 do 23 sata, HTV 1 se nalazio na trećem mjestu, iza Nove TV i RTL-a (Agencija za elektroničke medije, 2018).

Analiza medijskog prikaza *vojnkinja* u Dnevniku HRT-a

Prethodno poglavlje ukazuje na moć medija i televizijskih vijesti te pokazuje kako je televizija i dalje dominantni medij. Ovom je poglavlju cilj prikazati kakvu sliku *vojnkinja* prikazuje Dnevnik HRT.

Navedena istraživanja upućuju na nevidljivost žena u TV medijima u odnosu prema muškarcima. Viktorija Car i suradnice provele su istraživanje na uzorku od 3148 vijesti iz 180 središnjih informativnih emisija HTV-a, Nove TV i RTL-a u razdoblju od 2009. do 2013. godine. Istraživanje je pokazalo kako se žene kao nositeljice vijesti pojavljuju četiri puta manje u odnosu prema muškarcima, u svega 8 % slučajeva, a kao izvor informacija u samo 4,6 % televizijskih vijesti (Car, et al., 2017). Ovo je istraživanje potvrdilo rezultate prethodnog istraživanja Svjetlane Knežević i Viktorije Car provedenog na uzorku središnjih informativnih emisija triju televizija u razdoblju od 2009. do 2010. Rezultati su pokazali kako su žene prisutne kao nositeljice radnji u manje od 10 % središnjih vijesti (Knežević & Car, 2011). Je li takva situacija i u pogledu *vojnkinja*?

Za odgovor na navedeno pitanje odabrano je istraživanje Dnevnika HRT-a, koji je središnja informativna emisija javne televizije u Hrvatskoj, to jest Hrvatske radiotelevizije (HRT)⁵ prije svega zbog njegove gledanosti, kao i zbog odgovornosti HRT-a kao javnog medijskog servisa. Denis McQuail u svojoj knjizi *Mass Communication Theory* smatra kako su mediji odgovorni svojim izvorima, publici u najširem smislu, manjinama, zajednici i naciji, što implicira i veću odgovornost javnog medijskog servisa (Malović, 2014). Stanovnici Hrvatske, njih 78 %, smatra javni medijski servis važnim za demokraciju (Car, 2019), a „posredovanjem raznovrsnih informacija građanima stvaraju se pretpostavke za oblikovanje kvalificirane (informirane) kritične javnosti kao najvažnijeg čimbenika demokracije“ (Car, 2011). Istraživanje pokazuje kako 81 % stanovnika Hrvatske od sadržaja javnog medijskog servisa očekuje prikazivanje vijesti (Car, 2019). Naravno, stanovnicima treba omogućiti spoznavanje istine uz poštivanje prava pojedinca neovisno o njegovom spolu (Car, 2011).

Po riječima odvjetnice Vesne Alaburić, koja se bavila medijima i novinarima: „Javna glasila i novinari imaju kontrolnu (nadzornu) funkciju jer u ulozi tzv. *javnog psa čuvara* oblikuju i održavaju javno mnijenje i bude kritičnu javnost, razotkrivajući različite nedemokratske i nezakonite postupke pojedinaca i grupa, vlada, zakonodavnih ili pravosudnih organa te upućujući na pojave korupcije, nepotizma i zloporabe političke moći i vlasti, kao i kršenja ustavom i zakonima zajamčenih ljudskih prava i sloboda“ (Alaburić, 2003).

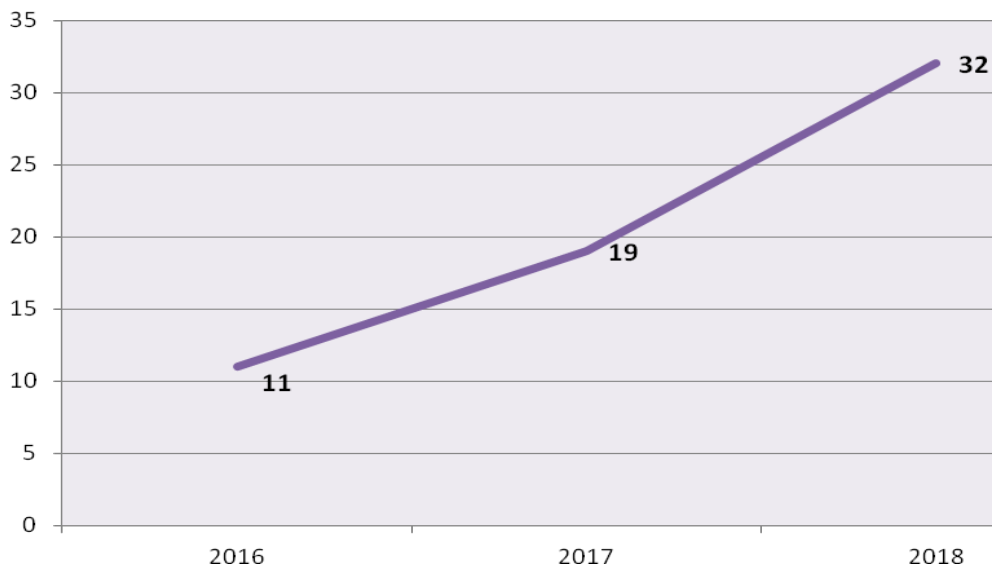
Dnevnik HRT-a prvi je put emitiran 29. studenog 1956. prvoga dana emitiranja eksperimentalnog programa Televizije Zagreb. U početku je zbog tehničkih nedostataka imao simboličku ulogu, ali je postojala svijest o značenju i perspektivi emisije. Od kraja šezdesetih godina 20. stoljeća do 2010. Dnevnik je stalno u vrhu gledanosti, a od 2004. do 2007. najgledanija je informativna emisija u EBU-u i bilježi rekordnu prosječnu gledanost od 37 % te udio u gledanosti od 75 %. Dnevnik je uvijek bio bitan izvor informiranja javnosti (Leksikon radija i televizije, 2016.).

⁵ Osnivač je Hrvatske radiotelevizije Republika Hrvatska, a poslovanje je uređeno Zakonom o Hrvatskoj radioteleviziji i propisima donesenima na temelju toga Zakona. HRT je punopravni član Europske unije radiotelevizija (EBU) (HRT, 2020).

Vojnikinje u Dnevniku HRT-a

Kako je opisano u uvodnom poglavlju, ovo je istraživanje obuhvatilo razdoblje od 1. siječnja 2016. do 7. studenog 2018. godine. Od ukupno **101** priloga emitiranih u središnjem Dnevniku HRT-a u kojem se pojavljuju vojnici tijekom razmatranog razdoblja, u **62** priloga utvrđeno je pojavljivanje *vojnkinje*, što je **62,62** %. Tijekom istraživanja nije utvrđen ni jedan prilog u kojem se pojavljuju samo *vojnkinje*. Istraživanje je pokazalo godišnji rast broja priloga u kojima se pojavljuju *vojnkinje* od 2016. do 2018. godine (Grafikon 2), no vidljivo je kako je to još na vrlo niskoj razini.

Grafikon 2. Broj priloga u kojima se pojavljuje *vojnkinja* na Dnevniku HRT-a 2016. – 2018.

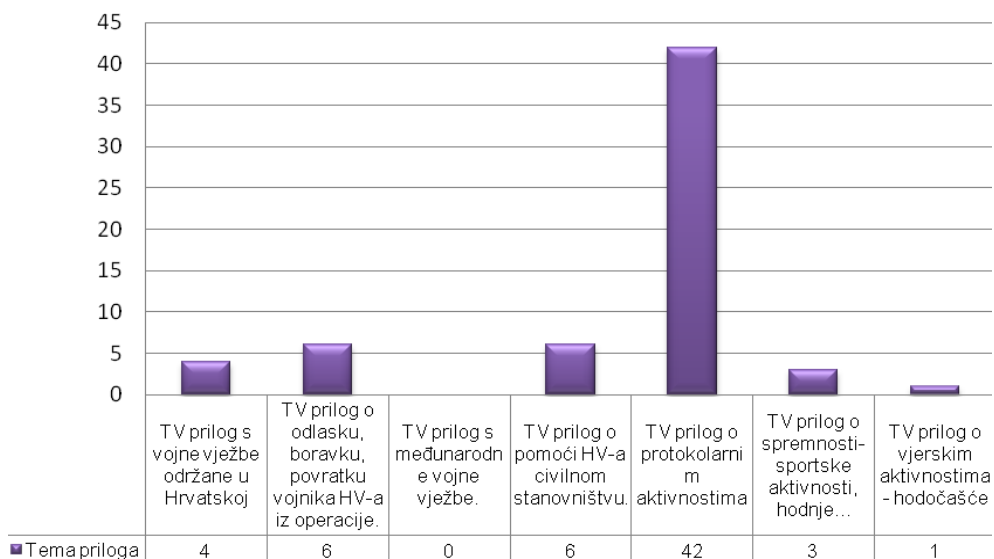


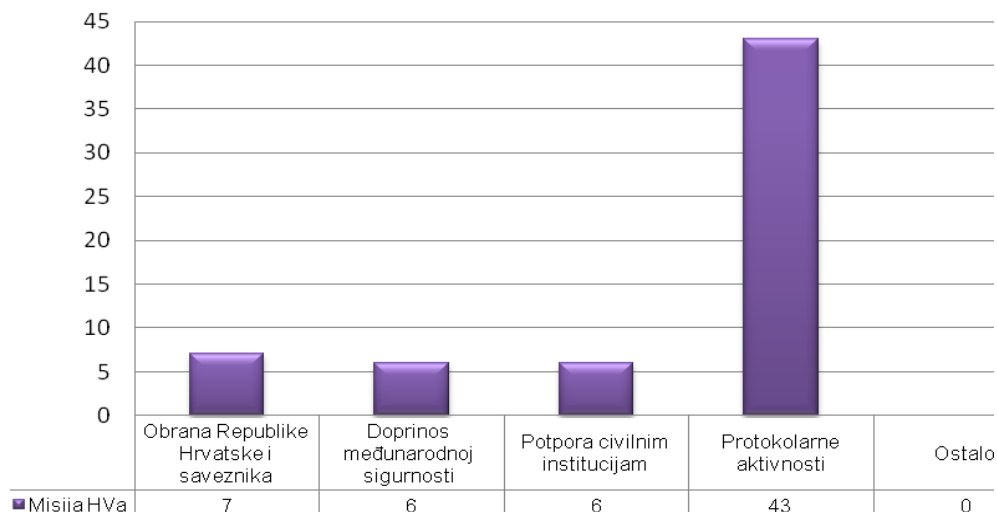
Tema priloga s vojnkinjama

Analizom 62 priloga u kojima se pojavljuju *vojnkinje* utvrđeno je kako se 42 priloga odnose na protokolarnu aktivnost, što je 68 % od ukupnog broja priloga. Kao što grafikon prikazuje (Grafikon 3), ostali prilozima tematski se odnose na pomoć civilnom stanovništvu (6 priloga, 10 %), odlazak, boravak, povratak *vojnkinja* i vojnika HV-a iz operacija (6 priloga, 10 %), dok se četiri (4) priloga (6 %) odnose na vojne vježbe HV-a.

Ako se prilozima pogledaju kroz prizmu misija HV-a (Grafikon 4), vidljivo je kako se 19 priloga (31 %) izravno odnosi na tri (3) misije HV-a, od kojih se sedam (7) priloga može svrstati pod misiju obrane suvereniteta te po šest (6) priloga pod misije doprinosa međunarodnoj sigurnosti i potporu civilnim institucijama.

Grafikon 3. Teme priloga u kojima se pojavljuje *vojnkinja* (N = 62)



Grafikon 4. Prilozi u kojima se pojavljuju *vojnkinje* s obzirom na misije HV-a (N = 62)

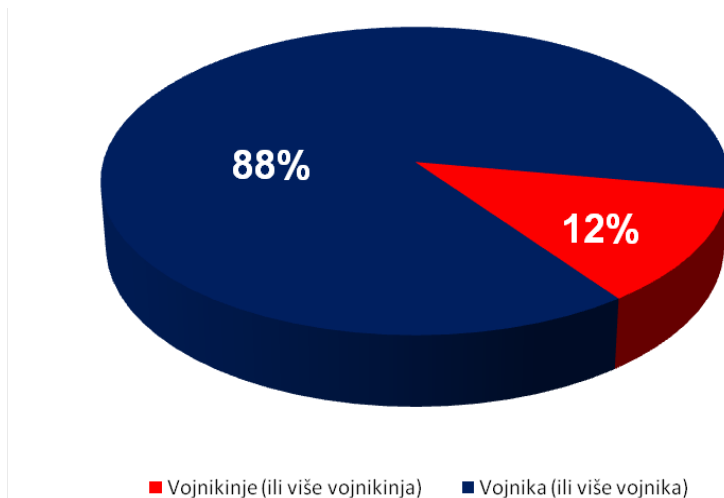
Vidljivost vojnkinja u odnosu prema vojnicima

Istraživanje je pokazalo kako se u ukupnom vremenu trajanja 62 priloga: **2 sata, 31 minute i 3 sekunde**, vojnici pojavljuju u trajanju od **1 sat, 38 minuta i 5 sekundi**, dok je vrijeme pojavljivanja *vojnkinja* u priložima **13 minuta i 41 sekunda** (Tablica 1), odnosno *vojnkinje* 12 %, a vojnici 88 % (Grafikon 5).

Tablica 1. Vrijeme pojavljivanja *vojnkinja* i vojnika u kadru

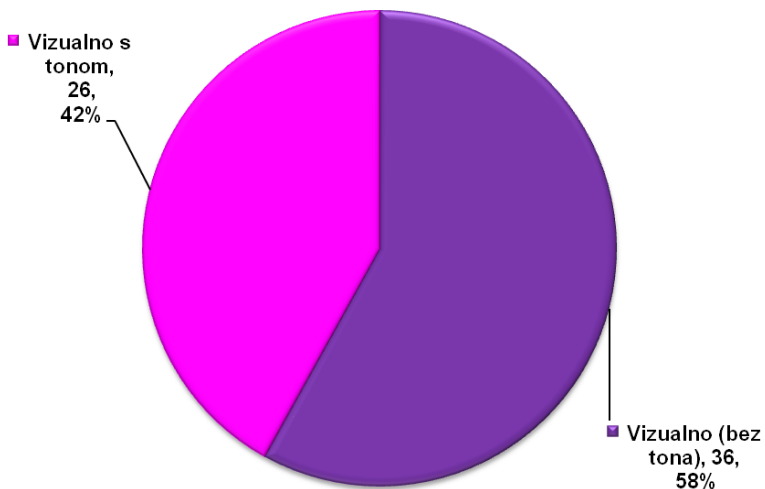
Vrijeme pojavljivanja u kadru	sat:min:sek
<i>vojnkinja</i> (ili više <i>vojnkinja</i>)	00:13:41
vojnika (ili više vojnika)	01:38:05

Grafikon 5. Odnos pojavljivanja vojnika i *vojnkinja* u kadru



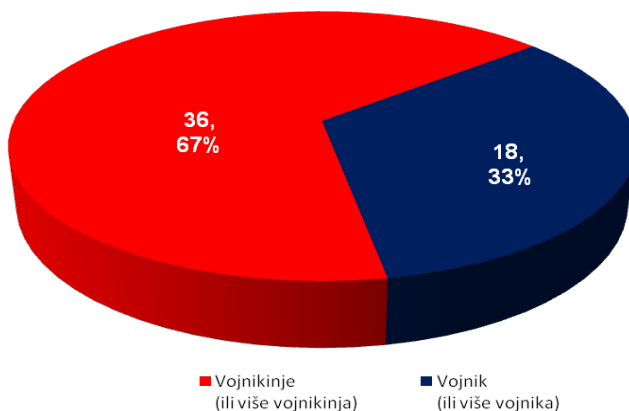
Vojnikinje i vojnici se u priložima pojavljuju vizualno i vizualno s tonom. Grafikon prikazuje (Grafikon 6) kako se *vojnkinje* pojavljuju bez tona u **36 priloga (58 %)**, a s tonom u **26 priloga (42 %)**.

Grafikon 6. Odnos pojavljivanja *vojnkinja* vizualno s tonom i bez tona

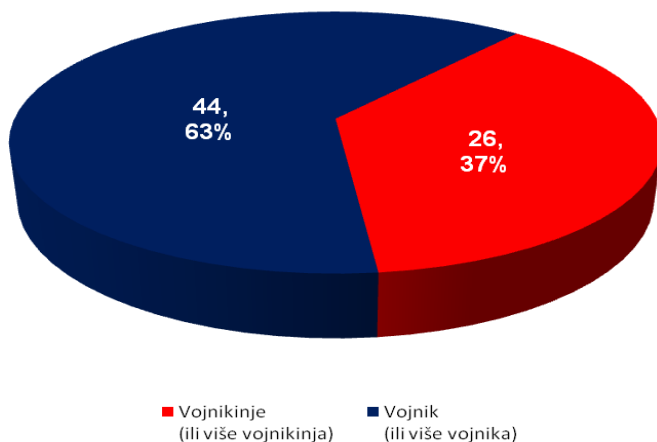


Ako pojavljivanja *vojnkinja* usporedimo s vojnicima, možemo vidjeti kako vojnici prednjače u vizualnom pojavljivanju s tonom (grafikoni 7 i 8).

Grafikon 7. Odnos prikaza *vojnkinja* i vojnika – vizualno (bez tona)



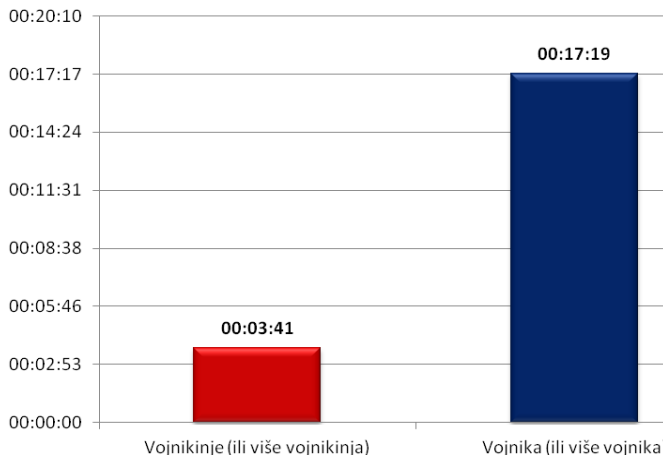
Grafikon 8. Odnos prikaza *vojnkinja* i vojnika – vizualno (s tonom)



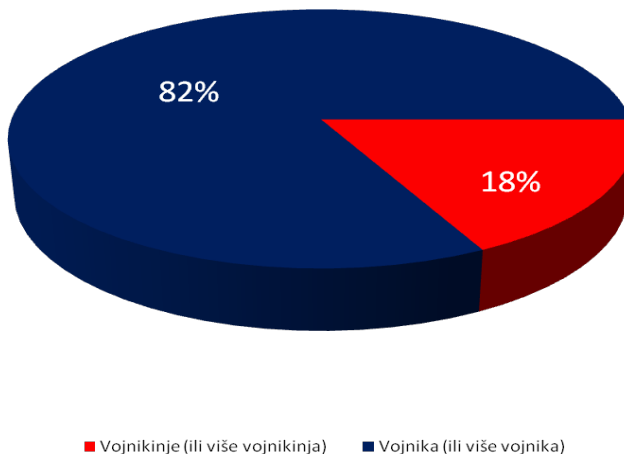
Osim pojavljivanja *vojnkinja* u priložima, važan dio istraživanja bilo je i utvrditi traži li se izjava od *vojnkinje* i koliko puta. Istraživanje je pokazalo kako su vojnici od ukupno 62 priloga dali izjavu u 47 priloga (75 %), a *vojnkinje* u 20 priloga (32 %).

Ako davanje izjave razmotrimo kroz vrijeme trajanja izjava, vidljivo je kako su izjave vojnika trajale **17 minuta i 19 sekundi**, dok su *vojnkinje* dale izjavu u ukupnom trajanju od **3 minute i 41 sekunde** (grafikoni 9 i 10).

Grafikon 9. Vrijeme trajanja izjave *vojnkinja* i vojnika

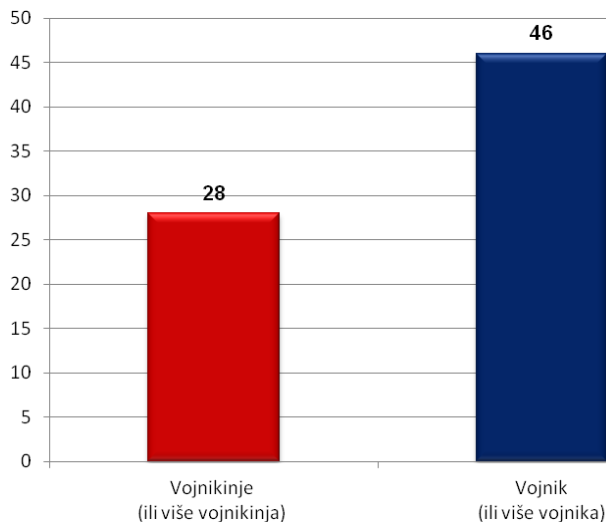


Grafikon 10. Odnos vremena trajanja izjave *vojnkinja* i vojnika

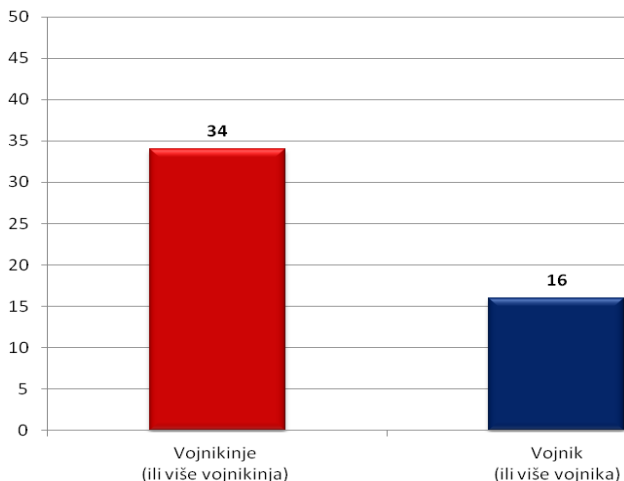


Analiza ukupnog broja priloga pokazala je kako se *vojnkinje* pojavljuju u prvom planu **28** puta, a u drugom **34** puta, dok se vojnici pojavljuju **46** puta u prvom planu, a u drugom **16** puta (grafikoni 11 i 12).

Grafikon 11. Prikaz *vojnkinja* i vojnika u prvom planu



Grafikon 12. Prikaz *vojnkinja* i vojnika u drugom planu



Potpisi vojnkinja i rodna osjetljivost

Kao što je navedeno u prethodnom poglavlju, od ukupno 62 priloga, *vojnkinje* se pojavljuju kao davateljice izjave u 20 priloga. Tijekom analize tih 20 priloga utvrđeno je kako je u 11 priloga davateljica izjave potpisana činom, imenom i prezimenom, dok je u pet (5) priloga potpisana imenom i prezimenom, a u ostala četiri (4) priloga *vojnkinja* nije potpisana. Zadaća je istraživanja utvrditi je li u potpisu *vojnkinje* korišten rodno osjetljiv jezik. Istraživanje je pokazalo kako je kod svih 11 priloga u kojima je *vojnkinja* potpisana činom, imenom i prezimenom korišten rodno osjetljiv jezik, odnosno u potpisu *vojnkinja* čin je bio u ženskom rodu.

S obzirom na analizu činova *vojnkinja* koje su davale izjavu, istraživanje je pokazalo kako su izjave dale četiri (4) niže časnice, dvije (2) *vojnkinje*, tri (3) kadetkinje i dvije (2) ročnice.

Funkcije vojnkinja u prilogu i njihove uloge

Istraživanje je, među ostalim, imalo zadaću utvrditi funkciju pojavljivanja *vojnkinja* u prilogu, jesu li nositeljice radnje, jesu li izvor informacija ili su samo sudionice u radnji, odnosno bez funkcije. Također, zadaća je bila utvrditi pojavljuje li se u prilogu *vojnkinja* u ulozi stručnjakinje za neko područje ili je u potpornoj ulozi.

Nakon provedenog istraživanja utvrđeno je kako se *vojnkinje* u priložima pojavljuju samo kao sudionice u radnji ili bez funkcije. *Vojnkinje* se u priložima ne pojavljuju u funkciji nositeljica radnje ili izvora informacije.

Vezano za ulogu *vojnkinja* u priložima, istraživanje je pokazalo kako je uloga *vojnkinja* u priložima bila potporna, odnosno *vojnkinje* se u priložima nisu pojavljivale kao stručnjakinje za određenu temu ili problem.

Kvalitativna analiza sadržaja

U ovom dijelu rada bit će predočena analiza audiovizualnog prikaza *vojnkinja*. Za tu svrhu, kako je već navedeno, izabrano je pet (5) priloga.

Zadaća je istraživanja odgovoriti na pitanje kako su prikazane *vojnkinje* u prilogu, slikom i izjavom.

Televizija je medij koji informaciju prikazuje i slikom, ali tu je i šum uz sliku. Novinarka, urednica i znanstvenica Tena Perišin ustvrdila je kako „zvuk i slika u televizijskome mediju komplementarni su i tako ih valja vrednovati“. Kada je riječ o zvuku, Perišin smatra kako nema razlike po važnosti između zvučnih kanala – snimljenog teksta novinara (*off*) i izvornog zvuka s mjesta događaja (IT ton). (Perišin, 2008). Nameće se i pitanje kako novinari selektiraju vijesti. Za Perišin su kriteriji za selekciju vijesti važnost/ relevantnost, utjecaj događaja, značenje / blizina / osobna uključenost, napetost / vijest s neizvjesnim ishodom, sukob/kontroverznost, personalizacija, prominencija, neobičnost, novost, vizualnost i isticanje novinara kao donositelja slike (Perešin, 2010).

Prvi prilog koji je bio predmet analize jest prilog o V. izdanju natjecanja *Najspremniji vojnik*. Riječ je o natjecanju koje pred natjecatelje stavlja najteže izazove, odnosno natjecanje zahtijeva veća naprezanja od redovnih vojnih zadaća. Prilog je u većoj mjeri obuhvatio vojnike, posebice pri prikazivanju događaja svladavanja prepreka i dolaska na cilj. Prvo pojavljivanje *vojnkinje* u prilogu jest *vojnkinja* iz Slovenske vojske, koja na sebi ima borbenu prsluk, podiže i namješta borbenu kacigu na glavi. Slika nam jasno pokazuje kako se *vojnkinja* nalazi na mjestu natjecanja i okružena je drugim natjecateljima – vojnicima. Prilog sadržava i izjave *vojnkinja* na mjestu održavanja natjecanja. Izjave su dale dvije *vojnkinje*, jedna iz Hrvatske, a druga s Kosova:

Svi mi moramo dokazati da i kad bude teško da nećemo odustati. Znači da je ponos u svima nama jak (Andrea Lipovac, voditeljica tima Vojne policije RH, 2016.05.12.3).

Pripadnica sam brigade za brzo djelovanje i naporni treninzi naša su svakodnevica, pa mi stoga nije bilo teško odlučiti se sudjelovati (Manushaque Nura, Brigada za brza djelovanja, Sigurnosne snage Kosova, 2016.05.12.3).

Vojnikinje koje su davale izjavu prikazane su u krupnom planu, što je u televizijskom novinarstvu uobičajeno za kadrove u kojima se prikazuje osoba koja daje izjavu. U krupnom planu do izražaja dolazi lice *vojnkinja*. Ako obratimo pozornost na način govora i izraz lica *vojnkinje* Andreje, možemo zapaziti izraženu radost što sudjeluje u natjecanju, a to potvrđuje i iskrenost izgovorenih riječi. Drugim riječima, vidljiva je usklađenost izrečenog i govora tijela (Slika 1).



Slika 1. Andrea Lipovac

Sljedeći prilog koji je bio predmet analize, odnosio se na ispraćaj hrvatskog kontingenta u područje operacije u Afganistanu. U prilogu su se *vojnkinje* pojavljivale u šest (6) navrata. Možemo istaknuti dio u kojem *vojnkinja* na čelu kolone nosi hrvatsku zastavu, kao i dio kada *vojnkinja* u sastavu kolone s ostalim vojnicima prolazi ispred kamere. No, u prilogu je ponajviše istaknuta *vojnkinja* koja daje izjavu. Tijekom davanja izjave *vojnkinja* je bila okružena ostalim vojnicima koji su također davali izjavu. *Vojnkinja* je kratko ošišana i nosi zelenu beretku i iskazuje emociju odlučnosti (Slika 2).

Vojnikinja je dala sljedeću izjavu o pripremnoj obuci za odlazak u područje operacija:

Rad s vozilima s kojima se prije nismo susretali, nailazak na improvizirana eksplozivna sredstva, urbane borbe (Ana Barinić, pripadnica 7. hrvatskog kontingenta, 2016.04.09.2).



Slika 2. Ana Barinić (Izvor: Arhiv HRT-a.)

Gledajući ovaj kadar u kojem *vojnkinja* daje izjavu, možemo primijetiti da se njezin vizualni prikaz ni po čemu ne razlikuje od prikaza kolega vojnika koji stoje oko nje.

Svi su jednako odjeveni u odore, s vojničkim kapama ili beretkama na glavi. Jedina razlika koju uočavamo jest da *vojnkinja* nosi naušnicu. Vezano za uočenu naušnicu na *vojnkinji*, odnosno za nakit općenito, treba istaknuti kako je nakit dopušteno nositi⁶, sukladno pozitivnim propisima o službi u HV-u. Nakit mora biti prikladnih boja i veličina te ne smije narušavati izgled.

⁶ Nakit je dopušteno nositi samo ženama, dok je muškarcima zabranjeno.

Vežano za aktivnosti u svezi s operacijama u Afganistanu, kao jedinica analize izabran je i prilog o boravku hrvatskog kontingenta u misiji. *Vojnikinje* se u prilogu pojavljuju pet (5) puta, no osim dijela koji se odnosi na *vojnkinju* koja daje izjavu, u ostalim kadrovima *vojnkinja* ne dolazi do izražaja. Npr. u jednom dijelu priloga u totalu su sa stražnje strane prikazani *vojnkinja* i vojnici kako stoje u stroju s kapama beretkama. Na početku stroja stoji *vojnkinja* smeđe kose uredno svijene (povezane) koja ne prelazi gornji dio ovratnika. Prilog prikazuje Predsjednicu RH u odori kako postavlja medalju na odoru vojnika, koji se nalazi desno od *vojnkinje* na početku stroja te mu čestita. Za razliku od ovog dijela kadra, u sljedećem je kadru u srednjem planu prikazan vojnik s prednje strane kako mu Predsjednica RH, snimana sa stražnje strane, postavlja medalju i rukuje se s njime (2018.08.25.55).



Slika 3. Predsjednica RH i vrhovna zapovjednica u posjetu misiji u Afganistanu, (Izvor: Arhiv HRT-a.)

Vežano za pojavljivanje *vojnkinja* u prilogu, možemo istaknuti kako se jedno pojavljivanje odnosi na detalj u kojem je prikazana slika *vojnkinje* na kamenoj površini, a iza slike se nalazi vijenac s mađarskom zastavom. Također, kadrom su bile obuhvaćene izgorjele svijeće oko slike.

Kao što smo već naveli, pojavljivanje *vojnkinje* u prilogu najviše je došlo do izražaja prilikom davanja izjava. *Vojnikinja* je davala izjavu nakon izjave vojnika, a u međuvremenu dok se *vojnkinja* u offu najavljivala, *vojnkinja* je prikazana kako u prostoru kampa razgovara s vojnikom u opuštenu atmosferu te kako upravljaju opremom na vojnom vozilu. *Vojnikinja* nosi zelenu beretku i pištolj. Izraz lica (dizanje obraza i povlačenja kraja usne) kod *vojnkinje* otkriva emociju radosti. Na slici možemo zapaziti kako je izravni utjecaj sunca na *vojnkinju* bio velika smetnja pri davanju izjave (2018.08.25.55).

Tijekom izjave *vojnkinja* opisuje zadaće koje obavlja u misiji:

Pratimo, skeniramo rutu prije zbog eventualne ugroze i ako primijetimo bilo što, što nije tipično, javljam ljudima koji su na terenu da se znaju ponašati u određenoj situaciji (Satnica Dragana Blažeković Babić, 2018.08.25.55).



Slika 4. Satnica Dragana Blažeković Babić, (Izvor: Arhiv HRT-a.)



Slika 5. Satnica Dragana Blažeković Babić, (Izvor: Arhiv HRT-a.)



Slika 6. Satnica Dragana Blažeković Babić, (Izvor: Arhiv HRT-a.)

Ponovno možemo zaključiti da se prikaz *vojnkinje* ni po čemu ne razlikuje od prikaza vojnika ni po vrsti kadra ni po odabiru sadržaja izjave. U oba slučaja *vojnkinja* je prikazana u potpunosti u svojoj profesionalnoj ulozi.

Daljnje istraživanje odnosilo se na prilog o svečanosti prisega u Požegi. Riječ je o kratkom prilogu s dvije izjave, i to vojnika i vojnkinje (prva izjava je izjava vojnika). Oboje su prikazani u *totalu*, no može se zapaziti kako je vojnkinja ipak imala nepovoljnije uvjete snimanja s obzirom na to da joj je jedan dio lica bio prekriven sjenom pa lice i oči nisu došli do izražaja. Kroz krupni plan i jasno vidljive izraze lica, ali i njen govor, u potpunosti je došla do izražaja emocija radosti ekstaza zbog ostvarenja cilja.

Odlično! Nevjerojatno iskustvo. Samo sam sretna što sam ovdje. Što sam imala priliku vidjeti kako se zapravo prolazi cijela ova obuka i što sam dio toga (Ana Lenard, ročnica, Samobor, 2017.10.28.24).



Slika 7. Ana Lenard, ročnica, Samobor, (Izvor: Arhiv HRT-a.)



Slika 8. Ana Antolović, časnica za vojnu psihologiju, (Izvor: Arhiv HRT-a.)

Posljednji prilog koji je bio predmet istraživanja odnosio se na svečanu promociju vojnih škola u Vukovaru. U tom je prilogu zabilježena najveća zastupljenost vojnkinja. Od 17 kadrova u prilogu, vojnkinje su bile zastupljene u 11 kadrova. Pojavljivanje vojnkinja u kadrovima pratilo je razvoj priče priloga. Već na početku priloga imamo pet (5) vojnkinja u srednjem planu koje zajedno u jednom redu prilaze Predsjednici RH, ministru obrane i vojnicima koji u ruci drže medalje. U prilogu se jasno čuje ženski glas koji izdaje vojničku zapovijed: Po-zdrav! nakon koje vojnkinje rukovanjem pozdravljaju osobe ispred sebe, koje im zatim uručuju medalje. U prilogu su vojnkinje dale dvije izjave. Prva je izjava bila izjava vojnkinje koja je porijeklom iz Vukovara, čiji je otac bio pripadnik brigade koja je branila grad Vukovar. U *offu* prilikom njene najave navodi se kako će vojnkinja svoju karijeru nastaviti u Petrinji. Vojnkinja pri izjavi nosi službenu odoru s kravatom i kapom na glavi. Sve su vojnkinje i vojnici oko nje u istoj vrsti odore. Ispod kape kosa je skupljena i slabo primjetna. Na licu vojnkinje uočava se diskretna uporaba kozmetičkih proizvoda. Sukladno pozitivnim

propisima o službi u HV-u uporaba kozmetičkih proizvoda dopuštena je, no mora biti neupadljiva⁷ (Slika 8).

Vojnkinja je prikazana u krupnom planu, okružena vojnicima i novinarima. U pozadini su ostale vojnkinje i vojnici koji su sudjelovali u svečanosti. U izjavi vojnkinja govori o motivima zašto se odlučila za vojni poziv.

Za vojni poziv sam se odlučila zato što sam odgajana u domoljubnom duhu. Otac mi je bio pripadnik 204. vukovarske brigade i ovdje je prisutan danas (Ana Antolović, časnica za vojnu psihologiju, 2018.06.21.51).

Sljedeći je kadar prikazao vojnkinju zajedno s ocem, koji daje izjavu (Slika 9).

Neće mi nedostajati. Ja ću stalno biti s njom i koliko god bila daleko, ona je uvijek s nama. Bitno je samo da nije otišla iz Hrvatske (Zdenko Antolović, Anin otac, 2018.06.21.51).



Slika 9. Ana Antolović, časnica za vojnu psihologiju s ocem, (Izvor: Arhiv HRT-a.)

⁷ Dopuštenje se odnosi samo na žene u vojsci.

Tijekom izjave otac grli vojnkinju povremeno dižući svoju ruku s njenog ramena i tapšajući je. Tijekom izjave izrazi lica vojnkinje javnosti odaju emociju radosti i ponosa.

Analizom priloga vidljivo je kako su svečanosti nazočili odrasli ljudi, a poznavajući vojni protokol, uvijek se pozivaju roditelji i bližnji. Stoga se može zaključiti kako su odrasli ljudi iz priloga roditelji i ostali bližnji vojnkinja i vojnika. Budući da u prethodnim kadrovima nije bio prikazan roditelj, pretpostavka je da je ovaj slučaj izuzetak jer je riječ o hrvatskom branitelju, bivšem pripadniku 204. Vukovarske brigade, kako bi se upotpunila priča o gradu Vukovaru i Domovinskom ratu.



Slika 10. Anamarija Ćurković, pilotkinja HRZ-a, (Izvor: Arhiv HRT-a.)

Prilog se nastavlja pričom o novoj pilotkinji HV-a, koja je jedina žena od šest (6) novih pilota i najbolja polaznica. Prilog je prati od samog početka ceremonije dodjele diplome, tj. od njenog izlaza iz stroja, kada se u totalu prikazuje u cijelosti, zatim kreće prema naprijed i u hodu prilazi Predsjednici RH te ju pozdravlja vojničkim pozdravom. Prelaskom s totala u srednji plan u zadnjem dijelu kadra vojnkinja je jasnije prikazana, kao i Predsjednica RH.

Nakon vojničkog pozdrava vojnkinje, Predsjednica RH joj čestita, predaje diplomu i medalju, potom se rukuju. Slijedi kadar vojnkinje u krupnom planu tijekom kojeg daje sljedeću izjavu:

Nakon pet godina školovanja sam jako sretna i ponosna što sam tu u Vukovaru i što mogu s ponosom reći da sam časnica i pilotkinja Hrvatskog ratnog zrakoplovstva (Ana-Marija Ćurković, pilotkinja Hrvatskog ratnog zrakoplovstva 2018.06.21.51).

Vojnkinja nosi službenu plavu odoru zrakoplovstva s kravatom i kapom. Jasno vidljivi izrazi lica na slici upućuju na emocije radosti i zadovoljstva. Uočava se kako vojnkinja nosi naušnice. Kao što je istaknuto prethodno, sukladno pozitivnim propisima o službi u HV-u, dopušteno je nošenje naušnica prikladnih boja i veličina koje ne narušavaju izgled (Slika 10).

Analiziramo li sliku svih priloga, utvrđena je mala zastupljenost vojnkinja među predstavnicima koji se nalaze iza osoba koje daju izjavu ili drže govore te predstavnika državnih institucija: Predsjednica RH, ministar obrane, generali i sl. (slike 11 i 12).



Slika 11. Potpredsjednik Vlade i ministar obrane Damir Krstičević drži govor
(Izvor: Arhiv HRT-a.)



Slika 12. Potpredsjednik Vlade i ministar obrane Damir Krstičević drži govor
(Izvor: Arhiv HRT-a.)

Zaključak

Glavni istraživački cilj rada bio je utvrditi kako HRT u središnjoj informativnoj emisiji Dnevnik prikazuje vojnkinje u odnosu prema vojnicima te koje informacije o vojnkinjama šalje u javnost. Dnevnik HRT-a izabran je zbog važnosti televizije kao utjecajnog medija i izvora informacija u Hrvatskoj te uloge HRT-a kao javnog medijskog servisa. Istraživanje je provedeno na priložima koji su emitirani u Dnevniku, najgledanijoj središnjoj informativnoj emisiji Hrvatske radiotelevizije, a gdje se pojavljuju vojnkinje.

Istraživanje priloga Dnevnika HTV-a koje je provedeno kvantitativnom i kvalitativnom analizom sadržaja, pokazalo je podzastupljenost vojnkinja u priložima u odnosu prema vojnicima bez obzira na to što je trend povećanja pojavljivanja vojnkinja u priložima pozitivan i raste svake godine. Pozitivni primjeri prikaza vojnkinja prilozi su koji govore o promociji vojnih škola i završetku obuke dragovoljnog služenja vojnog roka, gdje imamo uravnoteženo pojavljivanje vojnkinja i vojnika. Istraživanje je pokazalo kako se teme priloga u kojima se pojavljuju vojnkinje dominantno odnose

na protokolarne aktivnosti. No, ovdje je nužno istaknuti kako je to odlika općenito priloga o HV-u. Dominiraju prilozi o obljetnicama, ispraćaju kontingenta u međunarodnu misiju, dok je neznatan broj priloga koji se odnosi na vojne vježbe, odnosno obranu Republike Hrvatske i saveznika. To se može uzeti i kao razlog zašto se mali broj priloga odnosi na misije HV-a, osim misije pomoći civilnim institucijama (npr. poplave, snježne nepogode) koja je adekvatno popraćena, što je i razumljivo s obzirom na to da je vojska imala važnu ulogu u tim aktivnostima na razini Hrvatske.

Osim što je istraživanje pokazalo iznimnu podzastupljenost vojnkinja u odnosu prema vojnicima u pojavljivanju u kadrovima, razlika se očituje i u pojavljivanju vojnkinja i vojnika s tonom ili bez tona. Vojnikinje se u većem postotku pojavljuju bez tona, u pozadini kadra i u sporednim ulogama. Vojnikinje se u priložima nisu pojavile u funkciji nositeljica radnje ili izvora informacije. Omjer prikaza vojnkinja u priložima najbolje oslikavaju podatci o omjeru vremena trajanja izjava vojnkinja i vojnika. Prema tim podatcima participacija vojnkinja u izjavama je 12 % u odnosu prema vojnicima na koje je otpalo 82 % ukupnog vremena trajanja izjava. Vezano za kvalitativnu analizu, možemo istaknuti pozitivne rezultate analize u pojavljivanju vojnkinja. Prikaz vojnkinje ni po čemu se nije razlikovao od prikaza vojnika ni po vrsti kadra ni po odabiru sadržaja izjave. U oba slučaja vojnkinja je prikazana u potpunosti u svojoj profesionalnoj ulozi. Ono na što je nužno skrenuti pozornost jest potpis vojnkinja u priložima jer je utvrđeno kako se vojnkinje potpisuju imenom i prezimenom, bez čina, dužnosti i položaja u HV-u. Vezano za rodnu osjetljivost potpisa vojnkinja, svi prilozi koji su sadržavali detaljniji opis vojnkinje (čin, dužnost i sl.) bili su ispravno potpisani.

U konačnici, može se zaključiti kako je istraživanje pokazalo kako postoje velike mogućnosti za poboljšanje prikaza vojnkinja na televiziji, a koje bi se mogle ostvariti suradnjom HRT-a i MORH-a, posebice uzimajući u obzir da je HRT javni medijski servis. Sve bi aktivnosti mogle biti dio jednog projekta koji bi, osim utvrđivanja mjesta i uloge žena u razvoju sposobnosti Hrvatske vojske, imao za cilj pozicionirati hrvatske vojnkinje kao snažni i trajni identitet Hrvatske vojske i Hrvatske općenito.

Literatura

Agencija za elektroničke medije, (2018). *Gledanost televizijskih programa, rujan 2018.*. <https://www.aem.hr/istrazivanje-gledanosti-televizije/> [Pristupljeno: 20 04 2019].

Alaburić, V. (2003). *Sloboda misli, mišljenja, izražavanja i informiranja*. Hrvatska pravna revija, III(6).

Altheide D. L. (1991). The impact of television news formats on social policy, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 35:1, 3-21, DOI: 10.1080/08838159109364099

Biagi, S. (2006). *Media/impact: An Introduction to Mass Media*. Belmont: Cengage Learning.

Car, Viktorija; Osmančević, Leali, (2016). Televizijski narativi – pričam ti priču. *Sarajevski žurnal za društvena pitanja = Sarajevo Social Science Review*, I(5), pp. 7-27.

Car, Viktorija (2010). *Televizija u novomedijskom okruženju*. Medijske studije, 1(1-2), pp. 91-103.

Car, Viktorija, Leaković, K., Stević, A. i Stipović, A., (2017). *Žene i muškarci u televizijskim vijestima: glasovi nejednake vrijednosti*. I(23), pp. 73-100.

Car, Viktorija (2019), *Public Service Radio and Television in Croatia – at the Service of the Public or Politics?, A Pillar of Democracy on Shaky Ground: Public Service Media in South East Europe*. Sofija, KAS Media Programme SEE, str. 93-106.

Car, Viktorija (2011), *Javni medijski servisi – čuvari demokracije*. Izolacija ili integracija – kako mediji pristupaju uključivanju manjina u javnu sferu?. Zagreb, B.a.B.e!, str. 41-62.

Casero-Ripollés, A. (2020). *Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak*. *El profesional de la información*, v. 29, n. 2, e290223. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>.

- Chomsky, N. (2002). *Mediji, propaganda i sistem*. Zagreb: Čvorak.
- D'Ancona, M. (2017). *Post truth: the new war on truth and how to fight back*, Ebury Publishing.
- Founders Online (2007). *From Thomas Jefferson to John Norvell, 11 June 1807*. <https://founders.archives.gov/documents/Jefferson/99-01-02-5737> [Pristupljeno: 08 03 2019].
- Gelo, M. (2013). *Pojam istine u misli Josepha Ratzingera Istina kršćanstva*. Spectrum, I-II(3-4), pp. 49-69.
- Gilliam, F. i Iyengar, S. (2000). *Prime Suspects: The Influence of Local Television News on the Viewing Public*. American Journal of Political Science, 44(3), 560-573. doi:10.2307/2669264
- Holman, E., Garfin, D.R., i Silver, R. (2013). *Media's role in broadcasting acute stress following the Boston Marathon bombings*. Proceedings of the National Academy of Sciences, 111, 93 - 98.
- Hromadžić, H. (2014). *Medijska konstrukcija društvene zbilje*. Zagreb: AGM.
- Hrvatska radio televizija, <https://www.hrt.hr/hrt/o-hrt-u/>, [Pristupljeno: 29 12 2019].
- IPSOS, (2019). *Medijske navike u Republici Hrvatskoj, siječanj 2019.*, https://showcase.24sata.hr/2019_hosted_creatives/medijske-navike-hr-2019.pdf [Pristupljeno: 21 04 2019].
- Irwin, R.E. (2020), *Misinformation and de-contextualization: international media reporting on Sweden and COVID-19*. Global Health 16, 62, <https://doi.org/10.1186/s12992-020-00588-x>
- Kalanj, R. (2010). *Idelogija, utopija, moć*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk
- Kalinock, S. (2006). *Going on pilgrimage online. The representation of the twelfth century in the Internet*. Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet, Svezak 2.1.
- Kanižaj, I. (2011) *Propaganda protiv istine: slike rata u medijima 1991. Godine, Kultura sjećanja: 1991. Povijesni lomovi i svladavanje prošlosti*. Zagreb, Disput, str. 179-198.

Knežević, S. i Car, V. (2011). *Žene u televizijskim vijestima-Analiza središnjih informationih emisija HTV-a, RTL-a i NOVE TV*. Medijske studije, Svezak 2, pp. 76-93.

Koptyug, E. (2020). Television consumption in Germany as of March 23, 2020, by age group, <https://www.statista.com/statistics/380266/daily-tv-consumption-germany/#statisticContainer> [Pristupljeno: 30 12 2020].

Leinert Novosel, S. (2018). *Društveni položaj žena u Republici Hrvatskoj: žena i obitelj (1999. – 2016.)*, Politička misao, 55(1), str. 53-72

Leksikon radija i televizije, Drugo dopunjeno i izmijenjeno izdanje u povodu devedesete obljetnice Hrvatskoga radija i šezdesete obljetnice Hrvatske televizije (2016), Hrvatska radiotelevizija i Naklada Ljevak, Zagreb.

Malović, S. (2005). *Osnove novinarstva*. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga.

Malović, S. (2014). *Masovno komuniciranje*. Zagreb: Golden Marketing-Tehnička knjiga & Sveučilište Sjever.

McNair, B. (2004). *Striptiz kultura*. Zagreb: Jesenski i Turk.

Morgenthau, H. J. (1948). *Politics among Nations*. New York: Alfred A. Knopf.

Nyhan, B. i Reifler J. (2015). *Displacing Misinformation about Events: An Experimental Test of Causal Corrections*. Journal of Experimental Political Science. 2. 1-13.

Pan, J., Shao, Z. i Xu, Y. (2020). *The Effects of Television News Propaganda: Experimental Evidence from China*, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3579148>.

Perešin, T. (2010). *Televizijske vijesti*. 1 ur. Zagreb: Naklada medijska istraživanja, Biblioteka Budi novinar.

Perišin, T. (2008). Televizijske vijesti. *Medianali*, II(3).

Pfau M. i dr. (2008). *The Influence of Television News Depictions of the Images of War on Viewers*, Journal of Broadcasting & Electronic Media, 52:2, 303-322, DOI: 10.1080/08838150801992128.

- Poslovni dnevnik, 2017. *Poslovni dnevnik*. <http://www.poslovni.hr/tehnologija/dominacija-interneta-sve-veca-326321> [Pristupljeno: 17 01 2019].
- Propper, R. E., Stickgold, R., Keeley, R., & Christman, S. D. (2007). *Is Television Traumatic?: Dreams, Stress, and Media Exposure in the Aftermath of September 11, 2001*. *Psychological Science*, 18(4), 334–340. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2007.01900.x>
- Rapacioli P. (2018), *Good Sweden, Bad Sweden*. Stockholm: Volante.
- Reuters Institute (2017). *Digital News Report 2017*. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf?utm_source=digitalnewsreport.org&utm_medium=referral [Pristupljeno: 20 04 2019].
- Riffe, D., Lacy, S. i Fico, F. (2014). *Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research*. 3rd ur. New York & London: Routledge Taylor&Francise Group.
- Robinson, P. (2000). *The Policy-Media Interaction Model: Measuring Media Power during Humanitarian Crisis*. *Journal of Peace Research*, 37(5), 613-633. <https://doi.org/10.1177/0022343300037005006>
- Skoko, B. i Bajs, D. (2007). *Objavljivanje neistina i manipuliranje činjenicama u hrvatskim medijima i mogućnosti zaštite privatnosti, časti i ugleda*. *Politička misao*, I(44), p. 93.
- Statista Research Department (2020), *Daily television viewing time in European countries 2018*, <https://www.statista.com/statistics/422719/tv-daily-viewing-time-europe/> [Pristupljeno: 30 12 2020].
- Šućur, Z., Babić, Z. Ogresta, J., (2017). *Demografska i socioekonomska obilježja hrvatskih branitelja*, Zagreb: Ministarstvo hrvatskih branitelja i Državni zavod za statistiku.
- Vilović, G. (2004). *Etički prijepori u Globusu i Nacionalu 1999.-2000..* 1 ur. Zagreb: Fakultet političkih znanosti.

O autorima

Pukovnica **Marina Svrze** (svrzemarina@gmail.com) nakon obavljanja više dužnosti u području odnosa s javnošću u Ministarstvu obrane te nakon završenog tromodularnog specijalističkog tečaja za predavača komunikologije u Švicarskoj, kao i sudjelovanja na mnogim specijalističkim seminarima i konferencijama iz područja odnosa s javnošću u SAD-u, SRNJ, UK-u, 2004. godine počinje s provedbom nastave na Ratnoj školi “Ban Josip Jelačić” i na Vojno diplomatskoj školi na Hrvatskom vojnom učilištu „Dr. Franjo Tuđman“.

Početak školske 2007. godine preuzima dužnost nastavnika Umijeća komuniciranja na HVU-u, Katedra upravljanja i vođenja. Kao predavač iz područja komunikacijskih i medijskih znanosti sudjeluje u nastavnom procesu na svim razinama izobrazbe na HVU-u. Također, godinama je gost predavač, kako u drugim ustrojbenim cjelinama MORH-a i OSRH-a, tako i u drugim tijelima državne uprave. Naslovni je predavač u obrambeno sigurnosnom znanstvenom području i sudjeluje u nastavi na vojnom studijskom programu Vojno vođenje u predmetu Mediji, propaganda i odnosi s javnošću.

Bojnik **Mijo Knezović** (mijo.knezovic@gmail.com) obnašao je više dužnosti u sustavu MORH-a i OSRH-a. Trenutno je na dužnosti u Centru za obrambene i strateške studije Janko Bobetko, HVU.