

Pozicioniranje žena u političkom diskursu dnevnoga tiska u Hrvatskoj: Novi list i Slobodna Dalmacija u etapama ranoga tranzicijskog i posttranzicijskoga razdoblja

Rotschild, Vlasta

Doctoral thesis / Disertacija

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:186:075012>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-06-30**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)

SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET

Vlasta Rotschild

**Pozicioniranje žena u političkom diskursu
dnevnoga tiska u Hrvatskoj: *Novi list* i
Slobodna Dalmacija u etapama ranoga
tranzicijskog i posttranzicijskoga razdoblja**

DOKTORSKI RAD

Mentorica: izv. prof. dr. sc. Nataša Lah

Komentor: izv. prof. dr. sc. Hajrudin Hromadžić

Rijeka, 2021.

UNIVERSITY OF RIJEKA
FACULTY OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

Vlasta Rotschild

**Positioning of women within the political
discourse of the daily newspapers in
Croatia: *Novi list* and *Slobodna Dalmacija* in
the stages of the early transition and post-
transition periods**

DOCTORAL THESIS

Rijeka, 2021.

Mentorica rada: izv. prof. dr. sc. Nataša Lah

Doktorski rad obranjen je dana _____ na Filozofskom fakultetu
Sveučilišta u Rijeci, pred povjerenstvom u sastavu:

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

Zahvale

Najveću i neizrecivu zahvalnost dugujem mentorici izv. prof. dr. sc. Nataši Lah koja me uvijek promptno, konstruktivno i rezolutno usmjeravala konciznim uputama, mišljenjima i savjetima tijekom izrade disertacije.

Zahvaljujem komentoru izv. prof. dr. sc. Hajrudinu Hromadžiću na vrijednim sugestijama i komentarima u postavljanju istraživanja i za vrijeme provedbe znanstvenog rada .

Zahvaljujem Maji Močibob, dipl. psiholog-prof., na statističkoj obradi podataka.

Zahvaljujem prijateljici Vanji Ivović, dipl. psiholog-prof., ovlaštenoj sudskoj tumačici za engleski jezik, što mi je bila na raspolaganju za prijevode.

Zahvalna sam prijateljici Diani Jenul, mag. informatike, na računalnoj pomoći.

Zahvaljujem Petri Valković, prof. hrvatskog jezika i književnosti na lektoriranju rada.

Uz neupitnu profesionalnu i prijateljsku podršku svima vam hvala na poticajnim porukama i izvrsnoj suradnji koje su mi bile posebna motivacija u doktorskom radu.

Puno je teže razbiti predrasudu nego atom.

Albert Einstein

SAŽETAK

Tema ovog rada istražuje medijski tretman žena koje se javno i profesionalno bave politikom u Republici Hrvatskoj. Istraživanje se provodi unutar dva dnevno politička tiskana medija, *Novog lista* i *Slobodne Dalmacije* u razdoblju od 1991. do 1995. i od 2014. do 2018. godine.

Navedeni mediji odabrani su kao komparativni predložak s obzirom na prevlast političkih stranaka u sredinama unutar kojih medijski dominiraju kada je riječ o dnevno političkim temama. Dominacija lijevo liberalnih tendencija kod većine čitalačke publike *Novog lista* i desno konzervativnih kod čitalačke publike *Slobodne Dalmacije*, pretpostavlja se sukladno izbornoj prevlasti SDP-a u Primorsko-goranskoj, odnosno, HDZ-a u Splitsko-dalmatinskoj županiji, kako u periodu rane tranzicije, od 1. siječnja 1991. godine do 31. prosinca 1995. godine, tako i posttranzicijskog razdoblja, od 1. siječnja 2014. godine do 31. prosinca 2018. godine.

Polazište istraživanja temelji se na pokazateljima društvenih, napose medijskih praksi koje u odabiru vizualnog i tekstualnog sadržaja podržavaju rodne stereotipe, naročito u podjeli uloga i zadataka po spolovima. Poslovi namijenjeni ženama i muškarcima razlikuju se po društveno prihvaćenoj atraktivnosti, ekonomskoj moći i tradicionalnoj predodređenosti. U skladu s takvom percepcijom muškarci dominiraju u visokoj politici, vojsci, menadžerskim položajima u gospodarskom i bankarskom, te zdravstvenom i obrazovnom sektoru, unatoč kadrovskoj feminizaciji potonjih dviju struka. Ženama se u većoj mjeri ustupaju resori kulture, humanitarnog i socijalnog rada i pitanja ljudskih prava. Utoliko je interes istraživanja usmjeren na kvantitativnu podzastupljenost i prirodu uobičajenih diskursa prezentacije žena koje se javno i profesionalno bave politikom u medijskom prostoru.

Tijekom istraživanja provodi se komparativna analiza na dvije razine. S jedne strane unutar različitih političkih, a time i svjetonazorskih diskursa u navedenim medijima i s druge, na komparaciji medijskog materijala u svim segmentima predstavljanja, u prvom redu slike i teksta, a nerijetko i u domeni citiranja neprimjerenog vokabulara, kada je riječ o muškarcima koji se bave politikom u odnosu na žene u istoj profesiji. U obzir se time uzimaju kvantitativni pokazatelji, naknadno statistički obrađeni, sve u poredbenoj analizi navedenih dvaju dnevnika u okviru postavljene teme i vremenski definiranih etapa istraživanja.

Doprinos tako postavljenom istraživanju teme u istraženim je, novonastalim pokazateljima koji upućuju na to da ne postoji razlika u medijskom tretmanu žena koje se profesionalno bave politikom, bez obzira na očekivanu političku, odnosno svjetonazorsku disparatnost čitalačke

publike analiziranih medija, što je naglašeno u periodu od rane tranzicije, od 1991. do 1995. godine. U drugom ispitivanom periodu, od 2014. do 2018. godine, pokazuje se veća zastupljenost političarki u dnevniku *Slobodna Dalmacija*, no ne i na značajnije promjene uobičajene paradigme predstavljanja. Poredbom rezultata ranoga tranzicijskog i posttranzicijskoga perioda zaključno se pokazuje kvantitativni napredak kada je o medijskoj prezentaciji žena u politici riječ. No bez obzira na njihovu veću zastupljenost u medijima, zadržavaju se tradicionalni, diskriminatorni obrasci kada govorimo o svojstvima i sredstvima njihova smještanja u medijskom prostoru.

Rezultati u navedenom kontekstu uključuju pokazatelje medijski prihvaćenih modela održavanja rodni stereotipa i diskriminatornih praksi koje reflektiraju temeljno patrijarhalne obrasce ponašanja.

Istraživanje je bilo usmjereno na konkretne pokazatelje u medijskoj praksi s obzirom na dominantnu ulogu medija u formiranju javnog mnijenja sa ciljem moguće primjene rezultata, a time i postizanja viših standarda u medijskom provođenju rodne politike u javnoj sferi.

Ključne riječi: medijska kultura, *Slobodna Dalmacija*, *Novi list*, pozicioniranje političarki u medijima, rodni stereotipi, patrijarhalno društvo, rodna diskriminacija, rodna ravnopravnost

SUMMARY

The topic of this thesis is media treatment of women who are publicly and professionally engaged in politics in the Republic of Croatia. The research is conducted within the framework of two political daily print media *Novi list* and *Slobodna Dalmacija* in the period from 1991 to 1995 and from 2014 to 2018.

Mentioned media were selected as a comparative template, given the predominance of political parties in environments within which they dominate the media when it comes to daily political topics. The dominance of left-wing liberal tendencies among the majority of *Novi list* readers and right-wing conservative tendencies among the readership of *Slobodna Dalmacija* is assumed in accordance with the electoral dominance of SDP in Primorje-Gorski Kotar County and HDZ (CDU) in Split-Dalmatia County, both in the early transition period from 1 January 1991 to 31 December 1995, and in the post-transition period from 1 January 2014 to 31 December 2018.

A premise of the research is based on indicators of social, particularly media practices, that support gender stereotypes in the selection of visual and textual content, especially in the division of roles and tasks by gender. Jobs intended for women and men differ in their socially accepted attractiveness, economic power and traditional predisposition. Consistent with such a perception, men dominate high politics, the military, managerial positions in the economic and banking sectors, as well as health and education, despite the feminization of personnel in the latter two professions. Women are, to a greater extent, relinquished jobs in the culture sector, humanitarian and social care services and in relation to human rights issues. In that regard, the interest of the research is directed towards the quantitative under-representation and the nature of the usual discourse of presentation of women, who are publicly and professionally engaged in politics, in the media space.

During the research, a comparative analysis is performed on two levels. On the one hand, within different political, and thus also ideological, discourse in mentioned media, and on the other hand, in comparison of media material in all segments of presentation, primarily images and text, and often also in the domain of quoting inappropriate vocabulary, when it is a matter of men involved in politics in relation to women in the same profession. This takes into consideration quantitative indicators, subsequently statistically processed, all in a comparative analysis of the two daily newspapers within the set topic and time-defined stages of the research.

The contribution of exploring the topic in this way is in the researched, newly emerged indicators that demonstrate there is no difference in media treatment of women who are professionally engaged in politics, regardless of the expected political or ideological disparity of the readership of analysed media, which is more accentuated in the early transition period from 1991 to 1995. In the second research period, from 2014 to 2018, there is a greater representation of women politicians in the daily *Slobodna Dalmacija*, but there are no significant changes in the usual paradigm of representation. By comparing the results of the early and post-transition periods, quantitative progress is finally shown when it comes to media presentation of women in politics. Regardless of their greater representation in the media however, traditional, discriminatory patterns persist when we take into consideration the characteristics and means of their placement in the media space.

The results in the mentioned context include indicators of media-accepted models of preservation of gender stereotypes and discriminatory practices that reflect fundamentally patriarchal patterns of behavior.

The research was focused on specific indicators in media practice given the dominant role of the media in shaping public opinion, with the aim of possible application of research results, and thus of achieving higher standards in media implementation of gender policy in the public sphere.

Key words: media culture, *Slobodna Dalmacija*, *Novi list*, women politicians media positioning, gender stereotypes, patriarchal society, gender discrimination, gender equality

SADRŽAJ

1. Uvod	1
2. Mediji kao komunikatori i sukreatori kulture rodnih stereotipa	24
2.1. Kulturni kontekst rodne (ne)ravnopravnosti u medijskom prostoru.....	29
2.1.1. Marketinška uloga i status muškaraca u medijima.....	47
2.1.2. Marketinška uloga i status žena u medijima.....	51
2.2. Profesija političarke u hrvatskom medijskom prostoru.....	62
2.2.1. Politika u medijskom kontekstu.....	84
2.2.2. Medijske prakse lijevog i desnog političkog spektra.....	87
2.2.3. Predložak za analizu uzorka: dnevne tiskovine <i>Novi list</i> i <i>Slobodna Dalmacija</i>	92
3. Analiza uzorka i rezultata istraživanja	
3.1. Metodologija istraživanja.....	101
3.2. Analiza rezultata istraživanja.....	104
3.2.1. <i>Novi list</i>	104
3.2.2. <i>Slobodna Dalmacija</i>	123
3.2.3. Komparacija.....	142
3.3. Rasprava rezultata istraživanja	
3.3.1. Statistika.....	147
3.3.2. Kontekstualizacija.....	157
4. Zaključak	234
Literatura	240
Životopis	285

1. UVOD

Tema doktorske disertacije naslovljena je „Pozicioniranje žena u političkom diskursu dnevnoga tiska u Hrvatskoj: *Novi list* i *Slobodna Dalmacija* u etapama ranoga tranzicijskog i posttranzicijskoga razdoblja“.

Istraživanje je provedeno u razdoblju od 4. prosinca 2018. godine do 20. rujna 2019. godine prema dostupnoj građi arhiva Sveučilišne knjižnice u Rijeci. Pregledane su dnevne tiskovine *Novi list* i *Slobodna Dalmacija* u periodu od 1. siječnja 1991. godine do 31. prosinca 1995. godine i od 1. siječnja 2014. godine do 31. prosinca 2018. godine. U istraživanje su uvršteni političko-gospodarski i mozaični prilog „Tjedni *Novi list*“ iz razdoblja od 1991. do 1994. godine i politički magazin „Pogled“ od 2014. do 2018. godine. Iz dnevnika *Slobodna Dalmacija* obuhvaćeni su prilog za žene „Linija X“ i političko-gospodarski prilog „Spektar“ u vremenskom periodu od 2014. do 2018. godine.

Dnevnici *Novi list* i *Slobodna Dalmacija* odabrani su jer se radi o izdanjima iz politički disparatno orijentiranih županija. *Novi list* je riječka dnevna tiskovina, a Rijeka je sjedište Primorsko-goranske županije i glavninu publike čini takozvani lijevi spektar te se medij u skladu s time i profilirao. *Slobodna Dalmacija* je pak splitski dnevnik, odnosno pripada Splitsko-dalmatinskoj županiji i slovi kao medij desnog spektra. Iako su tiskani mediji u privatnom vlasništvu, rezultati istraživanja pokazat će reflektiraju li navedeni mediji političku sliku županija, odnosno mogu li se rezultati povezati s konzervativnim ili liberalnim pristupom prema političarkama. Drugo pitanje na koje će istraživanje podastrijeti odgovor vezano je uz transformaciju patrijarhalnih obrazaca ponašanja. Naime, intervali u kojima je provedeno istraživanje uključuje u političkom kontekstu razdoblje rane tranzicije koju prati retradicionalizacija hrvatskog društva i posttranzicijski period.

Na osnovi toga treba definirati koncept tranzicije. Kolapsom komunističkih političkih sustava, inicijalnim događajem, padom Berlinskog zida 1989. godine, u državama srednje, istočne i jugoistočne Europe trebao je uslijediti proces prelaska u demokratsko i kapitalističko društvo – tranzicija. Na pitanje zašto tranzicija nije donijela očekivane rezultate, može se odgovoriti s nekoliko aspekata. Autori Predrag Haramija i Đuro Njavro ukazuju na više značajki. Prije svega, radi se o nasljeđu političkog utjecaja na gospodarstvo, potom glomaznom i neučinkovitom birokratskom sustavu, korupciji, u većini slučajeva dvojbenoj privatizaciji i unificirane i nedovoljne pomoći razvijenih zapadnih država. Osim toga razloge treba uočiti u naslijeđenom, ukorijenjenom mentalnom sklopu preuzetom iz socijalizma koji pruža otpor

promjenama. Sve navedeno može se primijeniti i na Hrvatsku. Iako se smatra da je tranzicija dovršena ulaskom Hrvatske u Europsku uniju 2013. godine, konkurentno gospodarstvo, odvojenost politike od poduzetnika i uza sve to socijalnu državu, tek treba uspostaviti. U Hrvatskoj je situacija u prvim godinama tranzicije od 1990. - 1993. godine dodatno nepovoljnija zbog rata. Od 1996. godine uslijedila je gospodarska stabilizacija, ali je globalna financijska kriza 2008. godine ponovno vraća natrag. Do danas većina tranzicijskih zemalja nije doživjela istinski ekonomski procvat¹. Drugi autor, Hajrudin Hromadžić, uz pojam tranzicije spominje i pojam transformacije. Interpretirana u tom smislu transformacija totalitarnog društva kontinuiran je i za razliku od tranzicije nedovršen proces. Razočaranje javnosti bivših socijalističkih zemalja izostankom očekivanog demokratskog i ekonomskog blagostanja može ponuditi i drukčiji uvid u idealizirani koncept tranzicije. Pod time se razumijeva da se sve u prošlom sustavu deklarira kao bezvrijedno pa makar bilo vizionarski, inovativno i suvremeno, na tragu humanističkih i prosvjetiteljskih ideja. S obzirom na to, tranzicija popunjava prostor za neoliberalni kapitalizam, retradicionalizaciju i porast neofašističkih zagovornika, a na prostoru bivše Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije (SFRJ) jačanjem nacionalizama. Raspadom SFRJ 1990-ih godina u Hrvatskoj je, umjesto deklarativno demokratskog, uspostavljen autokratski režim. No, radi pristupnih pregovora za članstvo u Europskoj uniji u javnom diskursu prevladale su politike s obilježjima liberalno demokratskih vrijednosti i kapitalističkog društvenog uređenja. S vremenom bistri se činjenica što tranzicija u Hrvatskoj zaista jest: poligon za eksploataciju multinacionalnih kompanija, agresivnu infiltraciju klera i njihovih pristalica u političke procese (referendum o definiciji braka, vjerski programi u javnim medijima, vjeronauk u školama, agitiranje vjerskih dužnosnika za pojedine političke opcije i slično), kriminalna privatizacija, propast do tada uspješnih tvrtki i posljedično tomu gašenje proizvodnje, gubitak monetarne i telekomunikacijske suverenosti, nezaposlenost i odljev visokoobrazovanog kadra iz države, snažna korupcija i disfunkcionalno pravosuđe. Tranzicija u Hrvatskoj regredirala je društvo umjesto da ga je povela u visoke demokratske standarde i transparentu tržišnu ekonomiju².

¹ Predrag Haramija; Đuro Njavro, Tranzicija i njezini rezultati – zašto tranzicija iz komunističkog u demokratski sustav tržišnog gospodarstva nije ostvarila očekivanja (Obnovljeni život, 2016, 71, 4, 515–528).

<https://hrcak.srce.hr/171031> (pristupljeno 22. rujna 2020).

² Hajrudin Hromadžić, Historizacija tranzicije – slučaj (post) jugoslavenskog prostora (Socijalna ekologija, 2020, 29,1, 81–95).

<https://hrcak.srce.hr/238006> (pristupljeno 22. rujna 2020).

U fokusu argumentacije komparacija je medijskog plasmana političarki i političara. Uspoređeni su dobiveni rezultati i to prema frekvenciji i postotcima članaka političara i političarki, članaka vezanih uz fotografiju političara i političarki, potpisanih fotografija političara i političarki, zastupljenosti političara i političarki na naslovnicama dnevnika, u vijestima iz kulture, sporta, mozaičnih sadržaja i crne kronike, korupcije i sukoba interesa. Prema ovim rezultatima u raspravnom dijelu disertacije analizirat će se zastupljenost političara i političarki prema utvrđenim parametrima i utvrditi je li postignut pomak u kvantitativnom smislu prisutnosti političarki u člancima kao i relacije spram fotografija i fotografija s potpisom u istraživanim skupinama. Podatci dobiveni iz navedenih rubrika pokazat će jesu li neka zanimanja tradicionalno namijenjena muškarcima i ženama preslika političkog života, a time i medijskog praćenja. Rezultati zastupljenosti političara i političarki na naslovnicama dnevnika predočit će koliko mediji pridaju pozornosti vidljivosti političarki na prominentnom mjestu u dnevnim listovima.

S tim u vezi, istraživanje će iskazati je li u posttranzicijskom razdoblju učinjen napredak u medijskom prikazivanju političarki. Dakle, provedeno istraživanje doprinijet će razjašnjavanju pozicioniranja političarki u medijima na primjerima dvaju tiskanih dnevnika u Hrvatskoj. Rezultati će također biti doprinos unapređenju tretmana političarki u medijima, uklanjanju medijskih stereotipa i diskriminacije prema političarkama, podzastupljenom spolu. Svrha je utjecati na veću medijsku vidljivost političarki, a time i na poticanje žena na prihvaćanje političkog angažmana. Primjeri skandinavskih zemalja pokazali su da je paritetna demokracija bitan čimbenik u indeksu razvoja društva. Ekonomska moć, kao i sve druge sektorske politike, povezane su s ravnopravnosti i društvenim prosperitetom. Cilj istraživanja doprinos je promicanju rodne ravnopravnosti, uklanjanje stereotipa i diskriminacije prema ženama u medijima, javnom prostoru i društvu općenito.

U disertaciji će se odgovoriti na istraživačko pitanje je li u razdoblju od dvadesetak godina u Hrvatskoj nastao pomak u patrijarhalnom svjetonazoru, to jest, u okviru teme, postavlja se hipoteza je li postignut napredak u medijskom tretmanu političarki na primjerima dvaju hrvatskih dnevnih tiskovina *Novog lista* i *Slobodne Dalmacije*. Izabrano razdoblje za istraživanje je razdoblje rane tranzicije i posttranzicijskog razdoblja. Prvi period od pet godina, od početka siječnja 1991. godine do kraja prosinca 1995. godine, smješten je u kontekst ratnih godina u Hrvatskoj, promjene socijalističkog društvenog uređenja u kapitalističko i pretvorbe državnog u privatno vlasništvo. Uslijedile su masovne propasti poduzeća, a gubitkom radnih mjesta naročito su bile pogođene žene. U takvim okolnostima došlo je do retradicionalizacije

hrvatskog društva, pozicioniranje žena uz dom i obitelj. Politika nije bila ženski posao. Politikom se s obzirom na ulogu žene u patrijarhalnom društvu uglavnom bave muškarci. Žene na političkim funkcijama bile su rijetkost, a naročito na visokim političkim pozicijama. Za drugo posttranzizijsko razdoblje određen je period od također pet godina i to od početka siječnja 2014. godine do kraja prosinca 2018. godine. Dakle, istraživanjem je obuhvaćeno deset godina podijeljenih u dvije vremenski jednake etape po pet godina. Postavljenim istraživačkim pitanjem odgovorit će se novim podacima, na primjerima dvaju tiskanih medija, je li Hrvatska postigla napredak u medijskom pozicioniranju političarki, a u širem smislu je li postignut odmak od tradicionalnih obrazaca ponašanja.

Drugo istraživačko pitanje dokazat će ili opovrgnuti tezu postoji li razlika u medijskom prikazu političarki u politički različito orijentiranim županijama, Primorsko-goranskoj i Splitsko-dalmatinskoj. S jedne strane, u Primorsko-goranskoj županiji tradicionalno je na vlasti lijeva politička opcija dok je u Splitsko-dalmatinskoj dominantno desno političko opredjeljenje. U spektru lijevih svjetonazora žene bi trebale biti u ravnopravijem tretmanu, zastupljenije na stranačkim funkcijama, uobičajeno prihvaćene u poslovima vezanima uz napredovanje na pozicije moći. Iako su se paritetnoj demokraciji približile jedino skandinavske zemlje, načelno gledano, u lijevom političkom profiliranju žene imaju veću ravnopravnost. Desna konzervativna politika žene odvraća od poslova i aktivnosti izvan doma, naročito karijernih. Treba uzeti u obzir da su tiskani mediji u Hrvatskoj u privatnom vlasništvu te ne trebaju nužno odražavati stav regije kojoj pripadaju već su vezani uz uređivačku politiku odnosno glavno uredništvo. Vlasnik medija pak ne bi trebao imati utjecaja na objavljivanje medijskih sadržaja. U skladu s time, rezultati istraživanja pokazat će priklanjaju li se mediji, na primjerima određenih dnevnika političkom sklopu biračkog tijela.

Imajući sve navedeno na umu, očekivani znanstveni doprinos je primijeniti rezultate istraživanja za unapređenje pozicije političarki u medijskoj kulturi, ali i unapređenje neravnopravnog položaja žena u javnom prostoru.

U prvoj fazi istraživanja korištena je deskriptivna metoda.³ Njome su prezentirana dosadašnja istraživanja statusa žena u medijima u svijetu i u Hrvatskoj, opći termini poput roda, feminizma, fenomena „staklenog stropa“ i „staklene litice“, pojam kulture i medija kao sukreatora kulture i obilježje politike u medijskom kontekstu. Definirani su profili dnevnika *Novi list* i *Slobodna*

³ Ratko Zelenika, *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela* (Rijeka: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, 2000), 338–9.

Dalmacija te iznijeti statistički podaci o političkoj orijentaciji županija u kojima se plasiraju dnevni.

Za materijale istraživanja upotrijebljena je arhivska građa Sveučilišne knjižnice u Rijeci: dnevni *Novi list* i *Slobodnu Dalmaciju* za istraživanja razdoblja od 1. siječnja 1991. do 31. prosinca 1995. godine i od 1. siječnja 2014. do 31. prosinca 2018. godine. U vezi s time istraživački korpus obuhvaća po deset godina za svaki istraživani dnevni list.

U drugoj fazi rada provedena je metoda brojenja.⁴ Utvrđen je broj članaka koji su pojedinačno vezani uz političare i političarke, na mjesečnoj i godišnjoj razini te po definiranim etapama. Istom metodom određen je broj slika i broj potpisanih slika političara i političarki povezanih s člancima. Od ukupnog broja članaka izdvojeni su ponovo brojčanom metodom oni vezani uz vijesti iz kulture, sporta, mozaika i crne kronike, korupcije i sukoba interesa kako bi se u zaključcima obrazložilo jesu li političarke zastupljenije u nekim rubrikama, a podzastupljene u drugima i objasnilo uzroke. Iz svih rubrika brojčano su prikazane vijesti na naslovnici kako bi se utvrdilo pozicioniranje političarki na najistaknutijem dijelu tiskovina.

Prikupljeni grupirani podatci prema određenim parametrima statističkom metodom prikazani su rezultati kružnim dijagramima i tablicama.⁵ Kružni dijagrami podijeljeni su u tri skupine. Prvima su usporedno predstavljeni postotci zastupljenosti političara i političarki u člancima, drugima postotci zastupljenosti fotografiranih istraživanih skupina i potpisanih fotografija političara i političarki, a trećima postotci u kojima se javljaju političari i političarke na naslovnicama dnevnika. Ovakav postupak proveden je za svaku godinu oba istraživana razdoblja, zasebno za oba dnevna lista te su konačno prezentirani ukupni rezultati u obje tiskovine za prvu i posebno za drugu etapu. U tablicama su prikazane frekvencije i postotci istraživanih skupina za članke, slike, slike s potpisom, vijesti, rubrike iz kulture, sporta, mozaika i crne kronike, korupcije i sukoba interesa. Prva tablica prikazuje rezultate za *Novi list* u periodu rane tranzicije zasebno za svaku godinu od 1991. do 1995. godine. Druga tablica predstavlja rezultate *Novog lista* za posttranzicijsko razdoblje pojedinačno za svaku godinu od 2014. do 2018. godine. Treća i četvrta tablica na isti način predstavljaju podatke dobivene za *Slobodnu Dalmaciju*. Posljednja tablica odnosi se na ukupne rezultate, frekvencije i postotke u oba dnevnika i za oba istraživana razdoblja.

⁴ Zelenika, 2000: 384-5.

⁵ Zelenika 2000: 341-7.

U idućoj fazi rada provedeno je komparativno istraživanje.⁶ Rezultati su uspoređeni prema frekvenciji i postotcima članaka političara i političarki, članaka s fotografijom i potpisanih fotografija političara i političarki, njihova zastupljenost na naslovnica dnevnik, u vijestima iz kulture, sporta, mozaičnih sadržaja i crne kronike, korupcije i sukoba interesa.

Temeljem rezultata, metodom analize⁷ zastupljenosti političara i političarki prema definiranim kriterijima, utvrdit će se je li postignut pomak u kvantitativnom smislu zastupljenosti političarki u člancima kao i omjer fotografija i fotografija s potpisom u istraživanim skupinama. Podatci će odgovoriti na pitanje korespondira li tradicionalna podjela „muških“ i „ženskih“ poslova na dodjelu političkih resora i posljedično tome medijskog interesa različitog intenziteta. Rezultati zastupljenosti ispitivanih skupina na naslovnica dnevnik pokazat će koliki je medijski angažman u predstavljanju političarki na uočljivom mjestu u dnevnicima.

Deduktivnom metodom⁸, to jest izlaganjem općenitih tvrdnji o položaju žena u društvu tijekom povijesti te njihovom statusu i zastupljenosti u medijima, izvedeni su provedenim, suženim istraživanjem usredotočenim na pozicioniranje političarki u definiranim tiskanim medijima u Hrvatskoj, *Novom listu* i *Slobodnoj Dalmaciji*, tijekom razdoblja rane i posttranzicije, pojedinačni zaključci kojima je potvrđen početni, opći stav o podzastupljenosti, diskriminaciji i marginalizaciji žena kako u društvu tako i u medijima. Time je, metodom dokazivanja, utvrđena točnost znanstveno dokazanih ranijih stavova prikazanih u pregledu dosadašnjih istraživanja.⁹

Metodom sinteze¹⁰ odgovorit će se na istraživačko pitanje realizacije pomaka u medijskom pozicioniranju i tretmanu političarki te je li polučen napredak u odnosu na tradicionalni društveni obrazac ponašanja. Drugi definirani istraživački problem dokazat će ili opovrgnuti tezu postoji li razlika u medijskom prikazu političarki u politički različito orijentiranim županijama, Primorsko-goranskoj i Splitsko-dalmatinskoj.

S obzirom na različitu političku orijentaciju županija u kojima se plasiraju dnevnic, veća zastupljenost političarki bila bi očekivana u *Novom listu* jer ga konzumira biračko tijelo

⁶ Zelenika, 2000: 339–340.

⁷ Ratko Zelenika, *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog dijela*, 5. izmijenjeno i dopunjeno izdanje; *Knjiga osma: Znanstvene međusobno povezane metode* (Kastav: IQ Plus, 2013), 250.

⁸ Zelenika, 2000: 325–327.

⁹ Zelenika, 2000: 334–6.

¹⁰ Zelenika, 2013: 272.

tradicionalno lijevo orijentirano, time sklonije egalitarnoj politici. Međutim, rezultati su pokazali da se istraživani mediji priklanjaju prikazima političara i političarki neovisno o spolu, ali u vezi s političkom orijentacijom čitalačke publike. Pri tome treba naglasiti da je u etapi rane tranzicije zastupljenost političarki jednako niska u obje tiskovine. Tek u razdoblju posttranzicije veća prisutnost žena u političkom prostoru rezultirala je i većom zastupljenošću u medijima. Suprotno očekivanjima, veća je zastupljenost političarki u *Slobodnoj Dalmaciji*.

Ova disertacija inkorporira nekoliko disciplina odnosno njezino područje istraživanja je interdisciplinarno. Prije svega to je područje humanističkih znanosti u koje se ubrajaju rodni studiji temeljeni na feminističkim pokretima, proučavanju roda, ženskih i muških studija. Ženski studiji fokusirani su na unapređivanje feminističko emancipacijske prakse¹¹. Iz područja društvenih znanosti istraživanje uključuje informacijske i komunikacijske znanosti, granu masovni mediji¹², na ciljanom uzorku ispitivanja dvije tiskovine. Politološko istraživanje diskursa u izabranim medijima u svojstvu je proučavanja pozicioniranja politički angažiranih osoba, naročito medijskih kvalifikacija političarki u kontekstu ideologija dvije politički dispartno orijentirane županije.

U pripremi istraživanja proučena je relevantna literatura koja se odnosi na ulogu medija u razvoju demokratskog društva, važnost medijske pismenosti građanstva i društvene stereotipe prema ženama. U svrhu disertacije istražene su reference koje su usmjerene naročito na pozicije moći i sektorska djelovanja koja muškarci i žene zauzimaju u hrvatskom društvu, ali i u svijetu, a time i na medijsku prezentaciju žena. Pregledana je građa koja se odnosi na medijski tretman žena u Hrvatskoj i na globalnoj razini kao i ranije provedena slična istraživanja. Ukupno je ispitano 133 bibliografske jedinice i pregledano 344 novinska izvora. Od toga se navodi bibliografija koja je u užem smislu vezana uz temu. Dosadašnje znanstvene spoznaje usmjerene uz temu disertacije polaze od pojmova kulture, roda i rodne ravnopravnosti. Uopćenu definiciju kulture kao spektra vrijednosnih sustava, običaja i uvjerenja te o determinirajućoj ulozi kulture u oblikovanju socijalnih kontakata i obiteljskih odnosa predočio je Terry Eagleton¹³. Kompleksnijim istraživanjem kulturnog konteksta mnogi autori bavili su se ženskom samoobjektivizacijom odnosno pasivizacijom ženskog viđenja sebe očima muškarca. Eliot Aronson, Timothy Wilson i Robin Akerton navode zdravstveno opasan trend pretjerane

¹¹ <https://zenstud.hr/zenski-studiji/> (pristupljeno 27. siječnja 2020)

¹² Zelenika, 2013: 41–2.

¹³ Terry Eagleton, *Ideja kulture* (Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, 2002), 8, 46, 155–6.

mršavosti kao „poželjnog“ ženskog tijela koji vodi u prehrabene poremećaje, anoreksiju i bulimiju¹⁴. Kauzalni aspekt samoobjektivizacije kao čimbenik okidač za razvoj potencijalnih psihičkih bolesti uočavaju i autorice Barbara Fredrickson¹⁵, Jennifer Muehlenkamp¹⁶, a Tanjaré McKay uz to predlaže mjere za prevenciju samoobjektivizacije i osnaživanje¹⁷. Na tom tragu Danijel Labaš, Maja Mihovilović¹⁸ i Hajrudin Hromadžić¹⁹ slažu se da je u prevladavajućoj patrijarhalnoj kulturi žena transformirana u objekt muškog pogleda. Pored toga, patrijarhalna struktura društva u kulturi podržava podređenost žena u svim sferama života, kako javnim tako i privatnim unutar obitelji²⁰. U kontekstu ovog istraživanja od iznimnog je značaja definirati rod koji treba odvojiti od spola. Spol je predodređen rođenjem kao ženski ili muški i određuju ga biološke karakteristike, vanjski i unutrašnji spolni organi, hormoni i sekundarne spolne osobine. Rod, kako ga definira Vijeće Europe, društveni je konstrukt spolova manifestiran u dodijeljenim ulogama i zadacima u javnom i privatnom životu. Poimanje roda i rodnih uloga varira u različitim društvenim zajednicama i kulturama. Prevladavajući konstrukt roda

¹⁴ Eliot Aronson, Timothy D. Wilson, Robin M. Akert, *Socijalna psihologija* (Zagreb: Mate, 2005), 264, 270–271, 273–274.

¹⁵ Barbara L. Fredrickson; *Tomi-Ann Roberts* (June 1997). "Objectification theory: toward understanding women's lived experiences and mental health risks". *Psychology of Women Quarterly*. Sage. 21 (2): 173–206. doi:10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x., <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x> (pristupljeno 19. kolovoza 2018).

¹⁶ Jennifer J. Muehlenkamp,; *Renne N. Saris–Baglama* (10 Jan 2003). "Self–Objectification and its Psychological Outcomes for College Women". *Psychology of Women Quarterly*. 26: 371–379. doi:10.1111/1471-6402.t01-1-00076, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/1471-6402.t01-1-00076> (pristupljeno 20. kolovoza 2018).

¹⁷ Tanjare McKay (2013-09-30). "Female Self-Objectification: Causes, Consequences and Prevention". *McNair Scholars Research Journal*, <https://commons.emich.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1065&context=mcnair> (pristupljeno 20. kolovoza 2018).

¹⁸ Danijel Labaš, Maja Mihovilović, „Mediji i konstruiranje mita o ženskoj ljepoti“, u: Matea Jalžević at al.: *Žene kroz povijest* (Zagreb: Društvo studenata povijesti „Ivan lučić-Lucius“, 2014), 175–8.

¹⁹ Hajrudin Hromadžić, *Medijska konstrukcija društvene zbilje. Socijalno-ideološke implikacije produkcije medijskog spektakla* (Zagreb: AGM, 2014), 86.

²⁰ Jasenka Kodrnja, „Kultura kao afirmacija i negacija, ne-kultura, ne-kulturi“, u: Jasenka Kodrnja at al.: *Kultura, drugi, žene* (Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, Hrvatsko filozofsko društvo, Plejada d.o.o. , 2010), 125.

pretpostavlja mušku dominaciju u većini životnih područja²¹. Diferencijacijom spola i roda nameće se pitanje rodne ravnopravnosti, realizacije mogućnosti i sposobnosti neovisno o spolu. U tome smislu korišteni su radovi feminističkih aktivistica i spisateljica Linde Nochlin i Whitney Chadwick koje su se bavile tradicionalnom ulogom žena kroz povijest. Prema Chadwick obespravljenošću žena prisutna je tijekom većeg dijela povijesti²² dok prema mišljenju Nochlin jedine rodne uloge priznate im jesu one supruge i majke. Društveno prihvatljivi oblici ponašanja uskraćuju razvoj punih potencijala u oba spola, a odricanje privilegija muškaraca nemoguće je očekivati dok ne budu nagnani odreći ih se²³. Stoga austrijska teologinja i povjesničarka Anna Maria Grünfelder smatra da bi se proces postizanja rodne ravnopravnosti trebao provoditi istodobno s institucionalnom ravnopravnošću i prevladavanjem mizoginih obrazaca mišljenja i djelovanja²⁴. U istraživanju tematski vezane literature nesporno je da su feministički pokreti utjecali na uklanjanje rodne nejednakosti. Razvoj feminističkih pokreta može se pratiti kroz tri faze. Prva je pokret sufražetkinja od sredine 19. stoljeća koji se iz Sjedinjenih Američkih Država razgranao diljem svijeta. Potom je u drugoj polovini 20. stoljeća uslijedio drugi val feminizma, moderni ili rodni feminizam diferenciran u nekoliko smjerova: liberalni, marksistički, radikalni, socijalistički i postkulturni. S početkom 21. stoljeća, razvojem novih tehnologija i rastuće svijesti o zaštiti okoliša i preraspodjele društvene moći, javlja se ekofeminizam, *cyberfeminism* i *power feminism*²⁵. Klasifikaciju suvremenog feminizma Mirela Holy proširuje s liberalnim, radikalnim i socijalnim feminizmom, različitih u ciljevima i metodama djelovanja, a zajedničko im je usmjeravanje pozornosti javnosti prema stereotipnom poimanju ženstvenosti, rodnim ulogama i heteroseksualnosti²⁶. Ulogom feminističkih pokreta

²¹ Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje (2010) „Spol i rod“, <https://www.sezamwebnet.net/hr/spo-i-rod/> (pristupljeno 27. svibnja.2018).

²² Whitney Chadwick, „Umjetnice i politika prikazivanja“, prev. Ljiljana Kolečnik i Jasenka Zajec, u: Ljiljana Kolečnik: Feministička likovna kritika i teorija likovnih umjetnosti. (Zagreb: Centar za ženske studije, 1999), 198.

²³ Linda Nochlin, „Zašto nema velikih umjetnica“, prev. Ljiljana Kolečnik i Jasenka Zajec, u: Ljiljana Kolečnik: Feministička likovna kritika i teorija likovnih umjetnosti. (Zagreb: Centar za ženske studije, 1999), 6, 20.

²⁴ Anna Maria Grünfelder, „Feministička teološka etika“, u: Đurđa Knežević, Koraljaka Dilić: Žene i politika: Suvremeni ženski/feministički pokreti u post-komunističkim državama/10 godina poslije (Zagreb: Ženska infoteka, 2004), 26.

²⁵ Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, s.v. „feminizam“

²⁶ Mirela Holy, *Mitski aspekti ekofeminizma* (Zagreb: TIM press, 2007) 46–7.

nakon pada komunizma u zemljama bivšeg istočnog bloka bavile su se autorice Đurđa Knežević, Andrea Špehar i Tetiana Rymarenko. Prema Knežević uspostavom kapitalističkog društvenog uređenja ugasile su se nevladine institucije od važnosti za ženska ljudska prava. Nedostatke su donekle supstituirali Europska unija i Ujedinjeni narodi, a ženska iskustva protkana su sličnostima i razlikama u razvoju feminističkih pokreta²⁷. Špehar naglašava odstupanja u prioritetima zapadnoeuropskih i istočnoeuropskih žena te se u tom kontekstu trebaju tražiti specifičnosti kojima bi se feministički pokreti bavili poput zapošljavanja, stanovanja i skrbi za potrebite članove obitelji²⁸. Oprečnog je stava Rymarenko, smatrajući disproporcije beznačajnima, a rodnu problematiku globalnom: svi oblici nasilja, borba za ravnopravnu raspodjelu društvenih dobara, veća politička participacija i uklanjanje diskriminacije²⁹.

Na temelju rodnog opredjeljenja u okviru istraživanja istaknuto mjesto pridaje se rodnim stereotipima. David Schneider definira ih kao generalizaciju osobina tipičnih za muškarce i žene i očekivanja kakvi bi oni trebali biti³⁰. Mirjana Adamović objasnila je manifestaciju rodnog stereotipa, seksizma, na individualnoj i institucionalnoj razini te unutarne i vanjske prepreke u karijernom doseg³¹. Treba napomenuti da je međunarodna organizacija, Vijeće Europe, prepoznala problem seksizama i donijela prvu internacionalnu definiciju³². Druga

²⁷ Đurđa Knežević, uvod u knjizi Đurđe Knežević i Koraljke Dilić *Žene i politika: Suvremeni ženski/feministički pokreti u post-komunističkim državama/10 godina poslije* (Zagreb: Ženska infoteka, 2004), 11–12.

²⁸ Andra Špehar, „Istraživanje o suvremenim ženskim pokretima i rodnoj politici u poskomunističkim zemljama – nedostaci i mogućnosti“, u: Đurđa Knežević, Koraljka Dilić: *Žene i politika: Suvremeni ženski/feministički pokreti u post-komunističkim državama/10 godina poslije* (Zagreb: Ženska infoteka, 2004), 43–4.

²⁹ Tetiana Rymarenko, „Ženski pokret u Ukrajini: Fantomska prijetnja“, u: Đurđa Knežević, Koraljka Dilić: *Žene i politika: Suvremeni ženski/feministički pokreti u post-komunističkim državama/10 godina poslije* (Zagreb: Ženska infoteka, 2004), 110.

³⁰ David J. Schneider, *The Psychology of Stereotyping*, The Guilford Press, (NY) 2005.

³¹ Mirjana Adamović, *Žene i društvena moć* (Zagreb: Plejada, Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, 2011), 127–8.

³² Portal Vox feminae, <https://voxfeminae.net/vijesti/vijece-europe-usvojilo-prvi-medunarodni-pravni-instrument-za-borbu-protiv-seksizma/> (pristupljeno 2. prosinca 2019.)

autorica, Suzana Kunac, rodne stereotipe smatra odgovornim za medijsko prikazivanje žena s naglaskom na tjelesnosti³³.

Za raspravu o medijima kao komunikatorima kulture rodne neravnopravnosti izabrani su izvori nekoliko autora. Sut Jhally ukazao je da glazbeni video spotovi od svojih početaka ranih 1980-ih godina koriste hiperseksualne slike predstavljajući ženska tijela kao sredstvo plaćanja i potrošnje³⁴. Su-Lin Gan, Dolf Zillman i Michael Mitrook uočili su da seksualno eksplicitni prikazi afroameričkih žena u rap glazbi negativno procjenjuju izvođačice, a time i generalno podcjenjuju afroameričke žene. Yuanyuan Zhang, Laura Miller i Kristen Harrison dokazale su da seksualno eksplicitna glazba u videospotovima kreira seksualne dvostruke standarde što znači da je za žene manje prihvatljivo seksualno iskustvo, nego za muškarce. Gad Sad prosuđuje da teza o spolno specifičnim štetnim posljedicama, poput negativnog učinka na samosvijest žena, nije još poduprta istraživanjima³⁵. Istraživanje Cathy Cohen pokazalo je da mladi Afroamerikanci, najveći konzumenti rap glazbe i video spotova, smatraju da su u toj vrsti glazbenog izričaja prenaplašeni seksualizirani i degradirajući prikazi žena³⁶. *Katherine Frith, Ping Shaw i Hong Cheng istražujući medijski žanr reklama zaključile su da je ideal ženske ljepote različit u kulturama*. U američkoj kulturi naglašava se ženska tjelesnost te prevladavaju reklamni sadržaji vezani uz odjeću. Azijski ženski časopisi nude sadržaje koji propagiraju kozmetičke proizvode za ljepotu lica. Istraživanje je pokazalo da prikazi žena kao seksualnih objekata nisu globalni fenomen. U azijskoj kulturi nije još prihvaćena feministička teorija. Stoga u skladu s tradicionalnim vrijednostima prikaza ženskih tijela nema u azijskoj umjetnosti. U skladu sa ženskom samoobjektivizacijom u zapadnom društvu žene mogu misliti da muškarci više gledaju njihova tijela dok azijske žene naglašavaju lice kao objekt muškog

³³ Suzana Kunac, „Medijska prezentacija žena na vodećim pozicijama, stereotipi, stereotipi, stereotipi“, 53–7, u: Maja Dubljević at al.: *Žene i vođenje* (Zagreb: Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje, 2006), 56.

³⁴ Sut Jhally (director) (2007). *Dreamworlds 3: Desire, Sex@ Power in Music Video (Documentary)*. USA: Media Education Foundation, <https://emro.lib.buffalo.edu/emro/emroDetail.asp?Number=3057> (pristupljeno 5. kolovoza 2018).

³⁵ „Exploitation of women in mass media.“ *Magazines*, https://www.magazines.com/magazinedetail.php?d=Exploitation_of_women_in_mass_media (pristupljeno 11. kolovoza 2018).

³⁶ Michael Conlon (February 1, 2007). "Young U.S. blacks believe in politics: study". Reuters. *Chicago*, <https://www.reuters.com/article/us-usa-blacks-attitudes/young-u-s-blacks-believe-in-politics-study-idUSN3032202920070201> (pristupljeno 12. kolovoza 2018).

pogleda³⁷. S aspekta rodno osjetljivih medijskih poruka i informacija Kate Linker potvrđuje studije navedenih autora o vizualnim prikazima žena, pasivnih, u ulozi objekta kao dokaz patrijarhalnih društvenih odnosa³⁸.

U korpus analiziranih tekstova koji su važni za temu rada ulaze i reference povezane s profesionalnim statusom žena u medijima. Osim teorijske literature navode se izvještaji međunarodnih organizacija sa statističkim podacima o njihovom medijskom položaju. Autori Mieke Ceulemans i Guido Fauconnier sakupili su svjetska istraživanja do 1979. godine o prikazivanju, ulozi i društvenom položaju žena u masovnim medijima. Autori su se referirali i na reklame budući da su one od naročitog utjecaja za prikazivanje žena u medijima. Iako je u Sjevernoj Americi početkom sedamdesetih godina prošlog stoljeća polovina žena bila zaposlena, u reklamama su se žene većinom prikazivale kao kućanice i u tradicionalnim ženskim zanimanjima te nisu obavljale javne ugledne poslove dok su se muškarci prikazivali u raznim profesionalnim ulogama izvan kuće. Američki prikazi žena u reklamama mogu se preslikati na zapadnoeuropske jer je američka marketinška industrija predvodnica u osmišljavanju reklama. Ženski stereotipi u reklamama izražavali su se naglašavanjem jedinog životnog cilja – kako privući muškarca. Stoga su žene u reklamama mlade, atraktivne i seksualni objekti. U profesionalnom statusu brojčano su podzastupljeni spol naročito na financijski bolje plaćenim položajima i mjestima donošenja odluka. Budući da muškarci dominiraju na rukovodećim položajima, muški pogled na žene odražava njihovu sliku u reklamama. Isto tako u Latinskoj Americi one su kao seksualni objekti prevladavajući reklamni prikazi. U zapadnoj Europi, Sjevernoj i Latinskoj Americi stereotipna slika opstaje na radiju i televiziji. Vijesti zanemaruju njihovo sudjelovanje u javnom životu što se manifestira u ograničenoj vidljivosti novinarki i voditeljica. Potom filmska industrija održava stereotipne rodne uloge. Tome je tako zbog nedostatka scenaristica. Tiskani mediji reflektiraju stereotipe naglašavajući žensku majčinsku, bračnu i seksualnu ulogu s iznimkom socijalističkih zemalja Istočne i Srednje Europe. U skladu s društvenim uređenjem, časopisi su bili usredotočeni na edukativne teme umjesto na reklame, zabavu i potrošnju. Generalno gledano, žene samo u

³⁷ Katherine Frith; Ping Shaw; Hong Cheng, (March 2005). "The construction of beauty: a cross-cultural analysis of women's magazine advertising". *Journal of Communication*. Wiley. 55 (1): 56–70. doi:10.1111/j.1460-2466.2005.tb02658.x, [https://cm.cm.nsysu.edu.tw/teacher/The Construction of Beauty .pdf](https://cm.cm.nsysu.edu.tw/teacher/The%20Construction%20of%20Beauty.pdf) (pristupljeno 6. kolovoza 2018).

³⁸ Kate Linker, „Prikazivanje spolnosti“, prev. Ljiljana Kolečnik i Jasenka Zajec, u: Ljiljana Kolečnik: *Feministička likovna kritika i teorija likovnih umjetnosti*. (Zagreb: Centar za ženske studije, 1999), 116.

televizijskim vijestima imaju jednake šanse za razvoj karijere jer su menadžerske pozicije u muškoj domeni zbog sklonosti muškaraca da zapošljavaju i unapređuju muškarce radi muškog pogleda na ženske kompetencije ³⁹. Giulia Pozzi također ističe da je podzastupljenost žena u medijima, bilo da se radi o radnom statusu ili spominjanju u medijima, rasprostranjena širom svijeta pozivajući se na međunarodne dokumente, Pekinšku deklaraciju i Akcijsku platformu donesenu 1995. godine na četvrtoj svjetskoj konferenciji o ženama. U svom izvještaju predstavila je istraživanja zastupljenosti i prikazivanja žena u medijima najveće međunarodne organizacije *Global Media Monitoring Projekt* (GMMP). Brojčano nadmašuju muškarce u temama uz koje ih se tradicionalno veže, a podzastupljene su u svim drugim područjima izvještavanja kao što su poslovanje, vojska i obrana, sport, politika, financije te u globalnim organizacijama kao što su Međunarodni monetarni fond, Svjetska banka, Svjetska trgovinska organizacija. Pozzi navodi drugo bitno istraživanje o ženskom statusu u medijima koje provodi Međunarodna ženska medijska zaklada (IWMF). Rezultati su pokazali da od ukupnog broja zaposlenih gotovo dvije trećine čine muškarci, a na rukovodećim pozicijama nalazi se čak tri četvrtine muškaraca. Medijska podzastupljenost žena najizraženija je u podsaharskoj Africi. S izuzetkom zapadne i istočne Europe sva područja svijeta pokazuju njihovu podzastupljenost u medijskim poslovima. Pojam „staklenog stropa“ prisutan je u svim regijama osim u sjevernoj Europi. U cilju uklanjanja rodni stereotipa u medijima, na europskoj razini doneseno je nekoliko dokumenata u tijelima Europske unije. To su Rezolucija o predstavljanju žena i muškaraca u medijskim reklamama, Rezolucija za postizanje rodne ravnopravnosti Europskog vijeća i Rezolucija protiv diskriminacije prema ženama Europskog parlamenta⁴⁰. Organizacija Ženski centar za medije u svom izvješću navodi da se rodni raskorak ne smanjuje, nego se u nekim područjima pogoršava. Utvrđeno je da je postotak ženskih uloga u padu, a uloge koje im

³⁹ Mieke Ceulemans; Guido Fauconnier (1979).“ Mass Media: The Image, Role, and Social Conditions of Women A collection and analysis of research materials.“ Department of Communication Science Catholic University of Leuven, <https://unesdoc.unesco.org/images/0003/000370/037077eo.pdf> (pristupljeno 18. srpnja 2018).

⁴⁰ Giulia Pozzi (2012)“Women and mass media – State of the art report.“Amazone asbl., https://www.amazone.be/IMG/pdf/women_and_mass_media-gpozzi.pdf (pristupljeno 12. srpnja 2018).

se dodjeljuju daleko su od vodećih uloga u usporedbi s kolegama⁴¹. Katherine Sarikakis potvrdila je medijski seksistički tretman prema ženama pozivajući se na izvješće Vijeća Europe iz 2013. godine s prve konferencije o prikazu žena u medijima i iznijela preporuke za poboljšanje njihova medijskog plasmana⁴².

U dosadašnjem izlaganju neki autori označili su reklamnu industriju kao podupiratelja rodni stereotipa. Tome treba pridodati brojna druga istraživanja. Američki sociolog Erving Goffman još je 1976. u knjizi o rodni reklamama utvrdio da reklame predstavljaju društvene konstrukte rodni odnosa⁴³. Oslanjajući se na njegova istraživanja, Katharina Lindner je uočila da su reklame u časopisu *Vogue* usmjerenog ženskoj publici stereotipnije dok u časopisu općeg interesa *Time* nema njihovih seksualiziranih vizualnih prikaza.⁴⁴ Seksualnu objektivizaciju žena, ali i muškaraca istražile su američke znanstvenice sa Sveučilišta Buffalo. Analizirani prikazi na naslovnicama američkog časopisa *Rolling Stone* pokazali su da su seksualizirani ženski prikazi u značajnom porastu, a muški u beznačajnom⁴⁵. Debra Pryor i Nancy Knupfer Nelson objavile su istraživanje o rodni stereotipima u televizijskim reklamama. Rezultati su pokazali da su u najgledanijim terminima muškarci dva do tri puta zastupljeniji, stručni i dominantni u svim sadržajima. Žene su mlađe od muškaraca, s naglaskom na tjelesni izgled⁴⁶.

⁴¹ Malia Schilling (25 February 2013). "Surprise! Women are still under-represented in media". Ms. *Liberty Media for Women*. Retrieved 16 December 2014., <https://msmagazine.com/blog/2013/02/25/surprise-women-are-still-under-represented-in-media/> (pristupljeno 16. kolovoza 2018).

⁴² Katherine Sarikakis (2013). "Media and the image of women Report of the 1st Conference of the Council of Europe Network of National Focal Points on Gender Equality Amsterdam 4 and 5 July 2013", <https://rm.coe.int/1680590587> (pristupljeno 2. kolovoza 2018).

⁴³ Erving Goffman (1976). *Gender Advertisements*. Cambridge, MA: Harvard University Press, https://marketing.conference-services.net/resources/327/4002/pdf/AM2014_0131_paper.pdf (pristupljeno 5. kolovoza 2018).

⁴⁴ Katharina Lindner (October 2004). "Images of Women in General Interest and Fashion Magazine Advertisements from 1955 to 2002". *Sex Roles*. 51: 409–421. doi:10.1023/B:SERS.0000049230.86869.4d, <https://link.springer.com/article/10.1023/B:SERS.0000049230.86869.4d> (pristupljeno 6. kolovoza 2018).

⁴⁵ Erin Hatton; Mary Nell Trautner (September 2011). "Equal Opportunity Objectification? The Sexualization of Men and Women on the Cover of Rolling Stone". *Sexuality & Culture*. 15: 256–278. doi:10.1007/s12119-011-9093-2, https://www.acsu.buffalo.edu/~trautner/Hatton_Trautner_Sexuality_and_Culture.pdf (pristupljeno 6. kolovoza 2018).

⁴⁶ Debra Pryor; Nancy Nelson Knupfer (1997) *Gender Stereotypes and Selling Techniques in Television Advertising: Effects on Society*,

Justin Matthews u istraživanju popularnih američkih časopisa zaključio je da muškarci u intelektualnim zanimanjima imaju veći omjer lica od tijela za razliku od žena u sličnim zanimanjima⁴⁷. Julie Stankiewicz i Francine Rosseli također su analizirale ženske prikaze u reklamama u tiskanim medijima u američkim časopisima. Rezultati su pokazali da je svaka druga reklama prikazivala žene kao seksualne objekte⁴⁸. Malgorzata Wolska objavila je analizu rodni stereotipa u televizijskim reklamama. Muškarci oglašavaju cigarete, poslovne proizvode i automobile, a žene kozmetičke i drogerijske proizvode. Svrha toga je da muški prikaz u primatelja medijskih poruka izaziva poštovanje, a prezentacija žena ugodu. No, Wolska je istaknula da marketinški stručnjaci sve više koriste nestereotipne reklame. Žene se počinju prikazivati kao oslobođene, snažne i neovisne u odnosu prema društvenim očekivanjima, a muškarci obavljaju kućanske poslove⁴⁹. Joan Costa-Font i Mireia Jofre-Bonet uočile su da zakonsko ograničenje količine objavljenih fotografija mršavih modela i slavni osoba može smanjiti neke od društvenih pritisaka na žene. Vladina intervencija u smislu podržavanja medijskih kampanja protiv ekstremne mršavosti bila bi opravdana radi sprečavanja epidemije poremećaja prehrane⁵⁰. Ani Moses i Makata Charles zaključile su da nema etičke osnove za prikazivanje seksualno privlačnih žena u reklamama. Poput drugih autora i autorica i one su mišljenja da seksualizirane reklame obezvređuju i ponižavaju ženski rod te mlade žene mogu vidjeti sebe kao seksualne objekte što ih usmjerava prema štetnim spolnim ponašanjima, a u

https://www.eric.ed.gov/ERICDocs/data/ericdocs2sql/content_storage_01/0000019b/80/16/c4/8c.pdf, Accessed on: 2nd April 2010 (pristupljeno 2. kolovoza 2018).

⁴⁷ Justin L. Matthews, (2007) Hidden sexism: Facial prominence and its connections to gender and occupational status in popular print media. *Sex Roles: A Journal of Research*, 57, 515-525,

<https://link.springer.com/article/10.1007/s11199-007-9276-3> (pristupljeno 1. kolovoza 2018).

⁴⁸ Julie M. Stankiewicz.; Francine Rosselli (2008). "Women as Sex Objects and Victims in Print Advertisements". *Sex Roles*. 58 (7–8): 579–89. doi:10.1007/s11199-007-9359-

<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.465.4923&rep=rep1&type=pdf> (pristupljeno 8. kolovoza 2018).

⁴⁹ Malgorzata Wolska (2011). "Gender Stereotypes in Mass Media. Case Study: Analysis of the Gender Stereotyping Phenomenon in TV Commercials."Krytka.org.,

<https://krytyka.org/gender-stereotypes-in-mass-media-case-study-analysis-of-the-gender-stereotyping-phenomenon-in-tv-commercials/> (pristupljeno 16. srpnja 2018).

⁵⁰ Sarah Boseley (1 March 2012). "Anorexia research finds government intervention justified". *The Guardian*,

<https://www.theguardian.com/society/2012/mar/01/anorexia-research-government-intervention-justified> (pristupljeno 9. kolovoza 2018).

muškaraca povećava agresivna ponašanja poput spolnog uznemiravanja, silovanja i različitih stupnjeva spolnih prijetnji⁵¹.

O prikazima muškosti u medijima istraživanja su još uvijek manjkava jer se rodne analize bave u najvećoj mjeri medijskim tretmanom žena iako su oba spola nezaobilazan čimbenik u razumijevanju kulture patrijarhata. Takav pristup potvrdio je Steve Craig ukazavši da se društvene interakcije ne mogu razumjeti bez poimanja muškog roda⁵². Neki autori idealne prikaze muškosti smatraju perpetuiranjem rodne neravnopravnosti. Drugi autori istražuju rodnu neravnopravnost u interakciji s drugim oblicima neravnopravnosti, rase i etničke pripadnosti. Spominju se i različiti prikazi muškaraca u kontekstu društvenog statusa koji utječe na medijsku prezentaciju muškosti⁵³. Aronson, Wilson i Akert utvrdili su da je razodjevenih muškaraca u reklamama 1950. godine bilo manje od 5 %, a u 1995. godini 35 % što pokazuje da novi sociokulturni trendovi mogu utjecati na njihov doživljaj vlastite tjelesne privlačnosti⁵⁴. Prema Fredu Fejesu istraživanja o prikazima muškaraca u medijima predstavljaju stereotipan pogled na muškost i ne razlikuju se značajno od svakodnevnih tradicionalnih patrijarhalnih društvenih odnosa koji uključuju mušku moć, uspjeh i visok status⁵⁵. Norma Pecora smatra da se rodne uloge u filmskoj industriji ipak mijenjaju navodeći primjere princeza Leie koja spašava svijet u Ratovima zvijezda, a Čovjek Pauk (Spider-Man) ističe se svojom emocionalnošću iako se i dalje održavaju superjunaci koji osnažuju stereotipe o muškosti poput Supermana i njegove suprotnosti u liku blagog i neuspješnog Clarka Kenta⁵⁶. Razloge rasnih i rodni stereotipa u medijskoj industriji David Croteau i William Hoynes vide u brojčanoj dominaciji bijelih

⁵¹ Ani Moses; Makata Charles (2014). "Seks as an Advertising Appeal: A Review of Its Ethical Basis, Functions and Effects". *International Journal of Management Sciences* 4(1):25-34, https://www.rassweb.org/rss_weblogin/pages/ResearchPapers/Paper%203_1497346461.pdf (pristupljeno 8. kolovoza 2018).

⁵² Steve Craig, "Considering Men and the media", introduction, 1–2, u: Steve Craig: *Men, masculinity and the media* (Newbury Park: Sage Publications, Inc., 1992).

⁵³ Kimmel, S Michael (1992), foreword, XII-XII, u: Steve Craig: *Men, masculinity and the media* (Newbury Park: Sage Publications, Inc., 1992).

⁵⁴ Aronson, Wilson, Akert: 2005:274–275.

⁵⁵ Fred J. Fejes, "Masculinity as Fact: A Review of Empirical Mass Communication Research on Masculinity", u: Steve Craig: *Men, masculinity and the media* (Newbury Park: Sage Publications, Inc., 1992) 22.

⁵⁶ Norma Pecora, "Superman/Superboys/Supermen. The Comic Book Hero as Socializing Agent", u: Steve Craig: *Men, masculinity and the media* (Newbury Park: Sage Publications, Inc., 1992) 62–3.

muškaraca⁵⁷. S time se slažu Donald Sabo i Sue Curry Jansen ističući da mediji reproduciraju njihovu društvenu dominaciju nad Afroamerikancima, ženama, bogatih nad siromašnima ili pak heteroseksualaca nad homoseksualcima⁵⁸. Rezimirajući pitanje muške supremacije, Robert Hanke objašnjava da se ona neće nadvladati u redizajniranom konstruktumu muškosti kakav nude mediji već u strukturnim društvenim i institucionalnim promjenama⁵⁹.

Teorijskim okvirima i istraživanjima o statusu žena u hrvatskom medijskom prostoru korištena je literatura uglavnom autorica i feminističkih udruga. Na prvome mjestu Griselda Pollock definirala je patrijarhat vladavinom muškaraca u društvu⁶⁰. S time se povezuje retradicionalizacija hrvatskog društva od devedesetih godina 20. stoljeća uzrokovana Domovinskim ratom, političkom i ekonomskom tranzicijom koja je najviše pogodila žene. Inga Tomić Koludrović potvrđuje da im je prisilno smanjena društvena vidljivost u ambijentu povratka u dom, a politička participacija znatno niža u odnosu na muškarce⁶¹. Niti nakon tridesetak godina u njihovom statusu ne uočavaju se značajniji pomaci. Fay Devonic ne smatra dovoljnim zakonske i institucionalne mehanizme za promicanje rodne ravnopravnosti jer je diskriminacija kao posljedica rodnih stereotipa integrirana u strukturu društva. Iako se situacija žena na tržištu rada popravila, nejednakosti opstaju u razvoju karijera, radnom statusu i s nametnutim teretom skrbi o djeci i nemoćnima u obitelji⁶². Ako se žene uključe u sferu javnog djelovanja, po mišljenju Suzane Kunac, dodjeljuju im se uglavnom isti oni poslovi koje su obavljale unutar obitelji: odgoj, zdravstvena i socijalna skrb. Baveći se manje lukrativnim

⁵⁷ David Croteau, William Hoynes, „Men and the News Media. The male Presence and Its Effect“, u: Steve Craig: Men, masculinity and the media (Newbury Park: Sage Publications, Inc, 1992) 167.

⁵⁸ Donald Sabo, Sue Curry Jansen, „Images of Men in Sport Media. The Social Reproduction of Gender Order“, u: Steve Craig: Men, masculinity and the media (Newbury Park: Sage Publications, Inc., 1992), 182-4.

⁵⁹ Robert Hanke, „Redesigning Men. Hegemonic Masculinity in Transition“, u: Steve Craig: Men, masculinity and the media (Newbury Park: Sage Publications, Inc., 1992), 195-7.

⁶⁰ Griselda Pollock, „Modernost i prostor ženskosti“, prevele Ljiljana Kolečnik i Jasenka Zajec, u: Ljiljana Kolečnik: Feministička likovna kritika i teorija likovnih umjetnosti (Zagreb: Centar za ženske studije, 1999), 174, 185.

⁶¹ Inga Tomić-Koludrović, „Položaj žena u društvu – društvena vidljivost žena“, u: Sanja Cesar et al.: Rodna perspektiva u politici i praksi (Zagreb: Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje, 2005), 13.

⁶² Fay Devonic, uvodni govor predstavnice Europske komisije o politikama ravnopravnosti spolova EU: „Postignuća i izazovi“, u: Helena Štimac Radin: Konferencija o ravnopravnosti spolova (Zagreb: Ured za ravnopravnost spolova, 2007), 22-3.

zanimanjima umanjuje im se značaj i medijska pozornost⁶³. Budući da je uloga medija iznimno važna u javnoj percepciji žena, u Hrvatskoj je proveden niz istraživanja. Politologinja Smiljana Leinert-Novosel, ispitujući cjelodnevno emitiranje programa Hrvatske radio televizije, potvrdila je njihovu marginalnu ulogu u medijskom prostoru. Bavljenje politikom medijski signalizira moć i viši društveni status, a ono je u Hrvatskoj u najvećoj mjeri rezervirano za muškarce⁶⁴. Drugo istraživanje pokazalo je slične rezultate. Muškarci su se znatno češće pojavljivali u informativno-političkom programu, a žene u zabavnim, dokumentarnim ili obrazovnim emisijama. Prema rezultatima ovog istraživanja u emisijama prvog programa Hrvatske televizije s političkim temama sudjelovalo je 93 % muškaraca i 7 % žena⁶⁵. Slične podatke pokazalo je istraživanje dnevnih novina Udruge za ženska ljudska prava B.a.b.e. s tendencijom veće prisutnosti žena u zabavnim i zdravstvenim sadržajima. To su potvrdili rezultati istraživanja *Vjesnika*. U političkim temama spomenuto je samo 5 % žena u odnosu na 95 % muškaraca, a u *Slobodnoj Dalmaciji* i *Večernjem listu* samo 2 % žena u odnosu na 98 % muškaraca⁶⁶. Studija analiziranih dnevnika pokazala je da je unutar različitih tematskih područja najviše žena u domenama umjetnosti, zabave, sporta, socijalnih i zdravstvenih pitanja. U tematici nacionalne obrane, religije, ljudskih prava, stambene problematike uopće nisu zastupljene, a u politici i ekonomiji ih je iznimno malo. U svim ispitanim dnevnim listovima neznatna je prisutnost stručnjakinja koje zastupaju određene stavove i nude rješenja. Ovo istraživanje je potvrdilo njihovu prevlast jedino u stereotipnoj ulozi vezanoj uz zdravstvo i socijalnu skrb⁶⁷. Potom se u istraživanju Ženske infoteke provedenom u listopadu 1999. godine analizirao sadržaj javnog diskursa i zastupljenost žena u medijskoj prezentaciji političke scene u Hrvatskoj. Analiza informativno-političkih emisija i najčitanijih dnevnih novina ponovno je pokazala da su muškarci u medijima zastupljeni s 88 % u odnosu na samo 12 % žena. Nerazmjernost je još veća kada je u pitanju omjer aktivnih nositelja odnosno nositeljica tema. Muškarci su četiri puta češći nositelji tema. Uoči predizborne kampanje za parlamentarne izbore u listopadu 2003. godine, Ženska infoteka predstavila je rezultate istraživanja koji se odnose na medijsku prezentaciju političarki u dnevnim novinama. Rezultati su pokazali da se dnevne novine bave

⁶³ Kunac, 2006: 53.

⁶⁴ Smiljana Leinert-Novosel, „Žene u medijima – slučaj hrvatske televizije, u: Đurđa Knežević: Žene i politika (Zagreb: Ženska infoteka, 1998) 36.

⁶⁵ Tomić-Koludrović, 2005: 13–14.

⁶⁶ Cathrine Magelssen, Sanja Sarnavka, Žene i mediji: istraživanje dnevnih listova (Zagreb: B.a.b.e., 1997) 25–8.

⁶⁷ Kunac, 2006: 55.

političarima u čak 85 % primjera. Političarkama je pripalo samo 15 % medijskog prostora. Nadalje, političari su bili pet puta češće nositelji tema, u 64 % individualno su fotografirani, a političarke tek u 4 %⁶⁸.

U okviru ove disertacije usmjerene prema utjecaju medija na pozicioniranje političkih aktera, naročito medijskog plasmana političarki, u razjašnjavanju uzajamnosti politike i medija te pojma medijske pismenosti korištene su reference nekoliko autora. Ratko Zelenika predočio je najčešće definicije politike poput umijeća mogućeg i naročito borbe za vlašću zbog realizacije partikularnih interesa udaljavajući se od prvotne formulacije – rada za opće dobro⁶⁹. John Street zagovarao je tvrdnju međuovisnosti politike i medija koja se javlja u dvodimenzionalnom obliku. Prvi, politička moć nad medijima, odlučuje što će se prikazati i sadržaj izvještavanja, a drugi moć medija nad ljudima i događajima. Interakcija ova dva modaliteta ilustrira kako mediji mogu služiti vlasti, ali mogu je i srušiti.⁷⁰ Utjecaj medija može biti odlučujući za donošenje političkih odluka o kojima ovisi svakodnevni život, sudbina naroda i međunarodnih odnosa. Kako će birači čitati medijske poruke ovisi o njihovoj medijskoj pismenosti. Franjo Maletić definira je kao sposobnost filtriranja, analize, vrednovanja i kritičkog pristupa medijskim sadržajima. Smatra da u tome važno mjesto ima obrazovna uloga medija kao kulturne komponente i alata za građansko obrazovanje⁷¹.

Baza ovog istraživanja jesu dnevni listovi *Novi list* i *Slobodna Dalmacija*. Njihove vlasničke strukture odredit će profiliranje u skladu s politikom vladajućih stranaka u županijama u kojima su sjedišta ove dvije tiskovine. Općenito viđenje medijskog izvještavanja predočio je Street ocjenjujući ga ovisnim o političkom i kulturnom kontekstu sredine i komercijalnim čimbenicima⁷². Razinu političke kulture i stanje medijskih sloboda u Hrvatskoj artikulirao je Stjepan Malović. Po njemu oskudni stupanj političkog bontona za hrvatske političare ne znači i kraj političke karijere, već oni nastoje onemogućiti medijima pristup informacijama koje ukazuju na malverzacije. Iz tog razloga ugroza medijskih sloboda je kontinuirana, oni su i dalje podložni političkom utjecaju, a dok pravosuđe pogoduje političkoj oligarhiji neovisnost medija

⁶⁸ Tomić-Koludrović, 2005:14.

⁶⁹ Zelenika, 2000: 69.

⁷⁰ John Street, *Masovni mediji, politika i demokracija* (Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, 2003) 6–7, 9–10.

⁷¹ Franjo Maletić, „Medijska pismenost“, u: Stjepan Malović et al.: *Masovno komuniciranje* (Zagreb: Golden marketing-tehnička knjiga, 2014) 142, 147–8.

⁷² Street, 2003: 39, 51–2.

je upitna⁷³. Novinar Jasmin Klarić tomu dodaje da nevjerodostojnosti medija pridonose nove tehnologije plasiranja medijskih sadržaja. Tiskani mediji su u financijskoj krizi, a javni diskurs preplavljen je lažnim vijestima⁷⁴. Iznese tvrdnje zagovara i Nenad Zakošek. Medijske slobode, od nastanka Hrvatske, pokušavale su se zatirati. Privatne tužbe protiv novinara u kojima su tužitelji uglavnom bili dužnosnici stranke na vlasti, Hrvatske demokratske zajednice (HDZ), ili njima bliske osobe, rješavane su u kratkom roku, a usprkos malom broju presuda protiv novinara, izvršen je pritisak na nepoćudne novinare. Osim sudstva, privatizacijski procesi u novinskim kućama izvršeni su tako da pogoduju vladajućoj stranci, HDZ-u, što je bio dodatni udar na gušenje medijskih sloboda. Od deset dnevnih novina s najvećom nakladom, u tri slučaja privatizacija je provedena u skladu s interesima HDZ-a. Jedna od njih je *Slobodna Dalmacija* u kojoj je privatizacija izvršena pod političkim pritiskom i upitnim posredovanjem banke s udjelom u vlasništvu lista, a njegov je vlasnik postao HDZ-u blizak Miroslav Kutle. Uz pritisak javnosti pretvorba je poništena, a novine su vraćene u državno vlasništvo. Nasuprot tomu privatizacija *Novog lista* primjer je privatizacije u kojoj su sudjelovali zaposlenici poduzeća koji su stjecanjem vlasništva nad listom istovremeno očuvali njegovu političku samostalnost⁷⁵. *Novi list* većinu čitatelja ima u Primorsko-goranskoj županiji. Tijekom devedesetih godina 20. stoljeća jedna je od rijetkih novina opozicije i stoga je doprinijela poticanju medijskog pluralizma⁷⁶. Preuzimanjem *Novog lista* od strane bliskog suradnika tadašnjeg premijera Ive Sanadera, Roberta Ježića, 2008. godine, a naročito ponovnom promjenom vlasničke strukture krajem 2016. godine slovačkim vlasnikom („JOJ Media house“), kada je za glavnog urednika dnevnika postavljen Robert Frank, dotadašnji glasnogovornik Nogometnog kluba Rijeka, zaokretom trendova u medijskoj industriji i nadasve borbom za opstanak, *Novi list* se „prilagodio“ formom i sadržajem tiskanim medijima. Pojavljuju se ideološki desno vrijednosno oblikovani tekstovi što za *Novi list* nije bilo karakteristično ranije. *Novi list* se usmjerio k senzacionalističkom prikazu tema i tabloidnim naslovnicama što je argumentirano primjerima u razradi poglavlja. *Slobodna Dalmacija*

⁷³ Stjepan Malović, *Mediji i društvo* (Opatija: ICEJ, Sveučilišna knjižara d.o.o., 2007) 44–5, 50–1.

⁷⁴ Jasmin Klarić, „Borba protiv fake newsa u Hrvatskoj je – fake news“, *Novi list* 72, br. 23.036, 20. siječnja 2018 (Prilog Pogled 16, 752, str. 3).

⁷⁵ Nenad Zakošek, *Politički sustav Hrvatske* (Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, 2002) 130.

⁷⁶ Blanka Jergović, *Odmjeravanje snaga. Novine i politika u Hrvatskoj u prvom razdoblju tranzicije* (Zagreb: Sveučilišna knjižara, 2004) 54–7.

glavninu čitalačke publike ima u Splitsko-dalmatinskoj županiji. U dnevniku je pretvorbenim makinacijama zaustavljen profesionalni napredak, a počelo je i financijsko propadanje. Nakon parlamentarnih izbora 2000. godine ostaje priklonjena desnoj političkoj opciji. Smjena vlasti uskoro je vraća u lijevo dok na izborima 2003. godine opet pobjeđuje desnica⁷⁷. Danas je u vlasništvu Hanza medije, bliske HDZ-u i stremi k tabloidnom tisku što je ilustrirano na uzorcima, ali i djelomičnom promjenom političkog kursa udesno. Znakovito je da je u oba dnevnikar kao uostalom i u većine medija generalna usmjerenost prema senzacionalističkom žanru odnosno ideologiji spektakla što će se ilustrirati citatima u određivanju profila dnevnika. Kako je objasnio francuski marksistički teoretičar Guy Debord, spektakl nije samo vizualna obmana koju stvaraju masovni mediji, već je to vizura materijalnog društva. Spektakl ovladava našim životima u svim medijskim izričajima, od vijesti do zabave. U izobličenom svijetu vrijednosti neistinito postaje istina. Publika je u spektaklu samo pasivni promatrač s prividom aktivnog sudjelovanja. Spektakl je posljedica ekonomskih odnosa moći i podređenosti ljudi te zaokupljenošću konzumerističkog društva. Takvi lažni prividi izbora koje nudi spektakl uočavaju se u izbornim kampanjama, sportskim događajima, nametnutom trendu vječne mladosti prisutnom u kapitalizmu u neprestanoj kompetenciji i borbi za prevlast. Spektakl prikrija sve nedostatke društva i zaodijeva ih u ruho nikad dostignutog sna: neprestane potrošnje, kulta mladosti, moći i slave⁷⁸. Tome se može dopuniti teza francuskog filozofa Michaela Foucaulta: *Moderno društvo nije društvo spektakla, nego nadziranja*⁷⁹. U usporedbi s tim, po mišljenju Karla Marxa, njemačkog filozofa i utemeljitelja komunističke ideologije, u kapitalističkom društvenom uređenju svaki proizvođač, muškarac ili žena, predstavlja robu⁸⁰. Na temelju ovih tvrdnji apostrofira se naglasak na potrošačkom društvu koje je pasivni podupiratelj ideologije spektakla.

Iz dosadašnjeg izlaganja naznačuje se da je *Slobodna Dalmacija* medij vezan za takozvani desni, a *Novi list* lijevi spektar glavnine svojih čitatelja, te su se u skladu s time i profilirali. U tom smislu treba klasificirati političke pojmove ljevice i desnice. Pri tome treba imati na umu

⁷⁷ Jergović, 2004, 47–50, 53–4.

⁷⁸ Guy Debord, *Društvo spektakla* (1967), prev. i u. Aleksa Golijanin (Beograd: Porodična biblioteka, 2017. drugo izdanje).

<https://anarhisticka-biblioteka.net/library/guy-debord-drustvo-spektakla> (pristupljeno 24. rujna 2020).

⁷⁹ Aleksandar Mijatović, *Obrat teorije vizualnog u pedagogiju viđenja*, prir.: Aleksandar Mijatović, u.: Ljubomir Stefanović: *Jezici slike: Vizualna kultura i granice reprezentacije* (Rijeka, Izdavački centar Rijeka, 2012), 19.

⁸⁰ Christopher Bracken, *Robni totemizam*, prir. Aleksandar Mijatović, u: Ljubomir Stefanović: *Jezici slike: Vizualna kultura i granice reprezentacije* (Rijeka, Izdavački centar Rijeka, 2012), 249.

da se repozicioniranjem globalnih političkih aktera lijeve i desne platforme razlikuju od nekadašnjih. U prilog tvrdnji govori Norberto Bobbio ogradiвши se od neupitnog tumačenja ljevice i desnice. Ukazuje da se obje ideologije suočavaju sa sličnim izazovima poput globalizacijskih procesa, terorizma, migracija, klimatskih promjena i drugih. Načelno, ljevici se pripisuje politika jednakosti jer je kroz povijest zastupala tezu da je uzrok neravnopravnog položaja među ljudima individualno vlasništvo. U današnjem vremenu slobodnog tržišta državna imovina ograničena je uglavnom na prirodne resurse te je ta ideja ljevice zastarjela. U političkoj ideologiji ljevice ugrađeni su i drugi programi uklanjanja nejednakosti poput ravnopravnosti naroda, nacionalnosti, rasa, religija, žena i muškaraca. Stoga su se feministički pokreti priklanjali strankama ljevice. Ljevica, na strani marginaliziranih, pobornica je pobačaja dok ga desnica nastoji zabraniti ili ograničiti⁸¹. Yuval Levin konstatira da se ljevici pripisuje podržavanje promjena, a desnici održavanje postojećeg stanja te iz toga proizlazi naziv „konzervativne stranke“, u smislu „konzerviranja“ zatečenih društvenih okolnosti⁸². Jean Laponce tvrdio je da religija pripada desnici, a ateizam ljevici. Suprotno od toga Bobbio smatra da moderne stranke desnice nisu religiozno usmjerene. Po Friedrichu Nietzscheu pak jednakost koju zagovara ljevica proizlazi iz kršćanskog nauka. Jedna od najvažnijih politika ljevice koja je donekle mogla ukloniti nejednakost je ostvarivanje socijalnih prava. Danas državne političke opcije iz oba spektra nastoje ta prava smanjiti⁸³.

Razjašnjavanje pojmova desnice i ljevice slijedom ovog istraživanja usmjereno je prema profiliranju izabranih tiskanih medija u skladu s političkim preferencijama u dvije županije. Od prvih višestranačkih izbora u Hrvatskoj, održanih 1990. godine, biračke preferencije u Primorsko-goranskoj županiji, u kojoj je sjedište izdavačke kuće „Novi list“, pripadaju lijevom političkom spektru. Splitsko-dalmatinska županija uporište je desne političke opcije i čitalačka publika *Slobodne Dalmacije*. Rezultati Izbornog člana predstavničkih tijela jedinica lokalne i područne samouprave u sedam izbornih ciklusa, pokazali su, prema podacima Državnog izbornog povjerenstva da su u Primorsko-goranskoj županiji pobjeđivale županijske liste

⁸¹ Norberto Bobbio, *Desnica i ljevica. Razlozi i značenja jednoga političkog razlikovanja*, uredio i preveo Lino Veljak (Split: Feral Tribune, 1998) 38–9, 61–2, 85, 115–16,

⁸² Yuval Levin, *Ljevica i desnica. Kako su nastale, u čemu se razlikuju i zašto je to važno*, uredio Petar Balta, preveo Mijo Pavić (Split: Verbum, 2017) 58, 274.

⁸³ Bobbio, 1998: 71–2, 92, 104.

ljevice. U Splitsko-dalmatinskoj županiji pobjedu su odnosile stranke desnice⁸⁴. U ovakvoj podjeli u medijskom i političkom prostoru dvije županije koje su odabrane za analizu upravo zbog kontinuiteta u odabiru političkih opcija, rezultati istraživanja pokazat će da u prvom istraživanom razdoblju rane tranzicije nema značajnih odstupanja u medijskom plasmanu političarki u ispitivanim medijima. U razdoblju posttranzicije veća im je zastupljenost u *Slobodnoj Dalmaciji*. Ovakav rezultat ne odgovara podjeli na uvriježene stereotipe političkog spektra, desnog percipiranog konzervativnog i lijevog liberalnog, već se medijsko pozicioniranje politički angažiranih žena temelji na pripadnosti određenoj političkoj platformi. Prema istom kriteriju postavlja ih se u afirmativni ili difamacijski kontekst uz perpetuiranje stereotipnih formulacija u obje interpretacije.

⁸⁴ Državno izborno povjerenstvo, <https://www.izbori.hr/arhiva-izbora/index.html#/app/home> (pristupljeno 23. prosinca 2018).

2. MEDIJI KAKO KOMUNIKATORI I SUKREATORI KULTURE RODNIH STEREOTIPA

Masovni mediji (tiskani, televizija, radio, nosači zvuka i slike) i novi medij (internet) podupiru rodne stereotipe i hiperseksualizirane ženske prikaze (naglašena tjelesnost). S obzirom na kulturni kontekst razlikuju se rodno stereotipne medijske preferencije.

Zrinjka Peruško u knjizi Uvod u medije, koristi definiciju medija kao posrednika komunikacije:

*Medij (latinski medius, srednji, koji je između) je u svojem izvornom značenju posrednik, onaj putem kojega se prenosi komunikacija*⁸⁵.

Temeljem analize medija, u smislu prenošenja poruka, ali i formiranja stereotipnih obrazaca ponašanja pokazat će se u kojoj mjeri mediji promiču rodne stereotipe te jesu li nove tehnologije, vizualizacijom komunikacije, čimbenik kontinuiteta u održavanju patrijarhalnih odnosa.

Kanadski filozof Marshall McLuhan u knjizi Razumijevanje medija iz 1964. godine, istaknuo je medij kao poruku jer oblikuje i kontrolira razmjere i forme društva i djelovanja ljudi sa svakom novom tehnologijom, od Shakespeareovih djela do pojave tiska, radija i televizije. Utjecaj i moć medija na društvene procese tijekom povijesti predstavio je usporedbom francuskog povjesničara Alexisa de Tockuevillea koji je objasnio da je Francuska revolucija provedena posredstvom književnosti i zakonodavstva. Kulturni dosezi u 18. stoljeću homogenizirali su francuski narod. Tiskarski principi odbacili su složenost zastarjelog feudalnog društva zasnovanog na principima usmene predaje. U Engleskoj je, međutim, tradicija usmene predaje zakona, podupirana srednjovjekovnom parlamentarnom institucijom, bila toliko jaka da nova vizualna kultura tiska nije bila previše utjecajna. Rezultat toga je da najvažniji događaj u engleskoj povijesti, Engleska revolucija, nije zauzela tako značajno mjesto kao Francuska revolucija. Američka revolucija nije imala srednjovjekovnih institucija koje bi trebalo odbaciti osim monarhije. Stoga mnogi smatraju da je američki predsjednički sustav osobniji i monarhijskiji nego što su europske monarhije ikad bile. Moderni mediji toga vremena, vizualna i tiskarska tehnologija, utjecali su na pismenog školovanog čovjeka da vidi određene društvene skupine kao žrtve nepravde. To se naročito odnosi na djecu, žene, osobe s

⁸⁵Zrinjka Peruško, „Što su mediji?“, u: Zrinjka Peruško: Uvod u medije. 1. izd. (Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, 2011), 17.

invaliditetom i ljude drugih rasa. Kasnije tehnologije, radio i televizija, prožimale su i kreirale kulturu svakog društva⁸⁶. Drukčija promišljanja od McLuhanove teze navodi Raymond Williams, velški markisistički teoretičar. On otvara pitanja važnosti institucija, o njihovoj promjenjivosti, o sadržaju ili formi. Smatra da tehnologija zauzima važnu ulogu u društvenoj i kulturnoj medijskoj argumentaciji. Televizija kao medij, aktualan u trenutku nastanka publikacije, kao i svaka nova medijska tehnologija koja je uslijedila definira društveni i kulturni kontekst. Bez tih tehnoloških postignuća bio bi pronađen neki drugi način upravljanja ili „težinom riječi“ manipuliranja zajednicom, ali na manje učinkovit način. Pri tome Williams navodi „tehnološki determinizam“ oponenta McLuhana kao konzervativni pogled na prirodu društvenih promjena. Nove tehnologije posljedica su inovativnih rješenja tijekom povijesti i predstavljaju suvremenog čovjeka u novom okruženju. Kao suprotnost „tehnološkom determinizmu“ naglašava da je svaka specifična tehnologija proizvod društvenih procesa. U „tehnološkom determinizmu“ razvoj se smatra samorazumljivim. U terminološkom smislu „simptomatska tehnologija“ prihvaća istraživanje i razvoj u marginalnom smislu. Isto tako treba uzeti u obzir tehnologiju kao društvenu potrebu kojoj nije namijenjena periferna, već središnja uloga. Važnost medija je u doprinosu socijalnim i kulturnim promjenama. Središnji koncept razumijevanja kulturne znanosti objašnjava podružljavanje medija u komparaciji s tehnologijom masovnih medija. Za razliku od McLuhanove determinirajuće implicitne ideologije u sociološkim i psihološkim pitanjima, nova teorija je ideološki eksplicitna. Ona odražava društveni kontekst primjene tehnologija. Pri tome treba uzeti u obzir karakteristike različitih medija jer su njihove posebnosti u relaciji s kulturnim i povijesnim okolnostima i perspektivama⁸⁷. Walter Lippman tvrdio je da su elektronički mediji stupovi parlamentarne demokracije. Javni mediji, radio i televizija, trebali su zaštititi građanstvo od nasrtaja komercijalnih medija. Shvaćani su kao sredstvo za nadzor vlasti jer informiraju javnost o svim relevantnim temama i predstavljali su središnju ulogu posredovanja između građana i građanki koji će svoje političke stavove iskazati na izborima utječući tako na rad državnih institucija.

⁸⁶ Marshall McLuhan (1964) “The Medium is the message” in: *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: Signet, <https://web.mit.edu/allanmc/www/mcluhan.mediummessage.pdf> (*pristupljeno 1. kolovoza 2018*).

⁸⁷ Raymond, Williams, *Television. Technology and Cultural Form*. u: Ederyn Williams. (London: Routledge, second edition, 1990.) 2,5, 6, 119–120.

Danas su javni mediji pogođeni financijskom krizom i neizvjesnošću opstanka, a time i oslabljenim učincima političke uloge⁸⁸.

Utjecaj medija na kulturu obrađivao je Sut Jhally, američki profesor komunikologije u knjigama, znanstvenim radovima i dokumentarnim filmovima. U dokumentarnom filmu *Dreamworlds 3: Želja, seks i moć u glazbenom videu* autor nastavlja istraživanje društvenih konstrukcija glazbenih spotova i njihovo naglašavanje, osnaživanje i oblikovanje kulturnih ideala muškosti, ženskosti i individualnosti. Istaknuo je da glazbeni video spotovi od svojih početaka ranih 1980-ih godina koriste hiperseksualne slike predstavljajući ženska tijela kao vrstu novčane vrijednosti. Ovo prenošenje ljudskih bića u sredstvo plaćanja i potrošnje očituje se u slikama koje koristi redatelj. Dekonstruirao je filmske tehnike objašnjavajući da se video spotovi snimaju korištenjem kutova kamera koji povećavaju i ojačavaju koncept žene kao objekta. Redatelj otvara pitanja jesu li mediji oblikovali kulturu ili nam samo pružaju ono što želimo vidjeti ili se radi o nečemu između ova dva koncepta⁸⁹. Autori Su-Lin Gan, Dolf Zillman i Michael Mitrook ustanovili su da seksualno eksplicitni prikazi afroameričkih žena u rap glazbi stvaraju jasnu nesklonost prema njima. U usporedbi s primjerice romantičnom glazbom, seksualizirana rap glazba negativno procjenjuje izvođačice, a time vodi u generalno podcjenjivanje afroameričkih žena. Slično tomu, Yuanyuan Zhang, Laura Miller i Kristen Harrison dokazale su da je izlaganje seksualno eksplicitnoj glazbi u videospotovima povezano sa stvaranjem i odobravanjem seksualnih dvostrukih standarda – na način da je za žene manje prihvatljivo seksualno iskustvo, nego za muškarce. Izlaganje medijskom seksualnom sadržaju također je povezano s blažim stavovima o predbračnom seksu bez obzira na rod, pretjeranim gledanjem televizije i prethodnom seksualnom iskustvu. Međutim, Gad Sad prosuđuje da teza o spolno specifičnim štetnim posljedicama, poput negativnog učinka na samosvijest žena, nije još poduprta istraživanjima⁹⁰. Autorica Cathy Cohen provela je istraživanje u vrijeme kada je senator Barack Obama bio mogući kandidat za predsjednika Sjedinjenih Američkih Država. Optimističko raspoloženje tada je pokazalo da 80 % mladih Afroamerikanaca vjeruje da može

⁸⁸ Walter Lippman, *Javno mnijenje* (Zagreb: Naprijed, 1955), 297.

⁸⁹ Sut Jhally (director) (2007). *Dreamworlds 3: Desire, Sex@ Power in Music Video* (Documentary). USA: Media Education Foundation, <https://emro.lib.buffalo.edu/emro/emroDetail.asp?Number=3057> (pristupljeno 5. kolovoza 2018).

⁹⁰ „Exploitation of women in mass media.“ *Magazinos*, https://www.magazinos.com/magazinedetail.php?d=Exploitation_of_women_in_mass_media (pristupljeno 11. kolovoza 2018).

ukloniti rasne nejednakosti i poboljšati svoj društveni status političkim angažmanom. Istovremeno, 56 % ih je smatralo da vladini dužnosnici ne mare za njih te da im sistem općenito nije naklonjen. Studija koja je pokrila širok raspon tema, od socijalnih do spolnosti i zabave, pokazala je da mladi Afroamerikanci smatraju da su rap glazba i video spotovi, čija su oni najveća publika, opterećeni s previše seksualiziranih i ponižavajućih prikaza žena⁹¹. Pobjedom Baracka Obame na predsjedničkim izborima 2009. godine vjerovalo se da će se rasizam u Americi smanjiti. Međutim, iskustva mladih Afroamerikanaca su suprotna. Studija Cathy Cohen i Jamile Celestine-Michener pokazala je da su mladi Afroamerikanci i dalje visoko nezaposleni, češće su zatvorenici, nepovjerljivi su prema vladajućim strukturama, tretirani su kao građani drugog reda, ne vjeruju u društvenu jednakost i ne vide svjetliju budućnost⁹².

Medijski žanr reklama primjer je kako se stvara ideal ženske ljepote u različitim kulturama. Istraživanja koja su provele Katherine Frith, Ping Shaw i Hong Cheng pokazala su da azijski ženski časopisi nude obilje sadržaja koji propagiraju kozmetičke proizvode i ljepotu lica dok u američkim časopisima prevladavaju reklamni sadržaji vezani uz odjeću. Iz toga se može zaključiti da se u američkoj kulturi naglašava ženska tjelesnost. Seksualna objektivizacija žena vezana je uz povijesne kontekste različitih kultura. Istraživanje je pokazalo da prikazi žena kao seksualnih objekata nisu globalni fenomen. Naime, azijska kultura zadržala je konzervativne kulturne vrijednosti, a feministička liberalna filozofija nije još prihvaćena u azijskih žena. Opće mjesto „seks prodaje“ ne vrijedi u azijskom kontekstu. Tradicionalno, prikaza ženskih tijela nema u azijskoj umjetnosti. Nadalje, kao što je već rečeno, žene sebe promatraju muškim pogledom. U zapadnom društvu žene mogu misliti da muškarci više gledaju njihova tijela dok azijske žene naglašavaju lice kao objekt muškog pogleda. Nasuprot uvriježenoj feminističkoj teoriji o idealu ljepote kroz poželjne tjelesne proporcije, ideal ljepote nije identičan u svim kulturama⁹³.

⁹¹ Michael Conlon (*February 1, 2007*). "Young U.S. blacks believe in politics: study". Reuters. *Chicago*, <https://www.reuters.com/article/us-usa-blacks-attitudes/young-u-s-blacks-believe-in-politics-study-idUSN3032202920070201> (pristupljeno 12. kolovoza 2018).

⁹² Cathy Cohen; Jamila Celestine-Michener (2010), "'Minority Report': Kanye West, Barack Obama, and political alienation", in Cohen, Cathy, *Democracy remixed: black youth and the future of American politics*, Oxford New York: Oxford University Press, p. 71, ISBN 9780195378009, <https://epdf.tips/democracy-remixed-black-youth-and-the-future-of-american-politics-transgressing-.html> (pristupljeno 12.kolovoza 2018).

⁹³ Katherine Frith; Ping Shaw; Hong Cheng, (March 2005). "The construction of beauty: a cross-cultural analysis of women's magazine advertising". *Journal of Communication*. Wiley. 55 (1): 56–70. doi:10.1111/j.1460-

Treba imati na umu specifične karakteristike masovnih medija i interneta i ne treba ih poistovjećivati. Jasnu distinkciju ova dva medija Peruško raščlanjuje sljedećim pristupom: *Masovni mediji su institucije koje zadovoljavaju potrebe društva za javnom komunikacijom u kojoj mogu sudjelovati svi pripadnici društva. Masovna komunikacija kao društveni proces i potreba institucionalizirana je u masovnim medijima. Masovni mediji su istovremeno komunikacijski oblici, proizvodi, institucije i kulturne formacije. Medijske institucije čine medijski sustav koji se razvija pod utjecajem specifičnih političkih okolnosti u svakoj državi i temeljem normativnih očekivanja ugrađenih u zakonodavni okvir kojim je reguliran medijski sustav. To znači da su različita očekivanja od javnog i od komercijalnog medija. Medijski sustav neraskidivo je povezan sa političkim strukturama i kulturom. Predstavlja skup svih masovnih medija u određenom državi. Novi digitalni medij, internet, zbog svog komunikacijskog i organizacijskog karaktera ne ubrajamo u masovni medij i to stoga što nije institucionaliziran, proizvodi nisu nužno namijenjeni prodaji, a komunikacija nije samo jednosmjerna, nego može biti interaktivna*⁹⁴. Na ovu konstataciju može se nadovezati Žarko Paić. Suvremeno društvo 21. stoljeća informacijskog je karaktera jer njime vladaju znanost i tehnologija. Digitalno doba za čovjeka je zahtjevno jer traži poznavanje i novih medija i čovjeka inkorporiranog u društvo i kulturu. Paić smatra da je komunikacija slikom univerzalni prenositelj poruka. Pojavom novih tehnologija dogodio se još jedan bitan moment, a to je – vizualiziranje informacija. Te žive slike, kako ih autor opisuje, ne pripadaju više klasičnim umjetničkim okvirima, već slike u masovnim medijima. Pritiskom ikone na ekranu mobitela učinjeno je fotografsko djelo. Može se dogoditi da medij ne ostvari komunikaciju s primateljem ako izostane ikakva reakcija na informaciju, vijest ili poruku. Komunikacija je ostvarena kad primatelj mijenja kulturne norme i uhodane obrasce ponašanja⁹⁵. S aspekta rodno osjetljivih medijskih poruka i informacija Kate Linker pojašnjava: *Slika je vrlo rijetko neutralna, u funkciji je djelovanja na subjekt kojem je upućena i postavlja ga prema klasi, spolu, u aktivan ili pasivan položaj prema značenju. Patrijarhalni odnosi u društvu potvrđuju postojeće odnose moći i odražavaju povijest ženske potlačenosti. U vizualnim prikazima postoji obilje, čak prevlast oblika koje patrijarhat koristi pri konstruiranju subjekta kao muško-rodno. Unutar patrijarhalne strukture žena je*

2466.2005.tb02658.x, [https://cm.cm.nsysu.edu.tw/teacher/The Construction of Beauty .pdf](https://cm.cm.nsysu.edu.tw/teacher/The%20Construction%20of%20Beauty.pdf) (pristupljeno 6. kolovoza 2018).

⁹⁴ Peruško, 2011: 15–17.

⁹⁵ Žarko Paić, *Vizualne komunikacije – uvod* (Zagreb. Centar za vizualne studije, 2008), 10, 65–6, 70–1, 168–9, 173 .

*neautorizirana, nezakonita. Ona ne predstavlja već biva predstavljenom. Pasivna, neaktivna, u ulozi objekta, žena je predmet stalnog muškog prisvajanja u društvu u kojem slika posjeduje moć oblikovanja identiteta*⁹⁶.

Temeljem literature koja ispituje odnos medija i kulture u podržavanju uvriježenih ženskih stereotipa, kao i temeljem istraživanja toga pitanja na odabranom uzorku, utvrdit će se osnažuju li mediji u političkom diskursu sustavno kulturu rodnih stereotipa.

2.1. Kulturni kontekst rodne (ne)ravnopravnosti u medijskom prostoru

U okviru istraživanja ističe se etimološki pojam kulture koji se odnosi na etičko i društveno nasljeđe zajednice. Kultura utječe na to kako se društvo odnosi prema svim njezinim dionicima, među ostalim prema ženama, muškarcima, djeci, starijima i nemoćnima. U prevladavajućoj kulturi patrijarhata žene imaju podređen status u svim segmentima života. Kolika je determinirajuća važnost kulture možda najbolje ilustrira činjenica da je status žena različit u kulturama nordijskih i bliskoistočnih zemalja.

Po riječima teoretičara Terrya Eagletona: *...latinski korijen riječi „kultura“ jest colere što može značiti bilo što u rasponu od uzgajanja, njegovanja, nastanjivanja, poštovanja do obožavanja. U svome užem značenju umjetničke djelatnosti, ona je namijenjena zanemarivom postotku građanstva. U svome širem značenju, kad je počeo slabiti utjecaj religije na narodne mase, kultura je preuzela njezino mjesto. Naime, ako religija nudi kult, osjetilni simbolizam, društveno zajedništvo, kolektivni identitet, kombinaciju praktične moralnosti i duhovnog idealizma kao i vezu između intelektualaca i naroda, isto čini i kultura*⁹⁷.

U usporedbi sa prethodnim definicijama kulture, Eagleton kulturu uopćeno definira kao: *...skup vrijednosti, običaja, vjerovanja i praksi koje sačinjavaju život neke grupe zajednice ili društva. Ona uključuje znanje, vjerovanje, umjetnost, moral, zakon i navike čovjeka kao člana društva. Kultura omogućuje društvu, skupini ili klasi da doživi, odredi, tumači i pronade smisao svojih životnih uvjeta*⁹⁸.

⁹⁶ Kate Linker, „Prikazivanje spolnosti“, prev. Ljiljana Kolešnik i Jasenka Zajec, u: Ljiljana Kolešnik: Feministička likovna kritika i teorija likovnih umjetnosti. (Zagreb: Centar za ženske studije, 1999), 116.

⁹⁷ Terry Eagleton, *Ideja kulture* (Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, 2002), 54.

⁹⁸ Eaglerton, 2002: 8.

Kultura postaje sve važnija sastavnica života široke populacije, za razliku od njezina elitnijeg položaja u ranijim povijesnim razdobljima. Tome je dakako pridonijela popularna kultura. Ona se implementacijom u elitnu kulturu konzumira u širem društvenom kontekstu. Globalna ekonomija liberalnog kapitalizma naglašava materijalne vrijednosti. Bez obzira je li kultura elitna ili popularna, ona nas u velikoj mjeri determinira u naravi socijalnih kontakata, obiteljskih odnosa i kako kaže Eagleton, daje životu smisao⁹⁹.

Istraživanjem kulturnog konteksta koji se odnosi na zajedničke karakteristike nekog društva ističe se uloga patrijarhata i posljedično tomu samoobjektivizacija žena (pasivizacija ženskog viđenja sebe očima muškarca).

Prema Eliotu Aronsonu, Timothyu Wilsonu i Robinu Akertonu, zbog toga ljudi često prihvaćaju uvriježene obrasce ponašanja kako bi izbjegli odbacivanje okoline. Normativni socijalni utjecaj u svakodnevici opaža se na više razina. „Prikladno“ odijevanje jedna je od njih. Nasuprot ovom trivijalnom normativnom utjecaju, opasniji oblik odnosi se na nastojanja žena da se konformiraju kulturnim definicijama privlačnog tijela. U zapadnoj kulturi, posebno američkoj, cijene se mršave žene. Kako bi postigle društveno prihvaćanje idealnog mršavog tijela, žene se podvrgavaju dijetnom režimu koji nerijetko vodi u poremećaje prehrane, anoreksiju i bulimiju. Iako je ta tema do sada malo istraжена, onedavno i muškarci prihvaćaju trend normativnog konformizma u cilju postizanja „idealnog tijela“¹⁰⁰. Na taj način kultura postaje represivna, s nejednakim odnosom moći prema drugima i drugačijima i to ne samo prema ženama, nego i prema mladima, nacionalnim skupinama i drugim marginaliziranim društvenim slojevima¹⁰¹.

Na tragu dominantne kulture patrijarhata, a u okviru teme ovog doktorskog rada, autori Danijel Labaš i Maja Mihovilović navode da je: *Zapadna kultura stvorila mit o muškarcu kao 'promatraču', kao o onome koji promatra i gleda, te o ženi 'objektu gledanja', ženi koja se*

⁹⁹ Eagleton, 2002: 46, 155-6.

¹⁰⁰ Eliot Aronson, Timothy D Wilson, Robin M Akert, *Socijalna psihologija* (Zagreb: Mate, 2005), 264, 270–271, 273–274.

¹⁰¹ Jasenka Kodrnja, „Kultura kao afirmacija i negacija, ne-kultura, ne-kulturi“, u: Jasenka Kodrnja et al.: *Kultura, drugi, žene* (Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, Hrvatsko filozofsko društvo, Plejada d.o.o., 2010) 105–15.

doživljava kao promatrana. Posljedica toga je da žene same sebe promatraju kao promatrane. Žene su zapravo tako inkulturirane da sebe promatraju očima zamišljenog muškarca¹⁰².

S takvim stavom slažu se mnogi autori. Između ostalih, na tragu samoobjektivizacije žena, Hajrudin Hromadžić obrazlaže: *Prevladavajući prikaz za ženu je degradirajući te ju svodi isključivo na predmet zadovoljavanja seksualnih potreba muškaraca. Žena sebe prilagođava muškom pogledu žudnje, to jest hoće sebe vidjeti onako kako bi je vidio muškarac kako bi na taj način iz njega izvukla strast, želju. Njezino je tijelo aranžirano na način da isprovocira muškarčev pogled na sliku. Ta je slika napravljena kako bi prizvala njegovu seksualnost. Aktivan pogled je muški privilegij. Žena neprestano sebe promatra, opsjednuta je svojim vlastitim imidžom, time kako njezina pojavnost biva percipirana od strane muškarca. Žena gleda sebe bivajući gledana. Ona sebe pretvara u objekt – najčešće u objekt vizije: prizor*¹⁰³.

Kako zatim tvrdi Barbara Fredrickson, teorija objektivizacije pretpostavlja da su djevojčice i žene inkulturirane da se odnose prema sebi i promatraju se prvenstveno s tjelesnog aspekta. Pogled prema sebi vodi u stvaranje navike nad tjelesnom kontrolom što u žena pojačava osjećaj srama i tjeskobe i može smanjiti motivacijske mogućnosti za osobni razvoj. Nagomilavanje takvih negativnih iskustava o sebi može biti pogubno za psihičko zdravlje žena i donosi zdravstvene rizike poput depresije, spolne disfunkcije i poremećaja prehrane¹⁰⁴.

Slično istraživanje provela je Jennifer Muehlenkamp 2003. godine prema kojemu samoobjektivizacija može dovesti do poremećaja prehrane i depresije¹⁰⁵. Prema autorici Tanjaré McKay, tradicionalno su društvene norme određivale rodne uloge za muškarce i za žene. Od muškaraca se očekuje dominacija, muškost i neovisnost, a žene se prikazuju kao slabe,

¹⁰² Danijel Labaš,, Maja Mihovilović, „ Mediji i konstruiranje mita o ženskoj ljepoti“, u: Matea Jalžević at al.: Žene kroz povijest (Zagreb: Društvo studenata povijesti „Ivan lučić-Lucius“, 2014), 175–8.

¹⁰³ Hajrudin Hromadžić, *Medijska konstrukcija društvene zbilje. Socijalno-ideološke implikacije produkcije medijskog spektakla* (Zagreb: AGM, 2014), 86.

¹⁰⁴ Barbara L. Fredrickson; Tomi-Ann Roberts (June 1997). "Objectification theory: toward understanding women's lived experiences and mental health risks". *Psychology of Women Quarterly*. Sage. 21 (2): 173–206. doi:10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x.,<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x> (pristupljeno 19. kolovoza 2018).

¹⁰⁵ Jennifer J. Muehlenkamp,; Renne N. Saris–Baglama (10 Jan 2003). "Self–Objectification and its Psychological Outcomes for College Women". *Psychology of Women Quarterly*. 26: 371–379. doi:10.1111/1471-6402.t01-1-00076, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/1471-6402.t01-1-00076> (pristupljeno 20. kolovoza 2018).

osjećajne i ovisne o muškarcu. U suvremenom društvu žene usvajaju različite rodne uloge, u rasponu od onih namijenjenih muškarcima do stereotipnih. Unatoč tome, žene i dalje usvajaju tradicionalne rodne uloge u kojima opstaje samoobjektivizacija na temelju tjelesnosti. Žene vide sebe onako kako ih drugi vide. Uzroke samoobjektivizacije treba tražiti u medijima, partnerskim odnosima i utjecaju društva. Posljedice po žene variraju od osjećaja bespomoćnosti, srama, neuroze, poremećaja prehrane i depresije. Samoobjektivizacija žene udaljava od drugih ciljeva u životu poput razvoja međuljudskih odnosa i akademskog uspjeha. Prevencija samoobjektivizacije i osnaživanje žena zahtjeva provođenje mjera kao što su medijska pismenost, uključivanje žena u sportske aktivnosti, podrška obitelji i vjerskih zajednica. U terapiji treba ih naučiti nerealna, medijski nametnuta uvjerenja o tjelesnom izgledu zamijeniti onima racionalnima i dostižnima te poticati samopoštovanje bez obzira na tjelesne karakteristike¹⁰⁶.

U usporedbi s tim, Adam Holtz navodi da mediji imaju važnu ulogu u oblikovanju djevojačkog identiteta. Medijski prikazi šalju poruku da je osrednji tjelesni izgled odgovoran za neuspjeh u životu. Prema takvom shvaćanju obrazovanje, odvažnost, inteligencija, odanost nisu predispozicije za ispunjen i kvalitetan, prema medijskim kriterijima „savršen“ život¹⁰⁷. Isto tako, prema politologinji Caroline Heldman prepoznavanje ženske seksualne objektivizacije danas se smatra postignućem u njihovu samoosnaživanju. U stvarnosti ona ju predstavlja kao objekt, nemisleći predmet koji se može koristiti na bilo koji način. Žena kao seksualni objekt služi za pružanje seksualnog zadovoljstva muškarcima. Široko rasprostranjena seksualna objektivizacija visoko je štetna za djevojčice i žene¹⁰⁸. Američko psihološko društvo objavilo je 2010. godine izvješće o utjecaju seksualizacije djevojčica putem medija i drugih sudionika u kulturi. Djevojčice odrastaju u kulturnom okruženju koje obilato šalje poruke o seksualnoj objektivizaciji žena. Obitelj, obrazovni sustav, crkva, vršnjaci, doprinose seksualizaciji

¹⁰⁶ Tanjare McKay (2013-09-30). "Female Self-Objectification: Causes, Consequences and Prevention". McNair Scholars Research Journal, <https://commons.emich.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1065&context=mcnair> (pristupljeno 20. kolovoza 2018).

¹⁰⁷ Adam R. Holz (2007). "Is average the new ugly?". Plugged In Online. Focus on the Family. *Archived from the original on 2012-02-23* https://web.archive.org/web/20120223120504/http://www.pluggedin.com/familyroom/articles/2007/isaveragethe_newugly.aspx (pristupljeno 24. kolovoza 2018).

¹⁰⁸ Caroline Heldman (2 July 2012). "Sexual Objectification (Part 1): What is It? - Sociological Images". thesocietypages.org. Retrieved 2017-12-11, <https://thesocietypages.org/socimages/2012/07/02/sexual-objectification-part-1-what-is-it/> (pristupljeno 24. kolovoza 2018).

djevojčica te one same usvajaju seksualizirajući samoidentificirajući identitet. Djevojčice izložene seksualnoj objektivizaciji posredstvom medija sklonije su nezadovoljstvu vlastitim tijelom, depresiji i niskoj razini samopoštovanja. U doprinosu neutralizaciji seksističke kulture škole počinju prepoznavati važnost medijske pismenosti, tj. kritičkog promišljanja medijskih sadržaja, između ostalog – seksualiziranih prikaza žena i djevojčica. Nadalje, spolni odgoj u školama pridonijet će poštovanju u ljubavnim vezama, a izvannastavne sportske aktivnosti ojačat će djevojački pogled na tjelesnost izvan stereotipnog konteksta. Roditelji i drugi odrasli kroz korištenje medija i rasprave mogu pomoći mladima da kritički razmišljaju o onome što vide. Mnogi internetski i alternativni časopisi, knjige i filmovi osnovani uz potporu ženskih organizacija, ohrabruju djevojčice da stvaraju alternativne perspektive seksualiziranom utjecaju u kulturi. Podršku trebaju pružiti obrazovne ustanove, roditelji, vjerske institucije, a naročito djevojčice međusobno¹⁰⁹. U dosadašnjim prikazima žena autori i autorice izjašnjavali su se o mladim ženama. To je dobro uočila Hine Rochelle uvidjevši da osim što seksualna objektivizacija negativno utječe na mlade žene i djevojčice, štetno se reflektira i na starije žene. Prikazi mladih atraktivnih žena u medijima u starijih žena mogu izazvati različite emocije poput tuge, zabrinutosti, zavisti, emocionalnog stupora i osjećaja društvene marginalizacije¹¹⁰. Seksualizacija kulture je kako smatra autorica Rosalind Gill uopćen pojam da bi mogao biti koristan alat u raspravama te je neophodno otvoriti pitanja različitih praksi koja se uobičajeno grupiraju zajedno. Primjerice, reklame su daleko od jednoznačnog homogenog procesa jer je homoseksualna populacija seksualizirana na drukčiji način i stoga isključena iz „demokratizacije požude“ aktivne u vizualnoj kulturi¹¹¹.

Unatoč tome što Kodrnja tvrdi da negacija kulture patrijarhata potiče kulturu rodne ravnopravnosti i poštivanja žena i što je u tom području institucionalno učinjeno mnogo (žene

¹⁰⁹ American Psychological Association, (APA) (2010). Report of the American Psychological Association task force on the sexualization of girls, executive summary (PDF). American Psychological Association(Report). Washington, DC., <https://www.apa.org/pi/women/programs/girls/report-full.pdf> (pristupljeno 19. kolovoza 2018.)

¹¹⁰ Hine Rochelle (15 April 2011). "In the Margins: The Effects of Sexualized Images on the Mental Health of Aging Women" (1):16, <https://www.google.com/search?q=rochelle+hine&client=firefox-b-ab&tbm=isch&tbu=u&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwjux6qblf7cAhXMKcAKHSYcCeMQsAR6BAgGEAE&biw=1920&bih=966> (pristupljeno 21. kolovoza 2018).

¹¹¹ Gill, Rosalind (April 2009). "Beyond the sexualization of culture thesis: An intersectional analysis of sixpacks, midriffs and hot lesbians in advertising". *Sexualities*. 12: 137–160. doi:10.1177/1363460708100916 <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1363460708100916> (pristupljeno 23. kolovoza 2018).

imaju aktivno i pasivno političko pravo, jednakost pred zakonom, pravo na obrazovanje, pravo na zdravstvenu zaštitu), još uvijek se nalaze nova neuočena područja. Patrijarhalna struktura društva u kulturi podržava podređenost žena u svim sferama života, radi li se o onim javnim, politici, znanosti, kulturi, zdravstvu, obrazovanju ili privatnim, u obitelji ¹¹².

Sve upućuje na zaključak da se kultura patrijarhata odražava na medijski tretman žena, u specifičnom istraživanju, političarki. Uz to neizravno se proučava je li pozicioniranje političarki u medijima različito u kulturološki i politički dispartatno orijentiranim sredinama.

Unutar ovog istraživanja naročita važnost pridaje se definiciji roda koju treba jasno odvojiti od spola. Spol je zadan rođenjem kao ženski ili muški. Određuju ga biološke karakteristike, kao što su vanjski i unutrašnji spolni organi, hormoni i sekundarne spolne osobine.

Definicija Vijeća Europe objašnjava rod na sljedeći način: *Rod je društveno konstruirana definicija muškarca i žene. To je društveno oblikovanje biološkog spola, određeno shvaćanjem zadataka, djelovanja i uloga pripisanih muškarcima i ženama u društvu, u javnom i privatnom životu. Rod označava društveno oblikovana ponašanja, aktivnosti i osobine koje određeno društvo smatra prikladnima za žene i muškarce. To je kulturološki specifična definicija muškosti i ženskosti, i prema tome je promjenjiva u vremenu i prostoru. Konstrukcija i reprodukcija roda zauzima mjesto i na individualnom i na društvenom nivou. Obje su jednako važne. Individualno, ljudska bića oblikuju rodne uloge i norme kroz svoje aktivnosti i reproduciraju ih sukladno očekivanjima. Postoji rastuća svijest da rod treba uzeti u obzir na političkom i institucionalnom nivou. Rod nije samo društveno konstruirana definicija žena i muškaraca, to je i društveno konstruirana definicija odnosa između spolova. Konstrukcija sadrži nejednak odnos moći s muškom dominacijom i ženskom subordinacijom u većini životnih područja. Muškarci i njihovi zadaci, uloge, ponašanje i vrijednosti koje im se pripisuju, u mnogim aspektima vrednovani su više nego žene i ono što se uz njih veže. Sve se više prepoznaje karakteristika pristranog društva pod utjecajem muškog: muška uloga je preuzeta kao norma za društvo kao cjelinu, što se reflektira u politici i strukturama. Politika i strukture često nenamjerno reproduciraju rodnu nejednakost* ¹¹³.

¹¹² Kodrnja, 2010: 125.

¹¹³ Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje (2010) „Spol i rod“, <https://www.sezamwebnet.net/hr/spo-i-rod/> (pristupljeno 27. svibnja.2018).

Usvajanjem pojmova roda i spola nastoji se pokazati kako se rod i shvaćanje rodnih uloga razlikuje u pojedinim društvima i kulturama i predmet je prijepora u javnom diskursu i u rodnim politikama.

Odnos muške moći definiran rodnom potvrđuje autorica Silviana Agacinski navodeći da su žene: *...tijekom većeg dijela povijesti bile nevidljive, uklopljene u instituciju braka, privatizirane u muškim kulturama kao supruge i majke. Dostupnošću obrazovanja, ulaskom u svijet rada i u politiku za očekivati je veću društvenu vidljivost žena. Međutim, to se nije dogodilo osim u malobrojnim državama svijeta. Žene su ponovno umetnute u društvene odnose koji ih pretvaraju u tijela na raspolaganju*¹¹⁴.

Kao što navodi Sarah Wats na svom blogu, rodne uloge formiraju se još u djetinjstvu i to potpuno nenamjerno. Roditelji daju djevojčicama čitav niz suptilnih društvenih znakova koji ih udaljavaju od znanosti i tehnologija, tzv. STEM područja. Porukama se obeshrabruju djevojčice da pohađaju tradicionalno „muške“ predmete u školi. Primjerice, djevojčicama se već u djetinjstvu sugerira da brinu o svojem izgledu više nego li o poslu kojim će se jednog dana baviti. Wats zaključuje da je seksizam stvaran i očituje se na mnoštvo različitih načina, ponekad vrlo prikrivenih¹¹⁵. Kroz novi val konzervativizma koji je zahvatio Hrvatsku i druge europske zemlje, mukotrpno stečena ženska ljudska prava i slobode pokušavaju se ukinuti ili ograničiti i umjesto civilizacijskog napretka vraćaju društvo unatrag. Ponovno im se nameće rodno uvjetovana uloga majke kao najvažnija i o kojoj ne bi trebale odlučivati one same nego netko drugi putem zakona i institucija utemeljenih na vjerskim dogmama umjesto na znanstvenim činjenicama.

Vezano uz istraživanje rod kao društveni konstrukt određuje kako će se medijski prezentirati žene, a kako muškarci te će se pokazati od kolikog je utjecaja poimanje rodnih uloga na pridavanje važnosti politički angažiranim osobama oba spola.

Temeljem distinkcije roda od spola treba istaknuti pitanje rodne ravnopravnosti odnosno jednakih mogućnosti za ostvarivanje svih potencijala bez obzira na spol.

¹¹⁴ Silviana Agacinski, *Žene između pola i roda* (Zagreb: Politička kultura, 2015), 143–5.

¹¹⁵ Sarah Watts. “Can We All Just Relax About Casual Sexism?” The Huffington Post. TheHuffingtonPost.com, 01 July 2014. Web. 20 Oct. 2014, https://www.huffingtonpost.com/sarah-watts/can-we-all-just-relax-about-casual-sexism_b_5545175.html (pristupljeno 31. srpnja 2018).

Žene su od potpune povijesne lišenosti svih vrsta prava i moći tijekom posljednjih sto godina postigle mnogo, ali do ostvarenja cilja pune ravnopravnosti žena i muškaraca još je izazova. Feminističke aktivistice i spisateljice Linda Nochlin i Whitney Chadwick opisale su položaj žena kao: *...gospodarsku, pravnu i političku obespravljenost tijekom većeg dijela povijesti*¹¹⁶, a *jedine uloge koju su joj sve institucije automatski odobravale i povjeravale jesu uloge žene i majke*¹¹⁷

Tek tijekom posljednjih stotinjak godina žene su se u civiliziranom dijelu svijeta izborile za političko aktivno i pasivno pravo glasa, pravo na obrazovanje i zapošljavanje, pravo na zdravstvenu zaštitu i reprodukcijiska prava. U mnogim zemljama svijeta uskraćuju im se sva ili neka od navedenih prava, nad ženama se provode svi oblici nasilja. U državama sa stečenim ženskim ljudskim pravima postoje tendencije ograničenja reproduktivnih prava i prava jednakih mogućnosti na tržištu rada. Prema Lindi Nochlin, naročito se to odnosi na pitanje reprodukcijiskih odnosno prava na slobodu odlučivanja o potomstvu. No, danas se ipak više ne može govoriti o isključivosti izbora između obitelji i karijere. Moderna žena je obrazovana, zaposlena, odlučuje o planiranju potomstva, ali i dalje u velikoj mjeri preuzima najveći dio obaveza koje nisu ekonomski vrednovane: odgoj djece, kućanske poslove, skrb za stare i nemoćne članove obitelji. Iako su muškarci i žene zakonski izjednačeni, kulturološke nejednakosti još uvijek nisu prevladane. Kao što tvrdi Nochlin: *...nije realno očekivati kako će većina muškaraca uskoro 'progledati' i otkriti kako je u njihovu interesu ženama dati potpunu ravnopravnost. Jednako je nerealno tvrditi da će sami muškarci shvatiti kako su slabiji upravo stoga što si zabranjuju pristup tradicionalno ženskim 'područjima' i odbacuju emocionalne reakcije oko sebe*¹¹⁸.

Društvena tendencija uskrate iskazivanja osjećaja u muškoj populaciji i obavljanje „muških“ poslova radi udovoljavanja društveno prihvatljivih oblika ponašanja, muškarce ograničava u iskazivanju svojih punih potencijala. Na isti način se ograničavaju žene usmjeravanjem prema odobrenim ulogama i zadacima. Po mišljenju Nochlin dominacija muškaraca na atraktivnijim poslovima opaža se i u zanimanjima koja se smatraju tradicionalno ženskima. Kuhari postaju

¹¹⁶ Whitney Chadwick, „Umjetnice i politika prikazivanja“, prev. Ljiljana kolešnik i Jasenka Zajec, u: Ljiljana Kolešnik: Feministička likovna kritika i teorija likovnih umjetnosti. (Zagreb: Centar za ženske studije, 1999), 198.

¹¹⁷ Linda Nochlin, „Zašto nema velikih umjetnica“, „“, prev. Ljiljana kolešnik i Jasenka Zajec, u: Ljiljana Kolešnik: Feministička likovna kritika i teorija likovnih umjetnosti. (Zagreb: Centar za ženske studije, 1999), 20.

¹¹⁸ Nochlin, 1999: 6.

glavni kuhari, a učitelji ravnatelji. Osim toga, žene obavljaju rad koji je manje ili uopće nije ekonomski vrednovan poput dadilja ili domaćica. Muškarci će čuvati svoje privilegije dok god ne budu privoljeni odreći ih se¹¹⁹. Ta moć ogleda se u institucionalnim strukturama. Stoga je put do rodne ravnopravnosti kroz povijest bio toliko dug i trnovit jer su na položajima odlučivanja i moći tijekom cijele povijesti bili muškarci koji se nisu htjeli odreći stečenih prednosti. Za jednakost žena u društvu potrebno je stvoriti savezništvo s muškarcima. Zbog toga austrijska teologinja i povjesničarka smatra da bi se proces postizanja rodne ravnopravnosti trebao provoditi usporedo s institucionalnom ravnopravnošću i prevladavanjem uvriježenih ukorijenjenih mizoginih obrazaca mišljenja i djelovanja. Mijenjati se trebaju i muškarci¹²⁰. Kao što su prethodne autorice navele, muškarci pružaju otpor mijenjanju postojećih odnosa moći.

Problem rodne ravnopravnosti u kontekstu istraživanja utvrdit će dodjeljuju li se političarkama manje atraktivne pozicije i prikazuje li ih se stereotipno u medijima u skladu s uvriježenim tradicionalnim obrascima ponašanja.

U istraživanju tematski vezane literature neprijeporno su feministički pokreti od velikog značaja jer su utjecali na smanjivanje nejednakosti između žena i muškaraca. Oni su tijekom povijesti, od svojih začetaka, krajem 18. stoljeća do danas, i u različitim kulturama, bez obzira na više smjerova feminizma, prožeti zajedničkom borbom protiv svih oblika diskriminacije nad ženama.

Feminizam (franc. *féminisme*, lat. *femina*: žena) označava društveni pokret i svjetonazor koji se zalaže za unapređenje položaja žena uklanjanjem spolne dominacije i diskriminacije (seksizma) i promicanjem rodne jednakosti u svim područjima života. Feminizam započinje s prosvjetiteljstvom, modernom demokracijom i liberalizmom te s promjenljivim intenzitetom, taktičkim oblicima i temama javnoga djelovanja traje do danas¹²¹.

Prvi zapisi o zaštiti ženskih ljudskih prava u zapadnoj civilizaciji mogu se naći još u 15. stoljeću. No, tek će se krajem 18. stoljeća, paralelno s pojavom demokratskih revolucija, žene

¹¹⁹ Nochlin, 1999: 6.

¹²⁰ Anna Maria Grünfelder, „Feministička teološka etika“, u: Đurđa Knežević, Koraljaka Dilić: Žene i politika: Suvremeni ženski/feministički pokreti u post-komunističkim državama/10 godina poslije (Zagreb: Ženska infoteka, 2004), 26.

¹²¹ Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, s.v. „feminizam“, <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=19203> (pristupljeno 29. kolovoza 2018.).

početi ujedinjavati radi unapređenja svog društvenog statusa.¹²² Početak feminističke literature predstavlja djelo engleske autorice Mary Wollstonecraft (1759.–1797.) „A vindication of the rights of woman“ („Obrana ženskih prava“). Djelo je nastalo dok se u Francuskoj rasplamsavala revolucija, a u Engleskoj vodila rasprava o parlamentarnim reformama. Iako su s današnjeg kuta gledanja neki stavovi Mary Wollstonecraft tradicionalni, generalno su prema drugim idejama za svoje vrijeme bili revolucionarni. Tako je na primjer veliku važnost posvećivala majčinskim obavezama žene, a muškarca je isključila iz obiteljskih obaveza. Bila je zagovornica radikalnih društvenih promjena koje bi žene financijski i društveno učinile neovisnima o muškarcima. Prepoznala je muški pogled na žene kao ženska, a ne kao ljudska bića, a time su im bila uskraćena građanska, politička i socijalna prava koja su bila zajamčena muškarcima.¹²³ Tek će se 200 godina kasnije na Svjetskoj konferenciji u organizaciji Ujedinjenih naroda o ljudskim pravima u Beču 1993. godine ženska prava priznati kao ljudska prava i bit će promatrana u kontekstu univerzalnih ljudskih prava, a ne odvojeno kao do tada, od drugih pitanja vezanih za ljudska prava.¹²⁴ Mary Wollstonecraft veliku je važnost pridavala besplatnom osnovnoškolskom i srednjoškolskom obrazovanju za svu djecu bez obzira na društvenu klasu. Smatrala je da je obrazovanje žena važan element u ženskoj emancipaciji. U suprotnom, jedini način da osvoje položaj u društvu im je udaja, ali time i ovisnost o muškarcu. Tadašnje društvo upravo je ohrabrivalo žene na pripremu za brak, naglašavajući važnost ljepote i poželjnosti muškarcima, a zanemarivalo je druge aspekte ženskosti, obrazovanost, inteligenciju, hrabrost, korisne kompetencije nauštrb beskorisnih. Njezino uvjerenje da je društvo ravnopravnih muškaraca i žena prosperitetnije društvo, aktualno je i danas¹²⁵.

Feministička aktivnost ukazuje na potrebu uklanjanja svih oblika diskriminacije putem razjašnjavanja različitih pokreta koji su u početku bili usmjereni na jednakopravnost u obrazovanju, zapošljavanju i političkom pravu glasa. Potom je uslijedilo nekoliko ogranaka feminizma poput liberalnog, marksističkog i socijalističkog. Moderni feminizam uključuje ekologiju, informatičku i reproduktivnu tehnologiju (*cyberfeminism*) i društvenu moć (*power feminism*).

¹²² Mirela Holy, *Mitski aspekti ekofeminizma* (Zagreb: TIM press, 2007), 38.

¹²³ Mary Wollstonecraft, uvod knjizi *Obrana ženskih prava* u prijevodu Marina Leustek (Zagreb: Ženska infoteka, 1999), 5.

¹²⁴ Portal Libela, n.d.

¹²⁵ Wollstonecraft, 1999: 9, 211–12, 188.

Začeci feminističkog pokreta naziru se još u vrijeme francuske buržoaske revolucije. Tada su revolucionarne republikanke zahtijevale ravnopravnost žena i muškaraca u politici, no francuska je Vlada 1793. godine zabranila ženama političko djelovanje¹²⁶. Francuska spisateljica Olympe de Gouges borila se za prava i slobode poput ukidanja ropstva, prava žena na razvod braka i priznavanja prava izvanbračne djece. Objavljujućem Deklaracije o pravima žena i građanki kojom je zahtijevala jednaka prava muškaraca i žena pred zakonom odgovorila je na Deklaraciju o pravima čovjeka i građanina koju je objavila Francuska skupština 1791. godine. Budući da je pripadala umjerenom političkom opciji žirondinaca, poraženih od radikalnih montanjara, giljotinirana je 1793. godine¹²⁷. Obeshrabrene žene povukle su se iz javnog angažmana sljedećih nekoliko desetljeća dok se nisu stvorili uvjeti u društvu koji su omogućili širenje feminističkih ideja. Od 1830. godine uspostavlja se međunarodna suradnja žena, od SAD-a do Rusije i Švedske¹²⁸. Tome je najviše pridonio sufražetski pokret (engl. *suffrage*, pravo glasa). Mnogi teoretičari ženskog pokreta smatraju da je upravo pokret sufražetkinja najviše pridonio poboljšanju položaja žena u svijetu. Nastao je u SAD-u sredinom 19. stoljeća i raširio se u mnoge europske, ali i ostale zemlje svijeta. Metode sufražetkinja bile su znatno agresivnije i radikalnije od drugih feminističkih pokreta, ali su bile učinkovite jer se ženama priznalo pravo glasa. Istaknute predvodnice sufražetkinja bile su Amerikanke Elisabeth Cady Stanton i Susan B. Antony te Njemica Clara Zetkin, inicijatorica obilježavanja 8. ožujka, Međunarodnog dana žena¹²⁹. U drugoj polovini 20. stoljeća počeo je drugi val feminizma (moderni ili rodni feminizam) koji se temelji na djelu Francuskinje Simone de Beauvoir „*Le Deuxième sexe*“ („*Drugi spol*“), objavljenom 1949. godine i Amerikanke Betty Friedan „*The Feminine Mystique*“ („*Mističnost žene*“), objavljenom 1963. godine. Obje su knjige snažno utjecale na oblikovanje samosvijesti mnogih žena ističući da oslobođenje žene znači i oslobođenje muškarca te da je privatno istovremeno i javno, političko. Žensku pasivnost i ovisnost objašnjavaju ograničavajućim kućanskim poslovima. Feminizam se razgranao u više smjerova: liberalni, marksistički, radikalni, socijalistički, postkulturni, a u novije doba bavi se ekologijom, ekofeminizam, informatičkom i reproduktivnom tehnologijom, *cyberfeminism* i društvenom moći, *power feminism*¹³⁰. Mirela Holy klasificirala je suvremeni feminizam u

¹²⁶ Holly, 2007: 38.

¹²⁷ Kathleen *Kuiper*, Encyclopaedia Britannica, <https://www.britannica.com/biography/Olympe-de-Gouges> (pristupljeno 29. kolovoza 2018).

¹²⁸ Holly, 2007: 38.

¹²⁹ Holly, 2007: 44–5.

¹³⁰ Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, s.v. „feminizam“

nekoliko osnovnih oblika: liberalni, radikalni i socijalni, a razlikuju se prema ciljevima i metodama djelovanja, no svima je zajedničko usmjeravanje pažnje javnosti prema uvriježenim pojmovima ženstvenosti, rodnim ulogama i heteroseksualnosti. Feministički pokreti ostvarili su važnu ulogu u borbi protiv svih oblika diskriminacije: rasne, nacionalne, društvene, spolne, dobne i drugih. Liberalni feminizam zalaže se za postizanje rodne ravnopravnosti kroz ženski pristup moći. Metode djelovanja liberalnih feministkinja usmjerene su prema političkom djelovanju. Radikalni pak feminizam zagovara radikalne društvene promjene. Radikalne feministkinje smatraju da su žene podređene zbog cjelokupnog ustroja društvenog sustava koji podržava mušku dominaciju. Zato žene ne mogu postići ravnopravnost u muškom sustavu moći. Radikalna preobrazba patrijarhalnog društvenog modela treba početi na osobnoj razini jer će se tako ostvariti cjelovita promjena društva. Socijalni feminizam sličan je radikalnome jer socijalne feministkinje također smatraju kapitalističko društveno uređenje glavnim razlogom neravnopravnosti spolova te se zalažu za ekonomsku i društvenu transformaciju. Liberalne feministkinje kojima je glavni cilj postizanje ravnopravnih mogućnosti u zapošljavanju i karijeri, pripadaju glavnoj struji društva dok su radikalni i socijalni feminizam još uvijek u području subkulture¹³¹. Kronologiju nastanka feminističke teološke etike objasnila je Anna Maria Grünfelder. Tvrdi da su teološki obrazovane žene osnovala u SAD-u 1971. i 1972. godine, pokret feminističke teološke etike. Zahtijevale su ravnopravno priznanje u teologiji i crkvenim službama, uvažavanje žena u crkvenom učenju. Budući da je ženska perspektiva za prve feminističke teologinje bila namijenjena bijelim ženama iz razvijenih zemalja, naišla je na kritiku crnačkih teologinja te su se razvijale teologije žena drugih rasa – crnačka i hispanika teologija. Feministička teološka etika zagovara javnu moć umjesto crkvene koja znači služenje jer u suvremenom društvu u javnosti se odlučuje o sve više područja, političkih, pravnih, ekonomskih, koji utječu na privatne živote. Time se feministička teološka etika može povezati s feminizmom moći (*power feminism*) koji usvajanje moći smatra posebno važnim kako bi žene mogle stvoriti i afirmirati u javnosti ekološku etiku. Termin ekofeminizam nastao je iz prvobitnog društvenopolitičkog konteksta feminističke teološke etike¹³². S tim u vezi, Holy vidi razliku ekofeminizma, feminizma suvremenog društva, od drugih feminizama u tome što potrebu za očuvanjem okoliša postavlja kao temelj feminističkog koncepta svijeta. Uzrok degradacije okoliša nalazi u patrijarhalnom društvenom uređenju jer su muškarci ti koji

¹³¹ Holly, 2007: 46–7

¹³² Grünfelder, 2004:15–16, 26–8.

posjeduju, eksploatiraju i devastiraju zemlju na isti način kao što dominiraju ženama i podčinjavanju ih¹³³.

Na značenje feminističkih pokreta nakon pada komunizma u zemljama bivšeg istočnog bloka pokušale su odgovoriti autorice Đurđa Knežević, Andrea Špehar i Tetiana Rymarenko. Prema Knežević feministički pokreti okrenuli su se zapadnim iskustvima, ali su istovremeno tragali za svojim vlastitim rješenjima. Naime, tranzicija u kapitalističko društveno uređenje marginalizirala je ili uklonila nevladine institucije i komunikacijske kanale koji su omogućavali platforme za istraživanja i rasprave od važnosti za ženska prava. Nedostaci su djelomično kompenzirani potporama međunarodnih donatora i organizacija poput Europske unije i Ujedinjenih naroda. S obzirom na položaj žena u bivšim komunističkim državama, njihova iskustva prožimaju sličnosti i razlike u razvoju njihovih feminističkih pokreta¹³⁴. Špehar navodi razlike u položaju žena iz afirmiranih zapadnih demokracija i žena iz bivšeg socijalističkog bloka. Istočnoeuropske žene tijekom razdoblja tranzicije suočile su se s egzistencijalnim problemima, masovnim gubitkom zaposlenja i istovremeno usklađivanjem poslovnog i obiteljskog života. Za razliku od pitanja kojima su se bavile žene u zapadnim demokracijama, istočnoeuropske žene više bi koristi imale od rješavanja stambenog pitanja, specifične zdravstvene zaštite, skrbi za djecu i starije osobe, nego naglaska na obrazovanju, zapošljavanju i politici. Za žene čiji su životi oblikovani klasnim i rasnim razlikama politika rodne neutralnosti može biti nevažna ili simbolična. Stoga je u postsocijalističkim državama važno uključiti što više žena jer je mnogo tema kojima se ženski pokret može obratiti širokoj ženskoj populaciji u cilju pritiska na zakonodavstvo i političke stranke da snažnije zastupaju ženske interese¹³⁵. Nasuprot tomu, prema ukrajinskoj autorici Rymarenko, razlika između istočnog i zapadnog feminizma postoji, ali ona nije toliko velika kao što se pretpostavlja. Problem roda masovni je i globalni fenomen. Iako su neosporna različita nasljeđa, jezici, kultura i stavovi, problemi su svugdje isti. Žene trpe nasilje, seksualna zlostavljanja, bore se za preraspodjelu društvenih

¹³³ Holy, 2007:11

¹³⁴ Đurđa Knežević, uvod u knjizi Đurđe Knežević i Koraljke Dilić *Žene i politika: Suvremeni ženski/feministički pokreti u post-komunističkim državama/10 godina poslije* (Zagreb: Ženska infoteka, 2004), 11–12.

¹³⁵ Andra Špehar, „Istraživanje o suvremenim ženskim pokretima i rodnoj politici u poskomunističkim zemljama – nedostaci i mogućnosti“, u: Đurđa Knežević, Koraljka Dilić: *Žene i politika: Suvremeni ženski/feministički pokreti u post-komunističkim državama/10 godina poslije* (Zagreb: Ženska infoteka, 2004), 43–4.

dobara i veću političku participaciju, protiv diskriminacije i traže da njihova prava budu zaštićena i neupitna¹³⁶.

Unatoč globalnom učinku feminizma, žene izvan zapadnih demokracija žive u daleko težim okolnostima i tek pronalaze načine borbe za rješavanje problema prilagođenih kulturama koje ne dijele zapadnjačke vrijednosti¹³⁷. Infibulacije, svi oblici nasilja, dogovoreni brakovi, nemogućnost pristupa obrazovanju i zdravstvenoj zaštiti i život u ekstremnom siromaštvu svakodnevica su stotina milijuna žena diljem svijeta.

Temeljem navedenoga, može se zaključiti da su feministički pokreti ostvarili značajan napredak u rodnoj ravnopravnosti. Ciljano istraživanje pokazat će u kojoj mjeri je politički ostvareno aktivno pravo glasa žena – da budu birane, tijekom prve faze feminističkog pokreta, realizirano u medijskom diskursu.

U kontekstu ovog istraživanja posebno značajno mjesto zauzimaju rodni stereotipi, odnosno pridruživanje generaliziranih osobina određenim društvenim grupama temeljem rodne pripadnosti.

Pojam stereotipa podrazumijeva sklopove pojednostavnjenih i pretjerano uopćenih osobina koje se pridaju svim pripadnicima neke društvene skupine. U tom smislu su stereotipi raširena i razmjerno trajna kognitivna shema o zajedničkim, češće negativnim nego pozitivnim značajkama neke društvene skupine. Pojednostavnjivanjem značajki složene društvene sredine oni olakšavaju obradu informacija i snalaženje u njoj. Nedostatne informacije o značajkama pojedinca nadoknađuju se stereotipima („znanjem“) o osobinama skupine kojoj on pripada. U širem značenju, stereotip podrazumijeva često ponavljan, neizvoran postupak ili djelo, odnosno klišej.¹³⁸

U tom kontekstu rodni stereotipi su generalizirana uvjerenja o karakteristikama za koje se smatra da su tipične za muškarce i žene ili bi pak trebali biti temeljem očekivanja i običaja određene društvene sredine. Ne podrazumijevaju samo uvjerenja o tome kakvi su muškarci i

¹³⁶ Tetiana Rymarenko, „Ženski pokret u Ukrajini: Fantomska prijetnja“, u: Đurđa Knežević, Koralka Dilić: Žene i politika: Suvremeni ženski/feministički pokreti u post-komunističkim državama/10 godina poslije (Zagreb: Ženska infoteka, 2004), 110.

¹³⁷ Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, s.v. „feminizam“

¹³⁸ Prema enciklopedijskoj natuknici s.v. „stereotip“: <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=58036> (pristupljeno 21.studenog 2019.)

žene, već i kakvi bi trebali biti.¹³⁹ Anićeve rječnik hrvatskog jezika stereotip definira kao *uvijek isti postupak, rutinu, nešto što je banalno, svakidašnje*¹⁴⁰. Bitno proširenje definicije nalazimo kod Waltera Lippmana, koji smatra da nas stereotipi prožimaju od rođenja. O svijetu su nas drugi učili prije nego što smo stjecali vlastita iskustva. Stoga je naš doživljaj ljudi, prema tako naučenoj percepciji, u skladu s usvojenim znanjima. To znači da se ljudi ponašaju na način koji je točno utvrđen i pripadaju na njima prilagođeno mjesto. Stereotipi generacijski prenose svijet ugodnih, poznatih očekivanja. Sve što odstupa od očekivanog, strano je i stvara nesigurnost jer nas udaljuje od poznatog oklopa stereotipa¹⁴¹.

Temeljem istraživanja rodni stereotipi nameću se potreba za preispitivanjem društvenih pojava kao što su seksističke slobode u okviru javnih platformi, kreiranje poslovnih politika i smisao uvođenja takozvane ženske kvote, kao i fenomeni „staklenog stropa“ (granice karijernog dosega) i „staklene litice“ (održivosti karijernog uspjeha).

Jedan od rodni stereotipa je seksizam, odnosno, oblik društvene diskriminacije na temelju spola¹⁴². Mirjana Adamović (Institut za društvena istraživanja u Zagrebu), u knjizi „Žene i društvena moć“, pojavu seksizma uočava i analizira u širokom spektru, od osobne do institucionalne razine. Tema seksizma, odnosno, segregacije na temelju spola, kao područje znanstvenog istraživanja aktualizira se krajem šezdesetih godina prošlog stoljeća. U tom se kontekstu istražuje i potvrđuje teza da su najčešće žrtve spolne segregacije žene od strane muškaraca. Na individualnoj razini, seksizam se manifestira kao primjena određenih predrasuda u odnosu prema ženama, dok se na institucionalnoj razini odnosi na istraživanje, korekciju i provedbu politika, kojima se korigira upotreba stereotipa u jeziku i drugim oblicima društvenog ponašanja koji umanjuju društveni status žene, kao ravnopravne članice društvene zajednice. U osnovi seksizma je stereotip spolne nejednakosti. U patrijarhalnim društvima seksizam se javlja u svim područjima javnog života, od zabrane obrazovanja žena u društvima otvorene diskriminacije do potpune neravnopravnosti s muškarcima kod zapošljavanja, ukoliko planiraju imati obitelj ili su majke malodobne djece, ili su u srednjoj životnoj dobi. Istraživanjem primjene stereotipa u kontekstu konkretnih životnih situacija i društvenih praksi, pokazuje nam da je znatno manji broj žena (u odnosu na broj muškaraca) na upravljačkim

¹³⁹ Vidi: David J. Schneider, *The Psychology of Stereotyping*, The Guilford Press, (NY) 2005.

¹⁴⁰ Vladimir Anić, *Rječnik hrvatskoga jezika* (Zagreb: Novi Liber, 1991), s. v. „stereotip“, 683.

¹⁴¹ Walter Lippman, *Javno mnijenje* (Zagreb: Naprijed, 1955), 72,76.

¹⁴² Mirjana Adamović, *Žene i društvena moć* (Zagreb: Plejada, Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, 2011), 127.

pozicijama. Istraživanja također pokazuju, da su žene i muškarci jednako podložni prihvaćanju društvenih stereotipa na razini rodne diskriminacije, pa su tendencije za promjenom takvog stanja u sukobu s psihološkim čimbenicima pojedinaca, obzirom na tendenciju prilagođavanja određenoj društvenoj sredini.¹⁴³ Na sličan način se očituje i Gretchen Kelly, putopisateljica i spisateljica blogova, u tekstu pod nazivom „The Thing All Women Do That You Don't Know About“. Zanemarivanje i umanjivanje važnosti seksizama, smatra Kelly, ukorijenjeno je u obrascima ponašanja od najranije životne dobi. Na seksističko ponašanje u svakodnevnom životu većina se niti ne obazire. O stereotipima se ne govori jer su postali činjenice i dio svakodnevnog života. Objektivna seksualizacija uči žene od djetinjstva da je svako suprotstavljanje seksističkom ponašanju opasno. Žene se tijekom cijelog života uvjerava da su slabiji spol, a dječaci i muškarci, svjesni rodne nadmoći, mogu je iskoristiti za stjecanje privilegiranih društvenih pozicija kad god to žele¹⁴⁴.

Novu definiciju seksizma donijelo je Vijeće Europe u preporuci pravnog dokumenta za borbu protiv seksizma i to je ujedno prva međunarodna definicija koja glasi: *Seksizam je manifestacija „povijesno nejednakih odnosa moći“ između žena i muškaraca koja vodi diskriminaciji i onemogućava potpuno napredovanje žena u društvu*¹⁴⁵.

Kad govorimo o medijskoj prezentaciji žena na vodećim pozicijama, autorica Suzana Kunac u istoimenom istraživanju navodi: *Stereotipima se ukidaju različitost, jedinstvenost i individualnost. Čitava se odabrana grupa svodi na mali broj osobina i time se pretvara u inferiorniju i negativno vrednovanu u odnosu na drugu skupinu koja misli da ima pravo vrednovanja. Sve dok se ženama bude dopuštalo da budu samo lijepe, dobre i požrtvovne, a ne bude se javno promoviralo one hrabre, odlučne, sposobne i odgovorne, pomaci u prikazu žena u medijskom prostoru su nezamislivi. Nemoguće je povjerovati da uz mnogobrojne poduzetnice, direktorice, liječnice, znanstvenice, aktivistkinje, mediji ne mogu pronaći osobe ženskog roda koje zavređuju prostor na prvim stranicama dnevnih novina. Medijski sadržaji bolje se prodaju uz atraktivne, obnažene i šutljive ljepotice. Medijsko okruženje ne treba stvarne i misleće žene jer je svijet fikcije u kojem su žene podatne, lijepe, mlade, pasivne i poželjne, uvijek donosio*

¹⁴³ Adamović, 2011: 127.

¹⁴⁴ Gretchen, Kelly (2015). The Thing All Women Do That You Don't Know About. Huffington Post, November 23, 2015, https://www.huffingtonpost.com/gretchen-kelly/the-thing-all-women-do-you-dont-know-about_b_8630416.html (pristupljeno 19. kolovoza 2018).

¹⁴⁵ Portal Vox feminae, <https://voxfeminae.net/vijesti/vijece-europe-usvojilo-prvi-medunarodni-pravni-instrument-za-borbu-protiv-seksizma/> (pristupljeno 2. prosinca 2019.)

*veći profit*¹⁴⁶. Dodajmo tome kako nam proučavanje medijskog statusa žene u okviru teme rodni stereotipa pokazuje da su javne platforme ekstremno zagušene seksističkim vokabularom, a među tim platformama je i krovno, zakonodavno tijelo RH – Hrvatski sabor. Navedimo nekoliko primjera koji su odjeknuli u javnosti, ali bez primjerenih sankcija. U Saboru smo mogli čuti izjave:

- *Bog vas je stvorio za madrac, a ne za mudraca* (saborski zastupnik Anto Kovačević, u mandatu 2000. – 2003. godine, Vesni Pusić tijekom rasprave)
- *Više radaj, manje pričaj* (Vice Vukojević, sudac Ustavnog suda i saborski zastupnik u mandatima 1990. – 1999. godine, Đurđi Adlešić tijekom rasprave).
- *Moja mala djevojčica puna je velikih želja* (Davoriko Vidović, saborski zastupnik i ministar rada i socijalne skrbi u mandatu 2000. – 2003. godine, Željki Antunović o najavi kandidature za predsjednicu SDP-a)
- *Otkad više niste u Vladi, Vaša se retorika pretvorila u retoriku povrijeđene žene, žena varala muža, nakon toga brak se raspao* (Damir Polančec, potpredsjednik Vlade RH 2007. godine, Vesni Škare-Ožbolt tijekom rasprave)
- *Ima jedna pjesma, gospođo Pusić, 'A na čemu ste Vi?'*. (Darko Milinović, Ministar zdravstva i socijalne skrbi u Hrvatskom saboru 5. listopada 2011. godine)¹⁴⁷.

Kreiranje javnih politika ne obuhvaća samo socijalne i obrazovne koncepte, već se odnosi i na poslovanje privatnih i javnih tvrtki kada je riječ o većem udjelu žena na upravljačkim pozicijama. Nezainteresiranost žena za umrežavanje, nedostatak uzora, prepuštanje vodstva muškarcima, obiteljske obaveze i neiskustvo u provedbi politike tvrtke, neki su od najčešće navođenih razloga sumnjičavosti žena prema beneficijama uslijed rodne politike, primjerice u kvotnom sustavu¹⁴⁸. U tom smislu, primjeri skandinavskih zemalja pokazali su kako su kvote kao privremene mjere povećale zastupljenost žena u politici, upravnim vijećima, nadzornim odborima i drugim mjestima donošenja odluka. No, načelno gledano, kvotnom sustavu pružaju otpor i muškarci i žene, uz argumentaciju da se kvotama ne potiče izvrsnost. Time se nameće pitanje – jesu li svi izabrani muškarci zaista oni najbolji? Duhoviti odgovor nudi politička

¹⁴⁶ Suzana Kunac, „Medijska prezentacija žena na vodećim pozicijama, stereotipi, stereotipi, stereotipi“, 53–7, u: Maja Dubljević at al.: *Žene i vođenje* (Zagreb: Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje, 2006), 56.

¹⁴⁷ Libela portal o rodu, spolu i demokraciji, <https://www.libela.org/page/un-i-rodna-ravnopravnost/> (pristupljeno 28.kolovoza 2018.)

¹⁴⁸ Adamović, 2011: 126–7.

aktivistkinja Maureen Reagan kad kaže: *Postići ćemo jednakost onda kad na političku funkciju budu izabrane žene, jednako nesposobne kao neki već izabrani muškarci* ¹⁴⁹.

Stereotipno procjenjivanje sposobnosti žena, kako tvrdi Adamović, sprečava žene u zauzimanju upravljačkih pozicija. Prepreke se mogu podijeliti na vanjske i unutarnje. Jedna od najvažnijih vanjskih prepreka naziva se efektom „staklenog stropa“. U praksi se očituje kao sprečavanje napredovanja žena u vertikalnoj mobilnosti¹⁵⁰. Stakleni strop Snježana Prijić-Samaržija objašnjava kao: *postojanje nevidljive barijere koja koči ili usporava napredovanje žena nakon određene razine u hijerarhiji i uzrokuje razlike u statusu i plaćama jednako kvalificiranih osoba*¹⁵¹.

Govoreći nadalje o medijskim stereotipima, Adamović ih ističe odgovornima za prenošenje u ostala područja života, gdje se najčešće dovode u vezu s takozvanim ženskim karakteristikama majčinstva, skrbničke uloge, popustljivosti i neodlučnosti¹⁵². Autorica unutarnjim preprekama određuje ishodište u nedostatku ženskog samopouzdanja te unaprijed stvorenog stava da neće napredovati. Ženama se pripisuje prešutno ili javno, veća zainteresiranost za privatne i obiteljske obaveze, a ne za javna postignuća. Generalizacija se odnosi na sve žene, s djecom i bez djece, pa se kao opravdanje za njihovu neprisutnost u menadžmentu navode mogućnosti nedovoljnog poslovnog angažmana, izostanaka i kašnjenja. Vanjskom preprekom može se nazvati sumnjičavost organizacije prema ženama i njihovu načinu upravljanja unatoč tome što nije dokazano da zaista postoje objektivne razlike između ženskog i muškog načina upravljanja. No, istraživanja su pokazala da postoje samo razlike u percepciji upravljanja određenog spola. Žensko upravljanje povezuje se s patrijarhatom. U muškom upravljanju, prema uobičajenim, stereotipnim uvjerenjima, nema mističnosti pa se i u tome može naći opravdanje zašto češće upravljaju muškarci nego žene¹⁵³. Prema profesorici Sofiji Vrcelj s Odsjeka za pedagogiju Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Rijeci neoliberalna ekonomija sa svojim postulatima vrednuje isključivo uspjeh pa spol više nije presudan za napredovanje u karijeri. Tako se žene osim fenomena „staklenog stropa“ susreću i s onim „staklene litice“. To znači da i kada dospiju na vrh upravljačkih struktura, teže se od muškaraca na njemu i održe. Kao razlog tome autorica

¹⁴⁹ Portal Organ Vlasti, <https://organvlasti.com/zena-danas/saveti-za-zene/citati-o-ravnopravnosti/>, 8. ožujka 2012 (pristupljeno 29. prosinca 2018).

¹⁵⁰ Adamović, 2011: 128

¹⁵¹ Snježana Prijić-Samaržija et al (2009). „Žene u znanosti: stakleni strop“. Hrčak 18(6): 1049–1073.

¹⁵² Adamović, 2011: 128.

¹⁵³ Adamović, 2011: 144–5.

navodi izraženu mušku umreženost, dok su obiteljske obaveze još uvijek većinom ostale na teret žena¹⁵⁴.

Zaključno, a u kontekstu problema rodnih stereotipa, od posebnog je značaja na ciljanim uzorcima istražiti koliki su utjecaj oni imali na medijski plasman žene, u konkretnom slučaju žene karijerno angažirane u sferi političkog sustava. Indirektno se istražuje diskurs njezinog utjecaja i političkog autoriteta.

2.1.1. Marketinška uloga i status muškaraca u medijima

Razumijevanje patrijarhalnog društva zahtijeva uključivanje u rodne analize oba spola. Istraživanja muškosti su još uvijek deficitarna. Medijske slike muškaraca odražavaju klišeizirane podjele rodnih uloga, karijerno uspješnih, lišenih emocija, za razliku od skrbnih, senzibilnih žena usmjerenih obitelji.

S uporištem u literaturi intencija je utvrditi je li muška dominacija promijenila njihove prikaze u medijima pod utjecajem feminističkih pokreta, sve veće senzibilizacije društva za neravno pravan tretman žena i pod pritiskom organizacija za ženska ljudska prava.

Steve Craig uočio je da je većina feminističkih analiza usredotočena na žene. Činjenica je da se muškarci i muškost smatraju kao norma, a u prikazima muškaraca ne zamjećuje se problematika, nego uzoritost. Ali, feministički koncept društvene konstrukcije roda zahtijeva analizu muškaraca i muškosti radi cjelovitog uvida u društvene interakcije. Društvene snage uključene u patrijarhat ne mogu se razumjeti bez poimanja muškog roda. Muškarci i žene su inkulturirani u rodne uloge. Stoga se muškost i ženskost trebaju istraživati kao skup društvenih očekivanja, osmišljenih i upravljanih patrijarhalnim društvom¹⁵⁵. Medijska slika muškarca pokazuje širok raspon pozitivnih karakteristika poput snage i rodne različitosti, ali i onih negativnih koje treba izbjegavati. Neki autori idealne prikaze muškosti smatraju perpetuiranjem rodne neravnopravnosti. Drugi autori istražuju rodnu neravnopravnost u interakciji s drugim oblicima neravnopravnosti, rase i etničke pripadnosti. Spominju se i različiti prikazi muškaraca

¹⁵⁴ Ingrid Šestan Kučić, „Menadžerice na staklenoj litici“, *Novi list* 68, br. 21.890, 18. listopada 2014., Pogled 12, br. 586, str. 12–13.

¹⁵⁵ Steve Craig, “Considering Men and the media“, introduction, 1–2, u: Steve Craig: Men, masculinity and the media (Newbury Park: Sage Publications, Inc., 1992).

u kontekstu društvenog statusa koji utječe na medijsku prezentaciju muškosti¹⁵⁶. Na televiziji prikazi muškaraca dominiraju nad prikazima žena. U profesionalnom statusu muškarci su češće prikazani na višem stupnju u zaposleničkoj hijerarhiji i u tradicionalno muškim zanimanjima, a znatno manje pojavljuju se u kućnom ambijentu. U vizualnim prikazima, muškarcima se naglašava lice, a ženama tijelo. U usporedbi sa ženama, muškarci češće voze, piju alkohol i skloniji su pušenju, koriste vatreno oružje, bave se sportom, uključeni su u rješavanje problema, telefonski razgovori vezani su im uz posao. U reklamama muškarci predstavljaju alkoholna pića, automobile ili poslovne proizvode dok žene reklamiraju proizvode u kućanstvu¹⁵⁷. Sociokulturna očekivanja o privlačnosti muškaraca posljednjih desetljeća promijenila su se na način da je danas idealan mišićav muškarac. Osim toga, razodjenutih muškaraca u reklamama 1950. godine bilo je manje od 5 %, a u 1995. godini 35 %. Ovi podatci pokazuju da danas informacijski i normativni socijalni utjecaji mogu djelovati na muškarce i utjecati na njihov doživljaj vlastite tjelesne privlačnosti¹⁵⁸. Istraživanja su pokazala da prikazi muškaraca na televiziji i u ostalim medijima predstavljaju izrazito stereotipan pogled na muškost i ne razlikuju se značajno od tradicionalnih patrijarhalnih društvenih odnosa u svakodnevnom životu: muškarci imaju moć, uspjeh i visok status¹⁵⁹. Povijest je dokazala da stereotipni prikazi muškaraca u medijima mogu biti vrlo opasni. Imperativ muškarca pobjednika, naročito u američkoj kulturi, pokazao se tragičnim u izgubljenom Vijetnamskom ratu kada su se predsjednici Johnson i Nixon odbili povući. Zbog njihovih odluka poginulo je 57 000 Amerikanaca. Stereotip samokontrole, neranjivosti, stoičkog junaka i nadasve pobjednika, potvrđuje prikaz bezosjećajne muškosti. Međutim, suvremeni svijet se mijenja i prilagođava okolnostima. Stoga bi prikazi nekomunikativnog, neempatičnog, atletski građenog i mizoginog muškarca mogli uzeti u obzir i njegovo drugačije poimanje¹⁶⁰. Rodne uloge u filmskoj industriji ipak se mijenjaju ulaskom žena u javni prostor. Primjerice, princeza Leia

¹⁵⁶ Kimmel, S. Michael (1992), foreword, XII-XII, u: Steve Craig: Men, masculinity and the media (Newbury Park: Sage Publications, Inc., 1992).

¹⁵⁷ Fred J. Fejes, „ Masculinity as Fact: A Review of Empirical Mass Communication Research on Masculinity“, u: Steve Craig: Men, masculinity and the media (Newbury Park: Sage Publications, Inc., 1992) 10–13.

¹⁵⁸ Aronson, Wilson, Akert: 2005: 274–275.

¹⁵⁹ Fejes, 1992: 22.

¹⁶⁰ Ralph R. Donald, „ Masculinity and Machismo in Hollywood's War Films“, u: Steve Craig: Men, masculinity and the media (Newbury Park: Sage Publications, Inc., 1992) 135-6.

spašava svijet u Ratovima zvijezda, a Čovjek Pauk (Spider-Man) ističe svoju emocionalnu stranu prikazujući se kao žrtva zlostavljanja u dječjoj dobi. Ipak, i dalje se održavaju superjunaci koji osnažuju stereotipe o muškosti. Superman predstavlja neupitnu mušku rodnu ulogu – uspješan je, moćan i posjeduje kontrolu. S druge strane, njegov *alter ego* Clark Kent slabić je, neuspješan zavodnik i blagog karaktera¹⁶¹. Govoreći o prikazima muškog prijateljstva u medijima, ono je pod utjecajem društvenih okolnosti kroz povijest. Općenito promatrano, većina istraživanja pokazala je da muškarci u prijateljskim vezama ne stvaraju emocionalnu bliskost za razliku od ženskih prijateljstava, ali i ti se trendovi mijenjaju. Šezdesetih godina prošlog stoljeća, u vrijeme popularnog žanra *vesterna*, muškarci su zajedno djelovali, ali nisu bili bliski. Deset godina kasnije, u komedijama muškarci se prikazuju osjetljivijima i emotivnijima. Dolaskom Ronalda Reagana na vlast u SAD-u, uslijedio je povratak tradicionalnim vrijednostima: muškarci su heroji, orijentirani prema cilju, emocionalno udaljeni od žena. To je ujedno vrijeme nakon Vijetnamskog rata kada se snimaju filmovi o ratnim veteranima, a karakteristike vojnika ne podrazumijevaju izgrađivanje emocionalnih veza. Prikazi muških prijateljstava na televiziji promijenit će se kad široka publika promijeni i prihvati drukčiju percepciju muškosti. Utjecaj žena, feminista i feministkinja na filmsku industriju također može dovesti do promjena. U serijama *Murphy Brown* i *Designing Women* sukreatorice su bile žene¹⁶². Realnost je da muškarci, zaposlenici medijske industrije, brojčano dominiraju. Prevlast, naročito u informativnom programu, odnosi se na bijele muškarce. Nebijelci, žene i oni koji ne pripadaju strukturama vlasti, isključeni su iz hodnika moći¹⁶³. Medijski prikazi muškaraca u sportu odražavaju sličan obrazac ponašanja – podupiru rasne i rodne stereotipe. U stvarnosti, mediji su samo dio šireg institucionalnog i kulturnog procesa koji reproducira dominaciju bijelih muškaraca nad Afroamerikancima i mušku dominaciju nad

¹⁶¹ Norma Pecora, „ Superman/Superboys/Supermen. The Comic Book Hero as Socializing Agent“, u: Steve Craig: Men, masculinity and the media (Newbury Park: Sage Publications, Inc., 1992) 62–3.

¹⁶² Lynn C. Spangler, „ Representations of men's relationships. Buddiesand Pals. A History of Male Friendships on Prime-Time Television“, u: Steve Craig: Men, masculinity and the media. (Newbury Park:Sage Publications, Inc., 1992) 93, 105, 109–110.

¹⁶³David Croteau, William Hoynes, “ Men and the News Media. The male Presence and Its Effect“, u: Steve Craig: Men, masculinity and the media (Newbury Park: Sage Publications, Inc, 1992) 167.

ženama, bogatih nad siromašnima, heteroseksualaca nad homoseksualcima¹⁶⁴. Zaključno, kulturna dominacija muškaraca opširnija je nego što istraživanja pokazuju. Mediji funkcioniraju ne samo na principu dominantne ideologije muškosti, nego i oblikuju veze između različitih ideologija. Moguće rješenje za konflikte u rodnim odnosima i održavanje hegemonije traži se u društvenoj konstrukciji muškosti (senzibilnost, emocionalna izražajnost, skrbnost) koja je otvorenija za izgradnju međuljudskih odnosa. Po svoj prilici takva osuvremenjena varijanta muškosti zapravo je prikrivanje prave namjere kako održati hegemoniju redefiniranjem muške rodne uloge. Muška hegemonija spremna je ublažiti rodna stremljenja radi vlastitih ciljeva. Pri tome koristi različite strategije poput feminizirane muškosti i konstrukcije negativnih simbola muškosti kako bi privukla pažnju muške i ženske publike. Iako preoblikovanje muške hegemonije može predstavljati preokret u kulturnom značenju muškosti, ono nije udruženo s preokretom u dominirajućem društveno strukturiranom uređenju. Tako prekrojena patrijarhalna ideologija prikladnija je suvremenim društvenim okolnostima i prihvatljivija feminističkim ideologijama i homoseksualnoj populaciji. Korjenite društvene promjene u rodnoj ravnopravnosti zahtijevaju puno veće zahvate od redizajniranog muškarca kakvog nude mediji¹⁶⁵.

Po svemu sudeći, redefiniranje kulture stereotipa nije u cilju iskrene promjene odnosa moći, nego prilagođavanja novim društvenim okolnostima i umivenom održavanju patrijarhalne strukture. U tom smislu istraživanje će pokazati je li dominacija muškaraca u medijskom prostoru pokušala redefinirati rodne uloge u političkom okruženju ili je pak zadržala stereotipne standarde u zastupljenosti i prikazima političkih osoba.

¹⁶⁴ Donald Sabo, Sue Curry Jansen, „Images of Men in Sport Media. The Social Reproduction of Gender Order“, u: Steve Craig: Men, masculinity and the media (Newbury Park: Sage Publications, Inc., 1992) 182-4.

¹⁶⁵ Robert Hanke, „Redesigning Men. Hegemonic Masculinity in Transition“, u: Steve Craig: Men, masculinity and the media. (Newbury Park: Sage Publications, Inc., 1992) 195-7.

2.1.2. Marketinška uloga i status žena u medijima

Industrija reklama snažno podupire rodne stereotipe isticanjem ženske tjelesnosti, mladosti, ljepote i muške dominacije uz stručne kompetencije jer tako utječe na veći profit plasiranih proizvoda. U posljednje vrijeme, prodorom žena na pozicije moći, trendovi se ipak mijenjaju te se nestereotipne reklame počinju pozicionirati u medijskom prostoru.

Rodni stereotipi u marketinškoj industriji naglašavaju hiperseksualizirane ženske prikaze. Oni pretpostavljaju istovremeno nekoliko snažnih seksualnih obilježja u smislu facijalne ekspresije, tjelesne pozicije i nerespektiranog objekta u submisivnom odnosu prema muškarcu.

Poduprto istraživanjem hiperseksualiziranih reklama u medijima, teži se utvrditi u kojoj mjeri pojava utječe na osnaživanje rodni stereotipa i stvaranje uopćenih obrazaca mišljenja, a posljedično tomu djelovanja te rodni odnosa u svakodnevnom životu.

Američki sociolog Erving Goffman još je 1976. godine objavio knjigu o rodnim reklamama. Analizirao je oko 400 reklama koje su predstavljale pseudorealnost s naglaskom na prikaze scena koje često ne mogu biti stvarne. Prosudio je da reklame pružaju jasnu predodžbu društveno definirane i konstruirane prirode rodni odnosa¹⁶⁶. Oslanjajući se na njegova istraživanja, usredotočena na sadržaj reklama koje sadrže stereotipne poruke o rodnim ulogama, Katharina Lindner, predavačica na britanskom Sveučilištu Stirling, analizirala je prikaze žena u američkim časopisima *Time* i *Vogue* u razdoblju od pedesetak godina, od 1955. godine do 2002. godine. Autorica je uočila da se oba časopisa oslanjaju na rodne stereotipe, ali na različit način. Reklame u časopisu *Vogue* usmjerenom ženskoj publici prikazuju žene stereotipnije, u podređenom položaju i male društvene moći. S druge strane u časopisu općeg interesa *Time* nema seksualiziranih vizualnih prikaza žena. S vremenom zapaža se samo blago smanjenje njihovih stereotipnih prikaza unatoč utjecaju feminističkog pokreta¹⁶⁷. Seksualna objektivizacija zahvaća i muškarce. Učestalost i izraženost seksualne objektivizacije žena i muškaraca istražile su američke znanstvenice sa Sveučilišta Buffalo. Analizirale su prikaze žena i muškaraca na naslovnicama američkog časopisa *Rolling Stone*, posvećenom glazbi,

¹⁶⁶ Erving Goffman (1976). *Gender Advertisements*. Cambridge, MA: Harvard University Press, https://marketing.conference-services.net/resources/327/4002/pdf/AM2014_0131_paper.pdf (pristupljeno 5. kolovoza 2018).

¹⁶⁷ Katharina Lindner (October 2004). "Images of Women in General Interest and Fashion Magazine Advertisements from 1955 to 2002". *Sex Roles*. 51: 409–421. doi:10.1023/B:SERS.0000049230.86869.4d, <https://link.springer.com/article/10.1023/B:SERS.0000049230.86869.4d> (pristupljeno 6. kolovoza 2018).

politici i popularnoj kulturi, u razdoblju od četrdesetak godina, od 1967. do 2002. godine. Rezultati su pokazali da su tijekom vremena seksualizirani prikazi žena u značajnom porastu, a muškaraca u beznačajnom. Žene su češće nego muškarci prikazivane kao seksualni objekti. Ženski prikazi teže ka hiperseksualizaciji – jakom seksualnom intenzitetu predstavljanja pokazujući više seksualnih obilježja. Iako su seksualizirani prikazi muškaraca s vremenom postajali uobičajeni, časopis rijetko predstavlja hiperseksualizirane slike muškaraca. Značajno povećanje hiperseksualiziranog prikazivanja žena ukazuje na očigledno sažimanje medijskog prikaza žena. Tako popularni medij, časopis *Rolling Stone*, prekriva sve druge karakteristike ženskosti i promatra žene isključivo kao objekte¹⁶⁸.

Autorice Debra Pryor i Nancy Knupfer Nelson analizirale su rodne stereotipe u televizijskim reklamama. Istraživanje je objavljeno 1997. godine kada je televizija još uvijek bila premoćan medij u odnosu na nove medije, a televizijske reklame donosile su tvrtkama veliku zaradu. Kao što je već naglašeno, sugestivne televizijske reklame oblikuju društveno ponašanje, utječu na potrošače kako bi trebali izgledati i ponašati se. Mnoge reklame učvršćuju rodne stereotipe. U najgledanijim terminima muškarci su dva do tri puta zastupljeniji od žena. Uobičajeno, žene su mlađe od muškaraca, s naglaskom na njihov tjelesni izgled, ljepotu i privlačnost. Nasuprot tome, muškarci su stručne i dominantne ličnosti čak i kad se radi o ležernim sadržajima kao što su sport, automobilizam ili provođenje slobodnog vremena. Ovakve prikaze definirali su marketinški stručnjaci, uglavnom muškarci. Dječji programi i reklame za djecu slijede stereotipne obrasce odraslih. S obzirom na enormnu količinu reklama koju primi osoba tijekom odrastanja, televizija zauzima važnu ulogu u procesu dječje socijalizacije. Radi neutralizacije i procjenjivanja stereotipnih televizijskih programa i reklama, važno je steći vještinu gledanja sadržaja. To znači identificirati izričite od skrivenih obećanja, razlikovati verbalni, neverbalni i vizualni sadržaj i njihove namijenjene učinke te prepoznati tehnike uvjeravanja. Prepoznavanje nesumnjivih i suptilnijih rodno stereotipnih poruka je prvi korak prema njihovu otporu. Razvijena svijest o rodnim stereotipima stvara informiranu publiku umjesto manipuliranih potrošača iako je utvrđene slike u mentalnoj svijesti teško mijenjati¹⁶⁹. U tom

¹⁶⁸ Erin Hatton; Mary Nell Trautner (September 2011). "Equal Opportunity Objectification? The Sexualization of Men and Women on the Cover of *Rolling Stone*". *Sexuality & Culture*. 15: 256–278. doi:10.1007/s12119-011-9093-2, https://www.acsu.buffalo.edu/~trautner/Hatton_Trautner_Sexuality_and_Culture.pdf (pristupljeno 6. kolovoza 2018).

¹⁶⁹ Debra Pryor; Nancy Nelson Knupfer (1997) *Gender Stereotypes and Selling Techniques in Television Advertising: Effects on Society*,

smislu Justin Matthews proveo je istraživanje 2004. godine u šest popularnih američkih časopisa (*Newsweek, Time, Fortune, Money, People, Sport Illustrated*) na 779 pregledanih fotografija ocjenjujući odnos između statusa zanimanja i spola u prikazima žena i muškaraca. Rezultati su pokazali da pojedinci u intelektualno orijentiranim zanimanjima imaju veći omjer lica od tijela od pojedinaca u fizičkim zanimanjima. Muškarci u intelektualnim zanimanjima imaju veći omjer lica od tijela za razliku od žena u sličnim zanimanjima. To ukazuje na nejednakost u medijima u odnosu na prikaze žena i muškaraca u sličnim profesionalnim ulogama¹⁷⁰.

Potrošačko društvo učinilo je reklame važnim segmentom medijskog utjecaja na kreiranje javnog mišljenja. Prema novinarki *New York Timesa* Louise Story, reklame su svuda oko nas. Tako su se na primjer u supermarketima mogla vidjeti jaja s otisnutim imenima televizijskih *show* programa CBS-a, ograde u podzemnim željeznicama nosile su poruke Geico automobilske osiguranja, kutije za hranu kineskih restorana reklamirale su zrakoplovna tvrtku Continental Airways, a US Airways prodavao je reklame na vrećicama za mučninu i oglašavao Microsoft na pladnjevima. Na stranama zgrada u američkim gradovima oglašavali su se Toyotini Scion automobili i muški miris tvrtke Unilever. Reklame nisu zaobišle ni djecu pa se na papirnatim podlošcima u pedijatrijskim ordinacijama reklamirao DVD „Little Einsteins“. Iako je bilo primjera uklanjanja reklama zbog njihove neumjerenosti, inicijative za uvođenje više reda u korištenje javnih mjesta za reklame nisu se do sada pokazale uspješnim. Rezultati istraživanja tvrtke za ispitivanje tržišta Yankelovich pokazali su da polovina ispitivanih osoba smatra da su marketing i oglašavanje izvan kontrole. Oglašivači, dakako, pod pritiskom potrošača osmišljavaju nove suptilnije oblike oglašavanja¹⁷¹. Tako je, primjerice, otvoreno korištenje seksualnosti u kampanji za prevenciju karcinoma dojke i podizanje svijesti žena, ponizilo i uvrijedilo izliječene i starije žene s višim rizikom za nastanak karcinoma. Kampanje

https://www.eric.ed.gov/ERICDocs/data/ericdocs2sql/content_storage_01/0000019b/80/16/c4/8c.pdf, Accessed on: 2nd April 2010 (pristupljeno 2. kolovoza 2018).

¹⁷⁰ Justin L. Matthews, (2007) Hidden sexism: Facial prominence and its connections to gender and occupational status in popular print media. *Sex Roles: A Journal of Research*, 57, 515-525, <https://link.springer.com/article/10.1007/s11199-007-9276-3> (pristupljeno 1. kolovoza 2018).

¹⁷¹ Louise Story. “Anywhere the Eye Can See, It’s Now Likely to See an Ad.” *The New York Times*. *The New York Times*, 14 Jan. 2007. Web. 10 Oct. 2014, https://www.nytimes.com/2007/01/15/business/media/15everywhere.html?pagewanted=all&_r=0 (pristupljeno 31. srpnja 2018).

su sugerirale da je važnije imati privlačne grudi, nego spriječiti ili izliječiti bolest što je obezvrijedilo žene kao ljudska bića. Polemiku je izazvao i dizajner odjeće Calvin Klein zbog korištenja vrlo mladih djevojaka u reklamama za traperice u pretjerano provokativnim pozama¹⁷². Problematiku negativnog učinka medija na djevojčice analizirala je Monique Smith. Po njezinu mišljenju, poželjnost ženskog tijela mijenjala se kroz povijest. Od oblina do izrazite mršavosti, ženama se nametao imperativ idealne figure. Ne uzimajući u obzir štetne pa i fatalne posljedice po zdravlje, težnju k nerealnom i nedostižnom savršenom tijelu žene su shvatile kao nov način zarade potaknute izrazito mršavim slavnim osobama i modelima u reklamama¹⁷³.

Povrh toga, autorice Julie Stankiewicz i Francine Rosselli analizirale su prikaze žena u 1988 reklama u tiskanim medijima u 51-om popularnom američkom časopisu. Rezultati su pokazali da je svaka druga reklama prikazivala žene kao seksualne objekte. Viktimizacija žena pojavila se u manje od 10 % reklama. Položaj tijela, izraz lica, seksualna nadmoć muškarca nad ženom usvojeni su u reklamama iz pornografije. Kao što su već prethodni autori utvrdili, ženski, muški i časopisi za mlade skloniji su prikazivati žene kao seksualne objekte i žrtve, nego poslovni i informativni, specijalizirani i ženski zabavni časopisi. Iako nisu obuhvaćeni ovim istraživanjem, prikazi muškaraca u reklamama mogu također utjecati na interakciju muškaraca i žena kao i na muško samopouzdanje. Nerealno predstavljanje muških modela, isto kao i u žena, povećava nezadovoljstvo vlastitim tijelom u muškaraca i može biti uzrok zlouporabe lijekova, droga i poremećaja prehrane¹⁷⁴. Isto tako, psihologinja Malgorzata Wolska iz Sveučilišne bolnice u Krakowu objavila je 2011. godine analizu rodni stereotipa u televizijskim reklamama. Masovni mediji ne daju samo informacije i ne nude samo zabavu, nego prema kanadskom teoretičaru komunikacije Marshall McLuhanu, također utječu na živote ljudi oblikovanjem njihovih mišljenja, stavova i ponašanja. Antonio Gramsci, talijanski

¹⁷² „Exploitation of women in mass media.“ *Magazines*, n.d. ,

https://www.magazines.com/magazinedetail.php?d=Exploitation_of_women_in_mass_media (pristupljeno 11. kolovoza 2018).

¹⁷³ Monique E. Smith. "Negative effect of media on girls". *Academia.edu*. Retrieved 22 July 2015,

https://www.academia.edu/4414210/Negative_effect_of_media_on_girls (pristupljeno 12. kolovoza 2018).

¹⁷⁴ Julie M. Stankiewicz.; Francine Rosselli (2008). "Women as Sex Objects and Victims in Print Advertisements". *Sex Roles*. 58 (7–8): 579–89. doi:10.1007/s11199-007-9359-,

<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.465.4923&rep=rep1&type=pdf> (pristupljeno 8. kolovoza 2018).

marksistički mislilac, u konceptu kulturne hegemonije vidi stvaranje društvenog suglasja putem crkvenih institucija, obrazovnih ustanova ili medija, ne bitno različitim od vojnog djelovanja. Mediji su oni koji stvaraju stanje dominacije, usredotočuju se na društvene elite i prevladavajuće ideologije, a zanemaruju podređene skupine. U slučaju rodnih uloga društva su uspostavila mušku dominaciju nad ženama. Muškarci su se godinama percipirali kao financijski nositelji obitelji, usmjereni karijeri i neovisni, a žene uglavnom kao kućanice. Danas su razlike između muških i ženskih rodnih uloga manje jer se obitelj temelji na tržištu rada. U tome su feministički pokreti imali značajnu ulogu. Tvrdili su da ne treba razlikovati muška i ženska zanimanja, ali niti u suvremenom društvu žene i muškarci nisu jednaki. Manipuliranjem medijskih poruka mediji mogu stvarati određenu sliku svijeta usklađenu s politikom dominantne grupe. Kao rezultat toga, odraz stvarnog svijeta je nepotpun i iskrivljen. Reklame su ogroman izvor stereotipa u medijima jer reflektiraju primatelja. Njihov je cilj doprijeti do što većeg broja publike, bilo da se radi o muškarcima ili ženama. Žene su prisutnije u reklamama jer su odgovorne za svakodnevnu kupovinu. Muškarci i dalje oglašavaju cigarete, poslovne proizvode, automobile, a žene kozmetičke i drogerijske proizvode. Muški prikaz u primatelja medijskih poruka izaziva poštovanje, a prikazi žena ugodu. Prema istraživanju trgovačke tvrtke Steve Craig iz 1997. godine, žene se mogu prikazivati u reklamama u nekoliko varijanti. Najpopularnija je kućanica opsjednuta zamrljanim novim stolnjakom. Manje tradicionalna, ali i dalje stereotipna varijanta je privlačna zavodnica, objekt žudnje svakog muškarca. Često je prisutna u reklamama za kozmetiku, ali i u reklamama za mušku publiku. Kada lijepa žena prihvati i hvali mušku kozmetiku, to je jamstvo kvalitete. Drugom tipu žene u reklamama glavna je briga očuvati ljepotu. Stoga ona predstavlja zdravi životni stil, tjelesnu aktivnost koristeći širok raspon kozmetičkih proizvoda za lice i tijelo. Izrazito mršave žene u takvim reklamama šalju poruku da su samo mršave žene lijepe i zdrave. Kao rezultat toga jesu moguće opasne posljedice po žensko zdravlje¹⁷⁵. To je potvrdilo istraživanje Stephanie Pappas o posljedicama seksualizacije mladih djevojaka. Mlade žene koje kupuju posredstvom seksualiziranih medijskih poruka imaju manje samopouzdanja, depresivnije su i vjerojatnije će imati neki od poremećaja prehrane¹⁷⁶. Prva ikad provedena ekonomska analiza anoreksije

¹⁷⁵ Malgorzata Wolska (2011). "Gender Stereotypes in Mass Media. Case Study: Analysis of the Gender Stereotyping Phenomenon in TV Commercials."Krytyka.org., <https://krytyka.org/gender-stereotypes-in-mass-media-case-study-analysis-of-the-gender-stereotyping-phenomenon-in-tv-commercials/> (pristupljeno 16. srpnja 2018).

¹⁷⁶ Stephanie Pappas. "30% of Girls' Clothing is Sexualized in Major Sales Trend". *Live Science*, <https://www.livescience.com/14249-girls-clothing-sexualized.html> (pristupljeno 8. kolovoza 2018).

uključila je oko 3000 mladih žena u Velikoj Britaniji i Europi pokazalo je da socijalno i kulturno okruženje utječe na njihovo donošenje odluka da se izgladnjuju radi percipiranog ideala ljepote. Ekonomistkinje Joan Costa-Font i Mireia Jofre-Bonet uočile su da zakonsko ograničenje količine objavljenih fotografija mršavih modela i slavni osoba može smanjiti neke od društvenih pritisaka na žene. Vladina intervencija bila bi opravdana radi sprečavanja moguće epidemije poremećaja prehrane. Vlada bi trebala podržati medijske kampanje koje bi uvjerile žene da ekstremna mršavost nije niti zdrava niti privlačna¹⁷⁷. Metaforičnim rječnikom, konfekcijska veličina 0 (internacionalne oznake „extra extra small“), nametnuta iz središta filmske industrije, Hollywooda, propagirana putem mršavih slavni osoba, samo je dizajnerska oznaka za poremećaj prehrane¹⁷⁸.

Wolska se povrhu stereotipnih prikaza žena dotakla i muških stereotipa u medijima. Oni su podijeljeni u nekoliko kategorija. Prvi tip muškarca je „pravi muškarac“, atletske građe, profesionalno uspješan, zavodnik pored lijepe žene, s oznakovljenim automobilom i statusnim pametnim telefonom. Drugi tip muškarca je manje popularan i predstavlja obiteljskog čovjeka. Muškarci su vrlo rijetko predstavljeni u obavljanju kućanskih poslova, a ako i jesu, tada je to u obliku satire kao na primjer, *Mister Muscolo* (Gospodin Mišićavi) u reklami za čišćenje sanitarija ili se pojavljuju kao eksperti koji savjetuju žene kako pravilno oprati rublje. Marketinški stručnjaci k tomu koriste stereotip muškog prijateljstva u prikazima muškaraca koji djeluju zajedno, odlaze na utakmice i u klubove, dijele iste interese i mišljenja i uživaju u provođenju slobodnih aktivnosti. Na trećem mjestu, sve je više reklama usmjereno prema djeci. Djevojčice se prikazuju kao dadilje njegujući lutke ili obavljaju kućanske poslove ružičastim setom za čišćenje. Dječaci se bave sportom ili igraju kompjutorske igrice. Ako se pak muškarci i žene pojavljuju zajedno u reklamama uglavnom predstavljaju bračni par, ali i tada žene se prikazuju kao slabije i marginalne. Unatoč znatnoj prisutnosti rodnih stereotipa u reklamama, trendovi se ipak mijenjaju. Marketinški stručnjaci sve više koriste nestereotipne reklame za proizvode i usluge. Žene se počinju prikazivati kao oslobođene, snažne i neovisne u odnosu prema društvenim očekivanjima, a muškarci obavljaju kućanske poslove. Popularna

¹⁷⁷ Sarah Boseley (1 March 2012). "Anorexia research finds government intervention justified". The Guardian, <https://www.theguardian.com/society/2012/mar/01/anorexia-research-government-intervention-justified> (pristupljeno 9. kolovoza 2018).

¹⁷⁸ Dawn Porter (1 February 2007). "My quest for size zero". Daily Mail. <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-432939/My-quest-size-zero.html> (pristupljeno 9. kolovoza 2018).

nestereotipna reklama je *Dove* kampanja za dezodorans namijenjena ženama svih dobi i tjelesnih proporcija. Naglašava prirodnu ljepotu umjesto savršenih oblina. Kampanja se pokazala vrlo uspješnom jer žene više vole gledati osobe s kojima se mogu identificirati. Redefinira se i muška uloga u reklamama. Na primjer, britanska reklama za sredstvo za čišćenje *Ajax* prikazuje privlačnog muškarca dok čisti kuhinju. U drugom primjeru muškarac se skida pred ženom i odlaže odjeću u perilicu *Ariston*. Ovaj prikaz suprotan je tradicionalnoj shemi u kojoj je žena zavodnica, a muškarac promatrač. Prema zaključnim riječima autorice: *Reklame su moćan alat za stvaranje i oblikovanje mišljenja. Njihova je struktura pojednostavljena kako bi bile prijemčive za masovne primatelje. Reklamni tekstovi sadrže poznate značajke stvarnosti. Stoga se stereotipi često koriste u reklamama kao jedna od najpopularnijih tehnika uvjeravanja. No, kako evoluiraju društvo, tako evoluiraju i mediji. Emancipacija žena, globalizacija, porast individualizma i redefiniranje rodni uloga utječu na marketinške stručnjake da kreiraju nestereotipne reklame. Međutim, pokušaji uklanjanja stereotipa utječu na ukorijenjene spoznaje o svijetu i time skupine društva može činiti nesigurnijim. Zato i društvo treba postići određenu razinu društvene spremnosti radi učinkovitog uklanjanja rodni stereotipa*¹⁷⁹.

O utjecaju reklama u medijima na živote žena Sabrina Anderson raspravljala je s nekoliko aspekata. Kao što tvrdi, već sama činjenica da potrošači u prosjeku pregledaju 247 reklama dnevno, posljedica je da ljudi počinju nesvjesno vjerovati u ono što vide i to pokušavaju primijeniti na svoju stvarnost. Negativan utjecaj reklama na žene ogleda se u pitanju objektivizacije prema kojoj se čovjek tretira kao stvar, objekt bez ikakvog poštovanja koji je dopušteno zlostavljati, oštetiti ili uništiti. Seksualno objektiviziranje kulturno mušku perspektivu usmjerilo je prema ženama kao isključivim objektima za seksualno zadovoljstvo, zanemarujući njihovu inteligenciju i sposobnosti. Tvrtke koriste seksualnu objektivizaciju žena u reklamama jer „seks prodaje“. Na primjer, dezodorantna tvrtka „AXE“ koristi seksualne reklame kako bi promovirala proizvod za ciljano muško tržište. Poruka implicira da će korištenjem proizvoda muškarci biti okruženi ženama jer će izvrsno mirisati. Reklama predstavlja negovoreće žene, mršave, plave kose, bespomoćna bića privučena muškim mirisom. Poruka reklame nije samo korištenje dezodoransa u higijenske svrhe, nego i prikaz žena kao seksualnih bića. Drugi primjer seksualne objektivizacije vidi se u reklamama vodeće međunarodne tvrtke donjeg rublja „Victoria's Secret“. Reklame prikazuju mršave, plavokose žene, u društvu glorificirane kao najljepše. Tako se marginaliziraju one etnički različite. Da bi

¹⁷⁹ Wolska: 2011.

žene bile prihvatljive tom nametnutom idealu ljepote pribjegavaju štetnom izbjeljivanju kose. Pjevačke zvijezde, Rihanna, Beyoncé i Nicki Minaj izbjeljuju svoju kosu u platinasto plavu boju što navodi i druge na isto ponašanje. Kulturni fenomen seksualne objektivizacije započeo je 1950-ih godina na primjeru glumice Marilyn Monroe i predstavlja savršeni primjer dehumaniziranog „seks simbola“. Istraživanja tvrde da su mlade žene posebno pogođene objektivizacijom u medijima. Postoji bezbroj slučajeva anoreksije i bulimije koji završavaju trajno narušenim zdravljem ili smrću. Depresija također može biti potaknuta nametnutim idealima ljepote. Razlog ovih psihičkih poremećaja uglavnom je utjecaj masovnih medija. Nerealistične manekenke uzori su mladim ženama i one nastoje promijeniti svoj izgled umjesto sagledavanja problema društva u cjelini. *Reality show*-ovi utječu na učestalije estetske operacije. Oni sugeriraju da se realna ljepota može postići samo kirurškim zahvatima i kozmetikom iako u osnovi samo pojačavaju nedostižne i nerealne ciljeve. Protuargumente o ulozi žena u masovnim medijima ističu neke feministkinje. One smatraju da im seksualne reklame daju slobodu izbora da prihvate svoju tjelesnost i seksualnost. Za njih je feminizam osnaživanje koje im daje glas. Neke se ponose što imaju moć privlačenja muškaraca i uživaju u zavodljivosti ispred kamere. Od 1970-ih i 1980-ih feminizam je oblikovao svoje stavove prema seksualnoj eksploataciji u industriji pornografije prema kojem se seksualna industrija sastoji od dominantnosti muškaraca i ženske eksploatacije. U prilog proturječju da žene nisu prisiljene biti u pornografiji govori podatak da je industrija seksa među najbolje plaćenim zanimanjima za žene u svijetu. Tome se može suprotstaviti protuargument da je siromaštvo jedan od najčešćih razloga zbog kojeg žene sudjeluju u seks industriji. Stereotipne rodne uloge unutar doma: muškarac privređuje, vladar je kuće, žena je podređena suosjećajna praviteljica djece, također imaju velik utjecaj u reklamama. Tako se muškarcima upućuju poruke za obrazovanjem, karijerom i odlučivanjem, a žene se usmjeravaju prema kućanskim poslovima i skrbi o djeci. Oglašivači mogu mijenjati stereotipne rodne uloge slikama inteligentnih, oslobođenih i jakih žena¹⁸⁰. Takve su reklame kozmetičkih tvrtki *Dove* sa sloganom „Ljepša si nego što misliš“, *Pantene* (njezin slogan glasi „Sjaji snažno“), *Covergirl* (sa sloganom „Djevojke mogu“), *Procter@Gamble* sa sloganom „Bori se poput djevojke“. Tvrtka mobilnih telefona *Verizon* sloganom „Nadahnuje joj um“ sugerira prednost intelekta nad ljepotom¹⁸¹.

¹⁸⁰ Sabrina Anderson (2014). “Role of women in Mass Media, How Mass Media is changing their Lives“, <https://sabrinaandersonxo.wordpress.com/2014/10/21/role-of-women-in-mass-media-how-mass-media-is-changing-their-lives/> (pristupljeno 20. srpnja 2018).

¹⁸¹ Brianna Valleskey (2014) “5 Companies That Are Empowering Women – Unilever NV (NYSE:UN), Verizon Communications Inc. (NYSE:VZ).” Benzinga. N.p., n.d. Web. 20 Oct. 2014,

Kao i drugi spomenuti autori, Anderson vidi nezaustavljiv napredak žena u suvremenom društvu. One postaju političke liderice, postižu vrhunske sportske rezultate, brojnije su od muškaraca na fakultetima, izvršne su direktorice poznatih tvrtki i imaju građanska prava. Što će više tvrtki u svojim marketinškim strategijama usvajati pristup primjereniji ženama, korist će biti obostrana jer se time uklanjaju prepreke između muškaraca i žena koje stvaraju rodni stereotipi i sprečavaju ostvarivanje punog društvenog potencijala¹⁸². Primjer dobre prakse je online „Projekt rodnog oglašavanja“. Osnivač projekta Scott Lukas organizirao je slike u različite kategorije i potkategorije. Mrežna stranica ima sedam kategorija: uloga/vrste, objekti, muškarci, zajedno, nasilje, politika, ostalo. U svakoj potkategoriji nalaze se pozadinske informacije, kratak opis reklame i pitanja za raspravu. Na primjer, jedna kategorija uloga/vrste ima 16 podkategorija poput majki, striptizeta, egzotike i drugo. U podkategoriji normalizacije kategorije uloga/vrste ističu se karakteristike tjelesnosti prihvaćene kao norma za žensko i muško tijelo. „Normalno“ muško tijelo je mišićavo, a „normalno“ žensko tijelo je mršavo. Time oba spola mogu osjetiti reklamni pritisak da svoja tijela promijene kako bi odgovarali onome što se smatra „normalnim“. Mrežna stranica povezala je novu tehnologiju – internet kao dobar alat za učenje i raspravu o analizi rodno usmjerenih reklamnih poruka¹⁸³.

Autorice Ani Moses i Makata Charles zaključile su da nema etičke osnove za prikazivanje seksualno privlačnih žena i djevojaka u reklamama. Poput drugih autora i one su mišljenja da seksualizirane reklame obezvređuju i ponižavaju ženski rod te mlade žene mogu vidjeti sebe kao seksualne objekte što ih usmjerava prema štetnim spolnim ponašanjima. Funkcija privlačenja pažnje seksualiziranim reklamama ograničena je na manje obraćanje pažnje reklamiranom proizvodu čemu bi reklame trebale težiti – prodaji proizvoda, a ne seksa. U nedostatku emocionalne privrženosti proizvodu, reklamna industrija privlači potrošače seksualiziranim reklamama. Društva koja nema stroge zakone protiv seksualnih sloboda imaju veće šanse da će postići negativni učinak obnaženim prikazima žena u reklamama. Snažna i pretjerana nagost u reklamama ženama stvara nelagodu, a u muškaraca povećava agresivne

<https://www.benzinga.com/general/education/14/07/4696713/5-companies-that-are-empowering-women>
(pristupljeno 31. srpnja 2018).

¹⁸² Anderson: 2014.

¹⁸³ Sarah Breyette (2012.), <https://blogs.abo.fi/internetcultureandgender/.../the-gender-ads-pr>. (pristupljeno 1. kolovoza 2018).

spolne aktivnosti poput spolnog uznemiravanja, silovanja i različitih stupnjeva spolnih prijetnji¹⁸⁴.

Rezimirajući problem ženske hiperseksualizacije u medijskim reklamama, istraživanje će pokazati u kojem obujmu utječe na medijsku prezentaciju javno eksponiranih žena u politici. Posredno se procjenjuje valoriziranje i pojavnost fotografija politički angažiranih osoba oba spola u relaciji s izrazima seksizama.

Razvojem novih tehnologija, medijske video igre postaju nezaobilazan faktor u oblikovanju ženskog identiteta i društvene percepcije žena. Poput drugih medijskih vrsta i one podupiru kulturu stereotipa.

Budući da se razmatra relativno novi način medijske komunikacije, ističe se potreba za istraživanjem je li reperkusija seksističkog kolorita u video igrama u relaciji s patrijarhalnim obrascima ponašanja u socijalnom kontekstu.

Uzimajući u obzir enormnu količinu prodaje video igara i preplavljenost seksualne objektivizacije i nasilja nad ženama u nekim video igrama, Victoria Beck objavila je 2012. godine prvu studiju ovakve vrste. Istraživanje je pokazalo da su video igre sklone seksualnoj objektivizaciji žena, a nasilje nad ženama rezultira statistički značajnim povećanjem mitski prihvatljivog stava o silovanju¹⁸⁵. Uz to, žene manje igraju video igre ne samo zbog toga što su društveno prihvatljivije za muškarce ili zbog nedostatka ženskih uloga u njima, nego zbog obilja nasilja i seksa. Ženske uloge u video igrama teže ka bjeloputim osobama za razliku od muških uloga. Iako otvoreno ne demonstriraju rasne stereotipe, mnoge igre provode rasističku praksu kroz propuštanje rasno različitih uloga¹⁸⁶. Video igre nude manji raspon uloga za ženske

¹⁸⁴ Ani Moses; Makata Charles (2014). "Seks as an Advertising Appeal: A Review of Its Ethical Basis, Functions and Effects". *International Journal of Management Sciences* 4(1): 25-34, https://www.rassweb.org/rss_weblogin/pages/ResearchPapers/Paper%203_1497346461.pdf (pristupljeno 8. kolovoza 2018).

¹⁸⁵ Victoria Simpson Beck; Stephanie Boys; Christopher Rose; Eric Beck (April 30, 2012). "Violence Against Women in Video Games A Prequel or Sequel to Rape Myth Acceptance?". *Journal of Interpersonal Violence*. 27: 3016–3031. doi:10.1177/0886260512441078, <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0886260512441078?journalCode=jiva> (pristupljeno 16. kolovoza 2018).

¹⁸⁶ Anonymous, Anonymous. "Video Games Have a Diversity Problem That Runs Deeper Than Race or Gender". *The Guardian*. Retrieved 17 November 2017,

likove, nego za muške, a i tada su to uloge žrtve ili nagrade. Većina ženskih uloga ne može se uopće odigrati. Pokazalo se da takve ženske uloge imaju negativan učinak na percepciju igračica, a čak i one koje se mogu odigrati, nerealistične su s nenosivom otkrivajućom odjećom. Studije su utvrdile potencijalno negativan učinak na ponašanja u svakodnevnom životu ako je uloga hiperseksualizirana¹⁸⁷. Studija provedena na Sveučilištu Ohio, pokazala je da seksistički i nasilan sadržaj video igara uzrokuje u muškaraca identifikaciju s glavnim likovima i čini ih manje empatičnima prema ženama žrtvama nasilja¹⁸⁸. No, druga studija nije uočila seksističke posljedice te njezini rezultati ukazuju na daljnje razjašnjavanje utjecaja stereotipnih prikaza muškaraca i žena u video igrama na smanjenu empatiju muškaraca spram žena žrtava nasilja¹⁸⁹. Studija provedena na Sveučilištu Oklahoma potvrdila je izraženije stereotipne stavove muškaraca koji igraju seksističke video igre u usporedbi s onima koji ih ne igraju. Za žene koje igraju takve video igre nije dokazan porast stereotipnih uvjerenja¹⁹⁰. Studija provedena u Njemačkoj u razdoblju od 2011. do 2015. godine istraživala je povezanost između igranja i seksističkih stavova. Rezultati su pokazali da igranje seksističkih video igara ne utječe na formiranje seksističkih stavova, niti da seksistički stavovi prethode igranju seksističkih video igara. Međutim, autori Johannes Breuer i Rachel Kowert naglasili su da seksizam kao plod

<https://www.theguardian.com/technology/2015/sep/10/video-games-diversity-problem-runs-deeper-than-race-gender> (pristupljeno 17. kolovoza 2018).

¹⁸⁷ Elizabeth Behm-Morawitz; Dana Mastro (1 August 2009). "The Effects of the Sexualization of Female Video Game Characters on Gender Stereotyping and Female Self-Concept". www.academia.edu. Retrieved 2016-03-15,

https://www.academia.edu/1865189/The_Effects_of_the_Sexualization_of_Female_Video_Game_Characters_on_Gender_Stereotyping_and_Female_Self-Concept (pristupljeno 17. kolovoza 2018).

¹⁸⁸ Jeff Grabmeier. "Sexist video games decrease empathy for female violence victims". Ohio State University. www.sciencedaily.com. Retrieved 2016-04-21, <https://www.sciencedaily.com/releases/2016/04/160413151057.htm> (pristupljeno 17. kolovoza 2018).

¹⁸⁹ Christopher J. Ferguson (21 June 2017). "Are Associations Between "Sexist" Video Games and Decreased Empathy Toward Women Robust? A Reanalysis of Gabbiadini et al. 2016". *Journal of Youth and Adolescence*. 46: 2446–2459. doi:10.1007/s10964-017-0700-x. Retrieved 25 August 2017, <https://link.springer.com/article/10.1007/s10964-017-0700-x> (pristupljeno 17. kolovoza 2018).

¹⁹⁰ Paul S. Stermer; Melissa Burkley (2015). "SeX-Box: Exposure to Sexist Video Games Predicts Benevolent Sexism". *Psychology of Popular Media Culture*. 4 (1): 47–55. doi:10.1037/a0028397, <https://pdfs.semanticscholar.org/648e/fa5b69c4a2a6b21c82f9c75b86f20b7586e6.pdf> (pristupljeno 18. kolovoza 2018).

kulture video igara u ovoj studiji nije istraživano stoga ne negiraju njegovo postojanje¹⁹¹. U istraživanju objavljenom 2016. godine Jesse Fox i Bridget Potocki ustanovili su da je konzumacija video igara tijekom života povezana s interpersonalnom agresivnošću, seksizmom i prihvatljivim stavovima o silovanju¹⁹².

S osvrtom na studije koje su pokazale međuovisnost između generalizacija žena i muškaraca u video igrama i formiranje i podupiranje seksizama, ciljano će se istražiti mogući reflektirajući stavovi na medijski pristup žena u perspektivi politike.

2.2. Profesija političarke u hrvatskom medijskom prostoru

Tematski ovo je istraživanje usmjereno prema medijskom pozicioniranju političarki. S tim u vezi nezaobilazno je ispitati kakav je status žena generalno u medijima diljem svijeta kao i stupnjevi dosega profesionalne angažiranosti.

Medijski plasman žena stremi ka seksualnoj objektivizaciji. Ona podrazumijeva naglašavanje tjelesnosti kao najveće vrijednosti. U međuovisnosti je sa stereotipnim podjelama rodni uloga – karijerno usmjerenih muškaraca, a žena u relaciji sa zasnivanjem obitelji i ekstenzijama zanimanja iz okruženja doma (obrazovanje, zdravlje, socijalna skrb) te prisutnosti muškaraca na hijerarhijskim položajima moći i donošenja odluka u medijskoj industriji.

S uporištem u istraživanju pokazuje se jesu li žene u medijima prikazane uglavnom kao seksualni objekti te kakav je njihov profesionalni položaj u medijskoj djelatnosti u smislu zastupljenosti kako na nižim tako i na višim rukovodećim mjestima. Istraživanja istaknutih međunarodnih organizacija u skladu s rezultatima predlažu mjere za sve relevantne institucije uključene u unapređenje medijskog tretmana žena.

¹⁹¹ Stephen Totilo (April 17, 2015). "What To Make Of A Study About Gaming And Sexism". Kotaku. Retrieved September 29, 2016. <https://kotaku.com/what-to-make-of-a-study-about-gaming-and-sexism-1698543308> (pristupljeno 18. kolovoza 2018).

¹⁹² Jesse Fox; Bridget Potocki (2016). "Lifetime Video Game Consumption, Interpersonal Aggression, Hostile Sexism, and Rape Myth Acceptance". *Journal of Interpersonal Violence*. 31 (10): 1912–1931. doi:10.1177/0886260515570747, <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0886260515570747> (pristupljeno 18. kolovoza 2018).

Više autora i autorica koji su istraživali ovu problematiku navodili su slične rezultate. Pregled literature kronološki se može pratiti posljednjih pedesetak godina. Mieke Ceulemans i Guido Fauconnier s belgijskog Katoličkog sveučilišta Leuven sakupili su istraživanja provedena u svijetu do 1979. godine o prikazivanju, ulozi i društvenom položaju žena u masovnim medijima, radiju, televiziji, tiskanim medijima i na filmu i u reklamama budući da su one od naročitog utjecaja za njihovo prikazivanje u medijima. Utvrdili su da ženski stvarni javni status nije bio u skladu s onime što su prikazivale reklame. U Sjevernoj Americi početkom sedamdesetih godina prošlog stoljeća polovina žena bila je zaposlena. U reklamama su se prikazivale kao kućanice i u tradicionalnim ženskim zanimanjima iako ih je početkom sedamdesetih godina prošlog stoljeća polovina bila zaposlena. One u reklamama nisu obavljale javne ugledne poslove poput odvjetnica, sutkinja, doktorica ili znanstvenica. Nasuprot tome, muškarci su se prikazivali u raznim profesionalnim ulogama i aktivnostima izvan kuće. Američki prikazi žena u reklamama mogu se preslikati na zapadnoeuropske jer je američka marketinška industrija predvodnica u osmišljavanju reklama. Ženski stereotipi u reklamama izražavali su se putem naglašavanja jedinog ženskog životnog cilja – kako privući muškarca. Da bi to postigle, žene u reklamama su mlade i atraktivne, seksualni objekti, ograničene na prostor doma i izolirane od drugih žena, a izvan kuće najpoželjniji pratitelj joj je muškarac. Rijetko su prikazane kao kompetentne i inteligentne jer su to „neženstvene“ osobine. Ne rade „muške“ poslove kao što muškarci ne obavljaju kućanske poslove. Djevojčice su se izborom igračaka u reklamama usmjeravale prema ulozi kućanice, supruge i majke. U reklamnoj industriji profesionalni status žena ukazuje na nekoliko trendova. Brojčano su podzastupljeni spol osobito na financijski bolje plaćenim položajima i mjestima donošenja odluka. Budući da muškarci dominiraju na rukovodećim položajima, muški pogled na žene odražava njihovu sliku u reklamama. Njihova veća zastupljenost i bolji status u reklamnoj industriji rezultirao bi manje stereotipnim prikazima no to zahtijeva strukturne i kulturne promjene. U Južnoj Americi istraživanja su bila ograničena samo na prikaze žena kao seksualnih objekata i ukrasa u reklamama, a nisu uzeti u obzir drugi aspekti predstavljanja što podrazumijeva da su one kao seksualni objekti dominantna slika. Autori smatraju da je radio kao masovni medij podređen televiziji, no sveprisutan je i s velikim potencijalom za razvijanje svijesti o društvenom položaju žena. U Zapadnoj Europi i Sjevernoj Americi muški pristrani pogled opstaje i na radiju. U Južnoj Americi, Aziji i Africi korištenje radija u edukativne svrhe je nedovoljno jer postoji raskorak između elitističkih vrijednosti radijskih profesionalaca i socioekonomskog i obrazovnog statusa te potreba za informacijama radijske publike. Televizija je u tadašnje vrijeme bila je vrlo moćan medij za oblikovanje svih oblika percepcije. Prema raspoloživoj literaturi za Sjevernu i Južnu

Ameriku te zapadnu Europu sve vrste sadržaja predstavljaju visoko stereotipnu sliku žena i muškaraca. Vijesti zanemaruju sudjelovanje žena u javnom životu što se manifestira u ograničenoj vidljivosti novinarki i voditeljica i diskriminirajućem tretmanu ženskih pitanja. Zabavni sadržaji u svim formatima naglašavaju sliku pasivne, ovisne, prema braku i domu orijentirane žene, kao emocionalnu i tjelesnu potporu muškarcu. Stereotipni uzorak u ženskim prikazima naročito je izražen u dječjim programima. Djecu se uči društveno prihvatljivom i poželjnom ponašanju s muškom dominacijom i ženskom subordiniranošću u društvu i u obitelji. Pregled literature o prikazivanju žena na filmu pokazao je da filmska industrija općenito održava stereotipne rodne uloge. Ženski pokreti u Sjevernoj Americi i u zapadnoj Europi su povećali interes za tretman žena na filmu. Smatra se da je glavni razlog iskrivljenog prikazivanja žena nedostatak scenaristica i redateljica. Istraživanja u drugim dijelovima svijeta daleko zaostaju za razvijenim zemljama¹⁹³.

Prikazi žena u filmskoj industriji i nekoliko desetljeća kasnije pokazuju isti obrazac djelovanja. Učinke seksualiziranih ženskih likova u filmovima o super junakinjama istražila je Hillary Pennel. Zaključila je da zlostavljanje žena u filmovima smanjuje ravnopravna vjerovanja o rodnim ulogama i rezultira nižim samopoštovanjem¹⁹⁴.

U nastavku obrazlaganja Ceulemans i Fauconnier referiraju se na tiskani medij (novine) koji također reflektira stereotipe naglašavajući žensku majčinsku, bračnu i seksualnu ulogu. Žene u vijestima iskazuju svoju definiranu „ženskost“ ili im je dodijeljena tradicionalna uloga ako se pojavljuju u nestereotipnoj ulozi kao političarke, gospodarstvenice, aktivistkinje ili sportašice. Prehrana, moda, životni stil i zabava smatraju se primarnim ženskim interesima u novinskim

¹⁹³ Mieke Ceulemans; Guido Fauconnier (1979). "Mass Media: The Image, Role, and Social Conditions of Women A collection and analysis of research materials." Department of Communication Science Catholic University of Leuven, <https://unesdoc.unesco.org/images/0003/000370/037077eo.pdf> (pristupljeno 18. srpnja 2018).

¹⁹⁴ Hillary Pennel.; Elizabeth Behm-Morawitz (2015). "The Empowering (Super) Heroine? The Effects of Sexualized Female Characters in Superhero Films on Women". *Sex Roles*. 72 (5/6): 211–220. doi:10.1007/s11199-015-0455-3, <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs11199-015-0455-3> (pristupljeno 10. kolovoza 2018).

sadržajima koji su im namijenjeni. Istraživanja su pokazala nedovoljan broj novinarki u redakcijama. Iako prisutnost novinarki ne znači nužno nestereotipni tretman prema ženama, ipak sugerira da će njihova veća zastupljenost barem pružiti više mogućnosti za pojavu novih prikaza. Istraživanja ženskih časopisa pokazala su istu stereotipiju, s iznimkom socijalističkih zemalja istočne i srednje Europe. U skladu s društvenim uređenjem časopisi su bili usredotočeni na edukativne teme umjesto na reklame, zabavu i potrošnju. Zbog nedostatnih istraživanja nije se moglo pouzdano zaključiti je li nedostatak reklama i naglašavanje edukativne uloge medija utjecao na prikazivanje u ženskim časopisima tadašnjeg Istočnog bloka. U manje razvijenim zemljama Indije, Sjeverne i Južne Amerike ženski časopisi su važan izvor informacija što može doprinijeti statusu žena kroz edukaciju i isticanje njihovih uloga u razvoju država. Budući da mediji šalju poruke o muškom viđenju žene jer muškarci dominiraju medijskim strukturama, profesionalni status se treba unaprijediti i razjasniti prepreke koje sprečavaju pristup svim razinama medijske moći. Zaposlenički status žena u tiskanim medijima u odnosu prema drugim medijima karakterizira samo njihova veća zastupljenost međutim i dalje se održava niža mogućnost pristupa pozicijama moći i razvoju karijere. Organizirane akcije zaposlenica donijele su neka poboljšanja, ali su predrasude prema ženskim sposobnostima i posljedično tome muška dominacija i spolna diskriminacija u medijima opstale. Slični se obrasci ponašanja i odnosi moći uočavaju i na radiju. Zaposlenički status karakterizira podzastupljenost na mjestima donošenja odluka. Diskriminacija na radiju posljedica je strukturnih prepreka koje se manifestiraju nejednakim mogućnostima za usavršavanje i napredovanje i u održavanju kulturnih mitova o ženskim sposobnostima u muškaraca koji rukovode zapošljavanjem i unapređivanjem zaposlenika. Povećanje brojnosti žena na menadžerskim pozicijama je prioritetno pitanje za poboljšanje njihova prikazivanja na radiju. U analizi vodećih pozicija na televiziji autori izlažu da su dostupne samo onima koji su imali mogućnosti stjecanja vještina jer televizija kao medij naglašava važnost iskustva za napredovanje. Stjecanje neophodnog radnog iskustva u povezanim područjima izvan televizije naklonjenije je muškarcima. Žene se u zaposleničkoj hijerarhiji zadržavaju na poslovima bez karijerne strukture. Jedino u televizijskim vijestima atraktivnost i osobnost daju im jednake šanse za zapošljavanje i dobro plaćen posao. Više menadžerske pozicije većinom ostaju u muškoj domeni zbog dosljedne sklonosti muškaraca da zapošljavaju i unapređuju muškarce radi muškog pogleda na kompetencije žena. Iako je dotadašnja literatura o položaju žena u filmskoj industriji nedostatna, prema raspoloživim podacima i u toj vrsti masovnog medija potvrđena je spolna diskriminacija. Pokazalo se da povijest filma obilato zanemaruje ženski doprinos u svim fazama filmske produkcije. Njihove mogućnosti su i dalje ograničene, stoga su one uključene u

nekomercijalne produkcije ili rade izvan filmskih institucija kao nezavisne producentice. Autori zaključno predlažu mjere na svim razinama medijske industrije, lokalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj poput medijskih istraživanja koje se odnose kako na prikaze žena u medijima i zaposlenički status, plaćeni roditeljski dopust, institucionalizirana skrb o djeci zaposlenika, fleksibilno radno vrijeme radi povećanih poslovnih mogućnosti, podrške ženskim organizacijama i profesionalnim udrugama u zalaganju žena za jednake šanse u zapošljavanju, napredovanju i jednako plaćeni rad, provođenje javnih kampanja za razotkrivanje diskriminacije i podizanje svijesti o omalovažavajućem prikazu u medijima i radi njihova informiranja o pravima, razvoj nezavisnih feminističkih medija koji će rasapom informacija doprinijeti stvaranju pozitivnih prikaza, akcije bojkota proizvoda, javnih objava pisanih prigovora te uvođenje antidiskriminacijskih zakona u medije. Senzibiliziranje odgovornih za zakonsku regulativu, financiranje istraživanja i prihvaćanje rodne ravnopravnosti neće se dogoditi dok društvo ne uzme u obzir da žene čine polovinu čovječanstva i da su dio populacije. U svemu tome masovna komunikacija predstavlja iznimno moćan alat za poticanje društvenih promjena¹⁹⁵.

Giulia Pozzi s talijanskog sveučilišta Carlo Cattaneo LIUC u svom izvještaju o ženskom statusu u masovnim medijima također ističe da je njihova podzastupljenost u medijima, bez obzira radi li se radi o radnom statusu ili spominjanju u medijima, rasprostranjena širom svijeta. Upućuje na međunarodni dokument, Pekinšku deklaraciju i Akcijsku platformu donesenu 1995. godine na četvrtoj svjetskoj konferenciji o ženama na kojoj sudjelovali predstavnici Ujedinjenih naroda, vladina i nevladina izaslanstva i mediji. Ciljevi Platforme odredili su područja kojima se treba zaokupiti kako bi se postigla rodna ravnopravnost: žene i siromaštvo, obrazovanje žena, žensko zdravlje, nasilje nad ženama, žene u oružanim sukobima, žene i gospodarstvo, žene na položaju moći i donošenja odluka, institucionalni mehanizmi za unapređenje položaja žena, ženska ljudska prava, žene i mediji, žene i zaštita okoliša, djevojčice¹⁹⁶. Ova disertacija bavi se problematikom pozicioniranja žena u političkom diskursu u hrvatskim medijima te će to područje biti detaljnije obrazloženo. Područje namijenjeno ženama u medijima obuhvaća dvije strategije: povećanje participacije i pristupa žena mjestima na kojima se donose odluke u

¹⁹⁵ Ceulemans, Fauconnier: 1979.

¹⁹⁶ Giulia Pozzi (2012) "Women and mass media – State of the art report." Amazone asbl., https://www.amazone.be/IMG/pdf/women_and_mass_media-gpozzi.pdf (pristupljeno 12. srpnja 2018).

medijima i u novim komunikacijskim tehnologijama te unapređenje uravnoteženog i nestereotipnog prikazivanja u medijima. Akcijski plan obuhvaća preuzimanje obaveze vlada, nacionalnih i međunarodnih medija, nevladinih organizacija i profesionalnih medijskih udruga. Ove institucije provodile bi mjere podrške obrazovanju i zapošljavanju radi osiguravanja ravnopravnog pristupa svim razinama u medijima, naročito u novim medijima, poticanje stvaranja ženskih mreža, edukacije o važnosti sudjelovanja žena u razvoju demokracije plasirane putem masovnih medija i nadzor nad provođenjem mjera. Druga strategija Akcijskog plana uključuje sve do sad navedene institucije u provedbi rodni politika. Vodeće medijske djelatnike treba usmjeravati k rodno osjetljivim edukacijama u cilju uklanjanja stereotipnih slika iz medijskog prostora. Nevladine organizacije i privatni sektor u suradnji s državnim institucijama imaju obavezu unaprijediti ravnomjernu podjelu obiteljskih obaveza putem medijskih kampanja i uklanjanje nasilja nad djecom i ženama. Mediji trebaju proizvoditi sadržaje koji predstavljaju liderice s različitim životnim iskustvima kao primjer, naročito mladima. Rezultati drugog dokumenta o kojem izvještava Pozzi, Pekinške deklaracije, nakon 15 godina istraživanja, a odnosi se na žene u medijima, izdvojili su dvije ključne teme. Prva se odnosi na ekonomsko osnaživanje u kontekstu globalne ekonomske krize. To zahtijeva jaču uloga medija u osiguranju uravnoteženog i realnog prikazivanja žena uključivo s njihovim liderskim položajima. Druga tema povezuje masovne medije i nasilje nad ženama i djevojčicama. Neuspjeh država u rješavanju nasilja nad ženama, rezultirali su stvaranjem društvene klime nekažnjivosti počinitelja. Rezultati smjernica za rodnu ravnopravnost pokazali su u 2011. godini da su tvrdokorni rodni stereotipi i dalje osnova za mnoge nejednakosti. Iako bi procjena trebala sadržavati institucionalnu i političku razinu, institucionalna razina uopće nije navedena. Što se političkog djelovanja tiče, ono navodi politike i mjere u cilju iskorjenjivanja nasilja nad ženama, osnaživanja, poticanja zapošljavanja, borbe protiv stereotipa, podjele obiteljskih obaveza, sudjelovanja u javnom životu i na pozicijama moći. Na sličan način najveća međunarodna organizacija *Global Media Monitoring Projekt (GMMP)* istražuje zastupljenost i prikazivanje žena u medijima. Rezultati istraživanja iz 1995., 2000. i 2005. godine pokazali su izrazitu podzastupljenost u vijestima, a tek su rezultati iz 2010. godine neznatno bolji. Podatci za 2010. godinu pokazuju da je zastupljenost žena u vijestima masovnih medija samo 24 %. Brojčano nadmašuju muškarce u temama uz koje ih se tradicionalno veže, a podzastupljene su u svim drugim područjima izvještavanja kao što su poslovanje, trgovina, vojska i obrana, sport, politika, financije te u globalnim organizacijama kao što su Međunarodni monetarni fond, Svjetska banka i Svjetska trgovinska organizacija. Kao što su već u ranije provedenim sličnim istraživanjima naveli autori, teme kojima se žene bave u medijima daju

nerealan prikaz njihove pozicije u društvu i uloga koje ime je društvo namijenilo, a isto tako pokazuje poslove i zadaće iz kojih bi trebale biti isključene. Stereotipan odnos medija prema ženama pokazalo je istraživanje fotografiranih žena i muškaraca. Žene se pojavljuju u tiskanim medijima na 26 % fotografija, a muškarci na 17 %. Kvalitativna analiza fotografija pokazala je da su muškarci fotografirani u potpunosti odjeveni i cijelim stasom dok je kod žena naglasak na tjelesnosti i različitim stupnjevima razodjenutosti. Zastupljenost radijskih i televizijskih voditeljica, prema podacima iz 2005. i 2010. godine pokazuje donekle ravnomjernu zastupljenost žena i muškaraca na voditeljskim pozicijama. Regionalna zastupljenost novinarki u razdoblju od 2000. – 2010. godine pokazala je da su Afrika, Azija i Karibi područja sa stalnim povećanjem broja novinarki. Europa, Bliski istok i Sjeverna Amerika stagniraju dok Južna Amerika ima strelovit pomak, a Pacifik pokazuje pad. Ovi podatci pokazuju spori napredak rodno osjetljivog novinarstva unutar deset godina. Unatoč očekivanjima da će internet biti sadržajno drukčiji medij jer se radi o novom mediju, predstavlja samo osuvremenjeni alat tradicionalnih medija. U mnogim područjima Afrike, jugoistočne Azije i Južne Amerike nije u raširenoj uporabi te se mediji i dalje oslanjaju na postojeće medije. Istraživanje najvećih mrežnih stranica koje je provela GMPP u 16 država pokazalo je vrlo slične rezultate u usporedbi s tradicionalnim medijima što je očekivano jer su istraživane internetske stranice uglavnom povezane s najvećim medijskim kućama u državama. Žene kao nositeljice tema zastupljene su u samo 23 % slučajeva, novinarke u *online* vijestima u 36 %. Područja kojima se pretežno bave muškarci u *online* vijestima preslika su tradicionalnih medija: ekonomija, crna kronika i svijet slavnih osoba. Ono što je napredak u odnosu na tradicionalne medije je gotovo ravnomjerna zastupljenost novinarki – izvjestiteljica o političkim temama. Drugo važno istraživanje o statusu žena u medijima provela je u 2011. godini Međunarodna ženska medijska zaklada (IWMF). Istraživanje masovnih medija provedeno je od 2008. do 2010. godine u 59 zemalja i u 522 tvrtki. Rezultati su pokazali da od ukupnog broja zaposlenih gotovo dvije trećine čine muškarci, a na rukovodećim pozicijama nalazi se čak tri četvrtine muškaraca. Medijska podzastupljenost žena najizraženija je u podsaharskoj Africi, ali i sva ostala područja svijeta, osim zapadne i istočne Europe, pokazuju podzastupljenost žena zaposlenih u medijima. Pojam „staklenog stropa“ prisutan je u svim regijama osim u sjevernoj Europi, a relativni paritet u medijskim zanimanjima prisutan je jedino na razini izvještavanja. Rodne politike u tvrtkama ovise o okolnostima u pojedinim državama i prisutne su u rasponu od 16 % u istočnoj Europi do 69 % u zapadnoj Europi. Istočna Europa s niskim postotkom rodni politika predstavlja objašnjivu iznimku jer su socijalistička društvena uređenja omogućavala ženama pristup obrazovanju i poticala ih na zapošljavanje. Politike protiv spolnog uznemiravanja ima više od

polovine ispitanih tvrtki. Roditeljske i roditeljske politike nisu u tvrtkama značajnije prisutne s iznimkom sjeverne Europe (100 %) u kojoj je roditeljski dopust izdašan za žene i muškarce, a država financira boravak djece u vrtiću zaposlenim roditeljima. Sve ispitanе tvrtke u sjevernoj i zapadnoj Europi, Bliskom istoku i sjevernoj Africi omogućavaju ženama povratak na isti posao nakon roditeljskog dopusta. Nasuprot tome, samo 24 % tvrtki u podsaharskoj Africi, 69 % u istočnoj Europi, 68 % u sjevernoj i Južnoj Americi 55 % u Aziji i Oceaniji ostavljaju žene na istom poslu nakon roditeljskog dopusta. Plaće za istu razinu posla ujednačene su u istočnoj Europi dok u sjevernoj Europi muškarci prosječno zarađuju više od žena no to se objašnjava činjenicom da su žene u novinarskoj profesiji ove regije mlađe od muškaraca, a stariji i iskusniji stručnjaci uobičajeno su bolje plaćeni. U Sjevernoj i Južnoj Americi žene i muškarci imaju jednake plaće. Žene zarađuju više na razini višeg menadžmenta, a muškarci imaju veće plaće na razini nižeg menadžmenta. U Aziji i Oceaniji žene prosječno zarađuju manje od muškaraca. Na europskoj razini neznatno su više zastupljene u odnosu na globalnu razinu. Nositeljice tema su samo u 30 % vijesti. Ostali rezultati slični su globalnima. U usporedbi s tiskanim medijima i televizijom, samo na radiju muškarci i žene podjednako su zastupljeni na voditeljskim i izvjestiteljskim pozicijama. S obzirom na tematska područja žene su izrazito podzastupljene u političkom izvještavanju. Države zapadne Europe dio su Europske unije koja je 2006. godine usvojila smjernice za rodnu ravnopravnost. Uključuju ekonomsku jednakost, ravnopravnost u političkom odlučivanju, uklanjanje rodnih stereotipa u medijima i uklanjanje rodno uvjetovanog nasilja i trgovanja ljudima. Istraživanje je pokazalo da su novinarke gotovo ravnomjerno zastupljene, ali su općenito manje plaćene od muškaraca. Budući da se države zapadne Europe, iako su dio Europske unije, međusobno razlikuju kulturno, povijesno, ekonomski, politički i po ustroju medijskog sustava, različite su i rodno osjetljive politike u medijskim tvrtkama. Jedino ispitanе tvrtke u Velikoj Britaniji imaju 100 % utvrđene sve rodne politike na uzorku od 47 kompanija. Države istočne Europe, osim Ukrajine i Rusije, članice su Europske unije i podliježu provođenju smjernica rodnih politika. Žene i muškarci su podjednako plaćeni s iznimkom znatno bolje plaćenih muškaraca na vrhu vladajućih pozicija u medijima. Rodno osjetljive politike u 85 ispitanih medijskih tvrtki pokazale su da samo 16 % provodi politiku rodne ravnopravnosti, 9 % smjernice protiv spolnog uznemiravanja, 88 % ima politiku roditeljskog dopusta, 68 % roditeljskog dopusta, 69 % žena vraća se na isti posao, 32 % tvrtki ima riješeno pitanje vrtića, a 71 % nude edukacije o rodnoj ravnopravnosti. Radi uklanjanja rodnih stereotipa u medijima, na europskoj razini doneseno je nekoliko dokumenata u tijelima Europske unije. Europsko vijeće je 1995. godine donijelo Rezoluciju o predstavljanju žena i muškaraca u medijskim reklamama. Njome se nastojalo potaknuti reklamne agencije i

medije na kreiranje različitih uloga i prepoznavanje negativnih učinaka rodni stereotipa na psihičko i fizičko zdravlje. Rezolucijom protiv diskriminacije prema ženama Europski je parlament 1997. godine namjeravao osnažiti utjecaj žena na sadržaj medijskih poruka i pomoći im u sudjelovanju na mjestima donošenja odluka. U tu svrhu razvijan je do 2001. godine Europski audiovizualni projekt „Rodni probir“ koji pokazuje postojeće rodne odnose u medijima. Naposljetku Europsko vijeće je 2002. godine zatražilo od država članica da donesu zakone o rodnoj ravnopravnosti kako bi se osnovali novi medijski projekti vezani uz rodnu jednakost. Na temelju toga Europsko vijeće je 2006. godine usvojilo Rezoluciju za postizanje rodne ravnopravnosti usmjerenu s jedne strane prema medijima za sprečavanje nasilja nad ženama, trgovine ljudima i s druge strane prema osiguravanju jednakih mogućnosti na tržištu rada. Nakon toga Pozzi je u svom izvješću navela podatke GMMP-a iz 2010. godine koji su pokazali da rodni stereotipi na globalnoj razini u polovini slučajeva medijskih sadržaja u vijestima jesu rodno neutralni. Kategorije u vijestima koje su najviše zahvaćene rodni stereotipima i najzastupljenije, jesu politika, crna kronika i svijet slavnih osoba. Rezultati su pokazali da izazivanje i učvršćivanje rodni stereotipa nije povezano sa spolom jer ih podjednako iskazuju žene i muškarci u svim regijama svijeta. Pozzi, kao uostalom i drugi autori, zaključili su da je novi medij, internet, izvor stereotipa kao i tradicionalni mediji. Štoviše, rodni stereotipi su na internetu puno vidljiviji. Podaci GMMP-a za europske medije pokazali su da 50 % sadržaja u vijestima pojačava rodne stereotipe, 8 % izaziva stereotipe, a 42 % jesu rodno neutralni. Zato Pozzi zaključuje da su kategorije vijesti koje izazivaju stereotipe obiteljski odnosi, ženska i dječja prava, sudjelovanje žena na tržištu rada. Teme koje pojačavaju rodne stereotipe jesu moda, ljepota, zaštita okoliša, planiranje obitelji i mirovni pregovori. Rodno neutralni sadržaji odnose se na ženski aktivizam, migracije, izbjeglištvo, etničke sukobe, rasizam, ksenofobiju, nacionalnu obranu, znanost, zdravlje, slavne osobe, umjetnost i medije¹⁹⁷.

Katherine Sarikakis je slično tomu potvrdila medijski tretman prema ženama pozivajući se na izvješće Vijeća Europe iz 2013. godine s prve konferencije o prikazu žena u medijima. Zaključci s konferencije utvrdili su povezanost između medijskog seksističkog tretmana i obnavljanja ženskih stereotipa s nasiljem u svakodnevnom životu. Iako je poboljšani profesionalni status u medijskoj industriji, promjene su spore i neujednačene u pojedinim državama. Sudionici su naglasili veliku važnost razvijanja suradnje između medijskih organizacija, država, profesionalnih medijskih udruga i civilnog sektora. Negativan utjecaj novih medija na prikazivanje žena i djevojčica rezultat je gotovo monopolističke uloge koju

¹⁹⁷ Pozzi: 2012.

medijske kompanije imaju prema rodnoj ravnopravnosti. Razloge treba tražiti u tržišnoj logici koja medije usmjerava na održavanje posebnih vrsta rodni uloga što se naročito odnosi na žensko tijelo. Tako elementi pornifikacije postaju dio *mainstream* kulture koja reklame, glazbu i modu vizualno i verbalno povezuje s pornografskim sadržajima. Tim više što tehnologija olakšava brz i lakši pristup sadržajima koji bi na druge načine bili teže dostupni, žensko tijelo ostaje seksualizirano, fragmentirano i osakaćeno u svijetu globalne propagande¹⁹⁸. Dolf Zillman naveo je u pregledu istraživanja o pornografiji da opsežno gledanje pornografskih sadržaja može proizvesti negativne posljedice u društvu uključujući nedostatak poštovanja, izbjegavanje monogamnih veza i smanjenu želju za potomstvom. Vrijednosti izražene u pornografiji sukobljavaju se s obiteljskim konceptom i potencijalno potkopavaju tradicionalne vrijednosti koje propagiraju brak, obitelj i djecu. Autor tvrdi da spolno zadovoljenje u pornografiji nije u funkciji stvaranje emocionalnih veza što bi pak značilo odgovornost, kompromise i financijski izdatak¹⁹⁹. Dvadeset i četiri godine poslije, Carl Göran Svedina, Ingrid Åkermana i Gisela Priebeb proveli su istraživanje u švedskih adolescenata i zaključile da redoviti korisnici pornografskih sadržaja češće posjećuju pornografske u odnosu na druge medijske sadržaje i češće gledaju teže pornografske sadržaje. Također su povezani s problematičnim ponašanjima, žive u velikim gradovima, češće konzumiraju alkohol, imaju izraženiji spolni nagon i češće „trguju“ seksom, nego ostali vršnjaci. S obzirom na povezanost problematičnog ponašanja i čestog gledanja pornografskih sadržaja, nužno im je posvetiti više roditeljske i skrbi u obrazovnom sustavu te uputiti u klinička savjetovališta²⁰⁰. Autorice Tracy Tilka i Ashley Diest istraživale su utjecaj partnera, korisnika pornografskih sadržaja, na žene. Rezultati su pokazali da su takvi odnosi direktno povezani sa stupnjem seksualne objektivizacije žena, kulturnim standardima ljepote i simptomima poremećaja prehrane u žena. Indirektna je povezanost s opsegom zaokupljenosti žena tjelesnim izgledom i sramom prema

¹⁹⁸ Katherine Sarikakis (2013). "Media and the image of women Report of the 1st Conference of the Council of Europe Network of National Focal Points on Gender Equality Amsterdam 4 and 5 July 2013", <https://rm.coe.int/1680590587> (pristupljeno 2. kolovoza 2018).

¹⁹⁹ Dolf Zillmann (June 1986). Effects of prolonged consumption of pornography. United States. Public Health Service. Office of the Surgeon General. Arlington, Virginia. Retrieved 14 March 2013. Pdf, <https://profiles.nlm.nih.gov/ps/access/nbnckv.pdf> (pristupljeno 14. kolovoza 2018).

²⁰⁰ Carl Göran Svedina; Ingrid Åkermana; Gisela Priebeb (2 October 2010). "Frequent users of pornography. A population based epidemiological study of Swedish male adolescents". *Journal of Adolescence*. 34: 779–788. doi:10.1016/j.adolescence.2010.04.010, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0140197110001387> (pristupljeno 14. kolovoza 2018).

vlastitom tijelu s obzirom na standarde ljepote. Žene su u takvim vezama bile tjeskobnije i imale su manje samopouzdanja²⁰¹. Isto tako tvrde Raymond Bergner i Ana Bridges. Partner očekuje spolno zadovoljenje kroz objektivizaciju i podecjenjivanje žene. Ženama pak u vezama nije ispunjeno očekivanje od muškaraca²⁰². No, unatoč negativnim učincima pornografskih sadržaja, danski profesor kriminologije Berl Kutchinsky još je 1970. godine u studiji ustanovio da legalizacija pornografskih sadržaja u Danskoj, kao što se očekivalo, nije rezultirala povećanjem zločina povezanih sa spolnim zlostavljanjem. Stoga on smatra da glavni smjer djelovanja treba biti minimalni okvir zabrane pornografskih sadržaja i implementacija ograničenja za maksimalnu zaštitu djece i odraslih koji ne žele pornografski materijal²⁰³. U nekim državama odvjetnici za ženska ljudska prava zahtijevaju široka ograničenja za internetske pornografske sadržaje tvrdeći da su povezani s nasiljem nad ženama. U Kini se, na primjer, provode mjesečne kampanje koje propagiraju javni moral i opasnosti po fizičko i psihičko zdravlje žena uslijed izlaganja pornografiji. Prema istraživanju Miliona Diamonda sa Sveučilišta Hawai, masovno povećanje dostupnosti pornografskih sadržaja u Japanu, SAD-u i drugim državama, unatoč očekivanjima, smanjilo je incidenciju zločina povezanih sa spolnim nasiljem. Stoga zaključuje da uklanjanje spolno klasificiranih zločina treba usmjeriti prema istraživanju uzroka patoloških ponašanja u društvu te da takva istraživanja trebaju biti

²⁰¹ Tracy L. Tylka.; Ashley M. Kroon Van Diest (February 6, 2014). "You Looking at Her "Hot" Body May Not be "Cool" for Me Integrating Male Partners' Pornography Use into Objectification Theory for Women". *Psychology of Women Quarterly*. 39: 67–84. doi:10.1177/0361684314521784, https://www.researchgate.net/publication/270643081_You_Looking_at_Her_Hot_Body_May_Not_be_Cool_for_Me_Integrating_Male_Partners%27_Pornography_Use_into_Objectification_Theory_for_Women (pristupljeno 15. kolovoza 2018).

²⁰² Raymond M Bergner; Ana J. Bridges (2002). "The significance of heavy pornography involvement for romantic partners: Research and clinical implications". *Journal of Sex & Marital Therapy*. 28 (3): 193–206. doi:10.1080/009262302760328235. PMID 11995598, <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/009262302760328235> (pristupljeno 15. kolovoza 2018).

²⁰³ Berl Kutchinsky (1970). *Studies on pornography and sex crimes in Denmark*. New social science monographs. United States: Nyt fra Samfundsvideenskaberne, eksp. OCLC 155896. Online. Archived October 30, 2007, at the Wayback Machine, <https://aic.gov.au/sites/default/files/publications/proceedings/downloads/14-kutchinsky.pdf> (pristupljeno 22. kolovoza 2018).

financijski potpomognuta vladama i pornografskom industrijom²⁰⁴. U svezi s time Sarikakis je iznijela preporuke s konferencije Vijeća Europe s obzirom na aktualni status žena u medijima. U tom smislu traži se osiguravanje političkog i pravnog okvira za njih u slučajevima seksističkih i štetnih sadržaja, uvođenje edukacija o rodnoj ravnopravnosti na svim obrazovnim razinama, razvijanje svijesti kod djece i mladih o prirodi stereotipa i njihovog pogubnog utjecaja na društvo. Medijskim organizacijama preporučuje se u borbi protiv stereotipa pažljivo izvještavanje i prikladni programi, edukativni sadržaji za podizanje svijesti o rodno uvjetovanom nasilju nad ženama, jačanje samoregulacijskih mehanizama protiv seksističkih prikaza, izražavanja i djelovanja i osiguravanje nadzora provedbe mjera. Za žene zaposlene u medijskoj industriji preporuka je podržati povratak na posao nakon roditeljskog dopusta i osigurati institucionalnu skrb za djecu, zaštititi od honorarnog rada i poticati edukacije o upravljačkim aspektima u medijskim organizacijama. Iako uvođenje kvota nailazi na prijepore, pokazalo se da žene kao društvena skupina imaju koristi od kvotnog sustava. Od međunarodnih organizacija traži se osiguranje sredstava za borbu protiv seksizama i nadzor postignutog napretka, više kontrole privatnosti i izloženosti na internetu kao i omogućavanje povlačenja sadržaja s društvenih mreža. Predstavljanjem žena u znanosti i tehnologiji interveniralo bi se u internetske zakonitosti o rodnim ulogama. Medije treba označiti odgovornima za ulogu u rodnoj nejednakosti i tražiti nadzor i pristup informacijama. Zaključno, predložene mjere trebaju se prilagoditi državama članicama, a dobre prakse razmjenjivati u svrhu stvaranja baza za rješavanje problema²⁰⁵. Sociologinja Stacy Smith u studiji ustanovila je da u udarnom terminu na televiziji žene imaju visoku tendenciju prikaza kao slabih i oskudno odjevenih osoba. Također su izrazito podzastupljene u STEM područjima i imaju manje govorničkih uloga. Prema studiji, zastupljene su u samo oko 23 % uloga u obiteljskim filmovima i u programima za djecu, s nešto manje od 40 % u središnjem terminu²⁰⁶. Prema izvješću Ženskog centra za medije, unatoč nekim poboljšanjima, rodni raskorak se ne smanjuje, nego se čak u nekim

²⁰⁴ Milton Diamond (1999). The Effects of Pornography: an international perspective World Pornography Conference. Sheraton Universal Hotel, Universal City, California. August 7, 1998, <https://www.hawaii.edu/PCSS/biblio/articles/1961to1999/1999-effects-of-pornography.html> (pristupljeno 22. kolovoza 2018).

²⁰⁵ Sarikakis: 2013.

²⁰⁶ Nina Bahadur (13 November 2012). "Women in the media: Female TV and film characters still sidelined and sexualized, study finds". The Huffington Post. Retrieved 21 November 2014, https://www.huffingtonpost.com/2012/11/13/women-in-the-media-female_n_2121979.html (pristupljeno 16. kolovoza 2018).

područjima i pogoršava. U izvješću je utvrđeno da je postotak ženskih uloga u padu, a uloge koje se dodjeljuju ženama daleko su od vodećih uloga u usporedbi s kolegama. Prema Centru za istraživanje žena na televiziji i na filmu „CW“ je jedina televizijska mreža na kojoj su žene proporcionalno zastupljene kao i u populaciji SAD-a²⁰⁷. Profesionalni položaj žena u medijskoj industriji otkrio je skandal globalnog razmjera prokazivanjem višedesetljetnog niza svih oblika spolnog nasilja nad zaposlenicama jednog od najmoćnijih medijskih mogula, producenta i vlasnika medijske kuće *Miramax* Harveyja Weinsteina. Proizašli pokreti „Me Too“ i „Time's Up“ osujetili su namjere medijskim monstrumima i seksističkoj kulturi koja je tolerirala spolno zlostavljачka ponašanja muškaraca. Žene su tražile više moći u produkciji na filmu i na televiziji i prije izbijanja skandala, a slučaj Weinstein ga je samo ubrzao. Veća moć u filmskoj industriji koristit će svima: glumicama, redateljicama, filmskim studijima i publici. Ženska publika odvraća se prikazima seksualne eksploatacije žena i djevojčica na filmu. Stoga je nužna bolja uravnoteženost seksualiziranih muških i ženskih uloga i manje pornografskih prikaza²⁰⁸. Slučaj Harveyja Weinsteina nije izoliran. Desetljećima su mnogi slučajevi silovanja manekenki u modnoj industriji bili neprijavljivani. Uspješan dizajner, Anand Jon, osuđen je na višegodišnju zatvorsku kaznu zbog spolnog zlostavljanja manekenki koje su radile za njega i bludnih radnji nad djecom jer su mnoge manekenke bile maloljetne²⁰⁹. Seksualnu objektivizaciju, osobito djevojčica, potvrdilo je izvješće Roditeljskog odbora za televizijski program. Analiza je pokazala da je 40 % djevojčica na televiziji izloženo spolnom iskorištavanju u odnosu na 30 % žena. Razloge za to treba tražiti u neiskustvu mladih osoba u uočavanju razlike između primjerenog i neprimjerenog spolnog ponašanja²¹⁰. Sljedeće

²⁰⁷ Malia Schilling (25 February 2013). "Surprise! Women are still under-represented in media". *Ms. Liberty Media for Women*. Retrieved 16 December 2014., <https://msmagazine.com/blog/2013/02/25/surprise-women-are-still-under-represented-in-media/> (pristupljeno 16. kolovoza 2018).

²⁰⁸ "The aftermath of the Weinstein scandal". *The Economist*. 3 March 2018, <https://www.economist.com/books-and-arts/2018/03/03/the-aftermath-of-the-weinstein-scandal> (pristupljeno 10. kolovoza 2018).

²⁰⁹ Sharon Waxman.. "The Designer Who Liked Models". *The New York Times*. *The New York Times*. Retrieved 28 November 2017, <https://www.nytimes.com/2007/04/15/fashion/15anand.html> (pristupljeno 13. kolovoza 2018).

²¹⁰ Lynn Elber (10 July 2013). "Are women On TV being sexually exploited? Female TV characters are sexual targets, says new study". *The Huffington Post*. Retrieved 21 November 2014, https://www.huffingtonpost.com/2013/07/10/women-on-tv-sexually-exploited_n_3570816.html (pristupljeno 15. kolovoza 2018).

istraživanje koje je Odbor proveo odnosilo se na prikaze različitih oblika zlostavljanja žena povezanih s humorom u televizijskim programima. Ustanovljeno je da budu li medijski prikazi žena slali poruku da je spolno iskorištavanje nevažno i bezopasno, društvo će prihvatiti seksualnu eksploataciju dopustivom i beznačajnom. Dok god medijski producenti ponižavanje žena određuju duhovitim, njihova izvanmedijska percepcija pružat će isto ozračje, a seksualno iskorištavanje nailazit će na nerazumijevanje i smatrat će se trivijalnim društvenim problemom²¹¹. Osim slučajeva spolnog nasilja, tretman prema ženama u modnoj industriji objelodanila je manekenka Vanessa Peron. Prema njezinim izjavama, manekenkama se na snimanjima uskraćuje hrana i tijekom 12-14-satnog radnog dana kako bi zadržale mršavost, prisiljava ih se na kontinuirano smanjivanje tjelesne težine, angažiranje osobnog trenera, pretjerano izbjeljivanje zuba, tamnjenje kože i bojenje kose²¹². Manekenka Fernanda Ly potvrdila je zlostavljanje manekenki. Osobno je doživjela spolno uznemiravanje iako ono nije jedini način izrabljivanja. Tome se mogu pridodati robovlasnički ugovori, osobno podmirivanje putnih troškova, prehrane i smještaja, donošenje odluka bez njihova znanja. Mnoge od manekenki ne prijavljuju slučajeve kršenja prava zbog straha od onemogućavanja razvoja karijere. Stoga je svako javno svjedočenje važno za istupe drugih u budućnosti²¹³. Zbog nedostatne pravne regulacije nehumanog postupanja prema manekenkama, zlostavljanja su postala potpuno legalna. Tako je na primjer jedna agencija na Floridi zlouporabom droga koristila djevojke i u pornografskim filmovima. Iznimno vrhunski modeli imaju povlaštenu tretman, a sve ostale manekenke tretiraju se neljudski. Jedino savezna pravna regulacija industrije osigurala bi da su modeli, umjesto kao povremena radna snaga, zaposlenice sa svim radnim pravima. Nasuprot tome, modnoj industriji odgovara postojeće stanje i protiviti se strožim

²¹¹ Ximena Ramirez (25 July 2013). "Study finds girls sexually exploited on television with humor". Care2. care2.com. Retrieved 21 November 2014, <https://www.care2.com/causes/study-finds-girls-sexually-exploited-on-television-with-humor.html> (pristupljeno 15. kolovoza 2018).

²¹² Lorena Mongelli. "Agencies Refuse to Feed Models during 14 hour shoot". *New York Post*. NYP Holdings. Retrieved 28 November 2017. <https://nypost.com/2016/02/09/agencies-refused-to-feed-models-during-14-hour-shoots-suit/> (pristupljeno 13. kolovoza 2018.)

²¹³ Vanessa Hsieh. "More models come forward with stories of mistreatment". *Dazed*. Retrieved 28 November 2017, <https://www.dazeddigital.com/fashion/article/35471/1/more-models-come-forward-with-stories-of-mistreatment> (pristupljeno 13. kolovoza 2018).

propisima²¹⁴. Modelima je u ovom trenutku na raspolaganju jedino Savez manekenki koji osigurava članicama zaštitu, pravne savjete i potporu u njihovim naporima da ih se smatra zaposlenicama u industriji, a ne samostalnim poduzetnicama²¹⁵.

Zaključno, u konstruktivnoj seksualnoj objektivizaciji usmjerene prema ženama u tradicionalnim medijima, radiju, televiziji, na filmu, u tiskanim medijima, ali i u novom mediju, internetu te dominacije muškaraca na rukovodećim medijskim položajima istražuje se utjecaj takvog okruženja na valoriziranje i prezentiranje politički angažiranih žena u dva ciljana odabrana tiskana medija. S obzirom da su istraživanja pokazala nisku prisutnost žena u tematski lukrativnim područjima poput ekonomije i politike, a višu u percipirano „manje“ vrednovanim, obrazovanju, znanosti, zdravstvu i trivijalnim područjima životnog stila i zabave, ispituje se uključenost političkih osoba u različito evaluirane kategorije vijesti.

Žene u hrvatskom medijskom prostoru suočavaju se sa sličnim problemima kao i žene zapadnih demokracija zbog perzistiranja patrijarhalnih društvenih odnosa uz političko-ekonomske specifičnosti nastale od kraja devedesetih godina prošlog stoljeća. Unatoč očekivanjima, novi mediji održali su rodne stereotipe.

Konstrukt patrijarhata pretpostavlja dominaciju muškaraca u odnosu prema drugim dionicima u zajednici s bilo kojeg aspekta, primjerice religije, roda, klase i drugih specifičnosti.

Po Griseldi Pollock patrijarhat se odnosi na vladavinu muškaraca u društvu. Uključuje dominantan odnos prema svim marginaliziranim društvenim skupinama, bilo po spolu, rasi, vjeri, svjetonazoru, socijalnom statusu ili nekim drugim osobinama. Kad govorimo o povijesti borbe za ljudska prava, ona su se odnosila na muškarce bijele rase iz građanskog staleža. Ženama je u patrijarhalnom društvu određena uloga i prostor. Taj prostor uglavnom je bio izoliran od javnog prostora, određen na okruženje doma, lišen moći. U područje javnog žene su

²¹⁴ Blake Ellis; Mekanie Hicken . "How the modeling industry exploits young and vulnerable workers". *CNN Money* 2016, <https://money.cnn.com/2016/05/04/news/runway-injustice-modeling/index.html> (pristupljeno 13. kolovoza 2018).

²¹⁵ Alan Gordon. "Exploitation of Models". *The New York Times* 2013, <https://www.nytimes.com/2013/09/12/opinion/exploitation-of-models.html> (pristupljeno 14. kolovoza 2018).

mogle ući samo u kontekstu zabave ili pokazivanja²¹⁶. Taj trend održao se do danas iako žene postupno, preuzimaju mjesta odlučivanja rezervirana za muškarce. No, prema riječima profesorice s Harvarda Elisabeth Schüssler Fiorenza, katoličke feminističke teologinje, to što žene dolaze na položaje moći ne znači da društvo postaje manje represivno i patrijarhalno²¹⁷.

Istraživanjem kulture patrijarhata u zapadnom građanskom društvu i posebno u Hrvatskoj pokazat će se implementira li se takav socijalni koncept na medijsku sliku žene. Implicitno se utvrđuje rodna dostupnost lukrativnim medijskim temama kao što su gospodarstvo, vojna pitanja, politika i „neatraktivnih“, ekonomski marginaliziranih poput obrazovanja, zdravstva, kulture i zabave.

Tijekom povijesti patrijarhalni poredak odnosno društveni trend potiskivanja žena u sferu privatnosti ogledao se radovima slikarica modernizma Marry Cassat i Berthe Morrisot. One su se afirmirale na način da su nemogućnost razvoja karijera iskoristile tako da su svoj rad utemeljile na prikazima kućnog prostora²¹⁸. Na slikama ovih dviju umjetnica prikazani su prostori blagovaonica, salona, spavaonica, balkona i terasa te privatnih vrtova. Te lokacije jesu privatni prostori odnosno prostori vezani uz dom²¹⁹. One izražavaju mjesta dostupna ženama, njihov životni prostor u kojima im je društveno prihvatljiv boravak i kretanje. U javnom prostoru žene su se mogle pojavljivati jedino u pratnji obitelji. I u tom segmentu postojale su klasne razlike koje su žene dvostruko diskriminirale. Prema interpretaciji Cassat i Morrisot žene iz građanske klase posjećuju kazališta i parkove. Žene iz radničke klase pripadaju u prostor barova, varijetea i javnih kuća. Tamo ih svrstavaju slikari Edouard Manet, Auguste Renoir, Edgar Degas i Constantin Guys²²⁰. Dakle, muška interpretacija žena u javnom prostoru usmjerena je na nepoćudne žene, sumnjiva morala. Nasuprot tome, muškarcima tog vremena javna sfera je na raspolaganju i u svrhu razvoja karijera kao i za zabavu. Početkom dvadesetog stoljeća, paralelno sa zakonskim stjecanjem ženske ravnopravnosti u svim područjima

²¹⁶ Griselda Pollock, „Modernost i prostor ženskosti“, prevele Ljiljana Kolečnik i Jasenka Zajec, u: Ljiljana Kolečnik: Feministička likovna kritika i teorija likovnih umjetnosti (Zagreb: Centar za ženske studije, 1999) 174, 185.

²¹⁷ Boris Pavelić, „Elisabeth Schüssler Fiorenza: Žene vjernice, ne trošite vrijeme na biskupe, ojačajte jedna drugu“, intervju, Novi list 72, 23.159, 26.svibnja 2018., Pogled 16, 770, str. 12.

²¹⁸ Chadwick, 1999: 212.

²¹⁹ Pollock, 1999: 162.

²²⁰ Pollock, 1999: 180, 186.

društvenog života, neminovno se događao proces ulaska žena u javni prostor. Time se gubila dotadašnja oštra granica privatnog i javnog.

Razvoj ženske emancipacije u Hrvatskoj prekinut je devedesetih godina dvadesetog stoljeća, tijekom i nakon Domovinskog rata. Tada je pokrenut trend povratka tradicionalnim rodnim ulogama. To je vrijeme političke i ekonomske tranzicije. Propast do tad uspješnih poduzeća, kriminal u pretvorbi društvenog vlasništva, ratno profiterstvo i deprivacija najviše su pogodili žene. Nezaposlenost ih je zadesila u većoj mjeri nego muškarce. Industrije u kojima su bile pretežno zaposlene uništene su, na primjer tekstilna, prehrambena industrija, trgovina. Inga Tomić Koludrović potvrđuje da su žene prisilno vraćene u prostor doma. Posljedica se očitovala u smanjivanju društvene vidljivosti žena. Politička participacija žena znatno je niža u odnosu na muškarce²²¹. Na parlamentarnim izborima 1992. godine u tadašnji Zastupnički dom Sabora od 64 zastupnika izabrano je šest žena. Bile su rijetke na izbornim listama i smještene na začelju s iznimkom Savke Dabčević-Kučar, jedine nositeljice liste²²². Kao ilustracija odnosa moći u ondašnjoj politici neka posluži komentar novinarkinje *Novog lista* Nele Vlašić: *Žene u Hrvatskoj u potpunosti su izbačene iz politike kao polja muške aktivnosti. Disproporcija koja postoji između postotka žena u populaciji i njihove zastupljenosti u tijelima u kojima se odlučuje upravo je neshvatljiva. Iako nije bilo za očekivati da ćemo posegnuti za švedskim uzorom (u Vladi Norveške žene čine natpolovičnu većinu), niti najgori pesimisti nisu mogli zamisliti da će se u nas cijela knjiga svesti na jedno slovo – aktualna ministrica za kulturu i sport Vesna Jurkić Girardi te svega nekoliko zastupnica u Saboru*²²³.

Vlašić nadalje obrazlaže da muškarci u politici nisu uspjeli riješiti gospodarske probleme, nezaposlenost i pitanje izbjeglica, okolnosti koje zahtijevaju vještine koje muškarcima u hrvatskoj politici nedostaju. Naime, ženski princip vladanja karakterizira izgradnja međuljudskih odnosa, uvažavanje i tolerancija nasuprot muškog natjecanja za vlašću. Na temelju toga, autorica vidi rješenje hrvatskih problema u većoj participaciji žena u politici²²⁴. Unatoč dobro uočenoj problematici, političarke u hrvatskom društvu ni tridesetak godina

²²¹ Inga Tomić-Koludrović, „Položaj žena u društvu – društvena vidljivost žena“, u: Sanja Cesar et al.: *Rodna perspektiva u politici i praksi* (Zagreb: Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje, 2005) 13.

²²² Drago Kojić, „Zastupnički sastav još nepoznat“, *Novi list* 46, br. 246, 7. rujna.1992., str.3.

²²³ Nela Vlašić, „Ženski princip u politici“, *Novi list* 46, br. 341, 12. prosinca 1992., str.9.

²²⁴ Vlašić: 1992: 9.

kasnije nemaju značajniju ulogu. Danas je u hrvatskom parlamentu samo 31 % žena²²⁵. U gospodarskom sektoru udio žena u upravljačkim strukturama je 25 %, ali je samo 9 % predsjednica upravnih vijeća dok u nadzornim odborima tvrtki žene čine 23 %²²⁶. Fay Devonic smatra da iako u Republici Hrvatskoj postoje svi zakonski i institucionalni mehanizmi za promicanje rodne ravnopravnosti, oni ne mogu riješiti sva nejednaka postupanja. Diskriminacija i neravnopravnost ugrađene su u strukturu društva. To je posljedica stereotipa koji se formiraju od djetinjstva i stvaraju slike poželjnog ponašanja muškaraca i žena. Glavni uvjet za pravedno društvo je jednako sudjelovanje u gospodarskom životu. Situacija žena na tržištu rada značajno se popravila, ali nejednakosti još uvijek postoje, u razvoju karijera, podjeli kućanskih poslova, radnom statusu, plaćene su 15 % manje od muškaraca. Često ne ulaze na tržište rada ili rade s nepunim radnim vremenom jer su preuzele brigu o djeci i nemoćnima u obitelji. Žene trebaju imati mogućnost da imaju obitelj i potpuno razvijenu karijeru, ako im je to izbor²²⁷. Kada se žene uključe u sferu javnog djelovanja, po mišljenju Suzane Kunac, poslovi koji im se dodijeljuju uglavnom su isti oni koje su žene obavljale unutar obitelji: odgoj, zdravstvena i socijalna skrb. Uz to, u usporedbi s muškarcima na upravljačkim pozicijama i ženama na izvršnim poslovima one gube na važnosti i medijskoj pažnji²²⁸. Podjela na privatno i javno, unatoč postignutim pomacima na globalnoj razini pa tako i u Hrvatskoj, barem što se tiče zakonodavnih okvira, još uvijek egzistira.

Književnica Slavenka Drakulić disperziju tradicionalnih vrijednosti u Hrvatskoj, a zapravo nazadnih stavova kao relikta prošlosti, vidi kao prijetnju stečenim ženskim pravima. Prema takvom shvaćanju o ženskom tijelu odlučuje zajednica, a ne žena sama²²⁹. Liječnik, specijalist ginekologije Dubravko Lepušić tvrdi da je odlučivanje o raspolaganju vlastitim tijelom

²²⁵ Hrvatski sabor (c.2020), <https://www.sabor.hr/hr/zastupnici/statisticki-pokazatelji> (pristupljeno 19.rujna 2020).

²²⁶ Pravobraniteljica za ravnopravnost spolova (c. 2018), <https://www.prs.hr/> (pristupljeno 28. svibnja 2018).

²²⁷ Fay Devonic, uvodni govor predstavnice Europske komisije o politikama ravnopravnosti spolova EU: „Postignuća i izazovi“, u: Helena Štimac Radin: Konferencija o ravnopravnosti spolova (Zagreb: Ured za ravnopravnost spolova, 2007) 22-3.

²²⁸ Suzana Kunac, „Medijska prezentacija žena na vodećim pozicijama, stereotipi, stereotipi, stereotipi“, u: Maja Dubljević at al.: Žene i vođenje (Zagreb: Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje, 2006) 53.

²²⁹ Karmela Devčić, „Slavenka Drakulić: Starost danas, sama po sebi, nije vrijednost, jedino je teret. Vrijedna je samo ako starci mogu biti potrošači.“, intervju, *Globus* br. 1444, 10. kolovoza 2018, 72–5.

demokratsko pravo koje su žene izborile još sedamdesetih godina prošlog stoljeća i pokušaj je dokidanja civilizacijskog postignuća u rodnoj ravnopravnosti²³⁰. Znanstvenica Antonija Petričušić djelovanje neokonzervativnih udruga prepoznaje u: *...oslanjanju na pseudoznanstvene autoritete, plašenje javnosti nametanjem znanstveno neutemeljenih termina poput rodne ideologije i difamacije znanstvenika s ciljem da ih se obeshrabri za kritičke javne istupe ili barem potakne na provođenje medijske autocenzure*²³¹.

To podupire pozivom Judith Reisman Hrvatskoj pred održavanje referenduma o Ustavnoj promjeni definicije braka, aktivistkinje koja propagira pseudoznanstvene ideje neutemeljene u znanosti. Protivnica je uvođenja spolnog odgoja u školske programe čemu se i hrvatske konzervativne udruge zdušno opiru. Njezin javni rad uglavnom je usmjeren protiv Alfreda Kinseyja, američkog znanstvenika, biologa kojeg se smatra začetnikom istraživanja ljudske seksualnosti. Na sličan način prije ratifikacije Konvencije Vijeća Europe o sprečavanju i borbi protiv nasilja nad ženama i nasilja u obitelji provodili su seksističke rasprave²³². No, unatoč jakim otporima, ne samo udruge, nego i zastupnika u Saboru, Konvencija, u javnom diskursu poznata kao Istanbulska konvencija, ipak je ratificirana.

Sva istraživanja o ulozi žene u hrvatskom medijskom prostoru koja su do sada provedena pokazuju slične rezultate. Obrasci ponašanja i djelovanja prema ženama su stereotipni i diskriminirajući. Namijenjena su im niže vrednovana područja javnog djelovanja, a često se predstavljaju kao objekti zabave i spolne privlačnosti. Uloga medija iznimno je važna u javnoj percepciji žena. Politologinja Smiljana Leinert-Novosel u provedenom istraživanju cjelodnevnog emitiranja programa Hrvatske radio televizije potvrdila je marginalnu ulogu žene u medijskom prostoru. Bavljenje politikom medijski signalizira moć i viši društveni status, a ono je u Hrvatskoj u najvećoj mjeri rezervirano za muškarce²³³. Drugo istraživanje pokazalo je slične rezultate. Muškarci su se znatno češće pojavljivali u informativno-političkom programu, a žene u zabavnim, dokumentarnim ili obrazovnim emisijama. Politika i ukupno područje javne

²³⁰ Dragan Grozdanić, „Dubravko Lepušić: Žele nas vratiti u srednji vijek“, intervju, 28. lipnja 2016., <https://www.portalnovosti.com/dubravko-lepui-ele-nas-vratiti-u-srednji-vijek> (pristupljeno 24. kolovoza 2018)

²³¹ Srđan Sandić, „Antonija Petričušić: Zastrašivanje znanosti 'U ime obitelji': Kako sam se našla na udaru Željke Markić“, intervju, *Globus* br.1442, 27. srpnja 2018, 20–24.

²³² Sandić, 2018: 72–5.

²³³ Smiljana Leinert-Novosel, „Žene u medijima – slučaj hrvatske televizije, u: Đurđa Knežević: Žene i politika (Zagreb: Ženska infoteka, 1998) 36.

moći na televiziji se u pravilu povezuje s muškarcima. Prema rezultatima ovog istraživanja u emisijama prvog programa Hrvatske televizije s političkim temama sudjelovalo je 93 % muškaraca i 7 % žena. Doista velika razlika, nedvojbeno moć i viši društveni položaj u hrvatskom društvu pripisuje se muškarcima²³⁴. Slične podatke pokazalo je istraživanje dnevnih novina Udruge za ženska ljudska prava B.a.b.e. Prema tom istraživanju, uz televiziju i dnevne novine pokazuju tendenciju veće prisutnosti žena kod zabavnih i zdravstvenih tema. To su potvrdili rezultati istraživanja provedenom u tadašnjem *Vjesniku*. U političkim temama spomenuto je samo 5 % žena u odnosu na 95 % muškaraca, a u *Slobodnoj Dalmaciji* i *Večernjem listu* samo 2 % žena u odnosu na 98 % muškaraca²³⁵. Studija je pokazala da se unutar različitih tematskih područja najviše žena nalazi u tekstovima vezanima za umjetnost, zabavu, sport, socijalnu i zdravstvenu problematiku. U nekim temama poput nacionalne obrane, religije, ljudskih prava, stambene problematike i demonstracija žene uopće nisu zastupljene. U svim analiziranim dnevnim listovima neznatna je prisutnost žena kao stručnjakinja koje zastupaju određene stavove i nude rješenja. Lako je opaziti da je u politici i ekonomiji žena izuzetno malo. Isto kao što su već brojna istraživanja prezentirala, žene prevladavaju jedino u stereotipnoj ulozi vezanoj uz zdravstvo i socijalnu skrb²³⁶. Zatim u istraživanju Ženske infoteke provedenom u listopadu 1999. godine analizirao se sadržaj javnog diskursa i zastupljenost žena u medijskoj prezentaciji političke scene u Hrvatskoj. Analiza informativno-političkih emisija i najčitanijih dnevnih novina ponovno je pokazala da su muškarci u medijima zastupljeni s 88 % u odnosu na samo 12 % žena. Nesrazmjernost je još veća kad je u pitanju omjer aktivnih nositelja odnosno nositeljica tema. Muškarci su četiri puta češći nositelji tema od žena. Uoči predizborne kampanje za parlamentarne izbore u listopadu 2003. godine, Ženska infoteka predstavila je rezultate istraživanja koji se odnose na medijsku prezentaciju političarki u dnevnim novinama. Rezultati su pokazali da se dnevne novine bave političarima u čak 85 % primjera. Političarkama je pripalo samo 15 % medijskog prostora. Nadalje, političari su bili pet puta češće nositelji tema. Iz toga se može zaključiti da političarke neravnopravno sudjeluju u političkim procesima, odnosno da su udaljene od odlučivanja i moći. Podatak o 64 % individualno fotografiranih političara, a političarki tek na 4 % fotografija potkrepljuje ovu tvrdnju. Tomić-Koludrović navodi da novi mediji, kao što definiraju mnogi teoretičari, omogućuju znatno demokratičniji

²³⁴ Tomić-Koludrović, 2005: 13–14.

²³⁵ Cathrine Magelssen, Sanja Sarnavka, *Žene i mediji: istraživanje dnevnih listova* (Zagreb: B.a.b.e., 1997) 25–8.

²³⁶ Kunac, 2006: 55.

pristup javnom prostoru svim diskriminiranim skupinama. Stoga se očekivalo da će zastupljenost žena u njima biti veća u odnosu na tradicionalne medije²³⁷. Donna Haraway i ostale *cyber* feministkinje smatrale su internet političkim alatom za rekonstrukciju rodni uloga naročito u prikazima tjelesnosti. U bestjelesnoj komunikaciji uočila se mogućnost prevladavanja patrijarhalnih odnosa²³⁸. Međutim, istraživanje portala pokazalo je da i u novim medijima nailazimo na sliku muške dominacije gotovo identičnu tradicionalnim masovnim medijima. Rezultati su pokazali da se analizirani hrvatski portali Hinet, Iskon, Monitor, Hej i Klik Magazin tekstom i slikom uglavnom obraćaju muškoj publici. Kao i u tradicionalnim medijima, novinama i televiziji i na internetskim se portalima 80 % tekstova sadržajem i obradom tema obraća muškarcima. Isto tako nastavlja se dokazani obrazac pojavljivanja žena i muškaraca u pojedinim kategorijama teksta. Muškarci su znatno zastupljeniji u politici (91 %), ekonomiji (87 %), tehnologiji (83 %), sportu (86 %) pa i području tradicionalno namijenjenom ženama – kulturi (88 %). Veća zastupljenost žena uočava se u rubrikama posvećenim kriminalu (39 %) i zabavi i životnom stilu (31 %). Vizualni materijali u 56,5 % slučajeva odnose se na muškarce, a 43,5 % na žene. Pritom je daleko više žena u kategoriji reklama (66 %) nego u kategoriji vijesti (31 %). Muškarci se u pravilu u vizualnim materijalima pojavljuju u aktivnim situacijama (98,3 %), a žene tek u 58,5 % slučajeva. U kategoriji reklama čak se 62 % žena prikazuje u pasivnom položaju dok se svi prikazani muškarci (100 %) nalaze u aktivnom položaju²³⁹. Istraživanja tradicionalnih i novih medija potvrdila su da je hrvatsko društvo, a u skladu s njim i medijski prostor, pod utjecajem stereotipnih društvenih obrazaca ponašanja. Na tragu ove disertacije posebno je zanimljivo istraživanje koje su provele sociologinja i feministička aktivistkinja Helena Popović i politolog Josip Šipić. Studija se temelji na analizi intervjua sa stranačkim kandidatima i kandidatkinjama u najčitanijim dnevnicima, *Večernjem listu* i *Jutarnjem listu* te političkim tjednicima, *Globus* i *Nacional*, u kampanjama za parlamentarne izbore 2003., 2007. i 2011. godine. Od ukupno provedenih 96 intervjua, 79 se odnosi na kandidate, a 17 na kandidatkinje što je već sam po sebi indikativan podatak. Rezultati su pokazali da su rodni stereotipi prisutni u gotovo svim intervjuiima u svim ispitivanim medijima. Kao što je kontekstualizacija u doktorskom radu potvrdila, tako je i ovo istraživanje dokazalo da medijska uređivačka politika, naročito kandidatkinja desnih političkih opcija, ističe ženskost u naslovu iako je intervju izvan rodne tematike. Iznimka je tadašnja ministrica

²³⁷ Tomić-Koludrović, 2005: 14.

²³⁸ Katarina Peović Vuković, *Mediji i kultura*. (Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, 2012) 96.

²³⁹ Tomić-Koludrović, 2005: 14–15.

financija Martina Dalić (HDZ) s kojom je intervju vođen usredotočen na teme vezane uz financije, ali kao što je disertacija pokazala, obraćanjem u muškom rodu. Zatim je u intervjuima dokazano atribuiranje imenom pri spominjanju tadašnje ministrice obrane Željke Antunović – „Željka“. Intervjui s kandidatima nisu uključivali osobno imenovanje. Isto tako, kao što je u radu više puta apostrofirano, političarke se smješta u takozvane meke teme. Od intervjuiranih kandidatkinja samo su tri zauzele „muške“ resore: Vesna Pusić, tadašnja ministrica vanjskih poslova, Martina Dalić, ministrica financija i Željka Antunović. Jadranka Kosor, tadašnja ministrica obitelji, branitelja i međugeneracijske solidarnosti, Milanka Opačić, tadašnja ministrica socijalne skrbi i mladeži i Ljubica Lalić, zamjenica predsjednika Hrvatske seljačke stranke, povezuju se s resorima socijalne politike i obrazovanja. No i tu postoji razlika u novinarskim pitanjima. Primjerice, dok je Davorko Vidović bio ministar rada i socijalne skrbi, postavljana su mu sasvim drukčija pitanja (SDP-ovi programi, socijalni projekti). Nasuprot tome, Ljubici Lalić i Đurđi Adlešić, tadašnjoj predsjednici Hrvatske socijalno liberalne stranke i Milanki Opačić, potenciraju se „ženske“ teme“ (pobačaj, roditeljske naknade, skrb o djeci). Stereotipni okvir u kojem se ženama pripisuju empatičnost i emotivnost dolazi do izražaja u intervjuu s Jadrankom Kosor u kojem joj se imputira da nije sposobna donositi racionalne političke odluke jer je emotivna. U sferu kandidatkinja provlači se diskurs trivijalnosti (obavljanje kućanskih poslova, odjeća, provođenje slobodnog vremena). U tom kontekstu vođen je intervju s Nevenkom Bečić, tada predsjednicom Gradskog vijeća Grada Splita. Prikazana kroz tu prizmu, žena se pozicionira u obitelj, a udaljava od javnih poslova. Ovo istraživanje pokazalo je da politički predznak kandidatkinja nije presudan za odmak od stereotipnog okvira. U intervjuima s Martinom Dalić i Vesnom Pusić dominirale su stručne teme. To se može pripisati tome što su se u medijskom prostoru uspjele nametnuti kao stručnjakinje. Perpetuiranje rodni stereotipa u medijima, žene percipirane kao potkapacitirane za politički poziv udaljava se od politike, ali i glasovanja biračkog korpusa²⁴⁰

Naposljetku, u razradi tradicionalnog, patrijarhalnog sklopa vrijednosti, na definiranim parametrima istraživat će se koliki je njegov doseg na medijski prikaz politički involviranih žena i to u odnosu na tematsku zastupljenost kao i na predstavljanje njihovog vizualnog identiteta.

²⁴⁰ Helena Popović, Josip Šipić, Žene i izbori: Između „glasa“ medija i „glasa“ političkih akterki, u: Zorica Siročić, Leda Sutlović: Širenje područja političkog. Novi pogledi na političku participaciju žena (Zagreb: Centar za ženske studije, 2013) 193–232.

<http://idiprints.knjiznica.idi.hr/611/> (pristupljeno 23. rujna 2020).

2.2.1. Politika u medijskom kontekstu

Politika i mediji po svojim ulogama neraskidivo su povezani. Naročito u moderno doba brzog tehnološkog razvoja, novih medijskih kanala komuniciranja, preplavljanjem virtualnog medijskog prostora neprovjerenim i netočnim informacijama te zamahom estradizacije politike mediji su dobili iznimnu moć.

Uklesanim latinskim jezikom na javnim ustanovama, najčešće vijećnicama, povijesnim natpisom „*Obliti privatorum publica curate*“ („Zaboravite privatno i skrbite za javno“), izrečena je definicija politike – rad za javnu dobrobit. Politika je rad izvan dosega privatnog okruženja i osobnih interesa. Riječ politika potječe od grčke riječi *pólis* što je bio naziv za antički grad-državu i *politikos* u pridjevu građanski, državni, javni. Politika je umijeće upravljanja državom ili drugom političkom zajednicom te svi postupci upravljanja koji se očituju u organiziranim oblicima društvenoga djelovanja i društvenim institucijama putem kojih ljudi teže ostvarivanju svojih društvenih interesa i reguliranju općih poslova zajednice. U engleskom jeziku *policy* označava politiku kao aktivnost, proces donošenja odluka u svim sferama ljudskoga života (državi, političkim strankama, vjerskim zajednicama, građanskom društvu, interesnim skupinama, gospodarskim subjektima). U tom značenju najčešće se veže uz posebno određene javne politike (kulturna, socijalna, zdravstvena, gospodarska, proračunska, obrazovna i druge), koje donosi izabrana vlast (vlada) ili neka organizacija, a koje se odnose na društvo u cjelini. Politika je prisutna u svakom društvenom odnosu u kojem se izražavaju interesi pojedinca, društvenih skupina, klasa, staleža, slojeva. Ti odnosi postaju politički na temelju svjesnoga, više ili manje organiziranog uzajamnog djelovanja subjekata, nositelja tih interesa. O politici se može govoriti već na ranim stupnjevima ljudske organizacije (pleme, rod). Međutim, tek s pojavom prvih političkih zajednica na Istoku pojavili su se viši oblici političkog djelovanja i političkih odnosa kao odnosa javne vlasti i slojeva (staleža) tadašnjeg društva, dok su se na vanjskom političkom planu politički odnosi pojavili kao odnosi između država. Političko društvo ima za pretpostavku ekonomski aktivnoga pojedinca koji je sposoban udruživati se i organizirati radi postizanja svojih društvenih interesa. U punom je smislu takvo društvo ostvareno tek u moderno doba s pojavom građanstva ²⁴¹.

Rasvjetljavanjem uzajamnosti medija i politike nastoji se pokazati koliki je utjecaj medija na prezentaciju politički angažiranih osoba, a time i na preferencije biračkog korpusa. U vezi s

²⁴¹ Internetska enciklopedija, s. v. „politika“, <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=49240>
(pristupljeno 19. prosinca 2018)

time važnu ulogu određuje medijska pismenost građanstva kao neizbježan čimbenik u procesu kreiranja javnih politika.

S vremenom je politika izišla iz prvobitnog određenja te danas postoje mnoge definicije. Politika je umijeće mogućeg. Politika je borba za vlast. Osvajanje vlasti postaje glavna odrednica politike novog doba, a uz spregu moćnih interesnih skupina služi upravo ostvarenju partikularnih umjesto općih interesa. Korporativni profit, financiranje političkih kampanja, lobiranja i drugi instrumenti moći, prožimaju suvremenu politiku i utječu na donošenje političkih odluka. Političko upravljanje državom provodi se putem resora: gospodarstvo, financije, promet, zdravstvo, obrazovanje, kultura, socijalna skrb i drugi²⁴². Svaka država prema svojim prioritetima osniva posebna ministarstva, primjerice demografije, turizma i slično. Osim nacionalne politike, a ovisno o centraliziranosti države, regionalna, lokalna i mjesna politička vlast u većoj ili manjoj mjeri utječu na rješavanje komunalne problematike u svojim sredinama. U Hrvatskoj je nakon polupredsjedničkog sustava u kojoj je svu vlast imao tadašnji predsjednik Franjo Tuđman promjenom Ustava 2000. godine uveden parlamentarni sustav, a nositelj političke moći je predsjednik Vlade.

Prema Johnu Streetu, politika i mediji su povezani i međuovisni. Odnos politike i medija pitanje je moći koja se pojavljuje u dvije dimenzije: moć nad medijima – što će se prikazati i o čemu će se izvijestiti i moć medija – što mediji mijenjaju. Što se prve dimenzije tiče, ako mediji ne djeluju tako da jednostavno zrcale ili procjeđuju stvarnost, ako nameću određenu pristranost, takvi mediji su pod utjecajem vlade, stranke i političara. Druga dimenzija moći medija je moć medija nad ljudima i događajima. Kao što mogu služiti vlasti, mediji je mogu i srušiti. Moć medija ne mjeri se samo načinom na koji kontroliraju građane. Ta se moć može koristiti za uznemiravanje pa i zbacivanje moćnih. Rasprave o odnosu politike i masovnih medija pokazuju njihovu složenost i međusobnu povezanost i ne mogu se jednostavno razriješiti²⁴³.

Političke osobe predstavljaju se publikama putem medija. O tome kako će mediji pristupiti predstavljanju kandidata i kandidatkinja i već izabranih političara i političarki ovisit će njihov rejting odnosno veća ili manja potpora biračkog tijela. Stoga je utjecaj medija iznimno jak i može biti odlučujući za donošenje političkih odluka o kojima ovisi svakodnevni život, sudbina

²⁴² Ratko Zelenika, *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela* (Rijeka: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, 2000) 69.

²⁴³ John Street, *Masovni mediji, politika i demokracija* (Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, 2003) 6–7, 9–10.

naroda, rat i mir. Prikazivanje i dizajniranje imidža politički javnih osoba može uvelike utjecati na ishod izbornog rezultata, a prema tome i na politički smjer i sudbinu određene zajednice. Stoga nije svejedno kako će birači čitati ponuđene medijske poruke. Uzevši u obzir navedene trendove površnosti, lažnih vijesti i spektakla, mediji su odgovorni za ispravno informiranje javnosti kako bi ta ista javnost donosila ispravne odluke. No, brzi razvoj suvremenih tehnologija omogućio je politički angažiranim osobama da poruke šalju posredstvom društvenih mreža te je takav način obraćanja publici nemoguće kontrolirati. U tome je najdalje odmaknuo predsjednik Sjedinjenih Američkih Država Donald Trump. Njegov komunikacijski pristup putem društvene mreže Twittera otvorio mu je prostor djelovanja koji je u tradicionalnim medijima nezamisliv. U svakom trenutku može poslati reagiranje koje je odmah dostupno javnosti, tj. svoj svjetskoj populaciji koja ima pristup internetu. Danas, u obilju neprovjerenih, neistinitih informacija koje podastiru novi mediji, a masovni mediji proživljavaju krizu opstanka na medijskom tržištu i podliježu tabloidizaciji, ispravno donošenje odluka zahtijeva medijsku pismenost građanstva. Autor, ekspert za medijsku pismenost, Franjo Maletić kaže da je: *Medijska pismenost sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i stvaranje medija u raznim oblicima. Osnovna je svrha medijske pismenosti kritička neovisnost prema svim medijima. Obrazovanje, opismenjavanje za 21. stoljeće i danas nije moguće bez medija; štoviše, uloga medija u obrazovanju je naglašenija od uloge koju su u tom procesu imali u prošlosti pa je funkcija medija kao elementa kulture i instrumenta građanskog osposobljavanja za demokratsko društvo važna i dijelom ostvariva kroz obrazovanja*²⁴⁴. Medijski pismeno građanstvo znat će prepoznati i razlikovati vrijednosti medijskih sadržaja i vrijednosti političkih kandidata i kandidatkinja bez obzira na utjecaj medijskih stručnjaka na njihovo predstavljanje javnosti.

Završno, u smislu povezanosti medija i politike, od naročito je značaja na utvrđenim elementima ustanoviti koliki je utjecaj medija na pozicioniranje političkih aktera. Posebno se naglašava medijska prezentacija i zastupljenost političarki u definiranim medijima i sagledava jesu li oni sukreatori aktualnog ozračja određene zajednice.

²⁴⁴ Franjo Maletić, „Medijska pismenost“, u: Stjepan Malović et al.: Masovno komuniciranje (Zagreb: Golden marketing-tehnička knjiga, 2014) 142, 147–8.

2.2.2. Medijske prakse lijevog i desnog političkog spektra

Disertacija se bavi istraživanjem položaja politički angažirane žene u medijskom prostoru, a temelji na istraživanjima dva dnevna medija u Hrvatskoj: *Slobodne Dalmacije* i *Novog lista* u razdoblju od 1991. do 1995. i od 2014. do 2018. godine. Razlog odabira počiva na specifično različitim političkim orijentacijama koje su pretežno stabilnih opredjeljenja uvažimo li rezultate određenih stranaka na svim izbornim razinama.

S time u vezi, istraživanje je pokazalo da je *Slobodna Dalmacija* medij vezan za takozvani desni, a *Novi list* lijevi spektar glavnine svojih čitatelja te su se u skladu s time i profilirali. U tom kontekstu polazi se od diferencijacije političkih pojmova ljevice i desnice.

U razjašnjavanju političkih pojmova ljevice i desnice treba imati na umu da se u novonastalim društvenim okolnostima, a naročito pod utjecajem informacijsko komunikacijskih tehnologija te prethodno slomom socijalizma, lijeve i desne političke platforme razlikuju od nekadašnjih. Kako bi se ipak postavila osnova za razlikovanje, autori Norberto Bobbio i Yuval Levin, prvi svjetonazorski blizak ljevici, a drugi desnici obrazlagali su njihove izvore i uporišta. U tom smislu talijanski filozof i novinar Bobbio definirao je ljevicu kao: *...dva termina koja se više od dva stoljeća koriste u svrhu opisivanja suprotstavljenosti ideologija i pokreta...one označavaju programe koji su međusobno suprotstavljeni u pogledu mnogih problema koji se obično rješavaju političkom akcijom*²⁴⁵. Ovi termini, prije svega prostorni izrazi, nastali su sasvim slučajno, u vremenu Francuske revolucije. Zadržali su se do danas i u pozicioniranju drugih stranaka, primjerice lijevi centar ili desni centar. No, Bobbio se ogradio od bezuvjetnog tumačenja ljevice i desnice. Danas se obje ideologije suočavaju sa sličnim pitanjima koja traže rješenja poput globalizacijskih procesa, terorizma, migracija, klimatskih promjena i drugih novonastalih društvenih okolnosti. Općenito govoreći, ljevici se pripisuje politika jednakosti koja izvire iz glavne teze da je uzrok nejednakosti među ljudima još iz daleke povijesti, individualno vlasništvo. Stoga je politika nacionalizacije imovine bila ugrađena u stranke ljevice upravo u ime ideala jednakosti. U današnjem vremenu slobodnog tržišta državna imovina, ovisno od države do države, ograničena je uglavnom na prirodne resurse te je ta ideja ljevice zastarjela u novonastalom kontekstu. U političkoj ideologiji ljevice ugrađeni su i drugi programi uklanjanja nejednakosti poput ravnopravnosti naroda, nacionalnosti, rasa, religija, žena i muškaraca. Iz tog razloga feministički pokreti priklanjali su se strankama ljevice. Ljevica,

²⁴⁵ Norberto Bobbio, *Desnica i ljevica. Razlozi i značenja jednoga političkog razlikovanja*, uredio i preveo Lino Veljak (Split: Feral Tribune, 1998) 27.

na strani marginaliziranih, zagovara pobačaj dok ga desnica nastoji zabraniti ili barem ograničiti²⁴⁶. Osim toga, a s time se slaže i Levin, ljevici se pripisuje podržavanje promjena, a desnici održavanje postojećeg stanja te iz toga proizlazi naziv „konzervativne stranke“, u smislu „konzerviranja“ aktualnih društvenih okolnosti²⁴⁷. U odnosu prema religiji, profesor sa Sveučilišta u Torontu, Jean Laponce, u knjizi „Left and Right“ iz 1981. godine tvrdio je da religija pripada desnici, a ateizam ljevici. S druge strane, Bobbio smatra da moderne stranke desnice nisu religiozno usmjerene. U usporedbi s tim, po Friedrichu Nietzscheu jednakost koju zagovara ljevica proizlazi iz kršćanskog nauka. Po svemu sudeći, jedna od najvažnijih politika ljevice koja je donekle mogla ukloniti nejednakost jesu ostvarivanje socijalnih prava: zdravstvena zaštita, pravo na obrazovanje i pravo na rad. Danas svjedočimo da države ta prava nastoje smanjiti bez obzira na liderstvo političkih opcija. Sve u svemu, Bobbio je naglasio da pojam jednakosti treba tumačiti oprezno jer nameće se pitanje koga se ujednačava i temeljem čega²⁴⁸. Povijest je pokazala da se socijalističko društveno uređenje pod parolom jednakosti i uprosjećivanja svih pokazao kao promašeni društveni koncept. Levin je uporište u ljevici i desnici vidio u britanskim ličnostima 18. stoljeća, političara Edmunda Burkea i filozofa Thomasa Painea. Paineovo zagovaranje socijalnih programa za siromašne, besplatno obrazovanje i pravedniju poreznu politiku aktualno je i danas. Burke je za razliku bio nesklon društvenim promjenama, dakle održavanju postojećeg. Bio je protivnik Francuske revolucije i nasilne promjene društva jer je smatrao da će umjesto prosperiteta posljedice biti još gore²⁴⁹. U tom kontekstu navodi: *Francuzi su raskinuli sve veze sa svojim slavnim tradicijama i nastojeći ispraviti pogreške bivšeg režima učinili pogreške koje je jedva moguće zamisliti. Njihov parlament prepun je hulja, bez ikakva iskustva, gospodarstvo im je u ruševinama, stanovništvo im je sve malobrojnije, činovništvo im je nesposobno, zakoni bez ikakva temelja, ugled ravan nuli, novac im je bezvrijedan, državna blagajna prazna, njihov kralj je rob, njihovi suci su budale, a vojska im se raspada*²⁵⁰. Ne može se poreći da neki navodi iz ovog citata, više od dvjesto godina nakon Francuske revolucije, nisu suvremeni i aktualni i u današnje doba. Hrvatsko društvo odlikuje neučinkovita administracija i pravosuđe, posrnulo gospodarstvo

²⁴⁶ Bobbio, 1998: 38–9, 61–2, 85, 115–16,

²⁴⁷ Yuval Levin, *Ljevica i desnica. Kako su nastale, u čemu se razlikuju i zašto je to važno*, uredio Petar Balta, preveo Mijo Pavić (Split: Verbum, 2017) 58, 274.

²⁴⁸ Bobbio, 1998: 71–2, 92, 104.

²⁴⁹ Levin, 2017: 12, 61, 85, 98.

²⁵⁰ Levin, 2017: 233.

spašava turizam, a Hrvatski sabor zbog općeg dojma netransparentnog sastavljanja parlamentarnih lista političkih stranaka i profiliranja zastupnika po podobnosti, a ne kompetencijama, niske razine političke kulture i neprimjerenog ponašanja zastupnika nema javni respekt.

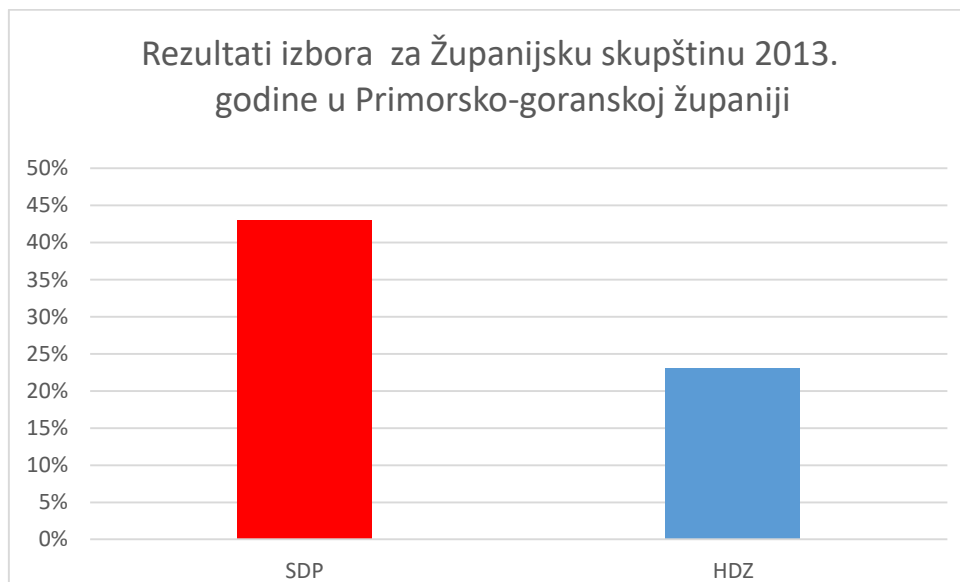
Burkeu se pripisuje religioznost, također jedna od odrednica desnice. Nije podupirao egalitarnost niti u ekonomskom niti u političkom smislu smatrajući je prijetnjom upravljanja najboljih umjesto prosječnih ili nestručnih. Povrh toga smatrao je da briga za siromašne društvene slojeve nije zadaća države. Unatoč tomu što su Burke i Paine zastupali različita politička stajališta, pitanje ženskih ljudskih prava obojici nije bilo od značaja. Slijedom toga Burke je ljudsku vrstu donekle poistovjetio sa životinjskom, a ženu s nebitnom životinjom. Levinov pak odnos prema ženi temeljio se na stereotipnoj zaštitničkoj ulozi muškarca²⁵¹. Neovisno o tome što su lijeve i desne političke opcije u današnjem vremenu prekrojene, one i dalje utječu na naše živote, po pitanjima ženskih ljudskih prava, socijalne uloge države, obrazovnih, zdravstvenih, gospodarskih i drugih politika.

U vezi političkog opredjeljenja, od prvih višestranačkih izbora u Hrvatskoj, održanih 1990. godine, biračke preferencije u Primorsko-goranskoj županiji, u kojoj je sjedište izdavačke kuće *Novi list*, isključivo pripadaju lijevom političkom spektru. Splitsko-dalmatinska županija pak utvrda je desne političke opcije i čitalačka publika *Slobodne Dalmacije*. Rezultati Izboru članova predstavničkih tijela jedinica lokalne i područne samouprave (kolokvijalnog naziva lokalni izbori) iz 1993., 1997., 2001., 2005., 2009., 2013. i 2017. godine, u sedam uzastopnih izbornih ciklusa, pokazali su, prema podacima Državnog izbornog povjerenstva da su u Primorsko-goranskoj županiji pobjeđivale županijske liste ljevice. U Splitsko-dalmatinskoj županiji pobjedu su odnosile stranke desnice. Kao ilustracija navedeni podatci odnose se na rezultate lokalnih izbora iz 2013. i 2017. godine politički najrelevantnije opcije ljevice, Socijaldemokratske partije Hrvatske, SDP-a i desnice, Hrvatske demokratske zajednice, HDZ-a. Na osnovi toga, SDP je u Primorsko-goranskoj županiji s koalicijskim partnerima 2013. godine osvojio 43 %, a HDZ u koaliciji 23 % glasova dok je iste godine u Splitsko-dalmatinskoj županiji SDP-u pripalo 16 %, a HDZ-u 34 % glasova. Na posljednjim izborima 2017. godine rezultati izbora pokazali su sličan omjer. SDP je u Primorsko-goranskoj županiji dobio 42 %, a

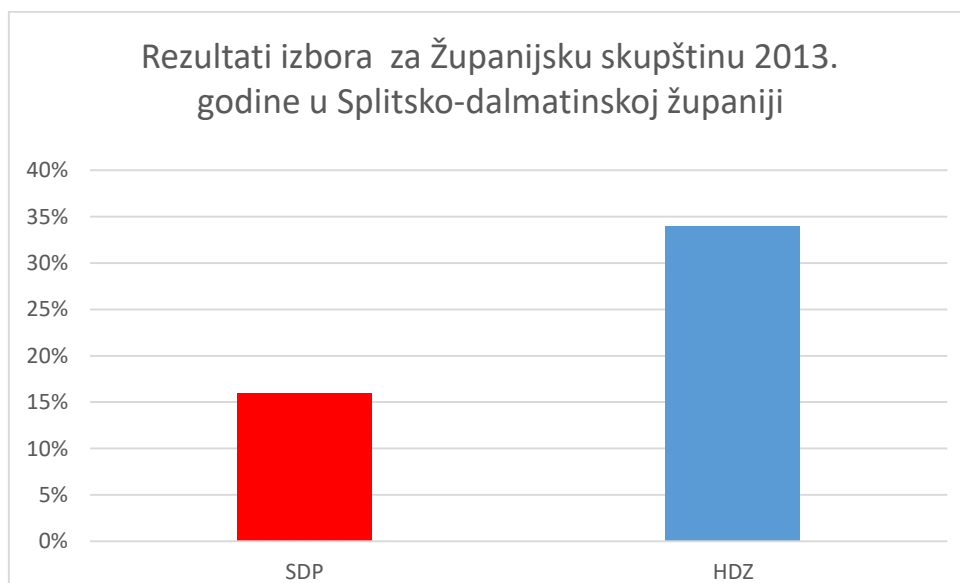
²⁵¹ Levin, 2017: 89, 91, 101, 113–14, 158.

HDZ 26 % dok je u Splitsko-dalmatinskoj županiji SDP osvojio 15 %, a HDZ 38 % glasova. I te godine SDP i HDZ na izbore su izašli u koaliciji stranaka²⁵².

Grafikon 2.2.2.1.

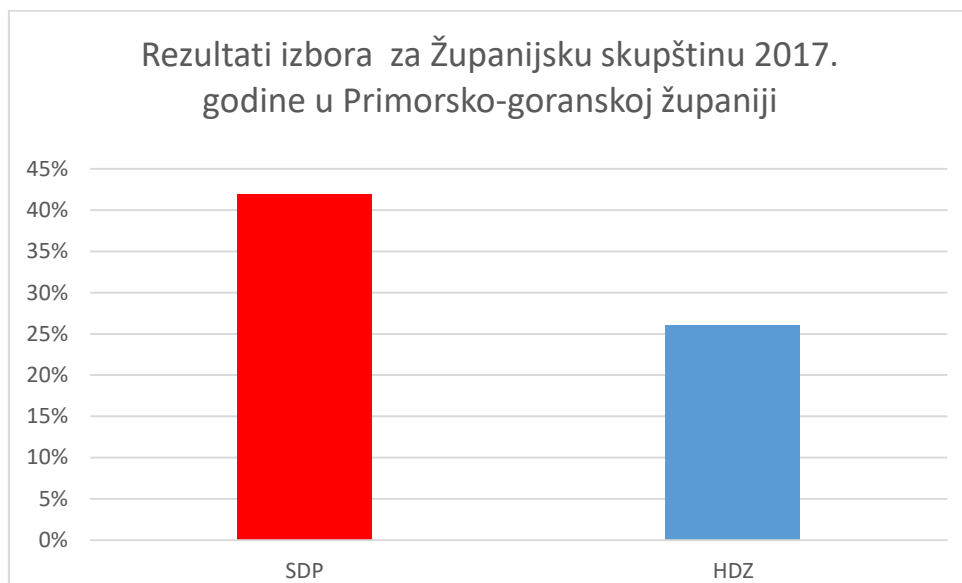


Grafikon 2.2.2.2.

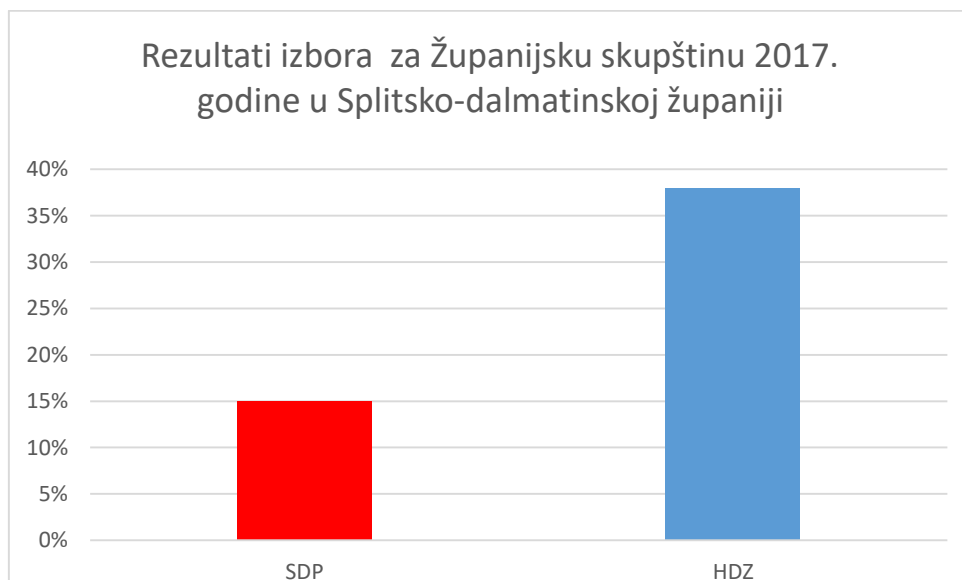


²⁵² Državno izborno povjerenstvo, <https://www.izbori.hr/arhiva-izbora/index.html#/app/home> (pristupljeno 23. prosinca 2018).

Grafikon 2.2.2.3.



Grafikon 2.2.2.4.



Zaključno, u Primorsko-goranskoj županiji tradicionalno na izborima pobjeđuje lijeva politička opcija dok je u Splitsko-dalmatinskoj županiji na vlasti desnica. Iz takvog političkog konteksta artikulirali su se odabrani mediji u skladu s preferencijama čitalačke publike. Stoga će se na odabranim uzorcima ispitati jesu li se dnevni listovi iz politički disparatno orijentiranih županija s obzirom na različite vrijednosne sustave priklonili medijskom kvalificiranju političarki u skladu sa svjetonazorskim uvjerenjima. Posredno se analizira utječe li profil medija na tretman politički involvirane žene s aspekta rodnih stereotipa, seksizama i diskriminacije u javnom prostoru.

2.2.3. Predložak za analizu uzorka: dnevne tiskovine *Novi list* i *Slobodna Dalmacija*

Platforme za ovo istraživanje jesu dnevni listovi *Novi list* i *Slobodna Dalmacija*. Vlasničke strukture u analiziranim medijima određivat će njihovo profiliranje sukladno politici vladajućih stranaka uz neizbježne globalne trendove senzacionalističkog novinarstva kao i izazove tiska razvojem novih medijskih tehnologija.

S uporištem u istraživanju treba istaknuti okolnosti pod kojima su se provodili pretvorbeni procesi u ispitivanim tiskovinama u periodu prvog istraživanog razdoblja rane tranzicije, tako i promjene u vlasničkim udjelima u posttranzicijskom razdoblju. Nezaobilazno se utvrđuje razina medijskih sloboda – ključan preduvjet neovisnog i objektivnog novinarstva.

Po mišljenju Johna Streeta mediji različito izvještavaju o politici zato što praćenje politike ovisi o političkom i kulturnom kontekstu države. Neovisno o tome, političko informiranje pretpostavlja realno predstavljanje događaja kako bi se publika uvjerila u istinitost sadržaja. Medijski pristup političkim sadržajima uvjetovan je brojnim čimbenicima, nedvojbeno komercijalnim i političkim²⁵³. Povrh toga, kako obrazlaže Stjepan Malović, za opstanak medija presudni su važni događaji, ljudi i zanimljivosti što je sve objedinjeno u političkom okruženju. Iako je razina političke kulture u Hrvatskoj niska, a političarima narušen ugled ne znači ujedno i kraj političke karijere, političari nastoje prikriti malverzacije i onemogućiti novinarima pristup takvim informacijama što je pak njihova dužnost i odgovornost. Stoga, nasrtaji na slobodu medija jesu konstantni i zahtijevaju stalnu borbu. Po svemu sudeći, mediji u Hrvatskoj su i dalje podložni političkom utjecaju. Uza sve prepreke prema slobodi medija i hrvatske posebnosti, od relikta bivšeg sustava do novinara učlanjenih u političke stranke i njezinih

²⁵³ Street, 2003: 39, 51–2.

glasnogovornika te plaćenih novinara na različite načine, stvaranje uvjeta za nezavisno novinarstvo težak je put ako pravosuđe pogoduje političkoj oligarhiji²⁵⁴. Nepovjerenju javnosti u medije zacijelo pridonose nove tehnologije plasiranja medijskih sadržaja. Trenutna situacija je takva da tiskani mediji trpe veliku financijsku krizu i gube vjerodostojnost, a javni diskurs preplavljen je lažnim vijestima²⁵⁵. Internet i komercijalizacija tiskanih medija, smanjili su važnost novina s obzirom na nekadašnji status²⁵⁶. Na sličan način stanje hrvatskih medija obrazlaže Nenad Zakošek. Slaže se da su se medijske slobode, od nastanka Hrvatske, pokušavale zatirati iako bi padom komunizma kao represivnog režima za očekivati bilo potpuno suprotno. Na temelju represivnog sudskog tumačenja odredbi Kaznenog zakona o uvredi i kleveti podignute su stotine privatnih tužbi protiv novinara u kojima su tužitelji u pravilu bili HDZ-ovi dužnosnici ili osobe bliske HDZ-ovim vlastima. Te su tužbe na sudovima imale prednost pred drugim predmetima i rješavane su u kratkom roku. Unatoč tome što je mali broj tužbi završio presudama protiv novinara, izvršen je značajan pritisak na vlastima nepoćudne novinare. Osim sudstva, privatizacijski procesi u novinskim kućama izvršeni su tako da pogoduju stranci na vlasti, HDZ-u, što je bio dodatni udar na gušenje medijskih sloboda. O tome svjedoči podatak da je od deset dnevnih novina u Hrvatskoj u tri slučaja privatizacija provedena u skladu s interesima HDZ-a. To se odnosi na dnevne novine s najvećom nakladom, *Večernji list*, iza čije se privatizacije spominjalo ime nikad optuženog, HDZ-u sklonog Pave Zubaka. U slučaju dnevnih novina *Slobodna Dalmacija* privatizacija je izvršena pod političkim pritiskom i upitnim posredovanjem banke s udjelom u vlasništvu lista, a njegov je vlasnik postao HDZ-u blizak Miroslav Kutle. Uz velik pritisak javnosti pretvorba je poništena, a novine su vraćene u državno vlasništvo. Nasuprot ovim primjerima privatizacije pod političkim utjecajima, privatizacija dnevnih novina *Novi list* primjer je privatizacije u kojoj su sudjelovali zaposlenici poduzeća koji su stjecanjem vlasništva nad listom istovremeno očuvali njegovu političku samostalnost²⁵⁷. Doduše, u *Novom listu* pokušala se provesti nasilna pretvorba, no djelatnici s glavnim urednikom Veljkom Vičevićem i direktorom Zdenkom Manceom tome su

²⁵⁴ Stjepan Malović, *Mediji i društvo* (Opatija: ICEJ, Sveučilišna knjižara d.o.o., 2007) 44–5, 50–1.

²⁵⁵ Jasmin Klarić, „Borba protiv fake newsa u Hrvatskoj je – fake news“, *Novi list* 72, br. 23.036, 20. siječnja 2018 (Prilog Pogled 16, 752, str. 3).

²⁵⁶ Blanka Jergović, *Odmjeravanje snaga. Novine i politika u Hrvatskoj u prvom razdoblju tranzicije* (Zagreb: Sveučilišna knjižara, 2004) 33.

²⁵⁷ Nenad Zakošek, *Politički sustav Hrvatske* (Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, 2002) 130.

se oduprli. Dramatičan period te novinske kuće iskazan je otvorenim pismom Veljka Vičevića novinarima i javnosti: *Izvesti puč u našoj novinskoj kući pokušala je – duže od godinu dana – korumpirana, konvertirana i posramljena političko-polijska bratija iz Rijeke, ali nikad ovu kuću ne bi mogli izbaciti iz ravnoteže da nisu potkupili nekoliko kreatura iz naše redakcije nudeći ljudima funkcije i prijeteći otkazima onima koji ne pristaju ući u „pučističku grupu“, u navodne nove kolegije i odbore. Upravni odbor „Novi list“ preuzet će novi direktor i novi glavni urednik, ali će to biti ljudi koje ćete vi profesionalno i moralno uvažiti jer neće pristati uništiti javnu riječ u regiji i Rijeci ni u Zvonimirovoj 20 u Rijeci uništiti novinsko-izdavačko profesionalno iskustvo koje su stvarale generacije i generacije svih zaposlenih*²⁵⁸.

O niskoj razini medijskih sloboda tog vremena kritički je govorio tadašnji veleposlanik SAD-a Peter Galbraith, ocijenivši da je novinarstvo u Hrvatskoj neslobodno: *Jedini primjer nezavisnog glasila u Hrvatskoj je 'Novi list'. Ističući potrebu više takvih nezavisnih novina, a naročito nezavisnih TV stanica, Galbraith je studentima ukazao na važnost profesionalizma u obavljanju novinarskog poziva, koji je uz vlasničku strukturu drugi važan uvjet slobodnog novinarstva*²⁵⁹. Upravo će prijepori u vlasničkim strukturama tiskanih medija biti ključni u njihovu profiliranje u odnosu na *mainstream* politike stranke na vlasti.

Po istom scenariju pokušala se provesti pretvorba u *Slobodnoj Dalmaciji*, nametanjem Upravnog odbora vlasti naklonjenih članova, u cilju onemogućavanja kritičkog novinarstva. Državni upravni odbor u „cilju zaštite društvenog kapitala“ u prvom redu posegnuo je za promjenom prepoznatljive crvene boje u kojoj list izlazi od svog osnutka i nakanom da se zabrani pisanje jednom od najoštrijih novinarskih pera ove kuće i „feralovcu“ Viktoru Ivančiću²⁶⁰. Kakva je bila situacija s medijskim slobodama u Hrvatskoj u razdoblju rane tranzicije detektirali su ondašnji čelnici HNS-a smatrajući da se sloboda medija zatire, a javna televizija nudi samo režimske vijesti. Savka Dabčević-Kučar istaknula je tek iznimke neovisnih novina poput *Novog lista*, *Slobodne Dalmacije* i *Globusa* što je nedostavno za ispravno informiranje javnosti: *U politici postoji samo ono što je javno obznanjeno, a budući da postoje tolike restrikcije u medijima, često se čini da nije rečeno ništa*²⁶¹.

²⁵⁸ Veljko Vičević, „Pučističke zablude“, *Novi list* 46, br. 251, 12. rujna 1992., str. 3.

²⁵⁹ Svjetlana Despot, „Novi list jedino nezavisno glasilo u Hrvatskoj“, *Novi list* 48, br. 132, 17. svibnja 1994., str. 5.

²⁶⁰ Stojan Obradović, „Slobodnoj“ bi mijenjali boju“, *Slobodna Dalmacija*, 50 br. 14930, 27. lipnja 1992., str.3.

²⁶¹ Ornela Šumelj Prskalo, „Premalo 'Novog lista', 'Slobodne i 'Globusa'“, *Novi list* 46, br. 324, 14. studenog 1992, 3.

Novi list se obraća i većinu čitatelja ima u Primorsko-goranskoj županiji. Tijekom 90-ih godina 20.-og stoljeća odigrao je veliku ulogu u našem medijskom prostoru kao jedna od rijetkih novina opozicije. Njegov je značajan doprinos u kreiranju medijskog pluralizma i poticanja različitih stavova²⁶². Preuzimanjem *Novog lista* od strane bliskog suradnika tadašnjeg premijera Ive Sanadera, Roberta Ježića, 2008. godine, a naročito ponovnom promjenom vlasničke strukture krajem 2016. godine slovačkim vlasnikom („JOJ Media house“), kada je za glavnog urednika dnevnika postavljen Robert Frank, dotadašnji glasnogovornik Nogometnog kluba Rijeka, zaokretom trendova u medijskoj industriji i nadasve borbom za opstanak, *Novi list* se „prilagodio“ formom i sadržajem tiskanim medijima. Pojavljuju se ideološki desno vrijednosno oblikovani tekstovi što za *Novi list* nije bilo karakteristično ranije. Senzacionalistički prikaz tema, trivijalni sadržaji i naslovnice posvećene pitanjima koje nisu od većeg značaja za napredak zajednice nisu zaobišli niti medijsko izvještavanje o politici. Kao ilustracija može poslužiti sljedeći primjer. *Novi list* 12. lipnja 2017. godine na naslovnici objavljuje fotografiju riječke pročelnice za sport i naslov: „Vera Begić Blečić napustila mjesto prometne nesreće“²⁶³. Događaj je pretvoren u skandal, a skandal prodaje novine. Dakle, novine su se priklonile zahtjevima publike. Publika ne poznaje rad pročelnice, novine ne predstavljaju rezultate njezina rada, već je stavljaju u središte afere. Dakako da javnost treba biti informirana o prijestupima javnih osoba, no isto tako velika količina atraktivnog medijskog prostora, osim informacije, posvećena je situaciji u senzacionalističkom kontekstu. Nadalje, naslovnica od 18. lipnja 2017. godine objavljuje fotografiju novoizabrane srpske premijerke Ane Brnabić koja u ruci drži zastavu duginih boja i naslov: „Naša Ana je posebna i mi se osjećamo kao zvijezde“²⁶⁴. Pozornost javnosti srpske premijerke nije privuklo njezino obrazovanje (školovana je u SAD-u) niti njezine stručne kompetencije pa niti hrvatsko podrijetlo, već njezina istospolna orijentacija koju je hrabro obznanila u patrijarhalnom okruženju. Budući da je 2017. godina bila izborna (održani su Izbori za članove predstavničkih tijela jedinica lokalne i područne samouprave), medijsko praćenje politike u tom razdoblju iznimno je vidljivo, a naročito je uočljiv senzacionalistički prikaz rezultata izbora. Naslov „Politička kriza: Komadina bez većine, PGŽ pred izborima?“ kreira dramatičnu realnost iako su ponovljeni izbori dio demokratskog procesa i uobičajeni u višestranačkim društvenim uređenjima²⁶⁵. Drugi naslov

²⁶² Jergović, 2004: 54–7.

²⁶³ Andrej Petrak, „Vera Begić Blečić napustila mjesto prometne nesreće“, *Novi list* 71, br. 22.818, 12. lipnja 2017.

²⁶⁴ Marko Cvijanović, „Naša Ana je posebna i mi se osjećamo kao zvijezde“, *Novi list* 71, br. 22.824, 18. lipnja 2017.

²⁶⁵ Tihana Tomičić, „Komadina bez većine, PGŽ pred izborima?“, *Novil ist* 71, br. 22.826, 20. lipnja 2017.

„SDP prvi put u 27 godina izgubio Gradsko vijeće“ također sugerira da se dogodio značajan preokret u upravljanju u Gradu Rijeci²⁶⁶. Prema Zakonu o lokalnoj i područnoj samoupravi, izvršnu vlast predstavlja Gradonačelnik. Gradsko vijeće, doduše, može neizglasavanjem proračuna smijeniti Gradonačelnika i takva praksa dogodila se u nekoliko jedinica lokalne samouprave u Hrvatskoj. Međutim, usvajanjem novog Zakona, tzv. lex šerif u javnom žargonu, gradonačelnici postaju gotovo nesmjernjivi²⁶⁷. Dakle, vijest koju je medij istaknuo kao važnu, u stvarnosti nije građanima Rijeke donijela nikakvu promjenu. Nadalje, jedan od razloga zbog kojih se medijima pripisuje moć da kreiraju pseudorealnost je popularnost anketa kako bi se predvidjeli rezultati izbora. Popularnost anketa i ispitivanja javnog mišljenja u medijima raste s nastojanjima da se medijski sadržaj olakša od „tvrdih“ vijesti i ozbiljnih sadržaja i da se uvedu zabavnije teme koje će slijediti želje publike. Danas su ankete jedan od važnijih argumenata za poljuljanu vjerodostojnost medija. Za novinare su one, osim što povećavaju nakladu, željeni simbol nezavisnog novinarstva²⁶⁸. Objavljen naslov na četvrtoj i petoj stranici *Novog lista* „SDP poboljšao rejting, HDZ bilježi lagani pad“ prenosi rezultate istraživanja agencije IPSOS. Budući da su parlamentarni izbori tek za dvije godine, novinar je rezultate ankete prikazao u kontekstu moguće smjene predsjednika SDP-a što je tada bila popularna politička tema u hrvatskoj javnosti²⁶⁹. Također, medijsku pažnju zaokuplja izgledna kandidatura bivšeg premijera i predsjednika SDP-a Zorana Milanovića za Predsjednika Republike koji je prema anketi agencije IPSOS sa 21 % podrške anketiranih 600 punoljetnih građana na drugom mjestu, hoće li dobiti i podršku „svoje“ stranke SDP-a ili će se kandidirati kao nezavisni kandidat, tko će ga podržati od stranačkih kolega i slična pitanja nalazimo u *Novom listu* u članku pod naslovom „Maras: Podržat ću Milanovića ako se odluči kandidirati za predsjednika“²⁷⁰. No, unatoč podilaženju masovnom ukusu publike, generalno gledano, *Novi list* nije lišen ozbiljnih sadržaja u praćenju politike, ali način praćenja ne stavlja žarište na važnost neke političke

²⁶⁶ Barbara Čalušić, „SDP prvi put u 27 godina izgubio Gradsko vijeće“, *Novi list* 71, br. 22. 827, 21. lipnja 2017).

²⁶⁷Hrvatski sabor, *Zakon o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi*, 13. prosinca 2017, klasa: 011-01/17-01/108, zakon 2800, čl. 10, st. 2. i 3., *NN 123/17*, https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2017_12_123_2800.html (pristupljeno 23. prosinca 2018)

²⁶⁸ Jergović, 2004: 21–2.

²⁶⁹ Dražen Ciglencečki, „SDP poboljšao rejting, HDZ bilježi lagani pad“, *Novi list* 72, br.23.042, 26. siječnja 2018., 4–5.

²⁷⁰ Dražen Ciglencečki, „Maras: Podržat ću Milanovića ako se odluči kandidirati za predsjednika“, *Novi list* 72, br. 23.041, 25. siječnja 2018., 3.

odluke ili događaja, već se izvještavanjem nastoji privući publika isticanjem manje važnog. Navest će se samo nekoliko primjera koji se odnose na strateške političke odluke o kojima ovise opstanci poduzeća i radnih mjesta, smanjenje poreza, korištenje fondova Europske unije: „Strah za radna mjesta „jači“ od rasta BDP-a: Socijalno nezadovoljstvo i dio HDZ-a iskoristio bi za napad – na premijera“, „Iduće godine manji PDV, dopuštena i nulta stopa“, „Žalac je nezadovoljna kašnjenjem Hrvatske u korištenju fondova EU“, „Narodne novine gase pogon zbog kojeg su izigrani riječki radnici“²⁷¹. Za navedene političke sadržaje može se zaključiti da otkrivaju društvene anomalije, izvještavaju o bitnim pitanjima za dobrobit zajednice, ali istovremeno privlače pozornost situacijama, poput unutar stranačkih obračuna, koji nisu od utjecaja na javnost.

Slobodna Dalmacija bila je jedna od triju najvećih regionalnih dnevnih novina s vlastitom tiskarom i prodajnom mrežom. Vrlo dobro se prodavala i u susjednoj Bosni i Hercegovini. Privatizacijom 1990. godine postala je jedna od malobrojnih novinskih kuća čije su dionice bile u većinskom, 60 postotnom, vlasništvu zaposlenika. Do 1992. godine pozicija lista ostala je politički neovisna, a zahvaljujući kritičkoj uređivačkoj politici prema Vladi, broj njezinih čitatelja bio je respektabilan. Te je godine posredništvom Agencije za restrukturiranje i razvoj poništena pretvorba s obrazloženjem da je krivo provedena i nezakonita²⁷². O takvom nezakonitom postupanju ustrajno su upozoravali novinari te medijske kuće: *Rješenja o uvođenju upravnih odbora u dva društvena poduzeća u sastavu „Slobodne Dalmacije“ duboko su nezakonita, zapravo promašena jer se temelje na političkim, a ne gospodarskim razlozima. A da stvar bude kristalna radi se o zaobilaznom ulasku partije na vlasti (HDZ) u sustav „Slobodne Dalmacije“. U sustav „Slobodne Dalmacije“ očito je, valja ući kako bi se srušila u svemu ostvarivana nezavisna uređivačka politika novinskih izdanja „Slobodne Dalmacije“ i obezvrijedilo primjereno gospodarenje dioničkog društva „Slobodna Dalmacija – Novine“.*

²⁷¹ Branko Podgornik, „Žalac je nezadovoljna kašnjenjem Hrvatske u korištenju fondova EU“, Novi list 72, br.23.039, 23. siječnja 2018., str.5., Jagoda Marić, „Socijalno nezadovoljstvo i dio HDZ-a iskoristio bi za napad – na premijera“, Novi list 72, br. 23.040, 24. siječnja 2018., str. 4, Jagoda Marić, „Iduće godine manji PDV, dopuštena i nulta stopa“, Novi list 72, br. 23.035, 19. siječnja 2018., str.3, Marinko Glavan, „Narodne novine gase pogon zbog kojeg su izigrani riječki radnici“, Novi list 72, br. 23.036, 20.siječnja, 2018., str.5.

²⁷² Jergović, 2004, 47– 50.

*Takvi potezi vladajuće stranke izrazito su protivni pravnom shvaćanju ovlasti države, a pogotovo je tu riječ o zloupotrebi prava u političke svrhe*²⁷³.

Kolika je važnost medijskih sloboda za demokratsko društvo s jedne strane, tolika je opasnost od njezinih suprimiranja s druge strane o čemu vrlo dobro ilustrira komentar ondašnjeg novinara *Slobodne Dalmacije: Eventualni pad „Slobodne“ kao posljednjeg simbola i uporišta medijske slobode imat će mnogo trajnije i presudnije konzekvence nego što bi se moglo na prvi pogled pomisliti. Bit će time dovedene u pitanje i temeljne pretpostavke cjelokupne hrvatske demokracije i same osnove višestranačkog sustava. Jer, istinska parlamentarna demokracija i višestranački politički život besmisleni su, dapače i nemogući, bez slobodnih medija*²⁷⁴.

Unatoč upozorenjima međunarodne organizacije, International Media Found-a, da će privatizacija novina putem banaka u državnom vlasništvu ugroziti medijske slobode pa i naštetiti ugledu Hrvatske, hrvatski tajkun Miroslav Kutle postao je njezinim vlasnikom. Tada je, kao što je to bio slučaj i s drugim dotada uspješnim tvrtkama, pretvorbenim makinacijama zaustavljen profesionalni napredak, a počelo je financijsko propadanje. Novinari su se obraćanjem javnosti zauzeli za istragu privatizacije u svojoj medijskoj kući, a interes javnog mnijenja bio je velik. Unatoč tomu privatizacija novina nikad nije rasvijetljena iako je njezin vlasnik pod optužbom za gospodarski kriminal dospio u zatvor. Uoči izbora, početkom 2000. godine, *Slobodna Dalmacija* imala je istu poziciju kao i tijekom 90-ih. Nakon izbora ostaje priklonjena desnoj političkoj opciji. Međutim, smjena vlasti uskoro je vraća u lijevo dok na izborima 2003. godine opet pobjeđuje desnica²⁷⁵.

Slobodna Dalmacija danas je u vlasništvu obitelji Hanžeković, u javnosti poznate po naplati ovrha uz enormno visoke odvjetničke naknade i Hanza medije, također bliske HDZ-u. Danas *Slobodna Dalmacija* stremi tabloidnom tisku. Političke teme prikazane su u prvih petnaest stranica i zastupljene su oskudno. Primjerice, na naslovnicama se rijetko nalaze političku teme. Politički tekstovi zauzimaju neznatan medijski prostor, a i tada su upečatljivog naslova i senzacionalističkog prikaza sadržaja i na razini političke trivijalizacije: „Grmoja: „Znamo tko

²⁷³ Zvonimir Krstulović, „Upad HDZ-a, u sustav 'Slobodne'“, *Slobodna Dalmacija* 50, br. 14930, 27. lipnja 1992., 7.

²⁷⁴ Mislav Kukoč, „Bez slobodnih medija nema slobodne Hrvatske“, *Slobodna Dalmacija* 90, br. 15036, 11. listopada 1992, 11.

²⁷⁵ Jergović, 2004, 47–50, 53–4.

je novi gazda u Agrokoru, čovjek koji je zamijenio Ivicu Todorića je Ante Ramljak²⁷⁶, „Tomaševića skida samo referendum“²⁷⁷, „Vlada koči milijune eura za brzi internet“²⁷⁸, „Petrov: "Tko piše novu hrvatsko-ugarsku nagodbu““, „Kujundžić: 'Nisam odgovoran za pad zdravstva““, „Biljana Borzan kandidirana za „EU Oscar““²⁷⁹. Oni tekstovi koji bi mogli imati političke posljedice i biti od važnosti za zajednicu predstavljeni su tek kao rubna vijest: „Gari Cappelli: Strukovnim školama 350 tisuća kuna potpora“, „Bošnjaković danas s ribarima“²⁸⁰. Ostali sadržaji mogu se svrstati u skandalozni prikaz događaja u danom trenutku i posvećen im je opsežan medijski prostor na naslovnici: „Splitska policija odbila oteti malog Cesarea po nalogu suda“²⁸¹, „Salve mržnje prema obitelji koja je udomila Sirijce u Zadru“²⁸². Budući da su mediji prepoznali kao tjedni događaj tučnjavu dviju srednjoškolki u Splitu, velik dio tekstova posvećen je toj temi: „U mreži nasilja, seksa i ogovaranja: Zlo i naopako generacije Z“²⁸³, „Policija je odveć lako srednjoškolke „okitila“ prijavom“²⁸⁴. Autori sljedeća tri naslova „Cure se javno pocipale, sad ih se muški cipelari“, „Kultura *likeova* proždrljivo jede svoju djecu“ i „Želimo da nas mladi prihvate, a i sami buljimo u ekrane“, analiziraju pojavu s uzročnog aspekta vezanih uz pojavu novih tehnologija, ali i narušenog sustava vrijednosti kao i patrijarhalni model ponašanja koji je cijeli slučaj, prema komentarima na društvenim mrežama,

²⁷⁶ *Slobodna Dalmacija* 74, „Grmoja:“ Znamo tko je novi gazda u Agrokoru, čovjek koji je zamijenio Ivicu Todorića je Ante Ramljak“, br. 24097, 1. veljače 2018., str. 4.

²⁷⁷ Anita Belak-Krile, „Tomaševića skida samo referendum“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 24097, 1. veljače 2018., str. 8.

²⁷⁸ Dražen Gudić, „Vlada koči milijune eura za brzi internet“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 24097, 1. veljače 2018., str. 8.

²⁷⁹ *Slobodna Dalmacija* 74, „Petrov: "Tko piše novu hrvatsko-ugarsku nagodbu““ 1. veljače 2018., str. 2, „Kujundžić: 'Nisam odgovoran za pad zdravstva““, br. 24097, 1. veljače 2018. st. 2, „Biljana Borzan kandidirana za „EU Oscar““, br.24097, 1. veljače 2018., str. 9.

²⁸⁰ *Slobodna Dalmacija* 74, „Gari Cappelli: 'Strukovnim školama 350 tisuća kuna potpora““, br. 24097, 1. veljače 2018., str. 4, „Bošnjaković danas s ribarima“, br. 24097, 1. veljače 2018., str. 8.

²⁸¹ Katarina Marić Banje, : „Splitska policija odbila oteti malog Cesarea po nalogu suda“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 24097, 1. veljače 2018.

²⁸² Mišel Kalajžić, „Salve mržnje prema obitelji koja je udomila Sirijce u Zadru“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 24097, 1. veljače 2018.

²⁸³ Tihana Marović, „Zlo i naopako generacije Z“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 24097, 1. veljače 2018. str. 5.

²⁸⁴ Katarina Marić Banje, „Policija je odveć lako srednjoškolke „okitila“ prijavom“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 24097, 1. veljače 2018., str. 6.

zloupotrijebio za iskaze seksizama i diskriminacije prema ženama²⁸⁵. Iz svega navedenoga, *Slobodna Dalmacija*, okrenuta je publici koja traži skandalozne, trivijalne svakodnevne događaje. No, još uvijek se mogu pronaći kolumne i komentari ozbiljnog, istraživačkog pristupa određenom društvenom problemu. Sudeći prema tabloidnim trendovima u medijskom prostoru i tržišnim okolnostima, više kvalitetnih sadržaja u dnevnim novinama i dalje će nedostajati sve do eventualnog zaokreta u novinarskim standardima. Promjena smjera je, sagledavši sliku hrvatskog, ali i globalnog društva, u dogledno vrijeme neizvjesna.

Analizom profila dnevnika *Novi list* i *Slobodna Dalmacija* na definiranim primjercima utvrdit će se kako su kreirali medijski rejting prvenstveno političarki. U kvantitativnom smislu pokazat će se u kojem opsegu je identitet tiskovina utjecao na rodnu zastupljenost političkih ličnosti u statističkom presjeku oba istraživana razdoblja.

²⁸⁵ Andrea Topić, „Cure se javno pocipale, sad ih se muški cipelari“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 24097, 1. veljače 2018., str. 7., Damir Pilić, „Kultura *likeova* proždrljivo jede svoju djecu“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 24097, 1. veljače 2018., str. 6, Merien Ilić, „Želimo da nas mladi prihvate, a i sami buljimo u ekrane“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 24097, 1. veljače 2018., str. 7.

3. ANALIZA UZORKA I REZULTATA ISTRAŽIVANJA

3.1. Metodologija istraživanja

Istraživanje je provedeno u razdoblju od 4. prosinca 2018. godine do 20. rujna 2019. godine prema dostupnoj građi arhiva Sveučilišne knjižnice u Rijeci. Pregledane su dnevne tiskovine *Novi list* i *Slobodna Dalmacija* u periodu od 1. siječnja 1991. godine do 31. prosinca 1995. godine i od 1. siječnja 2014. godine do 31. prosinca 2018. godine. U istraživanje su uvršteni političko-gospodarski i mozaični prilog „Tjedni Novi list“ iz razdoblja od 1991. do 1994. godine i politički magazin „Pogled“ od 2014. do 2018. godine. Iz dnevnika *Slobodna Dalmacija* obuhvaćeni su prilog za žene „Linija X“ i političko-gospodarski prilog „Spektar“ u vremenskom periodu od 2014. do 2018. godine.

Dnevnici *Novi list* i *Slobodna Dalmacija* odabrani su jer se radi o izdanjima iz politički dispartno orijentiranih županija. *Novi list* je riječka dnevna tiskovina, a Rijeka je sjedište Primorsko-goranske županije i glavninu publike čini takozvani lijevi spektar te se medij u skladu s time i profilirao. *Slobodna Dalmacija* je splitski dnevnik, pripada Splitsko-dalmatinskoj županiji i slovi kao medij desnog spektra. Iako su tiskani mediji u privatnom vlasništvu, rezultati istraživanja pokazat će reflektiraju li navedeni mediji političku sliku županija odnosno mogu li se rezultati povezati s konzervativnim ili liberalnim pristupom prema političarkama. Drugo pitanje na koje će istraživanje podastrijeti odgovor vezano je uz transformaciju patrijarhalnih obrazaca ponašanja zato što intervali u kojima je provedeno istraživanje uključuju u političkom kontekstu razdoblje rane tranzicije u kojoj slijedi retradicionalizacija hrvatskog društva i posttranzicijski period.

U fokusu argumentacije komparacija je medijskog plasmana političarki i političara. Uspoređeni su dobiveni rezultati i to prema frekvenciji i postotcima članaka političara i političarki, članaka vezanih uz fotografiju političara i političarki, potpisanih fotografija političara i političarki, zastupljenosti političara i političarki na naslovnicama dnevnika, u vijestima iz kulture, sporta, mozaičnih sadržaja i crne kronike, korupcije i sukoba interesa. Prema ovim rezultatima u raspravnom dijelu disertacije analizirat će se zastupljenost političara i političarki prema utvrđenim parametrima i utvrditi je li postignut pomak u kvantitativnom smislu prisutnosti političarki u člancima kao i relacije spram fotografija i fotografija s potpisom u istraživanim skupinama. Podatci dobiveni iz navedenih rubrika pokazat će jesu li neka zanimanja tradicionalno namijenjena muškarcima i ženama preslika političkog života, a time i medijskog praćenja. Rezultati zastupljenosti političara i političarki na naslovnicama dnevnika predočit će

koliko mediji pridaju pozornosti vidljivosti političarki na prominentnom mjestu u dnevnim listovima. Istraživanje će pokazati je li u posttranzicijskom razdoblju učinjen napredak u medijskom prikazivanju političarki.

U prvoj fazi istraživanja korištena je deskriptivna metoda.²⁸⁶ Njome su prezentirana dosadašnja istraživanja statusa žena u medijima u svijetu i u Hrvatskoj, opći termini poput roda, feminizma, fenomena „staklenog stropa“ i „staklene litice“, pojam kulture i medija kao sukreatora kulture i obilježje politike u medijskom kontekstu. Definirani su profili dnevnika *Novi list* i *Slobodna Dalmacija* te iznijeti statistički podaci o političkoj orijentaciji županija u kojima se plasiraju dnevni.

U drugoj fazi rada provedena je metoda brojenja.²⁸⁷ Utvrđen je broj članaka koji su pojedinačno vezani uz političare i političarke, na mjesečnoj i godišnjoj razini te po definiranim etapama. Istom metodom određen je broj slika i broj potpisanih slika političara i političarki povezanih s člancima. Od ukupnog broja članaka izdvojeni su ponovo brojčanom metodom oni vezani uz vijesti iz kulture, sporta, mozaika i crne kronike, korupcije i sukoba interesa kako bi se u zaključcima obrazložilo jesu li političarke zastupljenije u nekim rubrikama, a podzastupljene u drugima i objasnilo uzroke. Iz svih rubrika brojčano su prikazane vijesti na naslovnici kako bi se utvrdilo pozicioniranje političarki na najistaknutijem dijelu tiskovina.

Prikupljeni grupirani podatci prema određenim parametrima statističkom metodom prikazani su rezultati kružnim dijagramima i tablicama.²⁸⁸ Kružni dijagrami podijeljeni su u tri skupine. Prvima su usporedno predstavljeni postotci zastupljenosti političara i političarki u člancima, drugima postotci zastupljenosti fotografiranih istraživanih skupina i potpisanih fotografija političara i političarki, a trećima postotci u kojima se javljaju političari i političarke na naslovnicama dnevnika. Ovakav postupak proveden je za svaku godinu oba istraživana razdoblja, zasebno za oba dnevna lista te konačno prezentirani su ukupni rezultati u obje tiskovine za prvu i posebno za drugu etapu. U tablicama su prikazane frekvencije i postotci istraživanih skupina za članke, slike, slike s potpisom, vijesti, rubrike iz kulture, sporta, mozaika i crne kronike, korupcije i sukoba interesa. Prva tablica prikazuje rezultate za *Novi list* u periodu rane tranzicije zasebno za svaku godinu od 1991. do 1995. godine. Druga tablica

²⁸⁶ Ratko Zelenika, *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela* (Rijeka: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, 2000) 338–9.

²⁸⁷ Zelenika, 2000: 384–5.

²⁸⁸ Zelenika 2000: 341–7.

predstavlja rezultate *Novog lista* za posttranzicijsko razdoblje pojedinačno za svaku godinu od 2014. do 2018. godine. Treća i četvrta tablica na isti način predstavljaju podatke dobivene za *Slobodnu Dalmaciju*. Posljednja tablica odnosi se na ukupne rezultate, frekvencije i postotke u oba dnevnik i za oba istraživana razdoblja.

U idućoj fazi rada provedeno je komparativno istraživanje.²⁸⁹ Rezultati su uspoređeni prema frekvenciji i postotcima članaka političara i političarki, članaka s fotografijom i potpisanih fotografija političara i političarki, njihova zastupljenost na naslovnica dnevnik, u vijestima iz kulture, sporta, mozaičnih sadržaja i crne kronike, korupcije i sukoba interesa.

Temeljem rezultata, metodom analize²⁹⁰ zastupljenosti političara i političarki prema definiranim kriterijima utvrdit će se je li postignut pomak u kvantitativnom smislu zastupljenosti političarki u člancima kao i omjer fotografija i fotografija s potpisom u istraživanim skupinama. Podatci će odgovoriti na pitanje korespondira li tradicionalna podjela „muških“ i „ženskih“ poslova na dodjelu političkih resora i posljedično tome medijskog interesa različitog intenziteta. Rezultati zastupljenosti ispitivanih skupina na naslovnica dnevnik pokazat će koliki je medijski angažman u predstavljanju političarki na uočljivom mjestu u dnevnicima.

Deduktivnom metodom²⁹¹ zaključivanja, iz općenitih tvrdnji o položaju žena u društvu tijekom povijesti, položaju i zastupljenosti žena u medijima, izvodi se postupno istraživanje usredotočeno na pozicioniranje političarki u odabranim tiskanim medijima u Hrvatskoj, *Novom listu* i *Slobodnoj Dalmaciji*, tijekom razdoblja rane i posttranzicije. Dokazivanjem pretpostavke iz općeg stava o podzastupljenosti, diskriminaciji i marginalizaciji žena kako u društvu tako i u medijima, dat će se znanstveni doprinos na interdisciplinarnom polju dosadašnjih društveno humanističkih istraživanja. Time je, metodom dokazivanja, utvrđena točnost znanstveno dokazanih ranijih stavova prikazanih u pregledu dosadašnjih istraživanja.²⁹²

²⁸⁹ Zelenika, 2000: 339–340.

²⁹⁰ Ratko Zelenika, *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog dijela*, 5. izmijenjeno i dopunjeno izdanje; *Knjiga osma: Znanstvene međusobno povezane metode* (Kastav: IQ Plus, 2013), 250.

²⁹¹ Zelenika, 2000: 325–327.

²⁹² Zelenika, 2000: 334–6.

Metodom sinteze ²⁹³ odgovorit će se na istraživačko pitanje realizacije pomaka u medijskom pozicioniranju i tretmanu političarki te je li polučen napredak u odnosu na tradicionalni društveni obrazac ponašanja.

Istraživanje će pokazati da je u posttranzicijskom razdoblju učinjen kvantitativan pomak u medijskoj prisutnosti žena koje se bave politikom i to u obje istraživane tiskovine, ali da patrijarhalni obrasci predstavljanja njihove javne uloge i dalje egzistiraju. Dobiveni podatci doprinijet će stjecanju što egzaktnije slike o društvenom pozicioniranju političarki u medijima tijekom dviju razvojnih etapa u političkom životu Hrvatske i to na primjerima dviju dnevnih tiskovina u dvije županije. Rezultati ciljaju medijskom unapređenju položaja žena koje se javno i profesionalno bave politikom, uklanjaju medijskih stereotipa i diskriminacije podzastupljenog spola.

3.2. Analiza rezultata istraživanja

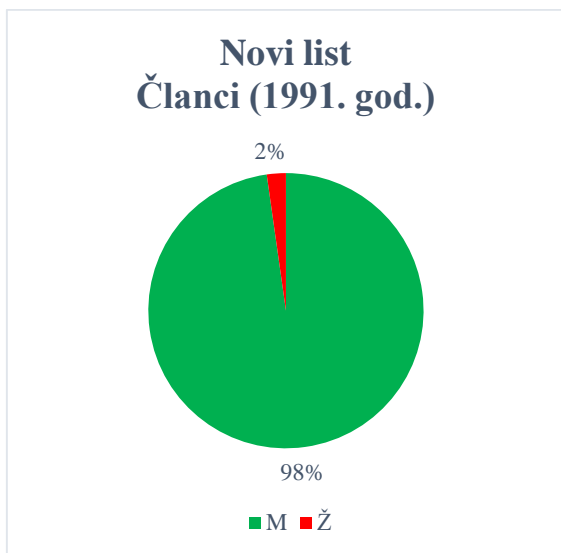
3.2.1. *Novi list*

Rezultati istraživanja dnevnika *Novi list* u razdoblju od 1991. do 1995. godine

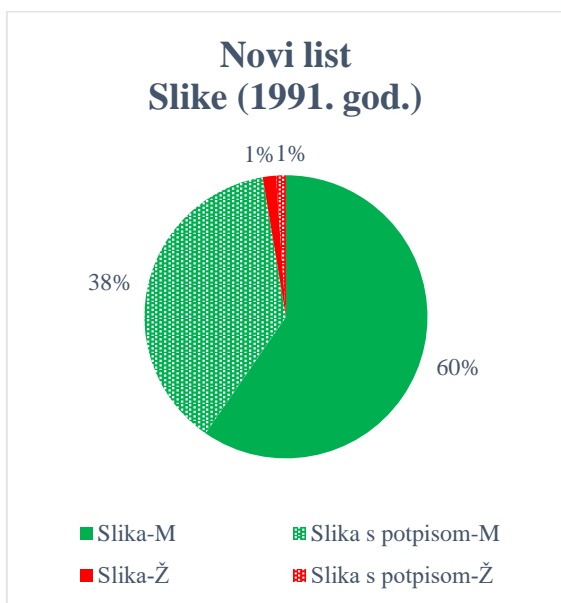
U 1991. godini od ukupnog broja članaka političara i političarki, članci vezani uz političare čine 97,8 %, a uz političarke 2,2 %. Političara s fotografijom je 59,6 % i potpisanih 37,7 % dok je političarki s fotografijom 1,5 % i s potpisom 1,1 %. Vijesti su najzastupljenija kategorija članaka. Političari su zastupljeni u 86,8 % vijesti, a političarke u 2,1 %. U vijestima na naslovnici 11 % je političara i 0,1 % političarki. Političarima pripada jedan članak iz rubrike kulture i četiri iz sporta. Po jedan članak referira se za obje skupine iz mozaika, a niti jedan nije u skupini crne kronike, korupcije i sukoba interesa.²⁹⁴

²⁹³ Zelenika, 2013: 272.

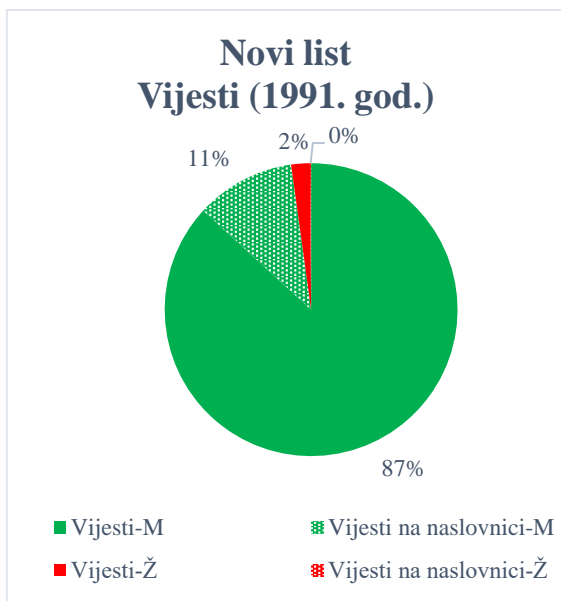
²⁹⁴ U svim kružnim dijagramima zbroj svih dijelova iznosi 100. S obzirom da su prikazane vrijednosti zbog preglednosti bez decimala, a koje se mogu iščitati iz tablica, prilikom izračuna neke su vrijednosti automatski zaokružene na višu, a neke na nižu vrijednost.



Grafikon 3.2.1.1 Zastupljenost političara i političarki u člancima *Novog lista* 1991. godine

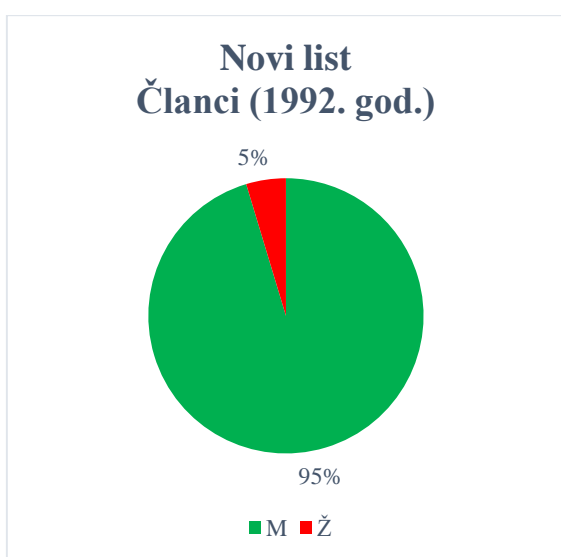


Grafikon 3.2.1.2. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u *Novom listu* 1991. godine

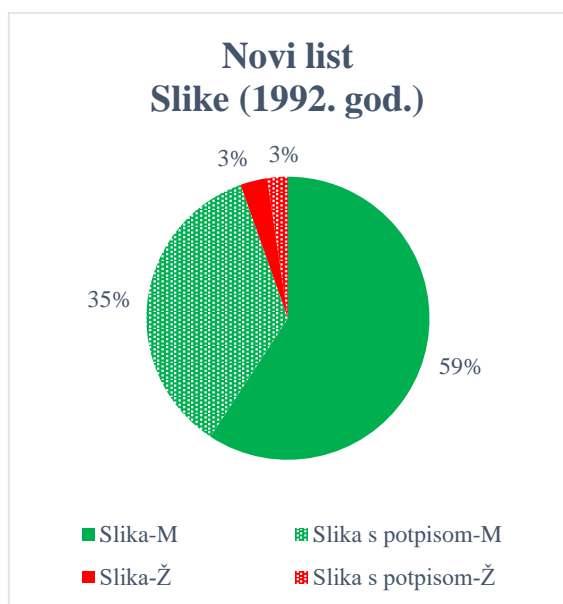


Grafikon 3.2.1.3. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici *Novog lista* 1991. godine

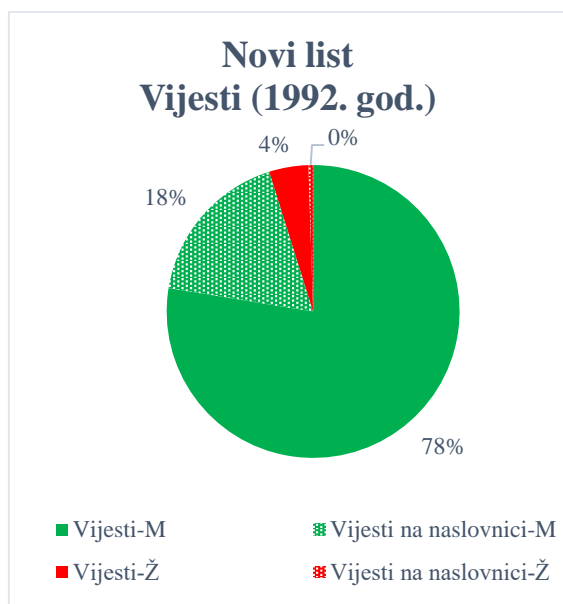
1992. godine političari su zastupljeni u 95,3 % članaka, a političarke u 4,7 %. Političara s fotografijom je 59,2 %, a političarki 3,1 %. Potpisanih fotografija političara je 35,3 %, a političarki 2,4 %. U vijestima političari čine 77,6 % članaka, a političarke 4,3 %. Političari su prisutni u 17,6 % vijesti na naslovnici, a političarke u 0,5 %. U sportskoj rubrici na političare se odnosi 3 članka, u mozaičnoj dva, a u rubrici iz crne kronike, korupcije i sukoba interesa spominju se četiri puta od toga jedanput i kao vijest na naslovnici. U rubrici iz kulture nema vijesti istraživanih skupina.



Grafikon 3.2.1.4. Zastupljenost političara i političarki u člancima *Novog lista* 1992. godine



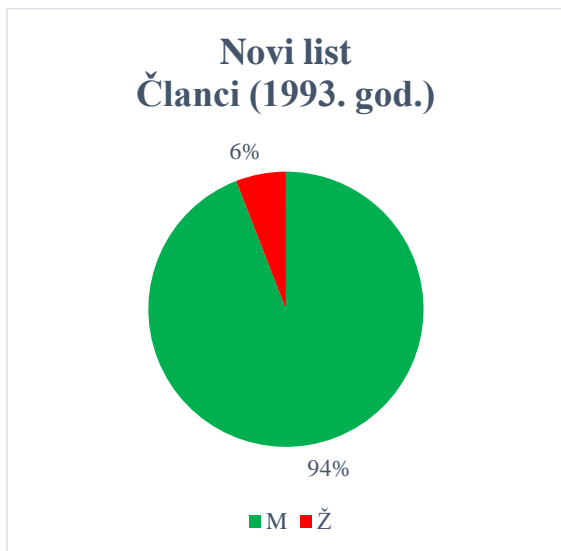
Grafikon 3.2.1.5. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u *Novom listu* 1992. godine



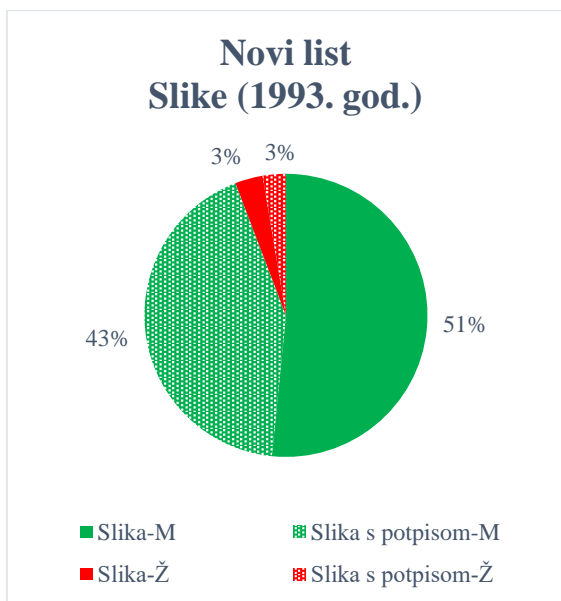
Grafikon 3.2.1.6. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici *Novog lista* 1992. godine

Tijekom 1993. godine 94,1 % članaka čine političari, a političarke 5,9 %. Političara s fotografijom je 51,6 %, a fotografiranih političarki 3,2 %. Potpisanih fotografija političara je 42,6 %, a političarki 2,6 %. U vijestima političari su prisutni u 76,2 % primjera, a političarke u 5,1 %. Političari su zastupljeni u 17,8 % u vijestima na naslovnici, a političarke u 0,9 %. Domeni

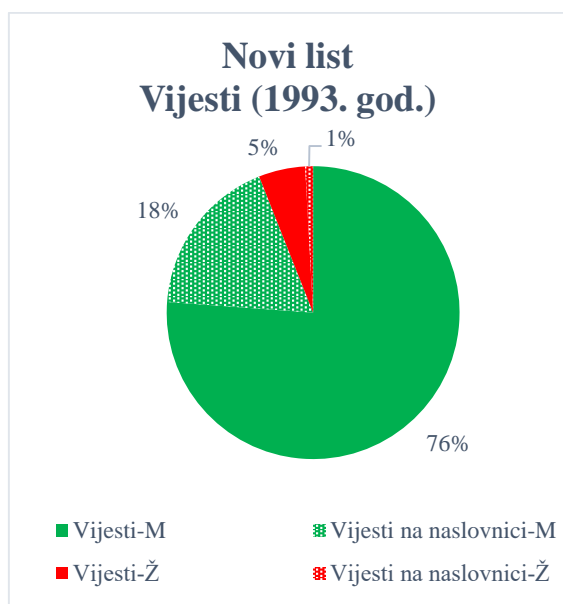
sporta pripadaju 3 članka političarima, jedan članak političara vezan je uz mozaik, a šest uz rubriku iz crne kronike, korupcije i sukoba interesa. U rubrici iz kulture nema pojedinačnih članaka političara niti političarki.



Grafikon 3.2.1.7. Zastupljenost političara i političarki u člancima *Novog lista* 1993. godine

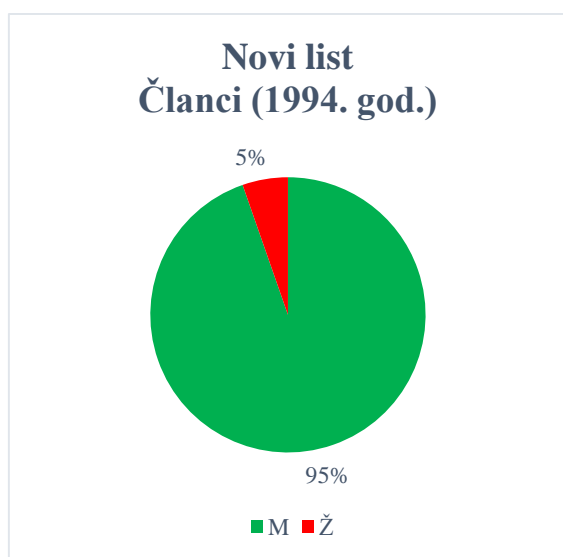


Grafikon 3.2.1.8. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u *Novom listu* 1993. godine

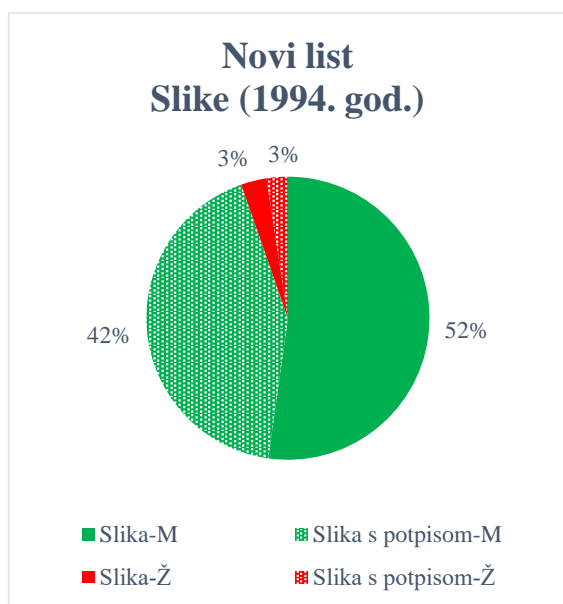


Grafikon 3.2.1.9. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici *Novog lista* 1993. godine

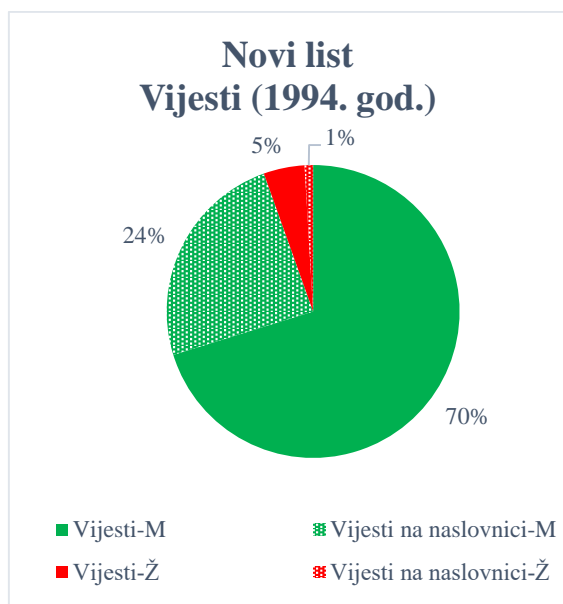
1994. godine članci u relaciji s političarima obuhvaćaju 94,7 %, a s političarkama 5,3 %. Političara s fotografijom je 52,2 %, a političarki 2,9 %. Potpisanih fotografija političara je 42,4 %, a političarki 2,4 %. Nadalje političari su u vijestima zastupljeni s 70,2 %, a političarke s 4,5 %. U vezi s time političari su prisutni u vijestima na naslovnici s 24,3 %, a političarke u istom svojstvu u 0,9 % slučajeva. Dva članka referiraju se na političare u rubrici iz kulture, a od toga jedan kao vijest na naslovnici. Po jedan članak političara zabilježen je u rubrici iz sporta i iz crne kronike, korupcije i sukoba interesa kao i po jedan članak kao vijest na naslovnici iz domene sporta i crne kronike, korupcije i sukoba interesa. U mozaičnim sadržajima političara i političarki nije bilo.



Grafikon 3.2.1.10. Zastupljenost političara i političarki u člancima *Novog lista* 1994. godine



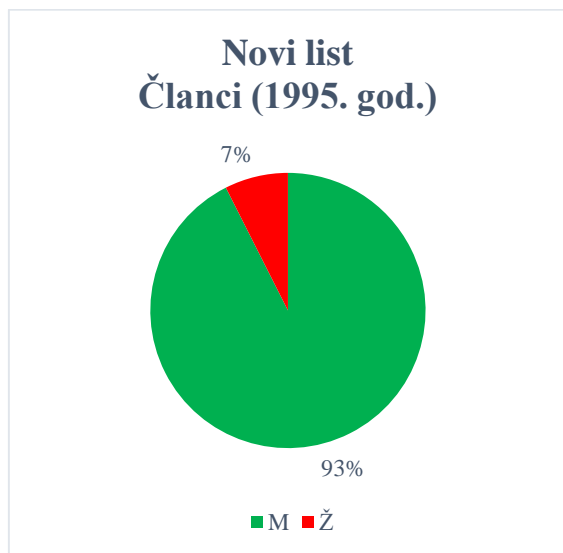
Grafikon 3.2.1.11. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u *Novom listu* 1994. godine



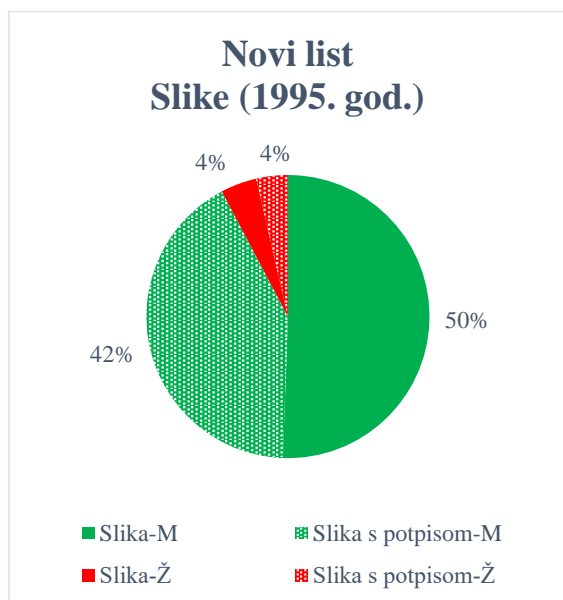
Grafikon 3.2.1.12. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici *Novog lista* 1994. godine

U 1995. godini 92,5 % članaka je u kojima su nositelji političari, a 7,5 % političarke. Fotografiranih političara je 50,6 %, a fotografiranih političarki 4,1 %. Potpisanih fotografija političara je 41,7 %, a potpisanih fotografija političarki 3,6 %. Političari su u vijestima zastupljeni s 67 %, a političarke s 6,4 %. Političari se u vijestima na naslovnici pojavljuju u

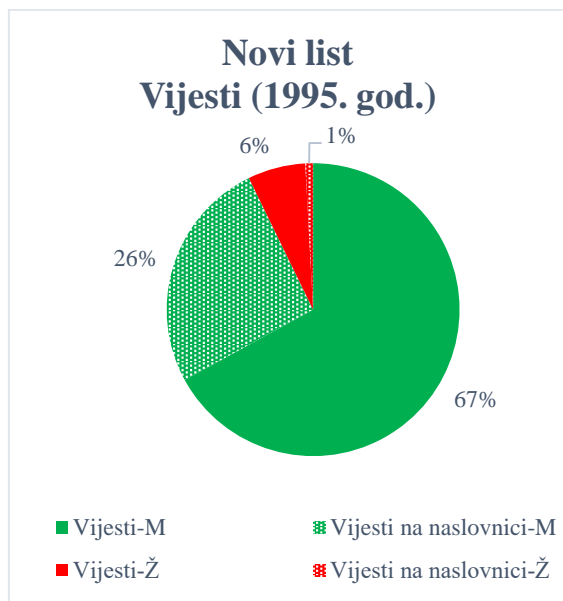
25,7 %, a političarke u 0,9 %. U rubrici iz kulture kao i u rubrici iz crne kronike, korupcije i sukoba interesa, po jedan članak odnosi se na političare i političarke dok se iz sportske rubrike dva članka povezani s političarima. U mozaičnoj rubrici nije bilo povezanih članaka s ispitivanim skupinama.



Grafikon 3.2.1.13. Zastupljenost političara i političarki u člancima *Novog lista* 1995. godine



Grafikon 3.2.1.14. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u *Novom listu* 1995. godine



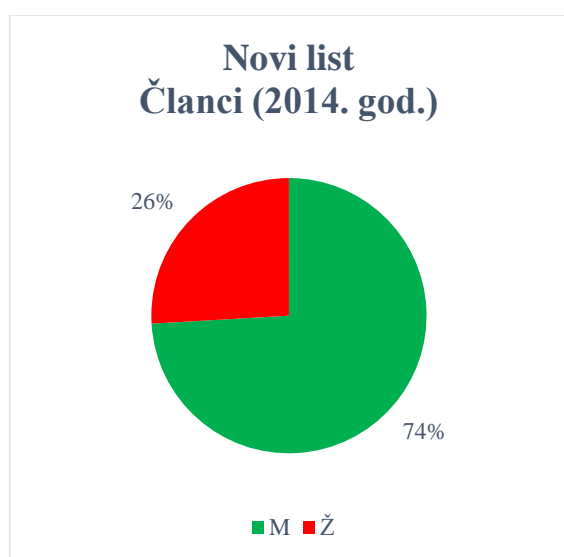
Grafikon 3.2.1.15. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici *Novog lista* 1995. godine

Tablica 3.2.1.1. Prikaz rezultata istraživanja dnevnika *Novi list* u razdoblju od 1991. do 1995. godine

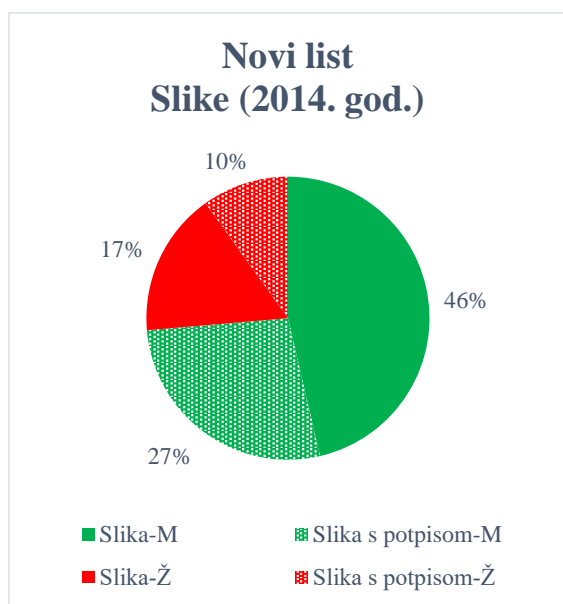
Novi list		1991. g.		1992. g.		1993. g.		1994. g.		1995. g.	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Članci	M	1619	97,8	1165	95,3	1007	94,1	620	94,7	770	92,5
	Ž	37	2,2	57	4,7	63	5,9	35	5,3	62	7,5
	Ukupno	1656	100	1222	100	1070	100	655	100	832	100
Slike	Slika-M	793	59,6	731	59,2	684	51,6	517	52,2	660	50,6
	Slika s potpisom-M	502	37,7	436	35,3	565	42,6	420	42,4	544	41,7
	Slika-Ž	20	1,5	38	3,1	42	3,2	29	2,9	54	4,1
	Slika s potpisom-Ž	15	1,1	29	2,4	35	2,6	24	2,4	47	3,6
	Ukupno	1330	100	1234	100	1326	100	990	100	1305	100
Vijesti	Vijesti-M	1351	86,8	912	77,6	786	76,2	450	70,2	547	67,0
	Vijesti na naslovnici-M	171	11,0	207	17,6	184	17,8	156	24,3	210	25,7
	Vijesti-Ž	32	2,1	51	4,3	53	5,1	29	4,5	52	6,4
	Vijesti na naslovnici-Ž	2	0,1	6	0,5	9	0,9	6	0,9	7	0,9
	Ukupno	1556	100	1176	100	1032	100	641	100	816	100
Kultura	M	1	100,0	0	0,0	0	0,0	2	66,7	1	50,0
	na naslovnici-M	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	33,3	0	0,0
	Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	50,0
	na naslovnici-Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Ukupno	1	100	0	0	0	0	3	100	2	100
Sport	M	4	100,0	3	100,0	3	100,0	1	50,0	2	100,0
	na naslovnici-M	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	50,0	0	0,0
	Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	na naslovnici-Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Ukupno	4	100	3	100	3	100	2	100	2	100
Mozaik	M	1	50,0	2	100,0	1	100,0	0	0,0	0	0,0
	na naslovnici-M	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Ž	1	50,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	na naslovnici-Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Ukupno	2	100	2	100	1	100	0	0	0	0
Crna kronika, korupcija i sukob interesa	M	0	0,0	4	80,0	6	100,0	1	50,0	1	50,0
	na naslovnici-M	0	0,0	1	20,0	0	0,0	1	50,0	0	0,0
	Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	50,0
	na naslovnici-Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Ukupno	0	0	5	100	6	100	2	100	2	100

Rezultati istraživanja dnevnika *Novi list* u razdoblju od 2014. do 2018. godine

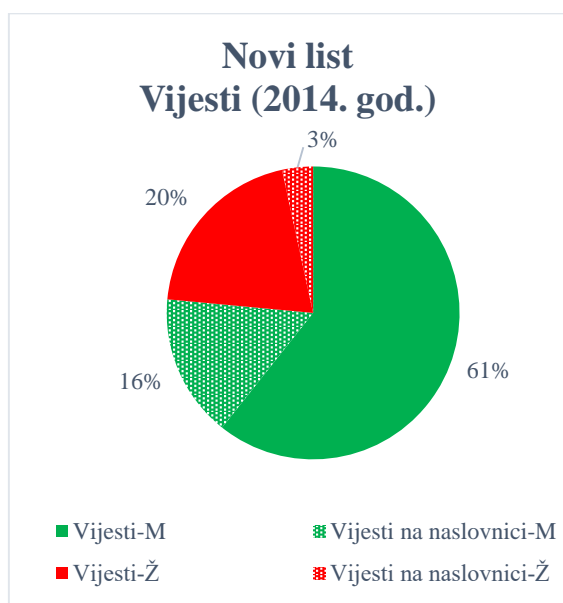
2014. godine političari su zastupljeni s 74,1 %, a političarke s 25,9 %. Političara s fotografijom je 46,4 %, a političarki 16,5 %. Od toga je 27,3 % potpisanih fotografija političara, a 9,9 % političarki. Od ukupnog broja vijesti 60,7 % vezano je uz političare, a 20,1 % uz političarke. Vijestima na naslovnici pripadaju u 15,8 % slučajeva političari, a u 3,4 % političarke. U rubrici iz kulture u tri su članka nositeljice političarke. U sportskoj rubrici jedan je članak političara i jedan na naslovnici. U rubrici iz crne kronike, korupcije i sukoba interesa 43,2 % pripada političarima, 14,8 % ih je na naslovnici, a 30,9 % političarkama i 11,1 % na naslovnici.



Grafikon 3.2.1.16 Zastupljenost političara i političarki u člancima *Novog lista* 2014. godine



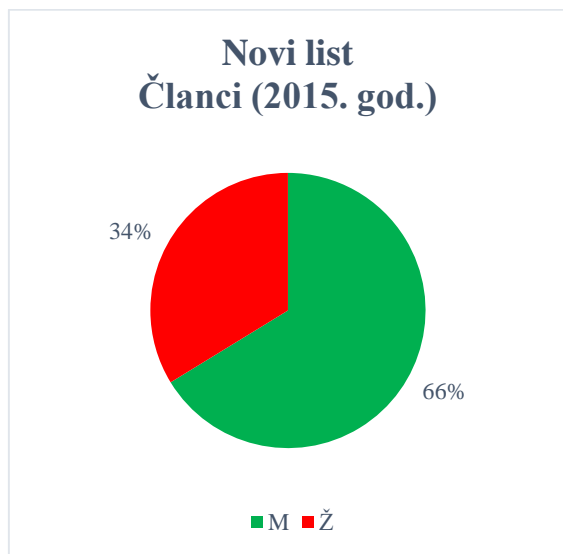
Grafikon 3.2.1.17 Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u *Novom listu* 2014. godine



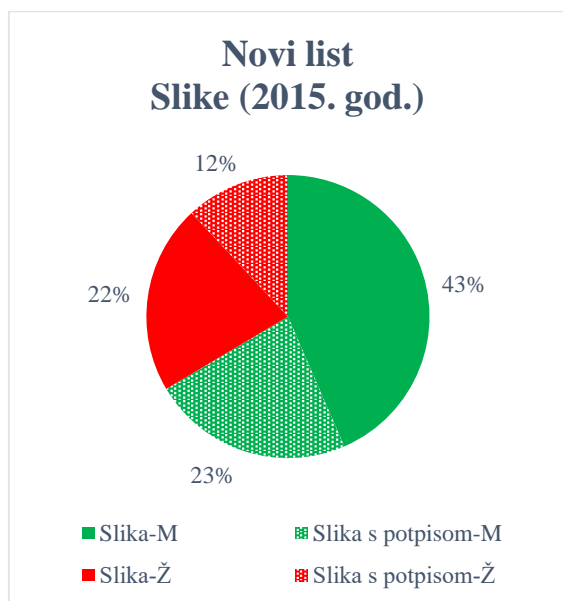
Grafikon 3.2.1.18. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici *Novog lista* 2014. godine

U 2015. godini nositelji članaka su u 66,3 % političari, a političarke u 33,7 %. Fotografiranih političara je 43,5 % dok je političarki 21,6 %. Fotografija s potpisanim političarima je 43 %, s političarkama 11,9 %. U vijestima 47 % u relaciji je s političarima, a 28,1 % s političarkama. Vijestima na naslovnici u 18,1 % primjera pripadaju političarima, a političarkama 6,8 %. U sportskoj rubrici tri su članka političara i dva na naslovnici, a u mozaičnoj pet članaka političara i dva na naslovnici. U rubrici iz crne kronike, korupcije i sukoba interesa 53,1 % je političara,

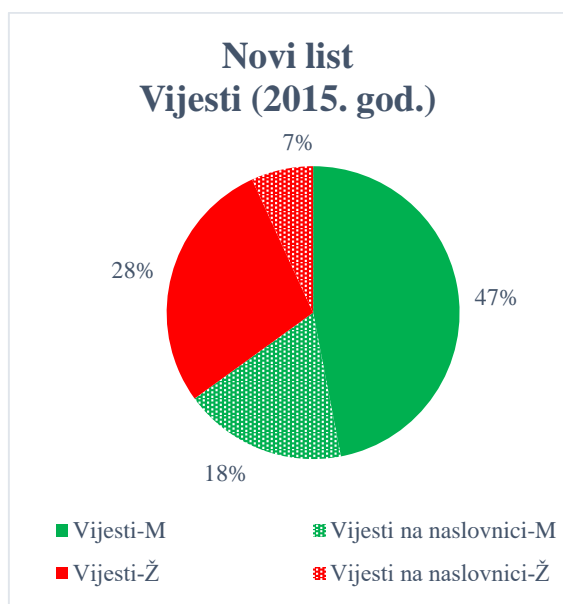
12,5 % ih je na naslovnici, 21,9 % je političarki i 12,5 % na naslovnici. U rubrici iz kulture političarke i političari nisu prisutni.



Grafikon 3.2.1.19. Zastupljenost političara i političarki u člancima *Novog lista* 2015. godine

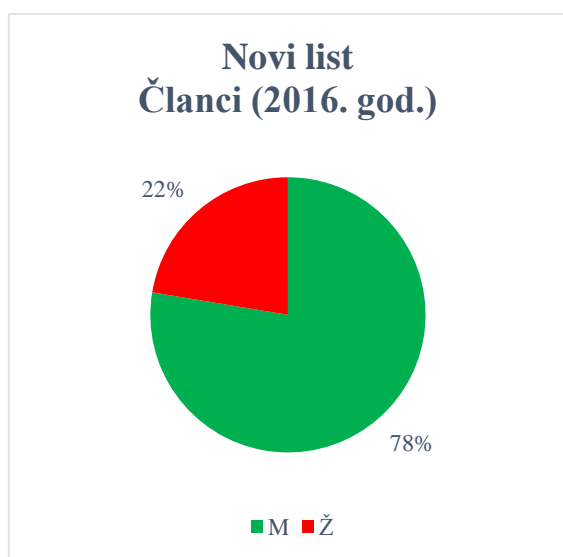


Grafikon 3.2.1.20. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u *Novom listu* 2015. godine

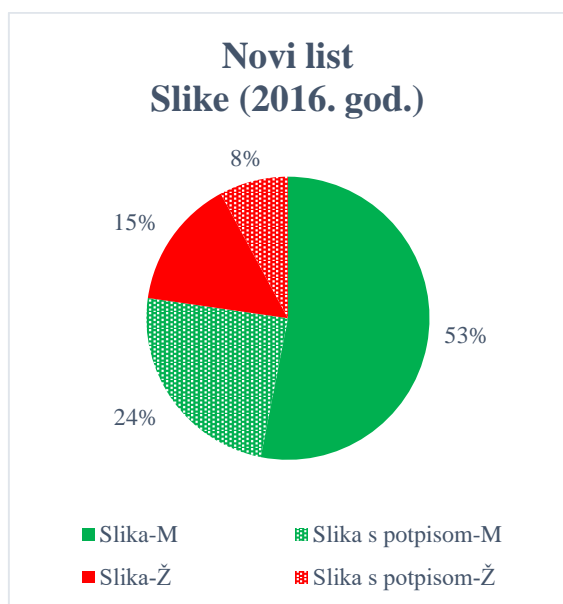


Grafikon 3.2.21. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici *Novog lista* 2015. godine

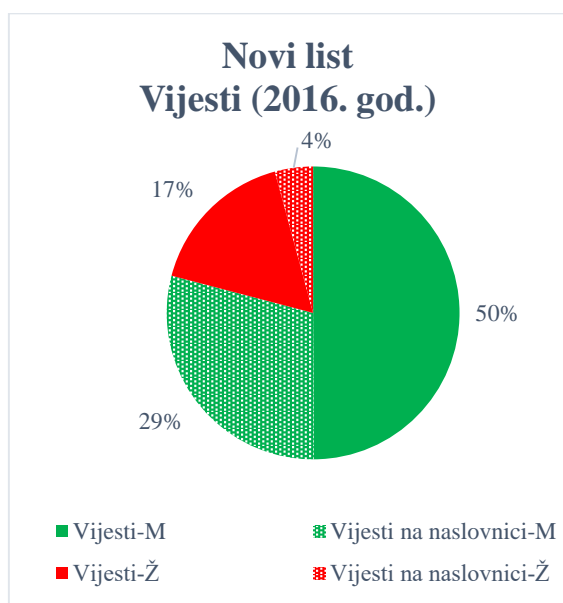
Tijekom 2016. godine od ukupnog broja članaka političari su zastupljeni s 77,6 %, a političarke s 22,4 %. Političari s fotografijom javljaju se u 53,1 %, a političarke u 14,8 % primjera. Potpisanih fotografija političara je 24,2 %, a političarki 7,9 %. Članke vezane uz vijesti čine u 49,9 % slučajeva političari, a političarke u 16,7 %. Vijestima na naslovnici pripada 29,2 % predstavljanja političara, a političarki 4,2 %. U rubrici iz kulture nema povezanih članaka s političarima i političarkama. U mozaičnim sadržajima jedan je članak političarke i jedan na naslovnici. U rubrici crne kronike, korupcije i sukoba interesa 28 % je vijesti povezanih s političarima, a 32 % s političarkama. Iz iste rubrike na naslovnici je 24 % političara i 16 % političarki.



Grafikon 3.2.1.22. Zastupljenost političara i političarki u člancima *Novog lista* 2016. godine



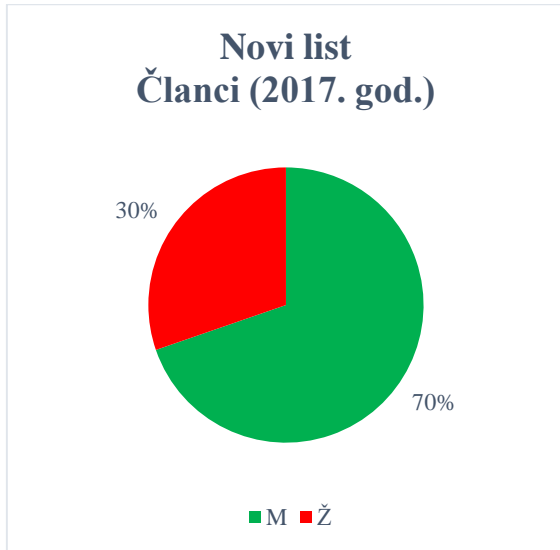
Grafikon 3.2.1.23. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u *Novom listu* 2016. godine



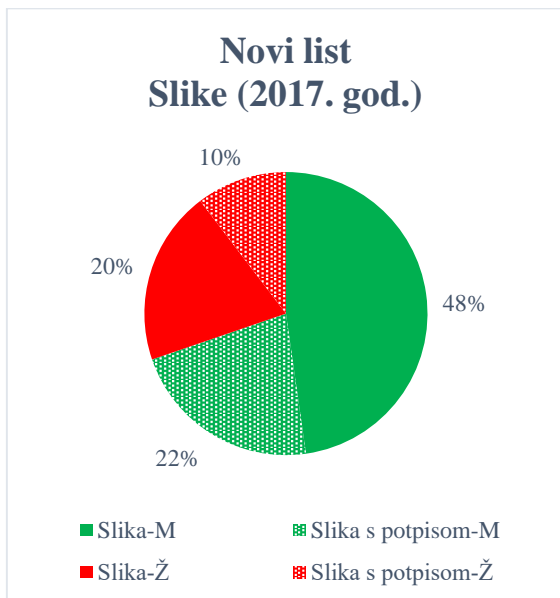
Grafikon 3.2.1.24. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici *Novog lista* 2016. godine

2017. godine političari su zastupljeni s udjelom od 69,7 %, a političarke s 30,3 %. Fotografiranih političara je 47,7 %, a političarki 19,9 %. Fotografije političara potpisane su u 22 % primjera, a političarki u 10,4 %. U vijestima političari kao nositelji članka jesu u 48,4 % slučajeva, a političarke u 24,4 %. Vijesti na naslovnici zauzimaju u 21,2 % političari, a u 6 % političarke. U rubrici iz kulture nema vijesti za obje ispitivane skupine. U sportskoj rubrici dva su članka u relaciji s političarima, a jedan je na naslovnici dnevnika. U mozaičnoj rubrici u

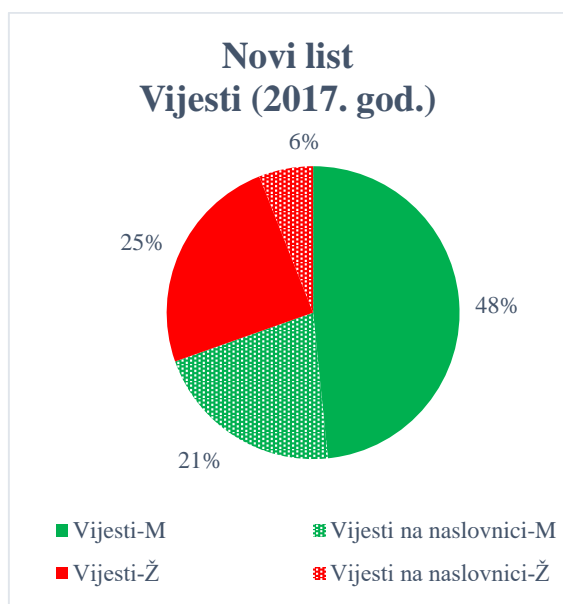
jednom članku političarka je nositeljica kao i u jednom članku na naslovnici. U rubrici iz crne kronike, korupcije i sukoba interesa sedam je članaka posvećeno političarima i tri na naslovnici.



Grafikon 3.2.1.25. Zastupljenost političara i političarki u člancima *Novog lista* 2017. godine

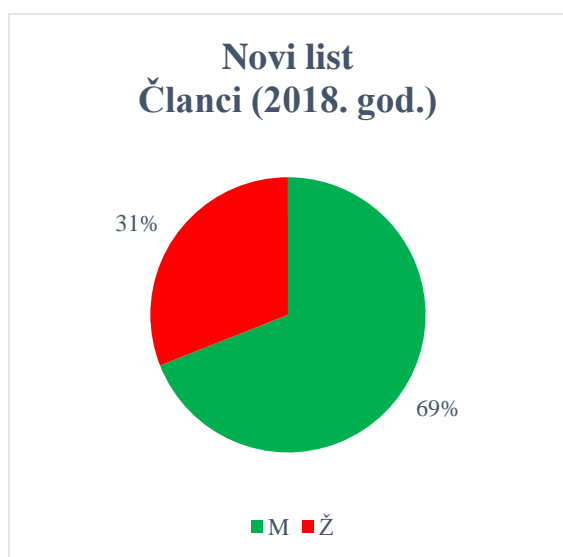


Grafikon 3.2.1.26. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u *Novom listu* 2017. godine

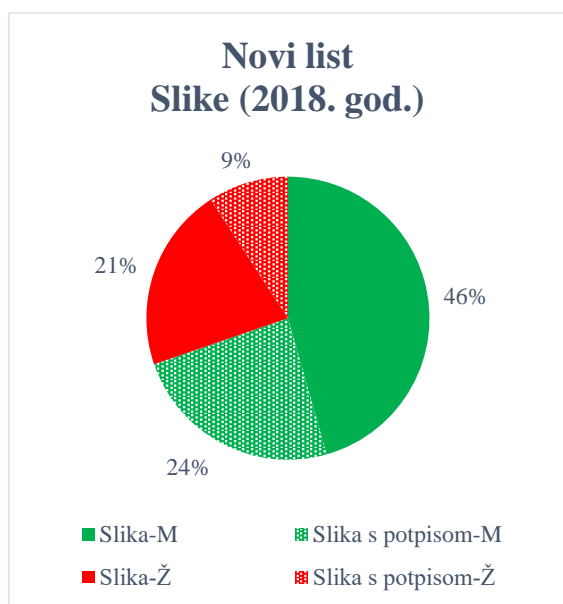


Grafikon 3.2.1.27. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici *Novog lista* 2017. godine

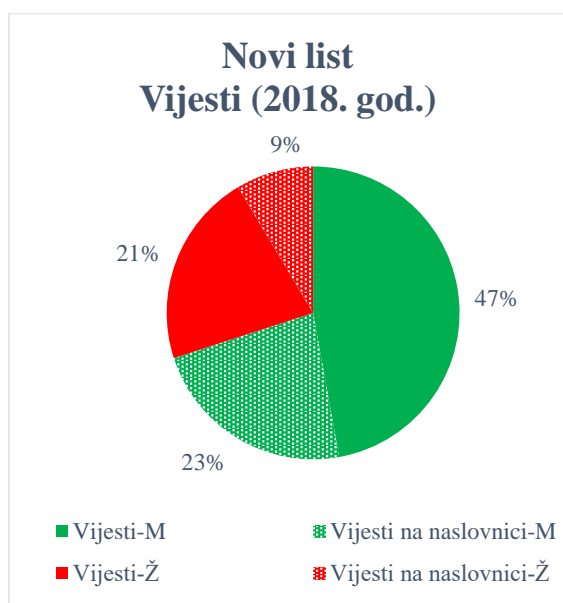
U 2018. godini udio članaka političara iznosi 69 %, a političarki 31 %. Fotografije političara prisutne su u 45,6 %, a političarki u 21,1 % primjera. Potpisanih fotografija političara je 24,1 %, a političarki 9,2 %. Od ukupnog broja iz rubrike vijesti 47,1 % odnosi se na političare, a 21,4 % na političarke. Vijestima na naslovnici obuhvaćeno je 22,9 % političara i 8,6 % političarki. Rubrika iz kulture nema pojedinačnih članaka u vezi s političarima i političarkama. U sportskoj rubrici u dva su članka nositelji političari, a u jednom političarka kao i u jednoj vijesti na naslovnici. Iz rubrike crne kronike, korupcije i sukoba interesa sedam članaka povezano je s političarima i dva na naslovnici dok se iz iste rubrike pet članaka odnosi na političarke i tri na naslovnici.



Grafikon 3.2.1.28. Zastupljenost političara i političarki u člancima *Novog lista* 2018. godine



Grafikon 3.2.1.29. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u *Novom listu* 2018. godine



Grafikon 3.2.1.30. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici *Novog lista* 2018. godine

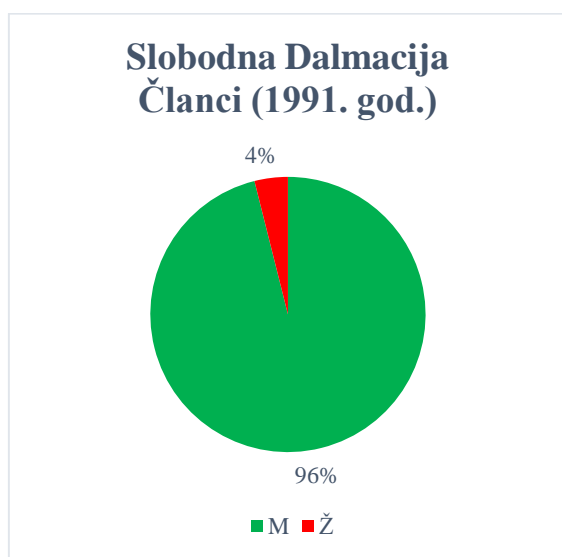
Tablica 3.2.1.2. Prikaz rezultata istraživanja dnevnika *Novi list* u razdoblju od 2014. do 2018. godine

Novi list		2014. g.		2015. g.		2016. g.		2017. g.		2018. g.	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Članci	M	480	74,1	375	66,3	482	77,6	313	69,7	256	69,0
	Ž	168	25,9	191	33,7	139	22,4	136	30,3	115	31,0
	Ukupno	648	100	566	100	621	100	449	100	371	100
Slike	Slika-M	445	46,4	350	43,5	465	53,1	295	47,7	238	45,6
	Slika s potpisom-M	262	27,3	185	23,0	212	24,2	136	22,0	126	24,1
	Slika-Ž	158	16,5	174	21,6	130	14,8	123	19,9	110	21,1
	Slika s potpisom-Ž	95	9,9	96	11,9	69	7,9	64	10,4	48	9,2
	Ukupno	960	100	805	100	876	100	618	100	522	100
Vijesti	Vijesti-M	338	60,7	247	47,0	296	49,9	210	48,4	165	47,1
	Vijesti na naslovnici-M	88	15,8	95	18,1	173	29,2	92	21,2	80	22,9
	Vijesti-Ž	112	20,1	148	28,1	99	16,7	106	24,4	75	21,4
	Vijesti na naslovnici-Ž	19	3,4	36	6,8	25	4,2	26	6,0	30	8,6
	Ukupno	557	100	526	100	593	100	434	100	350	100
Kultura	M	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	na naslovnici-M	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Ž	3	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	na naslovnici-Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Ukupno	3	100	0	0	0	0	0	0	0	0
Sport	M	1	50,0	3	60,0	0	0,0	2	66,7	2	50,0
	na naslovnici-M	1	50,0	2	40,0	0	0,0	1	33,3	0	0,0
	Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	25,0
	na naslovnici-Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	25,0
	Ukupno	2	100	5	100	0	0	3	100	4	100
Mozaik	M	0	0,0	5	71,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	na naslovnici-M	0	0,0	2	28,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Ž	0	0,0	0	0,0	1	50,0	1	50,0	0	0,0
	na naslovnici-Ž	0	0,0	0	0,0	1	50,0	1	50,0	0	0,0
	Ukupno	0	0	7	100	2	100	2	100	0	0
Crna kronika, korupcija i sukob interesa	M	35	43,2	17	53,1	7	28,0	7	70,0	7	41,2
	na naslovnici-M	12	14,8	4	12,5	6	24,0	3	30,0	2	11,8
	Ž	25	30,9	7	21,9	8	32,0	0	0,0	5	29,4
	na naslovnici-Ž	9	11,1	4	12,5	4	16,0	0	0,0	3	17,6
	Ukupno	81	100	32	100	25	100	10	100	17	100

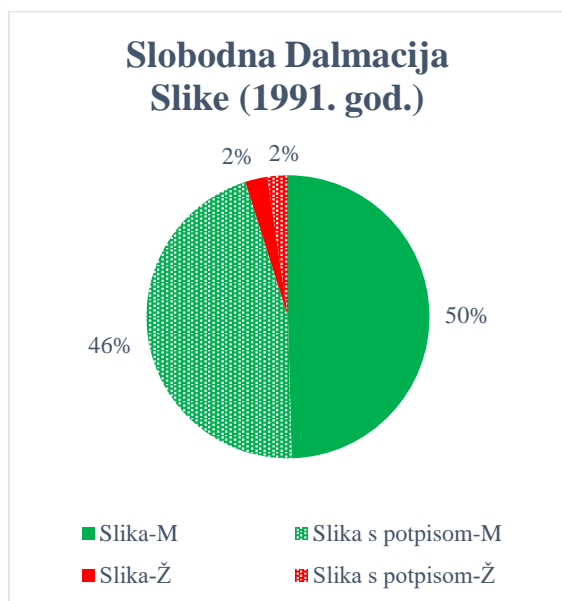
3.2.2. Slobodna Dalmacija

Rezultati istraživanja dnevnika *Slobodna Dalmacija* u razdoblju od 1991. do 1995. godine

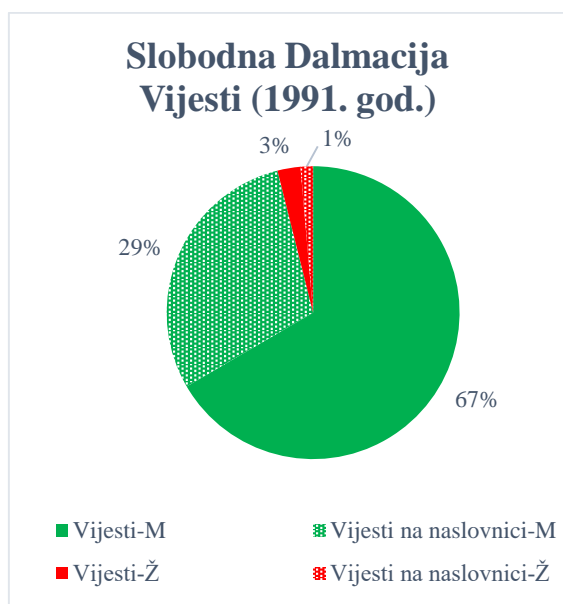
1991. godine političari su zastupljeni s 96,1 %, a političarke s 3,9 %. Fotografije političara vezanih uz članke čine 49,6 %, a političarki s fotografijom 2,5 %. Potpisanih fotografija političara bilo je 45,6 %, a političarki 2,3 %. U vijestima u 66,6 % primjera nositelji članaka su političari, a političarke u 2,5 % . Političari su se na naslovnici pojavili u 29,5 %, a političarke u 1,4 %. U rubrici iz kulture, sporta, crne kronike, korupcije i sukoba interesa političari i političarke nisu prisutni. U mozaičnim sadržajima jedan je članak vezan uz političara.



Grafikon 3.2.2.1. Zastupljenost političara i političarki u člancima *Slobodne Dalmacije* 1991. godine

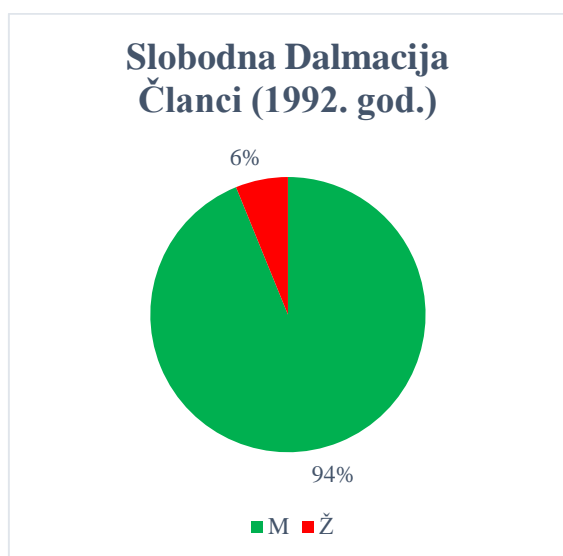


Grafikon 3.2.2.2. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u *Slobodnoj Dalmaciji* 1991. godine

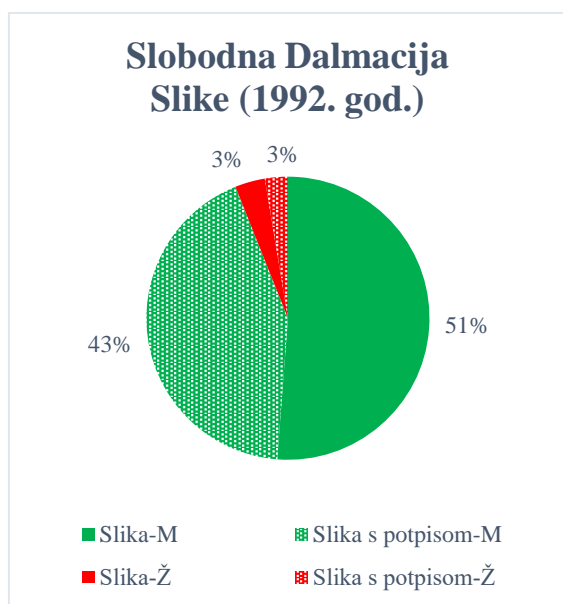


Grafikon 3.2.2.3. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici *Slobodne Dalmacije* 1991. godine

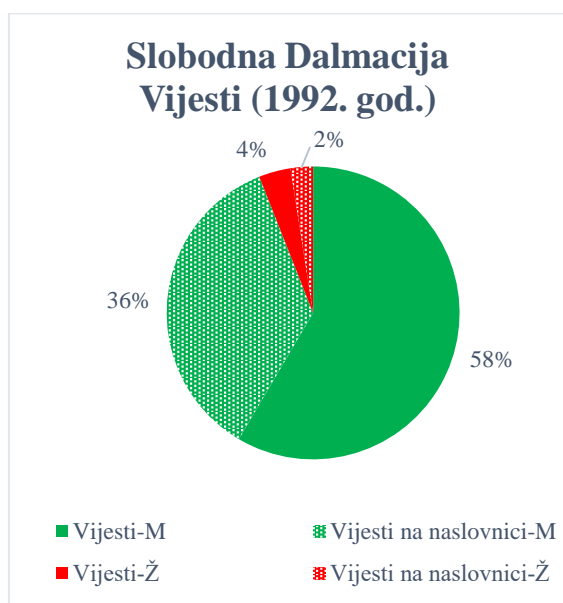
Tijekom 1992. godine političari su nositelji članaka u 93,8 %, a političarke u 6,2 % slučajeva. Članaka u relaciji s fotografijom političara je 51,2 %, a fotografiranih političarki 3,4 %. Potpisane fotografije političara čine 42,7 %, a političarki s potpisom bilo je 2,6 %. U vijestima 58,5 % je političara, a političarki 3,5 %. Vijestima na naslovnici političarima je pripalo 35,5 %, a političarkama 2,5 %. U rubrici iz kulture, sporta i mozaika političara i političarki nema, a u rubrici iz crne kronike, korupcije i sukoba interesa jedan je članak o političaru.



Grafikon 3.2.2.4. Zastupljenost političara i političarki u člancima *Slobodne Dalmacije* 1992. godine

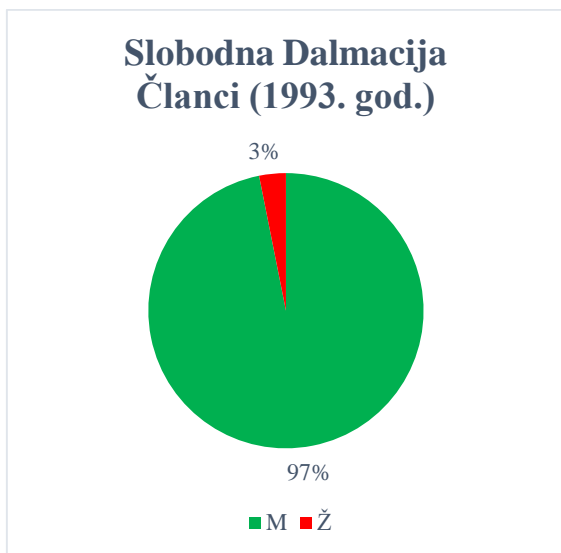


Grafikon 3.2.2.5. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u *Slobodnoj Dalmaciji* 1992. godine



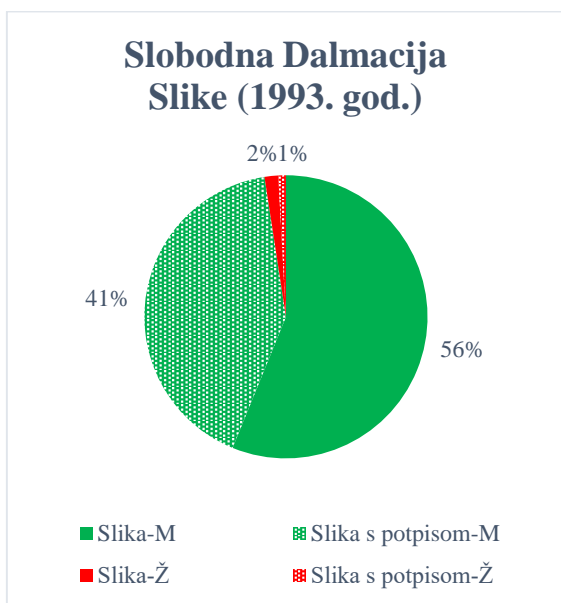
Grafikon 3.2.2.6. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici *Slobodne Dalmacije* 1992. godine

Za vrijeme 1993. godine političari su prisutni u 96,9 % članaka, a političarke u 3,1 %. Političara s fotografijom uz članak je 56,2 %, a političarki 1,6 %. Potpisanih fotografija političara bilo je 41,4 %, a političarki 0,9 %. Prisutnost političara u vijestima iznosila je 57,9 % dok je političarki 1,7 %. Vijesti na naslovnici zauzeli su u 39,1 % političari, a političarke su pozicionirane u 1,3 %. U rubrici iz kulture po jedan je članak vezan uz političara i političarku. U rubrikama iz kulture, sporta, crne kronike, korupcije i sukoba interesa ne bilo vezanih vijesti.

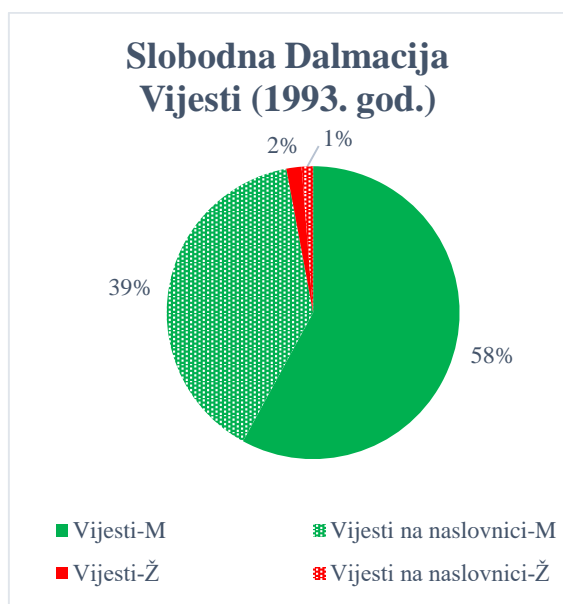


Grafikon 3.2.2.7. Zastupljenost političara i političarki u člancima *Slobodne Dalmacije* 1993.

godine

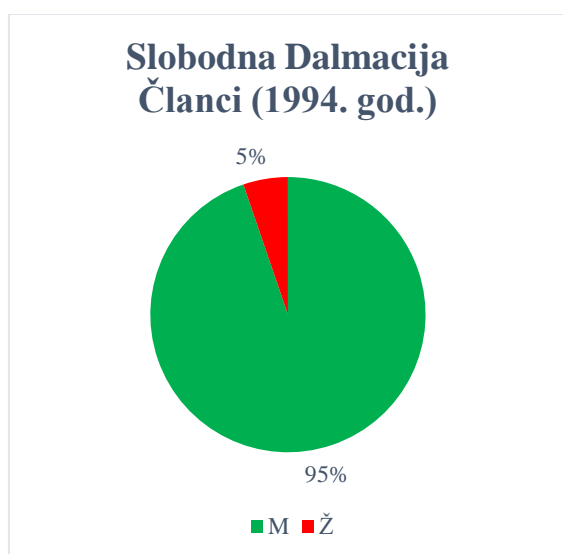


Grafikon 3.2.2.8. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u *Slobodnoj Dalmaciji* 1993. godine

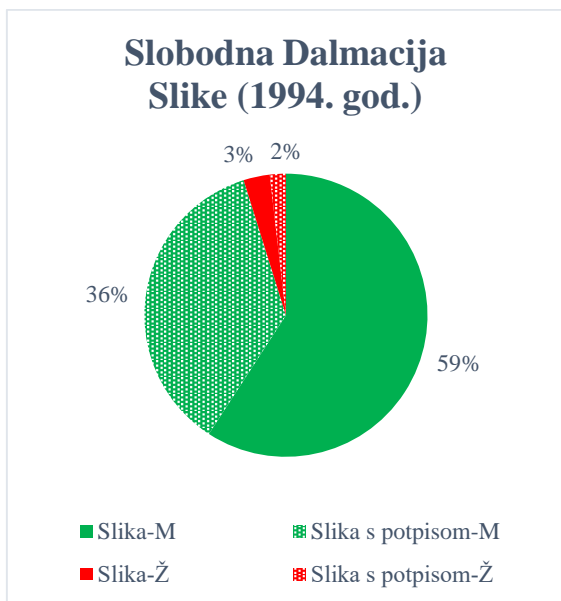


Grafikon 3.2.2.9. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici *Slobodne Dalmacije* 1993. godine

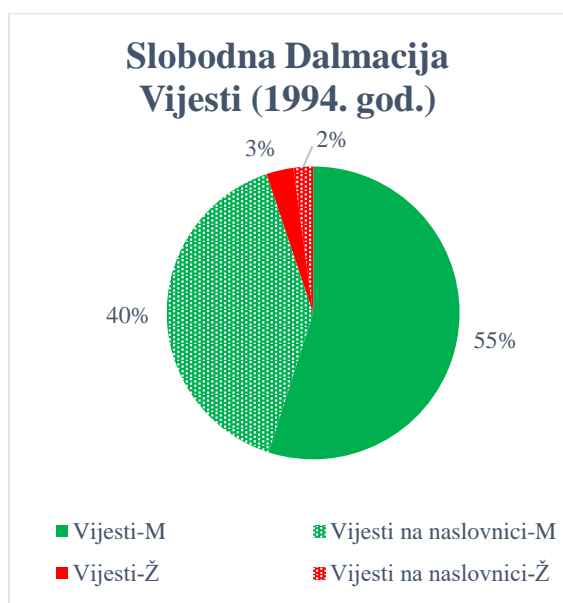
1994. godine pojedinačna prisutnost političara iznosila je 94,7 %, a političarki 5,3 %. Fotografiranih političara uz članke bilo je 59,2 %, a u istoj kategoriji političarke su zastupljene s 3 %. Fotografije s potpisom političara čine 36 %, a fotografirane i potpisane političarke javljaju se u 1,8 % primjera. U kategoriji vijesti 54,9 % odnosi se na političare, a 3 % na političarke. Političarima pripada 39,9 % vijesti na naslovnici, a političarkama 2,1 %. U rubrici iz kulture jedan je članak u relaciji s političarkom, a u sportskoj rubrici dva članka s političarima. U mozaičnim sadržajima ih nema. U rubrici iz crne kronike, korupcije i sukoba interesa četiri je članka političara i tri na naslovnici.



Grafikon 3.2.2.10. Zastupljenost političara i političarki u člancima *Slobodne Dalmacije* 1994. godine



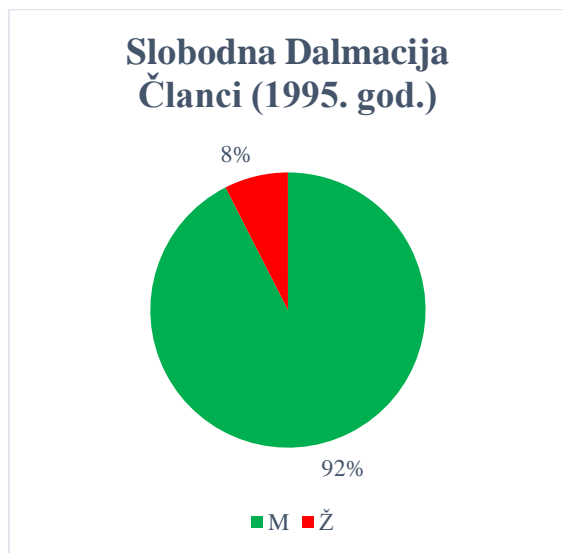
Grafikon 3.2.2.11. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u *Slobodnoj Dalmaciji* 1994. godine



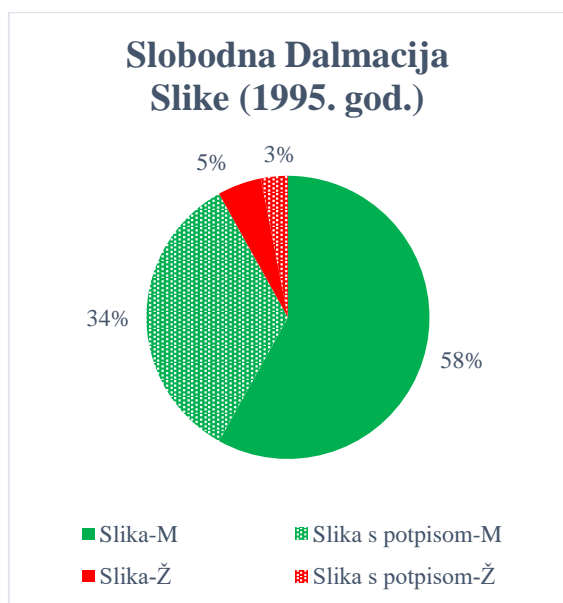
Grafikon 3.2.2.12. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici *Slobodne Dalmacije* 1994. godine

U 1995. godini političari jesu nositelji članaka u 92,5 % slučajeva, a političarke u 7,5 %. Fotografija političara u svezi s člankom bilo je 58,1 %, a fotografiranih političarki 5 %. Potpisani političari uz fotografiju jesu u 33,8 % primjera dok je političarki uz potpis 3,1 %. U vijestima 55 % je pojedinačnih članaka političara, a političarki 4,9 %. Vijesti na naslovnici povezane su u 37,3 % s političarima, a u 2,8 % s političarkama. U rubrici iz kulture četiri su članka u relaciji s političarima. U sportskoj rubrici tri su vijesti o političarima i jedan na

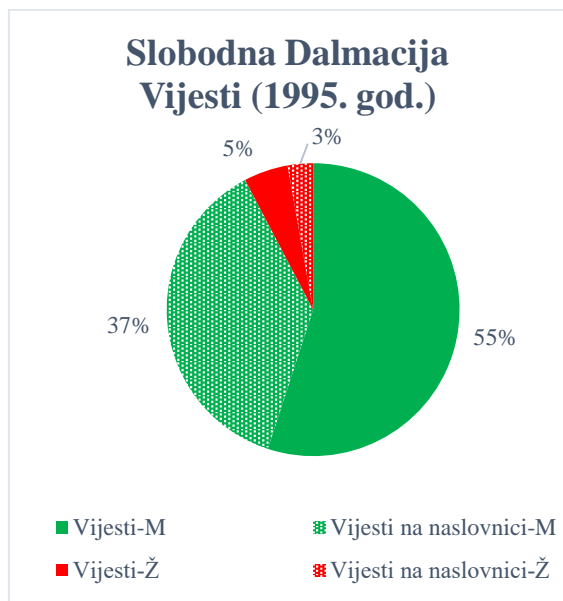
naslovnici. U mozaičnoj rubrici jedan je političar na naslovnici. U rubrici iz crne kronike, korupcije i sukoba interesa jedan je političar.



Grafikon 3.2.2.13. Zastupljenost političara i političarki u člancima *Slobodne Dalmacije* 1995. godine



Grafikon 3.2.2.14. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u *Slobodnoj Dalmaciji* 1995. godine



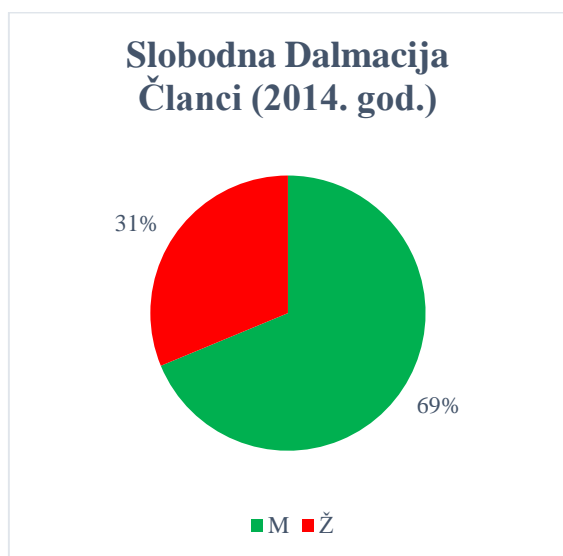
Grafikon 3.2.2.15. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici *Slobodne Dalmacije* 1995. godine

Tablica 3.2.2.1. Prikaz rezultata istraživanja dnevnika *Slobodna Dalmacija* u razdoblju od 1991. do 1995. godine

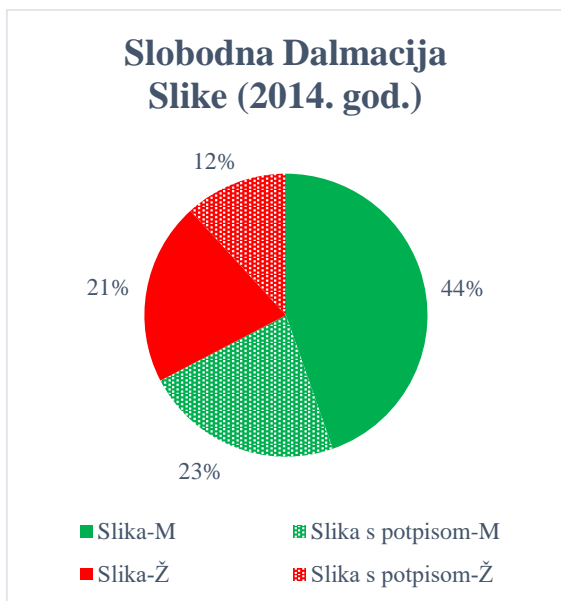
Slobodna Dalmacija		1991. g.		1992. g.		1993. g.		1994. g.		1995. g.	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Članci	M	417	96,1	457	93,8	464	96,9	451	94,7	407	92,5
	Ž	17	3,9	30	6,2	15	3,1	25	5,3	33	7,5
	Ukupno	434	100	487	100	479	100	476	100	440	100
Slike	Slika-M	234	49,6	254	51,2	324	56,2	355	59,2	323	58,1
	Slika s potpisom-M	215	45,6	212	42,7	239	41,4	216	36,0	188	33,8
	Slika-Ž	12	2,5	17	3,4	9	1,6	18	3,0	28	5,0
	Slika s potpisom-Ž	11	2,3	13	2,6	5	0,9	11	1,8	17	3,1
	Ukupno	472	100	496	100	577	100	600	100	556	100
Vijesti	Vijesti-M	289	66,6	283	58,5	277	57,9	256	54,9	236	55,0
	Vijesti na naslovnici-M	128	29,5	172	35,5	187	39,1	186	39,9	160	37,3
	Vijesti-Ž	11	2,5	17	3,5	8	1,7	14	3,0	21	4,9
	Vijesti na naslovnici-Ž	6	1,4	12	2,5	6	1,3	10	2,1	12	2,8
	Ukupno	434	100	484	100	478	100	466	100	429	100
Kultura	M	0	0,0	0	0,0	1	50,0	0	0,0	4	100,0
	na naslovnici-M	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Ž	0	0,0	0	0,0	1	50,0	1	100,0	0	0,0
	na naslovnici-Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Ukupno	0	0	0	0	2	100	1	100	4	100
Sport	M	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	100,0	3	75,0
	na naslovnici-M	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	25,0
	Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	na naslovnici-Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Ukupno	0	0	0	0	0	0	2	100	4	100
Mozaik	M	1	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	na naslovnici-M	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0
	Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	na naslovnici-Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Ukupno	1	100	0	0	0	0	0	0	1	100
Crna kronika, korupcija i sukob interesa	M	0	0,0	1	100,0	0	0,0	4	57,1	1	100,0
	na naslovnici-M	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	42,9	0	0,0
	Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	na naslovnici-Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Ukupno	0	0	1	100	0	0	7	100	1	100

Rezultati istraživanja dnevnika *Slobodna Dalmacija* u razdoblju od 2014. do 2018. godine

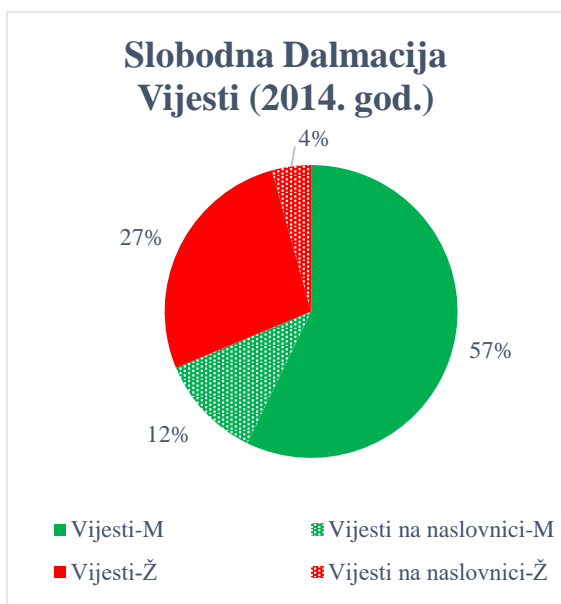
Prema dobivenim podacima za 2014. godinu zastupljenost političara iznosila je 68,8 %, a političarki 31,3 %. Fotografirani političari su u 44,6 % uz članke, a političarke u 20,9 %. Fotografija s potpisom političara javlja se u 22,7 %, a potpisanih političarki bilo je 11,8 %. Od ukupnog broja vijesti političari su nositelji u 57,2 %, a političarke u 27,0 %. Vijestima na naslovnici pripada 11,5 % pojedinačnih prikaza političara dok je političarki 4,3 %. U rubrici iz kulture nema vijesti za obje istraživane skupine. U sportskoj rubrici pet je vijesti povezano s političarima i jedna je vijest na naslovnici, a uz političarku se veže jedan članak. U mozaičnoj rubrici jedan je članak političara. U rubrici iz crne kronike, korupcije i sukoba interesa 17 je vijesti o političarima, 13 na naslovnici, 15 je vijesti o političarkama i dvije na naslovnici.



Grafikon 3.2.2.16. Zastupljenost političara i političarki u člancima *Slobodne Dalmacije* 2014. godine

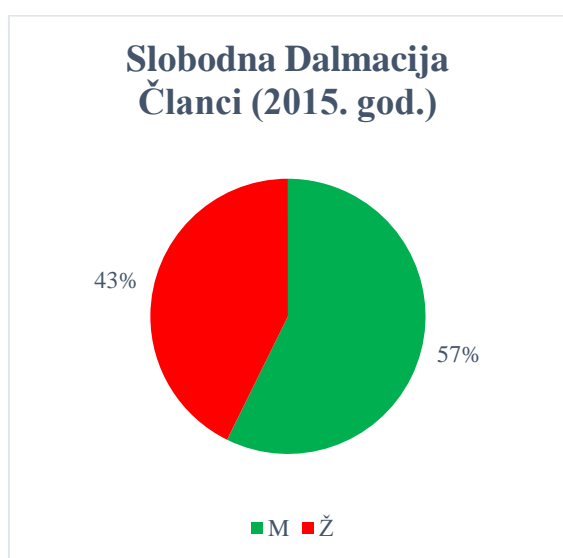


Grafikon 3.2.2.17. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u *Slobodnoj Dalmaciji* 2014. godine

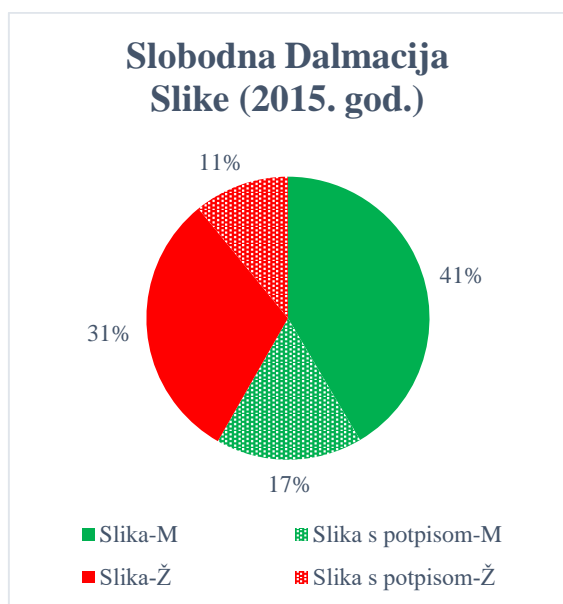


Grafikon 3.2.2.18. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici *Slobodne Dalmacije* 2014. godine

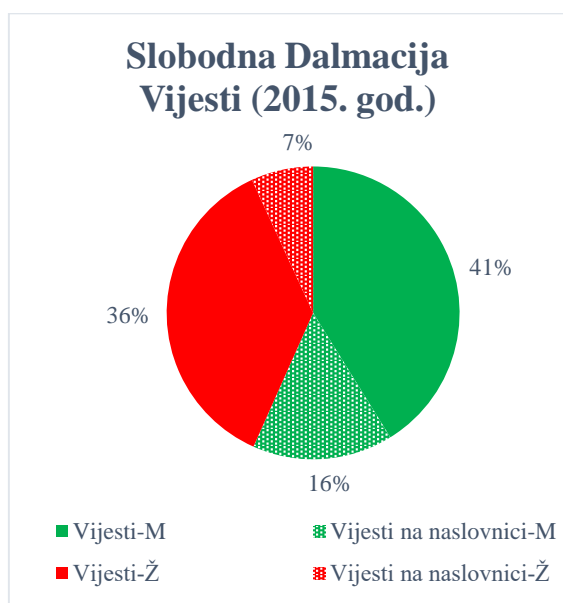
Za 2015. godinu rezultati su pokazali zastupljenost političara u 57,3 % primjera, a političarki u 42,7 %. Političari u relaciji s fotografijom prikazani su u 41,%, a političarke u 30,9 %. Potpisane fotografije političara javljaju se u 16,8 %, a političarki u 10,9 %. Političari su nositelji članaka iz vijesti u 41,2 %, a političarke u 36,5 % slučajeva. Vijesti na naslovnici zauzimaju političari u 15,5 %, a političarke u 6,9 %. U rubrici iz kulture i sporta nema vijesti istraživanih skupina. U mozaičnoj rubrici jedan je članak u svezi s političarem. U rubrici iz crne kronike, korupcije i sukoba interesa četiri su vijesti o političarima, tri na naslovnici, dvije su vijesti o političarkama i jedna na naslovnici.



Grafikon 3.2.2.19. Zastupljenost političara i političarki u člancima *Slobodne Dalmacije* 2015. godine



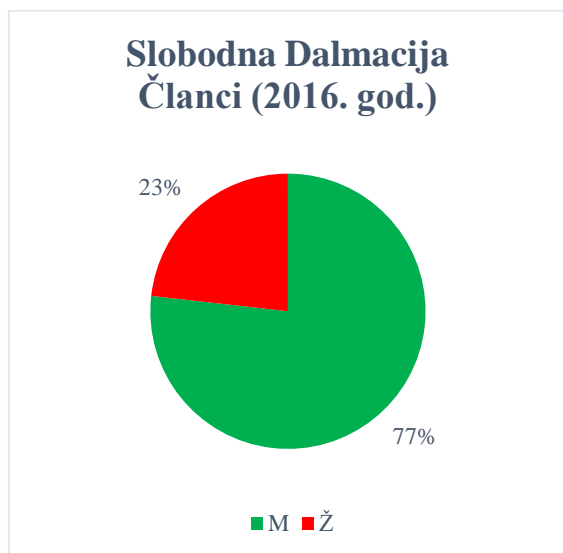
Grafikon 3.2.2.20. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u *Slobodnoj Dalmaciji* 2015. godine



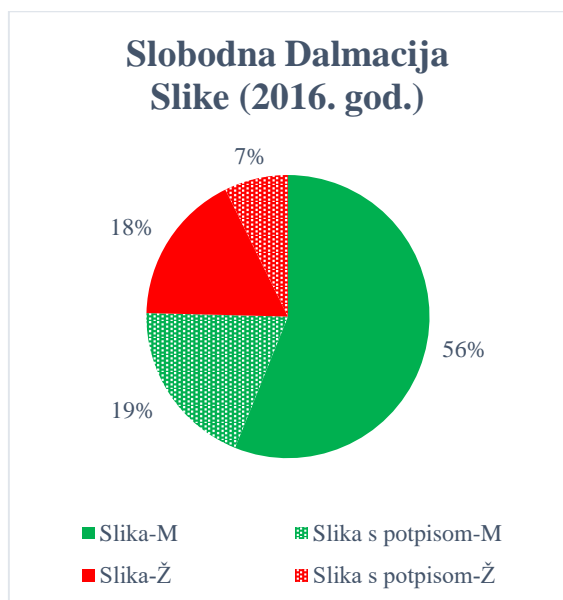
Grafikon 3.2.2.21. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici *Slobodne Dalmacije* 2015. godine

Rezultati iz 2016. godine prikazali su zastupljenost političara u 76,8 % i političarki u 23,2 % pojedinačnih članaka. Fotografije političara javljaju se u 56,1%, a političarki u 17,3 % primjera. Potpisane fotografije političara jesu u 19,3 % dok je političarki s potpisanim fotografijama bilo 7,3 %. Vijesti su u 59,1 % navoda u relaciji s političarima, a u 20,0 % s političarkama. Političari su prisutni u vijestima na naslovnici u 17,7 %, a političarke u 3,2 %. U rubrici iz kulture i mozaika nema članaka istraživanih skupina. U sportskoj rubrici dva su članka vezana uz

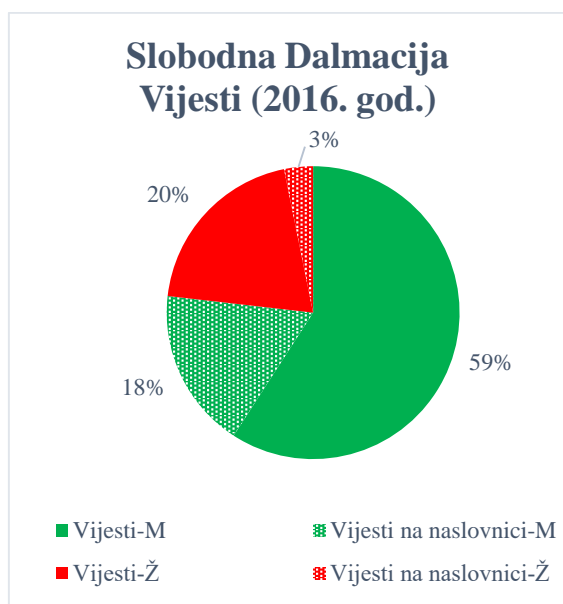
političare i jedan na naslovnici, a tri uz političarke i dva na naslovnici. U rubrici iz crne kronike, korupcije i sukoba interesa 17 je članaka o političarima i šest na naslovnici i tri su vijesti o političarkama.



Grafikon 3.2.2.22. Zastupljenost političara i političarki u člancima *Slobodne Dalmacije* 2016. godine

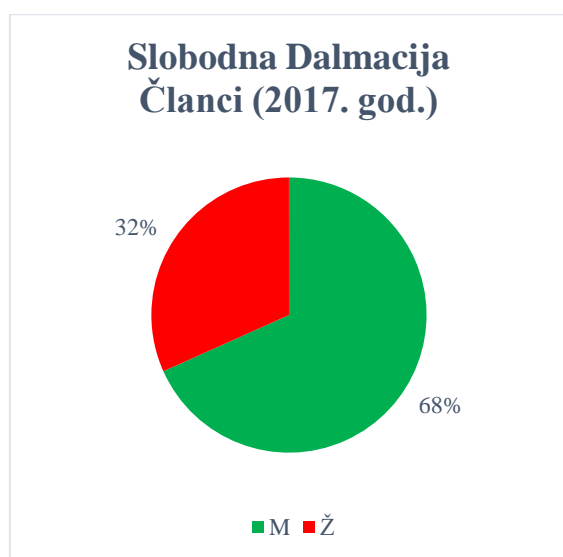


Grafikon 3.2.2.23. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u *Slobodnoj Dalmaciji* 2016. godine

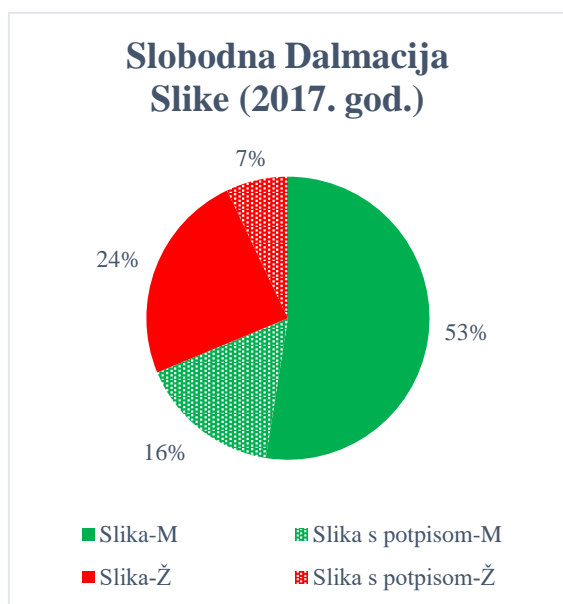


Grafikon 3.2.2.24. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici *Slobodne Dalmacije* 2016. godine

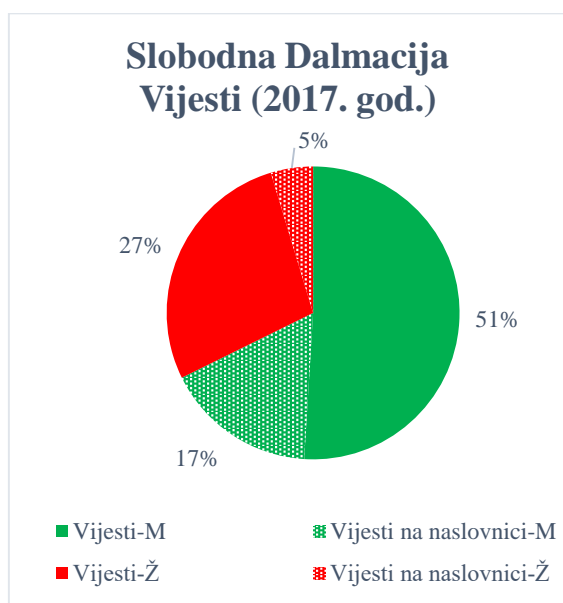
Prema rezultatima za 2017. godinu zastupljenost političara iznosi 68,3 %, a političarki 31,7 %. Političara s fotografijom je 52,5 %, a političarki 24,2 %. Potpisani političari su u 16,2 % dok su političarke potpisane u 7,1 % primjera. U vijestima pojedinačnih članaka političara bilo je 51 %, a političarki 27,6 %. Vijesti na naslovnici zauzeli su u 16,7 % političari, a u 4,7 % političarke. U rubrici iz kulture nema vezanih vijesti za istraživane skupine. U sportskoj rubrici jedna je vijest političara na naslovnici. U mozaičnim sadržajima jedna je članak političara i jedan na naslovnici te jedan članak političarke. U rubrici iz crne kronike, korupcije i sukoba interesa tri su vijesti o političarima i jedna na naslovnici.



Grafikon 3.2.2.25. Zastupljenost političara i političarki u člancima *Slobodne Dalmacije* 2017. godine



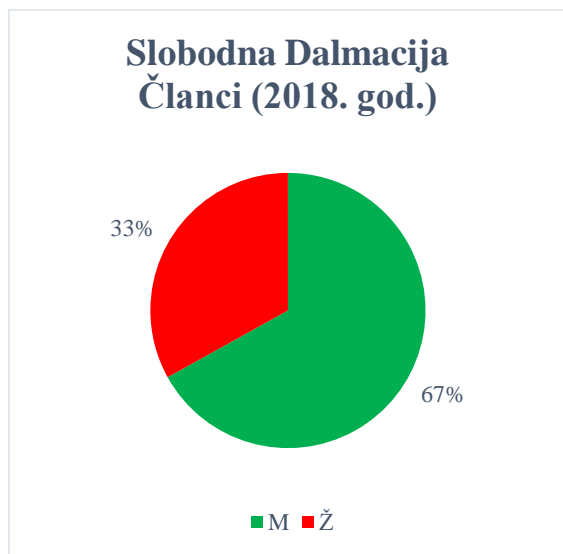
Grafikon 3.2.2.26. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u *Slobodnoj Dalmaciji* 2017. godine



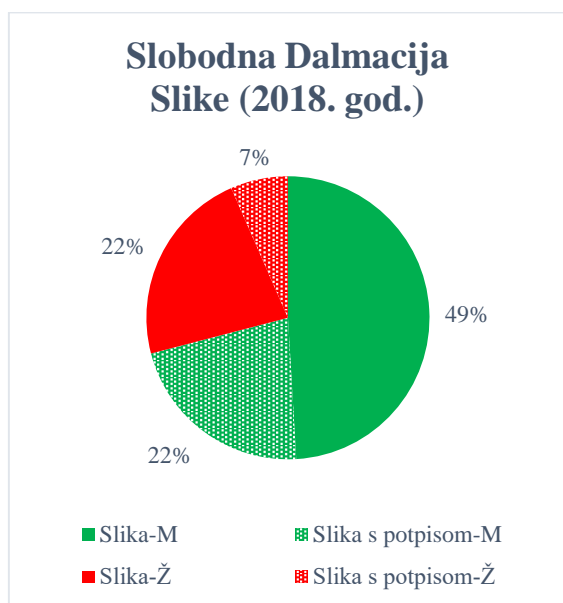
Grafikon 3.2.2.27. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici *Slobodne Dalmacije* 2017. godine

Podatci za 2018. godinu pokazali su da su političari zastupljeni u pojedinačnim člancima u 66,9 %, a političarke u 33,1 %. Fotografije političara pojavljuju se u 49,1 %, a političarki u 22,5 %. Potpis uz fotografiju političara istaknut je 21,9 %, a političarki u 6,6 %. U vijestima 57,3 % članaka odnosi se na političare, a na političarke 27,1 %. Političari su u vijestima na naslovnici u 10,7 %, a političarke u 4,9 % primjera.. U rubrici iz kulture i mozaika nema istraživanih podataka za obje skupine. U sportskoj rubrici u četiri je članka nositeljica političarka i u jednoj

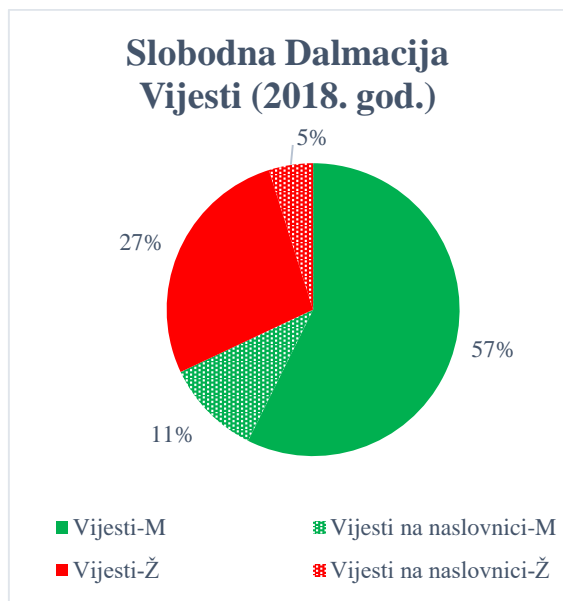
vijesti na naslovnici. U rubrici crne kronike, korupcije i sukoba interesa osam je članaka o političarima i jedan na naslovnici te jedan političarki i tri na naslovnici.



Grafikon 3.2.2.28. Zastupljenost političara i političarki u člancima *Slobodne Dalmacije* 2018. godine



Grafikon 3.2.2.29. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u *Slobodnoj Dalmaciji* 2018. godine



Grafikon 3.2.2.30. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici *Slobodne Dalmacije* 2018. godine

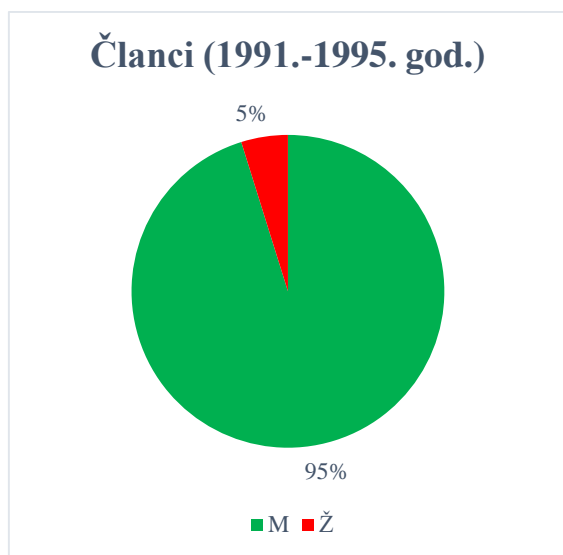
Tablica 3.2.2.2. Prikaz rezultata istraživanja dnevnika *Slobodna Dalmacija* u razdoblju od 2014. do 2018. godine

Slobodna Dalmacija		2014. g.		2015. g.		2016. g.		2017. g.		2018. g.	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Članci	M	231	68,8	165	57,3	291	76,8	181	68,3	166	66,9
	Ž	105	31,3	123	42,7	88	23,2	84	31,7	82	33,1
	Ukupno	336	100	288	100	379	100	265	100	248	100
Slike	Slika-M	216	44,6	156	41,5	285	56,1	178	52,5	157	49,1
	Slika s potpisom-M	110	22,7	63	16,8	98	19,3	55	16,2	70	21,9
	Slika-Ž	101	20,9	116	30,9	88	17,3	82	24,2	72	22,5
	Slika s potpisom-Ž	57	11,8	41	10,9	37	7,3	24	7,1	21	6,6
	Ukupno	484	100	376	100	508	100	339	100	320	100
Vijesti	Vijesti-M	159	57,2	114	41,2	204	59,1	131	51,0	129	57,3
	Vijesti na naslovnici-M	32	11,5	43	15,5	61	17,7	43	16,7	24	10,7
	Vijesti-Ž	75	27,0	101	36,5	69	20,0	71	27,6	61	27,1
	Vijesti na naslovnici-Ž	12	4,3	19	6,9	11	3,2	12	4,7	11	4,9
	Ukupno	278	100	277	100	345	100	257	100	225	100
Kultura	M	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	na naslovnici-M	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0
	na naslovnici-Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Ukupno	0	0	0	0	0	0	0	0	1	100
Sport	M	5	55,6	0	0,0	2	25,0	0	0,0	0	0,0
	na naslovnici-M	3	33,3	0	0,0	1	12,5	1	100,0	0	0,0
	Ž	1	11,1	0	0,0	3	37,5	0	0,0	4	80,0
	na naslovnici-Ž	0	0,0	0	0,0	2	25,0	0	0,0	1	20,0
	Ukupno	9	100	0	0	8	100	1	100	5	100
Mozaik	M	1	100,0	1	100,0	0	0,0	1	33,3	0	0,0
	na naslovnici-M	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	33,3	0	0,0
	Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	33,3	0	0,0
	na naslovnici-Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Ukupno	1	100	1	100	0	0	3	100	0	0
Crna kronika, korupcija i sukob interesa	M	17	36,2	4	40,0	17	65,4	3	75,0	8	50,0
	na naslovnici-M	13	27,7	3	30,0	6	23,1	1	25,0	4	25,0
	Ž	15	31,9	2	20,0	3	11,5	0	0,0	1	6,3
	na naslovnici-Ž	2	4,3	1	10,0	0	0,0	0	0,0	3	18,8
	Ukupno	47	100	10	100	26	100	4	100	16	100

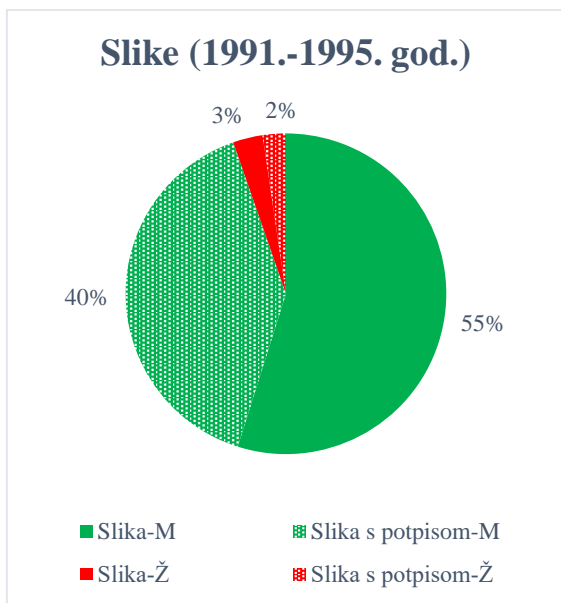
3.2.3. Komparacija

Ukupni rezultati dnevnika *Novi list* i *Slobodna Dalmacija* u razdoblju od 1991. do 1995. godine

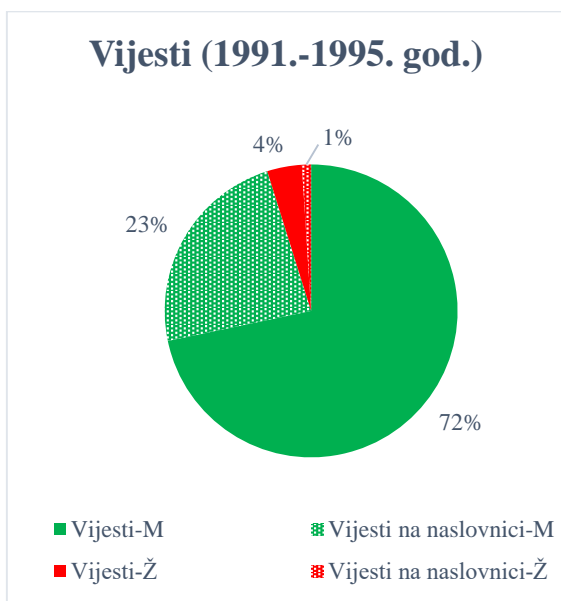
Prema dobivenim podacima za period rane tranzicije u Hrvatskoj u obje istraživane tiskovine političari su pojedinačno zastupljeni u člancima u 95,2 %, a političarke u 4,8 % slučajeva. Tekstovi političara bili su popraćeni fotografijom u 54,9 %, a političarki u 3,0 %. Pri tome je potpisanih fotografija političara 39,8 %, a političarki 2,3 %. U vijestima političari su se javljali u 71,7 %, a političarke u 3,8 % primjera. Političarima su pripale vijesti na naslovnici u 23,4 %, a političarkama u 1 %. Nositelji vijesti iz kulture u 69,2 % jesu političari dok su se političarke pozicionirale u 23,1 %. Na naslovnici političari su zastupljeni sa 7,7 %, a političarki nije bilo. U sportskoj rubrici političari čine 90 % svih vijesti i spominju se u 10% na naslovnici. Političarki u sportskim vijestima nije bilo. U mozaičnim sadržajima 71,4 % vezano je uz političare, a 14,3 % uz političarke. Na naslovnici je iz iste rubrike 14,3 % političara, a političarke nisu bile prisutne. U rubrici iz crne kronike, korupcije i sukoba interesa političarima je pripisano 75 % vijesti, a političarkama 4,2 %. U istom kontekstu na naslovnici je bilo 20,8 % političara i niti jedna političarka.



Grafikon 3.2.3.1. Ukupna zastupljenost političara i političarki u člancima *Novog lista* i *Slobodne Dalmacije* u razdoblju od 1991. do 1995. godine



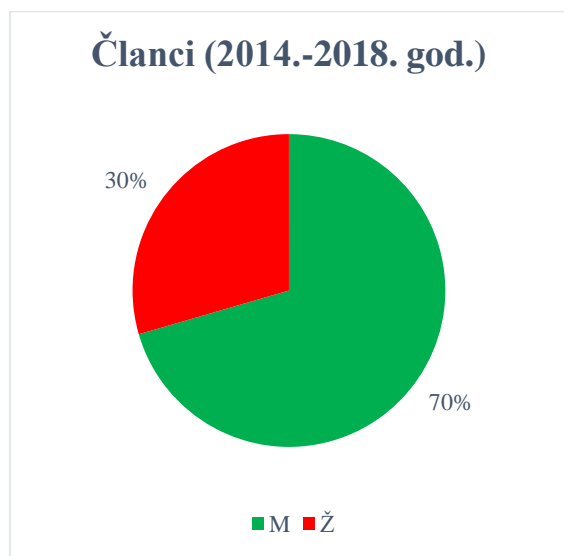
Grafikon 3.2.3.2. Ukupan omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u *Novom listu* i *Slobodnoj Dalmaciji* u razdoblju od 1991. do 1995. godine



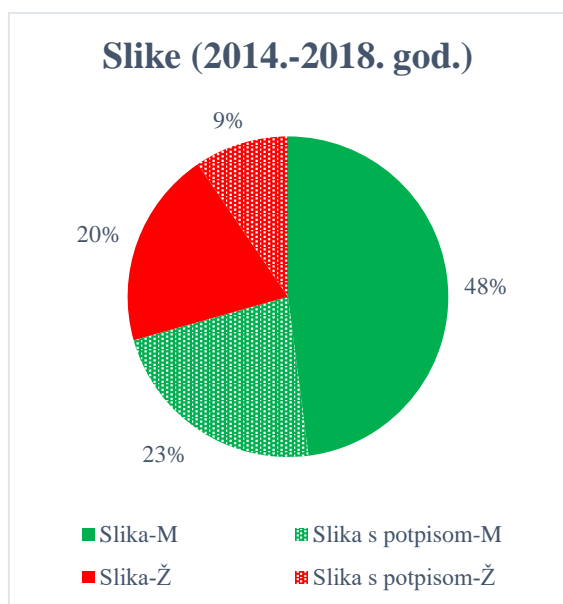
Grafikon 3.2.3.3. Ukupan udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici *Novog lista* i *Slobodne Dalmacije* u razdoblju od 1991. do 1995. godine

Ukupni rezultati dnevnika *Novi list* i *Slobodna Dalmacija* u razdoblju od 2014. do 2018. godine

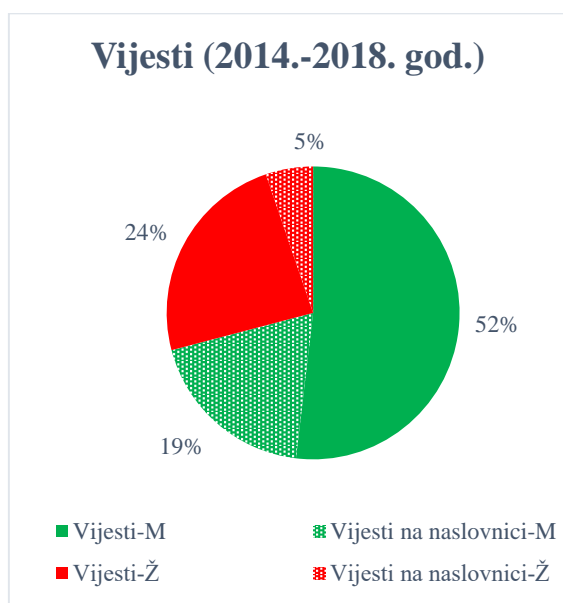
Rezultati posttranzicijskog razdoblja za obje dnevne novine pokazali su da su političari u pojedinačnim člancima bili zastupljeni s 70,5 %, a političarke s 29,5 %. Fotografirani političari javljaju se uz članak u 48 %, a fotografije političarki u 19,9 %. Potpisane fotografije političara slijede u 22,7 % dok je u političarki taj iznos 9,5 %. U vijestima političari su popraćeni u 51,9 %, a političarke u 23,9 % navoda. Vijesti na naslovnici pripadaju u 19 % političarima, a političarkama u 5,2 %. U rubrici iz kulture u četiri su vijesti nositeljice političarke, a političara nije bilo. U sportskoj rubrici političari su prisutni u 40,5 %, a političarke 24,3 % primjera. Političari na naslovnici u kontekstu sportskih vijesti javljaju se u 24,3 %, a političarke u 10,8 % . U mozaičnoj rubrici 50 % članaka vezano je uz političare, a uz političarke 18,8 %. Iz iste rubrike 18,8 % političara je na naslovnici kao i 12,5 % političarki. U rubrici iz crne kronike, korupcije i sukoba interesa političari se pojavljuju u 45,5 % vijesti, a političarke u 24,6 %. U tom smislu u 20,1 % političari se spominju u vijestima na naslovnici, a političarke u 9,7 % .



Grafikon 3.2.3.4. Ukupna zastupljenost političara i političarki u člancima *Novog lista* i *Slobodne Dalmacije* u razdoblju od 2014. do 2018. godine



Grafikon 3.2.3.5. Ukupan omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u *Novom listu* i *Slobodnoj Dalmaciji* u razdoblju od 2014. do 2018. godine



Grafikon 3.2.3.6. Ukupan udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici *Novog lista* i *Slobodne Dalmacije* u razdoblju od 2014. do 2018. godine

Tablica 3.2.3.1. Ukupan prikaz rezultata istraživanja *Novog lista* i *Slobodne Dalmacije* u razdobljima od 1991. do 1995. te od 2014. do 2018. godine

		1991-1995						2014-2018					
		Slobodna Dalmacija		Novi list		Ukupno		Slobodna Dalmacija		Novi list		Ukupno	
		f	%	F	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Članci	M	2196	94,8	5181	95,3	7377	95,2	1034	68,2	1906	71,8	2940	70,5
	Ž	120	5,2	254	4,7	374	4,8	482	31,8	749	28,2	1231	29,5
	Ukupno	2316	100	5435	100	7751	100	1516	100	2655	100	4171	100
Slike	Slika-M	1490	55,2	3385	54,7	4875	54,9	992	48,9	1793	47,4	2785	48,0
	Slika s potpisom-M	1070	39,6	2467	39,9	3537	39,8	396	19,5	921	24,4	1317	22,7
	Slika-Ž	84	3,1	183	3,0	267	3,0	459	22,6	695	18,4	1154	19,9
	Slika s potpisom-Ž	57	2,1	150	2,4	207	2,3	180	8,9	372	9,8	552	9,5
	Ukupno	2701	100	6185	100	8886	100	2027	100	3781	100	5808	100
Vijesti	Vijesti-M	1341	58,5	4046	77,5	5387	71,7	737	53,3	1256	51,1	1993	51,9
	Vijesti na naslovnici-M	833	36,4	928	17,8	1761	23,4	203	14,7	528	21,5	731	19,0
	Vijesti-Ž	71	3,1	217	4,2	288	3,8	377	27,3	540	22,0	917	23,9
	Vijesti na naslovnici-Ž	46	2,0	30	0,6	76	1,0	65	4,7	136	5,5	201	5,2
	Ukupno	2291	100	5221	100	7512	100	1382	100	2460	100	3842	100
Kultura	M	5	71,4	4	66,7	9	69,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	na naslovnici-M	0	0,0	1	16,7	1	7,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Ž	2	28,6	1	16,7	3	23,1	1	100,0	3	100,0	4	100,0
	na naslovnici-Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Ukupno	7	100	6	100	13	100	1	100	3	100	4	100
Sport	M	5	83,3	13	92,9	18	90,0	7	30,4	8	57,1	15	40,5
	na naslovnici-M	1	16,7	1	7,1	2	10,0	5	21,7	4	28,6	9	24,3
	Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	8	34,8	1	7,1	9	24,3
	na naslovnici-Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	13,0	1	7,1	4	10,8
	Ukupno	6	100	14	100	20	100	23	100	14	100	37	100
Mozaik	M	1	50,0	4	80,0	5	71,4	3	60,0	5	45,5	8	50,0
	na naslovnici-M	1	50,0	0	0,0	1	14,3	1	20,0	2	18,2	3	18,8
	Ž	0	0,0	1	20,0	1	14,3	1	20,0	2	18,2	3	18,8
	na naslovnici-Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	18,2	2	12,5
	Ukupno	2	100	5	100	7	100	5	100	11	100	16	100
Crna kronika, korupcija i sukob interesa	M	6	66,7	12	80,0	18	75,0	49	47,6	73	44,2	122	45,5
	na naslovnici-M	3	33,3	2	13,3	5	20,8	27	26,2	27	16,4	54	20,1
	Ž	0	0,0	1	6,7	1	4,2	21	20,4	45	27,3	66	24,6
	na naslovnici-Ž	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	5,8	20	12,1	26	9,7
	Ukupno	9	100	15	100	24	100	103	100	165	100	268	100

3.3. RASPRAVA REZULTATA ISTRAŽIVANJA

3.3.1. Statistika

Rezultati u prvom istraživanom razdoblju od 1991. do 1995. godine u dnevniku *Novi list* pokazali su vrlo nisku prisutnost političarki u člancima koja je, iako u malim pomacima, pokazivala tijekom godina blagu tendenciju rasta, od početnih 2,2 % 1991. godine do 7,5 % 1995. godine. Potom, uzevši u obzir članke s fotografijama političara i političarki, može se zaključiti da se uz političarke uglavnom veže i fotografija dok je 40 % manje članaka sa slikom političara. Razmatrajući fotografije s potpisom političara prosječno ih je 15 % nepotpisanih, a nepotpisanih fotografija političarki je svega 0,5 %. Nadalje, u vijestima političarke su u prosjeku zastupljene s 4,5 % i ta frekvencija stagnira tijekom cijelog istraživanog razdoblja. U vijestima na naslovnici gotovo da nema političarki s udjelom kroz čitav period ispod 1 %. U rubrici iz kulture četiri su članka političara i jedan političarke. U sportskoj rubrici u 13 članaka nositelji su političari i niti jedna žena iz čega se zaključuje da je sport percipiran isključivo kao muški posao. U rubrici crne kronike, korupcije i sukoba interesa 12 članaka povezano je s političarima, a jedan s političarkom. U mozaičnoj rubrici četiri su članka posvećena političarima, a jedan političarki.

U drugom istraživanom periodu od 2014. do 2018. godine dnevnika *Novi list* uočava se trend znatno veće participacije političarki u novinskim člancima i to sa sklonošću povećanja u rasponu od početnih 26 % 2014. godine do 31 % 2018. godine. U svezi članaka vezanih uz fotografije političara, za razliku od prethodnog razdoblja smanjio se broj fotografija političara i političarki iako su zastupljenije. Isto tako smanjen je postotak potpisanih fotografija političara i političarki. Ovakav omjer donekle bi se mogao pripisati promijenjenoj uređivačkoj politici dnevnog lista, intenzivnijem nepotpisivanju fotografija radi redukcije medijskog prostora, u ovom periodu na štetu političarki jer ih je manje fotografiranih iako su prisutnije. Imajući na umu da vizualizacija privlači pozornost publike, proizlazi da se političarkama na suprotan način od prvog razdoblja, kad ih je bilo zanemarivo malo, ali su bile fotografirane, u drugoj fazi uskraćuje vidljivost izostavljanjem fotografije.

U vijestima političarke su prisutnije nego u prethodnoj etapi s prosječno 22 %, a političari prevladavaju s prosječnih 50 %. U vijestima na naslovnici političarke su u prosjeku od 6 % donekle zastupljenije nego u ranoj tranziciji, a političara je 21 %. U rubrici iz kulture tijekom cijelog perioda tri su članka političarki. U sportskoj rubrici osam je članaka povezano s političarima, a jedan s političarkom što znači da muškarci i dalje dominiraju u vijestima iz sporta. U mozaičnoj rubrici pet članaka vezano je uz političare, a dva uz političarke. Iz iste

rubrike po dvije vijesti posvećene su političarkama i političarima. U rubrici iz crne kronike, korupcije i sukoba interesa dominantniji su političari i to s 73 članka, ali je i znatan broj političarki, njih 45 zastupljeno u toj rubrici. Uspoređujemo li pojavnost na naslovnici iz iste rubrike političarke su zamalo dostigle političare. Dakle, 27 je političara na naslovnici i 20 političarki. Ovakav rezultat može se objasniti medijskim senzacionalističkim pristupom i sklonosti isticanju afere bez obzira na spol involviranih osoba.

Prema dobivenim podacima iz prvog istraživnog razdoblja od 1991. do 1995. godine u dnevnoj novini *Slobodna Dalmacija* također je niska zastupljenost političarki u člancima s naznakama oskudnih pomaka od 3,9 % 1991. godine, do 7,5 % 1995. godine, identičnog rezultata kao za *Novi list*, s neznatno većim brojem članaka u početnim istraživanim godinama. Nadalje članci političarki pretežito su vezani uz fotografiju. Članaka fotografiranih političara je 47 % manje i 15 % ih je nepotpisanih, istovjetno kao u *Novom listu*. Ovakvi rezultati za razdoblje rane tranzicije iz oba dnevnika upućuju na to da iako su političarke zanemarivo prisutne u medijima, ali uglavnom fotografirane što potvrđuju ranije navedene teze o ženama kao seksualiziranim objektima. Točnije rečeno vizualni dojam pretpostavlja se kvantiteti medijske pojavnosti. Rezultati nepotpisanih fotografiranih političara iznose u prosjeku 15 %, isto kao i u *Novom listu*. Nepotpisanih fotografija političarki je 1 %, odnosno za zanemarivih 0,5 % više nego u riječkom dnevniku. U vijestima političarke su prisutne sa skromnih 3,12 %, dakle manje nego u uspoređivanom dnevniku. U vijestima na naslovnici političarke se javljaju u 2 %. U rubrici iz kulture pet je članaka povezano s političarima, a dva s političarkama. U sportskoj rubrici u pet su članaka nositelji muškarci i jedna je vijest na naslovnici. U mozaičnoj rubrici jedan je članak političara i jedan na naslovnici. U rubrici crne kronike, korupcije i sukoba interesa šest je članaka vezano uz vijesti o političarima i tri su na naslovnici. Političarki u ovoj rubrici nije bilo.

Rezultati ispitivanog razdoblja postranzicije od 2014. do 2018. za *Slobodnu Dalmaciju* pokazuju uvećanu prisutnost političarki u člancima koja varira, ovisno o godinama, od 23,2 % do 42,7 %. Ovako optimistična tendencija rasta participacije političarki u ispitivanom tiskanom mediju donekle može se pripisati većoj zastupljenosti političarki u javnom životu. Osim toga iz približavanja 50 postotnom sudjelovanju političarki u medijima moglo bi se zaključiti o promjeni patrijarhalnih obrazaca ponašanja i to u sredini koja je, kako je navedeno u podacima iz literature, tradicionalno konzervativna. Međutim, treba uzeti u obzir da se radi o periodu kada je na izborima za predsjednicu Republike Hrvatske izabrana kandidatkinja s desnog političkog spektra te je veća zastupljenost političarki u medijima prije svega posljedica njezine

medijske vidljivosti, a ne stvarnog pomaka u egalitarnim društvenim vrijednostima temeljenih između ostalog i na rodnoj ravnopravnosti. Zatim članci političarki u 9 % nisu vezani uz fotografiju dok članaka političara bez fotografije je 19 %. Dakle iako se proporcije smanjuju, mediji radije fotografiraju političarke unatoč nižoj sadržajnoj zastupljenosti. Nepotpisanih fotografija političara je 30 %, nekoliko postotaka više nego u *Novom listu*. Nepotpisanih političarki je 15 % što je 6 % više nego u riječkoj novini. U vijestima političarke su prisutne u 28 % samostalnih članaka, nešto više nego u *Novom listu*, što bi bio respektabilan postotak i napredak u odnosu na razdoblje rane tranzicije da se ne radi o već navedenom političkom kontekstu. U vijestima na naslovnici političarke se javljaju u 5 %. Ovo je rubrika koja možda najvjerodostojnije pokazuje patrijarhalne odnose u društvu budući da su u oba dnevnika i u obje etape dobiveni rezultati izuzetno niski. Drugim riječima, političarima i dalje pripada mnogo veća vidljivost, a time i sve razine moći od političke, ekonomske do obiteljske. U rubrici iz kulture političarka je nositeljica jednog članka. U sportskoj rubrici sedam je vijesti o političarima i pet na naslovnici. Osam je članaka u relaciji s političarkama i tri na naslovnici. Iako bi se iz ovih rezultata moglo zaključiti da se političarke više uključuju u sportske vijesti, treba imati na umu da je u ovoj etapi održan međunarodni događaj, Svjetsko nogometno prvenstvo, u kojem je ondašnja predsjednica Republike intenzivno sudjelovala praćenjem događanja, a ne stvarnim uključivanjem političarki u sportske vijesti. U mozaičnoj rubrici tri je članaka političara i jedan na naslovnici, a jedan političarke. U rubrici iz crne kronike, korupcije i sukoba interesa 49 je vijesti o političarima i 27 na naslovnici. O političarkama je 21 članak i šest na naslovnici. Podatci iz ove rubrike pokazuju supremaciju političara nad političarkama unatoč tome što ona nije toliko izražena kao u *Novom listu*. No, budući da su političari involviraniji u donošenje odluka, u većoj su mjeri u doticaju mogućih koruptivnih aktivnosti nego političarke.

Što se tiče ukupnih rezultata u oba dnevna lista za prvu istraživanu etapu pojedinačni članci političara iznose visokih 95,2 %. Na političarke se referira samo 4,8 % članaka što je gotovo zanemariv postotak. Kada uzmemo u obzir članke bez fotografija političara njihov iznos je 40 % dok je nefotografiranih političarki unatoč izrazito niskoj prisutnosti u medijima samo 1,8 %. Ovaj ukupni podatak kao i prethodni pojedinačni potvrđuju ranije navedenu tezu o medijskom akcentiranju ženske tjelesnosti koja suprimira druge sposobnosti i kvalitete žena. Nepotpisanih fotografija političara ukupno je 15 %, a političarki svega 0,7 %. Ovakav rezultat može se tumačiti činjenicom da su političari prepoznatljiviji u javnosti te ih nije potrebno isticati potpisom za razliku od političarki. U vijestima političari također premoćno dominiraju i to u 71,7 %.

Političarke su pak zastupljene sa samo 3,8 %. Političari zauzimaju 23,4 % vijesti na naslovnici, a političarke samo 1 %. I ovaj podatak u skladu je s pojedinačnim rezultatima – prominentna mjesta u medijskom prostoru rezervirana su za političare. U rubrici iz kulture, koja se tradicionalno smatra manje važnim, ženskim zanimanjem, dobiveni rezultati pokazuju drukčije. Naime, 69 % vijesti odnose se na političare i 7,7 % na naslovnici, a 23 % na političarke i niti jedna na naslovnici. Dakako da rezultat ne pokazuje društvenu promjenu u smislu interesa političara za ovo percipirano manje važno područje, nego je to vrijeme niske političke participacije žena u svim područjima pa tako i u kulturi. Rubrika sporta, kao što je više puta naglašeno, rezervirana je za muškarce. O tome svjedoči 90 % vijesti političara u sportskoj rubrici i 10 % na naslovnici. Političarki u sportskim vijestima nema. Na sličan način kao i u kulturi, u mozaičnim sadržajima prevladavaju političari i to s 71,4 % i 14,3 % na naslovnici. Političarke su prisutne u 14,3 % vijesti i niti jedna nije na naslovnici. Za očekivati je bila premoć žena, budući da mozaična rubrika implicira teme iz životnog stila, tako reći trivijalne sadržaje, no dobiveni su drugačiji rezultati. Objasniti ovaj ishod mogao bi se u ozračju početaka estradizacije političke scene, a radi veće zastupljenosti političara u medijskom prostoru vidljiviji su u neformalnim situacijama. U rubrici crne kronike, korupcije i sukoba interesa političari čine znatnu većinu vijesti, 75 % i 20,8 % ih je na naslovnici. Političarke su zastupljene u 4,2 % vijesti i niti jednom na naslovnici. Pod time se podrazumijeva dominacija političara u upravljačkim strukturama pa i dostupnost korupciji, nego što je to slučaj s političarkama.

Prema dobivenim ukupnim podacima u oba dnevnika za posttranzicijsko razdoblje opaža se tendencija znatnijeg rasta zastupljenosti političarki u pojedinačnim člancima s obzirom na period rane tranzicije. O tome svjedoči 70,5 % članaka političara i 29,5 % političarki. Zastupljenost žena od 30 % na mjestima upravljačkih pozicija postotak je koje promiču skandinavske zemlje u provođenju paritetne demokracije jer je utvrđeno da je takav omjer minimalan da bi žene mogle utjecati na donošenje odluka. Imajući u vidu ove podatke statistički gledano postignut je napredak u medijskoj vidljivosti političarki. Po drugom istraživanom parametru članaka bez fotografija političara bilo je 22,5 %, a nefotografiranih političarki 9,6 %. I u ovoj rubrici uočava se trend približavanja članaka nevezanih uz sliku što može ukazivati na nekoliko značajki: redukciju medijskog prostora radi pada tiraže tiskanih medija i ekonomske isplativosti te prepoznatljivost nositelja/ica članaka. Još uvijek veća zastupljenost fotografiranih političarki govori u prilog prethodnim navodima. Valja primijetiti da su mediji skloniji fotografiranju političarki što iako ima stereotipne implikacije, indirektno pojačava medijsku vidljivost političarki. Naime, članak uz fotografiju čitalačkoj publici prijemčiviji je. Stoga

ovakav pristup treba podržati, iako izvorno se ne provodi radi promicanja rodne ravnopravnosti, naročito u perpetuirajućim nasrtajima na ženska ljudska prava u hrvatskom društvu. Nepotpisanih fotografija političara ukupno je 25,3 %, a političarki 10,4 %. Ovaj podatak, za razliku od očekivanog, po svemu sudeći pokazuje odmak od stereotipa prema kojemu su žene osobe bez imena i identiteta. Činjenica je da su političarke manjina, ali je pozitivno to što je istraživanje utvrdilo da su više nego političari fotografirane i potpisane. U rubrici vijesti političari, unatoč tomu što prevladavaju, u 51,9 % članaka, političarke, za razliku od prve faze istraživanja smanjuju razliku te su zastupljene u 23,9 % kao nositeljice vijesti. Ono što ostaje konstanta je permanentno niska zastupljenost političarki na naslovnici, svega 5,2 % nasuprot 19 % političara. U rubrici iz kulture četiri je članaka političarki i niti jedan političara. To je očekivani rezultat prema kojem se političarkama dodjeljuju klišeizirani resori. U sportskoj rubrici 40,5 % vijesti odnosi se na političare i 24,3 % na naslovnici. Političarke su pozicionirane u 24,3 % i u 10,8 % na naslovnici. Kao što je već rečeno, visok udio političarki u sportskim vijestima pripisuje se, doduše, ženi na visokoj državnoj funkciji i sportskom događaju, a ne zaokretu u trendovima. U mozaičnoj rubrici 50 % je političara i 18,8 % na naslovnici. Političarki je 18,8 % i 12,5 % na naslovnici. Prema ovim podacima mediji su skloniji prikazima političara iako bi za očekivati bilo suprotno. U najmanju ruku medijima bi u fokusu estradizacije političke scene trebale biti političarke. Može li se to objasniti rastućoj svijesti političarki odmakom od banalizacije medijskih sadržaja ostaje otvoreno pitanje. U rubrici crne kronike, korupcije i sukoba interesa, očekivano, povećanom participacijom žena u politici zastupljenije su i u toj rubrici i to s 24,6 % i 9,7 % na naslovnici. Političari su prisutni u 45,5 % vijesti iz te rubrike i u 20,1 % na naslovnici.

Statistički prikaz političarki u medijima nedvojbeno odražava njihovu političku participaciju. Valja naglasiti da je na parlamentarnim izborima 1992. godine u tri saborska vijeća od 351 zastupnika bilo 6 žena što iznosi 1,7 %. Stoga je prisutnost političarki u medijima odraz njihove zastupljenosti u politici. U posttranzicijskom razdoblju ipak dolazi do pomaka u uključivanju žena u politiku no i taj broj u aktualnom sazivu parlamenta, od 2016. do 2020. godine iznosi 17,2 %. U istraživanje su uključene lokalne i regionalne političarke, ministrice te članice političkih stranaka na funkcijama, komparativno i njihove kolege na istim pozicijama.

Kvantitativno, zastupljenost političarki u ranoj tranziciji i posttranzicijskom razdoblju povećana je tek sporadično radi političarke Savke Dabčević-Kučar i visokopozicionirane dužnosnice izvorno iz desne političke opcije Kolinde Grabar-Kitarović. Primjera radi, na parlamentarnim izborima u rujnu 2016. godine u *Novom listu* bilo je samo pet pojedinačnih

članaka političarki, a 59 članaka političara. Ovaj podatak govori da je politika, uz skromne pomake i dalje posao rezerviran za muškarce. Uočava se trend političarki, iako malobrojnih, da zauzimaju medijski prostor u onolikoj mjeri i kako se pozicioniraju, u afirmativnom kontekstu i svojom karizmom poput Savke Dabčević-Kučar o čemu će se raspravljati u idućem poglavlju. Nasuprot tome, estradizacijom državničke funkcije, a time i medijskim prostorom prevladavat će od druge polovine 2014. godine Kolinda Grabar-Kitarović. Kao što tvrdi Barišić, za političare je postalo primarno sudjelovati u trivijalnim situacijama kako bi dobili adekvatan medijski prostor. Pokušaj je to da izostanak supstancijalne politike zamijeni hinjena pristupačnost i tako prikupe politički bodovi.²⁹⁵ Prije nastavka rasprave treba razjasniti pojam estradizacije političke scene. Prema opisu iz Anićevog rječnika estrada (estrade) riječ je preuzeta iz francuskog jezika, a označava pozornicu, ali i organiziranje i izvođenje zabavnih, koncertnih i kazališnih manifestacija.²⁹⁶ Govoreći o estradizaciji politike, po mišljenju Jakića, umijeće „prodavanja“ kandidata detaljnim režiranjem njihovih nastupa stvaralo se desetljećima. U tome sudjeluje sustav različitih eksperata poput agencija za odnose s javnošću, komunikologa, lobista, medijskih savjetnika, stručnjaka za neverbalnu komunikaciju i drugih aktera.²⁹⁷ Estradizacija politike fenomen je koji se pojavio u SAD-u pedesetih godina prošlog stoljeća. U Hrvatskoj se javlja promjenom društvenog uređenja i uvođenjem višestranačja. Premda su se i u bivšoj državi visokopozicionirani političari prikazivali poput *celebrityja*, ali u dalekoj manjem opsegu i pod strogim filterom za propuštanje sadržaja u javnost. Primjerice, Tito u društvu filmskih zvijezda Elizabeth Taylor i Richarda Burtona, potom njegove fotografije sa svojom obitelji i psom u ležernoj atmosferi. Razvoj novih medija, još od pojave televizije, istaknuo je važnost osmišljavanja medijskog nastupa političara. Osim sadržaja, nameće se izgled, vizualni prikaz kao dio cjelokupnog predstavljanja javnih osoba. Koliki je značaj dojma o kandidatu putem vizualnog iskustva, u prošlosti je najbolje pokazala američka predsjednička kampanja 1960. godine. John F. Kennedy pobijedio je protukandidata Richarda Nixona zato što je u sučeljavanju kandidata Kennedy imao bolji javni nastup. Bio je mlad, lijep i samouvjeren nasuprot vremenšnjog i blijedog Nixona. Televizija je od tada, odnosno mogućnost

²⁹⁵ Mato Barišić (2009) Političari postali veće zvijezde od estradnjaka. <https://www.dnevnik.hr/>. (pristupljeno 10.listopada 2019.)

²⁹⁶ Vladimir Anić, *Rječnik hrvatskoga jezika* (Zagreb: Novi Liber, 1991), s. v. „estrada“, 144.

²⁹⁷ Tomislav Jakić. Estradizacija politike (6. siječnja 2015) <https://www.tacno.net/novosti>. (pristupljeno 12.10.2019.)

vizualizacije kandidata, omogućila drukčiju percepciju osobnosti, a uloga medija postat će iznimno važna u političkoj areni. Način na koji se političari predstavljaju javnosti, u borbi za naklonost i glasove birača, izlazi iz sadržajnog okvira u pokušaju naglašavanja sličnosti s običnim, prosječnim čovjekom. No, sadržaja često i nedostaje kao i kompetencija pa je okret ka stvaranju dojma logičan slijed. Prosječan građanin neupućen je u Ustav, zakone i uglavnom nezainteresiran za temeljitije izborne analize. Ono što mu se prezentira jest dojam. Političari, poput filmskih zvijezda, usmjeravaju svoj medijski pristup tako da dobro izgledaju. U suvremenom društvu političari se pretvaraju u vizualno privlačno upakirane proizvode da bi se bolje prodavali, tj. kako bi pridobili što veću naklonost birača. Pri tome stvarni sadržaji ostaju prikriveni. Trivijalizacija i spektakularizacija politike narušavaju demokratske procese. No, to su neupitni trendovi koji su povezani s globalnim promjenama društva. Brzi životni stil potpomognut utjecajem novih tehnologija mijenja tradicionalno predstavljanje programa političkih kandidata i kandidatkinja. Mijenja se i retorika koja je usmjerena k populizmu, jednostavnim rješenjima za složene probleme zajednice. Ponuđene informacije su kratke i prijemčive jer samo takve mogu doprijeti do većine biračkog tijela. Estradizaciju političke scene poduprlo je tabloidno novinarstvo. Jednim od začetnika smatra se britanski medijski mogul Rupert Murdoch. Kriznu situaciju s niskom tiražom tiskanih medija podignuo je objavljivanjem privatnih detalja i događaja britanske kraljevske obitelji, slavni i politički angažiranih osoba. Prema autoru Johnu Streetu Murdoch je imao kontrolu nad uređivačkom novinarskom politikom, utjecaj na mišljenje javnosti pa čak i političku moć. Vođen komercijalnim interesom kompanije, njegovi mediji davali su podršku političkim opcijama za koje je procijenio da su u danom trenutku potrebne njegovim poslovnim interesima.²⁹⁸ S tim u vezi, u rubrici Magazin *Novog lista* objavljen je članak Seksi premijer. Prema anketi britanskog tabloida u Murdochovom vlasništvu „The News of the World“ birali su se najprivlačniji političari. Britanci su izabrali Johna Majora tadašnjeg premijera iz Konzervativne stranke.²⁹⁹ Može li se iza naizgled banalne ankete iščitati odraz podrške aktualnom premijeru, ostaje pitanje s neizravnim odgovorom.

Hromadžić ukazuje na nekoliko značajki estradizacije politike. Na prvome mjestu ona je neostvariva bez zainteresiranosti medija. Iako već iskazana definicija određuje medije kao posrednike u prijenosu komunikacije, uz to mediji su sastavni dio aktualnog društvenog trenutka. Oni ne samo da zrcale sliku društva, nego predočavaju odnose unutar medijskih

²⁹⁸ Street, 2003: 113–14.

²⁹⁹ *Novi list*, „Seksi premijer“, *Novi list* 45, br.273, 5. listopada 1991., 29.

institucija i sadržaja prikazujući sve oblike društvene realnosti: *Današnji mediji pridonose općoj spektakularizaciji, opipavaju tabloidne trendove i traže svoj financijski interes.*³⁰⁰

Eklatantan primjer estradizacije politike u Hrvatskoj je bivša Predsjednica Republike Hrvatske Kolinda Grabar Kitarović. Kapitalizirala je svjetsko nogometno prvenstvo u Rusiji 2018. godine u svrhu dodvoravanja biračima. Lišena stvarne političke moći, ograničena ustavnim ovlastima, predsjednica je pribjela populističkim metodama privlačenja glasova. Vožnjom komercijalnim letovima, odjećom usklađenom s dresom reprezentacije, posjetima nogometašima u privatne prostorije i preuveličanim navijačkim folklorom, Kolinda Grabar Kitarović tada je rejting porastao za 10 %³⁰¹. Primjer je manipulacije biračkim tijelom, dužnosnice bez sadržaja koji s obzirom na protokolarnu funkciju ne može niti imati, no s pomno planiranim medijskim nastupom. S druge strane, predsjednica je svoj autoritet mogla graditi zbiljskim ukazivanjem na negativne pojave u društvu koje su važne za promicanje rodne ravnopravnosti što je kao istaknuta javna osoba podzastupljenog spola mogla učiniti. Međutim nije se angažirala o prevenciji nasilja nad ženama, niti prigodničarski, povodom obilježavanja nacionalnog i međunarodnog dana borbe protiv nasilja nad ženama. Nije se niti oglasila pri aktualnim svjedočanstvima žena o postupanjima prilikom ginekoloških zahvata u bolnicama. Nogomet, zabava, spektakl, odnosno dojam, vanjština, dobra fotografija, podižu rejting, a ne sumorne priče zlostavljanih žena.

Načelno, posttranzicijsko razdoblje karakterizira, u skladu sa svjetskim trendovima preplavljanje senzacionalističkog novinarstva. Stoga je, kako je pokazalo i ovo istraživanje, veći broj političara i političarki u rubrici crne kronike i korupcije. Takvi sadržaji utječu na porast posrnule tiraže tiskovina radi utjecaja novih medija. Uz to, estradizacija političke scene, kao što su pokazali rezultati istraživanja, smjer je osmišljavanja imidža političkih osoba, bilo da se radi o političarkama ili političarima. Stoga su političari sve prisutniji u mozaičnim i tzv. *lifestyle* sadržajima što će biti potkrijepljeno primjerima u idućem poglavlju.

³⁰⁰ Hajrudin Hromadžić (2012). Politika, društvo spektakla i medijska konstrukcija realnosti. Časopis za politologiju, 50 (2), 60-74. [https:// www. ČASOPIS+ZA+POLITOLOGIJU](https://www.ČASOPIS+ZA+POLITOLOGIJU) (pristupljeno 12.10.2019.)

³⁰¹ Danas.hr (2018) Pogledajte što se dogodilo s rejtingom predsjednice. <https://net.hr/danas/hrvatska/pogledajte-sto-se-dogodilo-s-rejtingom-predsjednice-nakon-rusije-na-ovoj-razini-nije-bila-jos-od-veljace/> (pristupljeno 10. listopada 2019.)

Povrh toga, rezultati istraživanja pokazali su da je završetkom Domovinskog rata i već spomenutom zaokretu prema estradizaciji i senzacionalizmu u politici, zamjetno manji broj isključivo političkih sadržaja i prema tome manji broj pojedinačnih članaka političara i političarki jer medijski prostor zauzimaju druge teme, od gospodarstva, crne kronike, sporta i mozaičnih priloga. Tako su na primjer teme na naslovnica iz domene crne kronike, koruptivne afere političara i političarki, sportski događaji i medijski spektakli.

Povrh toga, mediji, naročito tiskani, u borbi za povećanje naklade, prilagođavaju se čitalačkoj publici. Stoga su rezultati za *Slobodnu Dalmaciju* u posttranzicijskom razdoblju u ispitivanim rubrikama članci, slike i vijesti za prosječno 5 % bolji u korist političarki. Međutim, kao što je već naglašeno, takvi podatci pripisuju se predsjednici Republike, kandidatkinji hrvatske desne političke stranke, te je za očekivati da će navedeni dnevnik favorizirati pripadnicu tradicionalno desnog biračkog tijela. Pri tome nešto uvećani postotak u ispitivanim rubrikama ne znači civilizacijski pomak u ženskim ljudskim pravima, nego medijsku pristranost bez obzira na spol. Iznimka su vijesti na naslovnici u kojima u *Novom listu* za 6,8 % prevladavaju političarke u usporedbi sa *Slobodnom Dalmacijom*. *Novi list* je prema ovom podatku isticao političarke na naslovnici u većoj mjeri, ali je u popratnom članku involvirao i druge dionike iz političkog života. Konačno, u rubrici iz crne kronike, korupcije i sukoba interesa, u komparaciji oba dnevnika, u *Slobodnoj Dalmaciji* prevladavaju političari u vijestima i u vijestima na naslovnici, a političarke u *Novom listu* u vijestima i vijestima na naslovnici. Je li se u ovom slučaju *Novi list* priklonio tabloidnom novinarstvu na štetu žena, ostaje otvorena opcija. Pri tome se treba voditi činjenicom da u politici nadmoćno prevladavaju muškarci pa je i logično da ih je više u koruptivnim aktivnostima.

Premda je istraživanje pokazalo određene pomake u medijskoj zastupljenosti i percepciji političarki, Hrvatska je u svojoj kulturi konzervativno društvo. Žene se nastoji udaljiti od struktura moći, pristupa resursima i u konačnici marginalizirati u donošenju odluka. U oba istraživana dnevna lista rezultati su podjednaki bez obzira što se radi o politički disparatno orijentiranim županijama. To znači da klasična podjela na ljevicu i desnicu, kao što je rečeno u pregledu literature, prema nekim autorima gubi granicu pa i po pitanju rodne ravnopravnosti. Ovo istraživanje je pokazalo da tradicionalna ljevica na strani slabijih društvenih skupina više ne postoji. Razloge za to, osim navedenih u literaturi, treba tražiti u medijskom podilaženju publici, bez obzira na profil dnevnika, u plasmanu sadržaja koji će polučiti financijski povoljniji ishod, naročito u tiskanim medijima nedvojbeno pogođenim naletom novi komunikacijskih kanala. Pri tome treba imati na umu, bez obzira o kojem se političkom spektru govori te unatoč

zamagljenoj granici političkih svjetonazora, žene su u hrvatskoj politici, medijima i u društvu blijedo vidljive. Nепреpoznat su i nekorisćen potencijal, izložene stereotipima, diskriminaciji i seksizmima o čemu će na konkretnim primjerima biti iskazano u idućem poglavlju. U konačnici, time se nanosi šteta društvu u cjelini koje ne koristi sve svoje resurse. O tome svjedoči općepoznata činjenica da su države s paritetnom demokracijom najnaprednije u svijetu u svim područjima djelovanja, javnom, ekonomskom, socijalnom, kulturnom. To su zemlje koje se smatraju društvima blagostanja. Tome je tako jer žene u upravljačkim strukturama uvode inkluzivne politike koje muškarci uglavnom ignoriraju poput zaštite ženskih ljudskih prava, kulture dijaloga, timskog rada, manje sklonosti rizičnim postupcima i korupciji. Međutim, za patrijarhalno hrvatsko društvo veća participacija žena u politici do sada nije pokazala da su se žene zaista zauzimale za pitanja od važnosti za naprednije društvo, već su se priklanjale hijerarhijski nadređenim muškarcima o čemu možda najbolje govori djelovanje političarki u Hrvatskom saboru. Tome pridonosi niska politička kultura koja penalizira izdvojena mišljenja unutar političkih stranaka te su se i malobrojne političarke u Parlamentu povinovale stranačkoj stezi. Hrvatska u području rodne ravnopravnosti od početka devedesetih godina regredira, a danas stagnira. Ovo istraživanje usmjereno k pozicioniranju političarki u medijima pokazalo je da su pomaci nedostadni za bitnije uključivanje žena u procese javnog djelovanja i donošenju odluka.

3.3.2. Kontekstualizacija

Atribuiranje političarki u dnevniku *Novi list*

Imajući na umu patrijarhalne odnose u hrvatskom društvu u kojem se muškarac određuje kao norma, a žena kao devijacija, u ranoj fazi tranzicije jezik je podržavao prevladavajuće društvene obrasce. To potvrđuje nekoliko primjera. Bivšoj britanskoj premijerki Margaret Thatcher pridaje se politička funkcija u muškom rodu: *Bivši britanski premijer Margaret Thatcher odlučila je da se povuče iz aktivnog političkog života. Ona je najavila da se na predstojećim parlamentarnim izborima neće kandidirati za poslanika Konzervativne partije...Margaret Thatcher bila je poslanik u okrugu Finchleya 31 godinu, a posljednjih 11 provela je na mjestu premijera. Po stažu, ona je sad jedan od najstarijih poslanika britanskog parlamenta.*³⁰²

Na isti način atribuiraju se tadašnja poljska premijerka: *Prvi ministar Hanna Suchocka zalaže se za pragmatizam u poljskoj transformaciji*³⁰³ kao i novoizabrana premijerka Pakistana: *Pakistanski parlament izabrao novog premijera: povratak Benazir Buto.*³⁰⁴

Isto tako o prvoj premijerki Francuske, Edith Cresson, vijest navodi da je prva žena koja je ikad imenovana „premijerom“ u Francuskoj: *Bila je ministar poljoprivrede, ministar vanjske trgovine i ministar za europska pitanja. Bila je socijalistički poslanik u Europskom parlamentu.*³⁰⁵

U vijesti o imenovanju Vesne Girardi-Jurkić za pomoćnicu ministra prosvjete i kulture primijenjena je rodna nedosljednost u jeziku te je u naslovu funkcija navedena ispravno: *Vesna Girardi-Jurkić – pomoćnica ministra prosvjete i kulture*, a u tekstu vijesti u muškom rodu: *Na jučerašnjoj sjednici vlada je na funkciju pomoćnika ministra prosvjete i kulture imenovala mr. Vesnu Girardi-Jurkić.*³⁰⁶

³⁰² Tanjug, „Margaret Thatcher se povlači iz politike“, *Novi list* 45, br. 62, 5. svibnja 1991., str. 16.

³⁰³ James L. Graf, „Strpljenje i oprez“, *Novi list* 47, br. 197, 24. srpnja 1993., str.10, preuzeto iz časopisa Time

³⁰⁴ Reuter/Hina, „Pakistanski parlament izabrao novog premijera: povratak Benazir Buto“, *Novi list* 47, br. 285, 20. listopada 1993., str.21.

³⁰⁵ AFP/Hina, „Prva premijerka u Francuskoj“, *Novi list* 45, br. 132, 16. svibnja 1991, str. 16.

³⁰⁶ *Novi list*, Vesna Girardi-Jurkić – pomoćnica ministra prosvjete i kulture, *Novi list* 45, br. 57, 28. veljače 1991, str. 5.

Slično tomu unaprijeđena u ministricu, Girardi-Jurkić u intervjuu samu sebe oslovljava funkcijama u muškom rodu: *Kao kandidat za gradonačelnika Pule javila sam se misleći da ću tako moći ostvariti niz ideja...Bez obzira na to što ja nisam izabrana za gradonačelnika, moj program je napisan i moći ćemo mjeriti što je tko od svojih programa ostvario*³⁰⁷ te odgovara na novinarsko pitanje: *Ljudi ne vole žene ministre.*³⁰⁸

S obzirom na to da je istraživanje pokazalo da razdoblje rane tranzicije karakterizira izuzetno niska zastupljenost političarki, novinar je pomoćnici ministrice uputio diskriminirajuće pitanje otkud zanimanje za političkim angažmanom. Politika je tada, kao što su pokazali rezultati istraživanja, bila uglavnom muško zanimanje.

Potom u članku prenijetom iz tadašnjeg tjednika *Danas* „Kako tiskati hrvatski novac“, kao autorica članka navodi se: *mr. Lidija Jurković, član Malog vijeća HSLŠ-a.*³⁰⁹

Ponovo je Vesna Jurkić-Girardi oslovljena u muškom rodu: *Mr. Vesna Girardi-Jurkić, pomoćnik ministra prosvjete i kulture: Alibabina spilja na Brijunima*³¹⁰ kao i prva premijerka Turske: *Prva žena–premijer u Turskoj*³¹¹ te Dolores Mrša: *Dolores Mrša, tajnik HKDS-a Rijeka.*³¹²

Kao ilustracija nominiranja političkih funkcija žena u muškom rodu može poslužiti i sljedeći primjer: *Catherine Tizard, generalni guverner Novog Zelanda, istaknula je važnu ulogu koju stanovnici hrvatskog podrijetla imaju u toj zemlji. Veleposlanik Republike Hrvatske za Novi Zeland mr. Neven Jurica predao je jučer u Aucklandu vjerodajnice generalnom guverneru Novog Zelanda njezinoj ekscelenciji Catherine Tizard.*³¹³

U skladu s tim atribuirao se zamjenica ministra turizma Vinka Cetinski: *Zamjenik ministra turizma u vladi Republike Hrvatske.*³¹⁴

³⁰⁷ Vlado Mandić, „Kulturu na tržište“, *Novi list* 45, br. 95, 8. travnja 1991, str. 16.

³⁰⁸ Nino Đula, „Ljudi ne vole žene ministre“, *Novi list* 48, br. 129, 14. svibnja 1994., str. 6–7.

³⁰⁹ Lidija Jurković, „Kako tiskati hrvatski novac“, *Novi list* 45, br. 239, 1. rujna 1991., str. 19.

³¹⁰ David Marjan Fištrović, „Alibabina spilja na Brijunima“, *Novi list* 46, br.10, 11.siječnja 1992, str. 6–7.

³¹¹ Reuter/Hina, „Prva žena- premijer u Turskoj“, *Novi list* 47, br.159, 15. lipnja 1993., str. 28.

³¹² Sergej Gerc, „Riječani su ljudi široka srca“, *Novi list* 48, br. 144, 31. svibnja 1994., str. 14–15.

³¹³ Hina, „Jurica predao vjerodajnice“ *Novi list* 47, br.91, 3. travnja 1993., str.2.

³¹⁴ Ivo Kirigin, „Riječki karneval mega-projekt u službi turizma“, *Novi list* 48, br. 72, 15. ožujka 1994., str.6–7.

Kolika je nedosljednost atribuiranja političarka i političarki u lingvističkom smislu pokazuje podnaslov: *Predsjednica Hrvatske narodne stranke najavljena kao mogući novi predsjednik Republike Hrvatske.*³¹⁵

U atribuciji političarki slijedi oslovljavanje imenom, a političara prezimenom. Na temelju toga kompariraju li se naslovi vijesti, uočavaju se razlike u imenovanju. Tako je na primjer naslovljen članak: *Tuđmanova čestitka*“ za razliku od: *Savka u Osijeku: do konačne pobjede*³¹⁶.

Problem rodnih jezičnih stereotipa nije samo u pisanju i govoru, nego obuhvaća stereotipe vezane uz poslove koja se dodjeljuju ženama i muškarcima. Na ovom primjeru uočava se da bi funkcija predsjednika Republike u tadašnje vrijeme trebala biti isključivo vezana uz muškarce. Dva desetljeća kasnije taj će se trend ipak promijeniti što će pokazati daljnje istraživanje. Neprihvatanje žene na funkciji predsjednice vidljiv je i iz sljedećeg naslova: *Savka za predsjednika.*³¹⁷

³¹⁵ *Novi list*, „HNS neće bojkotirati izbore niti će nastupiti u koaliciji“, *Novi list* 46, br. 155, 8. lipnja 1992., str. 28.

³¹⁶ *Novi list*, Tuđmanova čestitka, *Novi list* 46, br.6, 7. siječnja 1992., *Novi list*, „Savka u Osijeku: do konačne pobjede“, *Novi list* 46, br.6, 7 siječnja 1992.

³¹⁷ *Novi list*, „Savka za predsjednika“, *Novi list* 46, br. 173, 26. lipnja 1992. godine, str.2.

SREDIŠNJI ODBOR HNS-a

SAVKA ZA PREDSJEDNIKA

Vladin paket mjera stabilizacije – destabilizacijski

Dana, 24. lipnja 1992. u Zagrebu je održana sjednica Središnjeg odbora Hrvatske narodne stranke.

Na sjednici je bilo govora o općoj političkoj situaciji u Hrvatskoj, o našoj gospodarskoj situaciji, posebno o tzv. »Vladinu paketu mjera stabilizacije« za koji je izraženo mišljenje da on neće biti stabilizacijski, već destabilizacijski i u konačnici rezultirati inflatornim procesima.

Razgovarajući o predstojećim izbornim djelatnostima, Središnji je odbor Hrvatske narodne stranke jednoglasno i uz gromoglasan pljesak sa svoga kandidata za predsjednika Republike Hrvatske izabrao predsjednicu prof. dr. Savku Dabčević-Kučar, ni trenutka ne dvojeći o njezinoj izbornoj pobjedi, stoji u priopćenju tajništva HNS-a.



Slika 3.3.2.1 : Rodni seksizam u jeziku

Izvor: *Novi list* 46, br. 173, 26. lipnja 1992. godine, str.2

U atribuiranju političarki, ali i žena u hrvatskom društvu općenito često se može susresti jezični stereotip *gospođica*. U patrijarhalnom poretku diskriminiraju se udane žene, gospođe i neudane žene, gospođice. Takva podjela ne postoji u imenovanju muškaraca. Muškarci su bez obzira na bračni status – gospoda. Nedopuštenim uplivom u privatni život žena patrijarhat nameće stereotipnu rodnu ulogu supruge. Time je opetovano pokušava isključiti iz prostora javnog i vratiti u okruženje doma, izvan utjecaja i moći. Za ilustraciju može poslužiti sljedeći primjer:

*Nemojte se kititi tuđim perjem, gospođice Vrus.*³¹⁸

Tekst je reagiranje u kojem potpisani autor, političar HDZ-a, tadašnju potpredsjednicu HSLS-a Opatija, Iris Vrus, u cijelom obraćanju oslovljava gospođicom. Na taj način javnost je dobila jedinu informaciju o političarki – o njezinom bračnom statusu. Istovremeno, autor je sebe potpisao s doktorskom titulom. Svoj akademski status političar je istaknuo, a za političarku je nevažan. Iako se u javnom govoru ovaj jezični stereotip još uvijek održava, može se primijetiti da ipak raste svijest o njegovoj seksističkoj ulozi. Prema feminističkoj jezikoslovki Radi Borić s aspekta rodne perspektive hrvatski jezik neravnopravno tretira žene i time osnažuje diskriminaciju žena u društvu.³¹⁹

Po autorici Suzani Kunac poslovi koje žene obavljaju u većini slučajeva samo su ekstenzija poslova koje su žene tradicionalno obavljale unutar obitelji. Za žene jesu rezervirani odgoj i briga o djeci te starijim i nemoćnima u obitelji. Zdravstvena i socijalna skrb gotovo je u pravilu u domeni žena³²⁰. Podjela na privatno i javno, unatoč postignutim pomacima na globalnoj razini još uvijek egzistira između muškaraca i žena. Ovu tezu podupire članak o ondašnjoj talijanskoj ministrici za useljništvo i Talijane u inozemstvu naslovljen kao: *Ministarka nade Margerita Bonivar ulaže mnogo truda za spas stradalnika. Uz velike napore uspjela je mnoge nesretnike iz Dubrovnika prebaciti brodovima-bolnicama na drugu obalu Jadranskog mora.*³²¹

Na toj osnovi Vesna Girardi-Jurkić bila je prva ministrica u Vladi Republike Hrvatske i to, kao što su utvrdili raniji autori, u resoru poslova namijenjenih ženama – prosvjete i kulture.³²² Lako je opaziti da je politička funkcija dodijeljena ženi u kontekstu uloge koje se tradicionalno vežu uz žene, briga za potrebite članove obitelji odnosno društva.

Ozračje u kojem se spominje Savka Dabčević-Kučar uglavnom se odnosi na politički sadržaj. Unatoč tomu u intervjuima političarke su nedvojbeno izložene seksizmima poput pitanja koja se nikad ne postavljaju političarima. U skladu s tim novinarka je Dabčević-Kučar postavila

³¹⁸ Petar Martić, „Nemojte se kititi tuđim perjem, gospođice Vrus“, *Novi list* 46, br. 309. 10. studenog 1992., str. 8.

³¹⁹ Maja Hrgović, „Neprobojna brana seksizma“, *Novi list* 68, br. 21.741, 24. svibnja 2014. Pogled 12, br. 565, str. 20–21.

³²⁰ Kunac, 2006: 53.

³²¹ *Novi list*, Ministarka nade, *Novi list* 45, br. 329, 1. prosinca 1991., str. 24.

³²² Drago Kojić, „Razorena baština neizmjerne vrijednosti“, *Novi list*, 46, 17. travnja 1992., str.3.

pitanje: *Svi Vaši suparnici u utrci za predsjedničko mjesto su muškarci. Je li to za Vas otežavajuća okolnost ili prednost?*³²³

Političari i političarke trebali bi imati jednake mogućnosti u izbornim kampanjama bez obzira na spol. Patrijarhalno društvo polazi od stereotipnog stava prema kojemu bi spol trebao biti prednost ili nedostatak pri obavljanju nekog posla, naročito javnog kao što je politika.

Slično tomu, u idućem primjeru novinarka je postavila pitanje Vesni Girardi-Jurkić koje se pregledom sličnih intervjua s političarima, ne postavlja muškarcima, a odnosi se na usklađivanje poslovnog i privatnog života: *Puljanka ste, na radu u Zagrebu, imate obitelj. Kako to ide zajedno?*³²⁴

Nadalje novinarka je lokalnu političarku Željku Jurčić-Kleković, članicu Općinskog vijeća Vinodolske općine pitala kako uspijeva uskladiti sve poslovne obaveze.³²⁵ Po svemu sudeći, navedeni seksizmi polaze od pretpostavke da bi žene trebale usklađivati poslovne i obiteljske obaveze dok je za muškarce uobičajena društvena percepcija da su posvećeni samo poslu, a obiteljskim obavezama se ne bave. Isto tako za žene se predmnijeva da se teže nose s brojnim poslovnim obavezama nego muškarci.

Slično tomu, na lokalnoj razini samouprave, političarkama se dodjeljuju funkcije u skladu s uvriježenim stereotipnim uvjerenjima o poslovima kojima bi se trebale baviti. Uzmimo na primjer političarku Riječkog demokratskog saveza (RiDS), predsjednicu Odbora za socijalnu skrb i humanitarnu pomoć, Katherine Trinajstić³²⁶. Potom spomenimo istarsku dožupanicu Loredanu Bogliun-Debeljuh – opsežni intervjui posvećeni su društveno percipiranoj manje važnoj temi, kulturi, resoru koji se poput obrazovanja benevolentno prepušta ženama.³²⁷ Kako mediji stereotipno pozicioniraju političarke bez obzira na njihov angažman, može se zaključiti iz intervjua s predsjednicom Socijaldemokratskog foruma žena za Rijeku, Vlastom Ružička-

³²³ Ornela Šumelj-Prskalo, „Za državu sposobnih umjesto podobnih“, *Novi list* 46, 29.07.1992, str.4–5.

³²⁴ Svjetlana Hribar, „Startala sam od nule“, *Novi list* 46, br. 239, 31.08. 1992., str. 5.

³²⁵ Zlatica Balas, „Radni dan traje 16 sati“, *Novi list* 48, br.25, 27. siječnja 1994. str. 14.

³²⁶ Sanja Macut, „Sva pomoć na jedno mjesto“, *Novi list* 47, br. 79, 22. ožujka 1993, str.6, Neven Šantić, „Svaka je donacija vrijedna“, *Novi list* 47, br. 214, 10. kolovoza 1993.

³²⁷ Svjetlana Hribar, „Središte svih umjetnosti cijele godine“, *Novi list* 49, br. 12., 14. siječnja 1995., str 6–7, Tanja Štambuk, „Pokušaji politizacije govore da je kongres itekako potreban“, *Novi list* 49, br. 96, 8. travnja 1995., str. 16.

Matejčić. Iako se članak referira na ključne teme niske političke participacije žena u Hrvatskoj, ali i sve veći broj žena s uspješnim karijerama te kritički progovara o nametanju populacijske politike koje ih isključuje iz poslovnog okruženja i nagrađuje naknadama za prokreaciju i vraća u obitelj, istaknuti naslov „Mi smo za odgovorno roditeljstvo“ isključuje bitne teme za ravnopravan status žena u društvu, a ističe roditeljstvo. Tako se stječe dojam da je to jedina tema o kojoj se razgovara, a roditeljska uloga u patrijarhalnom društvu pripisuje se ženi. Time se umanjuje vrijednost intervjuirane političarke nametanjem „prikladnih“ ženskih tema³²⁸. Isto tako, iako se u razgovoru s predsjednicom Općinskog vijeća Općine Vrbovsko, Vidicom Svetličić-Antić u članku razgovara o infrastrukturnoj i komunalnoj problematici te izazovima poraća, u naslovu: *Brodmoravički volonteri dobro kormilare*³²⁹, istaknut je humanitarni rad predsjednice unatoč činjenici da se predsjednica njime izravno ne bavi, već se poziva na volontere Crvenog križa i Caritasa. Tako se predsjednicu usmjerava prema poslovima i ulogama kojima bi se žene trebale baviti – humanitarnim radom, a „ozbiljna“ područja prepustiti muškarcima.

S druge strane, među čelnicima riječkih parlamentarnih stranaka nema niti jedne žene.³³⁰ Političarka koja je izašla iz stereotipnih okvira i podjela uloga toga vremena bila je Ljerka Mintas-Hodak na funkciji voditeljice hrvatskog ureda pri europskoj promatračkoj misiji.³³¹

Trend rezerviranih politički percipiranih manje važnih funkcija za žene perzistirat će i dvadesetak godina kasnije. U ministarstvu kulture često su na čelnim pozicijama žene, primjerice Andrea Zlatar-Violić te u idućoj Vladi Nina Obuljen-Koržinek te će se medijski pozicionirati u rubrici novosti na početnim stranicama novina, ali i pri kraju u rubrici kulture.³³²

Na lokalnoj političkoj sceni uzmimo kao primjer zamjenicu načelnika općine Matulji Eni Šebalj. Povjeren joj je zdravstveni sektor te će mediji u skladu s tim izvještavati o zdravstvenim programima i sličnim aktivnostima koje provodi općina.³³³ U usporedbi s tim, zamjenici župana

³²⁸ Tihana Tomičić, „Mi smo za odgovorno roditeljstvo“, *Novi list* 49, br. 73, 16. ožujka 1995., str. 8.

³²⁹ Nada Glad, „Brodmoravički volonteri dobro kormilare“, *Novi list* 49, br. 225, 21. kolovoza 1995. str. 15.

³³⁰ Tihana Tomičić, „Optimizam bez stranačkih boja“, *Novi list* 47, br. 354, 31. 12., 1. i 2.01.1994., str. 15.

³³¹ Goran Drenjak, „Promatrači usmjeravaju Evropu“, *Novi list* 45, br. 345, 17. prosinca 1991., str. 7.

³³² Sandra Sabovljević, „Kultura kao pokretač razvoja“, *Novi list* 68, br. 21.753., 5. lipnja 2014., str. 43., Maja Hrgović, „Kultura će do kraja mog mandata dobiti jedan posto proračuna“, *Novi list* 70, br. 22.608, 7. prosinca 2017., str. 4–6.

³³³ Srđan Brajčić, „Prevencijom do boljeg zdravlja“, *Novi list* 69, br. 22.082, 13. svibnja 2015., str. 17., Srđan Brajčić, „Dominacija odlikašica“, *Novi list* 70, br. 22.480, 29. lipnja 2016., str. 21., Srđan Brajčić, „Od

Primorsko-goranske županije Marini Medarić dodijeljen resor društvenih djelatnosti koji uključuje zdravstvo, školstvo i socijalnu politiku.³³⁴ Zatim, iako je jedna od rijetkih žena na čelnoj poziciji u lokalnoj samoupravi te medijski praćena u svim resorima, načelnica općine Omišalj, Mirela Ahmetović, između ostalog, posvećena je i obrazovanju³³⁵. Potom uzmimo kao idući primjer riječku gradsku vijećnicu MOST-a Petru Mandić. Usprkos njezinoj pravničkoj struci, ističu se njezini prijedlozi mjera demografske obnove i rodna uloga kao majke troje djece. Unatoč tome što na lokalnoj razini samouprave dominantne jesu infrastrukturne teme, političarki se impliciraju područja kojima se tradicionalno bave žene – briga o potomstvu, odgoj i obrazovanje djece.³³⁶ Iako su zdravstvo i obrazovanje ključni resursi za prosperitet društva ti politički sektori rado se prepuštaju ženama, kako na nacionalnoj tako i lokalnoj razini. Razloge tome treba tražiti u niskom izdvajanju proračunskih sredstava za te resore te političarima nisu od naročitog interesa. Uz to, perpetuira se stereotip o ekstenzijama poslova kojima se žene u obitelji bave, odgoj i skrb.

U posttranzicijskom razdoblju, povratkom na nacionalnu političku scenu Kolinde Grabar-Kitarović, kandidatkinje HDZ-a za predsjednicu Republike, trend oslovljavanja imenom opširnim medijskim praćenjem još je izraženiji što je vidljivo iz sljedećih primjera novinskih naslova:

Coca-Colinda preko Kabula do Pantovčaka

HDZ: Za Kolindu će biti Slavonija, Dalmacija, Rijeka, ljevica i Crkva

Josipović se distancira od Vlade, Kolinda u problemu

Potporna Crkve može biti Kolindi presudna

liječničkih kontrola do sajma zdravih proizvoda“, *Novi list* 70, br. 22.633, 2. prosinca 2017., str. 20., Aleksandra Kućel-Ilić, „Matuljci redovito testiraju zdravlje“, *Novi list* 71, br. 22.969, 11. studenog 2017., str. 18.

³³⁴ Tihana Tomičić, „Doveli smo zdravstvene ustanove u vrh Hrvatske“, *Novi list* 69, br. 22.155, 28. srpnja 2015., *Županijska kronika* 5, str.4–5., Tihana Tomičić, „Županija i općina Fužine otvaraju Centar za mlade u školi u Vratima“, *Novi list* 71, br.22.910, 12. rujna 2017., str. 17., Tihana Tomičić, „Nakon niza ulaganja na otocima, gradit ćemo nove domove zdravlja u Opatiji i Novom Vinodolskom“, *Novi list* 72, br. 23.279, 25. rujna 2018., str. 6–7.

³³⁵ Mladen Trinajstić, „Podrška svim oblicima obrazovanja ostaje prioritet“, *Novi list* 69, br. 22. 244, 28. listopada 2015., str. 29.

³³⁶ Edi Prodan, „Nove generacije trebaju obrazovnu revoluciju“, *Novi list* 72, br. 23.081, 17. lipnja 2018., str. 10–11.

*Kolinda bira između Tuđmana i Karamarka*³³⁷

*Kolindino radno ljetovanje*³³⁸

*Kolinda grabi centar Josipoviću*³³⁹

*Tri jedinice Kolindi, šest Ivi Josipoviću*³⁴⁰

*Kurikularna Kolinda*³⁴¹

*Što je Kolinda naučila od Trumpa*³⁴²

*Kolinda na drvenoj stolici*³⁴³

*Naša glavna urednica Kolinda*³⁴⁴

*Kolinda nije pogriješila oko Marakeša*³⁴⁵

Žene se oslovljava imenom, a muškarce prezimenom. Takva imenovanja vrlo su učestala za političarke. Na taj način političarkama se oduzima identitet koji ih određuje. Osobu određuje prezime, a ne ime. Time mediji provode tihi, prikrivenu diskriminaciju jer žene smatraju manje vrijednima. Navođenjem samo imena ženama se oduzima moć i stvara se ozračje nedopustive, neprikladne bliskosti bez njihove privole, neviđenih u atribuiranju političara.

³³⁷ Predrag Lucić, „Coca-Colinda preko Kabula do Pantovčaka“, *Novi list* 68, br. 21.750, 2. lipnja 2014., str. 10, Dražen Ciglencečki, „HDZ: Za Kolindu će biti Slavonija, Dalmacija, Rijeka, ljevica i Crkva“, *Novi list* 68, br. 21.761, 13. lipnja 2014., str. 6 – 7, Dražen Ciglencečki, „Josipović se distancira od Vlade, Kolinda u problemu“, *Novi list* 68, br. 21.721, 14. lipnja 2014., str. 9, Zdenko Duka, „Potpora Crkve može biti Kolindi presudna“, *Novi list* 68, br. 21.764, 16. lipnja 2014., str.5, Dražen Ciglencečki, „Kolinda bira između Tuđmana i Karamarka“, *Novi list* 68, 24. lipnja 2014., br. 21.770, str. 8.

³³⁸ Predrag Lucić, „Kolindino radno ljetovanje“, *Novi list* 68, br. 21.859, 23. rujna 2014., str.8.

³³⁹ Tihana Tomičić, „Kolinda grabi centar Josipoviću“, *Novi list* 68, br. 21.936, 11. prosinca 2014. str. 10.

³⁴⁰ Marinko Krmpotić, „Tri jedinice Kolindi, šest Ivi Josipoviću“, *Novi list* 69, br. 21.964, 13. siječnja 2015., str.20.

³⁴¹ Predrag Lucić, „Kurikularna Kolinda“, *Novi list* 70, br. 22.45, 31. svibnja 2016., str. 10.

³⁴² Darko Pajić, „Što je Kolinda naučila od Trumpa“, *Novi list* 71, br. 22.673, 14. siječnja 2017., str.10.

³⁴³ Sanja Modrić, „Kolinda na drvenoj stolici“, *Novi list* 71, br. 22. 828, 22. lipnja 2017., str. 10.

³⁴⁴ Sanja Modrić, „Naša glavna urednica Kolinda“, *Novi list* 72, br. 23.304, 20. listopada 2018., str. 8.

³⁴⁵ Branko Podgornik, „Kolinda nije pogriješila oko Marakeša“, *Novi list* 72, br. 23. 359, 13. prosinca 2018., str. 10.

U drugom istraživanom razdoblju posttranzicije, u hrvatskom političkom prostoru veća je zastupljenost žena, a posljedično tome prisutnije su i u medijima. To je period u kojem su tada bile istaknute političarke na nacionalnoj razini: Vesna Pusić, predsjednica HNS-a, potpredsjednica Vlade i ministrica vanjskih poslova, Milanka Opačić, druga žena na funkciji potpredsjednice Vlade i ministrica socijalne politike i mladih, Mirela Holy, predsjednica stranke Orah i bivša ministrica zaštite okoliša, Anka Mrak-Taritaš, ministrica graditeljstva i prostornog uređenja Ruža Tomašić, predsjednica stranke HSPAS i zastupnica u Europskom parlamentu, Jadranka Kosor, bivša premijerka i nezavisna saborska zastupnica, Marijana Petir, zastupnica u Europskom parlamentu i Kolinda Grabar-Kitarović, bivša ministrica vanjskih poslova i tada potencijalna kandidatkinja HDZ-a za predsjednicu Republike. Iz ovih političkih funkcija razvidno je da politika prestaje biti pretežito muški posao. Žene, iako i dalje podzastupljeni spol, zauzimaju pozicije u politici dugo vremena rezervirane za muškarce. No, tradicionalni obrasci prema ženama perzistiraju. Stereotipno imenovanje političarki ističe se u sljedećim primjerima: *...Kitarovička bi bila dobra predsjednička kandidatkinja. Ali ne za Karamarka i Brkića, ni za većinu njihovih glasača.*³⁴⁶

*Srdačnost Pusičke i Čačića očito postaje stvar prošlih vremena.*³⁴⁷

Umanjivanje ženske moći tako se izražava lingvističkom konstrukcijom pridjeva od prezimena. Time se žene atribuiraju, poput pridjeva, uz nekoga ili nešto jer patrijarhat ne dopušta samostalnost. Muško prezime, kao što je iskazano u primjerima zadržava svoju izvornost. Na neki način intimizirajući odnos prema političaru može se uočiti tek iznimno, u sljedećem primjeru u oslovljavanju premijera Andreja Plenkovića:

„Plenki, ne diraj žene!“³⁴⁸

³⁴⁶ Sanja Modrić, „Strano tijelo – Kolinda Grabar-Kitarović“, *Novi list* 68, br. 21.610, 9. siječnja 2014., str.4.

³⁴⁷ Zlatko Crnčec, „Hoće li bivši šef razbiti HNS?“, *Novi list* 68, br. 21.610, 9 siječnja 2014., str.8.

³⁴⁸ Tihana Tomičić, „Plenki, ne diraj žene“, *Novi list* 71, br. 23.345, 29. studenog 2018., str. 2.

Pozicioniranje političarki u dnevniku *Novi list*

Pozicioniranje političarki na naslovnici

U skladu s niskom političkom participacijom žena, na naslovnici *Novog lista* prisutna je hrvatska političarka Savka Dabčević-Kučar, osnivačica i predsjednica HNS-a³⁴⁹, ministrica prosvjete i kulture Vesna Girardi-Jurkić³⁵⁰, saborska zastupnica, članica HSLŠ-a i predsjednica Komisije za Ustav, poslovnik i zakonodavstvo Tereza Ganza-Aras³⁵¹, zamjenica ministra pomorstva, prometa i veza Ljerka Mintas-Hodak³⁵² i predsjednica Županijskog doma Sabora Katica Ivanišević³⁵³. Od malobrojnih lokalnih političarki na naslovnici pozicionirane su tadašnja predsjednica Kluba vijećnika SDP-a i potpredsjednica Gradskog vijeća Grada Rijeke Branka Renko-Silov³⁵⁴ i dožupanica Istarske županije Loredana Bogliun-Debeljuh³⁵⁵.

U posttranzicijskom razdoblju naslovnice *Novog lista* pripast će visokopozicioniranim političarkama poput ministrica kulture Andree Zlatar-Violić i Nine Obuljen-Koržinek te zastupnice u Europskom parlamentu Ruže Tomašić³⁵⁶. Nadalje, zastupljene su i političarke

³⁴⁹ Tihomir Dujmović, „Razdruživanje nije jednokratni potez“, *Novi list* 45, br. 168, 21. i 22. lipnja 1991., str. 6–7, *Novi list*, Predstavljanje kandidata: Savka Dabčević-Kučar, *Novi list* 46, br.206, 29.srpnja 1992, Neven Šantić, „HDZ nije u stanju ispuniti predizborna obećanja“, *Novi list* 47, br. 183, 10. srpnja 1993. str. 5.

³⁵⁰ Svjetlana Hribar, „Startala sam od nule“, *Novi list* 46, br. 239, 31.kolovoza 1992., str. 5; Siniša Pavić, Direktna centralizacija osnovnog i srednjeg školstva, *Novi list* 48, br. 12, 14. siječnja 1994., Nino Đula, „Ljudi ne vole žene ministre, *Novi list* 48, br. 129, 14. svibnja 1994., str. 6–7.

³⁵¹ Gordana Grbić, „Ako na sljedećim izborima pobijede liberali, to će značiti da su došla dobra vremena za Hrvatsku, *Novi list* 48, br. 150, 6. lipnja 1994., str. 8–9.

³⁵² Goran Drenjak, „Croatia line plovi dugoročno“, *Novi list* 47, br. 186, 13. srpnja 1993., str. 5.

³⁵³ Jagoda Vukušić, „Narodu mir i rad, a ne parlamentarne svađe“, *Novi list* 48, br. 143, 28., 29., 30. 05. 1994., str.6–7, *Novi list*, Hina: Katica Ivanišević govorila u turskom parlamentu: Hrvatska traži mirno rješenje, *Novi list* 49, br. 110, 24. travnja 1995, str. 3.

³⁵⁴ Dražen Herljević, „Sukobe izaziva zakonski vakum“, *Novi list* 49, br. 21., 23. siječnja 1995, str. 6–7.

³⁵⁵ Svjetlana Hribar, „Središte svih umjetnosti cijele godine“, *Novi list* 49, br.12., 14 siječnja 1995., str. 5–6.

³⁵⁶ Naslovnice: „Ruža Tomašić napustila HSP AS“, *Novi list* 68, br. 21. 899, 4. studenog 2014., „Ruža Tomašić najavila etničko čišćenje Hrvatske“, *Novi list* 69, br. 22.071, 5. svibnja 2015. „Ruži Tomašić puna kapa nekih Srba“, *Novi list* 69, br. 22.076, 7. svibnja 2015., „Rijeka ima šansu postati europska prijestolnica kulture“, *Novi list* 68, br. 21. 924, 29. studenog 2014., „Projekt Rijeka EPK ima punu podršku Vlade“, *Novi list* 70, br. 22.608, 7. studenog 2017.

Vesna Pusić, Mirela Holy, Anka Mrak-Taritaš, Jadranka Kosor, Martina Dalić, Bruna Esih i Ines Strenja Linić³⁵⁷.

Političarka pozicionirana na naslovnici u kontekstu crne kronike neprijeporno je tadašnja sisačko-moslavačka županica Marina Lovrić Merzel. Tijekom ožujka i travnja 2014. godine pojavila se na naslovnici čak pet puta: 4. ožujka, 3. i 4. travnja, 17. i 30. travnja, a i više puta kasnije.³⁵⁸ Na osnovi toga može se zaključiti da političarkama pripada medijska pažnja kad se suočavaju s optužbama za kriminal. Pri tome treba napraviti distinkciju od spola jer negativne pojave u društvu treba jednako sankcionirati. Međutim, županica, u hrvatskom društvu visokog indeksa korupcije i društva u kojem vladaju muškarci, dobila je neuobičajeno visoku medijsku pozornost. Ženski spol je tome po svemu sudeći pridonio. Isto tako, prostor na naslovnici višekratno „zaslužila“ je bivša kninska gradonačelnica Josipa Rimac.³⁵⁹ Povrh toga, naslovnice u vezi mogućih kompromitirajućih koruptivnih radnji prilikom restrukturiranja najveće hrvatske tvrtke Agrokor pripast će i tadašnjoj potpredsjednici Vlade i ministrici gospodarstva Martini Dalić³⁶⁰. Žene, patrijarhalno percipirane kao slabiji spol, prijemčivije su denuncirajućem pristupu za razliku od muškaraca u sličnim situacijama.

³⁵⁷ Naslovnice: „Vesna Pusić prijavila Erjavca Arbitražnom sudu“, *Novi list* 69, br. 22.071, 2. svibnja 2015., „Hrvatska ruši arbitražu sa Slovenijom“, *Novi list* 69, br. 22.147, 20. srpnja 2015., „Plenković se boji ekstremne desnice i Crkve i zato im popušta“, *Novi list* 71, br. 22.969, „Sukob u HDZ-u je puno dublji, Istanbulska konvencija je samo povod“, *Novi list* 72, br. 23.092, 17. ožujka 2018, „Vatikanske ugovore trebalo bi promijeniti“, *Novi list* 68, br. 21.864, 28. rujna 2014., „Sanaderov odlazak mi je danas manje jasan nego prije pet godina“, *Novi list* 68, br. 21.775, 30. lipnja 2014., „Dala sam previše prilika“, *Novi list* 69, br. 22.245, 29. listopada 2015., „Očekivala sam bolje mjesto na listi, ali život ide dalje“, *Novi list* 70, br. 22.503, 23. srpnja 2016., „Zagreb je zreo za promjene“, *Novi list* 71, br. 22.722, 5. ožujka 2017., „U Vladu sam došla raditi za pet i pol puta manju plaću“, *Novi list* 71, br. 22.679, 21. siječnja 2017., „Bruna Esih ide u osvajanje Zagreba“, *Novi list* 71, br. 22.727, 10. ožujka 2017., „Bruna Esih izazvala raskol na desnom krilu HDZ-a“, *Novi list* 71, br. 22.741, 24. ožujka 2017., „Rušenju Mosta nadaju se kriminalci“, *Novi list* 71, br. 22.776, 30. travnja i 1. svibnja 2017.

³⁵⁸ Naslovnice *Novog lista* 68: 4. ožujka 2014., br. 21.663, 3. travnja 2014., br. 21.693, 4. travnja 2014., br. 21.694, 17. travnja 2014., br. 21.707., 30.04.-1.05., br. 21.718., 22. srpnja 2014., br. 21.797., Naslovnica *Novog lista* 69, „Uskok tereti Lovrić Merzel za zloporabu položaja mito i pranje novca“, br. 22.103, 3. i 4. lipnja 2015.

³⁵⁹ Naslovnice: „Josipu Rimac sumnjiče za zloporabu položaja i ovlasti“, *Novi list* 68, br. 21.768, 21.-22. lipnja 2014., „Slučaj Rimac i izborna kampanja: istraga može naštetiti, ali i pomoći“, *Novi list* 69, 22.211., „Most blokirao ulazak Josipe Rimac (HDZ) u Ministarstvo uprave“, *Novi list* 70, 19.02. 22.353.

³⁶⁰ Naslovnice *Novog lista* 72: „DORH će ispitati privatne mailove Martine Dalić“, br. 23.143, 10. svibnja 2018., „Mailovi Martine Dalić sve jače tresu Markov trg“, br. 23.144., 11. svibnja 2018., „Prava opasnost za Dalić je HDZ, a ne koalicijski partneri“, br. 23.145, 12. svibnja 2018.

Kandidaturom za predsjednicu Republike Hrvatske, naslovnice *Novog lista* zauzet će Kolinda Grabar-Kitarović i to na samom početku u stereotipnom kontekstu: „*Barbika*“ *tajni akcijski plan protiv Kolinde*³⁶¹

Komparacija Grabar-Kitarović s lutkom seksistički je iskaz široko uvriježenog društvenog atribuiranja žena kao lutaka, tj. objekata, lijepih, šutljivih, nemislećih, u subordiniranom položaju prema subjektu – muškarcu. Iako je skandal „*Barbika*“ upotrijebljen u namjeri moguće diskreditacije predsjednika Josipovića, seksističko naslovljen dokument neupitno je usmjeren prema difamaciji Grabar-Kitarović.

Zatim slijede naslovnice usmjerene prema sadržaju političkog programa kandidatkinje iako ne ulaze u meritum predsjedničkih ovlasti:

*Spremna sam ući u Vladu i lupiti šakom o stol*³⁶²

*Kolinda Grabar-Kitarović jamči rast gospodarstva*³⁶³

*Ljudima su bitni posao, plaća i mirovina, a ne ustavne promjene*³⁶⁴.

Isto tako rodno neutralno su izdvojene naslovnice Grabar-Kitarović:

*Najveća mi je želja Hrvatskoj vratiti optimizam*³⁶⁵

*Hrvatska će biti velika kolike joj budu ambicije*³⁶⁶.

³⁶¹ Naslovnica *Novog lista* 68, br. 21.779, 4. srpnja 2014.

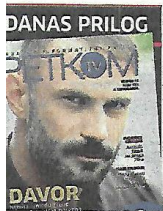
³⁶² Naslovnica, „*Spremna sam ući u Vladu i lupiti šakom o stol*“, *Novi list* 68, br. 21.890, 25. listopada 2014.

³⁶³ Naslovnica, „*Kolinda Grabar-Kitarović jamči rast gospodarstva*“, *Novi list* 68, br. 21.907., 12. studenog 2014.

³⁶⁴ Naslovnica, „*Ljudima su bitni posao, plaća i mirovina, a ne ustavne promjene*“, *Novi list* 68, br. 21. 936, 11. prosinca 2014.

³⁶⁵ Naslovnica, „*Najveća mi je želja Hrvatskoj vratiti optimizam*“, *Novi list* 71, br. 22.821, 15. lipnja 2017.

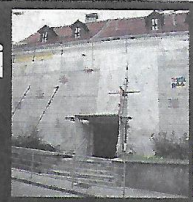
³⁶⁶ Naslovnica, „*Hrvatska će biti velika kolike joj budu ambicije*“, *Novi list* 71, br. 22.822, 16. lipnja 2017.



NAKON PISANJA NAŠEG LISTA ■ REAGIRALO MINISTARSTVO PRAVOSUDA

Sud u Samoboru mora se očitovati o slučaju čistačice koja je dobila otkaz zbog pokušaja suicida

Zbog pokušaja samoubojstva čistačica nije očistila prostorije suda, te je dobila izvanredni otkaz



NOVI LIST

www.novilist.hr

UTEMELJIO FRANO SUPILO 2. SIJEČNJA 1900.

VRIJEME

DANAS
max. 26
min. 15

SUTRA
max. 24
min. 19

LETAK / RJEKA / 4. SRPNJA 2014. / BROJ 21.779 / GODINA LXVIII

CIJENA 7 KUNA / SLO 1.20 €, EU 1.50 €, 3.20 CHF, 1.50 KM

TKO SMJEŠTA JOSIPOVIČU



»Barbika« tajni akcijski plan protiv Kolinde

U »akcijskom planu« se na 13 stranica izmjenjuju »savjeti« o tome kako nastupati kontra Grabar Kitarović u kampanji

Str. » 3.



FACEBOOK PRIJETNJA MEDVEDEVA

Europa i Hrvatska na hladnom

Str. » 2. i 3.



POVRATAK U VUNENE DEVEDESETE

JOSIP ĐAKIĆ U obrambenom ratu ne može se silovati

Str. » 7

BANDIČEVIM STOPAMA

Obersnel do kraja godine osniva »Riječki holding«

Str. » 14. i 15.



Slika 3.3.2.2. : Seksistički prikaz predsjedničke kandidatkinje Kolinde Grabar-Kitarović

Izvor: Novi list 68, br. 21.779, 4. srpnja 2014.

Jednako tako perpetuiranje stereotipa prema Grabar-Kitarović ilustrira sljedeća naslovnica:



Slika 3.3.2.3.: Seksistički naslov za Grabar-Kitarović

Izvor: dio naslovnice *Novog lista* 69, br. 22.055, 15. travnja 2015.

Tekst naslovnice pozicionira predsjednicu u ponižavajući odnos prema muškarcu odnosno postavlja je u trivijalan kontekst poput šund beletrističkih romana u kojem je žena ta koja je spremna zauvijek čekati i čeznuti za voljenim muškarcem dok za muškarce vrijedi generalizacija da im žene trebaju uvijek biti na raspolaganju. Iako se novinsko izvješće referira isključivo na političku relaciju predsjednice i premijera, naslovnica sugerira drukčije, tj. diskriminira ženu. U tome smislu sukcesivno održavanje stereotipa usmjereno prema političarkama, u ovim primjerima referiraju se na Grabar-Kitarović, svjedoči još jedno pozicioniranje na naslovnici:



Slika 3.3.2.4.: Stereotipno prikazivanje Kolinde Grabar-Kitarović – u fokusu kultura odijevanja

Izvor: dio naslovnice *Novog lista 70*, br. 22.577, 6. listopada 2016.

Za žene, pa tako i za političarke, opće je mjesto seksualna objektivizacija temeljena između ostalog i na odjeći. Ekspanzijom estradizacije političke scene objektivizacija nije isključivo u relaciji s političarkama. Kao primjer neka posluži fotografija odjevnog predmeta neprimjerenog uzorka na javnom događaju kanadskog premijera Justina Trudeaua kao i komentari njegova izgleda.³⁶⁷

³⁶⁷ Portal Večernjeg lista, „Najzgodniji političar ima neobičan fetiš o kome svi govore“, <https://www.vecernji.hr/showbiz/kanadski-premijer-justin-trudeau-carape-1219521>, 12. siječnja 2018. (pristupljeno 3. travnja 2019.)



Slika 3.3.2.5.: Estradizacijski pristup politici kanadskog premijera Justina Trudeaua

Izvor: Reuters, *Novi list* 72, br. 23.042, *Pogled* 16, br. 753, 26. siječnja 2018., str. 2.

Ipak je objektivizacija još uvijek primarno usmjerena prema ženama. Kao što je prikazana Grabar-Kitarović, stereotipno prikazivanje nije mimoišlo niti aktualnog predsjednika i predsjedničkog kandidata Josipovića. Neprijeporno je patrijarhalno prikazan muškarac, nositelj moći, okružen ženama „služiteljicama“ kako potkrepljuje fotografija.



Volonteri koji Ivi Josipoviću pomažu u kampanji uglavnom se regrutiraju među članovima SDP-a

Slika 3.3.2.6.: Tradicionalistički prikaz predsjedničkog kandidata Ive Josipovića

Izvor: Dražen Ciglonečki, „Red rukovanja i autograma, red fotografiranja“, *Novi list* 68, br. 21. 940, 15. prosinca 2014., str. 4.

S obzirom na predsjedničku kampanju, za očekivati je više pojedinačnih članaka kandidata. Međutim Grabar-Kitarović često nije pozicionirana medijski samostalno, nego u kontekstu sa drugim političarima kao na primjer: *Grabar Kitarović sa Šukerom i Kovačem na nedjeljnoj misi*³⁶⁸

Pozicioniranje političarki u informativnim sadržajima

U razdoblju rane tranzicije izuzetno je niska zastupljenost političarki u istraživanim medijima, poput Savke Dabčević-Kučar, Vesne Girardi-Jurkić, Tereze Ganza-Aras, Katice Ivanišević, Ljerke Mintas-Hodak i Mire Ljubić-Lorger na nacionalnoj razini te Dolores Mrša i Branke Renko-Silov na lokalnoj. Spominju se u rubrikama novosti, rubrici tribina, rubrici intervju, rubrici vijesti u kontekstu isključivo njihovog političkog angažmana. U afirmativnoj tipologiji konteksta spominje se Savka Dabčević-Kučar: *Popularnost HNS-a može se tumačiti i time što su u njezinim redovima brojni politički stradalnici iz „hrvatskog proljeća“*. Neosporno je, međutim, da se simpatije najtočnije i najlakše mogu objasniti karizmatikom ličnošću

³⁶⁸ Dijana Šantić, „Grabar Kitarović sa Šukerom i Kovačem na nedjeljnoj misi“, *Novi list* 68, br. 21.878, 13. listopada, str. 4.

*predsjednice dr. Savke Dabčević-Kučar – legende 1971., političarke za koju i protivnici priznaju da uvelike odudara od inače otužne hrvatske političke scene.*³⁶⁹

Povrh toga u javnosti se često nazivala „hrvatskom ružom“³⁷⁰.

Iz ovih uvodnih dijelova intervjuja opaža se da je tadašnja predsjednica HNS-a uživala ugled u javnosti i u medijima.

Afirmativna tipologija konteksta uočava se u sljedećem primjeru obraćanja novinarki Terezi Ganza-Aras: *Vaš ugled u Saboru je neosporan, potvrdila su to i glasanja o mogućem kandidatu za predsjedničko mjesto u Županijskom domu, dobili ste najviše glasova i među zastupnicima oporbe, a najviše i u Klubu HSLŠ-a*³⁷¹.

Uzmimo u obzir odobravajući medijski pristup u sljedećem primjeru prema lokalnoj političarki Dolores Mrša: *Kad se spomene HKDS u Rijeci se taj pojam odmah personificira. Tajnica stranke Dolores Mrša postala je na neki način sinonim za HKDS.*³⁷²

Isto tako afirmativan pristup očituje su u razgovoru s članicom tadašnje novoosnovane stranke Hrvatskih nezavisnih demokrata Leticijom Drndić-Antolić: *Njezina elokventnost u kombinaciji s izdašnim temperamentom nikako ne dopušta samo promatračku funkciju. Dapače.*³⁷³

U tom svjetlu pozitivno je intoniran intervju sa zamjenicom ministra turizma Vinkom Cetinski: *Bogat znanstveni kurikulum, velik broj stručnih radova, magisterij i dojmljivo iskustvo u turističkom menadžmentu uvrstavaju mr. Vinku Cetinski, zamjenicu ministra turizma Republike Hrvatske u sam vrh turističkih gospodarskih stručnjaka, kojima je na leđima zahtjevan i težak zadatak vraćanja hrvatskog turizma u obnovljenom ruhu – na europsku turističku pozornicu, ali i na čelnu poziciju ukupnog hrvatskog gospodarstva.*³⁷⁴

³⁶⁹ Nela Vlašić, „Prodavači lažne robe varaju samo jednom“, *Novi list* 46, br. 38, 8. veljače 1992., str. 4–5.

³⁷⁰ Tihomir Dujmović, „Razdruživanje nije jednokratni potez“, *Novi list* 45, br. 168, 21. i 22. lipnja 199., str. 6–7.

³⁷¹ Gordana Grbić, „Ako na sljedećim izborima pobijede liberali, to će značiti da su došla dobra vremena za Hrvatsku“, *Novi list* 48, br. 150, 6. lipnja 1994., str. 8–9.

³⁷² Sergej Gerc, „Riječani su ljudi široka srca“, *Novi list* 48, br. 144, 31. svibnja 1994., str. 14–15.

³⁷³ Svetozar Sarkanjac, „Metode rada iskompromitirale program HDZ-a“, *Novi list* 48, br. 137, 22. svibnja 1994., str. 8–9.

³⁷⁴ Vesna Čamdžić, „Istarski turizam – nositelj hrvatskog turizma“, *Novi list* 48, br. 217, 13. kolovoza, str. 4–5.

Afirmativan medijski pristup prema zamjenici ministra pomorstva Ljerki Mintas-Hodak iščitava se u komentaru novinarke nakon njezine ostavke: *Mada za razliku od Mudrinića nije imala potreban HDZ kredibilitet, jedno se vrijeme čak nagađalo da će Ljerka Mintas preuzeti ministarsku funkciju jer je u ključnom resoru pomorstva funkcionirala bolje od Mudrinića i gdje je, navodno, ionako imala potpunu kontrolu. A što se ministru i baš nije sviđalo.*³⁷⁵

Ono što je ostao princip u izboru na političke funkcije – negativna kadrovska selekcija odnosno zatiranje sposobnih i kompetentnih pojedinaca i pojedinki. Takva devastirajuća rješenja po hrvatsko društvo egzistirat će u politici i u idućim desetljećima.

Pokušaj difamacije uočava se u provokativnom pitanju ministrici Vesni Jurkić-Girardi: *Ruku na srce, imate titulu najnepopularnijeg ministra u Hrvatskoj. Ponavljam, rijetko tko vas podržava, a jako je puno onih koji, iz ovih ili onih razloga, prosvjeduju protiv vas. Što je to što vas, usprkos svemu tome, drži i dalje na ovoj funkciji i zbog čega do danas niste podnijeli ostavku*³⁷⁶.

U ovom se citatu uočava nekoliko razina diskriminacije temeljene na spolu. Najprije se ministrica atribuirala u muškom rodu, potom se s lingvističkog aspekta ne oslovljava pravopisno korektnim izrazom poštovanja u drugom licu množine napisanim početnim velikim slovom i konačno od ministrice se očekuje ostavka iako je opće mjesto da političari u Hrvatskoj ne podnose ostavke zbog korupcijskih afera i drugih neprimjerenih aktivnosti, a ponajmanje zbog nekompetentnosti iako je takvo postupanje nedopustivo u zemljama visoke političke kulture.

Još jedan denuncirajući, ali i seksistički pristup uočava se u komentaru o novoizabranoj ministrici prosvjete i sporta već u naslovu: *Žena, majka i – ministrica.*

Iako se očekivalo da će nova ministrica prosvjete školničkim znanjem i iskustvom biti nešto ispred svoje prethodnice Vesne Girardi-Jurkić, prve informacije o dosadašnjoj karijeri Ljilje Vokić, koja zauzima ovo odgovorno mjesto u hrvatskoj Vladi – ne ostavljaju mjesta prevelikom optimizmu. Najprije na mjesto ministrice Ljilja Vokić je stigla potpuno praznih ruku kad je riječ o stručnim autorskim radovima: nikad do sada nije objavila nijedan članak o temi koja će je zaokupljati u njezinome predstojećemu ministarskom mandatu...Što je u ovom slučaju glavna

³⁷⁵ Nevenka Horvat-Petković, „Doministrica Ljerka Mintas-Hodak podnijela ostavku“, *Novi list* 49, br.152., 7. lipnja 1995., str.5.

³⁷⁶ Nino Đula, „Ljudi ne vole žene ministre“, *Novi list* 48, br. 129, 14. svibnja 1994., str. 6–7.

*odlika ministra prosvjete i športa? Posve jasno: presudilo je samo to što Ljilja Vokić vrlo dobro kotira među onima koji u Hrvatskoj mogu birati ministre. Znajući tko su ti koji biraju...*³⁷⁷

Treba istaknuti da je za obavljanje ministarskog i svakog drugog posla irelevantna činjenica da je osoba u roditeljskoj rodnoj ulozi. Potom ministrici se osporava kompetentnost za obavljanje posla, a to je pitanje koje je često upućeno ženama kao što su potvrdili raniji navodi iz literature u problematici fenomena „staklenog stropa“. Ženama se, prema ustaljenim obrascima pripisuje nestručnost, a stoga ih se isključuje s upravljačkih pozicija. Konačno, druga političarka u resoru prosvjete eklatantan je primjer političkih poslova namijenjenih ženama – manje važnih područja, odnosno produžeci su poslova kojima bi se žene trebale nastaviti baviti izvan doma: skrb o djeci.

Difamacijski intoniran tretman iščitava se u obraćanju ministrici graditeljstva Marini Matulović-Dropulić. Njezin izbor pripisuje se pripadnosti stranci na vlasti, HDZ-u dok se ministričine kompetencije ne spominju.³⁷⁸ Nadalje kao i u slučaju Vesne Jurkić-Girardi zaziva se smjena tek izabrane ministrice: *Tema deložacija je nezgodna, osjetljiva, politički može više štetiti nego koristiti, a ni izbori nisu daleko. A i ministri i ministrice se lako zamjenjuju...*³⁷⁹. Pri tome se ne uzima u obzir vrlo zahtjevno pitanje tog vremena u resoru ministrice, Zakon o stambenim odnosima koji je trebao riješiti problem nasilnih iseljenja iz stanova, stambeno zbrinjavanje branitelja te postupanje sa stanovima u vlasništvu bivše Jugoslavenske narodne armije.

Istraživana etapa rane tranzicije obuhvaća početak političke karijere Jadranke Kosor. Mediji će njezinom političkom angažmanu umanjivati vrijednost iako će Kosor cijelo vrijeme biti visokopozicionirana političarka HDZ-a. Nametnut će joj klišeizirani obrazac ženske uloge u društvu: njegovateljice potrebitih, podređenu i neupitno lojalnu muškarcu – premijeru.³⁸⁰ Na osnovi toga, u njezinim počecima nastupa na političkoj sceni, Kosor su postavljana novinarska pitanja koja se ne postavljaju muškarcima poput razloga bavljenja politikom, skeptičnosti prema njezinim kompetencijama, imputiranju koruptivnih elemenata radi strelovitog političkog uspjeha te nespojivosti novinarskog zanimanja i političke funkcije.³⁸¹ Ta relacija jest nesporna,

³⁷⁷ Nino Đula, „Žena, majka i – ministrica“, *Novi list* 48, br. 283, 19. listopada 1994, str. 4.

³⁷⁸ Gordana Grbić, „Ustav ministricu ne brine“, *Novi list* 49, br. 72, 15. ožujka 1995., str. 20.

³⁷⁹ Gordana Grbić, „Ustav ministricu ne brine“, *Novi list* 49, br. 72, 15. ožujka 1995., str. 20.

³⁸⁰ Kunac, 2006: 56.

³⁸¹ Nino Đula, „U Zagrebu će doći do koalicije HDZ-a i neke oporbene stranke“, *Novi list* 49, br. 306, 11. studenog 1995., str. 10–11.

ali je s namjerom diskreditiranja istaknuta. Budući da su političke stranke u javnosti percipirane kao jedne od najkorumpiranijih institucija pitanje političke koruptivnosti trebalo bi biti upućeno svim dionicima u političkom sustavu.

U istraživanom posttranzicijskom razdoblju, u vrijeme kad je Mirela Holy bila druga najpopularnija političarka u Hrvatskoj, ali istovremeno suočena s opetovanim seksizmima upućenim njezinom modnom izričaju, političarka koja je smijenjena s funkcije ministrice zaštite okoliša radi potencijalno koruptivne elektroničke poruke u zemlji velikih političkih malverzacija, afirmativno je intoniran članak i završni komentar upućen tadašnjoj predsjednici stranke Orah pred izbore za Europski parlament: *Neće doista biti neko svjetsko čudo ako narod za koji dan na izborima masovnije zagriže ovaj, još uvijek nezreli hrvatski orah; naprosto je realnost takva da predstavlja jedino svjetlo u tunelu usred mraka.*³⁸²

Slično tomu, afirmativno se pristupa Anki Mrak-Taritaš: *...jednoj od najpopularnijih članica Vlade Zorana Milanovića i jednoj od najpopularnijih HNS-ovki u javnosti i potencijalnoj kandidatkinji za gradonačelnicu Zagreba...*³⁸³

Nadalje, pozitivno s evaluira njezina predizborna kampanja: *...Može biti da ona na kraju neće poraziti Milana Bandića, ali joj se sigurno ništa nema prigovoriti, jer već mjesecima jasno i transparentno govori o vlastitim idejama i promjenama koje želi uvesti u Zagrebu... Zato je Anka mrak za Bandića, SDP i HDZ. Žena barem vodi kampanju, dok se njezini kolege političari sprdaju s vlastitim biračima tako da njihove glasove pokušavaju pridobiti ne radeći ništa.*³⁸⁴

Teme u fokusu medija jesu one od važnosti na lokalnoj razini, komunalna problematika, tj. rješavanje prometne infrastrukture, učinkovito selektiranje i zbrinjavanje otpada, efikasno upravljanje proračunskim sredstvima i tomu slično.³⁸⁵

Nakon ponovne pobjede Milana Bandića na Izborima za članove predstavničkih tijela lokalne i područne samouprave u razgovoru s Mrak-Taritaš analiziraju se okolnosti poraza

³⁸² Srđan Brajčić, „Ušutkajmo Lisbeth Salander“, *Novi list* 68. br. 21.702, 12. travnja 2104. Pogled 12, br. 559, str.10 – 11.

³⁸³ Jagoda Marić, „Očekivala sam bolje mjesto na listi, ali život ide dalje“, *Novi list* 70, br. 22. 503, 23. srpnja 2016., str. 7.

³⁸⁴ Darko Pajić, „Anka je mrak za Bandića, HDZ i SDP“, *Novi list* 71, br. 22.707, 18. veljače 2017., str.10.

³⁸⁵ Zdenko Duka, „Bandić nije napravio ništa za što bismo mogli reći – wow“, *Novi list* 7, br. 22.722, 5. ožujka 2017., str. 4–5.

kandidatkinje i utjecaj tada naznaka koaliranja HNS-a i HDZ-a na tijek predizborne kampanje te planovi za osnivanje stranke, objektivno i bez ulaza u prostor osobnog.³⁸⁶

Isto tako, u naklonom kontekstu izvještava se o kandidaturi Vesne Pusić za glavnu tajnicu Ujedinjenih naroda: *Pusić ostavila dobar dojam: 'Ja sam i feministkinja. UN-om je 70 godina dominirao muški pogled na svijet, to je samo 50 posto iskustva života, a sada je vrijeme za drugih 50 posto', kazala je Pusić uz veliko odobravanje publike.*³⁸⁷

Iako su istaknuti dijelovi teksta u domeni uredništva medija, nedvojbena je potvrdna tipologija izvješća. No, iz medijskog afirmativnog pozicioniranja Mirele Holy, Anke Mrak-Taritaš i Vesne Pusić treba naglasiti da su to političarke iz lijevih političkih stranaka, a publika ovog primorsko-goranskog dnevnog tiska ima dugu tradiciju lijevo orijentiranog biračkog tijela. Posve je razumljivo da će time političarke lijevog spektra biti izuzete od stereotipnih obrazaca ponašanja. Sugestivno isticanje razloga neuspjeha primjerice kandidature Vesne Pusić stoga se ne dovodi u relaciju s njezinim nekompetencijama što je vrlo uvriježeno mišljenje o političarkama, već o izostanku podrške vladajuće stranke. Nema dvojbe da je i ta činjenica utjecala na umanjene izgledе Pusić iako u spletu mnogih drugih čimbenika koji odlučuju o izboru kandidata ili kandidatkinje nije bila presudna: *Zasigurno joj je odmogla i činjenica da iza sebe nije imala potporu svoje vlade (koja ne smije biti simbolična, nego je mukotrpno, višegodišnje lobiranje), kao ni iskustvo rada u UN-u, jer su i Guterres i Türk bili na visokim pozicijama u UN-u.*³⁸⁸

Naglašeni dio teksta odnosi se na tadašnju desnu vladu HDZ-a i MOST-a, uz otpore i pokušaje onemogućavanja radikalne hrvatske desnice da se Pusić uopće kandidira, ne može se poreći da nije odmogao u procesu kandidature.

S druge strane ministrica kulture Nina Obuljen-Koržinek ima pozitivnu medijsku percepciju iako je pripadnica desne političke opcije: *Nova ministrica kulture Nina Obuljen Koržinek gladijatorskoj će areni zapečatiti kapiju. Onaj pretprošli rat nije tema kojom se da ostrastiti, a*

³⁸⁶ Jagoda Marić, „Netko je u dogovoru s HDZ-om morao nešto dobiti, tek ćemo vidjeti što“, *Novi list* 71, br. 22.823, Pogled 15, br. 721, 17. lipnja 2017., str. 4–6.

³⁸⁷ Denis Romac: „Pusić ostavila dobar dojam“, *Novi list* 70, br. 22.494, 14. srpnja 2016., str. 8–9.

³⁸⁸ Denis Romac, „Vesni Pusić nije pomogao ni dobar dojam što ga je ostavila u javnoj debati“, *Novi list* 70, br. 22. 503, 23. srpnja 2016., str. 6.

*s jednakom averzijom gleda i na desni i na lijevi populizam – oba su u konačnici vrlo slična, počivaju na jeftinom generaliziranju i računaju na emocije, a ne na razum.*³⁸⁹

Nasuprot tomu, političarka desne političke opcije, bivša premijerka i tada nezavisna saborska zastupnica Jadranka Kosor često je bila izložena seksizmima. Bivši predsjednik Mesić nazivao ju je „Suzanom“ aludirajući na njezine emocije, tako neprihvatljive u muškom svijetu jer u patrijarhalnom društvu „muškarci nikad ne plaču“ i tako je pokušao udaljiti od muškog svijeta politike. Za premijera Sanadera bila je marljiva zapisničarka, a za medije poslušnica lidera stranke iako se sve do današnjih dana stranački kadrovi profiliraju po lojalnosti i podobnosti, istaknuta je Kosor po svemu sudeći jer je žena. Pa čak i nakon odlaska funkcije, mediji su se suspektno odnosili prema njezinim kompetencijama za funkciju premijerke: *Jeste li prije pet godina smatrali da je najlogičnije da baš vi zamijenite Sanadera?*³⁹⁰

*...Sanader vas je izabrao da vadite kestenje iz vatre na mjestu njegove nasljednice. Vi ste pak bespogovorno pristajali na takve zadatke...Trebalo li u vašim traumama iz djetinjstva tražiti razloge neupitne lojalnosti, najprije prema Franji Tuđmanu, a kasnije i prema Ivi Sanaderu?*³⁹¹

Trebalo imati na umu suprimiranu činjenicu da je upravo „nedvojbeno lojalna“ Kosor isključila svog „neupitnog autoriteta“ Sanadera iz stranke. Proizlazi da su mediji konstruirali prikaz Kosor kao žene podređene muškarcu.

Doduše, dolaskom na političku scenu političarke iz krajnje desne političke opcije, Brune Esih, ne bi se mogla sa sigurnošću postaviti relacija između stereotipiziranja političarki s obzirom na stranačku pripadnost. Naime, medijski prikaz Brune Esih fokusiran je na kritičku analizu njezinih političkih stavova uz neizostavnu nazočnost medijskog senzacionalizma čime su joj pripale naslovnice. Tome je tako radi u javnosti naglašenog i neuobičajenog postupka kandidiranja Esih za gradonačelnicu Grada Zagreba mimo odluke HDZ-a sa čije je kandidacijske liste kao nezavisna zastupnica izabrana u Sabor.³⁹² Donekle elemente difamacije

³⁸⁹ Maja Hrgović, „Kultura će do kraja mog mandata dobiti jedan posto proračuna“, *Novi list* 70, br. 22.608, 7. prosinca 2017., str. 4–6.

³⁹⁰ Dražen Ciglenečki, „Jadranka Kosor: Sanaderov odlazak mi je danas manje jasan nego prije pet godina“, *Novi list* 6, br. 21.775, 30. lipnja 2014., str. 6.

³⁹¹ Ladislav Tomičić, „Jadranka Kosor: Gosti na inauguraciji predsjednice Grabar Kitarović njezina su politička poruka“, *Novi list* 69, br. 22.005, 22. siječnja 2015., str. 10–11.

³⁹² Dražen Ciglenečki, „Bez promjene Zagrebu će se dogoditi što i Agrokoru“, *Novi list* 71, br. 22.742, Pogled 15, br. 709, 25. ožujka 2017., str. 4–5.

možemo pronaći stereotipnoj argumentaciji zašto se žene ne bi trebale baviti politikom – zato što su nekompetentne: ...*jame, kosti, Bleiburg i lustracija, a to je uglavnom sve o čemu gospođa Esih zna išta reći.*³⁹³

Političarke mediji blagonaklono atribuiraju nekompetentnošću iako se za hrvatske političare ne bi moglo nedvojbeno utvrditi da su oličenje stručnosti. Primjer je za to ministrica rada i obrazovnog sustava Nada Šikić: *Nepripremljena ministrica – Nada Šikić*³⁹⁴

Nakon konstituiranja Vlade sasvim je uobičajeno i već su uvriježene medijske izjave ministara po preuzimanju resora o „snimanju situacije i zatečenom stanju“. No, takav je medijski kontrastni difamacijski pristup prema političarkama ipak prepoznat: *Manipulatorima dosta i previše da – na temelju ministričine izjave kako će potrebnim znanjima i kompetencijama za obnašanje dužnosti ovladati do kraja mandata – nastave neobuzdanu harangu protiv Nade Šikić, vrijeđajući je omalovažavajući i ponižavajući kao maskotu stručnosti najstručnije hrvatske Vlade svih vremena.*³⁹⁵

Povrh toga nekadašnja ministrica za demografiju, mlade i socijalnu politiku Nada Murganić bila je fokusu medijske pozornosti radi darivanja djece u privatnom katoličkom vrtiću koja se ne ubrajaju u kategoriju potrebitih kao i zbog sporne definicije obitelji u Obiteljskom zakonu. Unatoč ministričnim gafovima atribuirala je se po stereotipnom obrascu nesvojstvenom za muškarce:

*Bože, ukini Murganićku*³⁹⁶

No, ipak političari nisu u potpunosti amnestirani medijske kritike o neprofesionalnosti. Tome u prilog govori komentar o „nesposobnom“ ministru financija Zdravku Mariću koji se nakon izbijanja afere Agrokor opravdavao da nije ništa znao o malverzacijama u koncernu u vrijeme dok je bio jedan od njegovih čelnih menadžera.³⁹⁷

Nakon parlamentarnih izbora u rujnu 2016. godine s liste HDZ-a u VII. izbornoj jedinici izabrana je Majda Burić. Kako mediji perpetuiraju stereotipe o nespojivosti zanimanja

³⁹³ Sanja Modrić, „Kraj priče za Brunu Esih“, *Novi list* 71, br. 22.740, 23. ožujka 2017., str. 10.

³⁹⁴ Gabrijela Galić, „Ministrica bez odgovora na važna pitanja“, *Novi list* 70, br. 22.365, 2. ožujka 2016., str.11.

³⁹⁵ Predrag Lucić, „U Nadi Šikić je spas!“, *Novi list* 70, br. 22.365., 2. ožujka 2016., str. 10.

³⁹⁶ Tihana Tomičić, „Bože ukini Murganićku“, *Novi list* 71, br. 22.997, 9. prosinca 2017., str. 2.

³⁹⁷ Dražen Ciglencečki, „Ako je Zdravko Marić pošten, onda je potpuno nesposoban ministar“, *Novi list* 71, br. 22.773, 27. travnja 2017, str. 10.

predodređenih za žene i bavljenje politikom pokazuje sljedeći primjer. Naime, buduću saborsku zastupnicu koja će predstavljati Gorski kotar novinar je upitao otkud profesorica književnosti u politici³⁹⁸. Predmnijeva se da su proizvedeni ženskih zadataka briga o djeci i obrazovanje kao jedino zanimanje. Pri tom za žene ne bi trebalo biti mjesta i u politici. Kako se radi distinkcija između političara i političarki u javnom prostoru govori činjenica da među hrvatskim političarima ima i onih koji su također po zvanju profesori, ali im se ne postavljaju pitanja o „nespojivosti“ struke i obavljanja političkog poziva. Primjerice, dugogodišnji gradonačelnik Krka Darijo Vasilić profesor je matematike i informatike, no ne postavlja mu se stereotipno pitanje³⁹⁹. Na sličan način kandidatkinji za županicu Primorsko-goranske županije Giuliani Komadini upućeno je pitanje koje nije postavljeno niti jednom kandidatu i u pravilu se ne postavlja muškarcima: *Što vas je motiviralo da se politički angažirate?*⁴⁰⁰

Pri tome se pretpostavlja da je politika muški posao, a žene u politici izazivaju kuriozitet te je opće mjesto da podastiru objašnjenja o razlozima političkog angažmana.

Nadalje, o seksističkom prikazu političarki u javnosti može poslužiti primjer primopredaje dužnosti između bivšeg ministra kulture Zlatka Hasanbegovića i nove ministrice Nine Obuljen-Koržinek. Potpuno je nezamisliva ista situacija u kojoj su političari na isti način intimni i darivani. Primjer je eklatantan stereotip upućen ženama.

³⁹⁸ Marinko Krmpotić, „Ispraviti ćemo greške koje je SDP učinio Gorskom kotaru“, *Novi list* 70, br. 22.598, 27. listopada 2016., str. 9.

³⁹⁹ Edi Prodan, „Gradonačelnik Krka Darijo Vasilić otkriva tajnu uspjeha: Na Krku i lijevi i desni vuku naprijed“, *Novi list* 71, br. 22.837, 1. srpnja 2017, str. 17–19.

⁴⁰⁰ Marinko Glavan, „Gorski kotar je već odavno trebao biti 'mala Švicarska'“, *Novi list* 71, br. 22.790, 15. svibnja 2017., str. 21.



Slika 3.3.2.7 : Klišeizirani obrazac ponašanja: Hasanbegović – Obuljen-Koržinek

Izvor: Marko Prpić/Pixsell, *Novi list* 70, br. 22.593, Pogled 14, br. 687, 22. listopada 2016. str.2.

U lokalnoj politici i dalje je zastupljeno malo žena te će im i medijski prostor biti tek sporadično posvećen. Za primjer uzmimo dugogodišnju SDP-ovu gradonačelnicu Grada Kastva Sonju Brozović-Cuculić koju mediji prikazuju u pozitivnom kontekstu: *Kao doajenka u političkom životu Hrvatske i jedna od rijetkih žena koja je kontinuirano prisutna i aktivna na svim razinama, od lokalne i regionalne, do nacionalne govori o stanju u SDP-u...*⁴⁰¹

Isto tako medijska prezentacija SDP-ove načelnice Omišlja Mirele Ahmetović referira se na bitna politička pitanja za boljitak zajednice poput investicijskih razvojnih planova, a kasnije istaknut će se i medijski pozicionirati kao vrlo artikulirana protivnica plutajućeg LNG terminala

⁴⁰¹ Tihana Tomičić, „Komadina već dokazao da zna i može okupiti ljude“. *Novi list* 70, br. 22.358, 24. veljače 2016., str. 20–21.

na Krku.⁴⁰² Na sličan način percipiraju se načelnice općina Viškovo i Kostrena Sanja Udović i Mirela Marunić⁴⁰³. Možemo zaključiti da politička funkcija utječe na medijski tretman političarki na lokalnoj razini. U medijima su prisutne političarke u skladu s funkcijama koje obnašaju, bilo u stranci ili u lokalnoj vlasti. Primjerice, zamjenica načelnika općine Matulji Eni Šebalj medijski je pozicionirana u korelaciji s namijenjenim joj područjima, zdravstvom, obrazovanjem i kulturom, resorima percipiranim kao manje značajnim i stoga s tendencijom prepuštanja ionako malobrojnim političarkama na lokalnoj razini.⁴⁰⁴ Isto tako mediji će izvijestiti o izgradnji umirovljeničkog doma na čijem je čelu Radne skupine ondašnja predsjednica HNS-a Kostrene Tatjana Smeraldo⁴⁰⁵.

Uoči izbora za lokalnu i regionalnu samoupravu u lipnju 2017. godine medijski će se pozicionirati političarke nove generacije: jedina kandidatkinja za gradonačelnicu Rijeke Petra Mandić iz stranke MOST, kandidatkinja HDZ-a za županicu Primorsko-goranske županije, saborska zastupnica Majda Burić i kandidatkinja HDZ-a za načelnicu općine Viškovo Marina Tomić-Pujić. Njihov medijski tretman bit će usmjeren prema političkim i svjetonazorskim pitanjima poput stava o pobačaju, reformi obrazovanja, pravima istospolnih osoba kao i programima od važnosti za lokalnu zajednicu poput ulaganja u prometnu infrastrukturu, Rijeci, europskoj prijestolnici kulture, revitalizaciji Gorskog kotara, transparentnijem planiranju proračunskih sredstava Grada Rijeke, rješavanje goruće problematike nefunkcionalnog Centra za gospodarenjem otpadom Marišćina i drugo. Unatoč tomu, stereotipizirajući pristup ogleđa

⁴⁰² Mladen Trinajstić, Marinko Glavan, „Vesele nas investicije, ali često iza najava ne stoji ništa“, *Novi list* 70, br. 22.405., 13. travnja 2016., str. 3., Marinko Glavan, „Ahmetović: Bio strateški ili ne, plutajući terminal i dalje protuzakonit i neustavan“, *Novi list* 72, br. Br. 23.049, 2. veljače 2018., str 5, Edi Prodan, „Omišalj i Njivice neće pognuti glavu ni pred kime – ni pred Vladom, ni pred svjetskim silama“, *Novi list* 72, br. 23.072, 25. veljače 2018. str. 9–11., Mladen Trinajstić, „Ahmetović pozvala sve saborske zastupnike na nasastanak o LNG-u“, *Novi list* 72, br. 23. 148., 15. svibnja 2018., str. 2

⁴⁰³ Andrej Petrak, „Upitna sanacija crne jame Sovjak“, *Novi list* 70, br. 22. 481, 1. srpnja 2016., str. 18., Andrej Petrak, „Udović: KD Viškovo preuzet će postupno posao Čistoće“, *Novi list* 71, br. 22.944, 16. listopada 2017., str. 13., Biljana Savić, „Viškovu milijun kuna za projekt 'Znanjem do posla'“, *Novi list* 23.227, 2. kolovoza 2018., str. 17, Barbara Čalušić, „Marunić: Sršćica definitivna lokacija“, *Novi list* 70, br. 22. 595, 24. listopada 2016., str. 16.

⁴⁰⁴ Aleksandra Kućel-Ilić, „Amfiteatar Matulji glavna pozornica za ljetne večeri“, *Novi list* 70, br. 22. 503., 23. srpnja 2016. str. 18–19.

⁴⁰⁵ Barbara Čalušić, „Smeraldo: Dom za starije bit će visokoprofitabilan“, *Novi list* 70, br. 22. 512, 1. kolovoza 2016. str. 14.

se u isticanju njihova bračnog statusa i broju djece.⁴⁰⁶ Kao što je već rečeno, mediji će izvještavati o nekom događaju u skladu s političkom funkcijom pa tako i u razgovoru s ponovno izabranom HDZ-ovom gradonačelnicom Malog Lošinja Anom Kučić uporište jesu gradski razvojni projekti.⁴⁰⁷ Bez obzira na to, u konfrontaciji kandidata i kandidatkinje za hijerarhijski istu poziciju, dolazi do izražaja stereotipno usmjeravanje prema određenim zadacima. Primjer je za to medijsko sučeljavanje Mirele Marunić i Dražena Vranića. U naslovu razgovora s Marunić, unatoč realiziranim projektima iz različitih područja istaknuta je tema Doma za starije koja ide u resor socijalnih pitanja i o njima bi, prema uvriježenom mišljenju, trebale skrbiti žene. S druge strane, uz Vranića se veže sport i obnova nekad kulture kluba Croatia line, dakle stereotipni poslovi u poveznici s muškarcima.⁴⁰⁸

Kandidaturom Kolinde Grabar-Kitarović pokrenuta je serija diskreditirajućih napisa: *Kandidatkinja Kolinda Grabar-Kitarović o svojoj predsjedničkoj namjeri još ništa pametno nije rekla i poručila, uglavnom su drugi govorili umjesto nje...*⁴⁰⁹ ili: *Ni danas ne znamo što Grabar-Kitarović misli, jer aktivno šuti umjesto da aktivno govori, kakav je njen stav o bilo kojem bitnom pitanju.*⁴¹⁰

Uobičajeni seksizmi kojima se u patrijarhalnom društvu omalovažavaju žene odnose se u ovom slučaju na žensku šutnju koja je u razmjeru sa služnošću žena. Žene šute i poslušne su. Ženama je tradicionalno uskraćen javni prostor i djelovanje pa tako i izražavanje. Kolindi Grabar-Kitarović pripisuju se stereotipne osobine žene koja ne govori. U to vrijeme trajanja mandata u NATO-u nije smjela sudjelovati u političkim kampanjama te stoga niti iznositi političke

⁴⁰⁶ Barbara Čalušić, „Rijeka spremna za remont proračuna“, *Novi list* 71, br. 22.769, 23. travnja 2017., str.4–5, Orjana Antešić, „Ne možete se uvijek kladiti na istog konja“, *Novi list* 71, br. 22. 789, 14. svibnja 2017. , str. 18., Marinko Krmpotić, „Radit ću s puno više strasti od Komadine“, *Novi list* 71, br. 22.729, 12. ožujka 2017., str. 4–6. , Damir Cupać, „Vrijeme je da nakon 16 godina poezija zamijeni prozu u Adamićevoj 10“, *Novi list* 71, br. 22. 790, 15. svibnja 2017. str. 18–19., Andrej Petrak, „Dok je bilo novca nije se razmišljalo o budućnosti“, *Novi list* 71, br. 22.778, 3. svibnja 2017., str. 14.

⁴⁰⁷ Martina Krajina Mršo, „Birači su prepoznali kvalitetu našeg programa“, *Novi list* 71, br. 22.817, 11. lipnja 2017. str. 10.

⁴⁰⁸ Barbara Čalušić, „Obnovit ću simbole – klub Croatia line i trim stazu“, „Trebalo mi još jedan mandat da završimo dom za starije“, *Novi list* 71, br. 22.807, 1. lipnja 2017., str. 20–21.

⁴⁰⁹ Srđan Brajčić, „Virtualna kandidatkinja u igrama prijestolja“, *Novi list* 68, br. 21.768, 21.– 22. lipnja 2014. Pogled 12, br. 569, str. 4 – 5.

⁴¹⁰ Tihomir Ponoš, „Juriš šutnjom na Pantovčak“, *Novi list* 68, br. 21.768, 21. – 22. lipnja 2014., Pogled 12, br. 569, str. 3.

stavove. No, politički suparnici, uz podršku mediju tu su činjenicu eksploatirali u cilju njezine difamacije. Politički angažiranim muškarcima u Hrvatskoj ne verificira se količina javno izgovorenih riječi. Kao primjer može poslužiti slična situacija prije početka službene kampanje za predsjedničke izbore 2019. godine. Tada se kao najprominentniji kandidat u medijima isticao bivši premijer Zoran Milanović. Iako se nije javno izjašnjavao niti o jednom političkom pitanju pa niti o svojoj kandidaturi, u medijima kao i od njegovih političkih oponentata, nisu mu se pridodavali komentari u kontekstu političara „sa slikom bez tona“ kako je više puta aktualni predsjednik Ivo Josipović atribuirao protukandidatkinju uz svesrdno suglasje medija⁴¹¹.

O stereotipno intoniranom komentaru prema Grabar-Kitarović svjedoči sljedeći primjer: *...gospođa Kitarović nastupila je pred biračkim tijelom kao neka od onih sirotih misica koje glupe propozicije prisiljavaju da za kamere pripreme i neku pametnu općevažnu misao...*⁴¹²

Kompariranje predsjedničke kandidatkinje s kandidatkinjama na izborima ljepote pozicionira Grabar-Kitarović u manje vrijedan kontekst. U pravilu takva medijska usporedba ne odnosi se na političare.

Grabar-Kitarović bila je objekt ismijavanja u medijima radi izgovorenih riječi „teško pitanje“ u gostovanju u emisiji „Nedjeljom u dva“ urednika i voditelja Aleksandra Stankovića: *U intervjuu koji smo s predsjedničkom kandidatkinjom HDZ-a Kolindom Grabar-Kitarović vodili jučer ujutro u Zagrebu – nije bilo teških pitanja...Jedno teško pitanje: ' što biste učinili da vam vaše dijete kući dođe s istospolnim partnerom?'*⁴¹³

Nadalje, podrugljiv kontekst iščitava se iz naslova: *Kako je Kolinda postala Milka i Dorina*⁴¹⁴

Grabar-Kitarović imputira se nedosljednost u iskazivanju političkih stavova komparacijom s konditorskim proizvodima. Takva usporedba dodatno pojačava trivijalizaciju političkog angažmana žena što potvrđuje i sljedeći primjer: *Grabar-Kitarović: 'Jako volim Kraševe proizvode'*⁴¹⁵.

⁴¹¹ Dražen Ciglencečki, „Priča oko 'Barbrike' pokazuje kakvo društvo nude Vaso i njegovi ako dođu na vlast“, *Novi list* 68, br. 21.783., str. 5.

⁴¹² Sanja Modrić, „It' s OK Kolinde Grabar Kitarović“, *Novi list* 68, br. 21.776, 1. srpnja 2014., str. 2.

⁴¹³ Tihana Tomičić, „Spremna sam ući u Vladu i lupiti šakom o stol“, *Novi list* 68, br. 21.890, 25. listopada 2014. Pogled 12, br. 587, str. 8–9.

⁴¹⁴ Predrag Lucić, „Kako je Kolinda postala Milka i Dorina“, *Novi list* 68, br. 21.892, 27. listopada 2014., str. 8.

⁴¹⁵ Dražen Ciglencečki, „Jako volim Kraševe proizvode“, *Novi list* 68, br. 21.895, 30. listopada 2014., str.6.

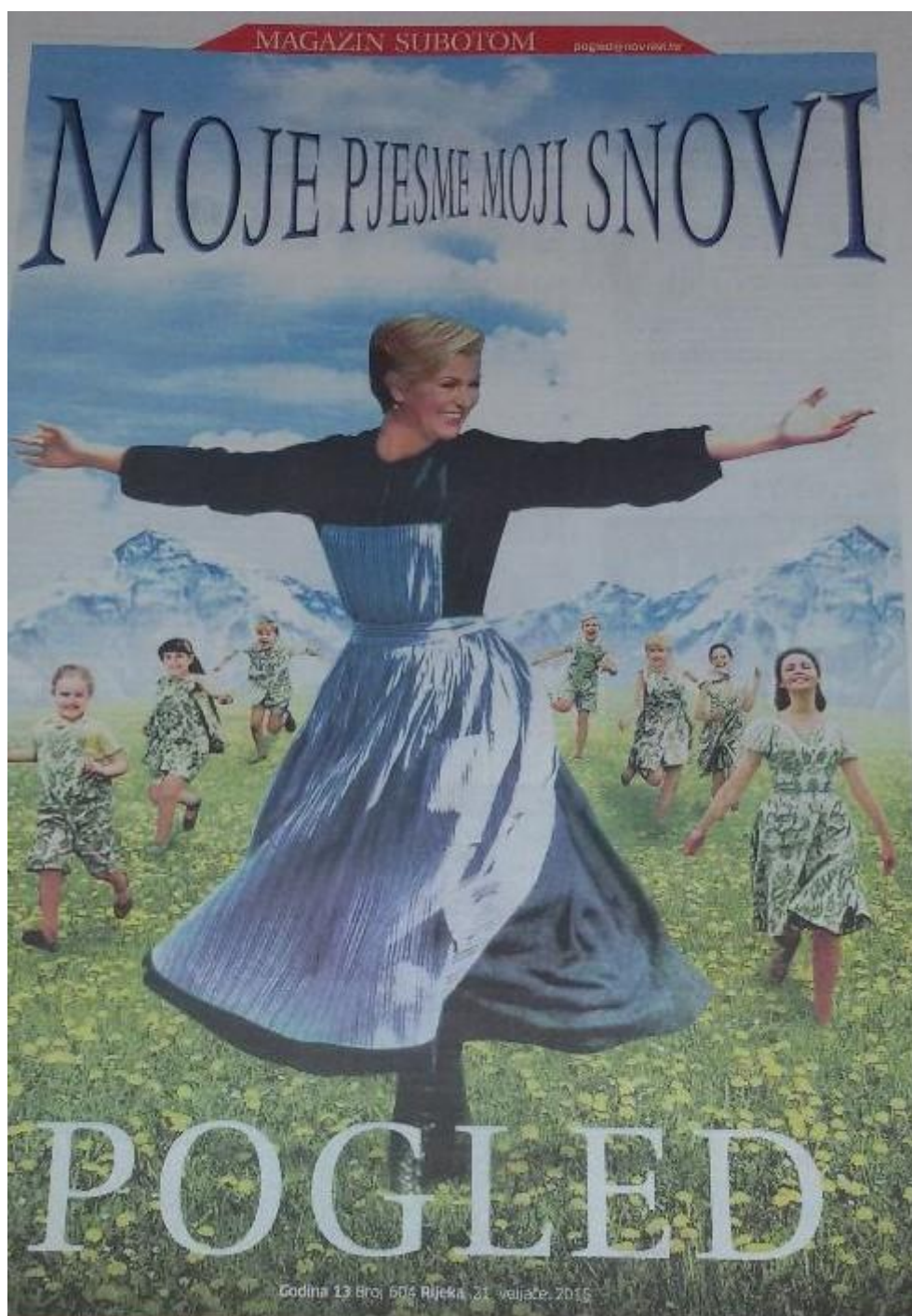
Iako se članak odnosi na vijest iz domene političkih aktivnosti kandidatkinje, u naslovu je istaknuta irelevantna informacija za obavljanje predsjedničke dužnosti.

Pobjedom Grabar-Kitarović na predsjedničkim izborima, prve žene izabrane na tu funkciju u Hrvatskoj i općenito govoreći malobrojnim predsjednicama u svijetu, visoka državnička dužnost postavlja se u stereotipni kontekst : *Princeza postala kraljica*⁴¹⁶.

Time se Grabar-Kitarović uspoređuje s romantičarskim, nerealnim bajkovitim prikazima, tipično povezanim s odrastanjem djevojčica u vječitoj relaciji s kulturom stereotipa princeze, bezvrijedne bez muškarca zaštitnika, princa, kada postaje kraljica. Usporedbom predsjednice s princezom i kraljicom politička funkcija se obezvređuje kao što se generalno umanjuje važnost žena.

Nadalje, aluzijom na neformalno napisan životopis, Grabar-Kitarović prikazuje se kao domaćica uz filmski naslov slavnog američkog mjuzikla iz 1965. godine u kojem je glavna uloga namijenjena guvernanti u obitelji sa sedmero djece. U Sjedinjenim Američkim Državama to je izrazito patrijarhalno razdoblje. Ono je ženama namijenilo da skrbe o kućanstvu i obitelji. Na taj način novoizabranu predsjednicu pokušava se vratiti u okrilje doma, izvan domene javnog djelovanja. S druge strane, hrvatski političari, u prvome redu jesu prezentirani kao profesionalci unatoč neuobičajenim i nespretnim odlukama kao što je implicirana tzv. Vlada stručnjaka koja se pokazala neprijeporno pogrešnim projektom. O tome svjedoči naslovnica političkog magazina Pogled. Iako se naziru elementi političkog neuspjeha, političari su prikazani seriozno.

⁴¹⁶ Jagoda Marić, Dražen Ciglencečki, „Princeza postala kraljica“, *Novi list* 69, br. 21.963, 12. siječnja 2015., str. 20.



Slika 3.3.2.8.: Seksistički prikaz predsjednice Grabar Kitarović

Izvor: *Novi list* 69, br.21.004, *Pogled* 13, br. 604, 21. veljače 2015., naslovnica



Slika 3.3.2.9.: Premijer Tihomir Orešković i potpredsjednici Vlade Božo Petrov i Tomislav Karamarko

Izvor: *Novi list* 70, br. 22. 462, *Pogled* 14, br. 669, 11. lipnja 2016., naslovnica

Negativno prikazivanje Grabar Kitarović, kandidatkinje desne političke opcije, u kolumnama *Novog lista* na neki način moglo bi se pripisati politički lijevo orijentiranom biračkom tijelu koje konzumira ovaj dnevni tisak. Na osnovi toga prevladavaju diskreditirajući sadržaji koji nameću neznanje, nesposobnost i nesnalaženje kandidatkinje u političkoj areni koji će se

nastaviti i kad bude izabrana za predsjednicu⁴¹⁷. To su karakteristike često nametane ženama i impliciraju da politika nije ženski posao. Imajući na umu činjenicu da svjetskom politikom vladaju muškarci, uz rijetke iznimke, mogu li im se pretpostaviti kompetencije za političko zanimanje s obzirom na izazove s kojima se svijet suočava, od klimatskih promjena, ratnih sukoba, gospodarskih kriza, kršenja ljudskih prava, upravo radi neodgovornih, pogrešnih, diletantskih i korumpiranih političkih odluka. S druge strane, novinarstvo podrazumijeva kritiku aktualnih političkih događaja bez obzira tko su akteri, političari ili političarke. U tome smislu treba promatrati negativne komentare upućene njezinom političkom sadržaju.⁴¹⁸ Isto

⁴¹⁷ Branko Mijić, „Kolindina kampanja je diletantizam epskih razmjera“, *Novi list* 68, br. 21. 897, 2 studenog 2014., str. 2., Branko Mijić, „Kolindina bespuća o (zbiljnosti)“, *Novi list* 68, br. 21.900, 5. studenog 2014., str. 2., Tihomir Ponoš, „Samosaplitanje Grabar Kitarović“, *Novi list* 68, br. 21.902, 7. studenog 2014., str. 10, Sanja Modrić, „Opet namještaljka gospođe Kolinde“, *Novi list* 68, br. 21. 941, 16. prosinca 2014., str.2., Dražen Ciglencečki, „Nije predsjednica zločesta, ona samo ništa ne zna“, *Novi list* 69, br. 22.012., 1. ožujka 2015., str.2.

⁴¹⁸ Predrag Lucić, „Ženski rod i hrvatska diskriminacija“, *Novi list* 69, br. 22.020, 9. ožujka 2015., str. 8., Predrag Lucić, „Pitanja Holokausta i odgovor Maksimira“, *Novi list* 69, br. 22.047., 7. travnja 2015., str. 8., Denis Romac, „Vrhovnica“, *Novi list* 69, br. 22.050., 10. travnja 2015., str.8., Predrag Lucić, „Parada odgođenog zajedništva“, *Novi list* 69, br. 22.075., 6. svibnja 2015., str.8., Branko Mijić, „Prva ruža Afganistana“, *Novi list* 69, br.22.081, 12. svibnja 2015., str. 2., Srđan Brajčić, „Predsjednica u sve većem raskoraku“, *Novi list* 69, br. 22.092, Pogled 13, br. 618, 23. svibnja 2015., str. 6–7., Tihomir Ponoš, „Predsjednica protiv sijedih vlasi“, *Novi list* 69, br. 22.159, 1. kolovoza 2015., Pogled 13, br. 628, str. 3., Jasmin Klarić, „Predsjednica postaje garant nestabilnosti vlasti i države“, *Novi list* 70, br. 22. 347, 13. veljače 2016, Pogled 14, br. 652, str 3., Srđan Brajčić, „Nespretnost vladanja unosi nesigurnost“, *Novi list* 70, br. 22. 347, 13. veljače 2016, Pogled 14, br. 652, str. 4–5., Tihomir Ponoš, „Dva iznenađenja Kolinde Grabar -Kitarović“, *Novi list* 70, br. 22.405., 13. travnja 2016., str. 8., Zdenko Duka, „Koja je prava Kolinda Grabar-Kitarović“, *Novi list* 70, br. 22.408., 16. travnja 2016., Pogled 14, br. 661, str. 6–7., Boris Pavelić, „Ispravak točnog navoda“, *Novi list* 70, br. 22.426, 5. svibnja 2016., str. 10., Dražen Ciglencečki, „Gubi simpatije svojih birača, a druge ne uspijeva pridobiti“, *Novi list* 70, br. 22. 489, Pogled 14, br. 672, 9 srpnja 2016., str. 4–5., Tihomir Ponoš, „O ustaškom nasljeđu oštro u inozemstvu, no potihoo kod kuće“, *Novi list* 70, br. 22.520, 9. kolovoza 2016., str. 6., Boris Pavelić, „Pantovčak prijjetnje“, *Novi list* 70, br. 22.632, 1. prosinca 2016., str.10., Sanja Modrić, „Molim četiri tone lososa za Pantovčak“, *Novi list* 70, br. 22.646, 15. prosinca 2016., str.10, Sanja Modrić, „I ja sam se slikala ispred Bijele kuće“, *Novi list* 71, br. 22.669, 10. siječnja 2017., str.10., Dražen Ciglencečki, Tihomir Ponoš, „Predsjednica krenula Trumpovim tragom“, *Novi list* 71, br. 22.676, 18. siječnja 2017. str.7., Boris Pavelić, „Kolindina crna vojska“, *Novi list* 71, br. 22.719, 2. ožujka 2017., str. 10., Tihomir Ponoš, „Nacional-sladunjavost Grabar-Kitarović“, *Novi list* 72, br. 23.089, 14. ožujka 2018., str. 12, Boris Pavelić, „Šuma loših namjera“, *Novi list* 72, br. 23.130, 26. travnja 2018., str.12., Dražen Ciglencečki, „Predsjednica trampistički napada elitu koja ju je iznjedrila“, *Novi list* 72, br. 23. 169, 5. lipnja 2018., str. 10, Sanja Modrić, „Kolinda, jogurt na kvasinu“, *Novi list* 72, br. 23.267, 13. rujna 2018., str. 10., Dražen Ciglencečki, „Predsjednica nije za ozbiljnu politiku, već za estradu“, *Novi list* 72, br. 23.293, 9.

tako uočavaju se i oni neutralno politički obojeni, a odnose se na pozitivne i negativne odluke i djelovanja bivše Predsjednice Grabar-Kitarović nakon dvogodišnjeg mandata ili pak na protokolarnu aktivnost. ⁴¹⁹ Općenito govoreći, hrvatsku politiku vode muškarci. Oni su od osamostaljenja Hrvatske proizveli enormnu količinu nesmotrenih poteza, izjava i koruptivnih skandala. O tome dovoljno govore brojne optužnice protiv ministara iz mandata Vlade premijera Ive Sanadera i njega samog, potom seksistički ispadi i optužnice za korupciju gradonačelnika Zagreba Milana Bandića, kazneno djelo bivšeg potpredsjednika Vlade Radimira Čačića, verbalni gafovi tadašnjeg premijera Zorana Milanovića u vrijeme elementarne nepogode u istočnoj Slavoniji. Nakon toga u mandatu premijera Andreja Plenkovića nizale su se afere vezane uz rad obavještajnih službi i odavanje povjerljivih informacija visokopozicioniranog člana HDZ-a Milišana Brkića. Iako sve to ne umanjuje kritičku evaluaciju djelovanja Grabar-Kitarović, ne može se poreći da su mediji naglašeno ocjenjivali i ismijavali njezine postupke, primjerice u slučaju dijeljenja poklon paketa sa srpskim čokoladama ili pak je li joj tadašnji predsjednik Nogometnog kluba Dinamo s pravomoćnom presudom za gospodarski kriminal organizirao privatne proslave. ⁴²⁰

Tek sporadično Grabar-Kitarović spominje se u afirmativnom kontekstu: *Grabar-Kitarović je elokventna svjetska žena, američka studentica, koja tečno govori strane jezike...* ⁴²¹

Isto tako, nakon što je Grabar-Kitarović pobijedila na izborima i kao što je opće poznato mjesto da se žene moraju puno više dokazivati za isti cilj od muškaraca, priznaje joj se uspjeh: *Predsjednica za povijest:*

listopada 2018., str. 8., Dražen Ciglencečki, „Kad navija za Hrvatsku i grli Kiku čini najmanje štete“, *Novi list* 72, br. 23.347, Pogled 16, br. 797, 1. prosinca 2018., str. 6–7.

⁴¹⁹ Tihomir Ponoš, „Demografija je biti ili ne biti hrvatske nacije“, *Novi list* 71, br.22.705, 16. veljače 2017., str. 4–5., Ingrid Šestan Kučić, „Grabar-Kitarović: Kao Riječanka ponosna sam na uspjehe ovoga grada“, *Novi list* 71, br. 22.772, 26. travnja 2017., str.16–17., Denis Romac, „Predsjednica: Haški sud u velikoj mjeri opravdao očekivanja“, *Novi list* 71, br. 22.995, 7. prosinca 2017., str. 7, Ljerka Bratonja Martinović, „Univerzalni dječji doplatk samo za drugo dijete bio bi 'težak' čak 5,7 milijardi kuna“, *Novi list* 72, 23.176, 12. lipnja 2018., str. 6–7.

⁴²⁰ Zlatko Crnčec, „Gafovi, kontroverze i neispunjena obećanja obilježili pola mandata“, *Novi list* 71, br. 22.894, 27. kolovoza 2017., str. 4–5., Tihomir Ponoš, „Reputacijski rizik Grabar-Kitarović“, *Novi list* 71, br. 22.973, 15. studenog 2017., str. 8.

⁴²¹ Denis Romac, „Milanovićeve i Karamarkov strah od pobjede“, *Novi list* 69, br. 21.961., 9. siječnja 2015., str. 12.

*...Kolinda Grabar-Kitarović dobila je predsjedničke izbore prije svega zahvaljujući samoj sebi, svojoj političkoj dosljednosti i karijeri koja je i u matičnoj stranci, imala uspona i padova.*⁴²²

U tome smislu izrazito se pozitivno prikazuje njezin rad na polovini mandata: *Prva hrvatska predsjednica tako čini velike, značajne pomake u međunarodnoj afirmaciji zemlje na čijem se čelu nalazi, uspijeva i u značajnoj animaciji domaćih gospodarstvenika kao i u senzibiliziranju stranih investitora. Pantovčak pokazuje i zavidnu evoluciju političkih stavova, ili da pojednostavimo: predsjednica se ponaša baš onako kako to od nje i zahtijeva funkcija – predsjednički.*⁴²³

Na isti način mediji ističu njezine zasluge za dolazak američkog predsjednika Donalda Trumpa u Varšavu na summit Inicijative „Tri mora“ čiji je cilj jačanje gospodarske suradnje država iz istočne i srednje Europe.⁴²⁴

Iako će dosljednost Grabar-Kitarović u njezinom mandatu, naročito uoči predsjedničkih izbora 2019. godine biti puna prevrata, uobičajenih za kandidate i kandidatkinje koji nastoje pridobiti glasove što opsežnijeg biračkog korpusa, neporecivo je da su joj mediji pristupali mnogo puta klišeizirano, stavljajući u prvi plan tjelesnost, naglašavajući nevažnost predsjedničke funkcije što nije bio slučaj s njezinim prethodnicima, Stjepanom Mesićem i Ivom Josipovićem.

Povrh toga, pozitivno se percipira njezin prvi državnički posjet u susjednu državu Bosnu i Hercegovinu koji je medijski protumačen kao odmak od politike HDZ-a koji nije sklon snažnijem angažmanu Hrvatske u regiji zbog patološkog straha od revitalizacije Jugoslavije.⁴²⁵ U stereotipnom kontekstu Grabar-Kitarović spominje se tijekom izbijanja migrantske krize u Europi tijekom ljeta 2015. godine kada je kroz Hrvatsku prošlo oko 800 000 migranata. Naime, predsjednici se pripisuje bešćutnost što je stereotip za atribuiranje žena koje bi trebale biti prije svega suosjećajne.⁴²⁶ Iako se o namjeri predsjednice o uspostavi „tvrde“ granice može

⁴²² Branko Mijić, „Predsjednica za povijest“, *Novi list* 69, br. 21.963, 12. siječnja 2015., str.2.

⁴²³ Robert Frank, Edi Prodan, „Sve bi se promijenilo na bolje kad bi se maknuo fokus s ideologija koje nas dijele“, *Novi list* 71, br. 22.821, 15. lipnja 2017, str. 4–7.

⁴²⁴ Robert Frank, Edi Prodan, „Nema malih država, svatko je onoliko velik kolike su mu ambicije“, *Novi list* 71, br. 22.822, 16. lipnja 2017., str. 6–8.

⁴²⁵ Denis Romac, „Emancipacija predsjednice Grabar-Kitarović“, *Novi list* 69, br. 22.017, 6. ožujka 2015., str. 8.

⁴²⁶ Ladislav Tomičić, „Grabar Kitarović, predsjednica mraka“, *Novi list* 69, br. 22.206, Pogled 13, br. 634, 19. rujna 2015., str. 2.

raspravljati tim više što je transport migranata učinjen bez ijednog incidenta, u javnom diskursu termin bezosjećajnosti ne pripisuje se muškarcima.

Nadalje, ismijavajući i seksistički prikaz Grabar-Kitarović ilustrira naslov komentara: *Riba zvana Kolinda u Opatičkoj 10*⁴²⁷.

Osim već imanentnog atribuiranja Grabar-Kitarović imenom, komparira je se sa seksipilnom ulogom glumice iz glasovite komedije „Riba zvana Wanda“. Radi se o aluziji na predsjedničinu namjeru o preseljenju ureda zbog „osjećaja poput ribe u akvariju“. Ne ulazeći u meritum predizbornog obećanja Grabar-Kitarović i podložnosti medijske kritike poput svih javnih osoba, kritici javnog djelovanja umeću se generalizacije prema ženama. Povrh toga, u susretu Grabar-Kitarović s britanskom kraljicom Elizabetom II. medijski je na omalovažavajući način prikazan njezin suprug Jakov Kitarović. U patrijarhalnom hrvatskom društvu muškarci su ti koji su na višoj hijerarhijskoj razini. Žene su u obiteljskoj zajednici pratiteljice u sjeni. Stoga je uloga supruga Grabar-Kitarović percipirana u ismijavajućem i društveno neprihvatljivom kontekstu. Supruge bivših hrvatski predsjednika bile su u skladu s društvenim očekivanjima te nisu niti izazivale prijepore u javnosti. Uz to sveprisutna poruka u javnosti „Jakove izdrži“ odraz je seksizma prema Grabar-Kitarović. Teško je zamisliti toliku potporu ijednoj supruzi političara.

⁴²⁷ Predrag Lucić, „Riba zvana Kolinda u Opatičkoj 10“, *Novi list* 70, br. 22.316, 13. siječnja 2016, str. 8.



Slika 3.3.2.10.: Jakov Kitarović u „neprirodnoj“ rodnoj ulozi

Izvor: Reuters, *Novi list* 70, br. 22. 586, Pogled 14, br. 686, str. 2.

Slično se u negativnom kontekstu spominje političarka radikalne desne političke opcije Ruža Tomašić čiji naslov insinuira na zloglasni ustaški pozdrav s kojim se identificirala hrvatska ekstremna desnica⁴²⁸.

Za razliku od učestalog atribuiranja političarki *ad hominem*, u istovjetnom atribuiranju političara prominentan je tek ulaz u prostor osobnog na razini isticanja pretjerano izraženog ega političara poput Zorana Milanovića, Radimira Čačića i naposljetku Andreja Plenkovića: *Čovjek je tek tri mjeseca premijer, a već je jasno da imamo posla s najvećim narcisom koji se ikad pojavio u hrvatskoj politici...Ono po čemu Plenković strši od Milanovića je ta nadrealna narcisoidnost. Ne, nije bivši premijer bio cijepljen od nje. Ali, za vrijeme cijelog svojeg mandata nije u saboru toliko hvalio sebe kao Plenković u svega nekoliko sati...*⁴²⁹

⁴²⁸ Predrag Lucić, „Za Mars – spremni!“, *Novi list* 68, br. 21. 906, 11. studenog 2014., str. 8.

⁴²⁹ Dražen Ciglenečki, „Narcis u Banskim dvorima“, *Novi list* 71, br. 22.680, 22. siječnja 2017. str. 2.

Pozicioniranje političarki u mozaičnim sadržajima

Rubrika Magazin *Novog lista* Margaret Thatcher opisuje kroz njezine promjene u odijevanju tijekom premijerske karijere, gdje kupuje odjeću, kakav nosi nakit, koja je uloga njezinog stručnjaka za odnose s javnošću i slična pitanja nevažna za obavljanje odgovornog političkog zanimanja. Rubrika pod naslovom „Tačerizam je u modi“ Thatcher pozicionira poput estradne zvijezde.⁴³⁰ Budući da je estradizacija političke scene u zamahu, ne može se reći da je ovakav prikaz političarki isključivo vezan za žene jer estradizaciji političke scene podliježu muškarci i žene. To će kasnije pokazati političari poput Silvija Berlusconi, Nicolasa Sarkozyja i Vladimira Putina.⁴³¹ Estradizacija politike postala je dio uobičajenog predstavljanja političkih osoba. Grabar-Kitarović po tome nije iznimka. Međutim, za razliku od svojih kolega i prethodnika po funkciji, koji su benevolentno posjećivali masovne manifestacije, fotografirali se s građanima i pozicionirali u situacije nevezane uz političke ovlasti, estradizacija funkcije Grabar-Kitarović često je seksistički obojena. Eklatantni primjeri su fotografije iz ribolova, upravljanje poljoprivrednim strojem, ličenje stana ili obavljanje građevinskih radova. Iako je razvidno da su ovakve fotografije prije svega izraz estradizacije političke scene, proizlazi da je estradizacija u javnom prostoru nejednako valorizirana kad je prakticiraju političari ili kad joj se priklone političarke.⁴³² Zato su „kave s predsjednikom“, Stjepanom Mesićem, percipirane u javnom prostoru kao poželjan politički pristup u komuniciranju s građanstvom. No, kad sličnim potezima pribjegava Grabar-Kitarović, tada joj se atribuiraju ispraznost i banalnost.⁴³³

⁴³⁰ Đorđe Minić, „Tačerizam je u modi“, *Novi list* 45, br. 237, 30. kolovoza 1991., str. 19.

⁴³¹ Hajrudin Hromadžić (2013). Politika, društvo spektakla i medijska konstrukcija realnosti. Časopis za politologiju, 50 (2), 60–2.

https://hrcaak.srce.hr/search/?show=results&stype=1&c%5B0%5D=article_search&t%5B0%5D=Politika%2C+dru%5A1tvo+spektakla+i+medijska+konstrukcija+realnosti.

(pristupljeno 25. kolovoza 2018).

⁴³² Siniša Pavić, „Farbam stan! Je li Predsjednica slobodna?“, *Novi list* 69, br. 22.147, 20. srpnja 2015., str. 6–7.

⁴³³ Dražen Ciglencečki, „Kolinda Grabar-Kitaraović je predsjednica kakvu trebamo“, *Novi list* 69, br. 22.172, 16. kolovoza 2015., str. 2.



Slika 3.3.2.11.: Estradizacijska aktivnost predsjednice Grabar-Kitarović

Izvor: Nikša Stipaničev/Cropix, *Novi list* 69, br. 22.147, 20. srpnja 2015., str. 6.

U drugom slučaju, kako su mediji pokušali ismijati Vesnu Pusić proizlazi iz sljedeće fotografije:



Slika 3.3.2.12.: Potpredsjednica Vlade i ministrica vanjskih poslova Vesna Pusić u podrugljivom prikazu

Izvor: Danijela Peračić/Cropix, *Novi list* 69, br. 21.976, 24. siječnja 2015., str. 8.

Po svemu sudeći Vesna Pusić se, za razliku od Zorana Milanovića, postavila u neozbiljan kontekst s obzirom na visoku političku funkciju što je dodatno naglasio popratni tekst. Dok

premijer rješava bitne državne probleme, ministrici je u prvom planu istaknuta frizura, drugim riječima vanjština. Nije slučajno da se radi o stereotipu usmjerenom prema ženama.

Prikazi političarki u mozaičnim sadržajima u skladu su s estradizacijskim trendovima, ali možemo neprijeporno zaključiti i s perpetuirajućem položaju žena u hrvatskom društvu temeljenom na seksualnoj objektivizaciji. Ovu tezu podupire sljedeći ilustrirani članak objavljen nakon parlamentarnih izbora u Hrvatskoj u studenom 2015. godine:



Slika 3.3.2.13.: Stereotipno-estradižacijski prikaz hrvatskih saborskih zastupnica u dnevniku *Novi list*

Izvor: Ivana Kocijan, „HDZ-ovke vole plavo“ (autor fotografija Davor Kovačević), *Novi list* 70, br. 22.326, 23. siječnja 2016., str. 58–59.

U širem smislu u mozaični kontekst banalizacije pozicionira se najava intervjua s Mirelom Holy prilikom objave njene knjige „Vražica nosi Pradu, a bogovi konfekciju“. ⁴³⁴ Iako se u razgovoru s Holy tek marginalno priziva na knjigu, a prevladavaju pitanja iz domene politike, iz tabloidnog naslova i naslovnice stječe se drukčiji dojam o sadržaju intervjua. ⁴³⁵

Isto tako Grabar-Kitarović bit će u fokusu mozaičnih sadržaja. Mediji će analizirati njezine tjelesne karakteristike i kulturu odijevanja. Valja primijetiti da se mediji nisu bavili tom tematikom u mandatima hrvatskih predsjednika.



Slika 3.3.2.14.: Banalizacija protokolarnog događaja s naglaskom na obuću Grabar-Kitarović

Izvor: Slavko Midžor/Pixsell, Novi list 70, br. 22.572, Pogled 14, br. 684, str. 2

⁴³⁴ Naslovnica: „Kroz seks i tračeve do lekcija iz politike“, *Novi list* 71, br. 22.708, 19. veljače 2017.

⁴³⁵ Zdenko Duka, „Istraživali su me i ništa nisu našli, dosadna sam kao opatica“, *Novi list* 71, br. 22.708, 19. veljače 2017., str. 4–5.

Kreće na prvu turneju po Americi i Kanadi

AMIRA MEDUNJANIN USKORO IZDAJE NOVI ALBUM »DAMAR«

RIJEKA »Damar« naziv je novog studijskog albuma cijenjene sarajevske umjetnice Amire Medunjanin što će svijetlo dana ugledati 18. listopada, dvije godine od odlično prihvaćenog albuma »Slik and Stone«. U stvaranju »Damara« Amira je sa svojim stalnim suradnicima iznova posegla za žilom kućavicom bosanske glazbe – sevdahom i drugim vrijednim tekstovima predaka s ovih prostora. S nevjerojatnom lakoćom ona se kreće nekim tradicionalnim, znanim tekstovima i melodijama, koje s novim aranžmanima dobivaju i neke drugačije obrise i



boje. Prvi put u svoju glazbenu paletu Amira je uvrstila i dvije nove, autorske skladbe. Usporedo s novim studijskim albumom, Amira Medunjanin krajem listopada kreće na prvu turneju po Americi i Kanadi. (D. Ba.)

Posveta Ianu Fraseru Kilmisteru

LEMMY U ZAGREBAČKOM PARKU ROCK'N'ROLLA

ZAGREB »Ian Fraser Kilmister, poznat pod imenom Lemmy, engleski glazbenik, gitarist, pjevač i tekstopisac, osnivač i frontmen rock sastava Motorhead dobija svoju skulpturu u zagrebačkom Parku Rock'n'Rolla ove subote u 20 sati. Nedavno preminuli velikan svjetske glazbe tako će se u tematskome parku pridružiti Ramonesima, Joeu Strummeru, Johnu Lennonu, Nicku Caveu, Amy Winehouse, Jimmyju Hendriku, Iggyju Popu, David Bowieu i instalaciji Queens of the rock'n'roll koju čine Debbie Harry, Patti Smith i Skin iz Skunk



Ansiesi, Jacku Whiteu te još jednoj instalaciji s 10 top bendova današnjice nazvanoj Bands of the Decade. Autor skulpture je zagrebački akademski kipar Ivan Duraković, a za sve koji obožavaju Motorheade bit će žurica DJ party u vrtu parka Beertije od 20 sati. (D. Ba.)

Braća blizanci Matt i Luke Goss

NAJVEĆI REUNION POP GLAZBE: NA SCENU SE VRAĆA GRUPA BROS

RIJEKA »Britanska grupa Bros vraća se na scenu i najavljuje koncert koji će održati 19. kolovoza sljedeće godine u londonskoj O2 areni. Nastupom koji engleski mediji opisuju kao »najveći reunion u pop glazbi« braća blizanci Matt i Luke Goss obilježić će 28 godina od zadnjeg zajedničkog nastupa održanog 1989. na Wembleyju. Najpoznatija po hitu »When Will I Be Famous?« iz 1987. godine, grupa Bros raspala se 1992. godine. Matt je nakon toga započeo solističku karijeru, dok se Luke posvetio glumi. Osim braće Goss činio ju je i Craig Logan koji je tužio blizance zbog neisplaćenih tartijerna za što je dobio odštetu u iznosu od 1. milijuna funta. Iako se u službenim priopćenjima navodi kako su Matt i Luke ostali u dobrim odnosima s Loganom koji je bend



napustio 1989. godine, on neće nastupiti na njihovom koncertu u ljeto sljedeće godine.

– Kao pjevač u bendu uvijek sam bio povezan s Lukeom. Bros su Matt i Luke, poručio je Matt dok je Luke dodao:

– Bros je bio dio mojeg života 30 godina i jako sam ponosan na ovu grupu. Najveći smo koncert imali na stadionu Wembley na kojem smo nastupili samo nas dvojica tako da s velikim ponosom mogu reći da smo Matt i ja grupa Bros. (I. Ko.)

PROMJENA MODNI IZRIČAJ PREDsjedNICE REPUBLIKE

Sve predsjedničine štikle

U posljednjih mjesec dana Kolinda Grabar-Kitarović uspjela je s nekoliko kombinacija izazvati komentare

RIJEKA

Predsjednica Republike Kolinda Grabar-Kitarović u posljednje je vrijeme modno hrabrija. Njen posljednji outfit, onaj koji je pokazala 29. rujna u povodu obilježavanja Dana policije, zapeo je za oko modnih znalaca, ponajprije zbog neonski žutih štikli koje je predsjednica obula u kombinaciji s maslinastozele- nom haljinom. Još su jedne štikle izazvale veliku pozornost – one koje je Kolinda Grabar-Kitarović prošetala na obilježavanju 25. obljetnice utemeljenja Glavnog stožera Oružanih snaga. Povodom te formalne svečanosti, odabrala je crnu kombinaciju, haljinu klasično uskoga kroja i kratki sako, a cijeli je stajling zaokružila crvenim lakiranim štiklama s mašnom.

U posljednjih mjesec dana uspjela je s još nekoliko kombinacija izazvati komentare. Prvo se na Općoj skupštini UN-a u New Yorku pojavila u bijeloj cipkastoj haljini s potpisom Elisa, dok je za prijem u Bijeloj kući s američkim predsjedničkim parom Michelle i Barackom Obama izabrala crnu cipkastu haljinu srednje dužine. Zanimljivo je bio i njen cvjetni odabir za konferenciju Dubrovnik Forum održanu krajem kolovoza ove godine.

D. BAUK



Dubrovnik Forum



Mladenčica kombinacija u povodu obilježavanja Dana policije



Predsjednica u crvenom

Crvene štikle za 25. obljetnicu utemeljenja Glavnog stožera Oružanih snaga



Crna cipka za prijem kod Michelle i Baracka Obame

rif SUTRA
UZ NOVI LIST
MAGAZIN
drugačiji pristup glazbi

■ MAGAZIN URBANE KULTURE NOVOGA LISTA NA 8 STRANICA

Slika 3.3.2.15.: Odjevna kultura Grabar-Kitarović

Izvor: Danijela Bauk, „Sve predsjedničine štikle“ (autori fotografija Goran Stanzl/Pixsell, Slavko Midžor/Pixsell, Photo WHITEHOUSE), Novi list 70, br. 22. 577, 6. listopada 2016. str. 70.

No, trend predstavljanja političkih osoba na banalan način uključuje i muškarce iako u manjem obujmu što potvrđuje tek sporadičan osvrt na muški odjevni stil. Usprkos prevladavajućim ženskim stereotipima, u posljednje vrijeme smjer trivijalizacije politike, odmak od sadržaja i privlačenje publike neformalnim prikazima političara potkrepljuju sljedeće fotografije:



Slika 3.3.2.16.: Trivijalni prikaz hrvatskih političara

Izvor: Goran Mehkek/Cropix, Novi list 70, br. 22.361, 27. veljače 2016., str.10.



Slika 3.3.2.17.: Ministar financija Zdravko Marić na tržnici

Izvor: Damjan Tadić/Cropix, Novi list 70, br. 22.370, 7. ožujka 2016., str. 8.

Sve upućuje na zaključak da je veća zastupljenost političarki u mozaičnim sadržajima u posttranzicijskom razdoblju. Tome je tako iz dva razloga. Na prvom mjestu, veći je broj političarki pa im je stoga posvećeno više medijskog prostora u svim rubrikama. Na drugom mjestu, radi se o trivijalnim tendencijama u politici na globalnoj razini pa stoga i ne treba biti prijepora prema estradizaciji politike i u Hrvatskoj

Pozicioniranje političarki u rubrikama crne kronike i vijestima iz domene korupcije i sukoba interesa

Niska politička participacija žena ne lišava ih medijske odsutnosti sa stranica crne kronike. O tome svjedoče primjeri iz oba istraživana razdoblja. Saborsku zastupnicu HDZ-a Katarinu Fuček difamira članak u kojem joj se pretpostavlja netransparentno dodijeljen stan u središtu Zagreba kao i mjesto direktorice „Narodnih novina“, a sve to u ime pripadnosti vladajućoj stranci, HDZ-u i prema riječima novinarke, servilno ponašanje zastupnice.⁴³⁶

U razdoblju posttranzicije rubrike crne kronike kvantitativno je obilježila bivša sisačko-moslavačka županica Marina Lovrić-Merzel.⁴³⁷ Županica je uhićena pod sumnjom brojnih koruptivnih radnji, pogodovanja poduzetnicima, nezakonitom zapošljavanju savjetnika i slično. Svakako je važno istaknuti da je Marina Lovrić-Merzel bila jedina žena na čelu jedne županije u Hrvatskoj. Dakle, županica je veliku medijsku pozornost „zaslužila“ kriminalom. Njezin politički angažman, kompetencije za obavljanje političkog poziva javnosti su ostali manje poznate. Marina Lovrić-Merzel postala je prepoznatljiva i ostat će upamćena u negativnom kontekstu hrvatske politike.

Pred kraj kampanje za predsjedničke izbore, u skladu s medijskim senzacionalističkim pristupom stvaranja skandala, Grabar-Kitarović je revitalizirana afera iz 2007. godine prema kojoj je tadašnjoj savjetnici iz Ministarstva vanjskih poslova nedopušteno posuđen dio novca

⁴³⁶ Sanja Modrić, „Nagrada za poslušnost“, *Novi list* 49, br. 37, 8. veljače 1995., str. 5.

⁴³⁷ Danko Radaljac, „Još dva mjeseca pritvora za Marinu Lovrić Merzel“, *Novi list* 68, br. 21.777, 2. srpnja 2014., str. 6., Danko Radaljac, „Lovrić Merzel optužena za mito od 100.000 eura“, *Novi list* 68, br. 21.797, 22. srpnja 2014., str. 5, Tihana Tomičić, „Očekuje se ostavka Lovrić Merzel na mjesto županice“, *Novi list* 68, br. 21.798, 23. srpnja 2014, str. 7., Hina, „Počinje suđenje Marini Lovrić Merzel“, *Novi list* 70, br. 22.438, 17. svibnja 2016. str. 2., Boris Pavelić, „Turudić izuzeo temeljni dokaz optužnice protiv Lovrić Merzel“, *Novi list* 70, 22.439, 18. svibnja 2016. str. 4., Hina, „Lovrić Merzel danas na optuženičkoj klupi“, *Novi list* 72, br. 23.083, 8. ožujka 2018., str. 8

za preseljenje u Hrvatsku koji savjetnica nije vratila⁴³⁸. Potom, bivša gradonačelnica Knina bila je pod istragom Državnog odvjetništva radi nezakonito stečenog stana čemu su mediji također posvetili znatnu pozornost.⁴³⁹ Međutim, praćenje političarki vezanih uz koruptivne afere može se pripisati trendu senzacionalizma jer takve teme privlače pažnju javnosti i povećavaju prihod od prodanih tiskovina i ne treba ih pozicionirati u relaciji diskriminacije prema ženama. Osim toga uloga medija je razotkrivanje negativnih pojava u društvu bez obzira na spol sudionika i sudionica koruptivnih radnji, gospodarskog kriminala i tome sličnih nedjela. U vezi s time treba promatrati medijski komentar o sukobu interesa Grabar-Kitarović na prikazivanje donacija stranačkog novca iz predsjedničke kampanje kao osobnih čime, osim izbjegavanja plaćanja poreza, dovodi se u vezu s jednom političkom opcijom, a predsjednička funkcija trebala bi biti neovisna.⁴⁴⁰ Na sličan način medijski se prezentira mogući sukob interesa nekadašnje redovnice Bernardice Juretić prepoznatljive po humanitarnom radu s narkomanskim ovisnicima potom ministrice socijalne politike i mladih u kratkom mandatu Vlade Tihomira Oreškovića. Naime bio je upitan ugovor u sufinanciranju koji je potpisala s udrugom kojoj je bila predsjednica.⁴⁴¹ K tomu treba dodati medijska izvješća o tzv. aferi *mailovi* pri izradi Zakona o postupku izvanredne uprave u trgovačkim društvima od sistemskog značaja za Republiku Hrvatsku, u javnosti poznatijeg kao „lex Agrokor“ zbog koje je ostavku podnijela potpredsjednica Vlade i ministrica gospodarstva Martina Dalić.⁴⁴²

⁴³⁸ Ladislav Tomičić, „Prijateljica Grabar-Kitarović zaboravila vratiti pozajmicu“, *Novi list* 68, br. 21. 948, 23. prosinca 2014., str. 8.

⁴³⁹ Dražen Ciglencečki, „Josipu Rimac sumnjiče za zlorabu položaja i ovlasti“, *Novi list* 68, br. 21.768, 21.-22. lipnja 2014., str. 6., Zdenko Duka, „Istraga bez nastavka nema većeg utjecaja na birače“, *Novi list* 69, br. 22.211, 24. rujna 2015., str. 9., Zlatko Crnčec, „Sobol: Josipa Rimac za deset minuta u Saboru dobila devet plaća“, *Novi list* 69, br. 22.212, 25. rujna 2015., str. 9., Dražen Ciglencečki, Jagoda Marić, „Most stavio veto na ulazak Josipe Rimac u Ministarstvo uprave“, *Novi list* 70, br. 22.353, 24. veljače 2016., str. 3., Zlatko Crnčec, „Rimac kršila Zakon o sukobu interesa, a sad će ga mijenjati“, *Novi list* 72, br. 23.090, 15. ožujka 2018., str. 8.

⁴⁴⁰ Tihomir Ponoš, „Grabar-Kitarović dijelila stranački novac kao svoj“, *Novi list* 70, br. 22.413, 21. travnja 2016., str. 4–5.

⁴⁴¹ Bojana Mrvoš Pavić, „Juretić: Dala sam ostavku u Zajednici Susret kada sam postala ministrica“, *Novi list* 70, br. 22.473, 22. lipnja 2016., str. 8., *Novi list*, „Ministrica prijeti otkazom onome tko je dao ugovor“, *Novi list* 70, br. 22.479, str. 8.

⁴⁴² Zlatko Crnčec, Jagoda Marić, Danko Radaljac, „Otkrivala povlaštene informacije? DORH najavio da će se baviti privatnom prepiskom Martine Dalić o lex Agrokor“, *Novi list* 72, br. 23. 143., 10. svibnja 2018., str. 4–5, Dražen Ciglencečki, Zlatko Crnčec, Irena Frlan Gašparović, Jagoda Marić, „Martini Dalić najveća opasnost prijeti iz HDZ-a“, *Novi list* 72, br. 23.145, 12. svibnja 2018., str. 6–7.

Pozicioniranje političarki u dnevniku *Slobodna Dalmacija*

Atribuiranje političarki

U usporedbi s *Novim listom* uočava se isti trend pridavanja osobina političarkama vezanih uz naglašavanje odjevnog stila i usklađivanje poslovnog i privatnog života, drugim riječima pripisuju im se karakteristike od kojih su izuzeti političari. To potvrđuje sljedeći primjer novinarskog pitanja upućenog saborskoj zastupnici SDP-a Snježani Biga-Friganović: *U našoj tradiciji žena, kažu, 'nosi sva četiri kantuna kuće'. Kako to izgleda u vašoj obitelji gdje je žena najčešće odsutna? Kako je vaša djevojčica prihvatila okolnost da ima mamu – političarku?*⁴⁴³

Usmjerenje žene u kontekst privatnosti odnosno doma stereotipna je kategorizacija maskulino feminističkih odnosa u patrijarhalnom društvu. Izbivanje izvan tog za nju predviđenog ogradenog zatvorenog prostora predstavlja neuobičajenu sliku. Stoga u takvom socijalnom okruženju diskutabilne su žene koje djeluju drukčije.

Iako su recentna istraživanja kao i ovaj rad pokazali da se muškarcima ne upućuju pitanja iz domene privatnosti, donekle iznimku od ustaljenih obrazaca ponašanja pokazuje primjer intervjua, k tomu još iz rane tranzicije, sa splitskim gradonačelnikom Petrom Slapničarem. Naime, novinar je u djelu intervjua s gradonačelnikom raspravljao o obiteljskom životu, odlasku u kupovinu i provođenju slobodnog vremena⁴⁴⁴. Po svemu sudeći članak predstavlja iznimku u medijskom pristupu političarima i referiranju na prije svega političke teme.

Na isti način percipira se pridavanje društveno prihvaćenog zanimanja političara za muškarce iako se radi o ženi kao i atribuiranje imenom:

*Gromoglasan pljesak: Savka za predsjednika*⁴⁴⁵

*Njih dvoje: Degen i Savka*⁴⁴⁶

*Savka ponudila ostavku*⁴⁴⁷

⁴⁴³ Davorka Blažević, „HDZ nije mislio na kavalirštinu“, *Slobodna Dalmacija* 53, br. 16151, 8. prosinca 1995., str. 5.

⁴⁴⁴ Nikica Marinković, „Tolerancije nikad dosta“, *Slobodna Dalmacija* 50, br. 14946, 13. srpnja 1992., str. 24 – 25.

⁴⁴⁵ Naslovnica: *Slobodna Dalmacija* 50, br. 14929, 26. lipnja 1992.

⁴⁴⁶ Ante Kuštre, „Njih dvoje: Degen i Savka“, *Slobodna Dalmacija* 50, br. 14957, 24. srpnja 1992., str. 15.

⁴⁴⁷ Naslovnica: *Slobodna Dalmacija* 51, „Savka ponudila ostavku“, br. 15615, 8. lipnja 1994.

Savka odlazi i ostaje „prva ruža Hrvatske“⁴⁴⁸

Na sličan način, s obzirom na iznimno nisku participaciju žena u političkom životu, a time i u medijima, valja primijetiti medijsko nesnalaženje u atribuiranju političarki u ženskom rodu: *Predsjednički kandidat i predsjednica HNS-a u Sinju i Imotskome: Od ponedjeljka – skidamo barikade*⁴⁴⁹

Iz ovog naslova moglo bi se zaključiti da su predsjednički kandidat i predsjednica HNS-a različite osobe.

Premda su istaknuti brojni primjeri intimiziranja usmjereni prema političarkama, rarietno se referiraju i prema političarima kao što je bio slučaj s premijerom Nikicom Valentićem:

*Palac gore Nikici*⁴⁵⁰

Imajući na umu činjenice iz potkrepljenih tvrdnji u ovom istraživanju, unatoč tomu što je seksističko obraćanje političarki uvriježenim pitanjima u odnosu prema privatnom životu i kompetencijama koje nisu u korelaciji za obavljanje političkog poziva, može se iznimno uočiti sličan stereotipan obrazac prema ondašnjem splitsko-dalmatinskom županu Nadanu Vidoševiću. Naime, novinarski upit naglasio je mladost i nedostatak političkog iskustva kao negativnost za politički angažman: *Koji su bili Vaši razlozi da mjesto direktora „DC“ i saborskog zastupnika zamijenite kandidaturom za mjesto župana? To pitam stoga što su neki sumnjičavi u pogledu Vaših godina i političkog iskustva*⁴⁵¹

Uzevši u obzir nepostojanje formalnog obrazovanja za politički posao valja zaključiti da političko neiskustvo ne može biti prepreka za politički rad jer bi se u tom kontekstu manjak političkih vještina mogao pridodati mnogim akterima na političkoj sceni. Isto tako starosna dob, odnosi li se na pojam „mladosti“ ili „starosti“, ne bi trebala biti limitirajući čimbenik za obavljanje ikogjeg posla. Iz svega rečenog nedvojbeno je da se radi o stereotipnim atribuiranjima.

⁴⁴⁸ Robert Bajruši, Josip Šmidt, „Savka odlazi i ostaje „prva ruža Hrvatske“, *Slobodna Dalmacija* 52, br. 15778, 21. studenog 1994., str. 3.

⁴⁴⁹ Naslovnica: *Slobodna Dalmacija* 50, br. 14962, 29. srpnja 1992.

⁴⁵⁰ Ante Gorup, „Palac gore Nikici“, *Slobodna Dalmacija* 50, br. 15211, 16. travnja 1993, str. 3.

⁴⁵¹ Ružica Mikačić, „Ne daj nam bože nuklearke“, *Slobodna Dalmacija* 50, br. 15218, 23. travnja 1993., str. 20–21.

U posttranzicijskom razdoblju nastavlja se trend atribuiranja političarki imenom što je naročito prominentno u slučaju Kolinde Grabar-Kitarović:

*HDZ-ov plan: Kolinda na Pantovčaku*⁴⁵²

*Trilateralna Kolinda*⁴⁵³

*'Tvrđi' birači ne žele 'meku' Kolindu*⁴⁵⁴

*Kolinda pala na 'teškim' pitanjima*⁴⁵⁵

*Kolinda ima pričuvni položaj u NATO-u*⁴⁵⁶

*Kolinda na bolovanju*⁴⁵⁷

*HDZ u ofenzivi: od srijede kreće Kolinda tv*⁴⁵⁸

*Kolinda prijete praznom puškom*⁴⁵⁹

*Kolinda, tako Vam bog pomogao*⁴⁶⁰

*Kolindin govor pomirbe i nade*⁴⁶¹

*Kolinda uživa biti Predsjednica*⁴⁶²

*Ptica, avion ili Kolinda*⁴⁶³

⁴⁵² *Slobodna Dalmacija* 71, „HDZ-ov plan: Kolinda na Pantovčaku“, br. 22.618, 14. siječnja 2014.,

⁴⁵³ *Slobodna Dalmacija* 71, „Trilateralna Kolinda“, br. 22770, 15. lipnja 2014.

⁴⁵⁴ Lidija Gnjidić, „'Tvrđi' birači ne žele 'meku' Kolindu“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22860, Spektar, 13. rujna 2014., br. 10–11.

⁴⁵⁵ Marina Karlović-Sabolić, „Kolinda pala na 'teškim' pitanjima“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22870, 23. rujna 2014., str. 6–7.

⁴⁵⁶ Anita Belak-Krile, „Kolinda ima pričuvni položaj u NATO-u“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22906, 29. listopada 2014., str. 11.

⁴⁵⁷ Boris Dežulović, „Kolinda na bolovanju“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22911, 3. studenog 2014, str. 11.

⁴⁵⁸ *Slobodna Dalmacija* 71, „HDZ u ofenzivi: od srijede kreće Kolinda tv“, br. 22918, 10. studenog 2014.

⁴⁵⁹ Anita Belak Krile, „Kolinda prijete praznom puškom“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22920, 12. studenog 2014., str. 6–7.

⁴⁶⁰ *Slobodna Dalmacija* 71, „Kolinda, tako Vam bog pomogao“, br. 23015., 15. veljače 2015.

⁴⁶¹ *Slobodna Dalmacija* 71, „Kolindin govor pomirbe i nade“, br. 23016, 16. veljače 2015.

⁴⁶² Danko Plevnik, „Kolinda uživa biti Predsjednica“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23168, Spektar, 18. srpnja 2015., str. 5.

⁴⁶³ Zlatko Gall, „Ptica, avion ili Kolinda“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23208, 27. kolovoza 2015., str. 9.

*Kolinda: Tražimo izvanredne mjere zbog iseljavanja!*⁴⁶⁴

*Kolinda Rusima održala lekciju o Inicijativi tri mora*⁴⁶⁵

*Kolinda kasnila u Sarajevo jer se spremao atentat*⁴⁶⁶

Međutim, niti druge političarke nisu lišene nedopuštenog intimiziranja poput saborske zastupnice Melite Mulić i potpredsjednice Vlade i ministrice vanjskih i europskih poslova Vesne Pusić:

*Melita je nakupila 19 funkcija*⁴⁶⁷

*Vesna u New Yorku*⁴⁶⁸

U usporedbi sa Savkom Dabčević-Kučar iz razdoblja rane tranzicije ista tipologija imenovanja uočava se i više od dvadesetak godina kasnije u najvećoj mjeri na primjerima Kolinde Grabar-Kitarović, ali i drugih političarki. Naime, žene se i dalje oslovljava imenom, a muškarce prezimenom:

*Kolindin joker zove se Milanović*⁴⁶⁹

*Kolindini planovi neostvarivi bez Milanovića*⁴⁷⁰

Kolinda: Dolazim otvoriti radove

*Dončić: Nećeš, to je naš most*⁴⁷¹

⁴⁶⁴ Naslovnica: *Slobodna Dalmacija* 74, „Kolinda: Tražimo izvanredne mjere zbog iseljavanja!“, br. 24015, 11. studenog 2017.

⁴⁶⁵ *Slobodna Dalmacija* 74, „Kolinda Rusima održala lekciju o Inicijativi tri mora“, br. 23994, 21. listopada 2017., str. 6.

⁴⁶⁶ Naslovnica: *Slobodna Dalmacija* 74, „Kolinda kasnila u Sarajevo jer se spremao atentat“, br. 24124, 28. veljače 2018.

⁴⁶⁷ *Slobodna Dalmacija* 71, „Melita je nakupila 19 funkcija“, br. 22649, 14. veljače 2014.

⁴⁶⁸ Damir Pilić, „Vesna u New Yorku“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23224., Spektar, 12. rujna 2015., str. 4.

⁴⁶⁹ *Slobodna Dalmacija* 71, „Kolindin joker zove se Milanović“, br. 22968, 30. prosinca 2014.

⁴⁷⁰ *Slobodna Dalmacija* 71, „Kolindini programi neostvarivi bez Milanovića“, br. 22982, 13. siječnja 2015.

⁴⁷¹ *Slobodna Dalmacija* 71, „Kolinda: Dolazim otvoriti radove, Dončić: To je naš most, nećeš“, br. 23018. 18. veljače 2015.

*Kolinda se odrekla Mamića*⁴⁷²

*Plenković protiv Kolinde, ali je ona HDZ-u najmilija*⁴⁷³

*Kolinda dobila izvješće SOA-e i čeka Plenkovića*⁴⁷⁴

*Dalija, Glavašević i Vučetić*⁴⁷⁵

Unatoč tomu, intimizirajućeg odnosa medija nisu lišeni niti muškarci iako u znatno manjem opsegu nego žene, kao na primjer tadašnji premijer Zoran Milanović:

*Kolindu nakon fešte čeka rat sa Zoranom*⁴⁷⁶

*Zoran gubi izbore*⁴⁷⁷

Drugi je primjer medijskog prisnog oslovljavanja je bivši predsjednik SDP-a Davor Bernardić:

*Bero: Ne želim otići ni po koju cijenu*⁴⁷⁸

*Bero pobunjenicima pakira pakt s HDZ-om*⁴⁷⁹

*Bero sam na svijetu*⁴⁸⁰

⁴⁷² Marijo Kavain, „Kolinda se odrekla Mamića“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 23691, 22. prosinca 2016., str. 2–3.

⁴⁷³ Naslovnica: *Slobodna Dalmacija* 74, „Plenković protiv Kolinde, ali je ona HDZ-u najmilija“, br. 24086, 21. siječnja 2018.

⁴⁷⁴ Željka Godeč, „Kolinda dobila izvješće SOA-e i čeka Plenkovića“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 24204, 19. svibnja 2018. str.4.

⁴⁷⁵ Marina Karlović Sabolić, „Dalija, Glavašević i Vučetić“, *Slobodna Dalmacija* 75, br. 24361, 23. listopada 2018., str. 6.

⁴⁷⁶ Anđelko Milardović, „Kolindu nakon fešte čeka rat sa Zoranom“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23015, 15. veljače 2015., str. 6.

⁴⁷⁷ Tihomir Dujmović, „Zoran gubi izbore“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 23530, 14. srpnja 2016., str. 13.

⁴⁷⁸ Marina Karlović Sabolić, „Bero: Ne želim otići ni po koju cijenu“, *Slobodna Dalmacija* 75, br. 24321, 13. rujna 2018, str. 6.

⁴⁷⁹ Marina Karlović Sabolić, „Bero pobunjenicima pakira pakt s HDZ-om“, *Slobodna Dalmacija* 75, br. 24333, 25. rujna 2018, str. 4.

⁴⁸⁰ Marina Karlović Sabolić, „Bero sam na svijetu“, *Slobodna Dalmacija* 75, br. 24368, 30. listopada 2018. str. 6.

Pozicioniranje političarki na naslovnici

U prvom istraživanom razdoblju rane tranzicije u Hrvatskoj na naslovnicama *Slobodne Dalmacije* istaknuta je u najviše primjera političarka Savka Dabčević-Kučar⁴⁸¹. Nadalje pozicionirana je Vesna Girardi-Jurkić⁴⁸² te njezina nasljednica na funkciji ministrice prosvjete i sporta Ljilja Vokić⁴⁸³. Slijede saborske zastupnice Vera Stanić⁴⁸⁴, Katarina Fuček⁴⁸⁵ i Snježana

⁴⁸¹ Naslovnice: *Slobodna Dalmacija* 48, „Samo razlaz!“; br. 14411, 14. siječnja 1991., *Slobodna Dalmacija* 48, „Želimo mostove spajanja“, 14443, 17. veljače 1991., *Slobodna Dalmacija* 48, „Opozicija – oslonac demokratske vlasti“, br. 14541, 25. svibnja 1991., *Slobodna Dalmacija* 50, „Prof.dr.sc. Savka Dabčević-Kučar: Dugo čekanje na med i mlijeko“, br. 15098, 13. prosinca 1992., *Slobodna Dalmacija* 50, „Dr. Savka Dabčević-Kučar: Stranke po mjeri vlasti ili demokracije, koliko interesa – toliko stranaka“, br. 15136, 25. siječnja 1993., *Slobodna Dalmacija* 50, „Dr. Savka Dabčević-Kučar: Onda pljeskali Karađorđevu, sada napadaju ljude iz 1971.!", br. 15170, 28. veljače 1993., „Dr. Savka Dabčević-Kučar: Svakom građaninu dala bih tri tisuće maraka“, *Slobodna Dalmacija* 51, br. 15278, 26. lipnja 1993., *Slobodna Dalmacija* 51, „Savka ponudila ostavku“, br. 15615, 8. lipnja 1994., *Slobodna Dalmacija* 52, „Dr. Savka Dabčević-Kučar: Sabor je talac HDZ-a“, br. 15631, 25. lipnja 1994., *Slobodna Dalmacija* 52, „Dr. Savka Dabčević-Kučar o nepoznatim pojedinostima novije hrvatske povijesti: Previsoko pućaš, taj će ti se metak vratiti“, br. 15817, 2. siječnja 1995., *Slobodna Dalmacija* 52, „Dr. Savka Dabčević-Kučar: Tito nas je smijenio i na Nixonov pritisak“, br. 15818, 3. siječnja 1995., *Slobodna Dalmacija* 53, „Dr. Savka Dabčević-Kučar: HDZ otvorio 'burzu ljudi'“, br. 15996, 6. srpnja 1995.

⁴⁸² Naslovnice: *Slobodna Dalmacija* 50, „Ministrica prosvjete, kulture i sporta: Vesna Girardi-Jurkić“, br. 1510, 15. rujna 1992., *Slobodna Dalmacija* 51, „Dr. Vesna Girardi-Jurkić“, ministrica za prosvjetu, kulturu i šport govori o sebi i kritikama koje joj upućuju: 'Ja, Vladin munjovod?', br. 15362, 18. rujna 1993., *Slobodna Dalmacija* 52, „Sinj: Ljutiti radnici blokirali ministricu“, br. 15652, 16. srpnja 1994., *Slobodna Dalmacija* 52, „Ministrica mr. Vesna Girardi-Jurkić: Odabrali smo pravično i stručno“, br. 15661, 25. srpnja 1994.,

⁴⁸³ Naslovnice: *Slobodna Dalmacija* 52, „Prof. Ljilja Vokić, ministrica prosvjete i sporta“: U novoj hrvatskoj školi đaci će moći birati predmete“, br. 15770, 13. studenog 1994., *Slobodna Dalmacija* 52, „Ministrica prosvjete i sporta Ljilja Vokić u Drinovcima: Zvono povratka“, br. 15854, 8. veljače 1995.,

⁴⁸⁴ Naslovnica: *Slobodna Dalmacija* 51, „Vera Stanić, članica Saborske komisije za ocjenu stanja u hrvatskim šumama i zastupnica HDZ-a tvrdi: 'Prijetili su mi likvidacijom u hrvatskoj šumi!'“, br. 15548, 28. ožujka 1993.

⁴⁸⁵ Naslovnica: *Slobodna Dalmacija* 52, „Katarina Fuček, potpredsjednica Sabora, uoči odlaska s funkcije: Nisam griješila namjerno“, br. 15719, 22. rujna 1994.

Biga-Friganović⁴⁸⁶. K tomu regionalne političarke Mira Ljubić-Lorger⁴⁸⁷ i Loredana Bogliun-Debeljuh⁴⁸⁸. Uz saborske zastupnice s razine nacionalne hrvatske politike na naslovnici jesu predsjednica Županijskog doma Sabora Katica Ivanišević⁴⁸⁹ i potpredsjednica Vlade Republike Hrvatske Ljerka Mintas-Hodak⁴⁹⁰.

U etapi posttranzicije Kolinda Grabar-Kitarović pozicionirat će se na naslovnici u kontekstu kandidature za predsjednicu Republike Hrvatske te nadalje na izabranoj funkciji.⁴⁹¹ Potom

⁴⁸⁶ Naslovnica: *Slobodna Dalmacija* 50, „Šibenčanka Snježana Biga, zastupnica u Saboru Republike Hrvatske: Nisam srpski nego SDP-ov zastupnik“, br. 15103, 18. prosinca 1992., *Slobodna Dalmacija* 52, „Snježana Biga-Friganović, potpredsjednica SDPH, zastupnica u Saboru RH: Prihvatljiva samo demokratska država“, br. 15939, 8. svibnja 1995., *Slobodna Dalmacija* 53, „Snježana Biga-Friganović: Žene dolaze“, br. 16151, 8. prosinca 1995.

⁴⁸⁷ Naslovnice: *Slobodna Dalmacija* 51, „Dr. Mira Ljubić-Lorger s novinarima: Obračun s regionalcima“, br. 15.381, 7. listopada 1993., *Slobodna Dalmacija* 51, „Dr. Lorger: Djeca su mi u šoku zbog repetiranja pištolja...“, br. 15400, 26. listopada 1993., *Slobodna Dalmacija* 52, „Dr. Mira Ljubić Lorger: Hrvati ne mogu biti najamni radnici u Pločama“, br. 15634, 28. lipnja 1994., *Slobodna Dalmacija* 52, „Dr. Mira Ljubić-Lorger, predsjednica Dalmatinske akcije, tvrdi: Tajna policija me prisluškuje“, br. 15913, 8. travnja 1995.

⁴⁸⁸ Naslovnica: *Slobodna Dalmacija* 52, „Loredana Bogliun-Debeljuh, podžupanica Istarske županije najavljujući prvi svjetski kongres Istrijana, tvrdi: Želimo izbjeći politizaciju kongresa“, br. 15910, 5. travnja 1995.

⁴⁸⁹ Naslovnica: *Slobodna Dalmacija* 52, „Dr. Katica Ivanišević, predsjednica Županijskog doma Sabora Republike Hrvatske: Ne tražim povlastice, obavljam dužnost“, br. 15931, 28. travnja 1995.

⁴⁹⁰ Naslovnice: *Slobodna Dalmacija* 53, „Dr. Ljerka Mintas-Hodak potpredsjednica Vlade Republike Hrvatske: Sjedila je i u zatvoru i u državnim foteljama“, br. 16126, 13. studenog 1995., *Slobodna Dalmacija* 53, „Dr. Ljerka Mintas-Hodak potpredsjednica hrvatske Vlade: „Vraćamo našu flotu pod hrvatsku zastavu“, br. 16145, 2. prosinca 1995.

⁴⁹¹ Naslovnice: *Slobodna Dalmacija* 71, „HDZ-ov plan: Kolinda na Pantovčaku“, br. 22.618, 14. siječnja 2014., *Slobodna Dalmacija* 71, „HDZ-ov kalibar za Pantovčak Kolinda Grabar-Kitarović: Kolege u NATO-u zovu me Swambo“, br. 22730, 7. svibnja 2014., *Slobodna Dalmacija* 71, „Trilateralna Kolinda“, br. 22770, 15. lipnja 2014., *Slobodna Dalmacija* 71, „U NATO-u zaradila 760 tisuća eura“, br. 22907, 30. listopada 2014., *Slobodna Dalmacija* 71, „Ured ću skresati za sto ljudi“, br. 22914, 6. studenog 2014., *Slobodna Dalmacija* 71, „HDZ u ofenzivi: od srijede kreće Kolinda tv“, br. 22918, 10. studenog 2014., *Slobodna Dalmacija* 71, „Hrvatska predsjednica“, br. 22981, 12. siječnja 2015., *Slobodna Dalmacija* 71, „Kolindini programi neostvarivi bez Milanovića“, br. 22982, 13. siječnja 2015., *Slobodna Dalmacija* 71, „Kolinda na visokoj nozi“, br. 23009, 9. veljače 2015., *Slobodna Dalmacija* 71, „Kolinda, tako Vam bog pomogao“, br. 23015, 15. veljače 2015., *Slobodna Dalmacija* 71, „Kolindin govor pomirbe i nade“, br. 23016, 16. veljače 2015., *Slobodna Dalmacija* 71, „Lipša si nego na TV-u, da mi te samo taknit...“, br. 23056, 28. ožujka 2015. *Slobodna Dalmacija* 71, „Dalmatinci, ne dajte gušta Zagrebu, gurajte po svome“, br. 23096, 7. svibnja 2015., *Slobodna Dalmacija* 71, „Kolinda Grabar-Kitarović: U Josipovićeveu se mandatu plesalo u Beogradu – ali se ništa nije rješavalo“, br.

ondašnja zastupnica u Europskom parlamentu Sandra Perković-Jakovina bit će prikazana u ismijavajućem ozračju jer se njezina zalaganja za rodnu ravnopravnost percipiraju nevažnim radom u Europskom parlamentu kao što su uostalom shvaćena i u hrvatskom društvu: *EU parlamentarna zastupnica Sandra Perković-Jakovina: Zar ne znate koliko je Hrvatima važan novi Ustav u Tunisu?*⁴⁹²

Zatim, naslovi Dnevnika pripast će Mireli Holy⁴⁹³.

Sporadično će se pojaviti i druge političarke poput saborske zastupnice SDP-a Melite Mulić⁴⁹⁴, Sanje Putice, tada dubrovačke vijećnice HDZ-a⁴⁹⁵, predsjednice stranke Pametno Marijane Puljak⁴⁹⁶, zastupnica u Europskom parlamentu Marijane Petir⁴⁹⁷ i Biljane Borzan⁴⁹⁸, saborske

23159, 9. srpnja 2015., *Slobodna Dalmacija* 71, „Kolinda Grabar-Kitarović u New Yorku: Inicijativa Jadran – Baltik proširena na Crno more“, br. 23239, 27. rujna 2015., *Slobodna Dalmacija* 73, „Koga predsjednica zove kad ima problem“, br. 23343, 9. siječnja 2016., *Slobodna Dalmacija* 74, „Političari, konačno se ostavite rasprava o prošlosti“, br. 23559, 12. kolovoza 2016., *Slobodna Dalmacija* 74, „Kolinda uz Torcidu: Nogomet navijačima!“, br. 23690, 21. prosinca 2016., *Slobodna Dalmacija* 74, „Predsjednica otvorila vrata sređivanju stanja u nogometu: Udar na Mamićevu hobotnicu“, br. 23691, 22. prosinca 2016., *Slobodna Dalmacija* 74, „Predsjednica o nestanku naroda i države: Prijeti nam krah“, br. 24228, 12. lipnja 2018., *Slobodna Dalmacija* 75, „Kolinda Grabar-Kitarović: Trebaju nam odlučne reforme, čak i po cijenu gubitka izbora“, br. 24372, 3. studenog 2018.

⁴⁹² Naslovnica: *Slobodna Dalmacija* 71, „EU parlamentarna zastupnica Sandra Perković-Jakovina: Zar ne znate koliko je Hrvatima važan novi Ustav u Tunisu?“, br. 22.636, 1. veljače 2014.

⁴⁹³ Naslovnica: *Slobodna Dalmacija* 71, „Mirela Holy: Legalizirat ću marihuanu“, br. 22658, 23. veljače 2014., *Slobodna Dalmacija* 71, „Lažu da nema novca, a 260 tajkuna drži 30 milijardi dolara: Vrijeme je da plate“, br. 22949., 11. prosinca 2014.,

⁴⁹⁴ Naslovnica: *Slobodna Dalmacija* 71, „Melita je nakupila 19 funkcija“, br. 22649, 14. veljače 2014.

⁴⁹⁵ Naslovnica: *Slobodna Dalmacija* 71, „U politici sam zbog svoje tete Dube Šuice“, br. 23056, 28. ožujka 2015.

⁴⁹⁶ Naslovnica: *Slobodna Dalmacija* 74, „Nećemo s mostom, hoćemo s Jokićem“, br. 23519, 3. srpnja 2016.

⁴⁹⁷ Naslovnica: *Slobodna Dalmacija* 74, „Iz Europe nam šalju hranu koju oni ne žele“, br. 23520, 4. srpnja 2016.

⁴⁹⁸ Naslovnice: *Slobodna Dalmacija* 74, „Biljana Borzan u novoj akciji protiv oholosti: U Hrvatskoj se godišnje baci 400 tisuća tona hrane. To je nemoralno“, br. 23952, 9. rujna 2017., *Slobodna Dalmacija* 75, „Biljana Borzan: Ženama su uveli ružičasti porez“, br. 24422, 23. prosinca 2018.

zastupnice Mosta Ivane Ninčević-Lesandrić⁴⁹⁹, nezavisne saborske zastupnice Brune Esih⁵⁰⁰, zamjenice splitskog gradonačelnika Aide Batarelo⁵⁰¹ i saborske zastupnice SDP-a Sabine Glasovac⁵⁰². Na vijestima naslovnice bit će nekadašnja saborska zastupnica i potom potpredsjednica Vlade i ministrica gospodarstva Martina Dalić⁵⁰³, zatim ondašnja potpredsjednica Vlade Vesna Pusić⁵⁰⁴, nadalje tadašnja ministrica znanosti i obrazovanja Blaženka Divjak⁵⁰⁵ i bivša ministrica demografije, obitelji, mladih i socijalne politike Nada Murganić uz već perpetuirano atribuiranje političarki imenom⁵⁰⁶.

U svjetlu događanja povezanih s korupcijom isto kao i dnevniku *Novi list*, vijesti na naslovnici *Slobodne Dalmacije* bit će usmjerene prema Marini Lovrić-Merzel.⁵⁰⁷ Jednako tako na

⁴⁹⁹ Naslovnica: *Slobodna Dalmacija* 74, „Ivana Ninčević-Lesandrić, Mostova kandidatkinja: Zašto mi zamjeraju što želim na čelo Splita“, br. 23665, 26. studenog 2016.

⁵⁰⁰ Naslovnice: *Slobodna Dalmacija* 74, „Bruna Esih, nezavisna saborska zastupnica: Tita treba zabraniti, ali ne i petokraku“, br. 23665, 26. studenog 2016., *Slobodna Dalmacija* 74, „Bruna Esih nakon osnivanja stranke: Neovisni za Hrvatsku nisu skupljalište političkog otpada“, br. 23877, 26. lipnja 2017.,

⁵⁰¹ Naslovnica: *Slobodna Dalmacija* 74, „Aida Batarelo, zamjenica splitskoga gradonačelnika: Neću odstupiti, ostajem s Baldasarom do izbora“, br. 23699, 30. prosinca 2016.

⁵⁰² Naslovnice: *Slobodna Dalmacija* 74, „Sabina Glasovac, potpredsjednica kluba zastupnika SDP-a, o skorim izborima: Na Gradskom je odboru odluka hoću li u utruku za grad Zadar“, br. 23715, 15. siječnja 2017., *Slobodna Dalmacija* 75, „Sabina Glasovac o stanju u SDP-u: Zbog rejtinga od 0,5 % Bernardić mora otići“, br. 24327, 19. rujna 2018.

⁵⁰³ Naslovnice: *Slobodna Dalmacija* 71, „Dalić: Karamarko nas vodi u propast“, br. 22870, 23. rujna 2014., *Slobodna Dalmacija* 74, „Potpredsjednica Vlade i ministrica gospodarstva Martina Dalić: Todorić je državi predao veliku količinu ozbiljnih problema“, br. 23798, 8. travnja 2017., *Slobodna Dalmacija* 74, „Ministrica Martina Dalić: Agrokor treba krenuti u prodaju tvrtki“, br. 23838, 18. svibnja 2017.,

⁵⁰⁴ Naslovnica: *Slobodna Dalmacija* 71, „Vesna Pusić, prva potpredsjednica Vlade: Stranci i dalje upravljaju našim autocestama“, br. 22899, 22. listopada 2014., *Slobodna Dalmacija* 71, „Fotelju Ban Ki-moona Vesni Pusić izmiče Litavka, br. 23027, 27. veljače 2015.

⁵⁰⁵ Naslovnice: *Slobodna Dalmacija* 74, „Ministrica obrazovanja Blaženka Divjak: Informatika postaje obvezatna, a reformu uvodimo dogodine“, br. 23924, 12. kolovoza 2017., *Slobodna Dalmacija* 74, „Divjak briše strukovne razrede koji nemaju uvjete za nastavu“, br. 24035, 1. prosinca 2017.

⁵⁰⁶ Naslovnica: *Slobodna Dalmacija* 74, „Sve gasne, al' se drži Nada“, br. 24118, 22. veljače 2018.

⁵⁰⁷ Naslovnice: *Slobodna Dalmacija* 71, „Kako je Lovrić-Merzel postala Paris Hilton“, br. 22640, 5. veljače 2014., *Slobodna Dalmacija* 71, „Županice, gdje je nestalo 10 milijuna kn?“, br. 22646, 11. veljače 2014.,

naslovnici u koruptivnom kontekstu naći će se Josipa Rimac⁵⁰⁸, Andrea Zlatar-Violić⁵⁰⁹, Kolinda Grabar-Kitarović⁵¹⁰ i Martina Dalić⁵¹¹.

Pozicioniranje političarki u informativnim sadržajima

Kao što je Savka Dabčević-Kučar afirmativno percipirana u dnevniku *Novi list* možemo zaključiti da je na isti način atribuirana i *Slobodna Dalmacija: Hrvatska narodna stranka najmlađa je politička organizacija u hrvatskom podneblju, no njezina predsjednica dr. Savka Dabčević-Kučar je među sadašnjim političarima u Hrvatskoj osoba s najdužim i najdubljim političkim iskustvom. Stoga njezino mišljenje o aktualnim događanjima valja prihvaćati s posebnim uvažavanjem.*⁵¹²

U istom se smislu evaluira njezino djelovanje na hrvatskoj političkoj sceni: *Kada se prije tridesetak godina pojavila na hrvatskoj društvenoj i političkoj sceni, unijela je za ono doba neki novi duh i trebalo joj je samo pet godina da tu scenu temeljito razdrma.*⁵¹³

S druge strane, ministrica prosvjete, kulture i sporta Vesna Girardi-Jurkić spominje se u negativnom kontekstu njezina političkog sadržaja: *Dobra u arheologiji, ministrica prosvjete kulture i sporta se u politici pokazala kao ultradiletant, javno uskraćujući diplomantima srpske nacionalnosti da predaju ono za što su na hrvatskim fakultetima ocijenjeni pozitivnom ocjenom.*⁵¹⁴

⁵⁰⁸ Naslovnica: *Slobodna Dalmacija* 71, „Ako me uhite, to će biti protuteža za pad kapitalaca SDP-a“, br. 22716, 23. travnja 2014.

⁵⁰⁹ Naslovnica: *Slobodna Dalmacija* 71, „Ministrici Zlatar prijete do pet godina zatvora“, br. 23053, 25. ožujka 2015.

⁵¹⁰ Naslovnica: *Slobodna Dalmacija* 71, „Niste morali dati više od milijun kuna svom HDZ-u“, br. 23091., 2. svibnja 2015.

⁵¹¹ Naslovnice: *Slobodna Dalmacija* 74, „Nije bilo nikakve urote protiv Ivice Todorića“, br. 24195, 10. svibnja 2018., *Slobodna Dalmacija* 74, „Dalić je bivša, zamijenit će je Tomislav Čorić“, br. 24200, 15. svibnja 2018.

⁵¹² Josip Šmidt, „Opozicija – oslonac demokratske vlasti“, *Slobodna Dalmacija* 48, br. 14541, 25. svibnja 1991, str. 10–11.

⁵¹³ Josip Šmidt, „Previsoko pucaš, taj će ti se metak vratiti“, *Slobodna Dalmacija* 52, br. 15817, 2. siječnja 1995., str. 8–9.

⁵¹⁴ Danko Plevnik, „Ministrica ne zna što je hrvatski jezik“, *Slobodna Dalmacija* 50, br. 15017, 22. rujna 1992., str. 4 – 5.

Povrh toga ministrici se postavlja seksističko pitanje koje se ne postavlja muškarcima: *Često kritiziraju Vašu garderobu, Vaš make-up, mislite li da je to zbog toga što ste jedna od rijetkih žena na 'visokom položaju'?*⁵¹⁵

Kao što je do sada istraživanje puno puta pokazalo, ženama se u pravilu upućuju pitanja vezana uz vanjski izgled i time ih se postavlja u manje vrijedan kontekst – poziciju objekta.

Idući primjer pokušaja afirmativnog prikaza političarke, koji je u svojoj suštini duboko konzervativan, oslikava uvodni prilog u razgovor sa Snježanom Biga-Friganović, jednom od malobrojnih političarki tog vremena: *Kažu da politika škodi ženstvenosti, da joj je pače obrnuto proporcionalna – što je žena u politici uspješnija, to je neženstvenija, neatraktivnija, odnosno – što je oku ugodnija to je politički neuvjerljivija. Snježana Biga-Friganović jedna od SDP-ovih zastupnica koja je u ovim izborima stekla svoj drugi saborski mandat možda ponajbolje demantira ovu klasičnu 'šovinističku' predrasudu. Nema dvojbe, riječ je o atraktivnoj, ali i već posve afirmiranoj ženi na hrvatskoj političkoj pozornici rezerviranoj, na žalost uglavnom za 'muške' predstave.*⁵¹⁶

Premda je intencija autorice intervjua političarku pozicionirati u pozitivnom ozračju, istinski ju je uobličila u objekt muškog pogleda na žene i generalno prihvaćeni stereotip o ženskom izgledu kao najvažnijem kriteriju vrednovanja žena pri tom postavivši u drugi plan kompetencije, obrazovanje i druge relevantne osobine.

Isto tako, dolazak Jadranke Kosor na političku scenu bit će medijski praćen relativiziranjem njezina političkog angažmana. Drugim riječima, ono što je prihvatljivo za muškarce, poput razvoja multiplih karijera, za žene nije poželjno: *Otkuda Vi u izbornoj utakmici, je li Vam to trebalo s obzirom na to da ste u novinarstvu postigli najviše moguće?*⁵¹⁷

Sva tvrdokornost tradicionalnog društva rasvijetljena je u ovom pitanju koje s rezignacijom promatra ulazak žena u politiku.

Desetak godina kasnije isti obrazac neravnopravnog tretmana žena i muškaraca u odnosu prema politici uočava se na primjeru Kolinde Grabar-Kitarović. Naime, njezinoj karijeri pripisuju se

⁵¹⁵ Đurđica Ivanišević, „Ja, Vladin munjovod? Sviđa mi se ta riječ“, *Slobodna Dalmacija* 51, br. 15362, 18. rujna 1993., str. 10–11.

⁵¹⁶ Blažević, 1995.

⁵¹⁷ Đurđica Ivanišević, „Niti mi je što ponuđeno niti sam što očekivala“, *Slobodna Dalmacija* 53, br. 16123, 10. studenog 1995., str. 5.

zasluge muškaraca i njihova stereotipna zaštitnička figura : ...razilazi se sa Sanaderom i odlazi u Washington, na čemu može biti zahvalna tadašnjem predsjedniku Stipi Mesiću. Zanimljivo, u aferi sa službenim automobilom u zaštitu ju je uzeo Ivo Josipović...⁵¹⁸

No, ima i primjera pozitivne percepcije u relaciji s njezinom funkcijom pomoćnice glavnog tajnika NATO saveza i diplomatkinje: *A o tome koliko se dobro snašla govori i podatak da je kolege zovu SWAMBO (SheWhoMustBeObeyed - Ona koju se mora poslušati), jer ih je rano naučila da moraju odmah odraditi sve što od njih zatraži. Autoritet među vojnicima gradila je vlastitim angažmanom na terenu, zbog čega nikada ne spava u rezidencijama, nego u vojničkim kontejnerima....Ona ima respektabilno političko iskustvo s jedne strane kao ministrica, diplomatkinja i visoka NATO-ova dužnosnica, a s druge strane nije opterećena stranačkim funkcijama.*⁵¹⁹

Povrh toga, postavlja se pitanje je li Hrvatska, tradicionalna država, spremna za predsjednicu. Iako novinarka detektira patrijarhalni obrazac ponašanja u HDZ-u i u društvu, pripisuje joj seksističke osobine poput mladosti i ljepote kojima se nikad ne atribuiraju muškarci usprkos tomu što ju načelno predstavlja u pozitivnom kontekstu: *Kad je Kolinda Grabar-Kitarović, mlada, lijepa, obrazovana žena s međunarodnom karijerom, u lipnju prihvatila da bude kandidatkinja HDZ-a za predsjednika RH, novinari su odmah otvorili i postavili pitanje – je li Hrvatska spremna za ženu predsjednicu?....Nije u pitanju samo to što je Kolinda Grabar-Kitarović žena – suviše elitna, svjetska, fina, drugačija sa životnim stilom s kojim se prosječni glasač i glasačica HDZ-a nikako ne mogu poistovjetiti: dok jedna stoji iza muža i odgaja djecu, dotle druga ima muža koji je preuzeo tu ulogu.*⁵²⁰

U smislu djelovanja Kolinde Grabar-Kitarović mogu se promatrati novinski članci kojima treba pristupiti u raščlambi nedostatka političkog sadržaja kao na primjer: *Smanjenje plaća i mirovina za nju je teško pitanje...Pitanje zabrane pobačaja je 'iznimno teško pitanje na koje nema*

⁵¹⁸ Hrvoje Prnjak, „Kolinda prva žena na Pantovčaku“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22618, 14. siječnja 2014., str. 2–3.

⁵¹⁹ Hrvoje Prnjak, „Kolinda: Kolege u NATO-u zovu me Swambo“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22730, 7. svibnja 2014., str. 8–9.

⁵²⁰ Lidija Gnjidić, „Tvrđi' birači ne žele 'meku' Kolindu“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22860, *Spektar*, 13. rujna 2014., br. 10–11.

*jednoznačan odgovor. I pri tom je potpuno smetnula s uma staro pravilo politike. Ono po kojemu za pravog lidera – nema teških pitanja.*⁵²¹

Isto tako, nakon što je obznanjeno da unatoč kandidaturi za predsjednicu Republike Hrvatske nije raskinula poslovni odnos u NATO savezu, što je posve uobičajena praksa mirovanja radnog statusa i kod drugih kandidata i kandidatkinja s obzirom na neizvjestan ishod izbornih rezultata, njezino manipuliranje istinom izazvalo je negativne reakcije u medijima.⁵²² U sličnom svjetlu treba percipirati osvrte na predizborni program Kolinde Grabar-Kitarović imajući na umu reducirane predsjedničke ovlasti izvan dosega izvršne vlasti.⁵²³

Nakon pobjede na predsjedničkim izborima medijski afirmativan odnos ogleda se u sljedećem primjeru: *Dosadašnja karijera Kolinde Grabar-Kitarović... govori da je oduvijek znala birati samostalan put. I da nije spremna biti ničija lutka na koncu. Pogotovo ne s podrškom koju je u nedjelju izravno dobila od većine hrvatskih birača.*⁵²⁴

Drugi put, unatoč tome što je seksističko atribuiranje imenom postalo neizostavan govorni diskurs usmjeren prema Grabar-Kitarović, komentator je pozitivno kvalificira: *Kolinda je svjesna da sama ne može Hrvatsku promijeniti, ali je jednako svjesna da itekako može potaknuti niz institucija da postanu ono što vrijeme i nacija od njih očekuje...ono što Kolinda donosi jest jedan uistinu europski moderan pristup i državi i institucijama i problemima. Političarka 21. stoljeća koja je došla u zemlju koja živi u 19. stoljeću...*⁵²⁵

Povrh toga slijedi po svemu sudeći idolatrijski pristup u ozračju protokolarnog posjeta tadašnje Predsjednice Grabar-Kitarović dalmatinskoj regiji: *...predsjedničina dalmatinska turneja pokazala je u punom svjetlu činjenicu da smo dobili posve novu i u narodu krajnje omiljenu*

⁵²¹ Marina Karlović-Sabolić, „Kolinda pala na 'teškim' pitanjima“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22870, 23. rujna 2014., str. 6–7.

⁵²² Anita Belak-Krile, „Kolinda ima pričuvni položaj u NATO-u“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22906, 29. listopada 2014, str. 11., Boris Dežulović, „Kolinda na bolovanju“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22911, 3. studenog 2014., str. 11.

⁵²³ Anita Belak Krile, „Kolinda prijete praznom puškom“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22920, 12. studenog 2014., str. 6–7., Marina Karlović-Sabolić, „Čak ni selidbom s Pantovčaka Kolinda neće ništa uštedjeti“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23019, 19. veljače 2015. str. 4–5.

⁵²⁴ Marina Karlović-Sabolić, „Neće biti Tomina lutka na koncu“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22982, 13. siječnja 2015., str. 4.

⁵²⁵ Tihomir Dujmović, „Oni joj nisu ni do koljena“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23182, 1. kolovoza 2015., str. 2–3.

*političarku...to oduševljenje naroda nismo vidjeli od Tuđmana, a ako bismo tražili usporedbu u povijesti, moramo se vratiti do Savke ili Stjepana Radića!*⁵²⁶

Treba istaknuti i afirmativan ton projekta povezivanja baltičkih država i Jadrana iako valja imati na umu razinu predsjedničkih ovlasti u kreiranju vanjske politike te stoga i upitnost realizacije inicijative: *Jedva nešto više od pola godine otkako je preuzela funkciju predsjednice države, Kolinda Grabar-Kitarović ocrtava jasan plan strateškog zaokreta hrvatske vanjske politike i transverzala „Baltik-Jadran“ sada postaje temeljno, strateško određenje njezine vanjske politike...U međunarodnim krugovima posebno se primjećuje da je u prvoj godini mandata nova hrvatska predsjednica krenula sa strateškom inicijativom kakvu moderna Hrvatska nikada nije dala...Taj potez sad je napravila Kolinda Grabar-Kitarović i ne treba dvojiti da će regijom isfrustrirani narod s odobravanjem, pa i zahvalnošću, gledati na povijesni iskorak koji nudi hrvatska predsjednica.*⁵²⁷

Isto tako, nerazmjerno proaktivno percipira se njezina funkcija s obzirom na ovlasti: *Stvari su se posložile tako da bi hrvatska predsjednica mogla imati veći utjecaj na politiku nego ijedan njezin prethodnik (izuzev Tuđmana). Samo je pitanje kako će Kolinda Grabar-Kitarović tu priliku iskoristiti.*⁵²⁸

Isto tako, po mišljenju drugog komentatora Grabar-Kitarović pokazala je velik interes za probleme stanovništva dalmatinskih otoka te bi snagom svojeg autoriteta mogla utjecati na rješavanje istih.⁵²⁹

Suprotno od toga, treći autor vidi supstancijalnost politike Grabar-Kitarović u drukčijem svjetlu: *Nije posao predsjednika/ce da lijepi pločice...nego da par puta godišnje istupi s meritornim ocjenama stanja u društvu, žigoše negativnosti i ukaže na moguća rješenja. Ne općim frazama i praznim floskulama, nego realističnim rečenicama i idejama koje imaju neko uporište u stvarnosti...Kolindini obožavatelji definitivno ne slave sadržaj – jer tog sadržaja*

⁵²⁶ Tihomir Dujmović., „Kolinda kao Beatlesi“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23192, 11. kolovoza 2015., str. 5.

⁵²⁷ Tihomir Dujmović., „Predsjednica pokreće projekt 'Baltik – Jadran'“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23203, 22. kolovoza 2015., str. 6–7.

⁵²⁸ Marina Karlović Sabolić., „American girl šokirala Karamarka i preuzela zapovjedništvo“, *Slobodna Dalmacija* 73, Spektar, 9. siječnja 2016., str. 2–3.

⁵²⁹ Mario Vuksan., „Pokazala je interes i da joj ovo nije bio tek 'paradni dir'“, *Slobodna Dalmacija* 73, br. 23434, 9. travnja 2016., str. 7.

*nema – nego slave голу formu: konačno nas vodi netko iz „naroda“, jedna od „nas“. Ništa drugo nije bitno.*⁵³⁰

S druge strane u kontekstu političkog sadržaja i djelovanja Grabar-Kitarović treba razlučiti negativne kritike medija od denuncirajućeg pristupa.⁵³¹

Treba istaknuti da i u slučaju Grabar-Kitarović mediji podliježu seksističkom praćenju političkih događaja s naglaskom na vijesti o njezinoj vanjštini. Za primjer neka posluži izvješće s konferencije Vojnog odbora NATO-ova saveza: *Predsjednica je za tu prigodu odabrala crvenu haljinu i cipele iste boje, visokih potpetica...predsjednica je u njoj dobro izgledala, makar je i taj odjevni predmet bio mrvicu pretijesan preko grudi. No, kroj je laskao ženstvenoj*

⁵³⁰ Damir Pilić, „Kraljica Dalmacije“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23203, Spektar, 22. kolovoza 2015., str. 8–9.

⁵³¹ Jurica Pavičić, „Tko je građanin“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22990, 21.siječnja 2015. str. 10., Anita Belak-Krile, „Kolinda živi u Sheratonu u apartmanu od 280 kvadrata koji košta 1500 eura za noć“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23009, 9. veljače 2015. str. 6–7., Anita Belak-Krile, „Crkvi otvorila Pantovčak, a Tita šalje u Kumrovec“, *Slobodna Dalmacija* 2015., str. 4–5., Danko Plevnik, „Predsjednica puca u partizane“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23091, Spektar, 2. svibnja 2015., str. 5., Ivan Ugrin, „Predsjednici su sve žrtve iste“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23091, Spektar, 2. svibnja 2015., str. 5., Mladen Krnić, „Komplimenti od kojih ne raste 'Regija Dalmacija'“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23099, 10. svibnja 2015., str. 10., Vladimir Matijanić, „Je li predsjednica za Tita? Ili nije?“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23112, 23. svibnja 2015., str. 5., Davor Krile, „'Stodnevica' Kolindina kovačnica riječi“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23120, 31. svibnja 2015., str. 5., Marina Karlović Sabolić, „Slikajte se s kartonskom Kolindom“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23124, 4. lipnja 2015., str. 6–7., Boris Dežulović, „Kartonska Kolinda“, *Slobodna Dalmacija* 71, 23128, 8. lipnja 2015., str. 11., Davor Krile, „Dva modela“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23160, 10. srpnja 2015., str. 9., Davor Krile, „Kolinda natrag u klupu“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23180, 30. srpnja 2015. str.9., Frenki Laušić, „Traži red, a unosi – nered“, *Slobodna Dalmacija* 73, br. 23450, 25. travnja 2016., Ante Tomić, „Zemlja čudesa“, *Slobodna Dalmacija* 73, br. 23486, 31. svibnja 2016., Davor Krile, „Gdje naša predsjednica vidi 'ruske ratne prijetnje Europi'?“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 23661, 22. studenog 2016., str. 9. Ante Tomić, „Dan kad je Tomo ispao pametan“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 23682, 13. prosinca 2016., str. 14., Ante Tomić, „Predsjednica s karanfilom“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 23711, 11. siječnja 2017., str. 13., Frenki Laušić, „Kolinda bi tiskala još kuna“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 23733, 2. veljače 2017., str.4–5., Ivica Ivanišević, „Koliko koristi ima od selidbi i putovanja predsjednice“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 24224, 8. lipnja 2018. str. 13., Anita Belak Krile, „Miks dobro poznatih mjera bez ikakve računice troškova“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 24228, 12. lipnja 2018., str. 5, Ivica Ivanišević, „Predsjednica u malim Hrvatima vidi samo sobarice i kuhare“, *Slobodna Dalmacija* 75, br. 24273, 27. srpnja 2018., str.12, Ante Tomić, „Predsjednica vraća nadu ekstremnim desničarima“, *Slobodna Dalmacija* 75, br. 24375, 6. studenog 2018., str.13, Marina Karlović Sabolić, „Podilaženje radikalima predsjednici krade više glasova nego što ih donosi“, *Slobodna Dalmacija* 75, br. 24379, 10. studenog 2018., str. 4.

*figuri Kolinde Grabar-Kitarović, koja je, zbog haljine i cipela, ili stvarnog gubitka kilograma, izgledala nešto vitkije.*⁵³²

U javnom prostoru potpuno je nezamislivo da se na ovakav način komentiraju političari.

Dok se tada istaknuta političarka Mirela Holy percipira u pozitivnom ozračju, po ustaljenoj praksi neizbježno se ulazi u prostor trivijalnosti na temu odjevnog stila: *Prati je glas samouvjerene, izravne, inteligentne i progresivne političarke....*

*Čini se da ste u posljednje vrijeme malo ublažili 'darkerski' imidž koji negujete dugi niz godina.*⁵³³

Na sličan način, nasuprot razgovora s političarima, intervjui s političarkama gotovo neizostavno završavaju pitanjima iz domene životnog stila kao što se pokazalo na primjeru makarske zamjenice gradonačelnika Lori Veličković: *Gradom plijenite pažnju svojim modnim kombinacijama. Je li vam moda važna?*⁵³⁴

Pokušaj difamacije bivše saborske zastupnice SDP-a Melite Mulić iščitava se iz senzacionalističkog naslova: *Super Melita stigne na 19 funkcija*⁵³⁵

Iako multipliciranje stranačkih dužnosti nije rijetkost u hrvatskoj politici te novinarskog komentara da se funkcije obavljaju bez naknade i da je saborska zastupnica agilna u svom djelovanju ne može se zanemariti činjenica isticanja žene kao negativne političke figure.

Slično kao na primjeru Mirele Holy, tako i u slučaju nekadašnje saborske zastupnice Hrvatskih laburista Nansi Tireli, mediji s jedne strane percipiraju političarku pozitivno, ali je unatoč tome postavljaju u tradicionalni kontekst seksističkim pitanjima iz obiteljskog života: *Zastupnica Nansi Tireli nova je u Saboru iz redova Hrvatskih laburista, posljednjih tjedana izborila se za pažnju publike na vrućim temama poput afere oko Linićeva pomoćnika Šegona i stečaja Mirne Rovinj....*

⁵³² Marija Čović, „Kolinda, glavna zvijezda NATO-ova skupa“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 23597, 19. rujna 2016., str. 44.

⁵³³ Siniša Jović, „Odojela sam sirenskom zovu političke moći“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22609, Linija X, 5. siječnja 2014., str. 2–3.

⁵³⁴ Nina Glučina, „Za sve su 'krivi' šarmantni brčići gradonačelnika Bilića“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 23660, 21. studenog 2016., str. 14–15.

⁵³⁵ Davor Krile, „Super Melita stigne na 19 funkcija“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22649, 14. veljače 2014., str. 6.

*Djeca su Vam, srećom, već odrasla. Koliko često ste zajedno i koliko često putujete u Labin?*⁵³⁶

Time se perpetuira stereotip o ženi kao jedinoj skrbnici o djeci i udaljava je se od javnog života jer je bavljenje politikom uz obiteljski život u patrijarhalnom vrijednosnom sustavu za nju neprihvatljivo.

Na gotovo identičan način pristupa se Marijani Puljak tada još neafirmiranoj lokalnoj političarki iz građanske inicijative „Za pametne ljude i pametan grad“, splitskoj gradskoj vijećnici. Koriste se dvostruka mjerila koja umanjuju doprinos žena javnom angažmanu i neizbježna pitanja o obiteljskom životu : *Kao najveće pozitivno iznenađenje posljednjih lokalnih izbora za splitsko Gradsko vijeće na kojima je Lista osvojila četiri vijećnička mandata, ova 43-godišnja računalna menadžerica već devet mjeseci gotovo da ne prestaje 'dizati živce' gradonačelniku Ivi Baldasaru, bilo da je riječ o političkim i stranačkim uhljebljivanjima ili zahtjevu da se svaki kvadrat gradske imovine pruži građanima i javnosti na uvid.*

*Koliko imate djece i kolika su?*⁵³⁷

Još jedan dokaz tomu je upit novinara zastupnici u Europskom parlamentu Biljani Borzan: *Je li se obitelj naviknula na Vaš tempo?*⁵³⁸

Sljedeći primjer je dubrovačka vijećnica Sanja Putica. I njoj se postavlja pitanje o vlastitoj djeci, a u političkom angažmanu namijenjen joj je resor socijalne politike i mladih, dakle bavljenje ekstenzijom tipično tradicionalnih ženskih područja i izvan doma – brigom o djeci. Osim toga, sam naslov intervjua sugerira da nije u politici svojim kompetencijama nego obiteljskim konekcijama što je nerijedak slučaj u hrvatskom javnom životu nevezano uz spol ⁵³⁹. Slično tomu političarki SDP-a, Sabini Glasovac, pomoćnici ministra znanosti, obrazovanja i sporta postavlja se seksističko pitanje: *A je li teško biti lijepa žena u politici?*⁵⁴⁰

⁵³⁶ Silvana Uzinić, „U Saboru često plaćem od bijesa“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22665, Linija X, 2. ožujka 2014., str. 2–3.

⁵³⁷ Silvana Uzinić, „Mene se ne može kupiti“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22686, Linija X, 23. ožujka 2014., str. 2–3.

⁵³⁸ Saša Jadrijević Tomas, „Ženska prava su na sve većem udaru“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 24147, 23. ožujka 2018.

⁵³⁹ Antun Masle, „U politici sam zbog svoje tete Dubravke Šuice“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23056, 28. ožujka 2015. str. 21–23.

⁵⁴⁰ Ana Vučetić Škrbić, „Užasno je kad me političari nazivaju šećerom“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23084., 25. travnja 2015. str. 23–25.

Uz to, kao i kod mnogih već navedenih političarki i njoj je dodijeljeno percipirano tipično „žensko“ područje rada iako u tom mandatu je ona najatraktivnija ministarska pozicija ipak rezervirana za muškarca. Premda i kad jesu ministrice dodjeljuju im se stereotipno „ženski” resori. Primjerice, Milanka Opačić bila je ministrica socijalne politike i mladih, potom Nada Murganić – ministrica demografije, mladih i socijalne politike da bi tu funkciju nakon nje ponovno preuzela žena – Vesna Bedeković.

Kao ilustracija može poslužiti i sljedeći primjer iz intervjua sa sinjskom gradonačelnicom Kristinom Križanec. Iako afirmativno obojen, perpetuira se stereotip o usklađivanju privatnog i poslovnog života: *Kristina Križanec svakodnevno zorno demonstrira...da žene mogu voditi sredinu koju se na prvi, nerijetko i svaki drugi pogled doživljava kao neprobojnu utvrdu patrijarhata.... Imate li problema u usklađivanju posla, supružničke i majčinske uloge?*⁵⁴¹

Tek iznimno političarima upućuje se pitanje iz domene privatnog života kao što se razaznaje iz intervjua s gradonačelnicom Zadra Brankom Dukićem: *Pati li obitelj zbog novog posla?*⁵⁴²

Uzmimo još jedan egzemplar seksizma prema političarkama. Intervju s netom izabranom načelnicom Lovreća Anitom Nosić formalnog je obujma četiri stranice. No od toga prevladavaju fotografije dok tekstualni dio obuhvaća tek nekolicinu novinskih stupaca, a i ti su usmjereni prema trivijalizaciji načelnice stereotipnim upitima u relaciji s tjelesnim izgledom i obiteljskim odnosima tako tipičnim za patrijarhalno društvo koje je sve u svemu nesklono ambicioznim ženama: *Pa jeste li ikad, s obzirom na svoje fizičke predispozicije, pomišljali na karijeru manekenke, ili glumice, ...ili nečeg sličnog čime biste dobro unovčili svoj izgled?...*

*A kako vaš dečko komentira ove nove okolnosti, osjeća li se zastrašeno od tako uspješne žene?*⁵⁴³

⁵⁴¹ Hrvoje Prnjak, „Slušaju me moji vitezovi“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23315, 12. prosinca 2015., str. 21–23.

⁵⁴² Ivica Neveščanin, „Otvaramo Vrata Zadra za mjesec dana“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 24238, 22. lipnja 2018., str. 18–19.

⁵⁴³ Tanja Giovanelli, „Nemam oporbu“, *Slobodna Dalmacija* 73, br. 23399, 5. ožujka 2016., str. 21–24.



Slika 3.3.2.18. : Stereotipni prikaz načelnice Anite Nosić na naslovnici dnevnika *Slobodna Dalmacija*

Izvor: *Slobodna Dalmacija* 73, br. 23399, 5. ožujka 2016., naslovnica

Potom opetovano mediji percipiraju nekadašnju predsjednicu stranke ORAH Mirelu Holy istovremeno uvažavajući je i podcjenjivački kontinuirano naglašavajući njezin vizualni identitet: *...Mirela Holy je brzinom dostojnom kakve stripovne heroine od marginalne darkerice dvojbenog odjavnog ukusa postala nešto kao turboozbiljna politička činjenica.*⁵⁴⁴

Već samom rečeničnom konstrukcijom „kao“ Holy se pokušava umanjiti važnost u politici.

⁵⁴⁴ Zlatko Gall, „Kako je Batwoman postala faca“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22703, 10. travnja 2014. str. 14–15.

Suprotno od toga, pozitivno poimanje Holy, tada, uz bivšeg predsjednika Republike Hrvatske Ivu Josipovića, najpopularnije političarke iščitava se u sljedećoj vijesti: *...šefica ORAH-a je strelovitim uspjehom u zadnjih pola godine ostavila bez riječi i one koji su joj poput tadašnjega prvog potpredsjednika Vlade Radimira Čačića podrugljivo poručivali da ' ne zamara glavicu ekonomskim pitanjima' ...sa 68 posto popularnosti probila se na prvo mjesto na ljestvici koje dijeli s predsjednikom Ivom Josipovićem*⁵⁴⁵.

Prema ondašnjoj zastupnici HDZ-a u Europskom parlamentu Ivani Maletić upućen je pozitivan komentar vezan uz političko djelovanje: *Čak i od najvećih protivnika HDZ-a teško možete čuti išta negativno o Ivani Maletić. Čini se da upravo ta mlada ekonomska stručnjakinja, ujedno i zastupnica u Europskom parlamentu, utjelovljuje neki novi HDZ.*⁵⁴⁶

Unatoč tome, tradicionalan pristup referira se na njezinu mladost, ali to je opće mjesto za oba spola. Patrijarhalni vrijednosni sustav diferencira osim po spolu i po dobi iz uvjerenja da mladi ljudi, naročito žene, nemaju dovoljno iskustva te ih se stoga isključuje iz javnog života. S druge strane, uz relativan pojam starosti vežu se stereotipi, na primjer o zdravstvenom stanju i slično, opet češće u žena koji bi ih trebali udaljiti s položaja moći dok su muškarci tada u „zrelim“ godinama. Povrh toga žene su u javnom prostoru percipirane kao manje sposobne i manje kompetentne za obavljanje političkog poziva. O tome svjedoči primjer novinarskog upita kandidatkinjama za gradonačelnicu Supetra: *Najozbiljniji kandidati za dužnost gradonačelnika su dvije žene. Dakle, po svemu sudeći, i u idućem mandatu Supetar će voditi – žena. Što o tome mislite?*⁵⁴⁷

Potom, negativno intoniran je komentar upućen Martini Dalić nakon odlaska iz HDZ-a, a referira se na njezinu karijeru povezanu uz stranačko članstvo te prema autoru neopravdani status heroine koji je tim činom stekla u javnosti.⁵⁴⁸ Isto takvih pogleda, vezanih uz stranačku

⁵⁴⁵ Anita Belak Krile, „Premijerka po Blairovom receptu“, *Slobodna Dalmacija* 71, br.22 843, 27. kolovoza 2014.

⁵⁴⁶ Hrvoje Prnjak, „Ministar Maras krade HDZ-ove ideje“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22860, Spektar, 13. rujna 2014, str. 6–7.

⁵⁴⁷ Ivica Radić, „Ivana Marković: Investitorima nudimo suradnju“, Ivica Radić, „ Danica Baričević: Znam kako pomoći razvoju Supetra“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 23836, 16. svibnja 2017., str. 20–21.

⁵⁴⁸ Davor Krile, „Bajka o Martini“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22873, 26. rujna 2014., str. 11.

pripadnost ističe se na životopis Milanke Opačić, ondašnje SDP-ove potpredsjednice Vlade i ministrice socijalne politike i mladih.⁵⁴⁹

Unatoč brojnim korupcijskim aferama tadašnje kninske gradonačelnice Josipe Rimac, čini se po medijskim napisima da je nisu politički diskreditirale: *Uvijek je imala petlje, a stranački kolege vele da ne bježi ni od sukoba...Tada kaže jasno i glasno, u lice, što misli i što hoće...Oko kninske gradonačelnice već se mjesecima vuku najave raznoraznih istraga...no to je već postao folklor hrvatskog života...*⁵⁵⁰

*...kninska gradonačelnica i članica HDZ-ova Predsjedništva Josipa Rimac ovaj je tjedna i službeno lansirana u HDZ-ovu zvjezdanu političku orbitu. Imenovanjem na mjesto direktorice izborne kampanje najjače oporbene stranke trasiran joj je put prema Banskim dvorima...gdje bi mogla postati jedna od politički najmoćnijih i najutjecajnijih žena u Vladi i državi...Josipa Rimac je simbol za korupciju u Šibensko-kninskoj županiji...*⁵⁵¹

Premda se može utvrditi i suprotan negativan kritički medijski pristup vezan uz političko djelovanje, odnosno netransparentnost u donošenju odluka, primjerice u izgradnji spomenika Franji Tuđmanu i u odnosima s medijima.⁵⁵²

Treba istaknuti još jedan negativistički pristup usmjeren prema bivšoj potpredsjednici Vlade i ministrici vanjskih i europskih poslova Vesni Pusić. Valja imati na umu da je Pusić predstavница lijevo liberalne političke opcije i političarki takvog profila podastrijet je izraziti otpor desnice pri kandidaturi za funkciju glavne tajnice Ujedinjenih naroda. Iako bi sama kandidatura trebala biti percipirana kao promicanje države, dio medija očito je smatrao drukčije ističući nekompetencije kandidatkinje i banalne komparacije: *Kriteriji za glavnog tajnika koji Vesnu Pusić u startu izbacuju iz razgovora o ozbiljnim kandidatima:*

Kandidat za glavnog tajnika mora dobro poznavati sustav UN-a

⁵⁴⁹ Diana Barbarić, „Ministrice pomozite građanima, otidite u miru“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22984, 15. siječnja 2015., str. 4–5.

⁵⁵⁰ Zdravko Pilić, „Rimac može biti desna Milanka kod Karamarka“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23027., 27. veljače 2015. str. 6–7.

⁵⁵¹ Anita Belak-Krile, „Tajna njezina uspjeha“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23105, *Spektar*, 16. svibnja 2015., str. 10–11.

⁵⁵² Jordanka Grubač, „Gradonačelnice, kako Tuđman napreduje? Nemamo ništa bitno što bi vas zanimalo“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23046, 18. ožujka 2015., str. 14–15.

Mora imati iskustvo u međunarodnoj diplomaciji

Značajnu prednost imat će kandidat s aktivnim znanjem francuskog jezika. Pusić tu prednost nema.

*Mora imati sposobnost empatije prema ljudima. Morala bi moći barem pomaziti macu, a da maca prestrašena ne pobjegne u šumu...*⁵⁵³

U usporedbi s tim, po svemu sudeći u javnom prostoru predstaviti će se i drukčija promišljanja: *Kad je Kukuriku koalicija 2011. smijenila HDZ, mnogi su uočili kako je najveći dobitak za Hrvatsku upravo taj evidentni kvalitativni skok na mjestu ministra vanjskih poslova u liku Vesne Pusić dobili kompetentnu osobu s profesionalnim i ljudskim integritetom, koju bez straha i srama možemo poslati da nas zastupa u svijetu...Bez nje bi Deklaracija o Domovinskom ratu po kojoj Hrvatska tobože nije sudjelovala u agresiji u BiH te 2001. bila donesena jednoglasno. Samo je ona imala kuraže reći istinu...*⁵⁵⁴

Nakon prijevremenih parlamentarnih izbora u rujnu 2016. godine, ministrica kulture Nina Obuljen-Koržinek prihvaćena je u afirmativnom kontekstu: *...Njezine bi reference dostajale da vodi Ministarstvo kulture Kraljevine Švedske.*⁵⁵⁵

Isto tako u pozitivnoj konotaciji prezentira se tada HNS-ova kandidatkinja za gradonačelnicu Zagreba Anka Mrak-Taritaš: *Anka Mrak-Taritaš već neko vrijeme ruši sve stereotipe moderne politike. Ona nije novo lice koje je tek zakoračilo u političku arenu i zabljesnulo „na prvu“ i na brzaka zaludilo mase. Iza nje ne stoji snažna stranka koja je može katapultirati u političku orbitu...Ona naposljetku nema moćne financijske pokrovitelje koji bi godinama ulagali u PR-ovsko glancanje njezina lika i djela...Za sve što je postigla u svojoj političkoj karijeri, Anka Mrak-Taritaš zaslužna je sama...*⁵⁵⁶

Jednako tako u javnom prostoru uspješno se percipira zastupnica u Europskom parlamentu Biljana Borzan: *Ova je europarlamentarka pohvale u Hrvatskoj pobrala lani, kad je okončala veliku akciju ispitivanja kvalitete naizgled istih proizvoda i dokazala kako nas veliki proizvođači, ipak, diskriminiraju. U najuži izbor za prestižnu nagradu MEP Award, popularno*

⁵⁵³ Višnja Starešina, „Vesnu Pusić podržat će jedino – Bjelorusija“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23220, 8. rujna 2015., str. 6.

⁵⁵⁴ Damir Pilić, „Vesna u New Yorku“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23224., *Spektar*, 12. rujna 2015., str. 4.

⁵⁵⁵ Ante Tomić, „Švedska ministrica“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 23628, 20 listopada 2016., str. 15.

⁵⁵⁶ Marina Karlović Sabolić, „Kako je Anka Mrak postala brend“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 23769, 10. ožujka 2017., str. 10.

*nazvanu „EU Oscar“, koja se dodjeljuje najboljim zastupnicima u EP-u, Borzan se plasirala radi zasluga na drugom području njezina interesa i djelovanja – segmentu ženskih prava i ravnopravnosti spolova.*⁵⁵⁷

Pozicioniranje političarki u mozaičnim sadržajima

Uzimajući u obzir estradizacijske trendove u politici, niti političari nisu lišeni medijskog prikazivanja koja su tijekom razvoja komunikacijske industrije bili vezani uz političarke, a odnose se na kulturu odijevanja. U tom smislu početkom devedesetih godina 20. stoljeća mediji u Velikoj Britaniji bavili su se najbolje i najlošije odjevenim Britancem. Pri tome je britanski premijer John Major proglašen najgorim.⁵⁵⁸ Jednako tako, u istom razdoblju zamah estradizacije obuhvatio je i hrvatsku političku scenu. Tako su, primjerice, u fokusu interesa medija za odjevni stil hrvatskih političara bile kravate: *...od Tuđmanovih stiliziranih kašmir-mustrica do Šeksovih uzoraka herbarija do Nobilovih boja pozne jeseni do Gregurićevih tekstova za daltoniste, od Dopuđinih desena maćuhica do Vrdoljakovih mustri usitnjenih bubrega – kravata je postala nezaobilazni ures svake medijske ličnosti.*⁵⁵⁹

Unatoč tomu što je medijska pozornost za vanjštinu političkih osoba istaknuto usmjerenija prema ženama, ipak je ponekad nalazimo i u muškaraca: *Što se tiče Slivija Degena kao predsjedničkog kandidata, prva stvar koju je moja TV-domaćica primijetila jest da je on promijenio frizuru. Ako ne možete promijeniti svijet – promijenite frizuru! Leptirica ostaje ista.*⁵⁶⁰

Estradizacijom politike i muški odjevni stil postaje medijska tema kao što pokazuje sljedeći primjer premijera Vlade Zorana Milanovića koji je zamijećen nekoliko puta uzastopno u istoj odjeći.

⁵⁵⁷ Linda Perić, „Nasilje nad ženama poraslo je 200 posto“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 24100, 4. veljače 2018., str. 5.

⁵⁵⁸ *Slobodna Dalmacija* 48, „Dosadni Major“, br. 14642, 4. rujna 1991., str. 35.

⁵⁵⁹ Zlatko Gall, „U Rvata drečava kravata“, *Slobodna Dalmacija* 50, br. 14818, 2. ožujka 1992. str. 23.

⁵⁶⁰ Kuštre, 1992., 15.



Slika 3.3.2.19.: Modni izričaj Zorana Milanovića

Izvor: Dražen Gudić, „Zašto Milanović nosi istu modnu kombinaciju?“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23080, 21. travnja 2015., str. 6.

Nakon parlamentarnih izbora u studenom 2015. godine, medijski je prijemčiva bivša redovnica i humanitarna aktivistkinja, ministrica socijalne politike i mladih – Bernardica Juretić. Premda se kao vrline ističu njezini odmaci u karijeri, za politički uspjeh pripisuju joj se konekcije s Katoličkom Crkvom, uz neizostavan seksizam temeljen na izgledu.⁵⁶¹

⁵⁶¹ Saša Ljubičić, „Tko je Bernardica Juretić, humanitarka i medijska zvijezda devedesetih, nekada najpoznatija časna sestra u Hrvatskoj“, *Slobodna Dalmacija* 73, br. 23365, Magazin, 31. siječnja 2016. str. 2–3.



Slika 3.3.2.20.: Seksistički opis ministrice Bernardice Juretić s naglaskom na tjelesnost

Izvor: Ljubičić, Saša. „Tko je Bernardica Juretić, humanitarka i medijska zvijezda devedesetih, nekada najpoznatija časna sestra u Hrvatskoj“. *Slobodna Dalmacija* 73, br. 23365, Magazin, 31. siječnja 2016. str. 3.

Kao što je u dnevniku *Novi list* kultura odijevanja Grabar-Kitarović bila objektom medijske prezentacije, takav pristup valja primijetiti i u *Slobodnoj Dalmaciji*. Kao ilustracija može poslužiti vijest o sudjelovanju Grabar-Kitarović na samitu NATO-saveza u Bruxellesu u kojoj je naglasak na njezinoj odjeći uz neizostavno atribuiranje imenom.



Slika 3.3.2.21.: Stereotipno predstavljanje Kolinde Grabar-Kitarović

Izvor: *Slobodna Dalmacija* 74, „Kolinda i crveno se vole“, br. 23847, 27. svibnja 2017, str. 25.

U drugom primjeru sastanka predsjednika država jugoistočne Europe perpetuiraju se klišeizirani komentar odjeće Grabar-Kitarović u komparativnom odnosu spram kolega. Valja ga uzeti u kontekstu trenda trivijalnosti medijskih sadržaja koji privlače publiku.



Slika 3.3.2.22. : Kolinda Grabar-Kitarović i Borut Pahor u fokusu medijske banalnosti

Izvor : *Delo*, autor fotografije Jože Suhadolnik/Hanza medija

Slobodna Dalmacija 74, „Kolinda Grabar-Kitarović zasjenila kolege predsjednike“, br. 23855, 4. lipnja 2017., str. 6.

U usporedbi s dnevnikom *Novi list* i u *Slobodnoj Dalmaciji* uočava se medijska tendencija predstavljanja političarki u stereotipnoj kontekstualizaciji i sklonosti estradizacijskog pristupa politici. Točnije rečeno, političarke se predstavlja kao seksualne objekte s naglaskom na banalne komentare nevažne za obavljanje političkog poziva. Na osnovi navedenoga za argumentaciju poslužiti će sljedeći članak :

DAME IZ VISOKE POLITIKE

DALMATINSKE ZASTUPNICE

imaju najviše stila, slijede ih Slavonke

SABINA GLASOVAC nas je u više navrata podsjetila na prvu damu SAD-a Melaniju Trump

IRINA PETRIJEVČANIN VUKSANOVIĆ

TIHANA MAROVIĆ
HANZA MEDIA

Mi ćemo to napraviti u modnom smislu, i to fokusirajući se na dame iz visoke hrvatske politike. Za početak, treba konstatirati dvije stvari. Posao nam je, na žalost, olakšalo to što je od 151 zastupnika samo 29 žena. S druge strane, dama sa stilom i modnim stavom u saboru je sve više, fotografije nas sve češće podsjećaju na one s modnih pista, pa je lista, čini nam se, veća nego ikad. Posebno smo ponosni na veliki broj zaista lijepih Dalmatinki, a prema našoj listi slijede ih Slavonke.

Započnimo s uvijek elegantnom zastupnicom SDP-a, Sabinom Glasovac, koja nas je u više navrata podsjetila na Melaniju Trump. Osim što voli nositi baby plavu nijansu, u kojoj je i Melania više puta zasjejala, Sabina ima i vitku liniju, ali i modni stav sličan onome prve dame SAD-a, profinjen, a opet suzdržan. Na posljednjoj sjednici ostala je vjerna svom žensstvenom stilu, odličivši se za efektan Zarinu haljinu od modnog baršuna, s čipkom na rukavima. Inače, ova Slavonka rijetko griješi kada je u pitanju odabir stajlinga, vješto barata odjevnim komadima te ima izrazit elegantno-poslovni stil. U svakom slučaju, na samom je vrhu naše liste.

Za vratom joj uspješno puše nezavisna Spilčanka Bruna Eshl,

koju je modna kritika prepoznala čim je ušla u Sabor. Gotovo uvijek nasmijana, vedrog osmjeha, njezina osobnost kupuje već na prvi pogled, a i očevne kombinacije razlikuju se od onoga što smo dosad imali prilike gledati na sjednicama. Majka je troje djece, odijeva se u skladu sa svojim godinama i prilikom, pa je vrlo brzo postala predvodnica casual stila. Tradicionalne poslovne komplete koje političarke godinama nose ostavila je u ormaru, a umjesto toga nosi košulje sa zanimljivim detaljima. Čim je na predstavljanju programa Vlade u Saboru na potpuno crnu kombinaciju odjenula smeđu jaknu od brušene kože, bilo je jasno kako je do saborskih klupa konačno stigao mladenački stil. Drži se onoga više je manje, pogotovo kad su frizura i šminka u pitanju - Bruna igra na prirodan look. I to poprilično uspješno.

Da u Saboru ne bi bilo dosadno, redovito se svojim osebnim stilom pobrine i mostovka Ivana Ninčević Lesandrić, čiji je modni odabir zapao za oko i Fashion Guruu, pa ju je nekoliko puta javno ishvalio. Ova Solinjanka obožava pomalo barokni, dakle kice-ni, ali i etno stil, a njezin modni izričaj izrazio je teško opisati u svega nekoliko rečenica. Mlada mostovka sama prekraja odjeću, a nikako ne voli crnu. Nevoli doduše ni javne rasprave o svojim odjevnim kombinacijama. -Svaki dan utijem se od posla, a dobijem članke o tome što sam tog dana stavila na sebe. U Saboru sam jedna od aktivnijih, stalno sam na radnom mjestu,

BRUNA ESHL klasične komplete ostavila je u ormaru, umjesto toga nosi košulje sa zanimljivim detaljima



Romana Jerković

a izmjenama zakona, i čitaju samo što sam na sebe - kazala je u o navrata. Ipak, ona i millennial pink komade, kao i one žute, zele-rvene od glave do pete, šle su sabornicu. Jedne može osporiti, Iva-odni izleti ponekad su oči u političkom mod-u, a ona je u potpunosti samo svoja.

vježenje je i stil samo-IP-ovke Romane Jer-orodenju Splitske, a ograđonačelnice Rije-va doktorica medicine medicine voli jedno-ivan, elegantan i udo-uvan poslovni stil. Vitke i gotovo manekenske linije, ne preza od visokih potpetica, a poseb-nost njezinu stilu daju detalji koje neće

PUTICA
hrvatske
a često
stati i
stijm
cijama

svatko iza-brati, bu-đući da je pobornica uni-katnih modnih do data-ka. Roma-nina strana-čka kolegi-ka Opačić jedna je od hrvatskih političarki finama izgleda sve bo-đugi sati sjedenja u sa-li uredu, na službenim na večerama ne ostav-ana liniji. Dapače, ista-OP-ovka sve je elegan-pćem lepršavom mod-đu doprinose i njezine ivo, ali odmjerene po-ombinacije. Milanka

urbani stil prate hrvatske fashi-onistice, a obožava ono za čime ljubiteljice mode redovito uzdi-šu - u njezinu ormaru mjesto su pronašli kulturni komadi. Dubrovčanka Sanja Putica također mami uzdahe, na de-centan način ističe ženstvene adute, a pomiče i uobičajene modne granice. Visoka crn-ka krupnih očiju, inače HDZ-ova zastupnica, diplomirana je profesorica hrvatskog jezi-

Političarki sa stilom i modnim stavom u saboru je sve više, fotografije nas sve češće podsjećaju na one s modnih pista

ka i književnosti te bivša ravnateljica dubrovačke gimnazije. Rado bira hrvatske dizaj-nere, a često zna zablistati i u čipkastim kombinacijama. Moda, baš kao i politika, u kr-vi je mladoj Dragici Rošić, Dalmatinki iz Baške Vode, koja s dva fakulteta stigne i plinirati, trčati maratone, svi-rati... Stilom je veoma slična kolegici Sanji, a osmijeh joj je najveći adut.

I za kraj, ostavili smo damu koja nam je najveće stilsko iznenađenje. Irena Petrije-čanin Vuksanović, tempera-mentna Šokica, zastupnica je HDZ-a, a neodoljivo podsjeća na hollywoodske glumice iz sredine prošloga stoljeća. Je-li u pitanju njezino profinje-no držanje, zanimljive crte lica ili kovrčava kosa, teško je ocijeniti, no Irena izgleda svjetski! ●



Milanka Opačić



Ivana Ninčević Lesandrić

Slika 3.3.2.23. Stereotipno-estradizacijski prikaz hrvatskih saborskih zastupnica u dnevniku *Slobodna Dalmacija*

Izvor: Tihana Marović, „Dalmatinske zastupnice imaju najviše stila, slijede ih Slavonke“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 24052, 18. prosinca 2017., str. 34–35.

Pozicioniranje političarki u rubrikama crne kronike i vijestima iz domene korupcije i sukoba interesa

Tadašnja političarka Marina Lovrić-Merzel bit će zbog već spomenutih koruptivnih djela zastupljena u vijestima iz područja korupcije.⁵⁶² Povrh toga, bivšoj kninskoj gradonačelnici Josipi Rimac pripast će medijski prostor vezan uz nepravilnosti u poslovanju gradske Uprave i stjecanje imovine na dvojbeno transparentan način.⁵⁶³ Potom, ondašnja ministrica kulture Andrea Zlatar Violić u tzv. aferi dnevnice tj. zloporabi položaja i ovlasti privući će pozornost javnosti.⁵⁶⁴ Kao što je već naglašeno u dnevniku *Novi list* i Kolinda Grabar-Kitarović naći će se u svjetlu afere izbjegavanja plaćanja poreza i nezakonitog trošenja novca iz predizborne kampanje putem stranke čija je bila kandidatkinja.⁵⁶⁵ Međutim, bit će komentatora i drukčijeg stava, primjerice:

Grabar-Kitarović je na ovaj način ispunila obećanje koje je dala kad je izabrana za predsjednicu da će novac koji je iz proračuna dobila za troškove kampanje darovati u humanitarne svrhe. Učinila je to, istini za volju, preko HDZ-ova računa kako se ne bi platio porez na donacije, te je ostalo više novca na raspolaganju za pomoć potrebitima. Mogla je možda, i vratiti taj novac u državni proračun, no pitanje je koliko bi od toga država imala

⁵⁶² Mate Piškor, „Sisak: Policija ispitala Merzel“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22643, 8. veljače 2014, str. 7, Mate Piškor, „Gdje je nestalo 10 milijuna kuna?“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22646, 11. veljače 2014, str. 8., Mate Piškor, „Vlastiti pir platila novcem Županije?“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22667, 4. ožujka 2014, str. 3., Mate Piškor, „Jelo se i pilo na račun sisačke županije“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22670, 7. ožujka 2014, str. 2., *Slobodna Dalmacija* 71, „Uhićena županica Lovrić-Merzel“, br. 22695, 2. travnja 2014., str. 8., Igor Došen, „Mitom kupila stan u Zadru“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22807, 22. srpnja 2014., str. 4., *Slobodna Dalmacija* 71, „Duga lista grijeha Lovrić Merzel“, br. 23123, 3. lipnja 2015., str. 9.

⁵⁶³ Davorka Blažević, „USKOK u uredu Josipe Rimac“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22668, 5. ožujka 2014. str. 3., Davorka Blažević, „Kuća je darovana mom suprugu. Pa što ja imam s tim?“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22773, 18. lipnja 2014., str. 7., Davorka Blažević, „Najskuplji zid u zemlji“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22834, 18. kolovoza 2014., Vladimir Matijanić, „Radić sređivala, a Rimac uživala“, *Slobodna Dalmacija* 73, br. 23357, 23. siječnja 2016., str. 13., Marko Didić, „Upravni sud dao za pravo Josipi Rimac: 'Kninska kraljica' nije skrivala imovinu“, *Slobodna Dalmacija* 75, br. 24386, 17. studenog 2018., str. 6.

⁵⁶⁴ Igor Došen, „Ministricu u zatvor?“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23053, 25. ožujka 2015., str. 4–5.

⁵⁶⁵ Vedran Marjanović, „Predsjednice niste morali HDZ-u dati milijun kuna“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23091, 2. svibnja 2015., str. 4–5., Danko Plevnik, „Predsjednice niste platili porez“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23308, *Spektar*, 5. prosinca 2015., str. 5., Anita Belak-Krile, „Kolinda donirala kao da su kune još njene“, *Slobodna Dalmacija* 73, br. 23355, 21. siječnja 2016., str. 6.

*koristi u odnosu na ovih 55 institucija i udruga kojima je podijeljen iznos koji će im sigurno svima dobro doći...*⁵⁶⁶

Bez obzira na dobrohotnost postupka, ali i ostavljanje prostora za pridobivanje naklonosti biračkog tijela te zakonsku regulativu koja oporezuje donacije ostaje neupitno da je visoko rangirana državna dužnosnica izbjegla postupiti po propisima iako bi u provođenju istih trebala biti autoritet. Proizlazi da političarke iako malobrojne, medijski prostor obimnije zauzimaju kada su sudionice u korupciji, nego što bi im bio posvećen u odnosu na obavljanje njihova političkog poziva.

⁵⁶⁶ Ivan Ugrin, „Predsjednice ne slušajte licemjere“, *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23308, Spektar, 5. prosinca 2015., str. 5.

4. ZAKLJUČAK

Iako je hrvatsko zakonodavstvo usklađeno s europskim standardima u smislu zakonodavnih i institucionalnih mehanizmima za promicanje rodne ravnopravnosti, u provedbenom kontekstu je drukčije. Hrvatsko društvo je patrijarhalno te se od žena očekuje, kao što je uostalom pokazalo i ovo istraživanje, da su primarno involvirane u prostor unutar doma i obiteljskih obaveza i što udaljenije od karijernih poslova, naročito javnih poput politike i posljedično tomu prisutnosti u medijima, koja je prema podacima i analizi iz rasprave percipirana kao muško zanimanje. Drugo pitanje proizašlo iz rasprave medijska je slika žene s nametnutim kriterijima izvrsnosti u svim segmentima privatnog i javnog života ako su u njega uključene. Ženama se tako implicira osjećaj krivnje zbog nedostižnosti perfekcionizma. Takav stav dodatno potkopava poticanje za razvoj karijere. Položaj žene u hrvatskom društvu pod jakim je utjecajem tradicionalnih obrazaca ponašanja, religije u kojoj je žena subordinirana muškarcu i kulture kao sklopa vrijednosnih sustava prevladavajućih u određenoj sredini. Unatoč zakonodavnom okviru, proces civilizacijskih pomaka u emancipaciji i mentalitetu društva je dugotrajan i neizvjestan. Nadalje istraživanje je potvrdilo tezu o podzastupljenosti političarki u medijima, seksizmima i diskriminaciji. Rezultati iz posttranzicijskog razdoblja pokazali su veću zastupljenost političarki u medijima jer ih je više i u politici. Uočava se pomak u rodno osjetljivom jeziku, tj. senzibiliziranosti medija prema imenovanju političkih funkcija u ženskom rodu. U primjerima iz disertacije u ranoj tranziciji rodna ravnopravnost u jeziku nije postojala. Promjena se nije dogodila sama po sebi već je rezultat rada feminističkih nevladinih organizacija i drugih institucija za provođenje rodne ravnopravnosti. Međutim, u oba razdoblja perzistiraju medijska pitanja razloga bavljenja žena politikom i usklađivanje poslovnog i privatnog života – pitanja koja su u cijelom istraživačkom korpusu postavljena tek dvojici političara i to u *Slobodnoj Dalmaciji*. Potom, tvrdokoran je stereotip u oba istraživana razdoblja i u oba dnevnika atribuiranja političarki imenom, a političara prezimenom. Samo iznimno političari se oslovljavaju imenom ili nadimkom. Tabloidizacijom medija pridaje se više pozornosti senzacionalizmu. Teme koruptivnih djela političarki i vijesti na naslovnici dobivaju znatan medijski prostor i to je rubrika u kojoj su političarke prisutne u visokom postotku. Ovakav podatak u koliziji je s participacijom žena u politici.

Potom se može zaključiti da je pozicioniranje političarki u medijima u relaciji s njihovim personalnim karakteristikama i političkim djelovanjem. U etapi rane tranzicije jedna od najistaknutijih osoba na političkoj sceni u Hrvatskoj uopće, Savka Dabčević-Kučar, u javnom

prostoru percipirana je karizmatičnom političarkom. To su potvrdili brojni medijski citati iz istraživanja. U poetskom izričaju valja primijetiti da se smatra legendom hrvatske politike. Razloge za to treba tražiti u začecima hrvatske emancipacije tijekom sedamdesetih godina 20. stoljeća. Tada je Dabčević-Kučar bile jedna od nositeljica takozvanog hrvatskog proljeća. Time je stekla renome „hrvatske ruže“. U razdoblju početaka hrvatske samostalnosti nije se libila ukazivati na negativne pojave u društvu i nije se priklanjala konformistički novoj političkoj oligarhiji. Stoga njezina reputacija i danas ostaje neprikosnoveni.

S druge strane, u posttranzicijskom razdoblju medijsko pozicioniranje visoke državne dužnosnice iz desne političke opcije, Kolinde Grabar-Kitarović, obilježeno je stereotipima i seksizmima. Zašto je tome tako proizlazi iz estradizacijskog pristupa politici Grabar-Kitarović koju mediji i javnost istovremeno drže u fokusu interesa i ismijavaju. No estradizacija politike nije posebnost samo tadašnje predsjednice Grabar-Kitarović nego i drugih političara, poput gradonačelnika Grada Zagreba Milana Bandića, bivšeg saborskog zastupnika Ivana Pernara ili predsjedničkog kandidata Miroslava Škore. Banalizacija i trivijalizacija politike nemaju spol.

Rezultate istraživanja treba tumačiti i u ozračju dominacije, iako malobrojnih, političarki u oba istraživana razdoblja. Točnije rečeno, u prvom istraživanom razdoblju većina članaka odnosi se na Savku Dabčević-Kučar, a tek sporadično na druge političarke. U drugoj fazi istraživanja prevladavaju članci o Kolindi Grabar-Kitarović premda ne u tolikoj mjeri. Radi veće participacije žena u politici u medijski prostor uključene su i ministrice, saborske zastupnice te političarke na lokalnoj i regionalnoj razini.

Rezultati prve istraživane faze od 1991. do 1995. godine u dnevniku *Novi list* pokazali su nisku zastupljenost političarki u člancima koja je blago rasla, od 2,2 % 1991. godine do 7,5 % 1995. godine. Političarke su uglavnom fotografirane i potpisane za razliku od političara koji su u 40 % članaka nefotografirani i nepotpisani u 15 %. U vijestima političarke su prosječno zastupljene s 4,5 % kroz cijeli period. U vijestima na naslovnici gotovo da nema političarki s udjelom ispod 1 %. U ostalim rubrikama političarke se javljaju s tek po jednim člankom, a u vijestima iz sporta ih nema.

Rezultati etape rane tranzicije u *Slobodnoj Dalmaciji* pokazali su jednako nisku zastupljenost političarki u člancima kao i u *Novom listu* sa sklonošću skromnih pomaka od 3,9 % 1991. godine, do 7,5 % 1995. godine. Političarke uglavnom prati fotografija i nepotpisane su u 1 %, neznatno više nego u *Novom listu* u kojem nepotpisanih političarki gotovo i nema. Političari su u gotovo identičnom postotku u usporedbi s *Novim listom* bez fotografije, 47 %, uz članak i

nepotpisani u 15 %. U vijestima na naslovnici političarke su zastupljene u prosjeku 2 %. U vijestima iz kulture političarka je nositeljica jednog članka. U rubrici sporta, mozaika, crne kronike, korupcije i sukoba interesa političarki nema.

Ovi rezultati iz prvog istraživanih razdoblja u oba dnevna lista pokazuju da političarke iako podzastupljene u medijima, uglavnom su fotografirane. To ukazuje na zaključak da se slika žene u vidu objekta promatranja perpetuira kroz medijski prostor. Sadržaju, tj, onome što žene imaju za reći ili namjeravaju učiniti, ne pridaje se pozornost. Vizualna percepcija žena primarna je u odnosu na njihove kompetencije.

U etapi posttranzicije od 2014. do 2018. godine u *Novom listu* dolazi do veće zastupljenosti političarki u novinskim člancima i to s tendencijom rasta u rasponu od 26 % 2014. godine do 31 % 2018. godine. Suprotno od prethodnog razdoblja smanjio se broj političara bez fotografije te iznosi 24 %, a nefotografiranih političarki, iako su zastupljenije, je 10 %. Nepotpisanih fotografija političara je 23 %, a nepotpisanih fotografija političarki je 9,8 % što je više nego u prvom razdoblju. Ovakav omjer donekle se može dovesti u vezu izmijenjene uredničke politike *Novog lista*, intenzivnijem nepotpisivanju fotografija političarki te redukciji medijskog prostora, u ovom periodu na štetu političarki jer ih je manje fotografiranih iako su prisutnije. Zbog toga što fotografija privlači pozornost publike, proizlazi da se političarke suprotno od prve etape, kad ih je bilo zanemarivo malo, ali su bile fotografirane, u drugoj fazi marginalizira uskraćujući im vidljivost izostavljanjem fotografije. U vijestima veća je zastupljenost političarki nego u prethodnoj etapi i prosječno iznosi 22,14 %. Političari i dalje dominiraju, ali sa znatno manjom razlikom od 29 %. Političarke su prisutnije i u vijestima na naslovnici sa 6 % nego u ranoj tranziciji. Rubrika iz kulture pokazatelj je da se kultura vraća u tradicionalno žensko područje. O tome govori podatak, iako nizak, o tri članka političarki i nijedan političara u cijelom razdoblju od 2014. do 2018. godine. U sportskoj rubrici i dalje dominiraju političari. U mozaičnoj rubrici podjednak broj političara i političarki sugerira na estradizaciju politike kojoj su jednako skloni i muškarci i žene. U rubrici iz crne kronike, korupcije i sukoba interesa prevladavaju političari, ali je i visok broj političarki. Na naslovnici iz iste rubrike političarke su gotovo dostigle političare. Ovo upućuje na zaključak tabloidizacije medija i sklonosti senzacionalističkom pristupu koji nema spol.

Rezultati posttranzicije za *Slobodnu Dalmaciju* pokazuju otprilike istu veću participaciju političarki u člancima kao i u *Novom listu* koja oscilira od 23,2 % do 42,7 %. Porast zastupljenosti političarki i u *Slobodnoj Dalmaciji* posljedica je veće zastupljenosti političarki u javnom životu. No treba uzeti u obzir da primicanje 50 postotnom sudjelovanju političarki u

medijima ne znači pomak u napredovanju ženskih ljudskih prava u tradicionalno konzervativnoj sredini. Takav omjer ishod je političkih okolnosti u godini kada je predsjednica Republike Hrvatske postala Grabar-Kitarović s pozicije desnog političkog spektra. Stoga je tako visoka zastupljenost političarki u *Slobodnoj Dalmaciji* u vezi s njezinim medijskim nastupima i novinarskim komentarima. Nadalje, iako se omjeri fotografiranih političara i političarki smanjuju i u *Slobodnoj Dalmaciji* radije se fotografiraju političarke unatoč nižoj zastupljenosti. Nepotpisanih fotografija političara je 29,38 %, nekoliko postotaka više nego u *Novom listu* dok je nepotpisanih političarki 14,48 % što je 6 % više nego u riječkoj novini. U rubrici vijesti nešto je više pojedinačnih članaka političarki, 27,64 %, nego u *Novom listu*, ali on je konzekvenca već navedenog političkog konteksta. U vijestima na naslovnici, u oba dnevnika i u obje etape rezultati su izuzetno niski, prosječno oko 5 % u *Slobodnoj Dalmaciji* i 6% u *Novom listu* što dokazuje održavanje patrijarhalnih odnosa u društvu jer je medijski prostor na najistaknutijem i najvažnijem mjestu u tiskovinama rezerviran za muškarce. U rubrici iz kulture političarka je nositeljica jednog članka. Taj podatak niži je nego u *Novom listu* iako niti u njemu nije značajan i može ukazivati na nezainteresiranost dnevnika za kulturu unatoč ministrici Nini Obuljen-Koržinek za koju mediji nisu pokazali interes pa čak i u deklarativno marginalnoj rubrici. U sportskoj rubrici podjednak omjer političara i političarki objašnjava se Svjetskim nogometnim prvenstvom u kojem je predsjednica Republike intenzivno sudjelovala praćenjem događanja, a ne stvarnim uključivanjem političarki u sportske vijesti. U mozaičnoj rubrici mediji su skloniji prikazima političara u oba dnevnika. U rubrici crne kronike, korupcije i sukoba interesa, povećanom participacijom žena u politici zastupljenije su i u toj rubrici i to s 24,6 % i 9,7 % na naslovnici u otprilike istom omjeru kao i u *Novom listu*, dakle s 22,84 % u vijestima i 11,4 % na naslovnici.

Ukupni rezultati oba dnevna lista za prvu istraživanu etapu pokazali su visoku pojedinačnu zastupljenost članaka političara i to s udjelom od 95,2 %. Političarke su prisutne u zanemarivih 4,8 % . Članaka bez fotografija političara iznosi 40 % dok je nefotografiranih političarki unatoč izrazito niskoj prisutnosti u medijima samo 1,8 %. Ukupni podatci kao i pojedinačni naglašavaju objektivizaciju žena kojima se relativiziraju drugi potencijali. Nepotpisanih fotografija političara ukupno je 15 %, a političarki svega 0,7 %. Mogući zaključak ovakvog rezultata upućuje na prepoznatljivost političara u javnosti nasuprot političarki. U vijestima političari dominiraju i to u 71,7 %. Političarke su zastupljene sa samo 3,8 %. Političari zauzimaju 23,4 % vijesti na naslovnici, a političarke samo 1 %. I ovaj podatak u skladu je s pojedinačnim rezultatima i isticanjem političara u medijskom prostoru na najatraktivnijem

mjestu. U rubrici iz kulture 69 % vijesti odnose se na političare i 7,7 % na naslovnici, a 23 % na političarke i niti jedna na naslovnici. Razdoblje rane tranzicije vrijeme je niske političke participacije žena u svim područjima pa tako i u kulturi te i u tom području, uobičajeno vezanom uz žene, prevladavaju muškarci. Povrh toga 90 % vijesti političara prisutno je u sportskoj rubrici i 10 % na naslovnici. Političarki u sportskim vijestima nema. Sport je u tom vremenu bio isključivo muški posao. U mozaičnoj rubrici prevladavaju političari i to sa 71,4 % i 14,3 % na naslovnici. Političarke su prisutne u 14,3 % vijesti i niti jedna nije na naslovnici. Stoga, kao i za kulturu tada je vrijedilo isto pravilo prema kojemu se žene medijski ne pripušta niti u percipirano manje važne sadržaje. U rubrici crne kronike, korupcije i sukoba interesa političari čine znatnu većinu vijesti, 75 % i 20,8 % ih je na naslovnici. Političarke su zastupljene u 4,2 % vijesti i niti jednom na naslovnici. Ovaj rezultat je je u skladu s prevlašću političara na pozicijama moći i prema tomu dostupnost korupciji.

Ukupni podatci oba dnevnika za posttranzicijsko razdoblje ukazuju na znatno veću zastupljenosti političarki u pojedinačnim člancima u iznosu od 29,5 %. Po svemu sudeći, postignut je progres u medijskoj zastupljenosti političarki istraživanih dnevnih listova. Prema drugom parametru članaka bez fotografija političara bilo je 22,5 %, a nefotografiranih političarki 9,6 %. Razlika između nefotografiranih političara i političarki se smanjila. Mediji su i dalje skloniji fotografiranju političarki što je povezano sa stereotipima prema ženama odnosno naglašavanju tjelesnosti. Nepotpisanih fotografija političara ukupno je 25,3 %, a političarki 10,4 %. Ovaj podatak za razliku od prethodnog pokazuje odmak od stereotipa prema kojemu su žene svedene na neautoriziranu fotografiju. U vijestima političari prevladavaju u 51,9 % članaka, ali političarke smanjuju razliku te su zastupljene u 23,9 %. Ostaje niska zastupljenost političarki na naslovnici, svega 5,2 % nasuprot 19 % političara. U rubrici iz kulture četiri je članaka političarki i niti jedan političara. To je očekivani rezultat prema kojem se političarkama dodjeljuju klišeizirani resori. U sportskoj rubrici 40,5 % vijesti odnosi se na političare i 24,3 % na naslovnici. Političarke su pozicionirane u 24,3 % i u 10,8 % na naslovnici. Suprotno od izostanka političarki u periodu rane tranzicije, visok udio političarki u sportskim vijestima pripisuje se državnoj dužnosnici i sportskom događaju, a ne zaokretu u trendovima. U mozaičnoj rubrici 50 % je političara i 18,8 % na naslovnici. Političarki je 18,8 % i 12,5 % na naslovnici. Isto kao i u prvoj etapi istraživanja mediji su skloniji prikazima političara u neformalnim prilikama. U rubrici crne kronike, korupcije i sukoba interesa, povećanom participacijom žena u politici zastupljenije su i u toj rubrici i to s 24,6 % i 9,7 % na naslovnici.

Iz svega navedenoga, mediji podupiru stereotipe o ženama, točnije rečeno vezano uz temu ove disertacije političarki u medijima. Donekle ima pozitivnih promjena u određenim segmentima kao što su rodno osjetljiv jezik. Iako je medijska vidljivost žena dosegla gotovo 30 % od početnih 5 %, stereotipi sukcesivno perpetuiraju. Naglašavaju se pitanja o usklađivanju poslovnog i privatnog života, ističe se vanjski izgled žena. Za uklanjanje seksizama u medijima potrebno je jačati medijsku pismenost svih zaposlenih u medijskoj industriji i građanstva. Kritički i neovisan pristup medijima omogućit će prepoznavanje i razlikovanje sadržaja i vrijednosti političkih kandidata i kandidatkinja bez obzira na utjecaj medijskih agencija na njihovo predstavljanje javnosti.

Pozicioniranje žena i muškaraca u političkom diskursu u medijima, uz uvriježene stereotipne obrasce ponašanja, doprinijela je ideologija spektakla. Naglasak je na trivijalnosti i banalnosti, a suštinski društveni problemi prekrivaju se i marginaliziraju u senzacionalističkim prikazima političkih aktera i akterki.

Mediji bi trebali biti korektiv k uklanjanju tabloidnog pristupa svih involviranih osoba u javne procese zajednice i konačno katalizator diskriminacije žena u svim segmentima društva pa tako i političarke trebaju biti medijski praćene jednakim pristupom kao i njihovi kolege.

LITERATURA

- [1] Adamović, Mirjana. *Žene i društvena moć*. Zagreb: Plejada, Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, 2011.
- [2] Anić, Vladimir. *Rječnik hrvatskoga jezika*. Zagreb: Novi liber, 1991.
- [3] Agacinski, Silviana. *Žene između pola i roda*, prevela s francuskog Mileva Filipović. Zagreb: Politička kultura, 2015.
- [4] Aronson, Eliot, Wilson D Timothy, Akert, M Robin. *Socijalna psihologija*. Prevele s engleskog Renata Franc, Željka Kamenov, Marija Šakić. Zagreb: Mate, 2005.
- [5] Bobbio Norberto, *Desnica i ljevica. Razlozi i značenja jednoga političkog razlikovanja*. Uredio i preveo Lino Veljak. Split: Feral Tribune, 1998.
- [6] Bracken, Christopher. *Robni totemizam*, prir. Aleksandar Mijatović, u: Ljubomir Stefanović: *Jezici slike: Vizualna kultura i granice reprezentacije* (Rijeka, Izdavački centar Rijeka, 2012), 249.
- [6] Chadwick, Whitney. *Umjetnice i politika prikazivanja, 197–213*. Prevele Ljiljana Kolečnik i Jasenka Zajec. U: Ljiljana Kolečnik: *Feministička likovna kritika i teorija likovnih umjetnosti*. Zagreb: Centar za ženske studije, 1999.
- [7] Craig, Steve. *Considering Men and the media*. Uvod knjizi, 1–7. U: Steve Craig: *Men, masculinity and the media*. Newbury Park: Sage Publications, Inc., 1992.
- [8] Croteau David, Hoynes William. *Men and the News Media. The male Presence and Its Effect*, str 154-168). U: Steve Craig: *Men, masculinity and the media*. Newbury Park: Sage Publications, Inc, 1992.
- [9] Devonic, Fay. *Uvodni govor predstavnice Europske komisije o politikama ravnopravnosti spolova EU: postignuća i izazovi, 21–5*. Konferencija o ravnopravnosti spolova. Zbornik radova.. U: Helena Štimac Radin. Zagreb: Ured za ravnopravnost spolova, 2007.
- [10] Donald R Ralph. *Masculinity and Machismo in Hollywood's War Films, 124–136*. U: Steve Craig: *Men, masculinity and the media*. Newbury Park: Sage Publications, Inc., 1992.
- [11] Eagleton, Terry. *Ideja kulture*. Prevela s engleskog Gordana V. Popović. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, 2002.

- [12] Fejes, J Fred. Masculinity as Fact: A Review of Empirical Mass Communication Research on Masculinity, 9–22. U: Steve Craig: Men, masculinity and the media. Newbury Park: Sage Publications, Inc., 1992.
- [13] Grünfelder, Anna Maria. Feministička teološka etika, str.15–28.U:Đurđa Knežević, Koraljaka Dilić: Žene i politika: Suvremeni ženski/feministički pokreti u post-komunističkim državama/10 godina poslije. Zagreb. Ženska infoteka, 2004.
- [14] Hanke Robert. Redesigning Men. Hegemonic Masculinity in Transition, 185–198. U: Steve Craig: Men, masculinity and the media. Newbury Park: Sage Publications, Inc., 1992.
- [15] Holy, Mirela. Mitski aspekti ekofeminizma. Zagreb: TIM press, 2007.
- [16] Hromadžić, Hajrudin (2014) Medijska konstrukcija društvene zbilje. Socijalno-ideološke implikacije produkcije medijskog spektakla. Zagreb: AGM, 2014.
- [17] Jergović, Blanka. Odmjeravanje snaga. Novine i politika u Hrvatskoj u prvom razdoblju tranzicije. Zagreb: Sveučilišna knjižara, 2004.
- [18] Knežević, Đurđa. Uvodnik, 11-13. U:Đ.Knežević, Koraljka Dilić: Žene i politika: Suvremeni ženski/feministički pokreti u post-komunističkim državama/10 godina poslije. Zagreb. Ženska infoteka, 2004.
- [19] Kodrnja, Jasenka. Kultura kao afirmacija i negacija, ne-kultura, ne-kulturi, str.105–128. U: Jasenka Kodrnja at al.:Kultura, drugi, žene. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, Hrvatsko filozofsko društvo, Plejada d.o.o. , 2010.
- [20] Kunac, Suzana. Medijska prezentacija žena na vodećim pozicijama, stereotipi, stereotipi, stereotipi, 53–7. U: Maja Dubljević at al.: Žene i vođenje. Zagreb: Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje, 2006.
- [21] Labaš, Danijel, Mihovilović Maja. Mediji i konstruiranje mita o ženskoj ljepoti, str 175–194. U: Matea Jalžević at al.:Žene kroz povijest. Zagreb: Društvo studenata povijesti „Ivan lučić-Lucius“, 2014.
- [22] Leinert-Novosel, Smiljana. Žene u medijima – slučaj hrvatske televizije, 36. U: Đurđa Knežević: Žene i politika. Zagreb: Ženska infoteka, 1998.
- [23] Levin, Yuval. Ljevica i desnica. Kako su nastale, u čemu se razlikuju i zašto je to važno. uredio Petar Balta, preveo Mijo Pavić. Split: Verbum, 2017.

- [24] Linker, Kate. Prikazivanje spolnosti, str.115–139. Prevele Ljiljana Kolečnik i Jasenka Zajec. U: Ljiljana Kolečnik: Feministička likovna kritika i teorija likovnih umjetnosti. Zagreb: Centar za ženske studije, 1999.
- [25] Lippman, Walter. Javno mnijenje. Preveo s engleskog Miroslav Hauptfeld. Zagreb: Naprijed, 1955.
- [26] Kimmel, S Michael (1992).Foreword, XII-XII. U: Steve Craig: Men, masculinity and the media. Newbury Park:Sage Publications, Inc., 1992.
- [27] Magelssen Cathrine, Sarnavka Sanja. Žene i mediji: istraživanje dnevnih listova. Zagreb: B.a.b.e., 1997.
- [28] Maletić, Franjo. Medijska pismenost, 137–224.U:Stjepan Malović at al.:Masovno komuniciranje. Zagreb: Golden marketing-tehnička knjiga, 2014.
- [29] Malović, Stjepan. Mediji i društvo, 44-5, 50–1. Opatija: ICEJ, Sveučilišna knjižara d.o.o., 2007.
- [30] Mijatović, Aleksandar. Obrat teorije vizualnog u pedagogiju viđenja, prir.: Aleksandar Mijatović, u.: Ljubomir Stefanović: Jezici slike: Vizualna kultura i granice reprezentacije (Rijeka, Izdavački centar Rijeka, 2012), 19.
- [31] Nochlin, Linda. Zašto nema velikih umjetnica?,1-25. Prevele Ljiljana Kolečnik i Jasenka Zajec. U: Ljiljana Kolečnik: Feministička likovna kritika i teorija likovnih umjetnosti. Zagreb: Centar za ženske studije, 1999.
- [32] Paić, Žarko. Vizualne komunikacije – uvod. Zagreb. Centar za vizualne studije, 2008.
- [33] Peović Vuković, Katarina. Mediji i kultura. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, 2012.
- [34] Pecora Norma. Superman/Superboys/Supermen. The Comic Book Hero as Socializing Agent, 61–77. U: Steve Craig: Men, masculinity and the media.California. Newbury Park: Sage Publications, Inc., 1992.
- [35] Peruško Zrinjka. Što su mediji?, 15–40. U: Zrinjka Peruško: Uvod u medije.1. izd. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, 2011.
- [36] Pollock, Griselda. Modernost i prostor ženskosti, 157–195. Prevele Ljiljana Kolečnik i Jasenka Zajec. U: Ljiljana Kolečnik: Feministička likovna kritika i teorija likovnih umjetnosti. Zagreb: Centar za ženske studije, 1999.

- [37] Rymarenko, Tetiana. Ženski pokret u Ukrajini: Fantomska prijetnja, 107–110. U: Đurđa Knežević, Koraljka Dilić: Žene i politika: Suvremeni ženski/feministički pokreti u post-komunističkim državama/10 godina poslije. Zagreb: Ženska infoteka, 2004.
- [38] Sabo Donald, Jansen Sue Curry. Images of Men in Sport Media. The Social Reproduction of Gender Order, 169–184. U: Steve Craig: Men, masculinity and the media. Newbury Park: Sage Publications, Inc., 1992.
- [39] Schneider, David J. The Psychology of Stereotyping, The Guilford Press, (NY) 2005.
- [40] Spangler, C Lynn . Representations of men's relationships. Buddies and Pals. A History of Male Friendships on Prime-Time Television, 93–110. U: Steve Craig: Men, masculinity and the media. Newbury Park: Sage Publications, Inc., 1992.
- [41] Street, John. Masovni mediji, politika i demokracija. Prevele s engleskog Marijana Grbeša i Ivona Mendeš. Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, 2003.
- [42] Špehar, Andrea. Istraživanje o suvremenim ženskim pokretima i rodnoj politici u poskomunističkim zemljama – nedostaci i mogućnosti, str. 35–45. U: Đurđa Knežević, Koraljka Dilić: Žene i politika: Suvremeni ženski/feministički pokreti u post-komunističkim državama/10 godina poslije. Zagreb: Ženska infoteka, 2004.
- [43] Tomić-Koludrović, Inga. Položaj žena u društvu – društvena vidljivost žena, 13–18. U: Sanja Cesar et al.: Rodna perspektiva u politici i praksi. Zagreb: Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje, 2005.
- [44] Williams, Raymond. Television. Technology and Cultural Form. U: Ederyn Williams. (London: Routledge, second edition, 1990.) 2,5, 6, 119–120.
- [45] Wollstonecraft, Mary. Obrana ženskih prava. Prevela s engleskog Marina Leusteg. Zagreb: Ženska infoteka, 1999.
- [46] Zakošek, Nenad. Politički sustav Hrvatske. Zagreb: Fakultet političkih znanost Sveučilišta u Zagrebu, 2002.
- [47] Zelenika, Ratko. Metodologija i tehnologija znanstvenog i stručnog djela. Rijeka. Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, 2000.
- [48] Zelenika, Ratko. Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog dijela, 5. izmijenjeno i dopunjeno izdanje; Knjiga osma: Znanstvene međusobno povezane metode. Kastav. IQ Plus, 2013.

Mrežni izvori

- [1] American Psychological Association, (APA) (2010). Report of the American Psychological Association task force on the sexualization of girls, executive summary (PDF). American Psychological Association(Report). Washington, DC. <https://www.apa.org/pi/women/programs/girls/report-full.pdf> (pristupljeno 19. kolovoza 2018).
- [2] Anderson, Sabrina (2014). "Role of women in Mass Media, How Mass Media is changing their Lives". <https://sabrinaandersonxo.wordpress.com/2014/10/21/role-of-women-in-mass-media-how-mass-media-is-changing-their-lives/> (pristupljeno 20. srpnja 2018).
- [3] Anonymous, Anonymous. "Video Games Have a Diversity Problem That Runs Deeper Than Race or Gender". The Guardian. Retrieved 17 November 2017. <https://www.theguardian.com/technology/2015/sep/10/video-games-diversity-problem-runs-deeper-than-race-gender> (pristupljeno 17. kolovoza 2018).
- [4] Bahadur, Nina (13 November 2012). "Women in the media: Female TV and film characters still sidelined and sexualized, study finds". The Huffington Post. Retrieved 21 November 2014. https://www.huffingtonpost.com/2012/11/13/women-in-the-media-female_n_2121979.html (pristupljeno 16. kolovoza 2018).
- [5] Barišić, Mato (2009) Političari postali veće zvijezde od estradnjaka. Kolumna. <https://www.dnevnik.hr/>. (pristupljeno 10. listopada 2019).
- [6] Beck, Victoria Simpson; Boys, Stephanie; Rose, Christopher; Beck, Eric (April 30, 2012). "Violence Against Women in Video Games A Prequel or Sequel to Rape Myth Acceptance?". *Journal of Interpersonal Violence*. 27: 3016–3031. doi:10.1177/0886260512441078. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0886260512441078?journalCode=jiva> (pristupljeno 16. kolovoza 2018).
- [7] Behm-Morawitz, Elizabeth; Mastro, Dana (1 August 2009). "The Effects of the Sexualization of Female Video Game Characters on Gender Stereotyping and Female Self-Concept". *www.academia.edu*. Retrieved 2016-03-15. https://www.academia.edu/1865189/The_Effects_of_the_Sexualization_of_Female_Video_Game_Characters_on_Gender_Stereotyping_and_Female_Self-Concept (pristupljeno 17. kolovoza 2018).

- [8] Bergner, M Raymond ; Bridges, J Ana. (2002). "The significance of heavy pornography involvement for romantic partners: Research and clinical implications". *Journal of Sex & Marital Therapy*. 28 (3): 193–206. doi:10.1080/009262302760328235. PMID 11995598. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/009262302760328235> (pristupljeno 15. kolovoza 2018).
- [9] Boseley, Sarah (1 March 2012). "Anorexia research finds government intervention justified". *The Guardian*.
<https://www.theguardian.com/society/2012/mar/01/anorexia-research-government-intervention-justified> (pristupljeno 9. kolovoza 2018).
- [10] Breyette, Sarah (2012).
<https://blogs.abo.fi/internetcultureandgender/.../the-gender-ads-pr>. (pristupljeno 1. kolovoza 2018).
- [11] Centar za edukaciju, savjetovanje i istraživanje (2010) *Spol i rod*.
<https://www.sezamwebnet.net/hr/spo-i-rod/> (pristupljeno 27. svibnja.2018).
- [12] Centar za ženske studije
<https://zenstud.hr/zenski-studiji/> (pristupljeno 27. siječnja 2020)
- [13] Ceulemans, Mieke;Fauconnier,Guido (1979).“ Mass Media: The Image, Role, and Social Conditions of Women A collection and analysis of research materials.“ Department of Communication Science Catholic University of Leuven.
<https://unesdoc.unesco.org/images/0003/000370/037077eo.pdf> (pristupljeno 18. srpnja 2018).
- [14] Cohen, Cathy; Celestine-Michener, Jamila (2010), ""Minority Report": Kanye West, Barack Obama, and political alienation", in Cohen, Cathy, *Democracy remixed: black youth and the future of American politics*, Oxford New York: Oxford University Press, p. 71, ISBN 9780195378009.
<https://epdf.tips/democracy-remixed-black-youth-and-the-future-of-american-politics-transgressing-.html> (pristupljeno 12. kolovoza 2018).
- [15] Conlon, Michael (February 1, 2007). "Young U.S. blacks believe in politics: study". Reuters. Chicago.
<https://www.reuters.com/article/us-usa-blacks-attitudes/young-u-s-blacks-believe-in-politics-study-idUSN3032202920070201> (pristupljeno 12. kolovoza 2018.).
- [16] Danas.hr (2018) Pogledajte što se dogodilo s rejtingom predsjednice.
<https://net.hr/danas/hrvatska/pogledajte-sto-se-dogodilo-s-rejtingom-predsjednice-nakon-rusije-na-ovoj-razini-nije-bila-jos-od-veljace/> (pristupljeno 10.listopada 2019).

[17] Debord, Guy (1967). Društvo spektakla, prev. i u. Aleksa Golijanin (Beograd: Porodična biblioteka, 2017. drugo izdanje).

<https://anarhisticka-biblioteka.net/library/guy-debord-drustvo-spektakla> (pristupljeno 24. rujna 2020).

[18] Diamond, Milton (1999). The Effects of Pornography: an international perspective World Pornography Conference. Sheraton Universal Hotel, Universal City, California. August 7, 1998.

<https://www.hawaii.edu/PCSS/biblio/articles/1961to1999/1999-effects-of-pornography.html>(pristupljeno 22. kolovoza 2018).

[19] Državno izborno povjerenstvo.

<https://www.izbori.hr/arhiva-izbora/index.html#/app/home> (pristupljeno 23. prosinca 2018).

[20] Elber, Lynn (10 July 2013). "Are women On TV being sexually exploited? Female TV characters are sexual targets, says new study". The Huffington Post. Retrieved 21 November 2014.

https://www.huffingtonpost.com/2013/07/10/women-on-tv-sexually-exploited_n_3570816.html (pristupljeno 15. kolovoza 2018).

[21] Ellis, Blake; Hicken Mekanie. "How the modeling industry exploits young and vulnerable wokers". CNN Money 2016.

<https://money.cnn.com/2016/05/04/news/runway-injustice-modeling/index.html> (pristupljeno 13. kolovoza 2018).

[22] „Exploitation of women in mass media.“ Magazinos.

https://www.magazinos.com/magazinedetail.php?d=Exploitation_of_women_in_mass_media (pristupljeno 11. kolovoza 2018).

[23] Feminizam. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža.

<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=19203> (pristupljeno 29. kolovoza 2018).

[24] Ferguson, Christopher J. (21 June 2017). "Are Associations Between "Sexist" Video Games and Decreased Empathy Toward Women Robust? A Reanalysis of Gabbiadini et al. 2016". Journal of Youth and Adolescence. 46: 2446–2459. doi:10.1007/s10964-017-0700-x. Retrieved 25 August 2017.

<https://link.springer.com/article/10.1007/s10964-017-0700-x> (pristupljeno 17. kolovoza 2018).

- [25] Fox, Jesse; Potocki, Bridget (2016). "Lifetime Video Game Consumption, Interpersonal Aggression, Hostile Sexism, and Rape Myth Acceptance". *Journal of Interpersonal Violence*. 31 (10): 1912–1931. doi:10.1177/0886260515570747.
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0886260515570747> (pristupljeno 18. kolovoza 2018).
- [26] Fredrickson, Barbara L.; Roberts, Tomi-Ann (June 1997). "Objectification theory: toward understanding women's lived experiences and mental health risks". *Psychology of Women Quarterly*. Sage. 21 (2): 173–206. doi:10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x.
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x> (pristupljeno 19. kolovoza 2018).
- [27] Frith, Katherine; Shaw, Ping; Cheng, Hong (March 2005). "The construction of beauty: a cross-cultural analysis of women's magazine advertising". *Journal of Communication*. Wiley. 55 (1): 56–70. doi:10.1111/j.1460-2466.2005.tb02658.x.
[https://cm.cm.nsysu.edu.tw/teacher/The Construction of Beauty .pdf](https://cm.cm.nsysu.edu.tw/teacher/The%20Construction%20of%20Beauty.pdf) (pristupljeno 6. kolovoza 2018).
- [28] Gill, Rosalind (April 2009). "Beyond the sexualization of culture thesis: An intersectional analysis of sixpacks, midriffs and hot lesbians in advertising". *Sexualities*. 12: 137–160. doi:10.1177/1363460708100916.
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1363460708100916> (pristupljeno 23. kolovoza 2018).
- [29] Goffman, Erving (1976). *Gender Advertisements*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
https://marketing.conference-services.net/resources/327/4002/pdf/AM2014_0131_paper.pdf (pristupljeno 5. kolovoza 2018).
- [30] Gordon, Alan. "Exploitation of Models". *The New York Times* 2013.
<https://www.nytimes.com/2013/09/12/opinion/exploitation-of-models.html> (pristupljeno 14. kolovoza 2018).
- [31] Gretchen, Kelly (2015). *The Thing All Women Do That You Don't Know About*. Huffington Post, November 23, 2015.
https://www.huffingtonpost.com/gretchen-kelly/the-thing-all-women-do-you-dont-know-about_b_8630416.html (pristupljeno 19. kolovoza 2018).
- [32] Grozdanić, Dragan (2016) Dubravko Lepušić: Žele nas vratiti u srednji vijek. Intervju. 28. lipnja 2016.

<https://www.portalnovosti.com/dubravko-lepui-ele-nas-vratiti-u-srednji-vijek> (pristupljeno 24. kolovoza 2018).

[33] Grabmeier, Jeff. "Sexist video games decrease empathy for female violence victims". Ohio State University. www.sciencedaily.com. Retrieved 2016-04-21. <https://www.sciencedaily.com/releases/2016/04/160413151057.htm> (pristupljeno 17. kolovoza 2018).

[34] Hatton, Erin; Trautner, Mary Nell (September 2011). "Equal Opportunity Objectification? The Sexualization of Men and Women on the Cover of Rolling Stone". *Sexuality & Culture*. 15: 256–278. doi:10.1007/s12119-011-9093-2. https://www.acsu.buffalo.edu/~trautner/Hatton_Trautner_Sexuality_and_Culture.pdf (pristupljeno 6. kolovoza 2018).

[35] Haramija, Predrag; Đuro Njavro. Tranzicija i njezini rezultati – zašto tranzicija iz komunističkog u demokratski sustav tržišnog gospodarstva nije ostvarula očekivanja (*Obnovljeni život*, 2016, 71, 4, 515–528). <https://hrcak.srce.hr/171031> (pristupljeno 22. rujna 2020).

[36] Heldman, Caroline (2 July 2012). "Sexual Objectification (Part 1): What is It? - Sociological Images". thesocietypages.org. Retrieved 2017-12-11. <https://thesocietypages.org/socimages/2012/07/02/sexual-objectification-part-1-what-is-it/> (pristupljeno 24. kolovoza 2018).

[37] Holz, Adam R (2007). "Is average the new ugly?". *Plugged In Online. Focus on the Family*. Archived from the original on 2012-02-23. <https://web.archive.org/web/20120223120504/http://www.pluggedin.com/familyroom/articles/2007/isaveragethenewugly.aspx> (pristupljeno 24. kolovoza 2018).

[38] Hromadžić, Hajrudin (2013). Politika, društvo spektakla i medijska konstrukcija realnosti. *Časopis za politologiju*, 50 (2), 60-74. https://hrcak.srce.hr/search/?show=results&styp=1&c%5B0%5D=article_search&t%5B0%5D=Politika%2C+dru%C5%A1tvo+spektakla+i+medijska+konstrukcija+realnosti. (pristupljeno 25. kolovoza 2018).

[39] Hromadžić, Hajrudin. Historizacija tranzicije – slučaj (post) jugoslavenskog prostora (*Socijalna ekologija*, 2020, 29,1, 81–95). <https://hrcak.srce.hr/238006> (pristupljeno 22. rujna 2020).

[40] Hrvatski sabor (c. 2020). <https://www.sabor.hr/hr/zastupnici/statisticki-pokazatelji> (pristupljeno 19. rujna 2020).

- [41] Hsieh, Vanessa. "More models come forward with stories of mistreatment". Dazed. Retrieved 28 November 2017.
<https://www.dazeddigital.com/fashion/article/35471/1/more-models-come-forward-with-stories-of-mistreatment> (pristupljeno 13. kolovoza 2018).
- [42] Internetska enciklopedija, s. v. „politika“.
<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=49240> (pristupljeno 19. prosinca 2018).
- [43] Jakić, Tomislav Estradizacija politike (6. siječnja 2015) <https://www.tacno.net/novosti>. (pristupljeno 12.10.2019).
- [44] Jhally, Sut (director) (2007). *Dreamworlds 3: Desire, Sex@ Power in Music* Video (Documentary). USA: Media Education Foundation.
<https://emro.lib.buffalo.edu/emro/emroDetail.asp?Number=3057> (pristupljeno 5. kolovoza 2018).
- [45] Kang, Mee-Eun (December 1997). "The portrayal of women's images in magazine advertisements: Goffman's gender analysis revisited". *Sex Roles*. 37: 979–996 doi:10.1007/BF02936350.
https://www.researchgate.net/publication/225416277_The_Portrayal_of_Women%27s_Images_in_Magazine_Advertisements_Goffman%27s_Gender_Analysis_Revisited (pristupljeno 6. kolovoza 2018).
- [46] Kuiper, Kathleen. Encyclopaedia Britannica.
<https://www.britannica.com/biography/Olympe-de-Gouges> (pristupljeno 29. kolovoza 2018).
- [47] Kutchinsky, Berl (1970). *Studies on pornography and sex crimes in Denmark*. New social science monographs. United States: Nyt fra Samfundsvidenskaberne, eksp. OCLC 155896. Online. Archived October 30, 2007, at the Wayback Machine.
<https://aic.gov.au/sites/default/files/publications/proceedings/downloads/14-kutchinsky.pdf> (pristupljeno 22. kolovoza 2018).
- [48] Libela portal o rodu, spolu i demokraciji.
<https://www.libela.org/page/un-i-rodna-ravnopravnost/> (pristupljeno 28. kolovoza 2018).
- [49] Lindner, Katharina (October 2004). "Images of Women in General Interest and Fashion Magazine Advertisements from 1955 to 2002". *Sex Roles*. 51: 409–421. doi:10.1023/B:SERS.0000049230.86869.4d.
<https://link.springer.com/article/10.1023/B:SERS.0000049230.86869.4d> (pristupljeno 6. kolovoza 2018).

- [50] Matthews, Justin L. (2007) Hidden sexism: Facial prominence and its connections to gender and occupational status in popular print media. *Sex Roles: A Journal of Research*, 57, 515-525. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11199-007-9276-3> (pristupljeno 1. kolovoza 2018).
- [51] McLuhan, Marshall(1964) "The Medium is the message" in: *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: Signet.
<https://web.mit.edu/allanmc/www/mcluhan.mediummessage.pdf> (pristupljeno 1. kolovoza 2018).
- [52] McKay, Tanjare (2013-09-30). "Female Self-Objectification: Causes, Consequences and Prevention". *McNair Scholars Research Journal*.
<https://commons.emich.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1065&context=mcnair> (pristupljeno 20. kolovoza 2018).
- [53] Mongelli, Lorena. "Agencies Refuse to Feed Models during 14 hour shoot". *New York Post*. NYP Holdings. Retrieved 28 November 2017.
<https://nypost.com/2016/02/09/agencies-refused-to-feed-models-during-14-hour-shoots-suit/> (pristupljeno 13. kolovoza 2018).
- [54] Moses, Ani;Charles, Makata (2014). "Seks as an Advertising Appeal: A Review of Its Ethical Basis, Functions and Effects". *International Journal of Management Sciences* 4(1): 25-34.
https://www.rassweb.org/rss_weblogin/pages/ResearchPapers/Paper%203_1497346461.pdf (pristupljeno 8. kolovoza 2018).
- [55] Muehlenkamp, Jennifer J.; Saris–Baglama, Renee N. (10 Jan 2003). "Self–Objectification and its Psychological Outcomes for College Women". *Psychology of Women Quarterly*. 26: 371–379. doi:10.1111/1471-6402.t01-1-00076.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/1471-6402.t01-1-00076> (pristupljeno 20. kolovoza 2018).
- [56] Pappas, Stephanie. "30% of Girls' Clothing is Sexualized in Major Sales Trend". *Live Science*.
<https://www.livescience.com/14249-girls-clothing-sexualized.html> (pristupljeno 8. kolovoza 2018).
- [57] Pennell, Hillary.; Behm-Morawitz, Elizabeth. (2015). "The Empowering (Super) Heroine? The Effects of Sexualized Female Characters in Superhero Films on Women". *Sex Roles*. 72 (5/6): 211–220. doi:10.1007/s11199-015-0455-3.

<https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs11199-015-0455-3> (pristupljeno 10. kolovoza 2018).

[58] Popović, Helena; Šipić Josip. Žene i izbori: Između „glasa“ medija i „glasa“ političkih akterki, u: Zorica Siročić, Leda Sutlović: Širenje područja političkog. Novi pogledi na političku participaciju žena (Zagreb: Centar za ženske studije, 2013) 193–232.

<https://idiprints.knjiznica.idi.hr/611/> (pristupljeno 23. rujna 2020).

[59] Portal Libela, n. d. <https://www.libela.org/stup-srama> (pristupljeno 23. prosinca 2018).

[60] Portal Organ Vlasti,

<https://organvlasti.com/zena-danas/saveti-za-zene/citati-o-ravnopravnosti/>, 8. ožujka 2012 (pristupljeno 29. prosinca 2018).

[61] Portal Večernjeg lista. „Najzgodniji političar ima neobičan fetiš o kome svi govore“,

<https://www.vecernji.hr/showbiz/kanadski-premier-justin-trudeau-carape-1219521>, 12. siječnja 2018. (pristupljeno 3. travnja 2019).

[62] Portal Vox feminae,

<https://voxfeminae.net/vijesti/vijece-europe-usvojilo-prvi-medunarodni-pravni-instrument-za-borbu-protiv-seksizma/> (pristupljeno 2. prosinca 2019.)

[63] Porter, Dawn (1 February 2007). "My quest for size zero". Daily Mail.

<https://www.dailymail.co.uk/femail/article-432939/My-quest-size-zero.html> (pristupljeno 9. kolovoza 2018).

[64] Pozzi, Giulia (2012)“Women and mass media – State of the art report.“Amazone asbl.

https://www.amazone.be/IMG/pdf/women_and_mass_media-gpozzi.pdf(pristupljeno 12. srpnja 2018).

[65] Pravobraniteljica za ravnopravnost spolova (c. 2018).<https://www.prs.hr/> (pristupljeno 28. svibnja 2018).

[66] Prijić-Samaržija, Snježana et al (2009).“Žene u znanosti: stakleni strop“. Hrcak 18(6): 1049-1073.

<https://www.hrcak.srce.hr/45797> (pristupljeno 29. svibnja 2018).

[67] Pryor, Debra; Knupfer, Nancy Nelson(1997) Gender Stereotypes and Selling Techniques in Television Advertising: Effects on Society.

https://www.eric.ed.gov/ERICDocs/data/ericdocs2sql/content_storage_01/0000019b/80/16/c4/8c.pdf, Accessed on: 2nd April 2010 (pristupljeno 2. kolovoza 2018).

[68] Ramirez, Ximena (25 July 2013). "Study finds girls sexually exploited on television with humor". Care2. care2.com. Retrieved 21 November 2014.

<https://www.care2.com/causes/study-finds-girls-sexually-exploited-on-television-with-humor.html> (pristupljeno 15. kolovoza 2018).

[69] Rochelle Hine (15 April 2011). "In the Margins: The Effects of Sexualized Images on the Mental Health of Aging Women" (1): 16.

<https://www.google.com/search?q=rochelle+hine&client=firefox-b-ab&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwjux6qblf7cAhXMKcAKHSYcCeMQsAR6BAgGEAE&biw=1920&bih=966> (pristupljeno 21. kolovoza 2018).

[70] Sarikakis, Katherine (2013). "Media and the image of women Report of the 1st Conference of the Council of Europe Network of National Focal Points on Gender Equality Amsterdam 4 and 5 July 2013".

<https://rm.coe.int/1680590587> (pristupljeno 2. kolovoza 2018).

[71] Schilling, Malia (25 February 2013). "Surprise! Women are still under-represented in media". Ms. Liberty Media for Women. Retrieved 16 December 2014.

<https://msmagazine.com/blog/2013/02/25/surprise-women-are-still-under-represented-in-media/> (pristupljeno 16. kolovoza 2018).

[72] Smith, Monique E. "Negative effect of media on girls". Academia.edu. Retrieved 22 July 2015.

https://www.academia.edu/4414210/Negative_effect_of_media_on_girls (pristupljeno 12. kolovoza 2018.)

[73] Stankiewicz, Julie M.; Rosselli, Francine (2008). "Women as Sex Objects and Victims in Print Advertisements". *Sex Roles*. 58 (7–8): 579–89. doi:10.1007/s11199-007-9359-1.

<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.465.4923&rep=rep1&type=pdf> (pristupljeno 8. kolovoza 2018).

[74] Stereotip. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža.

<https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=58036> (pristupljeno 21. studenog 2019.)

[75] Stermer, S. Paul; Burkley, Melissa (2015). "SeX-Box: Exposure to Sexist Video Games Predicts Benevolent Sexism". *Psychology of Popular Media Culture*. 4 (1): 47–55. doi:10.1037/a0028397.

<https://pdfs.semanticscholar.org/648e/fa5b69c4a2a6b21c82f9c75b86f20b7586e6.pdf> (pristupljeno 18. kolovoza 2018).

- [76] Story, Louise. "Anywhere the Eye Can See, It's Now Likely to See an Ad." The New York Times. The New York Times, 14 Jan. 2007. Web. 10 Oct. 2014. https://www.nytimes.com/2007/01/15/business/media/15everywhere.html?pagewanted=all&_r=0 (pristupljeno 31. srpnja 2018).
- [77] Svedina, Carl Göran; Åkermana, Ingrid; Priebeb, Gisela (2 October 2010). "Frequent users of pornography. A population based epidemiological study of Swedish male adolescents". *Journal of Adolescence*. 34: 779–788. doi:10.1016/j.adolescence.2010.04.010. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0140197110001387> (pristupljeno 14. kolovoza 2018).
- [78] "The aftermath of the Weinstein scandal". *The Economist*. 3 March 2018. <https://www.economist.com/books-and-arts/2018/03/03/the-aftermath-of-the-weinstein-scandal> (pristupljeno 10. kolovoza 2018).
- [79] Tylka, Tracy L.; Diest, Ashley M. Kroon Van (February 6, 2014). "You Looking at Her "Hot" Body May Not be "Cool" for Me Integrating Male Partners' Pornography Use into Objectification Theory for Women". *Psychology of Women Quarterly*. 39: 67–84. doi:10.1177/0361684314521784. https://www.researchgate.net/publication/270643081_You_Looking_at_Her_Hot_Body_May_Not_be_Cool_for_Me_Integrating_Male_Partners%27_Pornography_Use_into_Objectification_Theory_for_Women (pristupljeno 15. kolovoza 2018).
- [80] Totilo, Stephen (April 17, 2015). "What To Make Of A Study About Gaming And Sexism". *Kotaku*. Retrieved September 29, 2016. <https://kotaku.com/what-to-make-of-a-study-about-gaming-and-sexism-1698543308> (pristupljeno 18. kolovoza 2018).
- [81] Valleskey, Brianna (2014) "5 Companies That Are Empowering Women – Unilever NV (NYSE:UN), Verizon Communications Inc. (NYSE:VZ)." *Benzinga*. N.p., n.d. Web. 20 Oct. 2014. <https://www.benzinga.com/general/education/14/07/4696713/5-companies-that-are-empowering-women> (pristupljeno 31. srpnja 2018).
- [82] Watts, Sarah. "Can We All Just Relax About Casual Sexism?" *The Huffington Post*. *TheHuffingtonPost.com*, 01 July 2014. Web. 20 Oct. 2014. http://www.huffingtonpost.com/sarah-watts/can-we-all-just-relax-about-casual-sexism_b_5545175.html (pristupljeno 31. srpnja 2018).

- [83] Waxman, Sharon. "The Designer Who Liked Models". The New York Times. The New York Times. Retrieved 28 November 2017.
<https://www.nytimes.com/2007/04/15/fashion/15anand.html> (pristupljeno 13. kolovoza 2018).
- [84] Wolska, Malgorzata (2011). "Gender Stereotypes in Mass Media. Case Study: Analysis of the Gender Stereotyping Phenomenon in TV Commercials." Krytyka.org.
<https://krytyka.org/gender-stereotypes-in-mass-media-case-study-analysis-of-the-gender-stereotyping-phenomenon-in-tv-commercials/> (pristupljeno 16. srpnja 2018).
- [85] Zillmann, Dolf (June 1986). Effects of prolonged consumption of pornography. United States. Public Health Service. Office of the Surgeon General. Arlington, Virginia. Retrieved 14 March 2013. Pdf.
<https://profiles.nlm.nih.gov/ps/access/nnbckv.pdf> (pristupljeno 14. kolovoza 2018).

Novinski izvori

- [1] Antešić, Orjana. „Ne možete se uvijek kladiti na istog konja“. Novi list 71, br. 22. 789, 14. svibnja 2017., str. 18.
- [2] AFP/Hina. „Prva premijerka u Francuskoj“. Novi list 45, br. 132, 16. svibnja 1991, str. 16.
- [3] Bajruši Robert, Šmidt Josip. „Savka odlazi i ostaje „prva ruža Hrvatske“. Slobodna Dalmacija 52, br. 15778, 21. studenog 1994., str. 3.
- [4] Balas, Zlatica. „Radni dan traje 16 sati“. Novi list 48, br.25, 27. siječnja 1994. str. 14.
- [5] Barbarić, Diana. „Ministricice pomozite građanima, otiđite u miru“. Slobodna Dalmacija 71, br. 22984, 15 siječnja 2015., str. 4–5.
- [6] Belak-Krile, Anita. „Tomaševića skida samo referendum“. Slobodna Dalmacija 74, br. 24097, 1. veljače 2018., str. 8.
- [7] Belak Krile, Anita. „Premijerka po Blairvom receptu“. Slobodna Dalmacija 71, br.22 843, 27. kolovoza 2014.
- [8] Belak Krile, Anita. „Kolinda ima pričuvni položaj u NATO-u“. Slobodna Dalmacija 71, br. 22906, 29. listopada 2014, str. 11.
- [9] Belak Krile, Anita. „Kolinda prijete praznom puškom“. Slobodna Dalmacija 71, br. 22920, 12. studenog 2014., str. 6–7.
- [10] Belak-Krile, Anita. „Kolinda živi u Sheratonu u apartmanu od 280 kvadrata koji košta 1500 eura za noć“. Slobodna Dalmacija 71, br. 23009, 9. veljače 2015. str. 6–7.

- [11] Belak-Krile, Anita. „Crkvi otvorila Pantovčak, a Tita šalje u Kumrovec. Slobodna Dalmacija 2015., str. 4–5.
- [12] Belak-Krile, Anita. „Tajna njezina uspjeha“. Slobodna Dalmacija 71, br. 23105, Spektar, 16. svibnja 2015., str. 10–11.
- [13] Belak-Krile Anita. „Kolinda donirala kao da su kune još njene“. Slobodna Dalmacija 73, br. 23355, 21. siječnja 2016., str. 6.
- [14] Belak Krile, Anita. „Miks dobro poznatih mjera bez ikakve računice troškova“. Slobodna Dalmacija 74, br. 24228, 12. lipnja 2018., str. 5.
- [15] Blažević Davorka, „HDZ nije mislio na kavalirštinu“, Slobodna Dalmacija 53, br. 16151, 8. prosinca 1995., str. 5.
- [16] Blažević, Davorka. „USKOK u uredu Josipe Rimac“. Slobodna Dalmacija 71, br. 22668, 5. ožujka 2014. str. 3.
- [17] Blažević, Davorka. „Kuća je darovana mom suprugu. Pa što ja imam s tim?“. Slobodna Dalmacija 71, br. 22773, 18. lipnja 2014., str. 7.
- [18] Blažević, Davorka. „Najskuplji zid u zemlji“. Slobodna Dalmacija 71, br. 22834, 18. kolovoza 2014.
- [19] Brajčić, Srđan. „Ušutkajmo Lisbeth Salander“. Novi list 68. br. 21.702, 12. travnja 2104. Pogled 12, br. 559, str.10 – 11.
- [20] Brajčić, Srđan. „Virtualna kandidatkinja u igrama prijestolja“, Novi list 68, br. 21.768, 21.– 22. lipnja 2014. Pogled 12, br. 569, str. 4–5.
- [21] Brajčić, Srđan. „Predsjednica u sve većem raskoraku“. Novi list 69, br. 22.092, Pogled 13, br. 618, 23. svibnja 2015., str. 6–7.
- [22] Brajčić, Srđan. „Prevencijom do boljeg zdravlja“. Novi list 69, br. 22.082, 13. svibnja 2015., str. 17.
- [23] Brajčić, Srđan. „Nespretnost vladanja unosi nesigurnost“. Novi list 70, br. 22. 347, 13. veljače 2016, Pogled 14, br. 652, str. 4–5.
- [24] Brajčić, Srđan. „Dominacija odlikašica“. Novi list 70, br. 22.480, 29. lipnja 2016., str. 21.
- [25] Brajčić, Srđan. „Od liječničkih kontrola do sajma zdravih proizvoda“. Novi list 70, br. 22.633, 2 prosinca 2017., str. 20.
- [26] Bratonja Martinović, Ljerka. „Univerzalni dječji doplatk samo za drugo dijete bio bi 'težak' čak 5,7 milijardi kuna“. Novi list 72, 23.176, 12. lipnja 2018., str. 6–7.
- [27] Ciglonečki, Dražen. „SDP poboljšao rejting, HDZ bilježi lagani pad“. Novi list 72, br.23.042, 26. siječnja 2018., str.4-5.

- [28] Ciglenečki, Dražen. „Maras: Podržat ću Milanovića ako se odluči kandidirati za predsjednika“. *Novi list* 72, br. 23.041, 25. siječnja 2014., str.3.
- [29] Ciglenečki, Dražen. „Josipu Rimac sumnjiče za zlorabu položaja i ovlasti“. *Novi list* 68, br. 21.768, 21.-22. lipnja. 2014, str.6.
- [30] Ciglenečki, Dražen. „HDZ: Za Kolindu će biti Slavonija, Dalmacija, Rijeka, ljevica i Crkva. *Novi list* 68, br. 21.761, 13. lipnja 2014., str. 6 – 7.
- [31] Ciglenečki, Dražen. „Josipović se distancira od Vlade, Kolinda u problemu“. *Novi list* 68, 14. lipnja 2014., br. 21.762, str. 9.
- [32] Ciglenečki, Dražen. „Kolinda bira između Tuđmana i Karamarka“. *Novi list* 68, br. 21.770, 24. lipnja 2014., str. 8.
- [33] Ciglenečki, Dražen. „Jadranka Kosor. Sanaderov odlazak mi je danas manje jasan nego prije pet godina“. *Novi list* 6, br. 21.775, 30. lipnja 2014. , str.6.
- [34] Ciglenečki, Dražen. „Priča oko 'Barbika' pokazuje kakvo društvo nude Vaso i njegovi ako dođu na vlast“. *Novi list* 68, br. 21.783., str. 5.
- [35] Ciglenečki, Dražen. „Jako volim Kraševе proizvode“. *Novi list* 68, br. 21.895, 30. listopada 2014., str.6.
- [36] Ciglenečki, Dražen. „Red rukovanja i autograma, red fotografiranja“. *Novi list* 68, br. 21.940, 15. prosinca 2014., str. 4.
- [37] Ciglenečki, Dražen. „Nije predsjednica zločesta, ona samo ništa ne zna“. *Novi list* 69, br. 22.012., 1. ožujka 2015., str.2.
- [38] Ciglenečki, Dražen. „Kolinda Grabar-Kitarović je predsjednica kakvu trebamo“. *Novi list* 69, br. 22.172, 16. kolovoza 2015., str. 2.
- [39] Ciglenečki Dražen, Marić Jagoda. „Most stavio veto na ulazak Josipe Rimac u Ministarstvo uprave“. *Novi list* 70, br. 22.353, 24. veljače 2016., str. 3.
- [40] Ciglenečki, Dražen. „Gubi simpatije svojih birača, a druge ne uspijeva pridobiti“. *Novi list* 70, br. 22. 489, Pogled 14, br. 672, 9. srpnja 2016., str. 4–5.
- [41] Ciglenečki, Dražen, Ponoš, Tihomir. „Predsjednica krenula Trumpovim tragom“. *Novi list* 71, br. 22.676, 18. siječnja 2017. str.7.
- [42] Ciglenečki, Dražen. „Narcis u Banskim dvorima“. *Novi list* 71, br. 22.680, 22. siječnja 2017. str. 2.
- [43] Ciglenečki, Dražen. „Ako je Zdravko Marić pošten, onda je potpuno nesposoban ministar“. *Novi list* 71, br. 22.773, 27. travnja 2017, str. 10.

- [44] Ciglencečki, Dražen. „Bez promjene Zagrebu će se dogoditi što i Agrokoru“. Novi list 71, br. 22.742, Pogled 15, br. 709, 25. ožujka 2017., str. 4–5.
- [45] Ciglencečki Dražen, Crnčec Zlatko, Frlan Gašparović Irena, Marić Jagoda. „Martini Dalić najveća opasnost prijete iz HDZ-a“. Novi list 72, br. 23.145, 12. svibnja 2018., str. 6–7.
- [46] Ciglencečki, Dražen. „Predsjednica trampistički napada elitu koja ju je iznjedrila“. Novi list 72, br. 23. 169, 5. lipnja 2018., str. 10.
- [47] Ciglencečki, Dražen. „Predsjednica nije za ozbiljnu politiku, već za estradu“. Novi list 72, br. 23.293, 9. listopada 2018., str. 8.
- [48] Ciglencečki, Dražen. „Kad navija za Hrvatsku i grli Kiku čini najmanje štete“. Novi list 72, br. 23.347, Pogled 16, br. 797, 1. prosinca 2018., str. 6–7.
- [49] Cvijanović, Marko. „Naša Ana je posebna i mi se osjećamo kao zvijezde“. Novi list 71, br. 22.824, 18. lipnja 2017.
- [50] Crnčec, Zlatko. „Hoće li bivši šef razbiti HNS?“. Novi list 68, br. 21.610, 9 siječnja 2014., str.8.
- [51] Crnčec, Zlatko. „Sobol: Josipa Rimac za deset minuta u Saboru dobila devet plaća“. Novi list 69, br. 22.212, 25. rujna 2015., str. 9.
- [52] Crnčec, Zlatko. „Gafovi, kontroverze i neispunjena obećanja obilježili pola mandata“. Novi list 71, br. 22.894, 27. kolovoza 2017., str. 4–5.
- [53] Crnčec, Zlatko. „Rimac kršila Zakon o sukobu interesa, a sad će ga mijenjati“. Novi list 72, br. 23.090, 15. ožujka 2018, str. 8.
- [54] Crnčec Zlatko, Marić Jagoda, Radaljic, Danko. „Otkrivala povlaštene informacije? DORH najavio da će se baviti privatnom prepiskom Martine Dalić o lex Agrokor“. Novi list 72, br. 23. 143., 10. svibnja 2018., str. 4–5.
- [55] Cupać, Damir. „Vrijeme je da nakon 16 godina poezija zamijeni prozu u Adamićevoj 10“. Novi list 71, br. 22. 790, 15. svibnja 2017. str. 18–19.
- [56] Čalušić, Barbara. „SDP prvi put u 27 godina izgubio Gradsko vijeće“. Novi list 71, br.22.827, 21. lipnja 2017.
- [57] Čalušić, Barbara. „Smeraldo: Dom za starije bit će visokoprofitabilan“. Novi list 70, br. 22. 512, 1. kolovoza 2016. str. 14.
- [58] Čalušić, Barbara. „Marunić: Sršćica definitivna lokacija“. Novi list 70, br. 22. 595, 24. listopada 2016., str. 16.
- [59] Čalušić, Barbara. „Rijeka spremna za remont proračuna“. Novi list 71, br. 22.769, 23. travnja 2017., str.4–5.

- [60] Čalušić, Barbara. „Obnovit ću simbole – klub Croatia line i trim stazu“, „Treba mi još jedan mandat da završimo dom za starije“. Novi list 71, br. 22.807, 1. lipnja 2017., str. 20–21.
- [61] Čamdžić, Vesna. „Istarski turizam – nositelj hrvatskog turizma“. Novi list 48, br. 217, 13. kolovoza, str. 4–5.
- [62] Čović, Marija. „Kolinda, glavna zvijezda NATO-ova skupa“. Slobodna Dalmacija 74, br. 23597, 19. rujna 2016., str. 44.
- [63] Despot, Svjetlana. „Novi list jedino nezavisno glasilo u Hrvatskoj“. Novi list 48, br. 132, 17. svibnja 1994., str. 5.
- [64] Devčić, Karmela. „Slavenka Drakulić: Starost danas, sama po sebi, nije vrijednost, jedino je teret. Vrijedna je samo ako starci mogu biti potrošači“. Intervju. Globus br.1444, 10. kolovoza 2018. str.72–75.
- [65] Dežulović, Boris. „Kolinda na bolovanju“. Slobodna Dalmacija 71, br. 22911, 3. studenog 2014., str. 11.
- [66] Dežulović, Boris. „Kartonska Kolinda“. Slobodna Dalmacija 71, 23128, 8. lipnja 2015., str. 11.
- [67] Didić, Marko. „Upravni sud dao za pravo Josipi Rimac: 'Kninska kraljica' nije skrivala imovinu“. Slobodna Dalmacija 75, br. 24386, 17. studenog 2018., str. 6.
- [68] Došen, Igor. „Mitom kupila stan u Zadru“. Slobodna Dalmacija 71, br. 22807, 22. srpnja 2014., str. 4.
- [69] Došen, Igor. „Ministricu u zatvor?“. Slobodna Dalmacija 71, br. 23053, 25. ožujka 2015., str. 4–5.
- [70] Drenjak, Goran. „Promatrači usmjeravaju Evropu“, Novi list 45, br. 345, 17. prosinca 1991., str. 7.
- [71] Drenjak, Goran. „Croatia line plovi dugoročno“, Novi list 47, br. 186, 13. srpnja 1993., str. 5.
- [72] Dujmović, Tihomir. „Razdruživanje nije jednokratni potez“, Novi list 45, br. 168, 21. i 22. lipnja 1991., str. 5.
- [73] Dujmović, Tihomir. „Oni joj nisu ni do koljena“. Slobodna Dalmacija 71, br. 23182, 1. kolovoza 2015., str. 2–3.
- [74] Dujmović, Tihomir. „Kolinda kao Beatlesi“. Slobodna Dalmacija 71, br. 23192, 11. kolovoza 2015., str. 5.
- [75] Dujmović, Tihomir. „Predsjednica pokreće projekt 'Baltik – Jadran'“. Slobodna Dalmacija 71, br. 23203, 22. kolovoza 2015., str. 6–7.

- [76] Dujmović, Tihomir. „Zoran gubi izbore“. Slobodna Dalmacija 74, br. 23530, 14. srpnja 2016., str. 13.
- [77] Duka, Zdenko. „Potpora Crkve može biti Kolindi presudna“. Novi list 68, br. 21.764, 16. lipnja 2014.,str.5.
- [78] Duka, Zdenko. „Istraga bez nastavka nema većeg utjecaja na birače“. Novi list 69, br. 22.211, 24. rujna 2015., str. 9.
- [79] Duka, Zdenko. „Koja je prava Kolinda Grabar-Kitarović“, Novi list 70, br. 22.408., 16. travnja 2016., Pogled 14, br. 661, str. 6–7.
- [80] Duka, Zdenko. „Istraživali su me i ništa nisu našli, dosadna sam kao opatica“. Novi list 71, br. 22.708, 19. veljače 2017., str. 4–5.
- [81] Duka, Zdenko. „Bandić nije napravio ništa za što bismo mogli reći – wow“. Novi list 7, br. 22.722, 5. ožujka 2017., str. 4–5.
- [82] Đula, Nino. „Ljudi ne vole žene ministre“. Novi list 48, br. 129, 14. svibnja 1994., str. 6-7.
- [83] Đula, Nino. „Žena, majka i – ministrica“. Novi list 48, br. 283, 19. listopada 1994, str. 4.
- [84] Đula, Nino. „U Zagrebu će doći do koalicije HDZ-a i neke oporbene stranke“. Novi list 49, br. 306, 11. studenog 1995., str. 10–11.
- [85] Fištrović, David Marjan. „Alibabina spilja na Brijunima“. Novi list 46, br.10, 11.siječnja 1992., str. 6–7.
- [86] Frank Robert, Prodan Edi. „Sve bi se promijenilo na bolje kad bi se maknuo fokus s ideologija koje nas dijele“. Novi list 71, br. 22.821, 15. lipnja 2017, str. 4–7.
- [87] Frank Robert, Prodan Edi. „Nema malih država, svatko je onoliko velik kolike su mu ambicije“. Novi list 71, br. 22.822, 16. lipnja 2017., str. 6–8.
- [88] Gall, Zlatko. „U Rvata drečava kravata“. Slobodna Dalmacija 50, br. 14818, 2. ožujka 1992. str. 23.
- [89] Gall, Zlatko. „Kako je Batwoman postala faca“. Slobodna Dalmacija 71, br. 22703, 10. travnja 2014. str. 14–15.
- [90] Gall, Zlatko. „Ptica, avion ili Kolinda“. Slobodna Dalmacija 71, br. 23208, 27. kolovoza 2015., str. 9.
- [91] Galić, Gabrijela. „Ministrica bez odgovora na važna pitanja“, Novi list 70, br. 22.365, 2. ožujka 2016., str.11.
- [92] Gerc, Sergej. „Riječani su ljudi široka srca“. Novi list 48, br. 144, 31. svibnja 1994., str. 14–15.

- [93] Giovanelli Tanja. „Nemam oporbu“. *Slobodna Dalmacija* 73, br. 23399, 5. ožujka 2016., str. 21–24.
- [94] Glad, Nada. „Brodmoravički volonteri dobro kormilare“. *Novi list* 49, br. 225, 21. kolovoza 1995. str. 15.
- [95] Glavan, Marinko. „Narodne novine gase pogon zbog kojeg su izigrani riječki radnici“. *Novi list* 72, br.23.036, 20. siječnja, 2018., str.5.
- [96] Glavan, Marinko. „Gorski kotar je već odavno trebao biti 'mala Švicarska'“. *Novi list* 71, br. 22.790, 15. svibnja 2017., str. 21.
- [97] Glavan, Marinko. „Ahmetović: Bio strateški ili ne, plutajući terminal i dalje protuzakonit i neustavan“. *Novi list* 72, br. Br. 23.049, 2. veljače 2018., str. 5.
- [98] Glučina, Nina. „Za sve su 'krivi' šarmantni brčići gradonačelnika Bilića“. *Slobodna Dalmacija* 74, br. 23660, 21. studenog 2016., str. 14–15.
- [99] Gnjidić, Lidija. „'Tvrđi' birači ne žele 'meku' Kolindu“. *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22860, *Spektar*, 13. rujna 2014., br. 10–11.
- [100] Godeč, Željka. „Kolinda dobila izvješće SOA-e i čeka Plenkovića“. *Slobodna Dalmacija* 74, br. 24204, 19. svibnja 2018., str. 4.
- [101] Gorup, Ante. „Palac gore Nikici“. *Slobodna Dalmacija* 50, br. 15211, 16. travnja 1993, str. 3.
- [102] Graf L. James, „Strpljenje i oprez“. *Novi list* 47, br. 197, 24. srpnja 1993., str.10, preuzeto iz časopisa *Time*.
- [103] Grbić, Gordana. „Ustav ministricu ne brine“. *Novi list* 49. br. 72, 15. ožujka 1995., str. 20.
- [104] Grbić, Gordana. „Ako na sljedećim izborima pobijede liberali, to će značiti da su došla dobra vremena za Hrvatsku“. *Novi list* 48, br. 150, 6. lipnja 1994., str. 8–9.
- [105] Grubač, Jordanka. „Gradonačelnice, kako Tuđman napreduje? 'Nemamo ništa bitno što bi vas zanimalo'“. *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23046, 18. ožujka 2015., str. 14–15.
- [106] Gudić, Dražen. „Vlada koči milijune eura za brzi internet“. *Slobodna Dalmacija* 74, br. 24097, 1. veljače 2018., str. 8.
- [107] Herljević, Dražen. „Sukobe izaziva zakonski vakum“. *Novi list* 49, br. 21., 23. siječnja 1995, str. 6–7.
- [108] Hina. „Katica Ivanišević govorila u turskom parlamentu: Hrvatska traži mirno rješenje“. *Novi list* 49, br. 110, 24. travnja 1995., str.3.
- [109] Hina. „Jurica predao vjerodajnice“. *Novi list* 47, br.91, 3. travnja 1993., str.2.

- [110] Hina. „Počinje suđenje Marini Lovrić Merzel“. Novi list 70, br. 22.438, 17. svibnja 2016. str. 2.
- [111] Hina. „Lovrić Merzel danas na optuženičkoj klupi“. Novi list 72, br. 23.083, 8. ožujka 2018., str. 8.
- [112] Horvat-Petković, Nevenka. „Doministrica Ljerka Mintas-Hodak podnijela ostavku“. Novi list 49, br.152., 7. lipnja 1995., str.5.
- [113] Hribar, Svjetlana. „Središte svih umjetnosti cijele godine“. Novi list 49, br. 12., 14. siječnja 1995., str 6–7.
- [114] Hribar, Svjetlana. „Startala sam od nule“. Novi list 46, br. 239, 31.08. 1992., str. 5.
- [115] Hribar, Svjetlana. „Središte svih umjetnosti cijele godine“, *Novi list* 49, br. 12., 14. siječnja 1995., str 6–7.
- [116] Hribar, Svjetlana. „Startala sam od nule“. Novi list 46, br. 239, 31.kolovoza 1992., str. 5.
- [117] Hribar, Svjetlana. „Središte svih umjetnosti cijele godine“. Novi list 49, br. 12., 14. siječnja 1995., str. 5–6.
- [118] Hrgović, Maja. „Neprobojna brana seksizma“. Novi list 68, br. 21.741, 24 svibnja 2014. Pogled 12, br. 565, str. 20 – 21.
- [119] Hrgović, Maja. „Kultura će do kraja mog mandata dobiti jedan posto proračuna“. Novi list 70, br. 22.608, 7. prosinca 2017., str. 4–6.
- [120] Ilić, Merien. „Želimo da nas mladi prihvate, a i sami buljimo u ekrane“. Slobodna Dalmacija 74, br. 24097, 1.veljače 2018., str.7.
- [121] Ivanišević, Đurđica. „Ja, Vladin munjovod? Sviđa mi se ta riječ“. Slobodna Dalmacija 51, br. 15362, 18. rujna 1993., str. 10–11.
- [122] Ivanišević, Đurđica, „Niti mi je što ponuđeno niti sam što očekivala“. Slobodna Dalmacija 53, br. 16123, 10. studenog 1995., str. 5.
- [123] Ivanišević, Ivica. „Koliko koristi ima od selidbi i putovanja predsjednice“. Slobodna Dalmacija 74, br. 24224, 8. lipnja 2018. str. 13.
- [124] Ivanišević, Ivica. „Predsjednica u malim Hrvatima vidi samo sobarice i kuhare“. Slobodna Dalmacija 75, br. 24273, 27. srpnja 2018., str.12.
- [125] Jadrijević Tomas, Saša. „Ženska prava su na sve većem udaru“. Slobodna Dalmacija 74, br. 24147, 23. ožujka 2018.

- [126] Jović, Siniša. „Odoljela sam sirenskom zovu političke moći“. Slobodna Dalmacija 71, br. 22609, Linija X, 5. siječnja 2014., str. 2–3.
- [127] Jurković, Lidija. „Kako tiskati hrvatski novac“, Novi list 45, br. 239, 1. rujna 1991., str. 19.
- [128] Kalajžić, Mišel. „Salve mržnje prema obitelji koja je udomila Sirijce u Zadru“. Slobodna Dalmacija 74, br. 24097, 1. veljače 2018.
- [129] Karlović-Sabolić, Marina. „Kolinda pala na 'teškim' pitanjima“. Slobodna Dalmacija 71, br. 22870, 23. rujna 2014., str. 6–7.
- [130] Karlović-Sabolić, Marina. „Neće biti Tomina lutka na koncu“. Slobodna Dalmacija 71, br. 22982, 13. siječnja 2015., str. 4.
- [131] Karlović-Sabolić, Marina. „Čak ni selidbom s Pantovčaka Kolinda neće ništa uštedjeti“. Slobodna Dalmacija 71, br. 23019, 19. veljače 2015. str. 4–5.
- [132] Karlović Sabolić, Marina. „Slikajte se s kartonskom Kolindom“. Slobodna Dalmacija 71, br. 23124, 4. lipnja 2015., str. 6–7.
- [133] Karlović Sabolić, Marina. „American girl šokirala Karamarka i preuzela zapovjedništvo“. Slobodna Dalmacija 73, Spektar, 9. siječnja 2016., str. 2–3.
- [134] Karlović Sabolić, Marina. „Kako je Anka Mrak postala brend“. Slobodna Dalmacija 74, br. 23769, 10. ožujka 2017., str. 10.
- [135] Karlović Sabolić, Marina. „Bero: Ne želim otići ni po koju cijenu“ Slobodna Dalmacija 75, br. 24321, 13. rujna 2018, str. 6.
- [136] Karlović Sabolić, Marina. „Bero pobunjenicima pakira pakt s HDZ-om“. Slobodna Dalmacija 75, br. 24333, 25. rujna 2018, str. 4.
- [137] Karlović Sabolić, Marina. „Bero sam na svijetu“. Slobodna Dalmacija 75, br. 24368, 30. listopada 2018. str. 6.
- [138] Karlović Sabolić, Marina. „Dalija, Glavašević i Vučetić“. Slobodna Dalmacija 75, br. 24361, 23. listopada 2018., str. 6.
- [139] Karlović Sabolić, Marina. „Podilaženje radikalima predsjednici krađe više glasova nego što ih donosi“. Slobodna Dalmacija 75, br. 24379, 10. studenog 2018., str. 4.
- [140] Kavain, Marijo. „Kolinda se odrekla Mamića“, Slobodna Dalmacija 74, br. 23691, 22. prosinca 2016., str. 2–3.
- [141] Kirigin, Ivo. „Riječki karneval mega-projekt u službi turizma“. Novi list 48, br. 72, 15. ožujka 1994., str.6–7.

- [142] Klarić, Jasmin. „Borba protiv fake newsa u Hrvatskoj je – fake news“. *Novi list* 72,23.036, 20. siječnja 2018., *Pogled* 16, 752, str.3.
- [143] Klarić, Jasmin. „Predsjednica postaje garant nestabilnosti vlasti i države“. *Novi list* 70, br. 22. 347, 13. veljače 2016., *Pogled* 14, br. 652, str 3.
- [144] Kojić, Drago. Razorena baština neizmjerne vrijednosti. *Novi list*, 46, 17. travnja 1992., str.3.
- [145] Kojić, Drago. „Zastupnički sastav još nepoznat“. *Novi list* 46, br. 246, 7. rujna 1992., str.3.
- [146] Krajina Mršo, Martina. „Birači su prepoznali kvalitetu našeg programa“. *Novi list* 71, br. 22.817, 11. lipnja 2017. str. 10.
- [147] Krile, Davor „Super Melita stigne na 19 funkcija“. *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22649, 14. veljače 2014., str. 6.
- [148] Krile, Davor. „'Stodnevnicu' Kolindina kovačnica riječi“. *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23120, 31. svibnja 2015., str. 5.
- [149] Krile, Davor. „Bajka o Martini“. *Slobodna Dalmacija* 71, br. 22873, 26. rujna 2014., str. 11.
- [150] Krile, Davor. „Dva modela“. *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23160, 10. srpnja 2015., str. 9.
- [151] Krile, Davor. „Kolinda natrag u klupu“. *Slobodna Dalmacija* 71. br. 23180, 30. srpnja 2015. str.9.
- [152] Krile Davor. „Gdje naša predsjednica vidi 'ruske ratne prijetnje Europi'?“, *Slobodna Dalmacija* 74, br. 23661, 22. studenog 2016., str. 9.
- [153] Krmpotić, Marinko. „Tri jedinice Kolindi, šest Ivi Josipoviću“. *Novi list* 69, br. 21.964, 13. siječnja 2015., str.20.
- [154] Krmpotić, Marinko. „Ispraviti ćemo greške koje je SDP učinio Gorskom kotaru“. *Novi list* 70, br. 22.598, 27. listopada 2016., str. 9.
- [155] Krmpotić, Marinko. „Radit ću s puno više strasti od Komadine“. *Novi list* 71, br. 22.729, 12. ožujka 2017., str. 4–6.
- [156] Krstulović, Zvonimir. „Upad HDZ-a, u sustav 'Slobodne'“. *Slobodna Dalmacija* 50, br. 14930, 27. lipnja 1992., str. 7.
- [157] Krnić, Mladen. „Komplimenti od kojih ne raste 'Regija Dalmacija'“. *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23099, 10. svibnja 2015., str. 10.
- [158] Kućel-Ilić, Aleksandra. „Amfiteatar Matulji glavna pozornica za ljetne večeri“. *Novi list* 70, br. 22. 503., 23. srpnja 2016. str. 18–19.

- [159] Kućel-Ilić, Aleksandra. „Matuljci redovito testiraju zdravlje“. Novi list 71, br. 22.969, 11. studenog 2017., str. 18.
- [160] Kukoč, Mislav. „Bez slobodnih medija nema slobodne Hrvatske“. Slobodna Dalmacija 90, br. 15036, 11. listopada 1992., str. 11.
- [161] Kuštre, Ante. „Njih dvoje: Degen i Savka“. Slobodna Dalmacija 50, br. 14957, 24. srpnja 1992., str. 15.
- [162] Laušić, Frenki. „Traži red, a unosi – nered“. Slobodna Dalmacija 73, br. 23450, 25. travnja 2016.
- [163] Laušić, Frenki. „Kolinda bi tiskala još kuna“. Slobodna Dalmacija 74, br. 23733, 2. veljače 2017., str.4–5.
- [164] Lucić, Predrag. „Coca-Colinda preko Kabula do Pantovčaka“. Novi list 68, br. 21.750, 2. lipnja 2014., str. 10.
- [165] Lucić, Predrag. „Kolindino radno ljetovanje“. Novi list 68, br. 21.859, 23. rujna 2014., str.8.
- [166] Lucić, Predrag. „Kako je Kolinda postala Milka i Dorina“. Novi list 68, br. 21.892, 27. listopada 2014., str. 8.
- [167] Lucić, Predrag. „Za Mars – spremni!“ . Novi list 68, br. 21. 906, 11. studenog 2014., str. 8.
- [168] Lucić, Predrag. „Ženski rod i hrvatska diskriminacija“. Novi list 69, br. 22.020, str. 8.
- [169] Lucić, Predrag. „Pitanja Holokausta i odgovor Maksimira“. Novi list 69, br. 22.047., 7. travnja 2015., str. 8.
- [170] Lucić, Predrag. „Parada odgođenog zajedništva“. Novi list 69, br. 22.075., 6. svibnja 2015.
- [171] Lucić, Predrag. „Riba zvana Kolinda u Opatičkoj 10“. Novi list 70, br. 22.316, 13. siječnja 2016, str. 8.
- [172] Lucić, Predrag. „U Nadi Šikić je spas!“ . Novi list 70, br. 22.365., 2. ožujka 2016., str. 10.
- [173] Lucić, Predrag. „Kurikularna Kolinda“. Novi list 70, br. 22.45, 31. svibnja 2016., str. 10.
- [174] Ljubičić, Saša. „Tko je Bernardica Juretić, humanitarka i medijska zvijezda devedesetih, nekada najpoznatija časna sestra u Hrvatskoj“. Slobodna Dalmacija 73, br. 23365, Magazin, 31. siječnja 2016. str. 2–3.

- [175] Macut, Sanja. „Sva pomoć na jedno mjesto“, Novi list 47, br. 79, 22. ožujka 1993, str.6.
- [176] Mandić, Vlado „Kulturu na tržište“. Novi list 45, br. 95, 8. travnja 1991, str. 16.
- [177] Marić, Jagoda. „Socijalno nezadovoljstvo i dio HDZ-a iskoristio bi za napad – na premijera“. Novi list 72, br. 23.040, 24. siječnja 2018, str. 4
- [178] Marić, Jagoda. „Iduće godine manji PDV, dopuštena i nulta stopa“. Novi list 72, br. 23.035, 19. siječnja 2018., str.3.
- [179] Marić, Jagoda. „Očekivala sam bolje mjesto na listi, ali život ide dalje“. Novi list 70, br. 22.503, 23. srpnja 2016., str. 7.
- [180] Marić, Jagoda, Ciglenečki, Dražen. „Princeza postala kraljica“. Novi list 69, br. 21.963, 12. siječnja 2015., str. 20.
- [181] Marić, Jagoda. „Netko je u dogovoru s HDZ-om morao nešto dobiti, tek ćemo vidjeti što“. Novi list 71, br. 22.823, Pogled 15, br. 721, 17. lipnja 2017., str. 4–6.
- [182] Marić Banje, Katarina. „Splitska policija odbila oteti malog Cesarea po nalogu suda“. Slobodna Dalmacija 74, br. 24097, 1. veljače 2018. (naslovnica)
- [183] Marić Banje, Katarina. „Policija je odveć lako srednjoškolke „okitila“ prijavom“. Slobodna Dalmacija 74, br. 24097, 1.veljače 2018., str.6.
- [184] Marinković, Nikica. „Tolerancije nikad dosta“. Slobodna Dalmacija 50, br. 14946, 13. srpnja 1992., str. 24 – 25.
- [185] Marjanović, Vedran. „Predsjednice niste morali HDZ-u dati milijun kuna“. Slobodna Dalmacija 71, br. 23091, 2. svibnja 2015., str. 4–5.
- [186] Martić, Petar. „Nemojte se kititi tuđim perjem, gospođice Vrus“. Novi list 46, br. 309. 10. studenog 1992, str.8
- [187] Marović, Tihana. „Zlo i naopako generacije Z“. Slobodna Dalmacija 74, br. 24097, 1. veljače 2018. str. 5.
- [188] Masle, Antun. „U politici sam zbog svoje tete Dubravke Šuice“. Slobodna Dalmacija 71, br. 23056, 28. ožujka 2015. str. 21–23.
- [189] Matijanić, Vladimir. „Je li predsjednica za Tita? Ili nije?. Slobodna Dalmacija 71, br. 23112, 23. svibnja 2015., str. 5.
- [190] Matijanić, Vladimir. „Radić sređivala, a Rimac uživala“. Slobodna Dalmacija 73, br. 23357, 23. siječnja 2016., str. 13.
- [191] Mijić, Branko. „Kolindina kampanja je dilentantizam epskih razmjera“. Novi list 68, br. 21. 897, 2. studenog 2014.

- [192] Mijić, Branko. „Kolindina bespuća o (zbišnjosti)“. Novi list 68, br. 21.900, 5. studenog 2014., str. 2.
- [193] Mijić, Branko. „Predsjednica za povijest“. Novi list 69, br. 21.963, 12.siječnja 2015., str.2.
- [194] Mijić, Branko. „Prva ruža Afganistana“. Novi list 69, br. 22.081, 12. svibnja 2015., str. 2.
- [195] Mikačić, Ružica. „Ne daj nam bože nuklearke“. Slobodna Dalmacija 50, br. 15218, 23. travnja 1993., str. 20–21.
- [196] Milardović, Anđelko. „Kolindu nakon fešte čeka rat sa Zoranom“, Slobodna Dalmacija 71, br. 23015, 15. veljače 2015., str. 6.
- [197] Minić, Đorđe. „Tačerizam je u modi“. Novi list 45, br. 237, 30. kolovoza 1991., str.19.
- [198] Modrić, Sanja. „Nagrada za poslušnost“, *Novi list* 49, br. 37, 8. veljače 1995., str.5.
- [199] Modrić, Sanja. „Strano tijelo – Kolinda Grabar Kitarović“. Novi list 68, br. 21.610, 9. siječnja 2014., str.4.
- [200] Modrić, Sanja. „It's OK Kolinde Grabar Kitarović“. Novi list 68, br. 21.776, 1. srpnja 2014., str. 2.
- [201] Modrić, Sanja. „Opet namještajka gospođe Kolinde“. Novi list 68, br. 21. 941, 16. prosinca 2014., str.2.
- [202] Modrić, Sanja. „Molim četiri tone lososa za Pantovčak“. Novi list 70, br. 22.646, 15. prosinca 2016., str.10.
- [203] Modrić, Sanja. „Kraj priče za Brunu Esih“. Novi list 71, br. 22.740, 23. ožujka 2017., str. 10.
- [204] Modrić, Sanja. „Kolinda na drvenoj stolici“. Novi list 71, br. 22. 828, 22. lipnja 2017., str. 10.
- [205] Modrić, Sanja. „Naša glavna urednica Kolinda“. Novi list 72, br. 23.304, 20. listopada 2018., str. 8.
- [206] Modrić, Sanja. „Kolinda, jogurt na kvasinu“. Novi list 72, br. 23.267, 13. rujna 2018., str. 10.
- [207] Mrvoš Pavić, Bojana. „Juretić: Dala sam ostavku u Zajednici Susret kada sam postala ministrica“. Novi list 70., br. 22.473, 22. lipnja 2016., str. 8.,
- [208] Neveščanin, Ivica. „Otvaramo Vrata Zadra za mjesec dana“. Slobodna Dalmacija 74, br. 24238, 22. lipnja 2018., str. 18–19.

- [209] Novi list. „Vesna Giradi-Jurkić – pomoćnica ministra prosvjete i kulture“. Novi list 45, br. 57, 28. veljače 1991, str. 5.
- [210] Novi list. „HNS neće bojkotirati izbore niti će nastupiti u koaliciji“. Novi list 46, br. 155, 8. lipnja 1992., str. 28
- [211] Novi list. „Ministarka nade“. Novi list 45, br. 329, 1. prosinca 1991., str. 24.
- [212] Novi list. „Tuđmanova čestitka“. Novi list 46, br. 6, 7. siječnja 1992.
- [213] Novi list. „Savka: do konačne pobjede“. Novi list 46, br. 6, 7. siječnja 1992.
- [214] Novi list. „Predstavljanje kandidata: Savka Dabčević-Kučar“. Novi list, 46, br. 206, 29.srpnja 1992., naslovnica.
- [215] Novi list. „Vatikanske ugovore trebalo bi promijeniti“. Novi list 68, br. 21.864, 28. rujna 2014., naslovnica.
- [216] Novi list. „Sanaderov odlazak mi je danas manje jasan nego prije pet godina“. Novi list 68, br. 21.775, 30. lipnja 2014., naslovnica.
- [217] Novi list. „Uskok tereti Lovrić Merzel za zloporabu položaja, mito i pranje novca“. Novi list 69, br. 22.103, 3. i 4. lipnja 2015., naslovnica.
- [218] Novi list. „Ruža Tomašić najavila etničko čišćenje Hrvatske“. Novi list 69, br. 22.071, 5. svibnja 2015., naslovnica.
- [219] Novi list. „Ruži Tomašić puna kapa nekih Srba“. Novi list 69, br. 22.076, 7. svibnja 2015., naslovnica.
- [220] Novi list. „Vesna Pusić prijavila Erjavca Arbitražnom sudu“. Novi list 69, br. 22.071, 2. svibnja 2015., naslovnica.
- [221] Novi list. „Sanaderov odlazak mi je danas manje jasan nego prije pet godina“. Novi list 68, br. 21.775, 30 lipnja 2014., naslovnica.
- [222] Novi list, „Ministrica prijeti otkazom onome tko je dao ugovor“, *Novi list* 70, br. 22.479, str. 8.
- [223] Obradović, Stojan. „'Slobodnoj' bi mijenjali boju“. Slobodna Dalmacija 50, br. 14930, 27. lipnja 1992., str.3.
- [224] Pajić, Darko. „Što je Kolinda naučila od Trumpa“. Novi list 71, br. 22.673, 14. siječnja 2017., str.10.
- [225] Pajić, Darko. „Anka je mrak za Bandića, HDZ i SDP“. Novi list 71, br. 22.707, 18. veljače 2017., str.10.

- [226] Pavelić, Boris. „Elisabeth Schüssler Fiorenza: Žene vjernice, ne trošite vrijeme na biskupe, ojačajte jedna drugu“. Intervju. Novi list 72, 23.159, 26.svibnja 2018.Pogled 16, 770, str.12–13.
- [227] Pavelić Boris. „Vatikanske ugovore trebalo bi promijeniti“. Novi list 68, br. 21. 864, 28. rujna 2014., str.5.
- [228] Pavelić, Boris. „Turudić izuzeo temeljni dokaz optužnice protiv Lovrić Merzel“. Novi list 70, 22.439, 18. svibnja 2016. str. 4.
- [229] Pavelić, Boris. „Ispravak točnog navoda“. Novi list 70, br. 22.426, 5. svibnja 2016., str. 10.
- [230] Pavelić, Boris. „Pantovčak prijatnije“. Novi list 70, br. 22.632, 1. prosinca 2016., str.10.
- [231] Pavelić, Boris. „Kolindina crna vojska“. Novi list 71, br. 22.719, 2. ožujka 2017., str. 10.
- [232] Pavelić, Boris. „Šuma loših namjera“. Novi list 72, br. 23.130, 26. travnja 2018., str.12.
- [233] Pavičić, Jurica. „Tko je građanin“. Slobodna Dalmacija 71, br. 22990, 21.siječnja 2015. str. 10.
- [234] Pavić, Siniša. „Direktna centralizacija osnovnog i srednjeg školstva“. Novi list 48, br. 12, 14. siječnja 1994.
- [235] Pavić, Siniša. „Farbam stan! Je li Predsjednica slobodna?“. Novi list 69, br. 22.147, 20. srpnja 2015., str. 6–7.
- [236] Perić, Linda. „Nasilje nad ženama poraslo je 200 posto“. Slobodna Dalmacija 74, br. 24100, 4. veljače 2018., str. 5.
- [237] Petrak Andrej. „Vera Begić Blečić napustila mjesto prometne nesreće“. Novi List 71, br. 22.818, 12. lipnja 2017.
- [238] Petrak, Andrej. „Upitna sanacija crne jame Sovjak“. Novi list 70, br. 22. 481, 1. srpnja 2016., str. 18.
- [239] Petrak, Andrej. „Dok je bilo novca nije se razmišljalo o budućnosti“. Novi list 71, br. 22.778, 3. svibnja 2017., str. 14.
- [240] Petrak, Andrej. „Udović: KD Viškovo preuzet će postupno posao Čistoće“, Novi list 71, br. 22.944, 16. listopada 2017., str. 13.
- [241] Pilić, Damir. „Kultura *likeova* proždrljivo jede svoju djecu“. Slobodna Dalmacija 74, br. 24097, 1.veljače 2018., str.6.

- [242] Pilić, Damir. „Rimac može biti desna Milanka kod Karamarka“. Slobodna Dalmacija 71, br. 23027., 27. veljače 2015. str. 6–7.
- [243] Pilić, Damir. „Kraljica Dalmacije“. Slobodna Dalmacija 71, br. 23203, Spektar, 22. kolovoza 2015. , str. 8–9.
- [244] Pilić, Damir. „Vesna u New Yorku“. Slobodna Dalmacija 71, br. 23224., Spektar, 12. rujna 2015., str. 4.
- [245] Piškori, Mate. „Sisak: Policija ispitala Merzel“. Slobodna Dalmacija 71, br. 22643, 8. veljače 2014, str. 7.
- [246] Piškori, Mate. „Gdje je nestalo 10 milijuna kuna?“. Slobodna Dalmacija 71, br. 22646, 11. veljače 2014, str. 8.
- [247] Piškori, Mate. „Vlastiti pir platila novcem Županije?“. Slobodna Dalmacija 71, br. 22667, 4. ožujka 2014, str. 3.
- [248] Piškori, Mate. „Jelo se i pilo na račun sisačke županije“. Slobodna Dalmacija 71, br. 22670, 7. ožujka 2014, str. 2.
- [249] Plevnik, Danko. „Ministrica ne zna što je hrvatski jezik“. Slobodna Dalmacija 50, br. 15017, 22. rujna 1992., str. 4 – 5.
- [250] Plevnik, Danko. „Predsjednica puca u partizane“. Slobodna Dalmacija 71, br. 23091, Spektar, 2. svibnja 2015., str. 5.
- [251] Plevnik, Danko. „Kolinda uživa biti Predsjednica“. Slobodna Dalmacija 71, br. 23168, Spektar, 18. srpnja 2015., str. 5.
- [252] Plevnik, Danko. „Predsjednice niste platili porez“. Slobodna Dalmacija 71, br. 23308, Spektar, 5. prosinca 2015., str. 5.
- [253] Podgornik, Branko. „Žalac je nezadovoljna kašnjenjem Hrvatske u korištenju fondova EU“. Novi list 72, br. 23.039, 23.siječnja 2018. , str.5.
- [254] Podgornik, Branko. „Kolinda nije pogriješila oko Marakeša“. Novi list 72, br. 23. 359, 13. prosinca 2018., str. 10.
- [255] Ponoš, Tihomir. „Juriš šutnjom na Pantovčak“. Novi list 68, br. 21.768, 21. – 22. lipnja 2014., Pogled 12, br. 569, str. 3.
- [256] Ponoš, Tihomir. „Samosaplitanje Grabar Kitarović“. Novi list 68, br. 21.902, 7. studenog 2014., str. 10.
- [257] Ponoš, Tihomir. „Predsjednica protiv sijedih vlasi“. Novi list 69, br. 22.159, 1. kolovoza 2015., Pogled 13, br. 628, str. 3.

- [258] Ponoš, Tihomir. „Dva iznenađenja Kolinde Grabar –Kitarović“. Novi list 70, br. 22.405., 13. travnja 2016., str. 8.
- [259] Ponoš, Tihomir. „Grabar-Kitarović dijelila stranački novac kao svoj“. Novi list 70, br. 22.413, 21. travnja 2016., str. 4–5.
- [260] Ponoš, Tihomir. „O ustaškom nasljeđu oštro u inozemstvu, no potihlo kod kuće“, Novi list 70, br. 22.520, 9. kolovoza 2016., str. 6.
- [261] Ponoš, Tihomir. „Reputacijski rizik Grabar-Kitarović“. Novi list 71, br. 22.973, 15. studenog 2017., str. 8.
- [262] Ponoš, Tihomir. „Nacional-sladunjavost Grabar-Kitarović“. Novi list 72, br. 23.089, 14. ožujka 2018., str. 12.
- [263] Prnjak, Hrvoje. „Kolinda prva žena na Pantovčaku“. Slobodna Dalmacija 71, br. 22618, 14. siječnja 2014., str. 2–3.
- [264] Prnjak, Hrvoje. „Kolinda: Kolege u NATO-u zovu me Swambo“. Slobodna Dalmacija 71, br. 22730, 7. svibnja 2014., str. 8–9.
- [265] Prnjak, Hrvoje. „Ministar Maras krade HDZ-ove ideje“. Slobodna Dalmacija 71, br. 22860, Spektar, 13. rujna 2014, str. 6–7.
- [266] Prnjak, Hrvoje. „Slušaju me moji vitezovi“. Slobodna Dalmacija 71, br. 23315, 12. prosinca 2015., str. 21–23.
- [267] Prodan, Edi. „Gradonačelnik Krka Darijo Vasilić otkriva tajnu uspjeha: Na Krku i lijevi i desni vuku naprijed“. Novi list 71, br. 22.837, 1. srpnja 2017, str. 17–19.
- [268] Prodan, Edi. „Omišalj i Njivice neće pognuti glavu ni pred kime – ni pred Vladom, ni pred svjetskim silama“. Novi list 72, br. 23.072, 25. veljače 2018. str. 9–11.
- [269] Prodan, Edi. „Nove generacije trebaju obrazovnu revoluciju“. Novi list 72, br. 23.081, 17. lipnja 2018., str. 10–11.
- [270] Radaljic, Danko. „Lovrić Merzel optužena za mito od 100.000 eura“. Novi list 68, br. 21.797, 22.srpnja 2014., str.5.
- [271] Radaljic, Danko. „Još dva mjeseca pritvora za Marinu Lovrić Merzel“, Novi list 68, br. 21.777, 2. srpnja 2014., str.6.
- [272] Radić, Ivica. „Ivana Marković: Investitorima nudimo suradnju“. Slobodna Dalmacija 74, br. 23836, 16. svibnja 2017., str. 20.
- [273] Radić Ivica., „Danica Baričević: Znam kako pomoći razvoju Supetra“, Slobodna Dalmacija 74, br. 23836, 16. svibnja 2017., str. 21.
- [274] Reuter/Hina. „Pakistanski parlament izabrao novog premijera: povratak Benazir Buto“. Novi list 47, br. 285, 20. listopada 1993., str.21.

- [275] Reuter/Hina. „Prva žena- premijer u Turskoj“. Novi list 47, br.159, 15. lipnja 1993., str. 28.
- [276] Romac, Denis. „Milanovićev i Karamarkov strah od pobjede“. Novi list 69, br. 21.961., 9. siječnja 2015., str. 12.
- [277] Romac, Denis. „Emancipacija predsjednice Grabar-Kitarović“. Novi list 69, br. 22.017, 6. ožujka 2015., str. 8.
- [278] Romac, Denis. „Vrhovnica“. Novi list 69, br. 22.050., 10. travnja 2015., str.8.
- [279] Romac, Denis: „Pusić ostavila dobar dojam“. Novi list 70, br. 22.494, 14. srpnja 2016., str. 8–9.
- [280] Romac, Denis „Vesni Pusić nije pomogao ni dobar dojam što ga je ostavila u javnoj debati“. Novi list 70, br. 22.503, 23. srpnja 2016., str. 6.
- [281] Romac, Denis. „Predsjednica: Haški sud u velikoj mjeri opravdao očekivanja“. Novi list 71, br. 22.995, 7. prosinca 2017., str. 7.
- [282] Sabovljević, Sandra. „Kultura kao pokretač razvoja“. Novi list 68, br. 21.753., 5. lipnja 2014., str. 43.
- [283] Savić, Biljana. „Viškovu milijun kuna za projekt 'Znanjem do posla'“. Novi list 23.227, 2. kolovoza 2018., str. 17.
- [284] Slobodna Dalmacija. „Znamo tko je novi gazda u Agrokoru, čovjek koji je zamijenio Ivicu Todorčića je Ante Ramljak“. Slobodna Dalmacija 74, br. 24097, 1. veljače 2018., str. 4.
- [285] Slobodna Dalmacija. „Grmoja: „Znamo tko je novi gazda u Agrokoru, čovjek koji je zamijenio Ivicu Todorčića je Ante Ramljak“. Slobodna Dalmacija 74, br. 24097, 1. veljače 2018., str. 4.
- [286] Slobodna Dalmacija. „Petrov: Tko piše novu hrvatsko-ugarsku nagodbu“. Slobodna Dalmacija 74, br. 24097, 1. veljače 2018., str.2.
- [287] Slobodna Dalmacija. „Kujundžić: 'Nisam odgovoran za pad zdravstva'“. Slobodna Dalmacija 74, br. 24097, 1. veljače 2018., str.2.
- [288] Slobodna Dalmacija. „Biljana Borzan kandidirana za 'EU Oscar'“. Slobodna Dalmacija 74, br. 24097, 1. veljače 2018., str.9.
- [289] Slobodna Dalmacija. „Strukovnim školama 350 tisuća kuna potpora“. Slobodna Dalmacija 74, br. 24097, 1. veljače 2018., str. 4.
- [290] Slobodna Dalmacija. „Bošnjaković danas s ribarima“. Slobodna Dalmacija 74, br. 24097, 1. veljače 2018., str. 8.
- [291] Slobodna Dalmacija. „Dosadni Major“. Slobodna Dalmacija 48, br. 14642, 4. rujna 1991., str. 35.

- [292] Slobodna Dalmacija. „Uhićena županica Lovrić-Merzel“. Slobodna Dalmacija 71, br. 22695, 2. travnja 2014., str. 8.
- [293] Slobodna Dalmacija. „Duga lista grijeha Lovrić Merzel“. Slobodna Dalmacija 71, br. 23123, 3. lipnja 2015., str. 9.
- [294] Slobodna Dalmacija. „Kolinda Rusima održala lekciju o Inicijativi tri mora“. Slobodna Dalmacija 74, br. 23994, 21. listopada 2017., str. 6.
- [295] Starešina, Višnja. „Vesnu Pusić podržat će jedino – Bjelorusija“. Slobodna Dalmacija 71, br. 23220, 8. rujna 2015., str. 6.
- [296] Šestan Kučić, Ingrid. „Grabar-Kitarović: Kao Riječanka ponosna sam na uspjehe ovoga grada“. Novi list 71, br. 22.772, 26. travnja 2017., str.16–17.
- [297] Šmidt, Josip. „Opozicija – oslonac demokratske vlasti“. Slobodna Dalmacija 48, br. 14541, 25. svibnja 1991, str. 10–11.
- [298] Štambuk, Tanja. „Pokušaji politizacije govore da je kongres itekako potreban“. Novi list 49, br.96, 8 travnja 1995., str. 16.
- [299] Sandić, Srđan. Antonija Petričušić: Zastrašivanje znanosti „U ime obitelji“: Kako sam se našla na udaru Željke Markić. Intervju. Globus br.1442, 27. srpnja 2018. Str.20–24.
- [300] Sarkanjac, Svetozar. „Metode rada iskompromitirale program HDZ-a“. Novi list 48, br. 137, 22. svibnja 1994., str-8–9.
- [301] Šantić, Dijana. „Grabar Kitarović sa Šukerom i Kovačem na nedjeljnoj misi“. Novi list 68, br. 21.878, 13. listopada, str. 4.
- [302] Šantić, Neven. „Svaka je donacija vrijedna“. Novi list 47, br. 214, 10.kolovoza 1993.
- [303] Šantić, Neven. „HDZ nije u stanju ispuniti predizborna obećanja“. Novi list 47, br. 183, 10. srpnja 1993.
- [304] Šestan Kučić, Ingrid. „Menadžerice na staklenoj litici“. Novi list 68, br. 21.890, 18. listopada 2014., Pogled 12, br. 586, str. 12–13.
- [305] Šmidt Josip. „Previsoko pucaš, taj će ti se metak vratiti“. Slobodna Dalmacija 52, br. 15817, 2. siječnja 1995., str. 8–9.
- [306] Štambuk, Tanja. „Pokušaji politizacije govore da je kongres itekako potreban“. Novi list 49, br.96, 8 travnja 1995., str. 16.
- [307] Šumelj-Prskalo, Ornela. „Premalo 'Novog lista', 'Slobodne' i 'Globusa“. Novi List 46, br. 324, 14. studenog 1992, str.3.

- [308] Šumelj-Prskalo, Ornela. „Za državu sposobnih umjesto podobnih“. Novi list 46, 29.07.1992, str.4-5.
- [309] Tanjug, „Margareth Thatcher se povlači iz politike“. Novi list 45, br. 62, 5. svibnja 1991., str 16.
- [310] Tomičić, Ladislav. „Prijateljica Grabar-Kitarović zaboravila vratiti pozajmicu“. Novi list 68, br. 21. 948, 23. prosinca 2014. , str. 8.
- [311] Tomičić, Ladislav. „Jadranka Kosor: Gosti na inauguraciji predsjednice Grabar Kitarović njezina su politička poruka“. Novi list 69, br. 22.005, 22. siječnja 2015., str.10–11.
- [312] Tomičić, Ladislav. „Grabar Kitarović, predsjednica mraka“. Novi list 69, br. 22.206, Pogled 13, br. 634, 19. rujna 2015., str. 2.
- [313] Tomičić, Tihana. „Komadina bez većine, PGŽ pred izborima?“ . Novi List 71, br. 22.826, 20. lipnja 2017.
- [314] Tomičić, Tihana. „Mi smo za odgovorno roditeljstvo“, Novi list 49, br. 73, 16. ožujka 1995., str.8
- [315] Tomičić, Tihana. „Mi smo za odgovorno roditeljstvo“. Novi list 49, br. 73, 16. ožujka 1995., str.8.
- [316] Tomičić, Tihana. „Optimizam bez stranačkih boja“. Novi list 47, br. 354, 31. 12., 1. i 2.01.1994., str.15.
- [317] Tomičić, Tihana. „Očekuje se ostavka Lovrić Merzel na mjesto županice“. Novi list 68, br. 21.798, 23.srpnja 2014, str. 7.
- [318] Tomičić Tihana. „Spremna sam ući u Vladu i lupiti šakom o stol“. Novi list 68, br. 21.890., 25. listopada 2014., Pogled 12, br. 587, str 4–5.
- [319] Tomičić, Tihana. „Kolinda grabi centar Josipoviću“. Novi list 68, br. 21.936, 11. prosinca 2014. str. 10.
- [320] Tomičić, Tihana. „Doveli smo zdravstvene ustanove u vrh Hrvatske“. Novi list 69, br. 22.155, 28. srpnja 2015., Županijska kronika 5, str.4–5.
- [321] Tomičić Tihana. „Komadina već dokazao da zna i može okupiti ljude“. Novi list 70, br. 22.358, 24. veljače 2016., str. 20–21.
- [322] Tomičić, Tihana. „Županija i općina Fužine otvaraju Centar za mlade u školi u Vratima“. Novi list 71, br. 22.910, 12. rujna 2017., str. 17.
- [323] Tomičić, Tihana. „Bože ukini Murganičku“. Novi list 71, br. 22.997, 9. prosinca 2017., str. 2.

- [324] Tomičić, Tihana. „Nakon niza ulaganja na otocima, gradit ćemo nove domove zdravlja u Opatiji i Novom Vinodolskom“. Novi list 72, br. 23.279, 25. rujna 2018., str. 6–7.
- [325] Tomičić, Tihana. „Plenki, ne diraj žene“. Novi list 71, br. 23.345, 29. studenog 2018., str. 2.
- [326] Tomić, Ante. „Zemlja čudesa“. Slobodna Dalmacija 73, br. 23486, 31. svibnja 2016.
- [327] Tomić, Ante. „Švedska ministrica“, Slobodna Dalmacija 74, br. 23628, 20. listopada 2016., str. 15.
- [328] Tomić, Ante. „Dan kad je Tomo ispao pametan“. Slobodna Dalmacija 74, br. 23682, 13. prosinca 2016., str. 14.
- [329] Tomić, Ante. „Predsjednica s karanfilom“. Slobodna Dalmacija 74, br. 23711, 11. siječnja 2017., str. 13.
- [330] Tomić, Ante. „Predsjednica vraća nadu ekstremnim desničarima“. Slobodna Dalmacija 75, br. 24375, 6. studenog 2018, str. 13.
- [331] Topić, Andrea. „Cure se javno pocipale, sad ih se muški cipelari“. Slobodna Dalmacija 74, br. 24097, 1. veljače 2018., str.7.
- [332] Trinajstić, Mladen. „Podrška svim oblicima obrazovanja ostaje prioritet“. Novi list 69, br. 22.244, 28. listopada 2015., str. 29.
- [333] Trinajstić Mladen, Glavan Marinko. „Vesele nas investicije, ali često iza najava ne stoji ništa“. Novi list 70, br. 22.405., 13. travnja 2016., str. 3.
- [334] Trinajstić, Mladen. „Ahmetović pozvala sve saborske zastupnike na nasastanak o LNG-u“. Novi list 72, br. 23. 148., 15. svibnja 2018., str. 2.
- [335] Ugrin, Ivan. „Predsjednici su sve žrtve iste“. Slobodna Dalmacija 71, br. 23091, Spektar, 2. svibnja 2015., str. 5.
- [336] Ugrin, Ivan. „Predsjednice ne slušajte licemjere“. Slobodna Dalmacija 71, br. 23308, Spektar, 5. prosinca 2015., str. 5.
- [337] Uzinić, Silvana. „U Saboru često plačem od bijesa“. Slobodna Dalmacija 71, br. 22665, Linija X, 2. ožujka 2014., str. 2–3.
- [338] Uzinić, Silvana. „Mene se ne može kupiti“. Slobodna Dalmacija 71, br. 22686, Linija X, 23. ožujka 2014., str. 2–3.
- [339] Vlašić, Nela. „Ženski princip u politici“. Novi list 46, br. 341, 12. prosinca 1992., str.9.
- [340] Vlašić, Nela. „Prodavači lažne robe varaju samo jednom“. Novi list 46, br. 38, 8. veljače 1992., str. 4–5.
- [341] Vičević Veljko. „Pučističke zablude“. Novi list 46, br. 251, 12. rujna 1992., str.3.

[342] Vukušić, Jagoda. „Narodu mir i rad, a ne parlamentarne svađe“. *Novi list* 48, br. 143, 28., 29., 30. 05. 1994., str. 6–7.

[343] Vučetić Škrbić, Ana. „Užasno je kad me političari nazivaju šećerom“. *Slobodna Dalmacija* 71, br. 23084., 25. travnja 2015. str. 23–25.

[344] Vuksan, Mario. „Pokazala je interes i da joj ovo nije bio tek 'paradni đir'“. *Slobodna Dalmacija* 73, br. 23434, 9. travnja 2016., str. 7.

Zakonodavni izvori

[1] Hrvatski sabor, *Zakon o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi*, 13. prosinca 2017. Klasa: 011-01/17-01/108. *Zakon* 2800, čl. 10, st. 2. i 3., NN 123/17.

https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2017_12_123_2800.html (pristupljeno 23. prosinca 2018)

[2] Državno izborno povjerenstvo HR

<https://www.izbori.hr/arhiva-izbora/index.html#/app/home> (pristupljeno 23. prosinca 2018).

ILUSTRACIJE

Ilustracije iz medija – preslike fotodokumentacije

Slika 3.3.2.1. : Rodni seksizam u jeziku.....160

Izvor: *Novi list*, „Savka za predsjednika“, *Novi list* 46, br. 173, 26. lipnja 1992. godine, str.2.

Slika 3.3.2.2. : Seksistički prikaz predsjedničke kandidatkinje Kolinde Grabar Kitarović...170

Izvor: naslovnica *Novog lista* 68, br. 21.779, 4. srpnja 2014.

Slika 3.3.2.3.: Seksistički naslov za Grabar-Kitarović.....171

Izvor: dio naslovnice *Novog lista* 69, br. 22.055, 15. travnja 2015.

Slika 3.3.2.4.: Stereotipno prikazivanje Kolinde Grabar-Kitarović –

u fokusu kultura odijevanja.....172

Izvor: dio naslovnice *Novog lista* 70, br. 22.577, 6. listopada 2016.

Slika 3.3.2.5.: estradizacijski pristup politici kanadskog premijera Justina Trudeaua.....	173
Izvor: Reuters, <i>Novi list</i> 72, br. 23.042, Pogled 16, br. 753, 26. siječnja 2018., str. 2.	
Slika 3.3.2.6.: Tradicionalistički prikaz predsjedničkog kandidata Ive Josipovića.....	174
Izvor: Dražen Ciglencečki, „Red rukovanja i autograma, red fotografiranja“, <i>Novi list</i> 68, br. 21. 940, 15. prosinca 2014., str. 4.	
Slika 3.3.2.7.: Klišeizirani obrazac ponašanja: Hasanbegović – Obuljen Koržinek.....	183
Izvor: Marko Prpić/Pixsell, <i>Novi list</i> 70, br. 22.593, Pogled 14, br. 687, 22. listopada 2016. str.2.	
Slika 3.3.2.8. : Seksistički prikaz predsjednice Grabar Kitarović.....	188
Izvor: <i>Novi list</i> 69, br.21.004, Pogled 13, br. 604, 21. veljače 2015., naslovnica.	
Slika 3.3.2.9.: Premijer Tihomir Orešković i potpredsjednici Vlade Božo Petrov i Tomislav Karamarko.....	189
Izvor: <i>Novi list</i> 70, br. 22. 462, Pogled 14, br. 669, 11. lipnja 2016., naslovnica.	
Slika 3.3.2.10.: Jakov Kitarović u „neprirodnoj“ rodnoj ulozi.....	194
Izvor: Reuters, <i>Novi list</i> 70, br. 22. 586, Pogled 14, br. 686, str. 2.	
Slika 3.3.2.11.: Estradizacijska aktivnost predsjednice Grabar-Kitarović.....	196
Izvor: Nikša Stipaničev/Cropix, <i>Novi list</i> 69, br. 22.147, 20. srpnja 2015., str. 6.	
Slika 3.3.2.12.: Potpredsjednica Vlade i ministrica vanjskih poslova Vesna Pusić.....	196
u podrugljivom prikazu.....	
Izvor: Danijela Peračić/Cropix, <i>Novi list</i> 69, br. 21.976, 24. siječnja 2015., str. 8.	
Slika 3.3.2.13.: Seksistički naslov za Grabar-Kitarović.....	197
Izvor: dio naslovnice <i>Novog lista</i> 69, br. 22.055, 15. travnja 2015.	
Slika 3.3.2.14.: Stereotipno-estradizacijski prikaz hrvatskih saborskih zastupnica u dnevniku <i>Novi list</i>	198
Izvor: Ivana Kocijan, „HDZ-ovke vole plavo“ (autor fotografija Davor Kovačević), <i>Novi list</i> 70, br. 22.326, 23. siječnja 2016., str. 58–59.	

Slika 3.3.2.14.: Banalizacija protokolarnog događaja s naglaskom na obuću	
Grabar-Kitarović.....	198
Izvor: Slavko Midžor/Pixsell, Novi list 70, br. 22.572, Pogled 14, br. 684, 1. listopada 2016., str. 2.	
Slika 3.3.2.15.: Odjevna kultura Grabar-Kitarović.....	199
Izvor: Danijela Bauk, „Sve predsjedničine štikle“ (autori fotografija Goran Stanzl/Pixsell, Slavko Midžor/Pixsell, Photo WHITEHOUSE) Novi list 70, br. 22. 577, 6. listopada 2016. str. 70.	
Slika 3.3.2.16.: Trivijalni prikaz hrvatskih političara.....	200
Izvor: Goran Mehkek/Cropix, Novi list 70, br. 22.361, 27. veljače 2016., str.10.	
Slika 3.3.2.17.: Ministar financija Zdravko Marić na tržnici.....	200
Izvor: Damjan Tadić/Cropix, Novi list 70, br. 22.370, 7. ožujka 2016., str. 8.	
Slika 3.3.2.18.: Stereotipni prikaz načelnice Anite Nosić na naslovnici dnevnika	
<i>Slobodna Dalmacija</i>	221
Izvor: Slobodna Dalmacija 73, br. 23399, 5. ožujka 2016., naslovnica	
Slika 3.3.2.19.: Modni izričaj Zorana Milanovića.....	226
Izvor: Dražen Gudić, „Zašto Milanović nosi istu modnu kombinaciju?“, Slobodna Dalmacija 71, br. 23080, 21. travnja 2015., str. 6.	
Slika 3.3.2.20.: Seksistički opis ministrice Bernardice Juretić s naglaskom na tjelesnost...	227
Izvor: Saša Ljubičić, „ Tko je Bernardica Juretić, humanitarka i medijska zvijezda devedesetih, nekada najpoznatija časna sestra u Hrvatskoj“. Slobodna Dalmacija 73, br. 23365, Magazin, 31. siječnja 2016. str. 3.	
Slika 3.3.2.21.: Stereotipno predstavljanje Kolinde Grabar-Kitarović.....	228
Izvor: <i>Slobodna Dalmacija</i> 74. „Kolinda i crveno se vole“. br. 23847, 27. svibnja 2017, str. 25.	
Slika 3.3.2.22.: Kolinda Grabar-Kitarović i Borut Pahor u fokusu medijske banalnosti.....	229
Izvor : <i>Delo</i> , autor fotografije Jože Suhadolnik/Hanza medija	
Slobodna Dalmacija 74, „ Kolinda Grabar-Kitarović zasjenila kolege predsjednike“, br. 23855, 4. lipnja 2017., str. 6.	
Slika 3.3.2.23.: Stereotipno-estradizacijski prikaz hrvatskih saborskih zastupnica	
u dnevniku <i>Slobodna Dalmacija</i>	231
Izvor: Tihana Marović, „Dalmatinske zastupnice imaju najviše stila, slijede ih Slavonke“,	

Grafikoni

- Grafikon 2.2.2.1. Rezultati izbora za Županijsku skupštinu 2013. godine u Primorsko-goranskoj županiji.....90
- Izvor: Državno izborno povjerenstvo, <https://www.izbori.hr/arhiva-izbora/index.html#/app/home> (pristupljeno 23. prosinca 2018).
- Grafikon 2.2.2.2. Rezultati izbora za Županijsku skupštinu 2013. godine u Splitsko-dalmatinskoj županiji.....90
- Izvor: Državno izborno povjerenstvo, <https://www.izbori.hr/arhiva-izbora/index.html#/app/home> (pristupljeno 23. prosinca 2018).
- Grafikon 2.2.2.3. Rezultati izbora za Županijsku skupštinu 2017. godine u Primorsko-goranskoj županiji91
- Izvor: Državno izborno povjerenstvo, <https://www.izbori.hr/arhiva-izbora/index.html#/app/home> (pristupljeno 23. prosinca 2018).
- Grafikon 2.2.2.4. Rezultati izbora za Županijsku skupštinu 2017. godine u Splitsko-dalmatinskoj županiji91
- Izvor: Državno izborno povjerenstvo, <https://www.izbori.hr/arhiva-izbora/index.html#/app/home> (pristupljeno 23. prosinca 2018).
- Grafikon 3.2.1.1. Zastupljenost političara i političarki u člancima *Novog lista* 1991. godine..105
- Grafikon 3.2.1.2. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u *Novom listu* 1991. godine.....105
- Grafikon 3.2.1.3. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici *Novog lista* 1991. godine106
- Grafikon 3.2.1.4. Zastupljenost političara i političarki u člancima *Novog lista* 1992. godine.106

Grafikon 3.2.1.5. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u <i>Novom listu</i> 1992. godine.....	107
Grafikon 3.2.1.6. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici <i>Novog lista</i> 1992. godine	107
Grafikon 3.2.1.7. Zastupljenost političara i političarki u člancima <i>Novog lista</i> 1993. godine..	108
Grafikon 3.2.1.8. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u <i>Novom listu</i> 1993. godine.....	108
Grafikon 3.2.1.9. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici <i>Novog lista</i> 1993. godine	109
Grafikon 3.2.1.10. Zastupljenost političara i političarki u člancima <i>Novog lista</i> 1994. godine.....	109
Grafikon 3.2.1.11. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u <i>Novom listu</i> 1994. godine.....	110
Grafikon 3.2.1.12. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici <i>Novog lista</i> 1994. godine	110
Grafikon 3.2.1.13. Zastupljenost političara i političarki u člancima <i>Novog lista</i> 1995. godine.....	111
Grafikon 3.2.1.14. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u <i>Novom listu</i> 1995. godine.....	111
Grafikon 3.2.1.15. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici <i>Novog lista</i> 1995. godine	112.
Grafikon 3.2.1.16. Zastupljenost političara i političarki u člancima <i>Novog lista</i> 2014. godine.....	114

Grafikon 3.2.1.17. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u <i>Novom listu</i> 2014. godine.....	115
Grafikon 3.2.1.18. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici <i>Novog lista</i> 2014. godine	115
Grafikon 3.2.1.19. Zastupljenost političara i političarki u člancima <i>Novog lista</i> 2015. godine.....	116
Grafikon 3.2.1.20. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u <i>Novom listu</i> 2015. godine.....	116
Grafikon 3.2.1.21. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici <i>Novog lista</i> 2015. godine	117
Grafikon 3.2.1.22. Zastupljenost političara i političarki u člancima <i>Novog lista</i> 2016. godine.....	117
Grafikon 3.2.1.23. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u <i>Novom listu</i> 2016. godine.....	118
Grafikon 3.2.1.24. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici <i>Novog lista</i> 2016. godine.....	118
Grafikon 3.2.1.25. Zastupljenost političara i političarki u člancima <i>Novog lista</i> 2017. godine.....	119
Grafikon 3.2.1.26. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u <i>Novom listu</i> 2017. godine.....	119
Grafikon 3.2.1.27. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici <i>Novog lista</i> 2017. godine	120
Grafikon 3.2.1.28. Zastupljenost političara i političarki u člancima <i>Novog lista</i> 2018. godine.....	120

Grafikon 3.2.1.29. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u <i>Novom listu</i> 2018. godine.....	121
Grafikon 3.2.1.30. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici <i>Novog lista</i> 2018. godine	122
Grafikon 3.2.2.1. Zastupljenost političara i političarki u člancima <i>Slobodne Dalmacije</i> 1991. godine.....	123
Grafikon 3.2.2.2. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u <i>Slobodnoj Dalmaciji</i> 1991. godine.....	123
Grafikon 3.2.2.3. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici <i>Slobodne Dalmacije</i> 1991. godine.....	124
Grafikon 3.2.2.4. Zastupljenost političara i političarki u člancima <i>Slobodne Dalmacije</i> 1992. godine.....	124
Grafikon 3.2.2.5. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u <i>Slobodnoj Dalmaciji</i> 1992. godine	125
Grafikon 3.2.2.6. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici <i>Slobodne Dalmacije</i> 1992. godine.....	125
Grafikon 3.2.2.7. Zastupljenost političara i političarki u člancima <i>Slobodne Dalmacije</i> 1993. godine.....	126
Grafikon 3.2.2.8. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u <i>Slobodnoj Dalmaciji</i> 1993. godine.....	126
Grafikon 3.2.2.9. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici <i>Slobodna Dalmacije</i> 1993. godine.....	127
Grafikon 3.2.2.10. Zastupljenost političara i političarki u člancima <i>Slobodne Dalmacije</i> 1994. godine.....	127

Grafikon 3.2.2.11. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u <i>Slobodnoj Dalmaciji</i> 1994. godine.....	128
Grafikon 3.2.2.12. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici <i>Slobodna Dalmacije</i> 1994. godine.....	128
Grafikon 3.2.2.13. Zastupljenost političara i političarki u člancima <i>Slobodne Dalmacije</i> 1995. godine.....	129
Grafikon 3.2.2.14. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u <i>Slobodnoj Dalmaciji</i> 1995. godine.....	129
Grafikon 3.2.2.15. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici <i>Slobodne Dalmacije</i> 1995. godine.....	130
Grafikon 3.2.2.16. Zastupljenost političara i političarki u člancima <i>Slobodne Dalmacije</i> 2014. godine.....	132
Grafikon 3.2.2.17. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u <i>Slobodnoj Dalmaciji</i> 2014. godine.....	133
Grafikon 3.2.2.18. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici <i>Slobodne Dalmacije</i> 2014. godine.....	133
Grafikon 3.2.2.19. Zastupljenost političara i političarki u člancima <i>Slobodne Dalmacije</i> 2015. godine.....	134
Grafikon 3.2.2.20. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u <i>Slobodnoj Dalmaciji</i> 2015. godine	135
Grafikon 3.2.2.21. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici <i>Slobodne Dalmacije</i> 2015. godine.....	135
Grafikon 3.2.2.22. Zastupljenost političara i političarki u člancima <i>Slobodne Dalmacije</i> 2016. godine.....	136

Grafikon 3.2.2.23. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u <i>Slobodnoj Dalmaciji</i> 2016. godine.....	136
Grafikon 3.2.2.24. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici <i>Slobodna Dalmacije</i> 2016. godine.....	137
Grafikon 3.2.2.25. Zastupljenost političara i političarki u člancima <i>Slobodne Dalmacije</i> 2017. godine.....	137
Grafikon 3.2.2.26. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u <i>Slobodnoj Dalmaciji</i> 2017. godine.....	138
Grafikon 3.2.2.27. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici <i>Slobodna Dalmacije</i> 2017. godine.....	138
Grafikon 3.2.2.28. Zastupljenost političara i političarki u člancima <i>Slobodne Dalmacije</i> 2018. godine.....	139
Grafikon 3.2.2.29. Omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u <i>Slobodnoj Dalmaciji</i> 2018. godine.....	139
Grafikon 3.2.2.30. Udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici <i>Slobodne Dalmacije</i> 2018. godine.....	140
Grafikon 3.2.3.1. Ukupna zastupljenost političara i političarki u člancima <i>Novog lista</i> i <i>Slobodne Dalmacije</i> u razdoblju od 1991. do 1995. godine.....	142
Grafikon 3.2.3.2. Ukupan omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u <i>Novom listu</i> i <i>Slobodnoj Dalmaciji</i> u razdoblju od 1991. do 1995. godine.....	143
Grafikon 3.2.3.3. Ukupan udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici <i>Novog lista</i> i <i>Slobodne Dalmacije</i> u razdoblju od 1991. do 1995. godine.....	143
Grafikon 3.2.3.4. Ukupna zastupljenost političara i političarki u člancima <i>Novog lista</i> i <i>Slobodne Dalmacije</i> u razdoblju od 2014. do 2018. godine.....	144

Grafikon 3.2.3.5. Ukupan omjer političara i političarki s fotografijom i potpisom u <i>Novom listu</i> i <i>Slobodnoj Dalmaciji</i> u razdoblju od 2014. do 2018. godine...	145
Grafikon 3.2.3.6. Ukupan udio političara i političarki u vijestima i vijestima na naslovnici <i>Novog lista</i> i <i>Slobodne Dalmacije</i> u razdoblju od 2014. do 2018. godine.....	145

Tablični prikazi

Tablica 3.2.1.1 Prikaz rezultata istraživanja dnevnika <i>Novi list</i> u razdoblju od 1991. do 1995. godine.....	113
Tablica 3.2.1.2 Prikaz rezultata istraživanja dnevnika <i>Novi list</i> u razdoblju od 2014. do 2018. godine.....	122
Tablica 3.2.2.1. Prikaz rezultata istraživanja dnevnika <i>Slobodna Dalmacija</i> u razdoblju od 1991. do 1995. godine.....	131
Tablica 3.2.2.2. Prikaz rezultata istraživanja dnevnika <i>Slobodna Dalmacija</i> u razdoblju od 2014. do 2018. godine.....	141
Tablica 3.2.3.1. Ukupan prikaz rezultata istraživanja <i>Novog lista</i> i <i>Slobodne Dalmacije</i> u razdobljima od 1991. do 1995. te od 2014. do 2018. godine.....	146

Životopis



mr. sc. Vlasta Rotschild, dr. med. dent.
rođena 23. veljače 1971. godine u Rijeci

Obrazovanje

2015.- danas: poslijediplomski doktorski studij Izdavaštvo i mediji, Filozofski fakultet u
Rijeci

2001.: poslijediplomski sveučilišni magistarski studij iz područja Biomedicine i zdravstva,
Medicinski fakultet u Rijeci

1996.: diplomski studij dentalne medicine, Medicinski fakultet u Rijeci

1990.: dentalna tehničarka, Centar za kadrove u zdravstvu u Rijeci

Profesionalna karijera

2014.- danas : AF d.o.o.

2012.- 2013.: Sphera medicae d.o.o.

1999.- 2012.: privatna ordinacija dentalne medicine

Jezici

engleski i talijanski – aktivno

francuski – pasivno

Publikacije

1. Muzur A, Skrobonja A, Rotschild V. Saint Protectors from Leprosy: Historical Hints of Suggestive Therapy? *International Journal of Leprosy and other Mycobacterial Diseases*. 2002; 70(4): 269–73.
2. Muzur A, Skrobonja A, Rotschild V, Skrobonja A Jr. Saint Protectors from Snake Bite: A Short Overview and a Tentative Analysis. *Journal of Religion@Health*. 2005; 44(1): 31–7.
3. Skrobonja A, Rotschild V, Culina T. St Apollonia's tooth - a relic in the cathedral treasury in Rab (Croatia). *British Dental Journal*. 2009; 207(10): 499–502.
4. Rotschild V. Distinguished figures in the development of dental care in the Croatian Littoral and the foundation of a Dentist association in Rijeka. *Acta med-hist Adriat*. 2009; 7(1): 71–82.
5. Hraste J, Škrobonja A, Rotschild V, Muzur A, St. Apollonia's cult in Istria, *Acta med hist Adriat*. 2005; 3(2):199–210.
6. Škrobonja A, Muzur A, Rotschild V. *Povijest medicine za praktičare*. Rijeka: Adamić, 2003.

Članstva u strukovnim organizacijama, udrugama i odborima

mandatno razdoblje 2017. – 2023.: članica Povjerenstva za privatnu praksu Hrvatske komore dentalne medicine

mandatno razdoblje 2009. – 2013.: predsjednica Odbora za ravnopravnost spolova pri Gradskom vijeću Grada Kastva

mandatno razdoblje 2001. – 2009.: tajnica Hrvatskog znanstvenog društva za povijest zdravstvene kulture