



STEREOTIPIZACIJA: PREDSTAVLJANJE ŽENA U ŠTAMPANIM MEDIJIMA U JUGOISTOČNOJ EVROPI

UREDILI: Nirman Moranjak BAMBURAĆ,
Tarik JUSIĆ, Adla ISANOVIĆ

Ovaj zbornik u tom smislu ima zadatac da pokuša pomoći da se razumije, objasni, ali i promijeni hegemonijska hijerarhija rodnih režima i stvori podloga za promjene u programskoj i poslovnoj politici medija. Ali će za to trebati spremnost samih medija da iznova promisle svoju ulogu.

Postavljena dijagnoza medijske slike rodnih uloga i pripisivanje odgovornosti medijima za stvarane procese demokratizacije društva ujedno je javni poziv da zamislimo jednu drugačiju demokratsku strukturu javnoga komuniciranja i da svi zajedno pokušamo razmisliti kakvi su i kakvi bi mogli biti emancipacijski potencijali medija.

Nirman Moranjak- Bamburać

**STEREOTIPIZACIJA:
PREDSTAVLJANJE ŽENA U ŠTAMPANIM MEDIJIMA U
JUGOISTOČNOJ EVROPI**



Sarajevo, maj 2007.

Naslov: STEREOTIPIZACIJA: PREDSTAVLJANJE ŽENA U ŠTAMPANIM MEDIJIMA U JUGOISTOČNOJ EVROPI
Projekat predstavlja zajednički poduhvat Mreže za profesionalizaciju medija u jugoistočnoj Evropi (SEENPM) i Balkanske mreže za ljudska prava (BHRN), koji su finansirali SEENPM, Fond otvoreno društvo Bosne i Hercegovine i Ministarstvo spoljnih poslova Danske - Program za susjedstvo (NAB).

Izdavač: MEDIACENTAR Sarajevo, Kolodvorska 3, 71000 Sarajevo, Bosna i Hercegovina, www.media.ba

Za izdavača: Boro KONTIĆ

Uredili: Nirman MORANJAK-BAMBURAC, Tarik JUSIĆ, Adla ISANOVIĆ

Autori/ce: Marina KANTIĆ-BAKARŠIĆ, Tarik JUSIĆ, Nirman MORANJAK- BAMBURAC , Adla ISANOVIĆ, Danijela MAJSTOROVIĆ & Vladimir TURJAČANIN, Madeline DANOVA, Ilda LONDO, Mima SIMIĆ, Ivana KRONJA, Bobi BADAREVSKI, Sanja SARNAVKA & Suzana KUNAC

Recenzija: Dr. Marina BLAGOJEVIĆ, Direktorica Centra za istraživanja roda i etniciteta "Altera MB", Budimpešta i viša naučna istraživačica na Institutu za kriminološka i sociološka istraživanja, Beograd.

Prijevod: Kanita HALILOVIĆ (engleski)

Lektura: Amela ŠEHOVIĆ (bosanski, srpski), Sulejman BRKA (hrvatski)

Dizajn: Samira SALIHBEGOVIĆ

Štampa: Bemust, Sarajevo

Tiraž: 500 primjeraka

Stavovi i mišljenja prezentirani u ovoj knjizi su isključivo stavovi autora i autorica i ne odražavaju obavezno stavove Mediacentra Sarajevo i donatora.

CIP - Katalogizacija u publikaciji
Nacionalna i univerzitetska biblioteka
Bosne i Hercegovine, Sarajevo

305-055.2:073.11] (4-14) (082)

STEREOTYPING : predstavljanje žena u štampanim medijima u jugoistočnoj Evropi / [autori/ce Marina Kantić-Bakaršić ... [et al.] . - Sarajevo : Mediacentar, 2007. - 282 str. ; 17 x 17 cm

O autoricama i autorima: str. 270-282. -
Bibliografija: str. 276-27; bibliografske i druge bilješke uz tekst

ISBN 978-9958-9417-6-4
1. Kantić-Bakaršić, Marina
COBISS.BH-ID 15808262

Projekat su podržali

Mreža za profesionalizaciju medija u jugoistočnoj Evropi
The South East European Network for the Professionalization of The Media (SEENPM)
www.seenpm.org

Balkanska mreža za ljudska prava
The Balkan Human Rights Network (BHRN)
www.balkan-rights.net

Ministarstvo spoljnih poslova Danske - Program za susjedstvo
The Danish Ministry of Foreign Affairs Neighbourhood Programme (NAB)
<http://www.um.dk/>

i

Fond otvoreno društvo Bosne i Hercegovine
The Open Society Fund Bosnia and Herzegovina (OSFBiH)
<http://www.soros.org.ba/>

Zahvalnost

Mediacentar Sarajevo želi da izrazi zahvalnost svima koji su prepoznali značaj ovog projekta i velikodušno podržali njegovu realizaciju i izdavanje ove knjige.

Posebnu zahvalnost dugujemo Balkanskoj mreži za ljudska prava, Programu za susjedstvo Ministarstva spoljnih poslova Danske (NAB), Fondu otvoreno društvo Bosne i Hercegovine i Mreži za profesionalizaciju medija jugoistočne Evrope, koji su pružili potrebnu finansijsku i administrativnu podršku za projekat.

Dalje, želimo da izrazimo iskrenu zahvalnost našim partnerima koji su pružili ključnu pomoć u procesu realizacije projekta: Albanskom medijskom institutu (Tirana, Albanija), Grupi za ženska ljudska prava B.a.B.e. (Zagreb, Hrvatska), Centru za razvoj medija (Sofija, Bugarska), Makedonskom institutu za medije (Skoplje, Makedonija) i Medija centru Beograd (Beograd, Srbija).

Hvala.

SADRŽAJ

Marina KATNIĆ-BAKARŠIĆ: SJEĆANJE NA PROF. DR. NIRMAN MORANJAK-BAMBURAC (1954 - 2007).	7
Tarik JUSIĆ PREDGOVOR	13
Nirman MORANJAK-BAMBURAC: NEPODNOŠLJIVA LAKOĆA STEREOTIPA	15
Adla ISANOVIĆ: MEDIJSKI DISKURS KAO MUŠKI DOMEN: PREDSTAVLJANJE RODA U DNEVNIM NOVINAMA U BOSNI I HERCEGOVINI, HRVATSKOJ I SRBIJI	49
Danijela MAJSTOROVIĆ Vladimir TURJAČANIN: PREDSTAVLJANJE ŽENA U BOSANSKOHERCEGOVAČKIM DNEVNIM NOVINAMA: RODNA I ETNIČKA PODVOJENOST DRUŠTVA	85
Madeline DANOVA: ŽENE U POLITICI U BUGARSKIM NOVINAMA: POSTFEMINIZAM U POSTTOTALITARNOM DRUŠTVU	115
Ilda LONDO: KARIJERA, LJEPIOTA I MAJČINSTVO: PREDSTAVLJANJE RODNIH ULOGA U ŽENSKIM ČASOPISIMA U ALBANIJU	137
Miima SIMIĆ: SEKS I GLOBALIZACIJA ŽENSKOG TINEJDŽERSTVA: HRVATSKI I SRPSKI TEEN ČASOPISI NOVOG DOBA	165
Ivana KRONJA: POLITIKA U PORNO KLJUČU: PORNOGRAFSKO PREDSTAVLJANJE ŽENA U TABLOIDIMA U SRBIJI I NJEGOVA POLITIČKA ULOGA	191
Bobo BADAREVSKI: KRITIČKA ANALIZA DISKURSA TRGOVINE ŽENAMA U ŠTAMPANIM MEDIJIMA U REPUBLICI MAKEDONIJI: RODNA PERSPEKTIVA	219
Sanja SARNAVKA Suzana KUNAC INTERPRETACIJA NOVINSKIH INTERPRETACIJA JEDNOG UBOJSTVA	249
O AUTORICAMA I AUTORIMA	278

**Sjećanje na prof. dr. Nirman MORANJAK-BAMBURAĆ
(1954 - 2007)**

Željela bih se bar ukratko prisjetiti prekratkoga, ali veoma bogatoga životnog i profesionalnog puta prof. dr. Nirman Moranjak-Bamburać. Nirman je strasno voljela svoj posao i posvećivala mu se neumorno. Već izmučena operacijom i njenim posljedicama, završila je tekst / studiju *Nepodnošljiva lakoća stereotipa*, objavljenu u Zborniku Mediacentra Sarajevo. Taj tekst pokazuje njenu punu naučnu zrelost, realizirane sjajne intelektualne potencijale, njenu sposobnost da u prividno sitnim detaljima prepozna ispoljavanje suštinskih principa, u ovom slučaju stereotipa, i da ih dekonstruira intelektualno stimulatивно, ponekad i provokativno. Prisjećam se, samo petnaestak dana prije no što je zauvijek sklopila umorne oči, na trenutak je zaboravila na bolove i sa prepoznatljivim zanosom počela pričati o primjeru koji je prvobitno željela uvrstiti na sam početak teksta - u tom času kao da je njen blistavi um na kratko nadvladao i ono što se u konačnici nije moglo nadvladati.

Prof. dr. Nirman Moranjak-Bamburać rođena je 1. 9. 1954. godine u Sarajevu. Diplomirala je na Odsjeku za slavenske jezike i književnosti, a studirala je i na Odsjeku za opću književnost i teatrologiju, te će takva kombinacija nagovijestiti njen kasniji razvojni put u znanosti. Postdiplomski studij pohađala je na Filozofskom fakultetu u Zagrebu i magistrirala sa temom "*Dvije drame N. Erdmana - Mandat i Saomoubica*". Već tada je ugledni istraživač avangarde prof. dr. Aleksandar Flaker zapazio njene kreativne potencijale, i od tada počinje dugogodišnja uspješna saradnja u okviru projekta *Pojmovnik ruske avangarde*, kojem je Nirman dala značajan doprinos. Upravo u krugu naučnika iz raznih zemalja okupljenih oko toga projekta Nirman Moranjak-Bamburać stekla je zavidnu reputaciju još kao veoma mlada, a svi tako nastali tekstovi objavljeni su i na engleskom jeziku u uglednom časopisu *Russian Literature*. Ta reputacija samo je postala veća nakon odbranjenog doktorata *Metatekst i metatekstualnost - Problemi estetske funkcije* koji je kasnije obajvaljen kao knjiga *Metatekst*, što ju je definitivno usmjerilo ka teorijskim pitanjima. Knjiga *Metatekst* (Sarajevo, 1992) imala je neobičnu sudbinu: objavljena neposredno prije agresije na Bosnu i Hercegovinu, ona je izazvala pažnju kod nas i u svijetu jer je u to doba bila

pionirska, da bi je zatim godinama bilo gotovo nemoguće nabaviti, pogotovo u inostranstvu. Mnoge studije izvan naše zemlje navode tu knjigu, posebno spominjući originalnost pristupa, ali često se pri tome naglašava i da ona nije bila dostupna autorima tih publikacija. Knjiga *Retorika tekstualnosti* (Sarajevo, 2003) ispravlja taj nedostatak i ponovo govori o metatekstu, sada izmijenjeno i dalje razrađeno, uz niz novih studija o piscima iz svjetske književnosti (tu su i Eko, Borges, Nabokov, Bitov...).

Kod nas je, nažalost, ostala neprepoznata vrijednost zbornika *Bosna i Hercegovina: interkulturalni sinkretizam* (Wiener Slawistischer Almanach, Sonderband 52, Wien - Munchen 2001), koji je N. Moranjak-Bamburać uredila, napisala uvodnu studiju i Bibliografiju BiH književnosti i kulturne historije, te odabrala tekstove naših autora koji su zatim prevedeni na engleski ili njemački jezik. U vremenu kada naša kultura možda više nego ikad treba i zaslužuje ozbiljno predstavljanje u svijetu, kada naši naučnici zaslužuju da njihovi radovi dožive afirmaciju izvan naših granica, pojava takvoga zbornika u uglednom referentnom časopisu bila je izuzetno značajna, a on je danas polazna tačka mnogim istraživačima bosanskohercegovačke kulture.

Počevši radni vijek na Odsjeku za slavenske jezike i književnosti, Nirman Moranjak-Bamburać od 1993. godine prelazi na Odsjek za komparativnu književnost i bibliotekarstvo, ali i tada pomaže svom prvom odsjeku, predavanjima iz Teorije književnosti, a po potrebi i angažmanom na drugim predmetima. Ništa manje značajan nije njen angažman na Akademiji scenskih umjetnosti, gdje je predavala Teoriju književnosti, Teoriju umjetnosti i Teoriju glume i režije. Zbog toga su je i kolektiv ASU i studenti oduvijek osjećali ne kao nekoga ko je djelimično angažiran, već kao nekoga ko je istinski dio kolektiva i potpuno mu je predan.

Nirman je posebno krasilo neumorno traganje za novim stepenicama znanja, za novim oblastima i modelima, te je otuda i mogla biti do te mjere ekspert za različite naučne discipline. Posljednjih godina to se ogledalo u njenom angažmanu prvo na Uvodu u ženske studije, zatim kao direktorice Centra za rodna istraživanja pri Forumu

Bosnae, da bi kulminiralo ogromnim poslom u koji je zajedno sa kolegicama J. Babić-Avdispahić i J. Bakšić uložila silnu energiju, a to je osnivanje postdiplomskih rodni studija pri Centru za interdisciplinarnu postdiplomsku studiju Univerziteta u Sarajevu. Na tom je tragu bila i knjiga *Izazovi feminizma* (Forum Bosnae 2004), čija je koautorica.

Nirman Moranjak-Bamburać krasio je rijedak spoj naučnoistraživačkog nerna i velike želje za predavačkim, pedagoškim radom. Potpuno se predavala radu u nastavi, uvijek tražeći nešto novo, bolje, pružajući studentima uvid u najnovije radove i teorijska dostignuća naratologije (nju je i uvela na Odsjek za komparativnu književnost i bibliotekarstvo), teorije književnosti, književne kritike, teorije kulture.... Njen stalni rad na modernizaciji nastavnih planova i programa na Odsjeku imao je i ima nemalog udjela u zanimanju velikog broja mladih za studij komparativne književnosti. Predavala je na postdiplomskom studiju iz književnosti u Sarajevu i Tuzli, na rodni studijima u Sarajevu, gostovala na postdiplomskim studijima u Budimpešti i Rijeci, bila gost-predavač u Konstancu i Szegedu, što je samo mali dio njenih aktivnosti i saradnje na međunarodnom planu. Svuda je sticala prijatelje, osvajajući ljude i znanjem i načinom razmišljanja, ali i svojom osobnošću, neposrednošću i ličnim šarmom.

Nirman je bila zahtjevna profesorica; ona je vjerovala u potencijal svih studenata i studentica i nije nasilno "pojednostavljivala" složena pitanja jer je željela da studenti ulože napor i budu u pravom smislu subjekti na studiju. Možda je prava rijetkost što su joj i najslabiji studenti priznavali izuzetno znanje i interdisciplinarno povezivanje svojih oblasti, te čestitost i nastavničku objektivnost. U svakoj generaciji dešavalo bi se još nešto - čitava grupa studenata postajala je opčinjena i ličnošću svoje profesorice i njenim predavanjima; oni su i sami počinjali istraživati, pisati, zato što je njihova profesorica kod njih uspjela probuditi istinsku ljubav prema svojoj oblasti. Neki diplomski radovi njenih studenata bili su sjajni, odbrane su postajale pravi mali kolokviji gdje ocjena nije bila u prvom planu, već dalji razgovor o temi. Slično je bilo i sa magistrantima/-icama i doktorantima/-icama. Sjećam se kako mi je jednom pomalo stidljivo (stidljivo zato što je voljela ostavljati dojam snažne osobe koja se ne

predaje lako emocijama) priznala da su joj potekle suze-radosnice kada je izuzetno uspješna generacija blistavo položila ispit iz naratologije. Profesorica je stoga i studente rano uključivala u projekte, brinula se o njihovim zaposlenjima, radovala se uspjesima jer za nju biti profesor nije bio posao, nego vokacija i životni izbor. Tako je bilo i na Filozofskom fakultetu, tako je bilo i na ASU, gdje možda studenti i studentice nisu uvijek najviše voljeli teorijske predmete, ali i pored toga su prije nekoliko godina upravo Nirmanina predavanja ocijenili jednom od najviših ocjena, prepoznavši sve ovo o čemu sam govorila.

Nirman Moranjak-Bamburać uvijek je bila nositeljica aktivnog principa, uvijek je stremila dalje, više. Ako se uopće smije reći da nekom naučniku / naučnici neki pravac odgovara zbog njegove ili njene prirode, onda je Nirman sebe pronašla u postmodernoj teoriji, u onom što ona pruža, a posljednjih godina posebno u kritičkoj teoriji, napose u rodnim teorijama. Zapravo, tako je teško govoriti u ovakvim prigodama a da riječi ne podsjećaju na izvještaj o izboru u zvanje, tako je teško učiniti da i oni koji nisu dovoljno poznavali Nirmanin rad i nju kao osobu (a mi se svi ponekad nedovoljno poznajemo iako djelujemo u maloj sredini) vide njene domete kao znanstvenice i kao čovjeka. Njen um je izazivao poštovanje - imala je sposobnost apstrakcije, sinteze, a istovremeno i analize; i institucije u kojima je radila i Bosna i Hercegovina u cjelini imale su i imaju razloga da se ponose njenim radovima, njenim angažmanom. U nauci, ona je uvijek tragala za rješenjima koja nisu očigledna na prvi pogled, njena originalnost uvijek je fascinirala. I u životu i u poslu vjerovala je da se ničega ne treba bojati, da prepreke postoje zato da bismo ih savladavali, te je takvim stavom utjecala na mnoge oko sebe, na čemu ćemo joj uvijek biti zahvalni.

Prisjećam se našega prijateljstva, prisjećam se i stihova Ane Ahmatove - "*A vi, prijatelji! Ostade vas malo! Kako kratak postade taj put/ Što izgledaše nam od svih duži!*". U godinama koje dolaze sve više ćemo i mi koji smo voljeli Nirman i cijela bosanskohercegovačka akademska, intelektualna i angažirana javnost osjećati koliko nam nedostaju njen blistavi um, njen entuzijizam i ljudska širina.

Predgovor

Region jugoistočne Evrope danas prolazi kroz intenzivne promjene koje jedva da možemo pratiti. Ova je transformacija prevazišla naše ekonomije, politike, vlade, pravne i obrazovne sisteme, društvene norme, uloge, odnose i identitete. Ni mediji nisu pošteđeni ovih procesa. Trenutno smo svjedoci ubrzane transformacije medija unutar naših "tranzicijskih društava", koju odlikuje sve veća komercijalizacija i žestoka tržišna konkurencija. Ovu situaciju dodatno komplicira stalni priliv novih medijskih tehnologija koje iznova redefiniiraju samu prirodu javnih komunikacija na početku 21. vijeka.

Ipak, čini se da se određene kulturne norme i društvene prakse, među kojima je i rodno predstavljanje u medijima, i dalje opiru ovoj sveobuhvatnoj transformaciji. Čini se da mediji i danas snažno odražavaju, predstavljaju i konstruiraju stereotipne rodne uloge i identitete koje definira konzervativna patrijarhalna ideologija. Slika naših društava koju prikazuju mediji sugerira da su politika i svaki drugi 'ozbiljan' javni angažman i dalje rezervirani za muškarce, dok se ženama dodjeljuju uloge u privatnoj sferi i zabavi. Javna sfera, kako je prikazuju mediji, još uvijek je domen muškaraca.

Imajući u vidu specifičnu situaciju u kojoj se trenutno nalaze Albanija, Bosna i Hercegovina, Bugarska, Hrvatska, Makedonija i Srbija, smatramo da je važno ponuditi uvid u načine na koje štampani mediji u ovim zemljama prikazuju rodne uloge i odnose, podržavajući ili opirući se ukupnim društvenim promjenama koje su u toku. Ovakve prakse medijskog predstavljanja svjedoče o mnogo dubljoj borbi i

kontradikcijama sa kojima se ova društva suočavaju na putu ka "evropskoj integraciji", liberalizaciji i demokratizaciji, te stoga zaslužuju da budu identificirane i proučavane.

Ova knjiga predstavlja pokušaj da se poboljša razumijevanje procesa koji redefinišu naše suštinske društvene vrijednosti, strukture i identitete fokusiranjem na prakse predstavljanja rodni uloga i odnosa u štampanim medijima. Pokušali smo pružiti uvid u taktike i strategije rodnog predstavljanja u štampanim medijima u šest zemalja jugoistočne Evrope. Pozvali smo autore/-ice različitih metodoloških i teoretskih tradicija i zamolili ih da kombiniraju kvalitativne i kvantitativne pristupe, s ciljem da ponude široku paletu pogleda na ovu složenu temu.

Nadamo se da će knjiga koja je pred vama biti od koristi u daljnjem istraživanju ove fascinantne i značajne oblasti, te da će pomoći boljem razumijevanju uloge medija u procesima (re)definiranja rodni i drugih odnosa i uloga u našim društvima.

Tarik Jusić
Sarajevo

NEPODNOŠLJIVA LAKOĆA STEREOTIPA

Demokratiju bismo mogli definirati na sljedeći način: svaka osoba ima pravo na informiranost o vlastitim interesima, a njegov/njezin način mišljenja, iskustvo ili perspektiva trebaju biti uzeti u obzir kod donošenja odluka kako bi oni/-e mogli/-e participirati u njima kao jednakopravni subjekti. Cilj demokratije je doći do pouzdanih odluka - zato je društvu potrebna informacija o svim segmentima društvenog života i društvenim grupama, pojedincima i pojedinkama. Ako raspon socijalnih uloga pokazuje svijet pun mogućnosti za muškarce i pun ograničenja za žene, rasno, etnički, klasno ili drukčije subordinirane - takvo društvo ne može se nazvati demokratskim!¹ Ovakav način razmišljanja o demokratskim društvenim procesima kvalitativno je drugačiji od onih povijesnih varijabli poimanja demokratije, koji su naveli Carole Pateman, autoricu čuvene knjige *Spolni ugovor (The Sexual Contract, 1988)*, da ustvrdi kako za feministkinje demokratija nikada nije ni postojala, jer žene niti su bile niti jesu prihvaćene kao potpune i jednake članice i državljanke ni u jednoj zemlji poznatoj kao "demokratskoj". Ova autorica smatra da "konstruisanje razlike između polova kao razlike između slobode i potčinjenosti nije slučajno u središtu dobro poznate političke priče" u kojoj se pažljivom analizom statusnih srodničkih figura (otac, majka) i preko genealogija "javne" i "privatne" sfere ispostavlja da "politička kreativnost ne pripada očinstvu već muškosti"². Kroz povijest diskursa demokratije rječito se uobličuje jedan scenario liberalnog društva utemeljen na raznolikim "muškim savezima", na nizu muških klubova, koji se obično, kao što Virginia Woolf ističe u *Three Guineas*, razlikuju vlastitim nošnjama i uniformama, ali nikad ne uključuju žensko.

Ovdje svakako nije mjesto da se šire predstavi historija raznolikih pokreta za ženska prava zbog kojih patrijarhalne ideologije i institucije vladanja danas barem više

¹ Donna, Allen (1974) "Six Point Communications Program for Restructuring the World's Communications System on the Basis of Democracy". Women's Institute for Freedom of the Press. Dostupno na: <http://www.wifp.org>, str. posjećena 25. 07. 2006.

² Pateman, Carole (2001) *Polni ugovor*. Beograd: Feministička 94. Str. 16, 46.

nisu samorazumljive i zbog kojih je "muška ekonomija" vrijednosti i društvenih značenja širom svijeta stavljena pod znak pitanja. Međutim, treba biti jasno da bez te historije gore navedena definicija demokratije nikada ne bi ni mogla biti artikulirana. Ovo napominjem zato što mi se čini doista krajnje simptomatičnim način na koji u bosanskohercegovačkim medijima u posljednje vrijeme, svako malo, iskrsne pojam feminizma³. Već to bi u biti bilo dovoljno da opravda moj feministički poriv da medijske slike žena i njihov socijalni relacijski kontekst povežem sa predrasudama povezanim uz odnos prema povijesti feminističkih politika. Iako ću ovo ostaviti za neku drugu priliku, valja imati na umu da stereotipi o feminizmu i stereotipno zamišljanje te "strašne" figure feministkinje ("ružna", "isfrustrirana", "neženstvena", "lezbijka", "militantna" - sic!) svakako jesu komadići *puzzla* u našem multivalentnom istraživanju o stereotipnom medijskom portretiranju žena u regionalnim štampanim medijima! Vrijedilo bi doista i ovoj temi straha od **političke emancipacije žena** posvetiti dužnu pažnju, jer upravo to je ono što feminizam kod nas čini tako strašno neprihvatljivim za dominantnu muškocentričnu kulturu: politička emancipacija žena ulijeva stvarni strah u kosti balkanskim muškarcima, a ne slika obrazovane, emancipirane žene (ona ipak i dalje može sasvim lijepo podržavati važeću normu muškosti i primjereno igrati ulogu supruge i majke!).

Kako je u fokusu ove publikacije propitivanje uloga rodni stereotipa u medijskoj konstrukciji socijalne stvarnosti, u svim predstavljenim tekstovima radi se o kritičkoj analizi povezanosti stereotipnih predstavljanja, koja fiksiraju konvencionalne pretpostavke ili koncepcije socijalnog angažmana pojedinki/-aca, odnosno povezanost stereotipizacije sa nasiljem, nejednakopravnošću i diskriminacijom. No, treba imati u vidu da ono što je zahvaćeno našim analizama predstavlja samo dio slike rekonstruirane iz važećih regionalnih konfiguracija rodni razlika, kulture i medijskog

³ Indikativan je, primjerice, tekst Midhata Riđanovića, koji će u daljnjem tekstu biti analiziran.

predstavljanja. Ovi odnosi medijske politike predstavljanja, ideologije, moći i njihovih sociokulturnih pretpostavki u istraživanju Mediacentra Sarajevo identificirani su kao važan aspekt tranzicijskog diskursa:

"U toku proteklih 15 godina, čitavu jugoistočnu Evropu - naročito bivše jugoslovenske republike - obilježile su burne političke, ekonomske i kulturne transformacije. Promjene u ovim društvima odlikovali su ratovi, postkonfliktne krize, prijelaz iz socijalističke u tržišnu ekonomiju, a odnedavno i izazovi priključenja Evropskoj uniji. U toku ovog perioda, političku su transformaciju pratili interes i potreba za ponovnim definiranjem kulturnih i nacionalnih vrijednosti. (...) Naprimjer, u Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj i Srbiji (...)rodna pitanja su stavljana u stranu, dok je nacionalna i međunarodna pažnja bila usredotočena na značaj etničke, regionalne i religijske jednakosti. Pitanja predstavljanja žena, kao pitanja njihovog položaja u društvu, morala su čekati dok su rješavana pitanja koja se tiču nacija. U ratovima vođenim na teritoriji bivše Jugoslavije u toku proteklih decenija, rodni identiteti i rodne uloge su na ekstremno način polarizirani, i to tako što su muškarci percipirani kao ratnici, a žene kao majke i žrtve, time doprinoseći jačanju tradicionalnih odnosa moći, društvenih i kulturalnih uloga i normi."⁴

Polazeći, dakle, od ovoga kruga problema, Mediacentar Sarajevo je u projektu *Rodni stereotipi u medijima: predstavljanje žena u štampanim medijima u jugoistočnoj Evropi* proveo opsežno istraživanje, pri čemu se fokusirao na stereotipiziranje rodni uloga, načine medijskog portretiranja žena, te metode i strategije diskriminacije. Početna je pretpostavka projekta, kao i drugih sličnih projekata u svijetu, bila da mediji ne samo odražavaju, već i proizvode i osnažuju hegemonijska kulturalna vjerovanja o rodnim ulogama, što snažno utječe na ukupan društveni relacijski kontekst. Pod "*društvenim relacijskim kontekstom*" podrazumijeva

⁴ Isanović, Adla: "Medijski diskurs kao muški domen: predstavljanje roda u dnevnim novinama u Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj i Srbiji", objavljeno u ovom zborniku.

se uključivanje svake situacije u kojoj pojedinke/-ci definiraju sebe u relacijama prema drugima u cilju djelatnog uključivanja u razvojne društvene procese. Unutar ukupnog društvenog relacijskoga konteksta rodne predrasude igraju fundamentalnu ulogu, a, kako to pokazuju brojne studije i istraživanja u svijetu, te naše istraživanje, fiksirane hegemonijske rodne hijerarhije stalno proizvode multiplicirane diskriminacijske prakse koje rodne režime uključuju u polivalentne relacije sa generacijskim, rasnim, etničkim, klasnim, religioznim antagonizmima, slabeći i ometajući stvarne demokratske procese.

Na ovom bih mjestu za trenutak zastavila čitateljsku pažnju na jednoj važnoj promjeni koju nam je donijela druga polovina 20. stoljeća u globalnom smislu. Ona se odnosi na poredak diskursa ljudskih prava, čiji specifičan segment čine izdvojena ženska ljudska prava (tzv. "pozitivna diskriminacija", motivirana upravo povijesnim, ali i suvremenim razlozima kao vid kompenzacije za dugotrajnu povijest isključivanja). Međunarodna konvencija o eliminiranju svih formi diskriminacije žena (The Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women - CEDAW, 1979, UN General Assembly) definira u preambuli i 30. paragrafa šta je to diskriminacija prema ženama i postavlja plan za nacionalnu akciju zemalja potpisnica u cilju njezina ukidanja. Bosna i Hercegovina se priključila ovom planu akcije (kao i sve zemlje u regionu), te je ovaj dokument za državu obavezujući. U ovom je smislu Zakon o jednakopravnosti spolova u Bosni i Hercegovini, usvojen u Parlamentarnoj skupštini Bosne i Hercegovine (na sjednici Predstavničkog doma od 22. aprila 2003. godine i na sjednici Doma naroda od 21. maja 2003. godine, a objavljen u *Službenom glasniku BiH*, broj 16, od 16. juna 2003. godine), osigurao, reklo bi se, sve preduvjete da diskriminacija na osnovu spolnih/rodnih razlika i spolne orijentacije doista bude i eliminirana. Međutim, kao i u mnogim drugim oblastima društvenog života, samo prihvatanje obaveze poštivanja ljudskih prava, čak ne samo deklarativno ili ideologijski redefiniрано, već i zakonski normirano i u skladu sa međunarodnim konvencijama standardizirano, čini se, još zadugo neće biti dovoljno da diskriminirajuće/

isključivalačke prakse doista i konačno postanu stvar prošlosti. Naprotiv, izgledi da će diskriminacija, hegemonija, potiskivanje, ućutkivanje, simbolička anihilacija i nasilje ostati značajan, ako ne i najznačajniji aspekt globalizacije - svakim danom se čine sve veći! Za naš kontekst važno je, međutim, najprije odgovoriti na pitanje kako stereotipi, predrasude i diskriminacija medijski funkcioniraju i kakve to posljedice proizvodi za društvo, kulturu i najbliže kulturno okruženje.

U javnom životu i u medijima problem o kojem je riječ imenuje se kao "implementacija zakona", što je eufemizam iza kojeg je nužno prepoznati i dekonstruirati hegemonijske relacije ideologije i institucionalne moći prema kulturno važećem rodnom režimu. Za perpetuiranje predrasuda o rodnim ulogama, retraditionalizaciju, konzervativizam i osnaživanje i širenje patrijarhalne ideologije, što će reći i za obesnaživanje demokratizacije i institucionalno reproduciranje hijerarhije diskursa unutar koje se diskurs ljudskih prava odjelotvoruje samo i jedino preko etničke, najvećim dijelom nacionalističke interpretacije, nije naime "krivo" nepoštivanje Zakona (jer ono i ne može biti "krivo", već jedino - kažnjivo) već povijesno konfigurirana nesumjerljivost tranzicijske logike i logike akumulacije demokratskih vrijednosti i principa koje diskurs ljudskih prava u biti konstituira⁵.

Istina, nije ovo jedini zakon u Bosni i Hercegovini koji se s teškoćama ili uopće nikako ne može implementirati, što na osobit način opet uključuje priču o *etničama* i "tranzicijskim kulturama" u preplitanju i uzajamno nerazmrsivom djelovanju lokalnih i globalnih procesa, ali je s njim u vezi čitav niz alarmirajućih simptoma: metastaziranje

⁵ To da je usprkos važećoj predrasudi o akumuliranim demokratskim vrijednostima i razvijenom diskursu ljudskih prava u zapadnim demokratijama 90-ih također došlo do pogoršanja u fer i nestereotipnom predstavljanju žena u medijima, kao i da enormno prošireno proučavanje uloge stereotipa u medijima, društvenom životu i psihologiji nije spriječilo sve eklatantnije primjere manipuliranja predrasadama masovne publike, činjenica je izvan fokusa ovog uvodnika, mada je ja lično nikako ne bih htjela potcijeniti.

svih mogućih diskriminirajućih praksi povezanih sa osama moći kao što su spol/rod, rasa, nacija, klasa ili generacija, zatim faktička nevidljivost žena u politici i javnom životu, porast nasilja u porodici, zabrana školovanja ženskoj djeci, diskriminacija u školama po svim osnovama... Većina ovih simptoma, a to će čitatelji/-ce moći prepoznati u tekstovima predstavljenim u ovom zborniku, ne tiče se jedino bosanskohercegovačkoga konteksta, već je dio društvene stvarnosti i u ostalim zemljama regije, što autori/-ice uglavnom i interpretiraju kao tranzicijske simptome. Otuda je zanimljivo kako porast broja rodni istraživanja različite provenijencije u Bosni i Hercegovini i u čitavoj regiji (poput ovog našeg), kao i sam proces institucionalizacije kulture rodne jednakopravnosti (koji se u jeziku međunarodnih dokumenata označuje kao *gender mainstreaming* i veoma je jasno ovisan o manje-više prisilnim prihvatanjima evropskih standarda), može uopće predstavljati indeks promjena ukoliko se čini da su u većini ozbiljnih promišljanja baš u ovoj regiji već identificirani kulturni konteksti koji principijelno predstavljaju maskulinu ekonomiju, izrazito muškocentrični stil života i "balkanski muški ethos", zbog čega je, možda, i bilo nužno primijeniti politiku preimenovanja same regije u jugoistočnu Evropu i tako je izvući iz dominirajućeg narativa "krvi i tla".⁶

Kao što u svom tekstu "Medijski diskurs kao muški domen: Predstavljanje roda u dnevnim novinama u Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj i Srbiji" tvrdi Adla Isanović, ali i drugi/-e autori/ce zastupljeni/-e u ovom zborniku, mediji se mogu shvatiti i kao društvene tehnologije za proizvodnju roda i kao institucije moći koje u prikrivenoj sprezi sa vladajućim ideologijama dnevno fabriciraju efektivne matrice za njihovu

⁶ O "balkanizmu" kao muškocentričnom diskursu najprije je pisala Marija Todorova (*Imagining the Balkans*, Oxford University Press, 1997), a danas je to već prihvaćena tema mnogobrojnih konferencija, studija i zbornika. Godine 2002. je u Londonu na UCL-u, primjerice, održana i konferencija pod naslovom *Balkan Masculinities Conference*, a broj tekstova posvećenih ovoj problematici svakodnevno se uvećava.

legitimizaciju i održavanje *statusa quo*. Stereotipizacija i petrificiranje s njima povezanih predrasuda je, u tom procesu relacioniranja predstavljanja društvene stvarnosti, ideologije i moći, strategija koja najdirektnije i najučinkovitije postiže gotovo totalnu suspenziju alternativnih modusa socijalnog života. Ono što je paradoksalno kod medijske proizvodnje i korištenja stereotipa i eksplicitnog i/ili implicitnog širenja predrasuda, najprije se odnosi na diskurs same novinarske profesije, koja svoj autoritet, kao što je dobro poznato, uspostavlja na "objektivnom" informiranju i kodeksu "podjednakog tretmana svih osoba eliminacijom svih oblika diskriminacije"⁷. Drugi je paradoks što se čini da je novinarska profesija, osobito u zemljama u tranziciji, u velikom stepenu feminizirana, pa tako ispada da su za stereotipno predstavljanje žena u medijima velikim dijelom krive i same žene. Ali ne treba zaboraviti da je novinarstvo najstarija medijska profesija i da osnivački mitovi i vještine koje donose novinarsku slavu uglavnom afirmiraju patrijarhalnu kulturu muškosti, te u objašnjenju tog fenomena ni u kom slučaju ne mogu biti zanemarena dva faktora - socijalizacija žena i njihova edukacija. Žene su u novinarstvo ušle teško i napredovale sporo. Tek su proširene mogućnosti obrazovanja doprinijele feminizaciji zanimanja, ali je struktura medijskog vlasništva također u igri kada želimo razumjeti sve ove komplicirane procese i međuovisnosti.

Patrijarhalna isključivost podloga je svih drugih isključivosti koje se famijaliziraju i prenose kao norme. Stereotipi i predrasude, osim što su oruđa isključivačkih hegemonijskih praksi, ujedno se zasnivaju na kognitivnim obrascima koji nam omogućuju najlakše i najbrže prepoznavanje stvarnosti. I upravo zato teško se prepoznaje koliko mogu biti opasni kada se uzme zdravo za gotovo da proces simplificiranih kategorizacija jeste i samodovoljan način spoznaje. Stereotipi su pojednostavljene i generalizirane mentalne slike ili stavovi koji iskrivljavaju naše

⁷ Korni, Daniel (1999) *Etika informisanja*. Beograd: Clio. Cit. prema tekstu Sarnavke Sanje i Kunac Suzane "Interpretacija novinskih interpretacija jednog ubojstva" iz ovog zbornika.

predstave o stvarnosti. Oni su otporni na promjene, zato što smo skloni da "štedimo" svoje spoznajne kapacitete i najkraćim putem "prepoznamo" osobe i pojave. Za umjetnost se, recimo, vjeruje da je važan oblik otpora klišeima i stereotipima, jer ona našu percepciju ne "olakšava", već "otežava". Analogno tome, umjesto da pribjegavajući stereotipima, stvarnosti pristupamo mehanički i nekritički, moguće je pribjeći iznalaženju različitih tehnika prepoznavanja osobito onih suptilnijih formi predrasuda i stereotipa i, nadati se je, njihovoj konačnoj redukciji.

Razmislimo li tako na osnovu povijesti samog pojma "stereotipiziranje" o ulozi medija u re-produkciji predrasuda i stereotipa, pa tako i diskriminacije, moguće je učiniti nešto slično kao i poznati poglavica iz Californije, koji je 1973. godine sa svim insignijama indijanskog poglavice, sletio u Rim i proglasio Italiju svojom na osnovu "prava na otkriće". *New York Times* je ovaj događaj okarakterizirao kao bizarni ispad, ali je tako samo potcrtao poglavičino stajalište: ako je Columbus imao pravo otkriti zemlju koju su inače već stoljećima naseljavali drugi ljudi, onda to isto pravo ima i on u odnosu na Italiju. Dakle, pojam "stereotipa" prvi put je upotrijebio francuski štampar Didot 1798. godine referirajući na štamparsku pločicu koja u procesu štampe omogućuje reprodukciju, dok je novinar Lipmann 1923. godine povezo sam proces štamparske reprodukcije sa reprodukcijom stvarnosti, pa tako i pojam stereotipa sa "priručnim mentalnim slikama". Suvremena istraživanja stereotipa, predrasuda i diskriminirajućih praksi u medijima na ovaj način danas kao da zatvaraju jednu zanimljivu i poučnu priču: od razvoja štampe kao značajnog saveznika ideje demokratije do opasnog svođenja štampanih medija na sušti materijalni oslonac za nesmetanu cirkulaciju "priručnih mentalnih slika", od nastanka pojma, njegove metaforičke redefinicije do medijske (zlo)upotrebe.

Na ovaj način, priča koju vam pripovijedaju ovdje predstavljena istraživanja ustvari apelira na "otkriće" druge perspektive rašrenih tehnika medijskog stereotipnog predstavljanja žena, seksizma i mizoginijske kulture: iz te se perspektive dâ raspoznati kako je mit o "slobodi govora", koji mediji zdušno podržavaju, samo dio igre u kojoj

se "društvo diskursa", kako bi rekao Michel Foucault, brani od nezakonitih upada i narušavanja važećeg poretka. Govoreći u terminima Bourdieuove sociologije, kritička dekonstrukcija socijalnog polja stvorenog diskursom "tranzitologije" omogućuje da i medije u tranziciji propitamo kao istodobne proizvođače, transmitere i reflektore ideoloških matrica konstitutivnih za date kulture. Moramo se, naime, upitati šta to omogućuje sudjelovanje i suučesništvo medija u tekućim društvenim borbama i sporovima, te gdje i kada se izgubilo povjerenje u romantični narativ o medijima kao čuvarima demokratskih vrijednosti i "zrcalima stvarnosti"? Medijsko predstavljanje i interpretacija zbilje odvija se u određenom društvenom prostoru i historizira se unutar znakovitih mijena onoga što se podrazumijeva kao trenutno **važuća sfera javnosti**. Stoga priča o medijskim efektima stereotipnog predstavljanja, o predrasudama i diskriminaciji treba biti ispričovijedana s obzirom na tu i takvu sferu javnosti, na konkretne relacije medijskog diskursa. Moći i svakodnevnog života.

Odnosi moći, prema Foucaultu,⁸ prožimaju sve sfere društvenog života i produktivna su sila koja ne podrazumijeva samo represiju, već i proizvodnju društvenih subjekata. Odnosi moći, prema ovom autoru, stvaraju režime vidljivosti i iskazivosti, odnosno omogućuju da pod tačno određenim povijesnim okolnostima nešto može biti viđeno i rečeno, pa tako i uključeno u znanstvena proučavanja. Ako prihvatimo Foucaultov opis diskursa kao odmah stavljenog pod kontrolu, selekcioniranog, organiziranog i redistribuiranog na osnovu određenog broja procedura, genealogija medijskog diskursa pokazuje da je samo naša retrospektivna iluzija da on svoj utjecaj ima zahvaliti izborenom statusu kontrolora svih drugih "službenih diskursa". Naprotiv, tzv. "sloboda štampe" plaćena je upornim i sve drastičnijim sužavanjima individualizirajućeg prostora intelektualnog djelovanja u korist profesionalno normativne "objektivnosti", koja, paradoksalno, ne

podrazumijeva i nikad i nije podrazumijevala automatsku inkluzivnost svih građana i građanki kao relevantnih izvora informacija ili aktera/-ki medijskih događaja.

Prema suvremenim propitivanjima diskursa norme (Ewald, Foucault, Mascheray, Butler), normu treba shvatiti kao oblik djelovanja koji kroz ritualna ponavljanja pridaje stvarnost dok se i sama konstituira. Tako i norma "objektivnog informiranja" svoju magičnu djelotvornost ne stječe neposrednom primjenom pravila "istinitosti", već ritualnim ponavljanjem propisanih procedura izbora onoga što će važiti kao vijest. Mediji izvještavaju na osnovu zadatog strukturalnog okvira: kriterija novosti, važeće hijerarhije kredibiliteta, novinarske rutine i dominantnih kulturnih presupozicija. I upravo takva novinarska doxa principijelno podrazumijeva simplifikacije i generalizacije, dakle, svjesno ili nesvjesno korištenje stereotipa i manipulaciju predrasudama karakterističnim za datu kulturu.

Kako mnogi sociolozi i psiholozi tvrde, stereotipi nisu štetni sami po sebi, jer su rezultat kognitivnog procesa simplifikacije i generalizacije, koji ne možemo sasvim odbaciti kao način racionalnog pristupa kompliciranoj stvarnosti. Oni su štetni zato što su povezani sa predrasudama (pristrasno i najčešće pogrešno vrednovanje osoba ili društvenih grupa, koje se generalizira u stav, unaprijed i neutemeljeno usvojen kao "istinita" tvrdnja o tome kakva je ta osoba ili društvena grupa) i diskriminacijom (praksom razlikovanja, isključivanja i osporavanja prava jedne grupe na račun druge). Kada se jednom prihvate i otvore razgovori o rodnim stereotipima, i sve druge društvene različitosti lakše mogu biti prepoznate, a onda i prihvaćene. U tom smislu ovaj je zbornik strukturiran kao komparativni pristup analizi rodnih stereotipa u regionalnoj štampi s obzirom na ideologijsku pozadinu njihova manifestnog sadržaja. Kao što će se čitateljice i čitatelji moći uvjeriti, analize su se zasnivale kako na kvantitativnim tako i na kvalitativnim rodnim istraživanjima izabranih korpusa dnevne štampe, ali su autori/-ice kombinirali/-le i druga korisna konceptualna oruđa (feminističke kritike, diskursivne analize, teorije moći, kulturalnih, etničkih i medijskih studija) kako bi što bolje osvijetlili/-le lokalne i historijske kontekste koji

uokviruju ideologijsko značenje sadržaja u kojem se stereotipne rodne uloge (re)produciraju.

Ako je naš rodni identitet definiran jezikom i kulturom kojima pripadamo, onda se može reći da je nečiji karakter, identitet i postojanje određeno pričom u kojoj živi. Iz ovog se može zaključiti da ako želimo promijeniti društvene odnose, moramo najprije promijeniti priče koje nas identificiraju. U kontekstu ovog istraživanja i tekstova pod znakovitim naslovom *Stereotyping*, te priča koje su tako ispričovijedane da shvatamo kako nas one trenutačno konstituiraju, najprije tako što pojednostavljuju i reduciraju i naše identitete i kapacitete pripovjedljivosti naših kulturnih konteksta, izgleda da se medijsko portretiranje žena tematski uspostavlja barem u tri interpretativna okvira: u kontekstu u kojem je istraživanje inicirano i u kojem se ovaj zbornik objavljuje, u regionalnom kontekstu, te kontekstu koji bi se prema suvremenoj teoriji globalizacije mogao imenovati kao glokalizacija.

Lokalni kontekst: "Dok pedeset hojrata premlaćuje svoje žene..."⁹

U sarajevskom dnevnom listu *Oslobođenje*, u subotnjem podlistku "Pogledi" (22. 07. 2006, str. 15), objavljen je tekst prof. Midhata Riđanovića pod naslovom "Svi normalni Bosanci govore najljepši jezik na svijetu", sa nadnaslovom "Jezik i žene: Iz ugla muškog lingviste". U podnaslovu su izdvojene dvije autorove rečenice koje očigledno treba shvatiti kao ključne za motrište koje iznosi "muški lingvista" u datom

⁹ Ovaj je podnaslov ustvari urednički naslov antrefilea - izdvojene poente teksta Midhata Riđanovića, o kome je dalje riječ. Prema *Školskom rječniku bosanskog jezika* Dževada Jahića, *hojrat* je riječ grčkog porijekla i znači prostak, neotesanac (Sarajevo, 1999: 259).

tekstu: "Ali, ha stanu pred kameru, zaborave jezik koji su naučili od matere (tj. maternji) i počnu govoriti nekim 'senzitivnim'. Naročito mi je krivo na moje kolegice feministkinje - što će to njima, nisu ni ružne ni glupe da se povode za političarima." Iz teksta ćemo vidjeti da je prva rečenica aludirala na "Bosance", inače "normalne" govornike "najljepšeg jezika na svijetu", ukoliko nisu političari i sve dok "ne stanu pred kameru", dok je druga izdvojila feministkinje kao osobite zastupnice "senzitivnog jezika", od kojih je jedna prethodno bila "ulovljena" kako pred kamerom izjavljuje: "Mi se borimo za džender senzibilni jezik".

Tekst je opremljen i fotografijom koja prikazuje skup djevojaka na nekom javnom prostoru koje se povezuju ili su "zavezane" konopcem. Fotografija u odnosu na poziciju ("pogled") "muškog lingviste", sudeći prema naslovu, predstavlja suprotnu "feminističku poziciju".

Naime, tekst ispod fotografije "tvrdi" da ona predstavlja "feministkinje" koje izvode "nepravdu i u jeziku", što upućuje na uredničku intervenciju i zajedno sa nadnaslovnim markiranjem "iz ugla muškog lingviste" omogućuje da kritički nastrojen/-a čitatelj/-ica čitajući sam tekst ne izgubi sasvim iz vida značenje ove druge, orodene pozicije razumijevanja koncepta "rodno senzibilnog jezika". Iako je nejasno odakle je preuzeta fotografija i šta ona doista predstavlja, nagovoreni tekstom ispod fotografije, možemo je "čitati" kao feminističku izvedbu načina na koji se na "jezičkoj sceni" provodi simboličko zarobljavanje ženskih tijela. Retorika fotografije ("nijemo zavezivanje konopcem") i retoričke bravure "muškog lingviste", sve odreda mobilizirane u samom tekstu kako bi jasno predstavile i uvjerile čitateljstvo bilo muškog, bilo ženskog ili, da citiramo diskriminirajući i nekorektni izraz autora, "šućmurastog" spola, da feministkinje samo "mlate praznu slamu", u direktnoj su opreci, te ostaje nejasno da li je riječ o subverzivnoj uredničkoj intervenciji ili o učinku proizvedenom na subliminalnoj razini. Nasuprot toj nejasnoći, uobičajena novinarska rutina ostaje potpuno prepoznatljivom kod primjene postupka tekstualnog isticanja: tekst je dvostruko

poentiran - autorski i urednički - tako što je Riđanovićev apel feministkinjama izdvojen u antrefile i naslovljen retorički efektnim početkom zaključne autorove rečenice:

"Zato, drage kolegice feministkinje, okanite se dugih, jalovih i nestručnih rasprava o nepravdi našeg jezika prema ženama, a sjetite se da, dok vi mlatite praznu slamu, bar pedeset hojrata samo u Sarajevu premlaćuje svoje žene na mrtvo ime!"

Dilema da li je fotografijom urednica/-nik svjesno i neočekivano intervenirala/-o u diskurs iznošenja "muških pogleda" višestruko je zanimljiva. Najprije zato što nam omogućuje spekuliranje o mogućoj "tihoj" subverziji autoritarne pozicije eksperta ("muškog lingviste"), a zatim i stoga što iznošenje jedne takve dileme uopće ne bi bilo umjesno za neki drugi kulturni kontekst, osobito onaj zapadnjački, nedotaknut kontroverzama tranzicijskih društava.

Međutim, "domaća" javna scena, na kojoj su status, etnička svijest, nacionalizam i maskulinitet u veoma čvrstoj i tako reći samorazumljivoj sprezi (u smislu da te relacije uopće i ne podliježu bilo kakvim propitivanjima, niti u važećem ideologijskom režimu i odnosima moći bilo tko brine o simboličkoj legitimizaciji normi i vrijednosti), karakteristična je po tome što je ono "drugo" - feminino, etnički nejasno kodirano, "spolno šućmurasto", naprosto svedeno na najelementarnije i najopćenitije stereotipe, aktivirane postkonfliktnim stalnim podgrijavanjem straha od drugog i drugačijeg. E, u takvom kontekstu, makar kako bila "nategnuta" dilema da li je uvođenje jedne subverzivne fotografije osviješten ili neosviješten čin od ključne je važnosti, jer omogućuje da razmislimo ne samo o mogućnostima korištenja transformativnih potencijala imaginativnih projekata (kao što je to prikazani feministički performans ili projekti koji promoviraju orođene politike kao što je ovaj zbornik), već i da medijsku poslovnu ideologiju izložimo kritici sa stanovišta njezina prokockanog sna o kreativnoj imaginaciji novinara/-ki i urednika/-ica.

Zašto bi urednički uvodnik za zbornik tekstova posvećenih istraživanju rodnih stereotipa u štampanim medijima u jugoistočnoj Evropi mogao početi upravo analizom ovog konkretnog teksta? Može se pretpostaviti da projekt Mediacentra Sarajevo nije kao svoju polaznu pretpostavku imao "mlaćenje prazne slame" (niti feminističke niti neke druge). Također, istina je da spomenuti tekst ne pripada analiziranom korpusu stoga što se pojavio nakon što je proces monitoringa već bio završen i rezultati kvantitativne analize već bili sumirani. I sasma je sigurno da smo u istraživačkom procesu prikupili dovoljno materijala na osnovu kojeg bi uvodnik mogao biti strukturiran po svim standardnim uzusima, tj. s obzirom na teorijski okvir samog istraživanja, koji je ekvivalentan sličnim projektima u svijetu i podrazumijeva propitivanje stereotipa u terminima: a) postavljanja problema, b) objašnjenja metodologije koja je korištena, c) pitanja koje je istraživanje otvorilo i d) zaključnih razmatranja. Međutim, upravo je "upad slučaja" kakvo je pojavljivanje ovakvog teksta signifikantan za kontekst u kome je istraživanje obavljeno i omogućuje proširivanje i obogaćivanje samog teorijsko-metodološkog okvira u krajnje preciznom smislu: ovakav se tekst može razumjeti kao scena koja važeće konfiguracije rodnog režima - kulturnoga konteksta - relacije moći i ideologije u Bosni i Hercegovini uspostavlja tako reći na uzoran način. Drugačije rečeno, kao da je ovaj tekst naprosto izveo na scenu samu problematiku našeg istraživanja, njezin značaj za promišljanje uloge medija u perpetuiranju društvenih predrasuda i stereotipa, relaciju medijskog predstavljanja prema društvenom kontekstu i (ne)svjesnom suučesništvu u diskriminaciji i hegemonijskoj kulturnoj matrici.

Pozicioniranost je čitavog istraživačkog tima, kako nas je već naučila diskurzivna analiza, također dio problematike koja se istražuje, tako da smo u tom pogledu na dobitku ako imamo priliku analizu jednog teksta, koji se najdirektnije odnosi na predstavljanje žena u medijima i uz to razigrava čitavu suptilnu igru sa statusom, autoritetom, rodnim razlikama, jezikom, diskursom i aktiviranjem

stereotipa, uposliti u izgradnji teorijske matrice nužne za razumijevanje kako rodnih razlika u tranzicijskim društvima, tako i medijske kulture tih društava koja na specifičan način istodobno re-reproducira društvene odnose i simboličke vrijednosti i sama ih proizvodi kao vlastite efekte.

Ako se, dakle, vratimo "normalnim Bosancima" i kontroverzi "senzibilnog jezika", kojima operira tekst Midhata Riđanovića, i zavirimo iza njegova nadnaslova (jezik, žene i muški lingvisti), vjerujem da će biti donekle moguće prepoznati nešto od šire kontekstualne pozadine na kojoj se uređuju odnosi znanja, moći, seksualnosti, predstavljenosti, reprezentativnosti, jezika i iskazivosti (sve sami ključni aspekti koji uopće uključuju priču o predrasudama i stereotipima i njihovim rodnim režimima). Ono što je osobito zanimljivo u ovom tekstu odnosi se na autorov način osporavanja i same mogućnosti nekakvog "rodno senzibilnog jezika", ali tako da raznolikim retoričkim manevrima stvar bude predstavljena kao oporba "zvučnom zidu riječi" kao što su tuđice (implementacija, involviranje, edukacija, transparentnost, rekonstrukcija...), kojima se političari odvajaju od svojih slušatelja, a sada im se pridružuju i feministice koristeći se doslovno prevedenom engleskom sintagmom *gender sensitive language*. Autor ulaže mnogo truda da intimno oslovljavanje (feministice naziva "moje kolegice" - sic! - "krivo mu je na njih" što se povode za političarima), kao i vlastiti kobajagi "profeministički stav"¹⁰ upotrijebi kao jedno od sredstava za maskiranje mizoginog sadržaja same poruke. Sažimajući, ta poruka se svodi na to da među tim apstraktnim feministicama, ne može čak biti niti pretpostavljeno

¹⁰ "Zašto sam feministica? Između ostalog i zato što sam čvrsto uvjeren da žene (u prosjeku) nisu samo ljepše od muškaraca, već i bolje od nas u skoro svemu osim u mišićnoj masi i agresivnosti. Žene donose život na svijet, uz malu saradnju muškaraca (ta 'saradnja' se može danas držati u frižideru pa bi se ljudski rod mogao divno nastaviti bez muškaraca, ali nikako bez žena!)."

postojanje neke eventualne lingvistice koja bi mogla nešto znati o prirodi jezika, te da one, s obzirom na znanje koje im je generalno uskraćeno, predlažući usvajanje norme korištenja rodno senzibilnog jezika samo "mlate praznu slamu". Dakle, znanje treba lijepo prepustiti muškim ekspertima, a neka se one naprosto bave "hojratima koji premlaćuju svoje žene"!

Prema istraživanju Grupe za ženska ljudska prava B.aB.e¹¹ žene u Hrvatskoj, Srbiji i Federaciji Bosne i Hercegovine (ove posljednje osobito) veoma značajnim izvorom informiranja smatraju interpersonalnu komunikaciju (razgovori s porodicom, prijateljima, na poslu). U tom smislu, neću se libiti da ovdje iznesem podatak dobijen upravo iz razgovora sa prijateljicama i kolegama/-icama: ovaj je tekst naišao na značajno odobravanje "javnosti". Zašto? Ako ostavimo po strani tipično bosanske formacije autoriteta, odgovor je: prije svega zbog načina na koji su mnogobrojni stereotipi aktivirani, tako da nije lako prepoznati retorički rad teksta na neutralizaciji mogućih efekata emancipacije i otpora. Tekst vrvi stereotipima, ali su oni većinom aktivirani preko suprotnih tvrdnji poput onoga da feministkinje "nisu ni ružne ni glupe", mada da su "malo mućnule svojom lijepom glavicom, dotične bi vidjele da se predsjednik i direktor ne moraju odnositi samo na muškarce, jer imaju još jedno značenje, a to je 'predsjednik/direktor' kao klasa ljudi bez obzira na spol". Iako će profesor na veoma popularan način objasniti De Saussurevu postavku o arbitrarnoj vezi

¹¹ Kunac, Suzana; Sarnavka, Sanja (2006) *Nevinost bez zaštite: "ženska" percepcija medijskih sadržaja*. Zagreb. U Federaciji Bosne i Hercegovine čak 43% ispitanica razmjenjuje mišljenje sa porodicom, a 39% sa prijateljima/-icama (u Hrvatskoj su ti procenti 26% i 23%, a u Srbiji 34% i 27%). Ovo nisu nevažni podaci za društveni relacijski kontekst u cjelini, jer činjenica da interpersonalna komunikacija i dalje zauzima tako važno mjesto duboko se tiče odnosa globalnih i lokalnih procesa u kulturama o kojima je riječ.

između označitelja i označenog ("Da li vam riječ *konj* 'liči' na ono što označava?"), on neće smatrati svojom profesorskom dužnošću da "neuke" čitateljice obavijesti i o suvremenoj kritičkoj diskurzivnoj analizi i kritičkim studijama jezika, koje (djelimice se oslanjajući i na tezu o proizvoljnosti jezičkog znaka) jezik, diskurs, ideologiju i moć smatraju povezanim i ključnim za razumijevanje društvenih odnosa. Međutim, ono što mi ipak znamo jest da je jezik jedno od najvažnijih mjesta moći, da je sav prožet ideologijom, kao što je to i autorov tekst: stereotipi, seksizam, paternalizam, lažno prijateljski ton upotrijebljen da se prikrije personalna diskriminacija i mizoginija, sve je to u službi "najljepšeg jezika na svijetu", "normalnog", narodnog (autor ističe dragulje poput "Ma ne mere se ovo više durati"), koji se uči "od matere", dakle, ne od lingvista, već se tako reći "posiše s majčnim mlijekom" pa ga ne valja kvariti ničim tuđim (primjerice engleskim, mada smo, valjda, "hojrate" već davno prisvojili kao svoje rođene!).

Sociokognitivna istraživanja rodni stereotipa¹² pokazuju da je veza između stereotipizacije i ideologije objašnjiva težnjom da se održi *status quo*. Ali više od toga, tekst koji analiziramo omogućuje nam da osvijestimo na koje se sve načine mogu reaktivirati stereotipi i kako se mora voditi računa ne samo o najeklatantnijim već i o suptilnijim formama seksizma. Ovakvi tekstovi predstavljaju moderni ambivalentni oblik seksizma, seksizma u "somotnim rukavicama" (Jackman), koji se sastoji od dviju komponenata: benevolentnog seksizma, koji počiva na zaštitničkom paternalizmu, i šovinizma, koji uključuje negativne emocije i stavove u odnosu na žene. Daleko od toga da je benevolentni

¹² Npr.: Conway, M.; Pizzamiglio, M. T.; Mount, L. (1996) "Status, communality and agency: Implications for stereotypes of gender and other groups". U: *Journals of Personality and Social Psychology*. 71: 25-38; Jackman, M. R. (1994) *The velvet glove: Paternalism and conflict in gender, class, and gender realtions*. Berkeley: University of California Press.

seksizam manje opasan: on je upravo onaj oblik koji je samim ženama najlakše usvojiti, jer se čini da pozitivno podržava "ženske" vrijednosti, a ne predrasude. A čini se da benevolentni seksizam značajno participira u normativnim kulturnim vrijednostima etnija u Bosni i Hercegovini, ali i u našem regionalnom okruženju. Negativni stereotipi se onda, logično, lakše pripisuju ženama iz druge etničke grupe.

Ovo je, dakle, relacijski kontekst u kojem se nacionalno i njegova sociokulturalno uspostavljena strukturalna ograničenja, ograničenja koja se tiču djelatne namjere samog projekta istraživanja rodni stereotipa, susreću: naime, postavlja se pitanje kome je namijenjeno naše istraživanje, tko bi se mogao okoristiti njegovim zaključcima i koliki je rizik da umjesto otpora hegemonijskim praksama proizvedemo samo još jaču konzervativnu protureakciju? Nije naodmet prisjetiti se da ograničenja nisu samo problem, već i izazov za kritičku refleksiju, pa jednim dijelom valja promisliti o njihovoj relaciji prema raznoliko artikuliranim otporima i reakcijama iz sociokulturalnog okruženja (manje ili više formuliranim u konzervativnom, reakcionarnom ili patronalističkom diskursu). S druge strane, u okvirima kritičke refleksije o samoj analitičkoj metodologiji i riziku da se metod i analitička tehnika koji obećavaju "objektivan opis" i sami neprimjetno preobrate u konstrukciju ovisnu o predrasudama i ideologijskoj poziciji istraživača/-ice također treba voditi računa. Ono što se može naučiti iz tekstova predstavljenih u ovom zborniku najvjerojatnije je i paradoksalna činjenica da stereotipiziranje podjednako olakšava našu spoznaju kao što i nepodnošljivo otežava naše djelotvorno uključivanje u društveni život i, osobito, u građanske prakse za koje pretpostavljamo da pripadaju konvertibilnom pojmu demokratije. Otuda i naslov ovoga uvodnika, čija je tendencija da, poput poznatog Kunderina romana, retorički uspostavi scenu škripca u koji rodni stereotipi i predrasude podjednako "uvaljuju" i muškarce i žene, pa i sve ostale koji/-e se nastoje održati izvan ove magistralne podjele i njezine determinističke sile.

Regionalni kontekst: (de)konstrukcija grupnih identiteta & 'mainstreamed' gender issues¹³

Kao što je to svojevremeno ustvrdio P. Bois, regiju ne čini prostor već vrijeme i povijest. U ovom zborniku svaki tekst za sebe istražuje različite aspekte stereotipiziranog portretiranja "žena"¹⁴ u štampanim medijima s obzirom na konkretne nacionalne kontekste, ali ono što ih objedinjava je regionalna smještenost (jugoistočna Evropa). Kako je kulturno i političko značenje studiranja stereotipnog predstavljanja žena u medijima uglavnom povezano sa tekućim promišljanjem

¹³ Koncept "gender mainstreaming-a" razvile su UN i nacionalne vlade potpisnice međunarodnih dokumenata o eliminaciji svih oblika diskriminacije žena. Ovaj proces institucionalne izgradnje rodne jednakopravnosti u državama članicama UN definiraju kao: "proces procjene implikacija na žene i muškarce svake planirane radnje, u što spadaju i zakoni, politike i programi, u svim oblastima i na svim nivoima. To je strategija kojom se interesi i iskustva žena, kao i muškaraca, postavljaju kao integralna dimenzija prilikom izrade, realizacije, praćenja i procjene politika i programa u svim političkim, ekonomskim i društvenim sferama, da bi one podjednako koristile i ženama i muškarcima i da ne bi došlo do produžavanja nejednakosti. Krajni cilj je postizanje rodne ravnopravnosti.." (UNRISD, Gender Mainstreaming: A Study of Efforts by the UNDP, the World Bank and the ILO to Institutional Gender Issues, dostupno na: www.undp.org/gender.) Ovdje namjerno ostavljam engleski termin, jer se preko ovog našeg i drugih sličnih projekata u regiji, pa i šire i dalje, ne može (a možda i ne treba do kraja) ukinuti dilema koju je Stanimir Panayotov definirao kao pitanje: "Može li se odnos između roda i spolnosti prevesti na uvjete istočne Europe?" (Panayotov, S. "Rodna paradigma kao manjak lokalnog objekta". U: *Žene i politika: Seksualnost između lokalnog i globalnog*. Zagreb: Ženska infoteka. 2004. Str. 11-24).

¹⁴ Doista je već vrijeme da ovu imenicu - žena - počnemo stavljati pod navodnike, ako već toliki broj studija i empirijskih istraživanja pokazuje opravdanost prihvatanja koncepta medijskog "simboličkog poništavanja" žena (Grebner, G.)!

problema rodne jednakopravnosti¹⁵ kao internacionalnog programa razvijanja humanih resursa, regionalna komponenta u taj program rodne politike unosi nove prijepore i ambivalentnosti. Ali umjesto da našu temu odmah povežemo sa diskursom balkanizma, koji je već spomenut u početku ovoga uvodnika, možda bismo mogli naš projekt najprije kontekstualizirati razmišljanjima Katarine Kolozove o pozitivnim ulaganjima u novi politički projekt - konstrukciju jugoistočne Evrope ("ponovnog rađanja Evrope na balkanskoj teritoriji"):

"Ovaj veliki projekat (geo/istorijsko-političkog menjanja imena) predstavlja ujedno i poziv na sjedinjavanje balkanskih identiteta u jedan - ali ne obavezno unitarni, odnosno, jednoobrazni identitet, identitet regiona koji će se zvati Jugoistočna Evropa. Koncept 'ne-generičkog' jedinstva Done Heravej (Haraway), sadržan u ujedinjujućem imenu (njenog post-humanog, ne-generičkog) 'čovečanstva', predstavlja teoretsku pozadinu za moje proklamovanje nade u dobre izgledе ove prilike koja nam je data, naime, da se svi povinujemo jednom i opštem identitetu (za koji je predloženo ime Jugoistočna Evropa). Prema tome, ono što je ovde dovedeno u pitanje nije ideja ujedinjavanja pod jednim identitetom (što je ugrađeno u koncept globalizacije), već ime koje ovaj identitet treba da nosi, odnosno, ono što on treba da bude."¹⁶

¹⁵ Infrastrukturnom osnovom rodne jednakopravnosti smatraju se: rodne politike koje partikularno razvija svaka organizacija; tehničko osposobljavanje subjekata u institucijama na način da se osigura ravnopravno učešće žena; razvijanje gender treninga i kreiranje oruđa za rodne senzibilizacije; politike osiguravanja uvjeta da žene mogu na odgovarajući način postići balans između karijere i porodičnog života; povećanje broja žena na odgovornim i menadžerskim pozicijama; proširenje resursa za ženske programe i sl.

¹⁶ Kolozova, Katarina (2003) "Identitet (jedinstva) u izgradnji: o smrti "Balkana" i rođenju "Jugoistočne Evrope". U: *Balkan kao metafora: Između globalizacije i fragmentacije*. Beograd: Beogradski krug. Str. 295-306.

Kao što Kolozova¹⁷ u citiranom tekstu dalje navodi, međunarodna deklarirana politika stabilizacije i rekonstrukcije regiona poziv je na regionalnu suradnju, na faktičku konstrukciju regionalnog identiteta. Osim političkog investiranja u suradnju, lično smatram da ovakvi projekti kao što je naš, kao i rodne studije u cjelini, doista mogu biti shvaćeni kao napor da se ulaganjem u ženske kapacitete djelatnih ovlasti (*agency*) redefiniraju i transformiraju važeće etničke politike stalne proizvodnje neprijatelja. Regije su (slično "ženi"), kako ističe Pierre Bourdieu, "mentalne slike", odnosno, objekti proizvedeni kao "činovi opažanja i uvažavanja, spoznaje i prepoznavanja, u koje djelatnici unose svoje interese i svoje pretpostavke".¹⁸ Prema tome, ako teorijski okvir za naše analize podrazumijeva izbor rodnih stereotipa kao konceptualnog okvira za opažanje, prepoznavanje i razumijevanje problematike efekata medijske proizvodnje društvene realnosti na socijalnu interakciju i odnose moći u zemljama jugoistočne Evrope, regionalni aspekt podrazumijeva ne samo znanstvenu suradnju na takvom jednom projektu, već ima ambicije i da otvori mogućnosti za potencijalna prestrukturiranja vladajuće (kako unutarnje tako i

¹⁷ Kolozova u svom tekstu piše o materijalizacijama politike dodjeljivanja imena i, suprotstavljajući se totalnom osporavanju "balkanskog Subjekta", odnosno "egzekuciji imena", nudi kritiku simboličke re-evropeizacije regije (jugoistočna Evropa) u obliku klasičnog poluperifertjskog resentimenta: "Pogrešno je pretpostavljeno da 'Balkan' mora da umre kako bi se rodio ovaj novi identitet koji obećava svetliju budućnost, ne samo regionu već i čitavoj Evropi. To je bila nepravedna egzekucija, jer je regionalizam već odavno veliki 'balkanski' san, još od doba kada Evropa nije ni pomišljala na to. Umesto da se ostvaruje stari balkanski san, sada je to ostvarenje evropskog sna." (Ibid., 301) Upravo je taj "veliki balkanski san" ono što vas odmah počinje ozbiljno brinuti kada se bavite rodnim studijama. Svi meni poznati "veliki balkanski snovi" do sada su proizvodili samo ratove, ubijanja i ne samo simboličko poništavanje žena, već i njihovo zaziđivanje u temelje velikih građevina i masovna silovanja.

¹⁸ Bourdieu, Pierre (2005) *Language & Symbolic Power*. Cambridge: Polity Press. Str. 220.

izvanjske) percepcije regionalnog identiteta. Sasvim precizno rečeno, dijagnoza stepena rodne kulture u štampanim medijama trebala bi biti shvaćena kao *indeks demokratskih promjena*.

Nažalost, indicirani stepen razvoja rodne kulture u jugoistočnoj Evropi, prema pokazateljima, primjerima i analizama iz ovdje predstavljenih radova, usprkos promjenama u zakonskoj regulativi, prihvatanju međunarodnih konvencija i institucijskih promjena ne može dobiti prolaznu ocjenu. Ono što ukupna slika u ovoj publikaciji predočava veoma nedvosmisleno ukazuje na to da u zemljama regije medijski diskurs, zrcaleći sve društvene kontroverze tranzicije, kao jedan od ideoloških državnih aparata¹⁹ učestvuje u reprodukciji veoma retrogradnih patrijarhalnih ideoloških matrica. Projekte kao naš, pak, možemo shvatiti kao pokušaj da se propita u kojoj je mjeri moguće kritičku refleksiju staviti dalje u službu potkopavanja *common sensea*, kako u smislu njegove mizogine matrice²⁰, tako i u smislu uvjerenja da su mediji tek "zrcala društva" a ne i aktivni proizvođači netolerancije, diskriminacije i predrasuda.

S obzirom na ulogu rodnih predrasuda u strukturama društvene moći, koje sada moramo jasno imenovati kao *etnijske* (Bourdieu smatra da suvremene debate o regionalizmu i, u širem smislu, o "etničkim grupama" i "etnicitetu", pod ovim posljednjim pojmovima krije moderni eufemizam za "rasu"²¹), istraživanja sakupljena

¹⁹ L. Althusser određuje ideološke državne aparate kao one koji, nasuprot represivnim aparatima, ne djeluju silom već interpelacijom. Ideologija se tu shvaća kao nužna za predstavljanje značenja preko kojeg možemo iskusiti zbilju. Interpelacijom postajemo subjekti, odnosno ideologija nas preko jezika i slika uspostavlja kao subjekte.

²⁰ Up. Blagojević, M. (ur.) (2002, 2005) Mapiranje mizoginije u Srbiji: diskursi i prakse. I i II. Beograd: ARŽIN.

²¹ Korisno je držati na umu da u internacionalnim koordinatama studij stereotipa u najvećoj mogućoj mjeri insistira na problematici rodni i rasni stereotipa, te da nisu uvijek potrebne društveno-historijske velike krize, pa da njihova aktivizacija, i na individualno-psihološkom i na društvenom nivou, proizvede znakovite intersekcije rodni i rasni kodova i vektora moći.

u ovom zborniku koriste oruđa diskurzivne analize, a imaju zajedničku karakteristiku da svi odreda asociraju na određene konstruktivističke teorije društva. U smislu tako identificirane zajedničke osnove kritička diskurzivna analiza medijskih sadržaja bosanskohercegovačke, hrvatske, srpske, makedonske, bugarske i albanske štampe principijelno se objedinjuje na temelju četiri čitljive karakteristike: 1) sva su se istraživanja postavila kritički i subverzivno prema uvriježenim (uzetim zdravo za gotovo) opažanjima svijeta; 2) sve su autorice/-i uzele/-i u obzir historijski i kulturalni kontekst u kojem su se sakupljale činjenice i provodila interpretacija; 3) sve su autorice i autori držali da teorijsko znanje i razumijevanje analiziranih pojava (zastupljenost žena u medijskim sadržajima, načini njihova predstavljanja, stereotipizacija i predrasude, vrste štampanih medija i žanrovi, konkretni slučajevi) izričito treba povezati sa društvenim interakcijskim praksama u svakodnevnom životu i 4) sve/-i su se barem implicitno složile/-i da pogled na svijet koji nam nude mediji u korespondenciji sa datim obrascima društvene akcije, a u odnosu na potencijale na osnovu kojih bi mediji mogli podržati jednu drugačiju, istinski demokratsku komunikacijsku strukturu, generalno mora biti ocijenjen negativno.

Izbor, akcentiranje i predstavljanje društvene realnosti zemalja jugoistočne Evrope u medijskoj reprezentaciji podvrgnuti su u ovoj publikaciji kritičkoj analizi, i to polazeći od osnovne ideje da specifikacija utjecaja rodno stereotipiziranih kulturalnih vjerovanja unutar društvenog relacijskoga konteksta omogućuje prepoznavanje i sprečavanje negativnih efekata medijskog fiksiranja i petrifikacije ne samo rodnog portretiranja, već i ukupnog sistema etničkih vrijednosti i normi koje u svojim emblemima i stigmama prikazuju krajnje paradoksalnu igru manipulacije ženskom "nevidljivošću", s jedne, i pretjeranom "vidljivošću", s druge strane. Iako se ne podrazumijeva da je ovo specifičnost zemalja koje su bile uključene u ovaj projekt, već da slična istraživanja u razvijenim zemljama također pokazuju začuđujuću otpornost kulturalnih predrasuda i skoro isti stepen prisutnosti diskriminacijskih praksi (usprkos "milenijskim ciljevima" internacionalne

zajednice)²², iz ovdje uključenih studija moglo bi se zaključiti da, uz sve globalne tendencije, rigidni rodni režimi zemalja u tranziciji svoj dodatni imunitet stječu na osnovama prioriteta rada na samopotvrđivanju etničkih identiteta.

Tokom rada na ovom projektu, primjenjujući tehniku "pišućeg čitanja" i *close reading*-a na finalne verzije tekstova koje nastojim preporučiti čitateljskoj pažnji (kako je ona razvijena unutar kulturalnih studija), pokušala sam razmišljati o mogućnostima jednoga komparativno zamišljenog *supra teksta* u odnosu na interpretativne konstrukte kulturalno zasebnih društvenih relacijskih konteksta (u regiji). Kako su autorice/-i okupljene/-i u ovom zborniku (Adla Isanović, Danijela Majstorović i Vladimir Turjačanin - Bosna i Hercegovina, Madeline Danova - Bugarska, Ilda Londo - Albanija, Mima Simić, Sanja Sarnavka i Suzana Kunac - Hrvatska, Ivana Kronja - Srbija, Bobi Badarevski - Makedonija i Sanja Sarnavka i Suzana Kunac - Hrvatska) u svojim radovima predstavile/-i neobično kvalitetna i zanimljiva istraživanja i analize, moguće je, prema mom uvjerenju, iz njih izvesti jednu zajedničku (regionalnu) priču. Međutim, to nikako nije nekakav linearni narativ sa zatvorenim krajem. Naprotiv, riječ je o polifonoj pripovijesti otvorena kraja u kojoj se dramatizira prepoznavanje kulturalnih rodni predrasuda kao osnove na kojoj se proizvode stereotipne medijske slike, tako da se s druge strane u svakom trenutku otvaraju mogući novi sižejni tokovi u smjeru borbi i pregovaranja etničkih i regionalnih identiteta čiji se simbolički kapital nastoji akumulirati iz različitih konflikata oko klasifikacija i prava na moć da se vlada vjerovanjima ljudi.

²² Usporedimo li kvantitativne pokazatelje monitoringa dnevne štampe u različitim zemljama i u različito vrijeme sa onima iz ove publikacije, morat ćemo se složiti da su oni začuđujuće slični, bez obzira na stepen zaštite ljudskih prava u pojedinačnim državama. Ovo samo pokazuje da kvantitativne analize nisu nikad dovoljne i da tek kontekstualna i diskurzivna analiza sadržaja omogućuju razumijevanje ove kontroverze.

Ovakvo čitanje zahtijeva izvjesnu dramatizaciju poretka tekstova koji su pred nama. Tako tekst Adle Isanović "Medijski diskurs kao muški domen: Predstavljanje roda u dnevnim novinama u Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj i Srbiji", zasnovan na obimnom prethodnom istraživanju koji je proveo tim Mediacentra Sarajevo, izlažući principe i rezultate kvantitativne i kvalitativne analize veoma impresivnog uzorka (8.241 tekst iz 9 dnevnih novina: *Dnevni avaz*, *Oslobodenje*, *Glas Srpske* iz Bosne i Hercegovine, *Jutarnji list*, *Večernji list*, *Slobodna Dalmacija* iz Hrvatske, te *Politika*, *Večernje novosti*, *Blic* iz Srbije), inscenira za nas jedan primjeren uvod u kome se izbor regionalnog a ne nacionalnog okvira za analizu pravda uvjerenjem da je rod kategorija transnacionalna po svom obimu i da, usprkos različitim sociopolitičkim okolnostima, modusi i obrasci predstavljanja rodnih uloga i identiteta ostaju slični u sve tri zemlje. Kvantitativni pokazatelji i veoma dosljedno korištena okvirna matrica analize (komponirana od 6 kategorija - markera rodnog predstavljanja: prisutnost / odsutnost, teme, glasovi / izvori, profesija, fotografije, rodno (ne)senzitivni jezik) doista pokazuju odsustvo značajnih razlika u medijskom predstavljanju rodnih razlika, te jedino potvrđuju "nepodnošljivu lakoću" aktiviranja rodnih stereotipa bez obzira na različitosti kulturnih konteksta. Ovaj je zaključak izuzetno važno nanovo preispitati kroz raster tekstova koji slijede. Vidjet ćemo da ga moramo prihvatiti na nivou razumijevanja medija kao tehnologija za proizvodnju rodnosti, dok bi na nivou re-produkcije ideologije kulturnih razlika svaka od predstavljenih dnevnih novina pokazala znakovite i suptilne markere diferencijacije. Ovaj paradoks kvantitativnih analiza, o kojem su već mnoge/-i teoretičarke/-i pisale/-i, skoro da odgovara samoj figuri mišljenja (i političke dominacije) kakva je predstavljanje: ona istodobno uvijek mora zahvatiti, tako reći u jednom potezu, i univerzalno i partikularno u onome što je predstavljeno.

Međutim, da su stereotipi, predrasude i diskriminacija kulturalno uvjetovani i da "priručne mentalne slike" u različitim kontekstima ne koincidiraju sasvim sa svojim doslovnim značenjima, bit će nam jasno već iz sljedećeg priloga. Danijela Majstorović i Vladimir Turjačanin ("Predstavljanje žena u bosanskohercegovačkim dnevnim novinama: rodna i etnička podvojenost društva") će u svom istraživanju ponuditi

interpretaciju rodnih i etničkih podjela preko slika koje o njima nude *Dnevni avaz* i *Glas Srpske* (ove su novine, kako smo vidjeli, bile dio uzorka i u prethodnoj studiji, ali je sada u pitanju drugačiji okvir: izbor nije napravljen samo na osnovu tiraža, već prije svega na osnovu etničkog značaja ovih dviju novina). Ali ne treba misliti da nam u ovom smislu u najvećoj mogućoj mjeri suzdržano fokusirana interpretacija Adle Isanović i sama nije implicitno otvorila pitanje odnosa roda i etnija: medijska slika stereotipizacije žena koja nam se isporučuje "kao da" je etnički neobilježena jeste jedna od dimenzija lukavog rada stereotipizacije, te je veoma važno stalno na nju ukazivati kod argumentacije u borbi za novu komunikacijsku strukturu, bolje usklađenu sa ipak politički uvjerljivim idealom poštivanja ljudskih prava.

Oba bosanskohercegovačka priloga pokazuju da mediji isključuju žene kao aktivne akterke javnog života i isporučuju izrazito maskulini model političkog i društvenog djelovanja. Jedno od objašnjenja jest ukupna mizogina matrica društva kakva se detektira u diskursu balkanizma. Majstorović i Turjačanin zaključuju da etničke ideologije žene svode na veoma ograničen broj reprezentativnih figura - žrtva, majka, supruga, estradna zvijezda - što će se ponoviti i u drugim tekstovima. Ako se pažljivo pročitaju svi tekstovi, kao da je najsignifikativnija podjela ženskih portreta u čitavoj regiji prema razdjelnici "etnički idealne žene" / "žene iz show business-a". Jedne predstavljene kao simbolički garanti patrijarhalne etničke ideologije, druge kao garanti same muškosti. Ali s obje strane te podjele u medijima djeluje i izvjesna konfuzija oko prelaska na tržišnu ekonomiju i neprepoznavanje važnosti istraživanja tog istog tržišta, jer bi se moglo pokazati da "etnički svjesni muškarci", kako su Majstorović i Turjačanin nazvali ovaj preferirani model muškosti, nisu ili bar neće zauvijek biti dovoljno atraktivna figura za dobru prodaju novina.

Madeline Danova u tekstu "Žene u politici u bugarskim novinama: postfeminizam u posttotalitarnom društvu" našu priču usmjerava dalje prema sudaru dvaju ideoloških diskursa - nacionalizma i globalizacije - na primjeru dviju novina - *Truda* (prema mišljenju autorice ovaj list akcentira procese

globalizacije) i *Atake* (usmjerene na ekstremnu nacionalističku ideologiju). Ovaj tekst inscenira stereotipizaciju kao sredstvo koje dobro služi nacionalističkoj retorici, kao i igri s rodnim predstavljanjem, koja se odvija po pravilima "glokalnih"²³ fenomena kombiniranja ozbiljnog političkog sadržaja sa senzacionalizmom. Dok se u nacionalističkim novinama žene predstavljaju u običajenim stereotipnim rodnim ulogama, sa posebnim akcentom na političarke iz drugih etničkih grupa, bugarski *Trud* izgleda preferira postfeminističku politiku predstavljanja, pod kojom se ovdje podrazumijeva medijsko promoviranje privatnoga konzumerističkog životnog stila za žene, za koje mnoge recentne teoretičarke tvrde da je jedno od najpodmuklijih sredstava depolitizacije žena.

Ova je priča u neku ruku nastavljena u radu Ilde Londo pod naslovom "Karijera, ljepota i majčinstvo: Prikazivanje rodnih uloga u ženskim časopisima u Albaniji". Specijalizirani ženski magazini, kao što je albanska *Jeta*, u korespondenciji sa postojećim društvenim trendovima i kulturnim normama, uobičajeno mitologiziraju žensku ljepotu i porodični život i tako perpetuiraju stereotipe, propuštajući priliku da u svoju poslovnu ideologiju unesu više kreativnosti, a manje predrasuda o svojoj ženskoj publici.

Glokalizacija: komodifikacija naroda, trgovina ljudima, krimi hronike

"Muški diskurzivni stroj", koji izgleda uvjetuje i proizvodnju časopisa za žene, kao što i proizvodi žensko/ženstveno u njegovu kulturnom značenju, sigurno se ne

²³ U suvremenoj kulturnoj teoriji pojam glokalizacije istodobno označava prisvajanje globalnih fenomena i njihovu negaciju lokalizacijom.

može jednostavno rasklopiti i jednostavno ostaviti izvan pogona. Da bismo stvar razumjeli dokraja, nužno je razumjeti protuslovlja koja pokreću čitav taj složeni mehanizam uzajamnosti medijskih slika i društvenih realnosti. Mima Simić u tekstu "Seks i globalizacija ženskog tinejdžerstva: hrvatski i srpski *teen* časopisi novog doba" preusmjerava našu pažnju sa uloga tradicionalnih normi i vrijednosti zatvorenih nacionalno-etničkih identiteta na "naglo stupanje kapitalizma na scenu u bivšim republikama Jugoslavije devedesetih godina prošlog stoljeća". Ako je diskurs regionalizma performativan diskurs, koji svojom izvedbom legitimira i čini prepoznatljivim nove granice, prethodni su nam tekstovi pribavili djeliće *puzzla* za njihovo prepoznavanje: stereotipizacija rodnih uloga u medijima simptom je i indeks regionalne ideologijske pomutnje, koja odlikuje društva u tranziciji, njihove unutarnje i regionalne antagonizme. Medijska politika orođenog predstavljanja društvenog života providena je patrijarhalnom ideologijom i simbolički dopušta samo figure žrtve i majke kao vrijedne apsolutnog poštovanja. Čini se da u svim zemljama mediji pokazuju da je u uvjetima političkih, ekonomskih i kulturoloških turbulencija, kada se čini da su od ključne važnosti jedino nacionalne, etničke, religiozne i regionalne podjele, simbolička anihilacija žena i podgrijavanje ženomrzačke atmosfere nužan preduvjet artikulacije nacionalnog identiteta. Kao da bi u protivnom, ako ih se samo pusti da progovore i izađu u javnost sa svojim razlozima, žene mogle poremetiti sve odnose i dovesti u pitanje sva vjerovanja!? S druge strane, sve zemlje u regionu izložene su izazovu evropeizacije, a to znači da se ponekad na doista neobične načine hibridiziraju diskurs ljudskih prava i nacionalistički diskursi, te u regionalnom smislu diskurs balkanizma. I treće, zemlje jugoistočne Evrope izložene su, kao i sve druge, procesima globalizacije, a s prelaskom na tržišnu ekonomiju lokalni mediji upadaju u procijep između politika u sebi zatvorenih identiteta i uzaludnosti povratka tradicijskim zajednicama i njihovim vrijednostima, naprosto zato jer i one podliježu komodifikaciji i težnji kapitalizma da ovlada svim prostorima i uspostavi hegemoniju nad svim vrijednostima.

Konsekvence ovih globalizirajućih procesa također utječu na načine na koji mediji portretiraju žene. Nije samo riječ o sve većoj kurentnosti "mita ljepote" u medijskim sadržajima, već i o načinu na koji različiti mediji i medijski žanrovi socijaliziraju za nejednakopravnost. Mima Simić u svojoj analizi *teen* časopisa kao tipičnih fenomena potvrđene medijske proizvodnje veoma dobro primjećuje kako je transformacija iz socijalističkog u kapitalističko društvo osobito bolna za tinejdžerke, kojima su *teen* časopisi često jedini izvor informacija o seksualnosti i koji pod krinkom savjeta stručnjakinja provode tehnologiju orodavanja djevojaka prema važećoj patrijarhalnoj heteroseksualnoj matrici. I ovo je sigurno jedna od globalizacijskih pojava, jer je poznato da globalizacijski kapitalizam više nije obavežno povezan sa heteroseksualnim patrijarhatom, već veoma dobro u robu pretvara i postmoderne fluidne identitete (poput queer identiteta), za koje se mislilo da su učinkovit oblik otpora rigidnim politikama identiteta.

Međutim, nisu samo *teen* časopisi markeri potvrđenja komunikacijskih struktura u postsocijalističkom kontekstu. Mnoge autorice i autori u zemljama u tranziciji i u svijetu već su primijetile/-i da je jedna od karakterističnih pojava u regiji intenzivna tabloidizacija medija. Ova pojava svakako zaslužuje širu eksplikaciju i kritičku analizu, ali sa stanovišta rodnog portretiranja i pribjegavanja stereotipizaciji, tu se ne dešava ništa isuviše neočekivano. Ako je, prema suvremenim teorijama moći, odnos između zabrane i želje kružan, onda ne treba čuditi što tabloidizacija ozbiljne štampe donosi sa sobom pornografiju kao vid brzog zadovoljenja. Tabloidi kao signifikantan proizvod prodora kapitalizma na tržišta zemalja u tranziciji trebaju biti, dakle, propitani na fonu identitarnih etničkih politika koje ističu rodnu patrijarhalnu normu kao jedini mogući način ponašanja djevojaka i žena. Analiza Ivane Kronje ("Politika u porno ključu: Pornografsko predstavljanje žena u tabloidima u Srbiji i njena politička uloga") krajnje precizno povezuje politički i mizogini govor mržnje sa intenzivnom pornografizacijom srpskih tabloida. Kombiniranje političkih i pornografskih sadržaja na ideologijskom planu potvrđuje, s jedne strane, vrijednosti

i norme autoritarnog patrijarhata, a, s druge strane, indicira i samu globalizaciju: prihvatanje globalnog uvjerenja medijske industrije da samo seks dobro prodaje proizvode - u hibridizaciji sa radikalnim nacionalističkim političkim opcijama ono se logično odjelotvoruje kao šund, pornografija, mizoginija.

Posljednja dva teksta političkom "erosu" zemalja u tranziciji dodaju još jednu dimenziju: "crnu hroniku" i trgovinu ljudima. Bobi Badarevski analizira diskurzivnu realnost trgovine ženama i na izuzetno značajnoj temi današnjice nastoji pokazati paradokse stereotipizacije, koja podjednako pogađa i lokalnu i globalnu dimenziju problema:

"Sada možemo videti kako je moguće postaviti pitanje rodne stereotipizacije, posebno stereotipizacije žena u kontekstu medijske produkcije. Ukoliko stereotipizacija predstavlja sustavni dio ljudskih kognitivnih kapaciteta, i kao takvu je ne možemo izbeći, onda preostaje da procesiranje raspoloživih predstavljanja na relacijama moći shvatimo kao proces koji proizvodi nesimetrična predstavljanja referenata. Taj mehanizam redistribucije reprezentacije i stereotipizacije kao vrste spoznaje je paradoks: stereotipizaciju ne možemo izbeći, a stereotipi imaju negativne društvene implikacije. Taj paradoks manifestira se i u analizama stereotipa: iako je stereotipizacija nešto prirodno, ipak ne postoje 'prirodni' stereotipi zato što su oni označivačke reprezentacije pod određenom interpretacijom moći."

Stereotipizacija kao tehnologija društvene subordinacije u diskursu trgovine ženama djeluje, kako to pokazuje kritička analiza Badarevskog, višestruko - preko barem tri vektora moći: a) prvo preko prohibicijske perspektive unosi u diskurs trgovine ženama dvosmislenosti između prostitucije i trgovine ljudima; b) drugo, jezik međunarodnih kampanja zapadnjačke provenijencije dodaje ovoj perspektivi dimenziju prikrivene poruke u kojoj bogate države, prebacujući problem u tuđe dvorište (recimo, zemlje bivšeg istočnog bloka) i stereotipno portretirajući žrtve *trafficking*-a implicitno poručuju da siromašne žene Trećeg svijeta ne bi ni trebale

sanjati o boljem životu na Zapadu, te je najbolje što mogu učiniti - ostati kod kuće; tako se u ovaj diskurs upisuje feminizacija migracije; i c) u jeziku makedonske štampe (slično tome, i u drugim zemljama jugoistočne Evrope), preuzimanjem legalnog diskursa međunarodno definirane trgovine ljudima, dešava se sasma očekivana etnizacija kako žrtava tako i trgovaca ženama.

Posljednja analiza slučaja u kojem je žrtva ne žena već muškarac, u biti je izvrsna poenta za široki spektar tačno određenih feminizacija i maskulinizacija medija u tranziciji. Sanja Sarnavka i Suzana Kunac ("Interpretacija novinskih interpretacija jednog ubojstva") istražile su i interpretirale način na koji novine interpretiraju jedno nesvakidašnje ubojstvo (ubojstva su uvijek "nesvakidašnja" u našem shvaćanju, ali su slučajevi kada supruga ubije supruga daleko rjeđi nego obratno)! Ovo je sasma konkretna analiza kako funkcioniira novinski diskurs crnih hronika kada se njime manipulira. Prilog je značajan ne samo kao još konkretnije pronicanje u funkcioniranje medijskog diskursa u uvjetima koje su opisale, fragment po fragment, sve ostale naše kritičke analize rodnog diskursa u štampanim medijima, nego i kao raščlamba globalizacijskih procesa s obzirom na još jednu zanimljivu regionalnu pojavu - domaće tajkune. I ova figura maskuliniteta značajno je prilagođena domaćim uvjetima i prikazuje se kao *pater familias*, a osim ekonomske i poslovne moći, njom se ujedno reklamiraju najlokalnije vrijednosti porodičnosti i lokalnog ugleda.

Krug se tako zatvara: profesionalna norma "objektivnog informiranja" definitivno ostaje sumnjiva. Potiskivanju žena na margine društvenih zbivanja, medijska promocija isključivo muških autoriteta (ekskluzivno - političara, kriminalaca, domaćih tajkuna, tako da ponekad sadržaj štampe sugerira da je gotovo riječ o nekakvim mafijaškim biltenima), forsiranje patrijarhalne ideologije majčinstva, s jedne strane, te *bodysm*, pornografija i nasilje, sve to skupa daje dovoljno razloga da se otvori pitanje stvarne mogućnosti demokratskih promjena. Ovaj zbornik u tom smislu ima zadaću da pokuša pomoći da se razumije, objasni, ali i promijeni hegemonijska hijerarhija

rodnih režima i stvori podloga za promjene u programskoj i poslovnoj politici medija. Ali će za to trebati spremnost samih medija da iznova promisle svoju ulogu.

Postavljena dijagnoza medijske slike rodnih uloga i pripisivanje odgovornosti medijima za stvarane procese demokratizacije društva ujedno je javni poziv da zamislimo jednu drugačiju demokratsku strukturu javnoga komuniciranja i da svi zajedno pokušamo razmisliti kakvi su i kakvi bi mogli biti emancipacijski potencijali medija. Pri svemu ovome nije naodmet razmisliti i o tome koliki je i kakav udio razvijanja istinske medijske pismenosti u pokušaju da se mediji u svojoj poslovnoj ideologiji okrenu postavljenom idealu poštivanja ljudskih prava.

Bibliografija

Blagojević, Marina (ur.) (2002; 2005) *Mapiranje mizoginije u Srbiji: diskursi i prakse*. I i II. Beograd: ARŽIN.

Bourdieu, Pierre (2005) *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Polity Press. Str. 220.

Conway, M.; Pizzamiglio, M. T.; Mount, L. (1996) "Status, communality and agency: Implications for stereotypes of gender and other groups". U: *Journals of Personality and Social Psychology*. 71: 25-38.

Donna, Allen. (1974) "Six Point Communications Program for Restructuring the World's Communications System on the Basis of Democracy". Women's Institute for Freedom of the Press. Dostupno na: <http://www.wifp.org>, str. posjećena 25. 07. 2006.

Foucault, Michel (1994) *Volja za znanjem*. Zagreb: Nakladni zavod Globus.

Jackman, M. R. (1994) *The velvet glove: Paternalism and conflict in gender, class, and gender relations*. Berkeley: University of California Press.

Kolozova, K. (2003) "Identitet (jedinstva) u izgradnji: o smrti 'Balkana' i rođenju 'Jugoistočne Evrope' ". U: *Balkan kao metafora: Između globalizacije i fragmentacije*. Beograd: Beogradski krug. Str. 295-306.

Korni, Daniel (1999) *Etika informisanja*. Beograd: Clio.

Kunac, Suzana; Sarnavka, Sanja (2006) *Nevinost bez zaštite: "ženska" percepcija medijskih sadržaja*. Zagreb.

Panayotv, S. (2004) "Rodna paradigma kao manjak lokalnog objekta". U: *Žene i politika: Seksualnost između lokalnog i globalnog*. Zagreb: Ženska infoteka. Str. 11-24.

Pejtmen, Kerol (2001) *Polni ugovor*. Beograd: Feministička 94.

Todorova, Marina (1997) *Imagining the Balkans*. Oxford: Oxford University Press.

UNRISD, Gender Mainstreaming: A Study of Efforts by the UNDP, the World Bank and the ILO to Institutional Gender Issues. Dostupno na: www.undp.org/gender

MEDIJSKI DISKURS KAO MUŠKI DOMEN:
PREDSTAVLJANJE RODA U DNEVNIM NOVINAMA U
BOSNI I HERCEGOVINI, HRVATSKOJ I SRBIJI

Apstrakt

Mediji se mogu posmatrati kao "(društvene) tehnologije roda", koje, kako kaže Liesbet van Zoonen, predstavljaju "centralna mjesta na kojima se dešavaju diskurzivna pregovaranja oko roda."¹ Odabir regionalnog a ne nacionalnog okvira za ovo istraživanje medijskog diskursa o rodu vođeno je vjerovanjem da je rod po svom obimu transnacionalan, da su modusi i obrasci predstavljanja koji se upotrebljavaju u ove tri države slični, te da, uprkos različitim sociopolitičkim okolnostima, ne postoje značajnije razlike u njihovim medijskim diskursima o rodu. U ovom istraživanju pokušavaju se analizirati (ne)sličnosti, rodna (ne)osjetljivost, stari ili novi načini rodnog predstavljanja u dnevnim novinama u Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj i Srbiji, da li svaki od njih pruža uravnotežen prikaz raznolikih života žena i njihovog doprinosa današnjim dinamičnim društvima, kao i politike predstavljanja koje utječu na odluke o učvršćivanju ili osporavanju stereotipne slike žena i rodnih uloga. Ovaj rad pokušava odgovoriti na sljedeća pitanja: Na koji način se rodne poruke kodiraju u dnevnim novinama u ove tri države? Kakva se stereotipna i alternativna značenja roda i rodnog predstavljanja mogu naći u ovim tekstovima?

Ključne riječi:

medijski diskurs o rodu, dnevne novine, analiza sadržaja, predstavljanje, raznolikost rodnih uloga, žene, marginalizacija, ušutkivanje

¹ Van Zoonen, Liesbet (2002) "A 'New' Paradigm?". U: McQuail, Denis (ur.) *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*. SAGE Publications. Str. 57.

Uvod

U toku proteklih 15 godina, čitavu jugoistočnu Evropu - naročito bivše jugoslovenske republike - obilježile su burne političke, ekonomske i kulturne transformacije. Promjene u ovim društvima odlikovali su ratovi, postkonfliktne krize, prijelaz iz socijalističke u tržišnu ekonomiju, a odnedavno i izazovi priključenja Evropskoj uniji. U toku ovog perioda, političku su transformaciju pratili interes i potreba za ponovnim definiranjem kulturnih i nacionalnih vrijednosti. Kako primjećuje politička teoretičarka Vlasta Jalušić², ono što je zajedničko za zemlje centralne i istočne Evrope jeste "*odsutnost teme roda i rodne politike iz teorija transformacije*". Naprimjer, u Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj i Srbiji (trima državama u središtu našeg istraživanja), rodna pitanja su stavljana u stranu, dok je nacionalna i međunarodna pažnja bila usredotočena na značaj etničke, regionalne i religijske jednakosti.³ Pitanja predstavljanja žena, kao pitanja njihovog položaja u društvu, morala su čekati dok su

² Jalušić, Vlasta (1998) "Gender and Political Transformation in Central and Eastern Europe" (Rod i politička transformacija u centralnoj i istočnoj Evropi). U: *Losers of the 'Wende' winners of the EU: participation of women: chances and effects of the transformation process*. Beč. Str. 1.

³ Vidjeti, naprimjer, Bosanskohercegovački izvještaj za CEDAW; izvor: Bakšić-Muftić, Jasna, Cooperation with Global Rights "Social context for the enjoyment of women's human rights in B&H" (Saradnja na globalnim pravima "Društveni kontekst uživanja ljudskih prava žena u Bosni i Hercegovini"). U: *NGO's Shadow Report On The Implementation of CEDAW And Women's Human Rights In Bosnia and Herzegovina Presented to the UN CEDAW Committee* (Izvještaj iz sjene NVO-a o provođenju CEDAW-a i ljudskim pravima žena u Bosni i Hercegovini predstavljen Komitetu CEDAW UN-a). Global Rights Partners for Justice. 2004. Str. 64.

rješavana pitanja koja se tiču nacija.⁴ U ratovima vođenim na teritoriji bivše Jugoslavije u toku proteklih decenija, rodni identiteti i rodne uloge su na ekstremno način polarizirani, i to tako što su muškarci percipirani kao ratnici, a žene kao majke i žrtve, time doprinoseći jačanju tradicionalnih odnosa moći, društvenih i kulturalnih uloga i normi.

U vrijeme velikih prevrata, kao u poslijeratnim društvima u tranziciji u Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj i Srbiji, slabljenje statusa žena se nastavlja:

"Zaista, iskustva drugih zemalja u tranziciji pokazuju da proces ekonomske transformacije zemlje, uključujući i prelazak na tržišnu ekonomiju, gotovo uvijek za posljedicu ima pogoršanje društvenog položaja žena, te porast diskriminacije žena općenito. Upravo se to dešava ženama u BiH danas".⁵

U bivšoj socijalističkoj Jugoslaviji, od 1945. do 1990. godine, emancipacija žena se posmatrala unutar općeg socijalističkog okvira kao dio emancipacije radničke klase. Mnoga ekonomska i društvena prava žena posmatrana su u kontekstu njihovog radnog statusa.⁶

⁴ Naprimjer, "Rodna dimenzija sukoba u Bosni i Hercegovini i različit uticaj sukoba na žene i muškarce nisu predstavljali prioritet i stoga nisu bili dio političke analize, niti konačnog mirovnog sporazuma. To su ozbiljne prilike koje su propuštene da se ponovo pozabavi rodnom nejednakostima i da se osigura održivi ljudski razvoj." Mnoga su pitanja i dalje neriješena: silovanje kao ratni zločin, žene i porast nasilja u toku i nakon rata, prava izbjeglica (od kojih su većina žene, stariji i djeca), prava žena i problemi vezani uz imovinu i povratak, te trgovina ženama. U: Lithander, Anna (ur) (2000) *Engendering the Peace Process: A Gender Perspective to Dayton - and Beyond*. Kvina Till Kvinna Foundation. Str. 26.

⁵ *Izveštaj u sjeni: O implementaciji CEDAW konvencije i ženskim ljudskim pravima u Bosni i Hercegovini prezentiran Komitetu CEDAW UN-a* (NGO's Shadow Report: On The Implementation of CEDAW And Women's Human Rights In Bosnia and Herzegovina Presented to the UN CEDAW Committee). Global Rights Partners for Justice. 2004. Str. 11.

⁶ Vidjeti više na ovu temu u: Lithander, Anna (ur.) (2000) *Entering the Peace: A Gender Perspective to Dayton - and Beyond*. Kvina Till Kvinna Foundation. Str. 17-18. Također vidjeti: *Policy Frames and Implementation Problems: The Case of Gender Mainstreaming* (State of Art and Mapping of Competencies in Slovenia). Ljubljana: MAGEEQ, Mirovni institut. 2003. Str. 5. <http://www.mageeq.net/docs/slovenia.pdf>, posljednja posjeta ostvarena u julu 2006. godine.

U Bosni i Hercegovini, naprimjer, žene su napravile značajan napredak (70-ih godina prošlog vijeka postotak predstavnica u vlastima povećao se na 30%, žene su činile samo 40% nezaposlenih, imale su slobodu da planiraju porodicu itd). Kako potvrđuju različite studije⁷, prvi slobodni izbori 1990. godine u bivšoj Jugoslaviji na vlast su doveli nacionalističke političke partije sa konzervativnim politikama i snažnim utjecajem religije, koje su zagovarale tradicionalne patrijarhalne vrijednosti, prema kojima je ženino mjesto "u kući". To je bilo odmah vidljivo u smanjenju broja predstavnica u vlastima (sa 24% u 1986. godini taj procenat je 1990. pao na 3%). Pojedine feministkinje su u ovome prepoznale stvaranje nove uloge i zadatka za žene: "preporoditi nacije kroz majčinstvo".⁸

Dakle, uprkos ubrzanomj 'demokratizaciji' i jačanju 'civilnog društva' u regionu u protekloj deceniji i po, žene su i dalje nedovoljno zastupljene u parlamentima a nema ih ni u organima gdje se donose odluke, kao ni na rukovodećim položajima. Kao u mnogim postkonfliktnim društvima, strategije političke, društvene i ekonomske rekonstrukcije postale su domen muškaraca.

Tradicionalna polarizacija rodnih uloga i identiteta ojačana je još uvijek dominantnim rodnim stereotipima, koji se odražavaju i u medijima. Namjera je ove

⁷ Lithander, Anna (ur.) (2000) *Engendering the Peace Process: A Gender Perspective to Dayton - and Beyond*. Kvina Till Kvinna Foundation. Str. 18.

⁸ Cynthia, Cockburn (1998) U: "The Space between Us". Citirano u: Lithander, Anna (ur.) (2000) *Engendering the Peace Process: A Gender Perspective to Dayton - and Beyond*. Kvina Till Kvinna Foundation. Str. 18.

Za više informacija o medijskom diskursu i proizvodnji slavjenog majčinstva u Hrvatskoj, o konceptima "majke hraniteljice", "majke zemlje" itd. vidjeti također: Trejić, Esma (2002) *Representation of Croatian Women in the Media*. RUS Workshop, Centre for Russian and East European Studies. Na: <http://www.media-diversity.org/resource%20categories/gender%20and%20sexuality.htm>, posljednja posjeta ostvarena u julu 2006. godine.

Određeni podaci u srbijanskom kontekstu mogu se naći u: Minić, Danica (2004) "Nacija i pol u patriotskom spotu BK televizije". U: *Genero* (specijalno izdanje, Milivojević, Snježana (ur.), "Žene i mediji"). Beograd: Centar za ženske studije.

studije pokušati napraviti sistematsku analizu i opis preovladavajućih načina predstavljanja i konstrukcije rodnih identiteta, uloga i njihovih odnosa u dnevnim novinama u Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj i Srbiji.⁹ Drugim riječima, željeli smo odrediti dominantne modele, mehanizme i strategije medijskog predstavljanja i konstrukcije roda u ove tri zemlje. Pored toga, cilj je bio istražiti eventualne sličnosti i razlike u predstavljanju roda u dnevnim novinama u tri zemlje.

U Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj i Srbiji, sveobuhvatni istraživački projekti o rodnom i medijskim pitanjima su rijetki, iako ima nekoliko izuzetaka.¹⁰ Generalno, nedostaju sistematska istraživanja analize sadržaja - uspjeli smo identificirati samo nekoliko u toku priprema za ovu studiju. Upravo nas je ovaj opći nedostatak sistematskih i sveobuhvatnih istraživanja o predstavljanju roda u medijima u ovim društvima, naročito u Bosni i Hercegovini, naveo da provedemo ovu studiju, s nadom da ćemo bar djelimično popuniti postojeću prazninu.¹¹

Ovo također znači da je naše istraživanje isključivo deskriptivno po svojoj prirodi i cilju i da niti pokušavamo niti imamo ambiciju donijeti bilo kakve zaključke o uzrocima i eventualnim posljedicama određenih modusa predstavljanja roda u analiziranim novinama. U ovoj ranoj fazi razvoja medijskih i rodih studija u regiji,

⁹ Za informacije o općoj medijskoj slici ove tri države vidjeti: *Media Sustainability Index*. IREX, 2005; *Media Landscape of South East Europe*. ACCESS-Sofia Foundation, 2003; Malović, Stjepan; Vilović, Gordana (2004) "Tabloidisation Conquers Quality Press". U: Spassov, Orlin (ur.) *Quality Press in South East Europe*. Sofija. Str. 93-107; Matić, Jovanka (2004) "Problems facing Quality Press Development in Serbia". U: Spassov, Orlin (ur.) *Quality Press in South East Europe*. Sofija. Str. 254-276.

¹⁰ Naprimjer, nevladina organizacija B.a.b.e. iz Zagreba koordinira (od 2004. godine) regionalni projekat "EQWIVA", regionalnu akciju za podjednaku vidljivost, čiji je cilj stvaranje profesionalnog rodno osjetljivog medijskog okruženja (u Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj, Srbiji i Crnoj Gori).

¹¹ Za Bosnu i Hercegovinu jedino smo pronašli sljedeće izvještaje: *Gender jednakost i ravnopravnost u BiH*. Gender centri Vlada FBiH i RS, IBHI-BiH, 2002, i *Monitoring printanih medija u BiH (Zastupljenost i predstavljanje žena u medijima)*. Udruženje BH novinari, juli 2005.

vjerujemo da je vrijedno truda ponuditi sistematski uvid u prirodu medijskih sadržaja u odnosu na prikazivanje roda. Prepuštamo budućim istraživanjima da se fokusiraju na odnose, uzroke i posljedice i nadamo se da će u tim istraživačkim projektima ova studija biti od koristi.

Zašto mediji i zašto rod?

Rodni i medijski aktivisti i aktivistkinje širom svijeta već dugo se bave monitoringom medijskog prikazivanja žena i pronalaženjem strategija za hvatanje ukoštac sa rodnom stereotipizacijom u medijima. Obje ove grupe slažu se da su dominantne predodžbe o rodu (kao i o rasi, etnicitetu i drugim faktorima diferencijacije među ljudima) snažno ovisne o medijima, jer je proces predstavljanja u osnovi samih medija. Prilikom predstavljanja tema, događaja, situacija, osoba i grupa, mediji im pripisuju određeno značenje. U procesu predstavljanja, stereotipizacija (bilo da je zasnovana na rodu, rasi ili etnicitetu) je pokušaj fiksiranja "preferiranog" značenja. Iako imaju potencijalno značajnu ulogu u osporavanju fiksiranih značenja, mediji češće predstavljaju dio problema nego njegovo rješenje.

Rod kao kategorija je društveno konstruiran, što implicira da kreacija rodnog diskursa nije završena, niti fiksirana, već predstavlja proces, i to proces u kojem mediji igraju važnu ulogu. Polazište ove analize nije pretpostavka medijskog iskrivljenja stvarnosti, što podrazumijeva medijsko iskrivljenje ili "stvarnog" roda ili "stvarnog" značenja roda¹² koje postoji "tamo negdje", i to zato što je prihvaćeno da je rod

¹² Van Zoonen, Liesbet (2002) "A 'New' Paradigm?". U: McQuail, Denis (ur.) *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*. SAGE Publications. Str. 51.

društveno konstruiran. Ne prihvata se reflektivni pristup, u kojem jezik funkcionira kao ogledalo, reflektirajući stvarno značenje koje već postoji u svijetu. Također, ne usvaja se ni intencionalni pristup, koji se zasniva na pretpostavci da govornik, autor ili subjekat nameće svoje jedinstveno značenje svijeta kroz jezik, riječima koje se svojim značenjem usklađuju sa intencijom autora. Umjesto toga, prihvata se konstruktivistički pristup i priznaje društveni karakter jezika, koji djeluje kao reprezentacijski sistem, centralan za procese kojima se proizvodi značenje¹³ i koji, kao takav, nudi preferirano čitanje ili značenje. U tekućoj konstrukciji rodnog diskursa, mediji se mogu posmatrati kao "*društvene tehnologije roda*"¹⁴, koje, kako kaže Liesbet van Zoonen, predstavljaju "*centralna mjesta na kojima se dešavaju diskurzivna pregovaranja oko roda*."¹⁵

Fairclough, naprimjer, postavlja tri područja analize medijskih tekstova radi razumijevanja odnosa između komunikacijskih procesa i sociokulturnih okruženja - *reprezentacije, identiteti i odnosi* - koji se tiču sljedećeg:

1. *Kako je svijet (dogadjaji, odnosi itd.) predstavljen?*
2. *Kakvi su identiteti osigurani za učesnike u priči (izvještače, publiku, 'treće strane', koje se spominju ili intervjuiraju)?*
3. *Kakvi odnosi se postavljaju između učesnika (npr. odnos izvještač - publika, stručnjak - publika ili političar - publika)?*¹⁶

Stoga nije važno samo kako mediji predstavljaju svijet, već i kakve identitete, kulturne vrijednosti i društvene odnose uspostavljaju. Faircloughova pretpostavka jest

13 Vidjeti Hall, Stuart (1997) "Representation, Meaning and Language". U: Hall, Stuart (ur.) *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications. Str. 15-29.

14 Van Zoonen, Liesbet (2002) "A 'New' Paradigm?". U: McQuail, Denis (ur.) *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*. SAGE Publications. Str. 57.

15 Van Zoonen, Liesbet (2002) "A 'New' Paradigm?". U: McQuail, Denis (ur.) *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*. SAGE Publications. Str. 57.

16 Fairclough, Norman (1995) *Media Discourse*. London - New York - Sydney - Auckland: Arnold. Str. 5.

da je svaki tekst multifunkcionalan i da istovremeno i predstavlja i postavlja identitete i odnose: "*Upotreba jezika - svaki tekst - uvijek je istovremeno sastavni dio (1) društvenih identiteta, (2) društvenih odnosa, (3) sistema znanja i vjerovanja (od kojih svaki korespondira sa identitetima, odnosima i predstavljajima)*".¹⁷

Prateći ovaj tok misli, želimo vidjeti kakva su "preferirana" značenja "kodirana" u analiziranim medijskim tekstovima. Utjecajni kulturološki teoretičar Stuart Hall tvrdi da "*kodiranje ima efekat konstruiranja određenih granica i parametara u okviru kojih djeluje dekodiranje*"¹⁸ i kao takvo nudi preferirano čitanje ili značenje. Željeli smo vidjeti šta je moguće "pročitati" iz načina i oblika predstavljanja roda u novinama u Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj i Srbiji, te kakvi identiteti, odnosi i vjerovanja se pripisuju rodu, tj. kakav je okvir za konstruiranje rodnih identiteta, odnosa i vjerovanja koji se koristi u medijima kao društvenim tehnologijama roda. Drugim riječima, cilj ove studije jest da se opišu rezultati i uvjeti pod kojima se "*diskurzivna pregovaranja o rodu*"¹⁹, kao što je prethodno definirano, odvijaju u medijima.

¹⁷ Fairclough, Norman (1995) *Media Discourse*. London - New York - Sydney - Auckland: Arnold. Str. 55.

¹⁸ Hall S., Hobson D., Lowe A., Willis P. (ur.) (1980) *Culture, Media, Language*. London: Hutchison. Str. 135.

¹⁹ Van Zonen, Liesbet (2002) "A 'New' Paradigm?". U: *McQuail, Denis (ur.) McQuail's Reader in Mass Communication Theory*. SAGE Publications. Str. 57.

Metodologija

Kako bismo analizirali karakteristike predstavljačkih modela i obrazaca koji se koriste u prikazivanjima roda u ove tri države, odlučili smo provesti kvantitativnu analizu sadržaja dnevnih novina iz Bosne i Hercegovine, Hrvatske i Srbije. Kriteriji za odabir novina bili su broj čitalaca i zemlja porijekla. Odabrano je i praćeno devet dnevnih novina, po tri iz svake zemlje: (1) *Dnevni avaz*, (2) *Oslobođenje*, (3) *Glas Srpske* (Bosna i Hercegovina), (4) *Jutarnji list*, (5) *Večernji list*, (6) *Slobodna Dalmacija* (Hrvatska), te (7) *Politika*, (8) *Večernje novosti* i (9) *Blic* (Srbija).²⁰

Korišten je stratificirani sistematski uzorak. Istraživanjem je obuhvaćeno 29 izdanja svake novine, u periodu od dva mjeseca²¹ (svaki drugi broj), što čini ukupno 261 izdanje. U okviru svakog praćenog broja odabrana je prva stranica svake od sedam (7) redovnih rubrika: (1) 'Tekući događaji / politika', (2) 'Svijet', (3) 'Ekonomija i biznis', (4) 'Crna hronika', (5) 'Zabava', (6) 'Kultura i umjetnost' i (7) 'Sport'. To znači da je u svakom izdanju uzorkom obuhvaćeno sedam (7) unutrašnjih stranica novina. Pored toga, analizirana je naslovna stranica svakog

²⁰ Spomenuti analizirani mediji iz Srbije i Hrvatske dostupni su u Bosni i Hercegovini, gdje je provedeno istraživanje. Neki od ovih medija su zasebna izdanja za Bosnu i Hercegovinu (ili za međunarodno tržište).

²¹ Od 13. februara do 11. aprila 2006. godine.

odabranog broja. Praćeno je ukupno osam (8) stranica u svakom odabranom izdanju.²²

Jedinica analize je tekst/članak. Svi tekstovi na odabranim stranicama koji obuhvataju muške ili ženske subjekte (kao subjekte ili objekte priče ili kao izvore informacija) su kodirani. Ukupno je kodiran 8.241 tekst sa unutrašnjih strana, plus 1.444 teksta (uključujući najave) sa naslovnih stranica. Uključene su i fotografije koje prate kodirane tekstove. Svi listovi za kodiranje su zatim obrađeni u softveru Statistical Package for Social Scientists (SPSS). Kodiranje su obavila tri iskusna koder/koderke koji su završili nekoliko treninga i pripremnih vježbi vezanih za proces kodiranja.²³ Koderke/koderi i novine su kontinuirano rotirani tokom čitavog procesa kodiranja da bi se izbjegle sistematske greške.

Prije samog početka monitoringa, provjerene su sposobnosti i pouzdanost koder/koderki. Njihove su sposobnosti analizirane ocjenjivanjem omjera između kodiranja ispravnih odgovora troje ocjenjivača/ocjenjivačica i ukupnog broja kodiranih odluka. Koeficijent tačnosti ovog omjera bio je 93,15% za svih 37 varijabli na uzorku od 32 teksta. Dodatna mjerenja saglasnosti, radi određivanja koeficijenta pouzdanosti koder/koderki, primijenjena na listove za kodiranje

²² Pored naslovne stranice, u *Dnevnom avazu* su to: 'Aktuelno', 'Globus', 'Biznis', 'Crna hronika', 'Show biz (ili Panorama)', 'Kult/art', 'Sport'; u *Oslobodenju*: 'Dogadaji', 'Svijet', 'Ekonomija', 'Crna hronika', 'Metropolis', 'Kultura', 'Sport'; u *Glasu Srpske*: 'Novosti', 'Svijet', 'Ekonomija', 'Crna hronika', 'Estrada', 'Kultura', 'Sport'; u *Večernjim novostima*: 'Politika', 'Svet', 'Ekonomija', 'Hronika', 'Spektakl', 'Kultura', 'Sport'; u *Politici*: 'Politika', 'Svet', 'Ekonomija i biznis', 'Hronika', 'Kultura' (2 stranice, jer nema zasebne rubrike o zabavi), 'Sport'; u *Blicu*: 'Politika', 'Svet', 'Ekonomija', 'Hronika', 'Zabava', 'Kultura', 'Sport'; u *Jutarnjem listu*: 'Politika', 'Svijet', 'Novac', 'Kronika', 'Zvezdane staze', 'Kultura', 'Sport'; u *Večernjem listu*: 'Dogadaji', 'EU-svijet', 'Crna hronika', 'Scena', 'Kultura', 'Sport'; u *Slobodnoj Dalmaciji*: 'Novosti', 'Svijet', 'Ekonomija', 'Crna hronika', 'Mozaik', 'Kultura', 'Sport'. Izuzeci su napravljeni kada nije bilo rubrike 'Zabava', te su kodirane dvije stranice rubrike 'Kultura'.

²³ Dvije koderke i jedan koder.

naslovnih stranica, dala su rezultat od 97,53% za 9 varijabli na istom uzorku. Zbog kompleksne strukture listova za kodiranje unutrašnjih stranica (u nekim varijablama postojala je mogućnost višestrukih odgovora i različitog redoslijeda odgovora, te stoga nije bilo moguće izmjeriti pouzdanost koderera/koderki²⁴), urađen je dodatni test pouzdanosti na grupi odabranih pitanja za kodiranje tekstova na unutrašnjim stranicama, koji je potvrdio koeficijent od 93,53% na 18 varijabli istog uzorka. Prema tome, generalna ispravnost i pouzdanost koderera/koderki je viša od 90% i kao takva osigurava valjanost.

Analitički okvir

Želeći da analiziramo "preferirana značenja" koja su "kodirana" u odabranim tekstovima i koja doprinose konstrukciji rodnih identiteta, odnosa i vjerovanja u medijskom diskursu²⁵, odredili smo šest (6) analitičkih kategorija. Pretpostavka je

²⁴ Npr. koderke/ koder su kodirali sve karakteristike za svaku identificiranu osobu unutar teksta, ali ponekad različitim redoslijedom. U tekstovima sa više aktera vijesti, jedan koder/koderka je određenu osobu kodirao kao, naprimjer, *osobu br. 8*, dok je ona za drugog koderera/koderku možda *osoba br. 3*. U takvom slučaju, čak i kada su *osoba br. 8* i *osoba br. 3* kodirane sa istim vrijednostima, ovo možda nije prepoznatljivo u klasičnom testu pouzdanosti među koderima/koderkama, koji obavlja kompjuter. To je razlog zašto smo za čitav list za kodiranje uradili test ispravnosti. To je dug i spor proces, koji nije obavio kompjuter, jer smo provjeravali ispravnost svake pripisane vrijednosti. Pored toga, urađen je klasični test pouzdanosti koderera/koderki za određena pitanja (varijable) koja su jednostavna, nude samo jedan mogući odgovor i nemaju nekoliko kombinacija. I rezultati ovog testa pokazali su valjanost kodiranja.

²⁵ Fairclough, Norman (1995) *Media Discourse*. London - New York - Sydney - Auckland: Arnold.

bila da se identiteti, odnosi i uvjerenja odražavaju i konstruiraju kroz specifičan način na koji se rod prikazuje i pozicionira u novinama. Stoga smo analizu u odabranim novinama usmjerili na sljedećih šest načina i tehnika pozicioniranja i tretiranja roda:

1. *Prisutnost / Odsutnost* - Mediji stvaraju i "prisutnost" (ono koje se vidi - vidljivo, važno), kao i "odsutnost" (ono koje je izmješteno iz okvira - nevidljivo, nevažno). Odsutnost je značajna isto koliko i prisutnost i govori nam na koji način mediji doprinose konkretnim odnosima moći i vjerovanjima unutar društva. Odsutnost i prisutnost su snažno povezani sa stereotipima u medijima, na šta je ukazao i medijski teoretičar Kevin Williams²⁶: "(...) mediji iskrivljuju 'stvarnu' prisutnost ili zastupljenost određene grupe u društvu. To se može uraditi na više načina. Može postojati *podzastupljenost* određene grupe u medijima... Mediji mogu kreirati i *prezastupljenost* povezujući određenu grupu sa određenom vrstom aktivnosti... Mediji mogu vršiti *pogrešno predstavljanje* izjednačavajući određenu grupu sa određenom aktivnošću..."
2. *Teme* - Smatramo da su teme, onako kako su predstavljene u novinama, od ključne važnosti, jer nam govore koje rodne uloge se povezuju uz koje teme, tj. uz koje oblasti svakodnevnog privatnog i javnog života, bilo da je riječ o politici, sportu, zabavi ili porodici. One živo odražavaju dominantna vjerovanja o tome ko gdje pripada, a ko ne pripada, ponovo ukazujući na dominantne društvene uloge, identitete i vjerovanja koja odražavaju i (re)produciraju mediji.
3. *Glasovi / izvori* - Ko govori, tj. ko ima priliku da govori ili se smatra relevantnim i pouzdanim sagovornikom, od ogromnog je značaja za konstruiranje i (re)prezentaciju roda - time se postavljaju standardi

²⁶ Williams, Kevin (2003) *Understanding Media Theory*. Arnold. Str. 131.

kompetentnosti i autoriteta subjekta kao ključnih obilježja njegovog/njenog položaja u društvu. Prema tome, važno je analizirati čiji su glasovi prisutni, a čiji odsutni, čije su priče stavljene u prvi plan, a čije u pozadinu, te ko je aktivan, a ko pasivan kreator medijskog diskursa, kako bismo ustanovili da li postoji sistematsko stvaranje određenih rodnih identiteta, uloga, odnosa i vjerovanja.

4. *Društveni odnosi: zanimanje* - Zanimanje je jedno od glavnih obilježja identiteta osobe i njenog statusa u društvu, te je, stoga, često predmetom stereotipnog predstavljanja. Kao što je Kevin Williams istakao, "*do stereotipizacije žena u medijima dolazi kada se njihova uloga u društvu predstavlja kao uloga domaćice ili majke ili seksualnog objekta*".²⁷ Zbog toga smo također analizirali koje vrste zanimanja se vezuju uz određena rodna prikazivanja.
5. *Vizuelno predstavljanje: fotografije* - Kao što primjećuje Roland Barthes, novinska fotografija je "predmet na kome se radi, koji se odabire, sastavlja, konstruira i obrađuje u skladu sa profesionalnim, estetskim ili ideološkim normama koje predstavljaju mnogobrojne faktore konotacija".²⁸ Fotografija u novinama vizuelno podržava tekst tako što nudi dodatne informacije i privlači pažnju čitaoca. Ona predstavlja novinarsku tehniku, isto koliko i marketinšku strategiju. Ipak, time ona na poseban način predstavlja i one koji su fotografirani - prikazujući njihove osobnosti lica, tjelesne ili stilske karakteristike, izraze, položaje, pokrete itd. Kada je riječ o rodnim ulogama i odnosima, od ključne je važnosti šta je na fotografiji stavljeno u prvi plan

²⁷ Williams, Kevin (2003) *Understanding Media Theory*. Arnold.

²⁸ Gambles, Helen (1998) "A Semiotic Analysis of a Newspaper Story". Izvor: The MCS, Univerzitet u Velsu, Aberystwyth, dostupno na: <http://www.aber.ac.uk/media/Students/hlg9501.html>, posljednja posjeta ostvarena 25. jula 2006. godine.

- golo tijelo ili sivo Armanijevo odijelo sa laptopom, osoba u kancelariji za kompjuterom ili osoba koja pleše u noćnom klubu.

6. *Rodno (ne)senzitivni jezik* - Prihvatamo ideju da korištenje jezika također može utjecati na predodžbu koju ljudi imaju o svijetu i samoj upotrebi jezika.²⁹ Prema tome, da li novinari/novinarke koriste ili ne koriste rodno osjetljivi jezik predstavlja važan indikator prakse i stava novina prema rodnim ulogama, odnosima i vjerovanjima. Kako ukazuje Svenka Savić, izbor jezičkog izraza zavisi od nekoliko elemenata: "1. zajedničkog znanja sagovornika, 2. konteksta: politički/društveni/tekstualni, 3. autora teksta, 4. čitalaca, 5. (urednika, lektora, korektora), 6. organizacije teksta, 7. inventara jezičkih izraza u datom jeziku".³⁰ Stoga upotreba specifičnog rodno (ne)senzitivnog jezika ima dvostruku funkciju - ona reflektira ukupne rodne odnose u društvu, a i u stanju je reafirmirati ili transformirati te odnose u zavisnosti od konkretne upotrebe određenog jezika.

Istraživanje je provedeno prateći ovih šest (6) analitičkih kategorija ili analitičkih dimenzija za sve odabrane novine. S obzirom na ograničenja ovog teksta i činjenicu da nije bilo velikih razlika u rezultatima među novinama i zemljama koje su obuhvaćene ovom studijom, odlučeno je da se iznesu ukupni zbirni rezultati za svih devet novina i sve tri države, tj. bez njihovog razdvajanja i poređenja. Ipak, kada je bilo značajnih razlika, ili kada određene novine nisu pratile uzorak, to smo i naznačili. Rezultati monitoringa za svaku kategoriju nalaze se u sekcijama koje slijede.

²⁹ Savić, Svenka (2001) *Žena skrivena jezikom medija: Kodeks neseksističke upotrebe jezika*. Novi Sad: Futura publikacije. Str. 9.

³⁰ Savić, Svenka (2001) *Žena skrivena jezikom medija: Kodeks neseksističke upotrebe jezika*. Novi Sad: Futura publikacije. Str. 10.

Rezultati

Prisutnost / odsutnost - vidljivi svijet muškarca

Da bismo vidjeli ko je prisutan, a ko je odsutan u medijskom diskursu dnevnih novina, kodirane su sve osobe koje se pojavljuju u svakom tekstu. Ukupno je registrirana 29.921 osoba na unutrašnjim stranicama (8.241 odabrani tekst), dok je 1.675 osoba registrirano na naslovnim stranicama (1.444 odabrana teksta i najave). I na naslovnim i na unutrašnjim stranicama, muškarci se pojavljuju skoro pet puta češće nego žene. Nije bilo značajnijih razlika između devet analiziranih novina, niti između tri zemlje.

Ako se fokusiramo samo na osobe koje imaju centralnu ulogu u tekstu³¹, situacija je slična: centralnu ulogu u priči uglavnom zauzimaju muškarci (77,5% slučajeva) a žene rijetko (13,3%). Žene i muškarci dijele centralnu ulogu u priči u 7% slučajeva, dok su ostale rodne grupe praktično potpuno odsutne.³² Nema značajnih razlika između tri zemlje - žene zauzimaju centralnu ulogu u manjem broju tekstova u bosanskohercegovačkoj (12,63%), hrvatskoj (13,4%) i srbijanskoj (14%)

Tabela 1.
Rodna prisutnost na unutrašnjim i naslovnim stranicama

Prisutnost...	Muškarci	Žene	Ostali	Ukupno
...na unutrašnjim stranicama:	81,3%	17,6%	1,1%	100% N=29921
...na naslovnim stranicama:	84,2%	15,8%	0,1%	100% N=1675

³¹ Pod osobom koja ima centralnu ulogu u tekstu podrazumijevamo osobu koja se nalazi u središtu vijesti, koja je središnji fokus teksta (tekstovi u kojima žene imaju centralnu ulogu su, naprimjer, vijesti koje se bave pojedinačnim ženama koje se nalaze u središtu vijesti ili vijesti koje se bave grupom žena).

³² 1,2% tekstova je eliminirano, jer njihovi subjekti nisu ljudi.

štampi. Poredeći novine, najveći postotak tekstova sa ženama kao vodećim ličnostima pronađen je u srbijanskom tabloidu *Blic* (19,9%), s obzirom na to da ovaj tabloid daje više mjesta zabavi, gdje su žene "tradicionalno" prisutnije nego u drugim rubrikama.

Kada tekst sa unutrašnjih stranica novina ima najavu na naslovnoj stranici (3,7% svih odabranih tekstova je najavljeno na naslovnici), centralna uloga u tim tekstovima uglavnom je dodijeljena muškarcu (76,3%), rijetko ženi (17,7%), muškarci i žene je dijele u 6% slučajeva, dok druge rodne grupe ili transrodni pojedinci nikada nisu imali centralnu ulogu. Dakle, tekstovi u kojima žene imaju centralnu ulogu u novinama često su "marginalizirani" i rijetko se pojavljuju na naslovnoj stranici (iako je ovaj postotak srazmjeran ukupnom postotku tekstova u kojima se žene pojavljuju u glavnoj ulozi).

Rezultati pokazuju apsolutnu dominaciju muškaraca nad ženama u tekstovima - žene su u našim dnevnim novinama skoro nevidljive u poređenju s muškarcima. Svijet onakav kakav se vidi, tumači i rekonstruira kroz pera ovih novinara/novinarki je muški svijet - svijet u kome muškarci u 80% slučajeva zauzimaju centralno mjesto.

Teme - žene kao zabavljačice sa margine

Postoji ključna razlika kada određena osoba zauzima centralnu ulogu u priči (ukoliko je priča o toj osobi ili je osoba glavni akter priče) i kada je samo jedan od likova spomenutih u pozadini. Prilikom analiziranja pojave različitih rodni grupa u tematskim rubrikama novina, pažnja je prvenstveno usmjerena na distribuciju rodni grupa u odnosu na centralni položaj koji eventualno zauzimaju unutar tekstova.

Kada uporedimo pozicioniranje rodni grupa u različitim tematskim rubrikama, nalazi ukazuju na to da muškarci dominiraju u svim, mada u manjoj mjeri u rubrikama *Kultura/umjetnost* i *Zabava*. Žene češće imaju centralnu ulogu u tekstovima koji se pojavljuju u rubrici *Zabava*, dok su u drugim rubrikama predstavljale centralnu ličnost

Tabela 2.
Odnos između roda osobe koja ima centralnu ulogu u priči i rubrike (N = 8253)

Rubrika	Centralna uloga					Ukupno
	Muškarac / muškarci	Žena / žene	Podjednako (i muškarci i žene)	Ostali (transseksual-ci itd.)	Drugo (organizacije itd.)	
Tekući događaji/politika	85,1%	8,4%	4,4%	0,3%	1,8 %	100% N=1351
Svijet	83,5%	8,1%	4,9%	1,7%	1,8%	100% N=1303
Ekonomija i biznis	84,3%	9,6%	3,2%	0,3%	2,6%	100% N=720
Crna hronika	80,2%	8,2%	8,1%	2,6%	0,9%	100% N=1712
Zabava	46,6%	37,6%	13,7%	0,4%	1,7%	100% N=988
Kultura/umjetnost	68,9%	17,2 %	11,2%	0,2%	2,5%	100% N=1198
Sport	88,0%	9,0%	1,3%	0%	1,7%	100% N=981

priče devet (ili deset) puta rjeđe nego muškarci. Ostale rodne grupe praktično ne postoje (Tabela 2).

Odnos među rodovima prema različitim temama još je interesantniji (Tabela 3). Ako pogledamo pozicioniranje žena u odnosu na različite teme, možemo vidjeti da je primarna oblast života koja se dodjeljuje ženama zabava (34%), nakon čega slijedi kultura/umjetnost (18,9%) i kriminal/nesreće (12,8%). Najmanji procenat čini ekonomija/biznis - samo 6,3%. Nasuprot tome, muške tematske oblasti su tekući događaji/politika (18,1%), svijet (17,1%) i sport (13,6%), nakon čega slijedi ekonomija/biznis (9,5%). Zanimljivo je da je najmanji procenat pojavljivanja muškaraca zabilježen u rubrici zabave - samo 7,2% od ukupnog broja registriranih muškaraca.

Prethodno smo uveli pojam uloge simboličkog isključivanja subjekta kroz "odsustvo" i rijetko centralno pozicioniranje u priči. Još jedan važan faktor u procesu (re)kreacije simboličke rodne nejednakosti jest strateško izmještanje pojedinih rodnih grupa u prvi ili drugi plan u medijima i "getoizacija" ženskih iskustava - tj. pored pozicioniranja roda unutar teksta, također pozicioniranje unutar konkretnih tematskih oblasti i u okviru cijelih novina.

Tabela 3.
Distribucija tekstova (po rubrikama) u kojima muškarci/žene imaju centralnu ulogu

Rubrike	Centralna uloga	
	Muškarac/muškarci	Žena/žene
Tekući događaji/politika	18,1%	10,4%
Svijet	17,1%	9,6%
Ekonomija i biznis	9,5%	6,3%
Crna hronika	21,5%	12,8%
Zabava	7,2%	34,0%
Kultura/umjetnost	13,0%	18,9%
Sport	13,6%	8,0%
Ukupno	100% N=6365	100% N=1094

U većini novina i u svim državama, liste glavnih tema onih priča u kojima žene imaju centralnu poziciju su slične, sa najviše tekstova na temu zabave. U svakoj su zemlji zabilježene po jedne novine u kojima su se takve priče najčešće nalazile u rubrici o kulturi. U svim drugim novinama žene su se najčešće mogle naći u rubrici o zabavi, dok se rubrika o kulturi nalazi na drugom ili trećem mjestu. Prisutnost žena³³ bila je izraženija u tekstovima o kriminalu u hrvatskom *Jutarnjem listu* i *Večernjem listu*, dok su u srbijanskom Blicu žene češće zauzimale centralni položaj u vijestima iz svijeta.

Dakle, nalazi ukazuju na to da je, prema ovim novinama, ženama dozvoljen pristup "tradicionalno" ženskim oblastima života, tj. zabavi i kulturi/umjetnosti, dok je ostatak rezerviran za muškarce. Pozicioniranje rodni grupa u konkretnim tematskim rubrikama, međutim, ima drugu dimenziju. Ekspertkinja za novinarstvo Kay Mills je 1990. godine

33 Žene koje imaju centralnu poziciju u priči.

zaključila svoju knjigu *A Place in the News* sljedećom izjavom: "*Marš sa ženske strane ka naslovnoj stranici ni izdaleka nije završen.*"³⁴ Određene rubrike se pripadaju određenim dijelovima novina. Naslovne stranice obično okupiraju politika, tekući događaji i biznis, dok se rubrike koje se nalaze na kraju bave kulturom i zabavom. Na taj način se pravi razlika u značaju pojedinih sadržaja, te "ozbiljne teme" pripadaju naslovnim stranicama, dok "zabava" počinje na zadnjim stranicama. To ima važne implikacije po konstruiranje rodних identiteta i uloga u medijskom diskursu - muškarcima se dodjeljuju "važne" i "ozbiljne" teme, dok se ženama pripisuju manje ozbiljne i manje važne oblasti života. Ukratko, možemo reći da pozicioniranje žena u analiziranim dnevnim novinama sugerira sistematsku marginalizaciju ženskog iskustva, jačajući stereotipne slike rodnih odnosa i rekonstruirajući društvene odnose moći i uloge.

Glasovi / izvori - nijemi svijet žena

Rod nije prirodno određen, već je kulturni konstrukt. Naprimjer, uzmimo stereotipno vjerovanje kojim se binarna podjela između muškaraca i žena uspostavlja kao podjela između javnog i privatnog. Utišavanjem određenih grupa, te marginalizacijom ženskih glasova u javnom prostoru, mediji onemogućavaju da se ovi glasovi čuju i vrednuju i sprečavaju čitaoce i čitateljke da posmatraju žene kao osobe sa idejama i ekspertizom. Time se žene sprečavaju da učestvuju u demokratskim debatama i diskursima i oduzima im se društvena kompetentnost. Utišavanje ženskih glasova i oduzimanje prava da komuniciraju jedna je od metoda kojima se žene zadržavaju "tamo gdje im je mjesto" - u privatnoj sferi, gdje nemaju autoritet da djeluju kao predstavnice i da govore kao ekspertkinje.

³⁴ Citat iz: Whit, Jan (1997) "Regression or Progression? The ChicagoTribune and "Womanews". Objavljeno u: Biagi, Shirley; Kern-Foxworth Marilyn (ur.) *Facing Difference: Race, Gender and Mass Media*. PineForge Press. Str. 132.

Ko govori - a ko šuti - jedan je od najboljih indikatora odnosa, uloga i vjerovanja u društvu. Govori nam ko ima moć pristupa medijima i izražavanja svog mišljenja, te ko se smatra relevantnom, kompetentnom i pouzdanom osobom. Zbog toga smo analizirali one kojima je data prilika da govore i one kojima ta prilika nije data. Pratili smo šta i ko su izvori informacija u priči (ko je i na koji način osigurao potrebne informacije, ko je glavni izvor informiranja i ko je dobio najviše prostora da ispriča svoju priču).

Kao što je i bilo očekivano, rezultati su potvrdili da su izvori neravnomjerno raspoređeni između različitih rodni skupina. Glavni izvor informacija, odnosno izvor koji zauzima najveći dio prostora u priči, uglavnom je muški (44,5%), te rijetko ženski (8,1%). To znači da su muškarci generalno 5,5 puta češće prisutni kao primarni izvor informacija. Ovaj zaključak važi za sve tri zemlje, uz zanemarljive razlike. Naprimjer, u Bosni i Hercegovini muškarci su 5,8 puta češće primarni izvor informacija, u Hrvatskoj 5,0 puta, a u Srbiji 5,7 puta. U Hrvatskoj je ovaj broj niži zbog odnosa 4,0:1 zabilježenog u *Jutarnjem listu*.

Rezultati također pokazuju da su muškarci citirani četiri do pet puta češće (direktno i indirektno) nego žene. Muškarci su i intervjuirani pet puta češće nego žene (Tabela 4).

Tabela 4.
Odnos između izvora informacija i roda (N=28804)

Pozicija osobe	Muškarci	Žene	Ostali ili nepoznati	Ukupno
Intervjuirana osoba	82,9%	17,1%	0	100% N=158
Direktan citat	81,3%	18,3%	0,4%	100% N=3172
Indirektan citat	84,0%	15,8%	0,2%	100% N= 2514
Direktan i indirektan citat	84,3%	15,5%	0,2%	100% N=2116
Osoba na koju se informacije odnose, ali čiji glas nije prisutan	80,7%	17,9%	1,4%	100% N=20844

Pored toga, kada je izneseno stručno mišljenje, u 89,2% slučajeva riječ je o muškarcu, a u 10,8% o ženama. Kada mišljenje daje "običan građanin" (kao u anketama, tj. vox populi), u 61,4% slučajeva iznosi ga muškarac, a u 38,6% slučajeva žena.

Novine koje smo analizirali konstruiraju svijet u kome su muškarci ti koji su ovlašteni da govore - svijet u kojem se relevantnost, kompetencija, autoritet i nastup pripisuju muškarcima - dok se ženama dodjeljuje pravo na tišinu. Ženski su glasovi u vijestima često "utišani", rijetko predstavljaju glas autoriteta ili stručnost i kao takvi smatraju se marginalnim i pasivnijim u odnosu na muške glasove. Situacija sa drugim rodnim skupinama još je gora.

Medijski pristup podržava tradicionalne, prethodno navedene polarizirane rodne uloge, prema kojima su žene pasivne, a ne aktivne, inferiorne, nekompetentne da ponude objektivna mišljenja, da predstavljaju zvanične diskurse ili da ponude stručno znanje o pitanjima od javnog interesa, i koje predstavljaju i više su zainteresirane za diskurse o svakodnevnici i ličnim iskustvima.

Društveni odnosi / zanimanje - žene kao zabavljačice

Kao što je ranije navedeno, zanimanje predstavlja jedan od osnovnih mehanizama u formiranju identiteta pojedinca i njegovih/njenih društvenih odnosa. Zbog toga smo za svaku osobu koja je identificirana u tekstovima na unutrašnjim stranicama novina, registrirali i njeno zanimanje.

Monitoring je pokazao da su na unutrašnjim stranicama novina, bez obzira na rod, većina identificiranih osoba poznate ličnosti, umjetnici/umjetnice, glumci/ glumice, spisatelji/spisateljice i pjevači/pjevačice (22%), nakon čega slijede predstavnici/predstavnice vlasti (16,3%). U nekim tekstovima zanimanje osobe nije navedeno (10,7%)³⁵.

³⁵ Iznenađenje je da su zaposleni u javnom sektoru bili nedovoljno zastupljeni (2,7%), dok su nezaposleni/nezaposlene, penzioneri/penzionerke, osobe koje vode domaćinstva i poljoprivrednici/poljoprivrednice skoro potpuno odsutni/-e, kao i zanatlije, trgovci/trgovkinje, studenti/studentice, inženjeri/inženjerke itd.

Tabela 5.
Zanimanje aktera vijesti (prema rodu) na unutrašnjim stranicama (N=28847)

Zanimanje / profesija / oblast	Muškarci	Žene	Ostali ili nepoznato	Ukupno
Nepoznato/nije naznačeno	65,7%	29,7%	4,6%	100% N=3101
Član/članica kraljevske porodice	65,8%	34,2%	0	100% N=73
Političar/političarka, predstavnik/predstavnica vlasti	93,1%	6,9%	0	100% N=4696
Radnik/radnica u javnom sektoru i javnoj upravi, državni službenik/službenica	83,3%	16,6%	0,1%	100% N=765
Menadžer/menadžerica, ekonomist/ekonomistkinja, finansijski stručnjak/stručnjakinja	88,2%	11,6%	0,2%	100% N=1292
Policajac/policajka, vojno lice, vatrogasac/vatrogasakinja i zaštitar/zaštitarka	95,3%	3,9%	0,8%	100% N=1085
Akademski stručnjak/stručnjakinja, obrazovni sektor	81,8%	18,0%	0,2%	100% N=497
Zdravstvo, socijalne službe	76,4%	22,9%	0,7%	100% N=284
Nauka, tehnologije	95,1%	4,9%	0	100% N=81
Novinar/novinarka, medijski radnik/radnica	76,5%	23,5%	0	100% N=371
Advokat/advokatica, sudija/sutkinja, pravnik/pravnica	71,8%	28,2%	0,1%	100% N=1147
Trgovac/trgovkinja, zanatlija i sl.	89,2%	10,8%	0	100% N=102
Kancelarijski radnik/radnica i službenik/službenica	72,7%	26,4%	0,9%	100% N=227
Poljoprivrednik /poljoprivrednica, rudar/rudarka, ribar/ribarka	88,3%	11,7%	0	100% N=60
Vjersko lice	96,6%	3,4%	0	100% N=265
Aktivista/aktivistkinja, NVO i međunarodne organizacije	82,5%	17,2%	0,3%	100% N=796
Seksualni radnik/radnica	27,3%	72,7%	0	100% N=22
Muzičar/muzičarka, glumac/glumica, spisatelj/spisateljica itd.	69,0%	30,8%	0,2%	100% N=6564
Sportista/sportistkinja, sportski menadžer/menadžerica, trener/trenerka itd.	92,1%	7,9%	0	100% N=4290
Student/studentica, učenik/učenica	64,8%	35,2%	0	100% N=128
Osoba koja vodi domaćinstvo, roditelj	35,5%	64,5%	0	100% N=31
Dijete (mlade od 18 godina)	59,5%	34,1%	6,5%	100% N=232
Penzioner/penzionerka	71,4%	28,6%	0	100% N=21
Lice koje čini kriminalno djelo	89,8%	5,3%	4,8%	100% N=2510
Nezaposlen/nezaposlena	90,0%	10,0%	0	100% N=10
Ostalo	83,3%	16,7%	0	100% N=215

Ono što je značajno jest da je raznolikost ženskih profesija koje se mogu vidjeti na unutrašnjim stranicama manja nego kod muškaraca, te da se čini da u većini profesija dominiraju muškarci. Kao što se i moglo očekivati, kategorije u kojima žene dominiraju su 'osoba koja vodi domaćinstvo' / 'roditelj' i 'seksualni radnik/radnica' (Tabela 5)³⁶.

Ako pogledamo raspodjelu zanimanja kod određenih rodnih skupina, rezultati su dojmivi - 3,8% svih žena su predstavljene kao poznate ličnosti, muzičarke, glumice ili spisateljice (zabavljačice ili izvođačice), dok se 18,2% žena nije moglo povezati ni sa jednom kategorijom zanimanja. Za razliku od žena, muškarci su ravnomjernije raspoređeni po različitim zanimanjima - u 19,3% slučajeva su poznate ličnosti, muzičari, glumci ili pisci (zabavljači i izvođači), u 18,6% slučajeva su političari i predstavnici vlasti, dok su u 16,8% slučajeva svojim zanimanjem vezani za sport (Tabela 6)³⁷.

Ono što je zanimljivo jest da se žene koje se pojavljuju na unutrašnjim stranicama novina, bez obzira na njihovo zanimanje, identificiraju tri puta češće nego muškarci u odnosu na svoj porodični status ili veze ili uz osvrt na porodične odnose i opis i razgovor o bračnom stanju, roditeljstvu i porodičnom životu. Rezultati su prikazani u Tabeli 7.

Istraživanje je pokazalo da ove novine predstavljaju žene dominantnim samo u industriji seksa, tj. kao seksualne radnice, ili kao osobe koje vode domaćinstvo, odnosno kao roditeljke. U svim drugim prikazima profesija žene su mnogo manje zastupljene nego muškarci. Pored toga, žene su mnogo neravnomjernije raspoređene po različitim profesijama nego muškarci i primarno su koncentrirane u industriji

³⁶ Kategorije: dijete, osoba koja čini kriminalno djelo, nezaposlen/nezapolena i roditelj korištene su samo u slučajevima kada nije navedena profesija/zanimanje dotične osobe, nego je identifikacija izvršena kroz ove kategorije.

³⁷ Prikazani su rezultati samo za kategorije žene/muškarci, a ne i za ostale, zbog čega je veličina uzorka drugačija nego u prethodnoj tabeli.

Tabela 6.
Raznolikost zanimanja žena/muškaraca na unutrašnjim stranicama (N=28529)

Zanimanje / profesija	Muškarci	Žene
Nepoznato/nije naznačeno	8,7%	18,2%
Clan/članica kraljevske porodice	0,2%	0,5%
Političar/političarka, predstavnik/predstavnica vlasti	18,6%	6,3%
Radnik/radnica u javnom sektoru i javnoj upravi, državni službenik/službenica	2,7%	2,5%
Menadžer/menadžerica, ekonomist/ekonomistkinja, finansijski stručnjak /stručnjakinja	4,9%	3,0%
Policajac/policajka, vojno lice, vatrogasac/vatrogaskinja i zaštitar/zaštitarka	4,4%	0,8%
Akademski stručnjak/stručnjakinja, obrazovni sektor	1,7%	1,7%
Zdravstvo, socijalne službe	0,9%	1,3%
Nauka, tehnologije	0,3%	0,1%
Novinar/novinarica, medijski radnik/radnica	1,2%	1,7%
Advokat/advokatica, sudija/sutkinja, pravnik/pravnica	3,5%	6,4%
Trgovac/trgovkinja, zanatlija i sl	0,7%	1,2%
Kancelarijski radnik/radnica i službenik/službenica	0,4%	0,2%
Poljoprivrednik/poljoprivrednica, rudar/rudarka, ribar/ribarka	0,2%	0,1%
Vjersko lice	1,1%	0,2%
Aktivista/aktivistkinja, NVO i međunarodne organizacije	2,8%	2,7%
Seksualni radnik/radnica	0,0%	0,3%
Muzičar/muzičarka, glumac/glumica, spisatelj/spisateljica i sl.	19,3%	39,8%
Sportista/sportistkinja, sportski menadžer/menadžerica, trener/trenerka i sl.	16,8%	6,7%
Student/studentica, učenik/učenica	0,4%	0,9%
Osoba koja vodi domaćinstvo, roditelj	0,0%	0,4%
Dijete (mlađe od 18 godina)	0,6%	1,6%
Penzioner/penzionerka	0,1%	0,1%
Lice koje čini kriminalno djelo	9,6%	2,6%
Nezaposlen/nezaposlena	0,0%	0,0%
Ostalo	0,8%	0,7%
Ukupno	100% N=23458	100% N=5071

zabave. Prema načinu na koji ove novine prikazuju i (re)konstruiraju svijet, žene su limitirane na manje ozbiljne i manje odgovorne zadatke u društvu, a snažno su marginalizirane u zdravstvenom sektoru, javnoj upravi i obrazovanju (1:4 u odnosu na

Tabela 7.
Identifikacija aktera/akterki na osnovu porodičnog statusa i veza (na unutrašnjim stranicama novina) (N=28834)³⁸

Rod	Da li se prilikom identifikacije subjekata ukazuje na njihov porodični status ili veze?		
	Ne	Da	Ukupno
Muškaraci	94,5%	5,5%	100 % N=23450
Žene	83,9%	16,1%	100 % N=5066
Ostali ili nepoznato	94,7%	5,3%	100 % N=318

muškarce), što su oblasti u kojima žene u stvarnom životu zauzimaju mnogo istaknutije položaje.

Rezultati pokazuju da su u medijskim diskursima muškarci i dalje obično identificirani, viđeni i cijenjeni kao autonomne individue, dok žene imaju (sve više) poteškoća da izbjegnu asocijacije na porodični život. Ova tendencija postavljanja žena u kontekst porodičnog života može voditi stereotipizaciji i sugestiji da stvarni status žene određuju njeni porodični odnosi, prije nego profesionalni kriteriji. Ovakvim prikazivanjem mediji održavaju tradicionalnu simboličku polarizaciju rodnih uloga i podjelu rada, prema kojoj se produktivni zadaci pripisuju muškarcima, a reproduktivni ženama.

Fotografija

Fotografija u novinama vizuelno podržava tekst, nudeći dodatne informacije i privlačeci pažnju čitaoca/čitateljice. Kao što je primijetio Roland Barthes, ona je

³⁸ Veličina ovog uzorka donekle je drugačija nego u Tabeli 5 zbog 0,05% listova za kodiranje koji nisu sadržavali nikakav odgovor na pitanje: *Da li se prilikom identifikacije subjekata ukazuje na njihov porodični status ili veze?*

odabrana i obrađena prema "*profesionalnim, estetskim ili ideološkim normama, koje predstavljaju mnogobrojne faktore konotacija*."³⁹ U našem je kontekstu, stoga, važno odrediti da li vizuelni prikazi roda podržavaju stvaranje i naturalizaciju razlika između rodni grupa i njihovih uloga.

Unutar uzorka, registrirano je 6.174 fotografija sa unutrašnjih stranica i 942 sa naslovnih stranica devet novina. Na unutrašnjim stranicama, većinu su činile fotografije muškaraca (55,2%), dok su fotografije žena predstavljale približno četvrtinu toga (15,7%). Zajedničke fotografije (muškaraca i žena) bile su zastupljene u 15,6% slučajeva, dok sadržaj preostalih fotografija nisu činili ljudi (13,4%). Na naslovnim stranicama prisustvo žena bilo je još manje, a njihova je vidljivost iznosila petinu vidljivosti muškaraca (žene 11,7%, muškarci 59%, zajednički snimci 12,2% i ostalo 17,1%).

Pratili smo raspodjelu rodni grupa po rubrikama i rezultati su pokazali da su muškarci češće prisutni na fotografijama u svim rubrikama. Odnos je uravnoteženiji u zabavnim rubrikama (Tabela 8). Logično, prisustvo fotografija usko odražava prisustvo rodni grupa u ovim tematskim rubrikama.

U svim zemljama se najveći dio fotografija žena nalazio u rubrici o zabavi, koja je bila na vrhu liste u sve tri zemlje i u većini novina. U *Večernjem listu* i *Politici* na prvom mjestu se nalazila rubrika o kulturi/umjetnosti, nakon čega odmah slijedi rubrika o zabavi. U svim drugim novinama u kojima je zabava bila prva na listi, vidljivost u rubrici o kulturi/umjetnosti je bila na drugom ili trećem mjestu. Fotografije žena u crnoj hronici zauzimaju prilično visoka mjesta u većini listova, ali su registrirana i dva izuzetka. Srbijske *Večernje novosti* imale su veći broj fotografija žena u rubrici "Sport", dok je hrvatski *Jutarnji list* imao veći broj fotografija žena u rubrici o tekućim događajima/politici. Međutim, ovo su bili jedini izuzeci, koji stoga nisu značajno utjecali na opće rezultate.

³⁹ Citirano u: Gambles, Helen (1998) "A Semiotic Analysis of a Newspaper Story". Izvor: The MCS, Univerzitet u Velsu, Aberystwyth, dostupno na: <http://www.aber.ac.uk/media/Students/hlg9501.html>, posljednja posjeta ostvarena 25. jula 2006. godine.

Tabela 8.
Distribucija fotografija po rubrikama u odnosu na rod (N=6174)

Rubrika	Osobe na fotografijama				Ukupno
	Muškarci	Žene	Muškarci i žene	Ostalo	
Tekući događaji/politika	68,4%	7,9%	14,1%	9,6%	100% N=960
Svijet	59,5%	7,5%	14,4%	18,6%	100% N=827
Ekonomija/biznis	62,8%	3,2%	8,8%	25,2%	100% N=777
Crna hronika	51,5%	7,3%	7,7%	33,5%	100% N=822
Zabava	37,0%	33,5%	24,7%	4,8%	100% N=1319
Kultura/umjetnost	44,2%	18,1%	24,0%	13,7%	100% N=968
Sport	82,5%	11,9%	2,5%	3,1%	100% N=759

Naša studija pokazuje da su žene jedva vidljive u pričama "koje prave vijest". U takvim pričama, koje se najčešće bave političkim i ekonomskim pitanjima, žene jedva da su i prisutne. Njihova je vidljivost veća na fotografijama koje dokumentiraju ili ilustriraju društvene probleme, kulturu, umjetnost i medije. Ipak, fotografijama koje prate tekstove o ovim temama još uvijek dominiraju muškarci. Rubrika zabave je individualizirana i u njoj se ženskim subjektima daje najviše prostora, pa ipak se i tu može pronaći većina stereotipnih slika. Njihova nevidljivost u rubrikama o sportu jača druge rodne stereotipe koji se vezuju za lik sportiste/sportistkinje.

Fotografije žena se često objavljuju i samo kao ukras teksta. Važna je pojava izbor i prezentacija fotografija obnaženih žena bez pratećeg članka, ali sa pisanom porukom - najčešće komentarom koji uključuje i seksualnu objektivizaciju i seksističke poruke. Kako opaža Thereza Stratford⁴⁰, fenomen i ideja prikazivanja djelimično ili potpuno obnaženih žena nema nikakve veze sa samim vijestima, ali je direktno povezana sa

⁴⁰ Stratford, Thereza (2004) "Žene i štampa". U: *Genero*, (specijalno izdanje, Milivojević, Snježana (ur.) "Žene i mediji"). Beograd: Centar za ženske studije. Str. 134.

prodajom novina i željom za povećanjem tiraža. Takva je praksa vidljiva u većini analiziranih novina - u *Glasi Srpske* rubrika "Pogled izbliza" redovno donosi fotografije obnaženih žena sa mizoginim komentarima, *Slobodna Dalmacija* donosi takve fotografije na posljednjoj stranici kao ilustraciju za kratke "zanimljivosti", dok *Blic* u rubrici "Svijet" svakodnevno štampa fotografiju akta sa mizoginim porukama. Slično *Slobodnoj Dalmaciji*, ali donekle suptilnije, *Dnevni avaz* također koristi žensku seksualnost na posljednjoj stranici, pod naslovom "Top vijesti".

Pored toga, rezultati ukazuju na čestu pogrešnu upotrebu ilustrativnog materijala. Pitanja trgovine ljudima, prisilne migracije i prostitucije ilustriraju se slikama iz noćnih klubova ili striptizeta. Naprimjer, u *Slobodnoj Dalmaciji*, naslov "*Maloljetnice silili na seks u tri bordela*"⁴¹ ilustriran je slikama iz noćnoga kluba. U Večernjem listu, tekst sa naslovom "*Prostitucija: Seks je čist posao. Nema osjećaja. Zažmirim, zamislim sina, i odradim*"⁴² nudi pozitivan primjer novinarske prakse jer ističe ključne probleme i postavlja važna pitanja, no njegova je vrijednost umanjena pratećom fotografijom koja prikazuje neku žensku osobu kako stoji pored auta i time sugerira da se radi o prostitutki.

Osim činjenice da različite grupe nisu podjednako prisutne na fotografijama, važno je primijetiti da su fotografije muškaraca i žena drugačije pozicionirane unutar novina, te da postoji razlika u njihovom predstavljanju, u smislu korištenih slika, sa različitim naglašavanjima njihovih vizuelnih karakteristika. Puno je veći naglasak na tjelesnim i seksualnim karakteristikama žena nego muškaraca.

Možemo zaključiti da vizuelno prikazivanje rodnih skupina doprinosi stvaranju i prihvatanju razlika između rodnih grupa i njihovih uloga. Generalno govoreći, vizuelno je prikazivanje veoma važno u kreiranju medijskog diskursa o rodnim razlikama u odabranim novinama, pri čemu ima malo razlika od zemlje do zemlje.

⁴¹ *Slobodna Dalmacija* (21. 02. 2006), Zvonimir Čilić, "Maloljetnice silili na seks u tri bordela", str. 17.

⁴² *Večernji list* (21. 02. 2006), Željka Rački-Kristić, "Prostitucija: Seks je čist posao. Nema osjećaja. Zažmirim, zamislim sina, i odradim", str. 18.

Jezik

Korištenje rodno (ne)senzitivnog jezika u tekstovima predstavlja važan indikator pozicija, uloga i odnosa koje novine i njihovi čitaoci/čitateljke pripisuju različitim rodnim grupama. Naše je istraživanje pokazalo da kada je centralna uloga u priči dodijeljena muškarcima, u 99,5% slučajeva jezik je bio rodno senzitivn. Ovi izuzeci korištenja nesenzitivnog jezika prvenstveno se pripisuju greškama u lekturi i kucanju, a ne sistematskom pogrešnom predstavljanju muškog roda i spola. S druge strane, kada žena ima centralnu ulogu u tekstu, upotreba rodno nesenzitivnog jezika mnogo je češća (Tabela 9). Naime, u 14% slučajeva jezik je rodno nesenzitivan pri oslovljavanju žena kojima je data centralna uloga u tekstu.

U odnosu na sve žene koje se oslovljavaju u tekstu, a ne samo one koje imaju centralnu ulogu, postotak iznosi 17,7%. Najveći postotak jezičke nesenzitivnosti pri oslovljavanju žena zabilježen je u Srbiji, sa prosjekom od 24,9%, nakon koje slijedi Bosna i Hercegovina sa 20,2%. Mnogo više pozitivnih primjera pronađeno je u Hrvatskoj, sa značajno nižim postotkom ovakvih tekstova, 2,9%. Najniži je postotak zabilježen u hrvatskom *Jutarnjem listu* (1,4%), a najviši u bosanskohercegovačkom *Glasi Srpske* (44,2%). Dok su u Srbiji sve novine bilježile stopu koja je bila iznad regionalnog prosjeka, u Bosni i Hercegovini postoji veća razlika između već spomenutog *Glasa Srpske* i drugih dviju novina⁴³.

U tekstovima gdje su žene bile glavni izvor informacija, postojala je čak i veća mogućnost da će u upotrebi biti rodno nesenzitivan jezik (Tabela 10).

Naša je studija pokazala da se nesenzitivnost u novinama uglavnom manifestira kroz upotrebu forme muškog roda za zanimanja i titule žena. Najčešće su greške: "direktor", "portparol", "predsjednik", "ministar", "advokat", "sudija" (kao i sve druge

⁴³ Nesenzitivni jezik korišten za opis žena: Bosna i Hercegovina (*Glas Srpske*: 44,22%, *Oslobodenje*: 10,74%, *Dnevni avaz*: 5,62%), Hrvatska (*Slobodna Dalmacija*: 3,28%, *Večernji list*: 4,01%, *Jutarnji list*: 1,43%), Srbija (*Blic*: 13,56%, *Večernje novosti*: 25,26%, *Politika*: 35,91%).

Tabela 9.
Upotreba rodno (ne)senzitivnog jezika pri oslovljavanju osoba koje imaju centralnu ulogu u tekstu

	Da li je korišteni jezik rodno senzitivn?			Ukupno
	Ne	Da	Da i ne	
Pri oslovljavanju žena u tekstu u kojem žena ima centralnu ulogu	14%	78,3%	7,7%	100% N=1080
Pri oslovljavanju muškaraca u tekstu u kojem muškarac ima centralnu ulogu	0,1%	99,5%	0,4%	100% N=1285
Pri oslovljavanju žena u tekstu u kojem centralnu ulogu u tekstu dijele žene i muškarci	13,7%	77,2%	9,0%	100% N=553
Pri oslovljavanju muškaraca u tekstu u kojem centralnu ulogu u tekstu dijele žene i muškarci	0	98,9% ⁴⁴	0	100% N=553

pravničke titule), te "član", "umjetnik", "kostimograf", mnoge druge funkcije u scenskim umjetnostima (muzici, teatru, filmu), "savjetnik", "šef" itd. Naši su jezici nediskriminirajući sa stanovišta roda budući da koristeći srpski, hrvatski i bosanski jezik možemo imati jednak tretman oba roda bez diskriminacije. Ne postoji teoretska diskriminacija muškaraca i žena zbog rodnih razlika u njihovoj strukturi, te bi stoga

Tabela 10.
Upotreba rodno (ne)senzitivnog jezika kod glavnih izvora informacija

	Da li je korišteni jezik rodno senzitivn?			Ukupno
	Ne	Da	Da i ne	
Kada je žena glavni izvor informacija	21,5%	65,5%	9,4%	100% N=658
Kada je muškarac glavni izvor informacija	0	99,9%	0,1%	100% N=3653

⁴⁴ 1,1% su listovi za kodiranje bez odgovora na ovo pitanje.

trebalo biti prirodno da se koriste imenice u ženskom rodu za profesije koje obavljaju žene. Međutim, naša je studija pokazala da u medijima to još uvijek nije slučaj.

Još jedan oblik rodne diskriminacije jest jezička asimetrija: naprimjer, kada kažemo "gospođa X i njen suprug, doktor 'X' ". Razvijanje senzibiliteta znači usvojiti jednak tretman - ako je jedno od njih identificirano titulom ili zanimanjem, trebalo bi biti i ono drugo.

U ovom kontekstu, kao što se "stvarnost" konstruira unutar jezika, unutar njega se isto tako može dekonstruirati i rekonstruirati. Iz tog razloga treba jačati rodnu osjetljivost u jeziku koji koriste mediji, čime bi se omogućila i podržala rodna jednakost. U cilju kritičke transformacije javne sfere i jezičke prakse, ovaj proces treba započeti sa standardnim jezičkim izrazom koji koriste mediji. Međutim, većina medija, osim nekoliko pozitivnih izuzetaka iz Hrvatske, i dalje ignorira ovu mogućnost i nije spremna napustiti i osporiti tradicionalnu jezičku praksu.

Zaključna razmatranja

Uprkos sociopolitičkoj i ekonomskoj tranziciji, nema vidljive "tranzicije" u medijskim diskursima u odnosu na načine predstavljanja roda i konstrukciju rodnih identiteta i rodnih odnosa u medijima u ove tri bivše jugoslovenske republike. Iako im se brzina i putevi tranzicije razlikuju, kao i sociopolitičke okolnosti, nema značajnijih razlika u medijskim diskursima o rodu. Dominantne forme i predstavljački modeli još uvijek odražavaju, podržavaju, rekonstruiraju i u velikoj mjeri utvrđuju postojeće stereotipe, identitete, uloge i odnose moći u sferi roda. U ovom ukorijenjenom kulturološkom domenu nije došlo do tranzicije u vrijednostima i društvenim praksama, bar ne u načinu na koji mediji prikazuju te odnose. Možemo zaključiti parafrazirajući Snježanu Milivojević - u sve tri države "lice ozbiljne štampe je muško, tijelo revijalne žensko".⁴⁵

⁴⁵ Milivojević, Snježana (2004) "Žene i mediji: Strategije isključivanja". U: Genero (specijalno izdanje, Milivojević, Snježana (ur.), "Žene i mediji"). Beograd: Centar za ženske studije. Str. 15.

Općenito, dok muškarci dominiraju novinama, žene i druge rodne grupe su nedovoljno zastupljene. Pored toga, ženama su dodijeljene sfere zabave i privatnosti, te su time marginalizirane. To se postiže sistematskim pozicioniranjem žena u "marginalne" priče - gurajući ih sa naslovnih stranica na zadnje stranice i takozvane "mekše" teme.

Što se tiče njihovog pozicioniranja unutar vijesti, žene rijetko imaju centralnu ulogu u tekstu i rijetko su glavni izvor informacija u njemu. Ženski su glasovi često utišani i rijetko predstavljaju glas autoriteta i stručnosti. Drže se u pozadini i pasivniji su, odnosno pokoreniji, od muških. Situacija sa drugim rodnim grupama još je gora. Na ovaj način umanjuje se ženski autoritet i stručnost.

Rezultati također pokazuju da je uobičajeno da se muškarci obično identificiraju, posmatraju i cijene kao autonomne individue, dok je ženama mnogo teže izbjeći identifikaciju sa porodicom. Postoji očigledna tendencija da se žene više postavljaju u kontekst porodičnih odnosa, čak i kada je glavna tema teksta njena profesionalna karijera. U isto vrijeme, žene su u medijskom predstavljanju mnogo neravnomjernije raspoređene po različitim profesijama nego muškarci i ograničene su na manje ozbiljne i manje odgovorne zadatke u društvu, koji se uglavnom vežu uz industriju zabave.

U poređenju sa muškarcima, žene su na fotografijama jedva vidljive. Idući od prvih stranica ka manje važnim zadnjim stranicama, raste učestalost vizuelnog prikazivanja žena, te se pažnja čitalaca privlači prikazivanjem njihovih stilskih vrijednosti i naročito tjelesnih karakteristika. Često se mogu naći fotografije sa degradirajućim komentarima, koje žene prikazuju kao seksualne objekte, uglavnom nevezano za konkretni tekst ili temu.

Diskriminacija se nastavlja upotrebom rodno nesenzitivnog jezika, što je još uvijek prilično česta praksa u analiziranim novinama, s izuzetkom nekoliko pozitivnih primjera rodno osjetljive jezičke prakse u hrvatskim medijima.

Jasno je da novine sistematski rekonstruiraju i utvrđuju dominantne rodne stereotipe u ovim društvima. Štaviše, mediji još uvijek ignoriraju rodne probleme

kao važnu temu o kojoj vrijedi pisati. Također, mediji ne prepoznaju potrebu rodne perspektive u pristupu različitim društvenim problemima. Dnevne novine u Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj i Srbiji konstruiraju rodno pristrasni i diskriminirajući medijski diskurs kao domen muškaraca. Opća neravnoteža u frekventnosti i raznolikosti predstavnika različitih rodni grupa u ovim medijima, međutim, ne znači iskrivljenje stvarnosti i samih društvenih činjenica, već ukazuje na proces pregovaranja i konstrukcije odnosa društvene moći i društvenih identiteta. Medijski diskurs kao muški domen se, stoga, neprestano (re)konstruira korištenjem različitih tehnika podržavanja i utvrđivanja simboličke rodne nejednakosti u svijetu starih, dominantnih, fiksiranih i homogenih identiteta i odnosa. U njihovom okviru, moć, kompetentnost, produktivnost, autoritet i vidljivost pripadaju muškarcima, dok se tišina, ovisnost, porodica, reproduktivnost, zabava i seksualnost pripisuju ženama.

Sa engleskog prevela Kanita Halilović

Bibliografija

Biagi, Shirley, Kern-Foxworth, Marilyn (ur.) (1997) *Facing Difference: Race, Gender and Mass Media*. PineForge Press, A Sage Publication Company.

Fairclough, Norman (1995) *Media Discourse*. London - NewYork - Sudney - Auckland: Arnold.

Gambles, Helen (1998) *A Semiotic Analysis of a Newspaper Story*. Izvor: The MCS, Universitet u Velsu, Aberystwyth, dostupno na: <http://www.aber.ac.uk/media/Students/hlg9501.html>, posljednja posjeta ostvarena 25. jula 2006. godine.

Hall, S., Hobson, D., Lowe A., Willis, P. (ur.) (1980) *Culture, Media, Language*. London: Hutchison.

Jalušić, Vlasta (1998) "Gender and Political Transformation in Central and Eastern Europe". Objavljeno u: *Losers of the 'Wende' winners of the EU: participation of women: chances and effects of the transformation process*, Beč, dostupno na: http://www.mirovni-institut.si/eng_html/articles/gender_polit_transf.htm, posljednja posjeta ostvarena 28. marta 2006. godine.

Lithander, Anna (ur.) (2000) *Entering the Peace: A Gender Perspective to Dayton - and Beyond*. Kvinna Till Kvinna Foundation, posljednja posjeta ostvarena u julu 2006. godine.

Milivojević, Snježana (2004) "Žene i mediji: Strategije isključivanja". U: *Genero* (specijalno izdanje "Žene i mediji", ur. Snježana Milivojević). Beograd: Centar za ženske studije. Str. 11-25.

Savić, Svenka (2001) *Žena skrivena jezikom medija: Kodeks neseksističke upotrebe jezika*. Futura publikacije.

Spasov, Orlin (ur.) (2004) *Quality Press in Southeast Europe*. Sofia: Southeast European Media Centre.

Stratford, Thereza (2004) "Žene i štampa". U: *Genero* (specijalno izdanje "Žene i mediji", ur. Snježana Milivojević). Beograd: Centar za ženske studije. Str. 133-138.

Trejić, Esmā (2002) "Representation of Croatian Women in the Media". RUS Workshop Centre for Russian and East European Studies. Dostupno na web-stranici Media Diversity Institute: <http://www.media-diversity.org/resource%20categories/gender%20and%20sexuality.htm>, posljednja posjeta ostvarena u julu 2006. godine.

Van Zoonen, Liesbet (2002) "A 'New' Paradigm?". U: *McQuail, Denis (ur.) McQuail's Reader in Mass Communication Theory*. SAGE Publications. Str. 46-60.

Williams, Kevin (2003) *Understanding Media Theory*. Arnold.

Media Landscape of South East Europe. ACCESS-Sofia Foundation, 2003.

Policy Frames and Implementation Problems: The Case of Gender Mainstreaming (State of Art and Mapping of Competencies in Slovenia). Ljubljana: MAGEEQ, Mirovni institut, 2003. Dostupno na: <http://www.mageq.net/docs/slovenia.pdf>, posljednja posjeta ostvarena u julu 2006. godine.

Monitoring printanib medija u BiH (Zastupljenost i način predstavljanja žena u medijima). Udruženje BH novinari, juli 2005.

Gender Media Watch 2002: Bosna i Hercegovina (Programska analiza FTV, TVRS, BHTGV1, ATV I NTV Hayat). Jednakost i ravnopravnost polova u BiH. Gender centri Vlada FBiH i RS, IBHI-BiH, 2002.

Izvještaj u sjeni: O implemantaciji CEDAW konvencije i ženskim ljudskim u Bosni i Hercegovini prezentiran Komitetu CEDAW UN-a (NGO's Shadow Report: On The Implementation of CEDAW And Women's Human Rights In Bosnia and Herzegovina Presented to the UN CEDAW Committee). Global Rights Partners for Justice, 2004.

Media Sustainability Index. IREX, 2005.

**PREDSTAVLJANJE ŽENA U
BOSANSKOHERCEGOVAČKIM DNEVNIM NOVINAMA:
RODNA I ETNIČKA PODVOJENOST DRUŠTVA**

*Danijela MAJSTOROVIĆ
i Vladimir TURJAČANIN*

Apstrakt

U radu se razmatraju rodni stereotipi i marginalizacija žena u etnički podvojenom društvu u Bosni i Hercegovini. Autorica i autor su, tokom dvije sedmice, analizirali sadržaj Dnevnog avaza i Glasa Srpske, dva reprezentativna glasila kad je u pitanju glavni društveno-politički tok i insistiranje svakog od njih na etničkom preimućstvu u datom bosanskohercegovačkom entitetu - u Federaciji BiH (Dnevni avaz) i Republici Srpskoj (Glas Srpske). Rezultati analize sadržaja pokazali su da je pojavljivanje žena u odnosu na muškarce minorno u rubrikama koje tretiraju političke, etničke, ekonomske i društvene teme, dok se ono izjednačuje jedino na stranicama posvećenim zabavi i na posljednjoj stranici novina. U vezi sa ulogama i subjekatskim pozicijama koje žene zauzimaju kada se nađu u sadržaju tih glasila, pomoću kritičke analize diskursa, identifikovali smo argumentativne strategije disimulacije i paternalizma, te uvidjeli nejednakost kod predstavljanja stranih i domaćih žena. Pored ustaljenih narativa o ženi kao majci, žrtvi ili manekenki, naišli smo i na pojavu tzv. hibridnih narativa, naročito kada je ženu trebalo "svrstati" u neke od ovih tradicionalnih kalupa, koji su se pokazali nedovoljnim. Ovo istraživanje pokazuje da se, pored tradicionalne patrijarhalnosti i konzervativnosti, marginalizacija žena i rodni stereotipi mogu tumačiti i podvojenošću bosanskohercegovačkog društva, u kojem glavnu ulogu u javnom životu imaju etnički "osviješćeni" muškarci.

Ključne riječi:

etnička podvojenost, rodni stereotip, kritička analiza diskursa, analiza sadržaja, bosanskohercegovački mediji, marginalizacija žena

Uvod

Iako se u svijetu u proteklih trideset godina dosta pisalo o predstavljanju žena u medijima, od televizije, preko reklama, do štampanih medija, interneta i slično, predstavljanje žena u medijima Bosne i Hercegovine, pa i Balkana, nedovoljno je istražena oblast. Ovo još više pada u oči kada znamo da feministička teorija generalno i dalje nailazi na otpor kada je riječ o istraživanju masovnih komunikacija, ali i u izazivanju dominantne kvantitativno-pozitivističke paradigme. U tranzicijskom društvu u kome živimo, sa jakom patrijarhalnom tradicijom i etničkom podijeljenošću, koje muškarce predstavljaju kao branitelje identiteta i naroda, i u medijima, koji to društvo naizgled odražavaju, žena ili nije uopšte predstavljena ili je tipski predstavljena kao žrtva ili zabavljačica. Ovo još više dolazi do izražaja kod dominantnih medija u Bosni i Hercegovini koji izvještavaju o političko-etničkim razmiricama i razdvajanjima, tajkunima, korupciji, međunarodnoj zajednici i sl., a ta dominantna retorika i aktivnost izgleda da isključivo pripadaju muškom klubu, iz kojeg su žene ili suptilno isključene ili zauzimaju marginalizovane pozicije. Iako su teorije direktnih medijskih efekata uveliko prevaziđene, smatra se da dugoročna i konzistentna izloženost ovakvim medijskim sadržajima može da dovede do kultivisanja stabilnih i široko rasprostranjenih predstava o životu i društvu².

¹ Treichler, A. P. i Wartella, E. (1986) "Interventions: Feminist theory and communication studies", *Communication*. 9: 1--18.

² Gerbner, G. (1998) "Cultivation Analysis: An Overview", *Mass Communication and Society*, I (3/4): 175--194.

Čini se da dnevne novine u Bosni i Hercegovini isključuju ženu kao akterku, potencirajući maskulini model političkog a i socijalnog ponašanja, a i čini se da u njima dominira "etnički svjestan muškarac", kao nosilac krutog, esencijalno shvaćenog identiteta. Takav diskurs zaslužuje da se kvalifikuje kao mizogin, netolerantan prema *Drugom*, a manje ili više suptilno insistiranje na etničkom u drugi plan stavlja rodno, kao potencijalni plan ujedinjenja i jačanja žena kao bitnog političkog faktora u Bosni i Hercegovini. U našem diskursu, žena je, što nesvjesno što iz predostrožnosti, nevidljiva jer jedino tako ona ne može da ugrozi mušku dominaciju, zasnovanu na pitanjima etničke pripadnosti, nastalu nakon rata u Bosni i Hercegovini. Dokaz kako se o ženama može pisati i drugačije nalazimo kod inostranih političarki, koje *de facto* nisu prijetnja bosanskohercegovačkom *statusu quo* i kao takve uživaju puno aktivnije subjektske pozicije. Iako naša istraživanja pokazuju da upravo žene dosljedno demonstruju tolerantnije oblike etničkih stavova, pa čak i ponašanja,³ neophodnih u stvaranju postratnog demokratskog društva u Bosni i Hercegovini, izgleda da je to u BiH neprihvatljivo. Bez obzira na to koji je etnicitet u pitanju, izgleda da ti "etnički svjesni" muškarci ne mogu da dopuste da se žene nađu kao akterke na naslovnica i prvim stranicama, a žene u takvom okruženju i položaju to kao da i ne dovode u pitanje.

Iako se i golim okom može primijetiti da je žena malo u štampanim medijima, željeli smo dodatno istražiti ovakvo alarmantno stanje, te smo se odlučili analizirati, prema našem mišljenju, dva najdominantnija štampana medija u Bosni i Hercegovini, *Dnevni avaz* iz Sarajeva i *Glas Srpske* iz Banjaluke. Za ove dnevne smo se odlučili jer oni, kao entitetska glasila, najbolje odražavaju dominantnu, etnički svjesnu praksu

³ Turjačanin, V. (2005a) *Nacionalni stavovi mladih bošnjačke i srpske nacionalnosti u BiH*. Banja Luka: Filozofski fakultet.

Turjačanin, V. i Čekrlija, Đ. (ur.) (2005b) *Etnički, državni i evropski identitet*. Banja Luka: Friedrich Ebert Stiftung.

Turjačanin, V. (2004) "Etnički stereotipi mladih bošnjačke i srpske nacionalnosti u Bosni i Hercegovini", *Psihologija*. 37/3.

i stereotipe, i tako ponajbolje reflektuju postojeće stanje u bosanskohercegovačkom društvu. Kroz analizu i poređenje ovih medija, pokušali smo dati nalaz stanja u kome se, medijski gledano, žene u Bosni i Hercegovini nalaze, vidjeti ima li sličnosti ili razlike u načinu na koji ovi odabrani mediji glavnog toka predstavljaju žene, te ustanoviti u kojoj je mjeri rodno i etničko povezano. Krenuli smo od pretpostavke da što je više neki medij etnički orijentisan, utoliko je manje rodno svjestan i više marginalizuje ženski rod. Naše istraživanje želi da pokaže stepen ove marginalizacije u takvim medijima i da pokaže u kakvim se subjekatskim ulogama žene javljaju kao posljedica konkretne novinarske prakse u Bosni i Hercegovini.

Iako svjesni kritike da feministička teorija dolazi iz bjelačke i hrišćanske kulturološke prakse, da je imperijalna i da zanemaruje afroameričku i populaciju zemalja Trećeg svijeta⁴, mi nismo imali druge već da preuzmemo dosta teorijskog nasljeđa i terminologije sa Zapada. U seminalnom članku Gaye Tuchman⁵ primjećuje se odstupanje od teorije direktnih efekata i dotad prevladavajućeg stava o *iskrivljenoj* stvarnosti kada su u pitanju načini predavljanja žena u masovnim medijima. Kao odgovor na *iskrivljene odraze*, kao esencijalistički pristup, koji podrazumijeva postojanje homogenog rodnog identiteta, Tuchmanova je sklonija da prihvati Gerbnerov koncept *simboličkog poništavanja* žena, koje vrše mediji. "Kao što predavljanje u medijima signifikuje društveno postojanje, isto tako nedovoljno predavljanje i trivijalizacija, odnosno osuđivanje, pokazuju simboličko poništavanje."⁶ Međutim, Tuchmanova⁷ i Van Zoonen⁸ smatraju da i ovaj pristup, iako napredniji, podrazumijeva pasivnu publiku, koja naivno oponaša ono što mediji propagiraju.

⁴ Amos, V. i Parmar, P. (1984) "Challenging imperial Feminism". U: *Feminist Review*. 17: 3–19.

⁵ Tuchman, G. (1979) "Women's Depiction by the Mass Media". U: *Signs*. 4: 32-56.

⁶ Tuchman, G. (1979) "Women's Depiction by the Mass Media". U: *Signs*. 4: 32-56.

⁷ Tuchman, G. (1979) "Women's Depiction by the Mass Media". U: *Signs*. 4: 32-56.

⁸ Van Zoonen, L. (2002) "A New Paradigm", *MQuail's Reader in Mass Communication Theory*. London: Sage.

Pored simboličkog poništavanja, u tekstu ćemo se dotaći i analize interpretativnih okvira (*frame analysis*) kao načina na koji je medijski diskurs organizovan.⁹ "Medijski okviri, u velikoj mjeri neizrečeni i nevidljivi, organizuju svijet kako za novinare koji o tom svijetu izvještavaju tako, u velikoj mjeri, i za nas koji se oslanjamo na njihove izvještaje."¹⁰ Iako mnogi tvrde da su mediji seksistički zbog neravnopravnog položaja žena u medijskim organizacijama i socioekonomske organizacije medija, Tuchmanova smatra da su često same žene proponenti seksističkih pozicija¹¹ i da žene imaju iste obrasce autoriteta. Ona navodi da je razlog zbog kojeg nema puno promjena u prikazivanju žena, uprkos promjeni društvenog položaja žene, konzervativizam - zbog težnje da se obuhvati što veća i raznovrsnija publika.¹²

Kao alternativu, ona nalaže posmatranje "medija kao okvira koji obezbjeđuju skupine tekstova" i "tretiranje medijskog sadržaja kao mitova, kao načina gledanja na svijet koji odjekuju u svjesnom umu i nesvjesnim strastima i koji su utisnuti, koji izražavaju i stvaraju društvenu organizaciju"¹³. Prema ovom tumačenju masovnih komunikacija, uloga medija nije isključivo predstavljanje stvarnosti već i način da se ritualno ili mitološki prenesu "pripadnost", "učestvovanje", "zajednička uvjerenja" i slično.¹⁴ Za naše istraživanje posebno su bili zanimljivi oni interpretativni okviri unutar

⁹ Goffman, E. (1974) *Frame analysis*. New York: Longmans.

Gitlin, T. (1980) *The whole world is watching*. Berkeley: University California Press.

¹⁰ Gitlin, T. (1980) *The whole world is watching*. Berkeley: University California Press.

¹¹ Tuchman, G. (1979) "Women's Depiction by the Mass Media". U: *Signs*. 4: 32-56.

¹² Tuchman, G. (1979) "Women's Depiction by the Mass Media". U: *Signs*. 4: 32-56.

¹³ Tuchman, G. (1978) "The symbolic annihilation of women by the mass media". U: Tuchman, G.; Daniels, A.; Benet, J. (Eds.), *Hearth and home: Images of women in the mass media*. New York: Oxford University Press. Str. 3-38.

¹⁴ Ibid.

kojih su se našle žene, njihova konstruisanost i perpetuacija, a posebno ideološki rad medija, koji naturalizuju stvarnost pozivajući se na zdravorazumsko i opšte.¹⁵

Sve i da se opredijelimo za ovo ritualno tumačenje komunikacije kao prenošenja kompleksnijih istina na razumljiv način, ono što je problematično jeste neprekidno predstavljanje žena kao opšteprihvaćenog *Drugog*. Ako se žena u Bosni i Hercegovini vijekovima smatrala majkom ili suprugom, da li da to prihvatimo kao zdravorazumsko i kao prenošenje tradicije ili da na to gledamo kao na nešto ograničavajuće? Kako da posmatramo i tumačimo činjenicu da je upravo najveći broj članaka u dominantnom diskursu dnevne bosanskohercegovačke štampe u kojima se spominju žene citat ili slika neke razgolićene holivudske zvijezde? I koliko je dato predstavljanje žena u našim medijima rezultat tradicije, odsustva "nevidljive" polovine stanovništva ili žensko čitanje ženskog tijela kao aduta moći i emancipacije?

Naši pokušaji da rasvijetlimo ovako složenu situaciju, odnose patrijarhata, konzervativizma i etnocentrizma dominantnog bosanskohercegovačkog diskursa i načina na koje se ova dominantna ideologija u Bosni i Hercegovini familijarizuje, istovremeno jezički i kulturološki fiksirajući značenje žene kroz medijsko predstavljanje, leži u analizi sadržaja i kritičkoj analizi odabranih članaka. Na kraju, ali ne i najmanje važno, naše teorijsko zaleđe pretpostavlja socijalni konstruktivizam i aktivnu publiku. Kada je u pitanju rod, smatramo da ga "konstruišu kulturni i istorijski procesi a pojedinci ga usvajaju kroz porodicu, obrazovanje, religiju, medije i slično"¹⁶. Koliko i kako god da su mediji i medijski diskurs konstruisani u zavisnosti od društveno-ekonomskih struktura, koje manje ili više utiču na percepciju i autopercepciju roda u bosanskohercegovačkom društvu, tako su i medijske poruke

¹⁵ Milivojević, S. (2001) "Ideološki rad medija". U: *NSPM*. 1: 233-249.

¹⁶ Van Zoonen, L. (2002) "A New Paradigm", *MQuail's Reader in Mass Communication Theory*. London: Sage.

otvorene za različite vrste čitanja različitih publika u Bosni i Hercegovini, te ključ problema i društvene promjene leži u medijskom opismenjavanju kako čitalaca tako i novinara i novinarki, što će ovo i slična istraživanja, nadajmo se, podstaknuti.

Problemi istraživanja

U okviru ovakvog istraživanja željeli bismo dati odgovore na sljedeća pitanja/probleme:

- u koliko su tekstova u ovim entitetski dominantnim i etnički određenim štampanim medijima zastupljene žene u poređenju sa muškarcima
- kakva je distribucija tema/rubrika u kojima se žene nalaze i da li se tu potvrđuju stereotipi, odnosno da li se od njih odstupa (podanaliza tema članaka u kojima se žene spominju)
- kako se subjekatski pozicioniraju žene u medijskim tekstovima, odnosno u kakvim se interpretativnim okvirima one nalaze, i kakve ideologije takvi tekstovi odražavaju
- kakve su odlike dnevnih novina u Bosni i Hercegovini, kao dominantnog, konzervativnog i etnički određenog diskursa (sličnosti i razlike između *Avaza* i *Glasa* ukoliko postoje), i kako takve ideologije utiču na buduću, socijalno konstruisani ženski identitet u Bosni i Hercegovini

Metod

Istraživanje je uključivalo monitoring dnevne štampe u toku dvije sedmice. Analiza se odvijala kroz unaprijed definisane kategorije društvenih konteksta, što je obuhvatalo: etnicitet, politiku, ekonomiju, kulturu itd. Dnevni avaz i Glas Srpske smo

odabrali iz više razloga: to su najjeftiniji i najdostupniji štampani dnevници u Bosni i Hercegovini, koji najbolje odražavaju postratnu etničku ideologiju, postavljajući se kao narodni tribuni sa nezanemarljivim religijskim prizvukom, posebno snažnim nakon rata 1992--1995. Za razliku od medija u okruženju, gdje dominiraju teme o evropskim integracijama, u ovim medijima vidimo dosta postratne retorike i tema (izbjeglice, deložacije, borci, šehidi itd.), a u ovim glasilima možda i najviše provijava siromaštvo i gorčina ako se radi o običnim ljudima. Udarne stranice najviše mjesta daju djelima ili citatima političara (malo je političarki), koji na razne načine manipulišu stvarnošću i koriste siromaštvo i gorčinu za svoje argumentativno-retoričke ciljeve. Smatrali smo da oni najsveobuhvatnije i najrealnije oslikavaju društvenu cjelokupnost u Bosni i Hercegovini, za razliku od npr. specijalizovanih "ženskih" magazina, i očekivali smo da upravo u njima nađemo žene u politici, ekonomiji, nauci i sl. kao oblastima koje su uzete kao mjerila našeg istraživanja.

Podaci koje smo dobili od redakcije *Dnevnog avaza* govore da redakciju čini 17 novinarki i 13 novinara, 9 urednica i 8 urednika te 4 lektorice, te da je prosječni prodati tiraž oko 41.000 primjeraka odnosno 90.000 primjeraka petkom. U redakciji *Glasa Srpske* ima 11 novinarki i 12 novinara, 4 urednice (redaktorke) i 8 urednika (redaktora), te 5 lektorica, a prosječni tiraž iznosi između 10 i 12 hiljada prodatih primjeraka. I u *Avazu* i u *Glasi* glavni i odgovorni urednik, kao i njegov zamjenik, su muškarci, a u *Glasi Srpske* je i šef dopisničke službe muškarac, dok je to u *Dnevnom avazu* žena.

Dakle, dnevne novine *Dnevni avaz* i *Glas Srpske* praćeni su u toku 14 dana u periodu između 21. 3. 2006. i 5. 4. 2006. godine, pa je uzorak činilo po 14 primjeraka svakih od navedenih novina. Rubrike u objema novinama kategorisane su slijedeći ideju samih izdavača novina, te smo kreirali 13 zajedničkih kategorija: Novosti (Aktuelnosti), Društvo (Dogadjaji, Pogledi, Mozaik, Život), Politika (Teme), Ekonomija (Biznis), Svijet (Srbija i Crna Gora, Globus, Kiosk), Crna hronika, Lokalno (Kroz Republiku Srpsku, Banja Luka, Panorama), Kultura (Kult/Art, Feljton), Zabava (Kolaž,

Estrada, Slobodno vrijeme, Jet-set, Showbiz), Sport, Naslovna stranica, Posljednja stranica, Etnički relevantno. U okviru svake od rubrika zasebno su prebrojavane slike i tekstovi.

Registrovano je pojavljivanje žena kao jedinih aktera, muškaraca kao jedinih aktera ili oba roda zajedno, i to na osnovu navedenog imena ili roda osobe u članku. U nekim člancima rod subjekta nije bio specifičnog roda, npr. kada su u pitanju saopštenja nekih organizacija, a ti su članci takođe prebrojavani, te zbog toga zbir procenata rodnih grupa često iznosi ispod 100%. Pri prebrojavanju nisu uzimani u obzir oglasi, već samo novinski članci u cjelini, uzimajući u obzir i njihove uokvirene podčlanke. Jedina kategorija koja nije bila unaprijed urednički definisana u okviru novina je *Etnički relevantno*, u okviru koje je registrovan svaki članak u kome je bila izričito spomenuta jedna od tri najveće bosanskohercegovačke etničke grupe (Srbi, Hrvati ili Bošnjaci), bez obzira na to o kakvom tipu članka se radilo.

Postoje i drugi načini da se objektivizuje rodno prisustvo u tekstovima, kao na primjer prebrojavanjem broja imena koja se pojavljuju, što se, zbog ogromnog broja imena (naročito na sportskim stranicama), ispostavilo kao prevelik "zalogaj" za istraživače. Smatrali smo, ipak, da način analize koji smo primijenili predstavlja optimalnu tehniku koja će nas na jednostavniji način dovesti do pouzdanih nalaza¹⁷. Korištene su mjere deskriptivne statistike (frekvencije i procenti), jer su veličina uzorka i mali broj empirijski dobijenih frekvencija u određenim slučajevima činili neupotrebljivim ostale statističke metode.

Drugi dio analize čini kritička analiza diskursa¹⁸, pri čemu smo diskurs posmatrali foucaultovski, dakle, kao društveni čin, a rod kao društveno konstruisanu kategoriju. U

¹⁷ Unošenje podataka i statističke analize obavljene su uz pomoć OpenOffice.Org programa za tablična izračunavanja.

¹⁸ Fairclough, N. (1989) *Language and Power*, Longman, London, 1989; Van Dijk, T. (1993) "Principles of critical discourse analysis", u: *Discourse & Society*, Vol. 4 (2): 249-283.

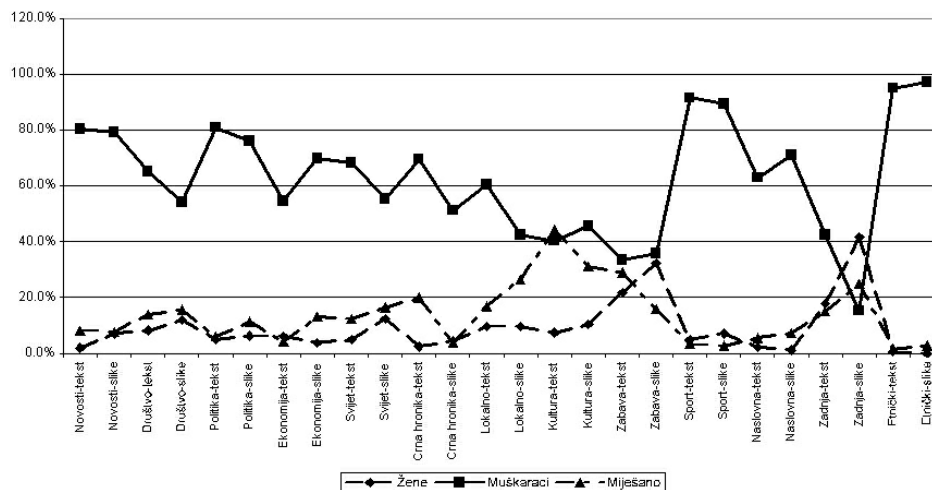
PREDSTAVLJANJE ŽENA U BOSANSKOHERCEGOVAČKIM DNEVNIM NOVINAMA:
RODNA I ETNIČKA PODVOJENOST DRUŠTVA

ovom dijelu analize prvo smo odabrali tekstove za koje bi prethodna analiza sadržaja pokazala da su najreprezentativniji. Odgovarajući na pitanje teksta u kontekstu, pokušali smo rasvijetliti žanrovske i leksiko-gramatičke zajedničke imenitelje, dekonstruisati subjekatske pozicije unutar kojih se žene nalaze i uvidjeti kako su diskursi o ženama rekontekstualizovani u odnosu na postojeće odnose moći i društveni *status quo*.

Rezultati

Kvantitativna analiza sadržaja dnevnih novina

Grafikon 1: Grafički prikaz rodne zastupljenosti u dnevnim novinama (N = 28)



Ako pogledamo grafikon 1, koji nam prikazuje procentualnu zastupljenost rodova po rubrikama dnevnih novina, lako ćemo uočiti da najveći procenat žena nalazimo na slikama na posljednjoj stranici (41,7%), zatim na slikama u zabavnim rubrikama (32,3%), u tekstovima o zabavi (21,8%), te u tekstovima na posljednjoj stranici (17,8%). Najmanji procenti žena se nalaze na slikama etnički relevantnih tekstova (0%), u etnički relevantnim tekstovima (0,8%), na slikama na naslovnoj stranici (1,2%), u tekstovima koji izvještavaju o novostima (1,9%), te u tekstovima na naslovnoj stranici (2,2%).

Muškarci su, procentualno, najčešće zastupljeni na slikama etnički relevantnih tekstova (97,3%), u etnički relevantnim tekstovima (95,2%), u sportskim tekstovima (91,7%), na slikama u sportskim rubrikama (89,5%), u tekstovima koji izvještavaju o novostima (80,4%) i na slikama novosti (79,4%). Procentualno gledano, muškarci su najmanje zastupljeni na slikama na posljednjoj stranici (15,3%), te u tekstovima (33,5%) i slikama (35,7%) zabavnih rubrika.

Žene i muškarci zajedno najčešće se nalaze u tekstovima (44,3%) i slikama (31,2%) rubrika iz kulture, zatim u tekstovima zabavnih rubrika (28,9%) i na slikama lokalnih vijesti (26,4%). Najmanje se nalaze zajedno u etnički relevantnim tekstovima (1,6%), na etnički relevantnim i sportskim slikama (2,7%), u sportskim tekstovima (3,3%), na slikama u crnoj hronici (3,8%) i u tekstovima ekonomskih rubrika (4,1%).

Uopšteno, kao što smo i pretpostavljali, žene su vidljive u zabavnim sadržajima dnevnih novina, i to bukvalno vidljive, što znači da su najviše zastupljene na slikama na posljednjoj stranici i u estradnim rubrikama. Treba naglasiti da te slike uglavnom prikazuju obnažene djevojke u izazovnim pozama, što čak i nema veze sa tekstom, ali i u većini tih rubrika one ne nadmašuju pojavljivanje muškaraca (osim kada je riječ o slikama na posljednjoj stranici). Uopšte, u dnevnim novinama uočava se tendencija da muškarci bivaju sve manje zastupljeni, a žene sve više, kako se ide ka posljednjim stranicama, osim kada je u pitanju sport, čija se rubrika nalazi pri kraju novina. S druge strane, naslovna stranica, koja je rezervisana za udarne vijesti i naslove,

pokazuje jasnu dominaciju muškaraca. Politika, ekonomija, društvo i većina ostalih rubrika koje se tiču društvene moći rezervisana je za muški rod. Ove oblasti, ujedno, predstavljaju i glavne stubove moći svakog društva, pa i našeg. Mada ne postoje egzaktni podaci za našu zemlju, ako pretpostavimo da društvenu populaciju predstavlja 50% žena, pitanje je gdje se one nalaze, gledane očima kreatora i čitalaca ovih dnevnih novina? Kada se pojavljuje, žena je prikazana u stereotipnim ulogama starlete, obnažene ljepotice, stare bake ili djevojčice-učenice. Posebnu priču predstavljaju sport i etnički relevantne teme, gdje je dominacija muškaraca "zacementirana".

Etnički relevantnih tekstova u dnevnim novinama i nema onoliko koliko bismo očekivali na osnovu svakodnevnne prakse spominjanja etniciteta u svim kontekstima. Ipak, i kroz ovako mali broj članaka (u prosjeku oko 9 dnevno), zanimljivo je vidjeti da žene praktično ne postoje u etničkom diskursu, te je statistička analiza nepotrebna - praktično, ispod 1% etnički relevantnih članaka ima za jedinog aktera ženu. Zajedno sa muškarcima one se pojavljuju u ispod 2% etnički relevantnih članaka, i to uglavnom kao žrtve nasilja u procesima koji se vode u vezi sa ratnim zločinima ili u okviru etnički relevantnih porodičnih reportaža.

Izvori ovakve etničke negacije žena mogu se tražiti u nekoliko faktora. Prvo, bosanskohercegovačko društvo bez sumnje predstavlja društvo izrazito patrijarhalnih i konzervativnih vrijednosti, što je neizbježno nasljeđe historije, odnosno sporijih društveno-istorijskih promjena. Etnička, kao i religijska, obilježja uglavnom se prenose sa oca na sina, osim kada je u pitanju jevrejska etničko-religijska grupa, i može se reći da, na izvjestan način, etnička prezentacija putem patrijarhalnih figura simbolički obezbjeđuje širenje etničkih poruka. Ovo praktično znači da su muškarci istinski nosioci i prenosioci etniciteta, a to je blisko povezano sa usvajanjem vjerskog identiteta: religioznim činom vjenčanja kod hrišćana i muslimana obično žena mijenja vjeru. Znači, kada govorimo o etničkom predstavljanju, jedino ispravnom smatra se tipična podjela -muška uloga jeste da

prikaže dominantnu stranu etniciteta (borbu, herojstvo), dok se ženi ostavlja uloga žrtve, koja obično simbolizuje "patnju naroda".

Drugo, etnicitet u Bosni i Hercegovini danas predstavlja više točak nego motor društveno-političkoj eliti koja se trenutno nalazi na vlasti. Kad kažemo točak, mislimo na to da je podjela na etničke kategorije jedna od najbitnijih činjenica svakodnevnog života ovdje, ali samo do trenutka kada postanu relevantni faktori novca i moći - tada se ostale socijalne odrednice lako prevazilaze. Neka bazična istraživanja iz socijalne psihologije u SAD-u¹⁹ pokazuju da su muškarci više orijentisani na socijalnu dominaciju, koja se, kako vidimo, očituje i u korištenju etničkih faktora. Znači, postoje kulturološke pretpostavke koje naše društvo čine posebno pogodnim za rodne podjele u društvenom životu, a trenutna podjela društvene moći nastoji da te podjele održi, čak i maksimizuje.

Mada nalazi nisu uvijek jednoznačni, brojna istraživanja etnički relevantnih stavova²⁰ pokazuju da žene dosljedno pokazuju etnički tolerantnije stavove od muškaraca. Zbog čega bi žene pokazivale tolerantnije etničke stavove? Iako doskora nije bilo tako, jasno je da je u ovom trenutku bosanskohercegovačko društvo sastavljeno od tri, manje-više, homogene etničke socijalne grupe, među kojima postoji poređenje i takmičenje, počevši od sportskih pa do kulturnih i teritorijalnih. S druge strane, rodne društvene uloge su odavno raspodijeljene: muškarci "vode poslove" i "vladaju", dok žene "rađaju" i "uljepšavaju se". Budući da muškarci

¹⁹ Pratto, F.; Sidanius, J.; Stallworth, L. M.; Bertram, F. M. (1994) "Social Dominance Orientation: A Personality Variable Predicting Social and Political Attitude". U: *Journal of Personality and Social Psychology*. 67/4: 741-763.

²⁰ Massey, G.; Hodson, R.; Sekulic, D. (1999) "Ethnic Enclaves and Intolerance: The Case of Yugoslavia". U: *Social Forces*. 78: 669-691.

Turjačanin, V. (2005a) *Nacionalni stavovi mladih bošnjačke i srpske nacionalnosti u BiH*. Banja Luka: Filozofski fakultet.

predstavljaju društveno dominantnu rodnu grupu, a etnicitet relevantnu kategoriju za poređenje, kao reprezentanti za etnička poređenja svake od grupa biraju se, logično, muškarci. Vjerovatno je da manji socijalni pritisak, zbog činjenice da nisu viđene kao nosioci društva, utiče na veću fleksibilnost stavova kod žena. Stvari, naravno, nisu tako jednostavne kao što se čine, i nema nevinih, budući da su i žene nositeljke patrijarhalnog nasljeđa. I jedni i drugi trenutni društveni poredak uzimaju zdravo za gotovo - muškarci jer im odgovara, a žene jer je teško i neudobno iskoračiti izvan društvene norme. Možda to nisu potpuno racionalna opredjeljenja, pa bi psihoanalitički orijentisani istraživači rekli da putem defanzivne identifikacije mnoge žene usvajaju dominantne vrijednosti društva.

Na osnovu kvantitativnih analiza, teško je reći da li ovakva (minimizirana) slika žena u etnički relevantnim (i svim ostalim) tekstovima predstavlja prosti odraz realnosti ili je to, na neki način, i generator daljnijeg rodnog podvajanja društva. Vjerovatno je da je u pitanju mehanizam povratne sprege, gdje dnevne novine stvarno daju relativno realnu sliku našeg društva. Negativan uticaj ove povratne sprege može biti evidentan i kroz sliku koju mladi stiču o sebi i o svom mjestu u društvu dođu li u kontakt sa ovom vrstom prezentacija. Naime, samo posmatrajući dnevne novine kod nas, djevojke mogu da zaključe da je jedina poželjna uloga za njih da budu dio estradnog života ili da budu ukras - estetski dodatak koji muški život čini ljepšim. Istraživanja manjinskih grupa²¹ često su pokazivala dejstvo takozvanog samoispunjavajućeg proročanstva: ako društvo ili porodica imaju negativna očekivanja u vezi sa određenom osobom, ona će se vjerovatno i ispuniti²².

²¹ *Manjinska grupa* u ovom slučaju označava grupu sa manjim uticajem u društvu, a ne grupu sa manjim brojem članova.

²² Goldberg, P. (1968) "Are women prejudiced against women?". U: *Trans-Action*. Str. 28-30.
Jacobs, J.; Eccles, J. (1992) "The impact of mothers gender-role stereotypic beliefs on mothers and childrens ability perceptions". U: *Journal of Personality and Social Psychology*. 63: 932-944.

Istraživanja na Zapadu uglavnom su se bavila rodnom zastupljenošću i prezentacijom na televiziji²³ i, na osnovu njih, ispostavlja se da se tradicionalna nezastupljenost i stereotipizovanost žena polako mijenjaju. Za razliku od Zapada, kod nas se prije može govoriti o "simboličkom poništavanju žena u medijima"²⁴. Ako su u našim novinama žene dominantne jedino na posljednjoj stranici (što je svojevrsna simbolika), pitanje je da li se od žena može očekivati da zadrže svoje samopoštovanje ako im se i na ovaj način konstantno ukazuje na to gdje je njihovo mjesto. Sve u svemu, što se tiče bosanskohercegovačkog društva, možemo reći da se muška dominacija u etnički relevantnim temama održava putem konzervativno-patrijarhalnih vrijednosti društva, čiji nosioci nisu samo muškarci, nego i žene. S druge strane, dominacija muškaraca u temama iz ostalih oblasti odraz je trenutne raspodjele socijalne moći u našem društvu, koja, opet, dosta duguje već spomenutom patrijarhalnom nasljeđu. Sve u svemu, jasno je da što je važniji društveni kriterijum, utoliko su više potencirane rodne razlike u kvantitetu medijske prezentacije.

Analiza diskursa: subjekatsko pozicioniranje žena

Na osnovu detaljnije kritičke analize diskursa pokušali smo odrediti kako se o ženama govorilo imajući u vidu njihove subjekatske pozicije. Pristup kritičke analize

²³ Glascock, S. (2001) "Gender roles on prime-time network television: Demographics and behavior". U: *Journal of Broadcasting and Electronic Media*. 45: 656-669.

Gunter, B. (1995) *Television and gender representation*. London: John Libbey.

Hodson, R.; Sekulic, D.; Massey, G. (1994) "National Tolerance in the Former Yugoslavia". U: *American Journal of Sociology*, 99: 1534-1558.

Meyers, M. (Ed.) (1999) *Mediated women: Representations in popular culture*. Cresskill, NJ: Hampton.

²⁴ Tuchman, G. (1978) "The symbolic annihilation of women by the mass media". U: Tuchman, G.; Daniels, A.; Benet, J. (Eds.), *Hearth and home: Images of women in the mass media*. New York: Oxford University Press.

diskursa primijenjen je selektivno - bavili smo se samo pojedinim aspektima iskustvenih, ekspresivnih i relacionih vrijednosti leksike i gramatike. U novinskim člancima, žene su rijetko imale priliku da kažu nešto više od jedne izjave, a dosta je bilo i neupravnog i sumarizovanog govora. U odnosu na korpus iz datog bosanskohercegovačkog entiteta, dominirale su žene iz dominantne etničke grupe datog entiteta. Ono na što smo posebno obratili pažnju, imajući u vidu novinarsko pisanje, bilo je njihovo subjekatsko pozicioniranje, prateće fotografije, govorni činovi i presupozicija, te metafore i ostale zanimljive leksikalizacije u tekstu.

Ako se imaju u vidu unaprijed data istraživačka pitanja i problemi, postaje jasno da je gorući problem našeg korpusa bio veoma malo prisustvo žena a da bi se o "ženskom" diskursu moglo iscrpnije diskutovati. Na osnovu detaljno proučenog materijala, otkrili smo da je žena u diskursu bosanskohercegovačkih dnevnih novina predstavljena kao majka/supruga/domaćica, starica ili estradna ličnost/starleta, a primijećena je i značajna razlika kod predstavljanja domaćih i stranih visokoobrazovanih žena (političarke, sudije, ekonomistkinje).

Dalje, vijesti o ženama u Bosni i Hercegovini dolazile su u vezi sa pojmom žrtve. U bosanskohercegovačkom diskursu žena se često pozicionira kao žrtva, bilo da se nađe u objekatskoj ili subjekatskoj poziciji, a u dosta članaka na kojima smo vršili analizu uloga žrtve je bila presuponirana i inherentna samom pojmu žene. Priča o ženi žrtvi ima dosta i možda bi, zbog svoje složenosti i problematičnosti, one mogle predstavljati okosnicu posebnog istraživanja. Međutim, uloga žene žrtve nerijetko je kombinovana i sa subjekatskim ulogama koje smo izdvojili i analizirali i ona kao takva doprinosi rodnim stereotipima, naročito ako uzmemo u obzir dominaciju "etnički svjesnih" donosilaca odluka.

U *Glasu Srpske* od 21. 3. 2006. godine na naslovnoj stranici data je priča o Dragi i Kosi Malović, dvoje nezaposlenih ljudi sa Sokoca sa osmero djece, koji su odjednom krstili svojih petero najmlađe djece i čitaocima, u naslovu, šalju optimističnu poruku: "nevolje će proći". Ova ljudska priča ima za cilj da izazove simpatije za siromašnu ali

religioznu porodicu Malović, koja i u siromaštvu i nevolji vjeruje u Boga. Kosa je spomenuta u nadnaslovu, vidi se na fotografiji i u 3. odlomku, ali uz ime njenog muža i jedino se na ta dva mjesta nalazi u poziciji subjekta. U diskursu koji ne dozvoljava veliko "miješanje" žena, naglašava se njena uloga reproduktivne matice u funkciji povećanja etničkog korpusa. Svi navodi u ovom članku, koji govori o teškoćama porodice ali i vjeri u Boga, pripadaju isključivo suprugu Dragi, pa i protojereju Miloradu Ljubincu, svešteniku koji je krstio djecu. Žena Kosa je dio porodičnog dekora, ali joj je uskraćeno da govori, ona je supruga i majka, ali u ime nje govore suprug, sveštenik i načelnik opštine. Arhetipsko predstavljanje žene kao majke nerijetko se interdiskurzivno pretapa sa ulogom žrtve.

U *Avazu* od 22. 3. 2006. godine u rubrici "Život" i na naslovnici data je priča "Majka ne prestaje plakati jer ne zna kako će hraniti bebe", koja govori o Mostarki Mirsadi, koja je rodila trojke, a i ona i muž takođe su nezaposleni. Mirsada je sretna zbog rođenja djece ali i zabrinuta jer ne zna kako "djeci da priušti normalan život". To je jedina njena izjava u tekstu, osim navoda doktora Nusreta Džeke, koji kaže da "Mirsada stalno plače", da je "zabrinuta i da ne može izaći iz bolnice... dok je ne prihvati nadležna služba gradske uprave i socijalne zaštite". Kad je u subjekatskoj poziciji, Mirsada "preživljava", "nalazi se u bolnici", "nalazi se pod stresom", "plače i zabrinuta je". U ostalim slučajevima ona se nalazi u objekatskoj poziciji, te primjećujemo hibridizaciju diskursa o majci i žrtvi.

Majka poginulog borca možda je i najagentnija pozicija u kojoj se žena majka nalazi u našem diskursu. U članku *Glasa* od 25. i 26. 3. 2006. godine na naslovnoj stranici je članak "Vape za pravdom", a u njemu je data velika fotografija sredovječnih žena i starica, ozbiljnih ili uplakanih lica, a članak počinje direktnim navodom Jelice Zečević, majke poginulog borca: "Sva pretrnem od slika zločina, koji mi se odigrao pred očima. Kao da mi neko zabada nož u srce." Iako je članak nastavak postratnog diskursa o zločinu i krivici pripadnika drugog etniciteta, koji je dosta čest u oba dnevnika, ovo je rijedak primjer da žene imaju prostor da na naslovnoj stranici

ispričaju svoju priču, pa se stiče utisak da se tragedija i ženski "osjećajni" narativni stil koristi u političke svrhe. U Federaciji je pandan ovakvoj priči snaga i zalaganje žena Srebrenice, koje su svojom solidarnošću, angažmanom i pričanjem svojih priča učinile veliku stvar za sagledavanje i medijsku pažnju zločina u Srebrenici, što je nesumnjivo bilo teško u patrijarhalnoj bosanskohercegovačkoj sredini, u kojoj se jedino vjeruje muškarcu koji govori.

Uloga supruge/kćerke je takođe sporedna u brojnim člancima. U *Avazovom* članku od 21. 3. 2006. godine data je priča o glumcu koga deložiraju. Na dvije fotografije koje se odnose na pomenuti članak prikazana je supruga Nermina Tulića koja mu pomaže sa kolicima i kćerke koje ga grle i "tješe". Žena supruga je i u priči "Mustafa Šerbečić uskoro dovodi četrdesetu ženu" u istom broju *Avaza*, gdje se iz samog naslova vidi da je Mustafa akter, a da ta četrdeseta žena, kao i 39. prije nje, trpi radnju i biva dovedena. On je akter priče, njegov život je "buran i sladak", "živio je sa 39 žena a samo dvije je odveo kod matičara" i "najviše je volio Fikretu iz Prijedora".

Ideal žene majke ili žene supruge je, moglo bi se reći, evoluisao u današnju super ženu, koja je istovremeno slavna i uspješna poslovna žena. Tako je u *Avazu* od 25. 3. 2006. priča Amne Kunovac-Zekić: "Anur i Orhan su mi najljepša i najvažnija životna obaveza." Amna je u članku subjekatski pozicionirana kao majka i supruga, kojoj suprug pomaže u kući, ali i kao "radoholičarka", koja se uspješno bavi kostimografijom, dizajnom, novim kreacijama i sl. Iz teksta se vidi da majčinstvo presuponira manju poslovnu angažovanost, ali i da Amna nema podršku, trpjela bi ili njena poslovna ili roditeljska strana. Kroz Amninu priču, vidimo jedan novi diskursni hibrid ženske emancipacije kroz posao i obaveze, kao noviji diskurs i diskurs žene supruge/majke, ali je jasno naznačeno, kako kroz naslov tako i kroz čitav tekst, da roditeljstvo ne smije biti zanemareno i da je to novi tip savršene mlade Bosanke.

Sljedeći interpretativni okvir u kojem se bosanskohercegovačke žene javljaju vezan je za "ozbiljne" teme poput društva, ekonomije ili politike, ali upada u oči i

razlika u načinu na koji su one predstavljene u odnosu na inostrane političarke ili žene u neestradoj javnoj sferi. Takođe smo primijetili da su "domaće" žene na ovakvim pozicijama pretežno kontekstualizovane kroz teme koje ne narušavaju primat "etnički svjesnog muškarca" kakve su humanitarne i pomagačke profesije²⁵.

Dok, s jedne strane, imamo njemačku kancelarku Angelu Merkel, koja se na slici optimistično smiješi, koja je u tekstu iz *Avaza* od 28. 3. 2006. godine predstavljena kao siguran i samosvjestan subjekt koji "započinje drugu etapu reformske politike", koja "najavljuje važne reformske teme i srednjoročnu reformu zdravstvene politike", s druge strane imamo Dostu Branković, stečajnu upravnicu, čija slika krase članak iz *Glasa* od 21. 3. 2006. godine "Radnici ničija briga". Dosta nije citirana nigdje u tekstu, umjesto nje svi citati pripadaju sekretaru stečajnih upravnika Vinku Beraku. Vinko Berak je "pohvalio stečajnog upravnika Dostu Branković koja je jedan dio dugovanja pretvorila u akcije i na taj način zaštitila vrijednost imovine preduzeća". Berak "kaže", "izjavljuje", "objašnjava", "pohvaljuje" i "pita". Dosta, koja pretvara dugovanja u akcije i štiti imovinu preduzeća, ne kaže ništa dok se blago smiješi sa stranice, čime je uskraćena za sopstveni govor o vlastitom uspjehu.

Pored Doste, u ova dva dnevnika imamo i druge domaće žene koje nastupaju sa profesionalnih pozicija, poput Gordane Dukić, predsjednice Upravnog odbora RTRS-a, Jasmile Žbanić, rediteljke, ambasadorice BiH u SAD-u Bisere Turković, ali članci u kojima se one pojavljuju su manji od članaka u kojima se nalaze Suzan Džonson, Kondoliza Rajs ili Karla del Ponte. Iako Bisera Turković (*Avaz*, 24. 3. 2006) uspostavlja saradnju sa meksičkim predsjednikom, Žbanićeva apeluje na građane da ne kupuju piratske kopije filma "Grbavica" i ne uništavaju bosanskohercegovačku kinematografiju (*Avaz*, 27. 3. 2006), a Dukićeva najavljuje novi zakon o radioteleviziji (*Glas*, 25. i 26. 3. 2006), čini se da ovaj ženski profesionalni angažman niti je na prvim stranicama ovih

²⁵ Npr.: "Uoči otvaranja javne kuhinje u Brčkom - evidentiranje zainteresovanih", *Avaz*, 29. 3. 2006, "Izloženi radovi osoba s posebnim potrebama", *Avaz*, 21. 3. 2006, brige o bolesnima, djeci, siromašnima i izbjglicama "Crveni krst RS "Trening službe traženja" i "Dobrotvori pomogli bebama", *Glas*, 21.3. 2006.

novina niti mu se posvećuje prevelika pažnja. On ne govori o državnim ili etničko-entitetskim pitanjima, sama fotografija ovih žena je mala i neugledna i nema onog optimizma kojim zrače fotografije inostranih profesionalnih žena.

Ako uporedimo fotografiju ambasadorice Turković, koja je toliko sitna da se gotovo i ne vidi, i fotografiju Rozmari di Karlo, zamjenice državnog podsekretara (*Avaz*, 21. 3. 2006) ili Suzan Džonson, koja "izdaje nalog", "zabranjuje" i "podsjeća" i koja se, koristeći ove direktive, nameće kao žena koja posjeduje moć i snagu, uočavamo ogromnu razliku. Rozmari je blago namrštena, što upućuje na duboko razmišljanje i zabrinutost, a na slici vidimo njen uzdignuti odlučni kažiprst i usta u grimasi kao da govori. U tekstu ona "izjavljuje", "ocjenjuje", "saglašava se", a u ovim, tipično i tradicionalno "muškim"govornim činovima - asertivima, ogleda se njena jednakost pa i življena ravnopravnost u "muškom" svijetu. Samo članak više u istom broju *Avaza* vidimo i nasmiješenu Ursulu Plasnik, šeficu austrijske diplomatije, koja, iako takođe nije direktno navedena, odaje sliku samouvjerene austrijske političarke.

Kad je u pitanju Karla del Ponte, koja se često pojavljuje u oba dnevna lista, ona je, osim što je diskurzivno uvijek postavljena kao moćna žena, pomalo i obavijena velom tajne. Funkcija Del Ponteove, glavne tužiteljice Haškog tribunala, jest da aktivno traži osumnjičene za ratne zločine i uslovljava vlade zemalja bivših jugoslovenskih republika ulaskom u Evropu. U članku "Del Ponte danas u Beograd dolazi po Ratka Mladića" (*Avaz*, 29. 3. 2006) zanimljiva je fotografija na kojoj vidimo Del Ponteovu, tačnije njen profil, sa kratkom plavom kosom i tamnim naočarima u prvoj, desnoj polovini fotografije, dok se u drugoj, lijevoj polovini vidi ogromna sjenka njene glave. Mističnost Karle del Ponte povezana je sa njenom funkcijom osobe koja rukovodi potjerom za Ratkom Mladićem i Radovanom Karadžićem, a metaforički se odražava i u tekstu analize²⁶.

²⁶ Karakteristične metafore koje upućuju na tajanstvenost u ovom tekstu su: "steže se obruč", "snažni pritisak na službeni Beograd", "sužavanje kruga kretanja", kao i sintagme poput "dio zaključaka iz tajnog izvještaja", "otkrivena mreža" i slično.

Zapadne političarke imaju malo toga zajedničkog sa našim političarkama, kad su u pitanju novinari, fotografi i specijalisti za odnose s javnošću, koji njihove izjave medijski pakuju u okvir optimizma i samouvjerenosti. Ako govorimo o predstavljanju žena u medijima, a ne stvarnosti kakva jeste, čini se da su žene političarke u oba bosanskohercegovačka entiteta, iz različitih razloga, možda i najmarginalizovanije i najlošije predstavljene, te, kao takve, nisu prijetnja suverenosti i prevlasti "etnički osviještenih" kolega, kojima se bahatost, masni reveri, debljina i neoprana kosa puno lakše opraštaju.

Prilično lagano i još uvijek marginalno, i u bosanskohercegovački diskurs dospijevaju priče o ženama koje nisu političarke ili tužiteljice, ali projektuju svoju snagu kroz ono što imaju. Primjer ovakvih vrsta hibridnog diskursa ogleda se u članku o Mejri Šiljdedić, "jedinoj ženi instruktoru vožnje u Unsko-sanskom kantonu". Mejra je pozicionirana kao akterka, ona je "u proteklih sedam mjeseci uspješno obučila 25 kandidata", a od ranog djetinjstva gaji prilično netipičnu "ljubav prema automobilima i vožnji", te sada "obučava kandidate" i "dobro obavlja svoj posao". U posljednjem paragrafu članka nezaobilazno je njeno porodično određenje. Mejra, pored svega navedenog, ima "veliku podršku supruga i dvije kćerke" i "puno joj znači da svi imaju razumijevanja za njen specifičan posao". Znači, i pored svoje profesionalno uspješne strane, bosansku ženu bosanskohercegovački mediji vole da stave u kontekst porodice, ma kako irelevantno to bilo za prvobitnu namjeru poruke članka.

Takođe je bila interesantna hibridizacija diskursa ruralnog i urbanog u članku "I tronožac i fotelja" (*Glas*, 27. 3. 2006), koji šalje jednu specifičnu poruku, iako je naslov članka upitan, jer je tronožac metafora za selo, pasivnost, sjedenje nisko, a fotelja se odnosi na šefovanje, moć, sjedenje na višem nivou, pa i na grad. Članak se bavi radom udruženja "Naša žena", koje ima za cilj da "ženu poslije teških poljoprivrednih radova i brige o domaćinstvu izvuče iz kuće i osposobi za uključivanje u savremene društvene tokove". Taj članak jedan je od rijetkih u kojem se očitava agentnost i nesporna uloga žene kao subjekta. Iako su u tekstu prisutne brojne presupozicije

(npr.: žena na selu nije uključena u savremene društvene tokove, žena je stalno vezana uz kuću, nezaposlena je...), upravo one krče put za pozicioniranje drugačijih deklarativnih radnji i veliko prisustvo aktivnih glagola i, semantički gledano, glagola za ispoljavanje aktivnosti.

Žene sa sela su u ovom tekstu pozicionirane kao akterke koje drže svoju sudbinu čvrsto u svojim rukama. Bez obzira na naporan rad, koji je nedvosmisleno izražen ekspresivnim modalitetom, kao modalitetom govornikove evaluacije istine²⁷ - dakle, žena zna da "mora" da radi, ali ona "može" da radi i neke druge stvari, da pomaže drugima i da radi na sopstvenoj emancipaciji razvijajući odnose solidarnosti i zajedništva sa drugim ženama iz svog okruženja.

Uloga starlete i estradne zvijezde izuzetno je složena za interpretaciju. Ako uzmemo samo tjelesno i redukujemo ženu odnosno njeno izražavanje na površinski izraz i ženu svedenu na tijelo, rizikujemo da prihvatimo pomalo mizogini pogled jer je za ženu na Balkanu to tjelesno upravo bio način da se izrazi i privuče pažnju kada je riječ o nekim tipično estradnim zanimanjima. Tako da, imajući u vidu naš kontekst, u široj analizi predstavljanja žene kroz njene tjelesne atribute, ne smijemo zanemariti da su žene to itekako koristile da bi zadobile određenu moć - da bi se nametnule, dokazale i pokazale prosto iz razloga što su im drugi načini bili uskraćeni. Ako uzmemo u obzir stranicu o estradi Glasa od 21. 3. 2006. godine, vidimo naslove poput "Gola na stolu", "Najljepše grudi na svijetu", dva oglasa za prijavu na konkurse Miss Intercontinental BiH, Miss Barby i Miss Teen i "Djevojka koja je ostvarila svoje snove". Članak "Gola na stolu" zanimljiv je i zato što autor tvrdi "da će snimci dodatno obradovati Sienine (Siena Miller) obožavaoce kada vide glumicu u lezbejskom zagrljaju sa modelom".

Na istoj stranici su i priče o drugim poznatim ličnostima, o kojima se govori pozitivno, u kontekstu porodice i majčinstva (Katie Holmes, Reese Witherspoon,

²⁷ Fairclough, N. (1989) *Language and Power*. London: Longman.

Angelina Jolie), i negativno, u kontekstu ekscentričnosti, lezbijstva i "proždiranja" muškaraca (Siena Miller, Rebecca Loos i Paris Hilton). U sekciji estrade *Glasa* od 27. 3. 2006. godine zastupljene su teme poput udaje glumica iz serije "Očajne kućanice" ("Tripud svadba"), želje Suzan Sarandon "da poveća grudi" ("Holivud daje ali i traži") i "šokantnog" ponašanja Kejt Mos, "koja je počela da pije u 6 popodne a završila u tri popodne sljedećeg dana" ("Provod šokirao očevicu"). Udaja i povećanje grudi su shvaćene zdravorazumski, ali je problematično "nedolično" ponašanje Kejt Mos, koja "šokira javnost razuzdanim i djetinjastim ponašanjem", koje, prema mišljenju novinara/novinarke, ne priliči ženama. Stranice showbiz-a u *Avazu* nimalo ne zaostaju nagim ženama i porukama tekstova poput "Pogledajte me, ja sam žena bez bokova" i "Pamela voli i mrzi svoje grudi" (*Avaz*, 24. 3. 2006).

Ovoliki broj žena na ovakvim stranicama i u tekstovima koji ih parčaju na dijelove tijela ili im propisuju moralne norme ponašanja govori u prilog činjenici da će se kod čitalaca ovakvih medija lakše kultivirati osjećaj da je ona prisutna ponajviše onda kada je lijepa i izazovna, te da će se dodatno učvrstiti uvjerenja o primatu i nepovredivosti porodice, što su sve karakteristike konzervativnog društva. Pada u oči i to da se na ovim stranicama i ovakvim jezikom predstavljaju gotovo isključivo strane zvijezde, a da su domaće zvijezde, s izuzekom nekih folk zvijezda ili Severine, predstavljene više u kontekstu svog rada, talenta, a manje eksplicitno golog i zavodljivog tijela. Imajući u vidu sklonost svakog konzervativnog diskursa da posjeduje i dvostruki moral, vidimo da je za strane zvijezde poželjno da budu nage i seksualno eksplicitne, dok je kod domaćih seksualnost pomalo zataškana i implicitna.

Pozicija starice na Balkanu je moćnija od pozicije mlade žene, upravo zbog svog statusa majke i stuba porodice, jer žene često nadžive muževe u bosanskim selima. Ovakve bosanske žene su zanimljive za novinske članke jer one posjeduju dugovječnost, znanje i iskustvo, ali nikada nisu predstavljene kao eksplicitno subverzivne i, uslovno rečeno, prenoseći tradicionalne vrijednosti, one perpetuiraju *status quo*. Tipičan primjer ovakve priče je članak "Šahu Skopljak udali sa 15 za čestitog Fehima" (*Avaz*, 3. 4. 2006).

Ovakva upotreba pasiva je zanimljiva jer govori da je neko Šahu udao a da je nije ništa pitao, što je bilo uobičajeno u bosanskom društvu s početka 20. vijeka a i ranije, o čemu svjedoče i brojne sevdalinke. Povod za priču je Šahin 102. rođendan, ali je u prvom planu njena pripovijest žene koja nije išla u školu već u mekteb, koja je imala lijep brak i nikad se nije "na riječ natjerala s mužem", koja se sjeća rata i učešća u partizanima, rođenja desetero djece. Sva ova Šahina sjećanja prenesena su u neupravnom govoru, a prenosi ih novinar. Šaha govori direktno kada govori o svom rođenju i obrazovanju, ali i kada šalje poruku mladim ženama "da voli vidjeti kad se mlada djevojka lijepo dotjera i uredi jer žensko treba da je uredno". Šaha, koja bi mogla da, na osnovu svog stogodišnjeg životnog iskustva, uputi i neku drugu poruku mladim djevojkama osim lijepog izgleda, ne kaže ništa jer je novinar/novinarica to ne pita. Umjesto da Šahu pozicionira kao moćnu i snažnu bosansku ženu, novinar ili novinarica je, zbog naučene prakse, ideološki smješta u pasivan okvir žene "koja još vidi udjenuti konac u iglu", a ne spominju se neki drugi segmenti iz "njene sehare pune poučnih životnih priča". Iako je u ovakvim člancima presuponirana mudrost, domaćinsko-familijarno određenje je primarni kalup za priče o staricama. Ove žene niko ne pita o važnim temama poput socijalizacije, odrastanja, izdržavanja porodice dok je muž u ratu, preuzimanja pozicije glavnog u kući ili nekog drugog agentnog pozicioniranja, na primjer, u čemu još jednom nalazimo potvrdu etnopatrijarhalnog obrasca ponašanja.

Zaključna razmatranja

Na osnovu rezultata ove studije, možemo vidjeti da su žene veoma slabo zastupljene u glavnim dnevnim glasilima u Bosni i Hercegovini. To je jasno već na osnovu letimičnog pregledanja *Dnevnog avaza* i *Glasa Srpske*, dok je empirijska

analiza pokazala zaista porazne rezultate - najveći procenat žena kao aktera nalazimo na slikama posljednjih stranica novina i zabavno-estradnih rubrika. Rezultati su nedvosmisleno pokazali da je žena skoro potpuno ignorisana u većini društveno relevantnih kategorija javnog života. Etnicitet i rod se, takođe, nalaze u vezi koja nije ekskluzivna već simptomatična: žena gotovo da ne postoji u javnom etničkom diskursu. Ovo "gotovo da ne postoji" obezbjeđuje joj mjesto kroz specifične uloge žrtve ili kroz ulogu obnavljanja etničkog korpusa. Dakle, kad pogledamo etničku rodnu prezentaciju u okviru opšte medijske situacije, vidimo sliku koja potvrđuje nejednaku distribuciju značaja i uticaja. U praksi ovo znači da su žene u kontekstu dominantne etničke ideologije zauzele mjesta na stranicama crne hronike, i to kao žrtve ratnih ili drugih zločina.

Dalje, budući da je uloga majke ključna za produženje vrste, postoji tendencija da se žena prikazuje kao majka djece, obično u sklopu "borbe protiv bijele kuge", u pozadini koje obično stoji ideja kvantitativnog poređenja etničkih grupa. Patrijarhalna podjela rodnih uloga je u Bosni i Hercegovini postojala i davno prije etničkih sukoba, međutim, dodatni problem koji sada imamo jest da u atmosferi konstantnog straha (što jeste u pozadini svakog etničkog konflikta) dobijamo potenciranje ideologije etničkog dogmatizma, koja kao rezultat daje dodatno potenciranje konzervativnih rodnih vrijednosti. Etnička ideologija, u čijoj pozadini uglavnom nema naznaka prave demokratije i tolerancije, a koja je, posebno kod nas, zasićena konzervativnim normama, definitivno ne pruža mogućnost izlaza iz predefinisanih polnih uloga, tj. ženi nudi isključivo mjesto majke, a muškarcu nosioca i branioca vrijednosnog sistema etničkog društva. Priroda povratne sprege etniciteta i patrijarhalnosti je takva da se vremenom samo pojačava, a jasno je da nijedan od akutnih problema ne može da bude riješen bez istinskog razbijanja ovog kruga. Problematizovanje i redefinisanje rodnih uloga u bosanskohercegovačkom društvu vjerovatno neće ići ni brzo ni bez poteškoća, što se može reći i za problematiku etničkih odnosa, ali je izvjesno da će ovi procesi morati teći uporedo a nikako jedan bez drugog.

Kada govorimo o specifičnom etničkom i rodnom u našem diskursu, možemo se pozvati na jedno istraživanje rađeno u Americi, koje kaže da "štampa u etnički raznolikim zajednicama više pažnje posvećuje ženama"²⁸. Činjenica je da Bosna i Hercegovina, budući da je razdvojena po entitetskoj liniji, nije etnički raznoliko društvo i da se to itekako osjeća u nedovoljnoj zastupljenosti jedne polovine njene populacije. Ukoliko su žene i zastupljene, vidjeli smo kakve subjekatske pozicije one zauzimaju. Možda bi se, kada bi Bosna i Hercegovina postala stvarno etnički raznoliko i tolerantnije društvo, neke stvari i promijenile. Ovako, situacija nije optimistična na globalnom nivou medijskog predstavljanja, ali ne smijemo zaboraviti ni neke druge nivoe, kao što je rad nevladinog sektora, uključivanje žena u politiku i biznis, i sve veći broj obrazovanih žena.

Dolazimo do zaključka da su u našim novinama žene dominantne jedino na posljednjoj stranici, što je svojevrsna simbolika njihovog položaja u društvu. Kako se, na osnovu ovoga, od žena može očekivati da zadrže svoje samopoštovanje ako im se i na ovaj način konstantno ukazuje na to gdje je njihovo mjesto? Ovakvo stereotipisanje ženske ličnosti nije samo objektivna opservacija njihovih karakteristika, već racionalizacija trenutnog stanja stvari u društvu, gdje se podržava žena u "ženstvenom izdanju" na osnovu njenih "urođenih" osobina, dok se sve ostalo smatra ekscesom.

Nećemo reći ništa novo ako kažemo da se u našem društvu muška dominacija u svim relevantnim oblastima održava putem konzervativno-patrijarhalnog skupa vrijednosti, čiji nosioci nisu samo muškarci nego i žene. Problem je kako prevazići ovu situaciju? S jedne strane, izgleda kao da se ni žene same ne angažuju dovoljno na ostvarenju svojih prava, ali treba znati da to i nije jednostavno - sa pozicija društvene moći šalju se poruke jedino o muškarcu kao braniocu društvenih i kulturnih vrijednosti zajednice.

²⁸ Armstrong, C. (2002) "Papers Give Women More Attention in Ethnically Diverse Communities". U: *Newspaper Research Journal*. 23/4: 81-85.

Bibliografija

Amos, V. and Parmar, P. (1984) "Challenging imperial Feminism". U: *Feminist Review*. 17: 3-19.

Armstrong, C. (2002) "Papers Give Women More Attention in Ethnically Diverse Communities". U: *Newspaper Research Journal*. 23/4: 81-85.

Glacock, S. (2001) "Gender roles on prime-time network television: Demographics and behavior". U: *Journal of Broadcasting and Electronic Media*. 45: 656-669.

Goffman, E. (1974) *Frame analysis*. New York: Longman.

Gitlin, T. (1980) *The whole world is watching*. Berkeley: University California Press.

Goldberg, P. (1968) "Are women prejudiced against women?". U: *Trans-Action*. Str. 28-30.

Gunter, B. (1995) *Television and gender representation*. London: John Libbey.

Fairclough, N. (1989) *Language and Power*. London: Longman.

Hodson, R.; Sekulic, D.; Massey, G. (1994) "National Tolerance in the Former Yugoslavia". U: *American Journal of Sociology*. 99: 1534-1558.

Gerbner, G. (1998) "Cultivation Analysis: An Overview". U: *Mass Communication and Society*. I;3/4: 175-194.

Jacobs, J.; Eccles, J. (1992) "The impact of mothers gender-role stereotypic beliefs on mothers and childrens ability perceptions". U: *Journal of Personality and Social Psychology*. 63: 932-944.

Massey, G.; Hodson, R.; Sekulic, D. (1999) "Ethnic Enclaves and Intolerance: The Case of Yugoslavia". U: *Social Forces*. 78: 669-691.

Meyers, M. (Ed.) (1999) *Mediated women: Representations in popular culture*. Cresskill, NJ: Hampton.

Milivojević, S. (2001) "Ideološki rad medija". U: *NSPM*. 1: 233-249.

Pratto, F.; Sidanius, J.; Stallworth, L. M.; Bertram, F. M. (1994) "Social Dominance Orientation: A Personality Variable Predicting Social and Political Attitude". U: *Journal of Personality and Social Psychology*. 67/ 4: 741-763.

Treichler, A. P.; Wartella, E. (1986) "Interventions: Feminist theory and communication studies". U: *Communication*. 9: 1-18.

Tuchman, G. (1979) "Women's Depiction by the Mass Media". U: *Signs*. 4: 32-56.

Tuchman, G. (1978) "The symbolic annihilation of women by the mass media". U: Tuchman, G.; Daniels, A.; Benet, J. (Eds.) *Hearth and home: Images of women in the mass media*. New York: Oxford University Press. Str. 3-38.

Turjačanin, V. (2005a) *Nacionalni stavovi mladih bošnjačke i srpske nacionalnosti u BiH*. Banja Luka: Filozofski fakultet.

Turjačanin, V.; Čekrlija, Đ. (ur.) (2005b) *Etnički, državni i evropski identitet*. Banja Luka: Friedrich Ebert Stiftung.

Turjačanin, V. (2004) "Etnički stereotipi mladih bošnjačke i srpske nacionalnosti u Bosni i Hercegovini". U: *Psihologija*. 37/3.

Van Dijk, T. (1993) "Principles of critical discourse analysis". U: *Discourse & Society*. 4/2: 249-283.

Van Zoonen, L. (2002) "A New Paradigm". U: *MQuail's Reader in Mass Communication Theory*. London: Sage.

Danijela MAJSTORVIĆ
Vladimir TURJACANIN

**ŽENE U POLITICI U BUGARSKIM NOVINAMA:
POSTFEMINIZAM U POSTTOTALITARNOM DRUŠTVU**

Apstrakt

U radu se istražuju načini na koje se u bugarskim novinama u toku prve decenije 21. vijeka pojavilo postfeminističko medijsko predstavljanje žena u politici kao privatnih potrošača umjesto javnih ličnosti sa misijom. U radu se, međutim, tvrdi da ovo nije reakcija na drugi talas akademskog feminizma - koji nikada nije zaživio u posttotalitarnom bugarskom društvu - već da je to dominantan postmoderni globalizacijski diskurs. Štaviše, ovo se u politikama predstavljanja može posmatrati kao suprotnost pojavi neonacionalističkog diskursa desnog nacionalizma. Upravo u ovom smislu u tekstu se tvrdi da se postfeminizam u posttotalitarnim društvima može posmatrati kao redefiniran zbog njegova istovremenog pribivanja dviju suprotstavljenih tendencija. S jedne strane, on se može tumačiti kao pomjeranje feminizma radi suočavanja sa neposrednim realnostima duboko ukorijenjenog patrijarhalnog vrijednosnog sistema društva, a, s druge strane, kao diskurs koji pretežno podržava desno poduzetništvo kapitalizma u razvoju, a njega opet snažno podržavaju korporativni mediji, za društvo sa strožije definiranim rodnim granicama.

*Analizirani je material uzet iz dvaju bugarskih listova, iz *Atake*, lista koji izdaje nedavno osnovana nacionalistička stranka u Bugarskoj, i iz *Truda*, lista sa najvećim brojem čitalaca u zemlji. Učinjen je napor da se dodatno osvijetli sukob između dvaju ideoloških diskursa - diskursa nacionalizma i globalizacije - koji se, kako se čini, nalaze u pozadini medijske politike ovih listova. Ovo pokazuje kako rod može poslužiti kao linija razdvajanja između "homogene praznine nacije" i "globalnog sela" postmodernizma. U tekstu se također traga za mogućim objašnjenjem nesigurnog širenja demokratije u istočnoj Evropi i pokušavaju se osvijetliti preživjele funkcije identiteta na Balkanu.*

Ključne riječi:

žene u politici, postfeminizam, politike predstavljanja, slike žena u masovnim medijima, rod i nacionalizam, feminizam i posttotalitarna društva, feminizam i globalizacija, žene u bugarskim novinama

Uvod

Iako su po svojoj prirodi suštinski višeznačne, revolucije u istočnoj Evropi iz 1989. godine bez sumnje su dovele do radikalne transformacije političkog i kulturnog prostora regije. Čini se da je jedna od najznačajnijih promjena redefiniranje rodni uloga u ovim mladim građanskim društvima, uz ponovno formuliranje postojećih mitova o ženama. Društvo razvijenog socijalizma negiralo je postojanje rodni podjela i proglasilo žene svojim "jednakim članovima", a to je pozicija koja je dovela u pitanje tradicionalne patrijarhalne strukture, dok ih je u isto vrijeme dodatno jačala nametanjem totalitarnih ideoloških mehanizama koji su negirali građanska prava svih građana/-ki. Ova se situacija, paradoksalno, nastavlja u novim demokratskim društvima, gdje se feminizam u svom zapadnom obliku pokreta za građanska prava, sa politikom emancipacije i idealom zajedničkog sestrinstva svih žena, diskreditira upravo stoga što, po svojoj prirodi, djeluje kao još jedan totalitarni diskurs. Umjesto toga, čini se da su se ova društva našla u "postfeminističkom" trenutku. To je doba kada se žene, iako im je data mogućnost izbora među većim skupom uzora i identiteta, paradoksalno povlače iz aktivističke društvene pozicije u poziciju u kojoj su, čini se, ponovo uspostavljeni neki od najotpornijih mitova i stereotipa patrijarhata. To, naravno, može ličiti na prihvatanje stava "retrogradnih postfeministkinja" koje podržavaju tradicionalni ženski identitet. Ali, kao što će ovaj rad pokušati da pokaže, postfeminizam kakav podržavaju masovni mediji također može poslužiti i kao protivotrov za rastući nacionalistički diskurs u posttotalitarnim društvima.

Još jedna neočekivana posljedica završetka hladnog rata i širenja demokratije i globalne tržišne ekonomije u posttotalitarnim društvima nakon 1989. godine jest to da se, umjesto prevazilaženja nacionalizma i parohijalizma etničkih identiteta, prema riječima Michaela Ignatieffa, "represija vratila, a njeno je ime nacionalizam"¹ ili nešto što bi se moglo nazvati neonacionalizmom ili etnonacionalizmom.² Ponovno oživljavanje ekstremnih neonacionalizama i etnonacionalizama u pojedinim posttotalitarnim društvima, naročito u jugoistočnoj Evropi, dodatno je ugrozilo mjesto žena u javnom životu, jer nacionalizam generalno ne priznaje pravo žena da učestvuju u javnom životu. Prema tvrdnji Yuval-Davisa, u okviru projekta nacionalizma za žene se obično predviđa uloga rađanja dobrih građana³, što jedva da im ostavlja mogućnost učešća u javnoj sferi.

Otprilike jednu deceniju se činilo da je Bugarska pošteđena zala neo- ili desnog nacionalizma, sve do posljednjih parlamentarnih izbora 2005. godine, kada je stranka pod imenom Ataka (atak), sa jasno izraženom nacionalističkom platformom, postala, po svojoj snazi i utjecaju, četvrta stranka u bugarskoj politici. Povrh toga, nakon što su prve tri stranke uspostavile koaliciju i formirale vladu, ona je postala stranka sa najvećom grupom opozicionih poslanika u bugarskom parlamentu.

¹ Ignatieff, Michael (1993) *Blood and Belonging: Journeys into the New Nationalism*. London: Chatto & Windus. Str. 5.

² Vodeće ime među naučnicima koji su pokušali definirati etnonacionalizam je Walker Connor, koji je još početkom 70-ih godina prošlog vijeka ukazao na oštru razliku između ovog tipa nacionalizma i onog tradicionalnijeg. Njegova je definicija danas proširena i uključuje i neonacionalizam. Vidjeti Connor, Walker (2002), *Ethnonationalism: The Quest for Understanding*, Princeton: Princeton University Press, kao i Conversi, Daniele (ur.) (2002) *Ethnonationalism in the Contemporary World: Walker Connor and the Study of Nationalism*. New York: Routledge.

³ Vidjeti Yuval-Davis, Nira (1997) *Gender and Nation*. London: SAGE. Str. 7-8.

U ovom će radu biti istraženo da li su ova politička događanja dovela do daljnjeg jačanja rodni stereotipa u bugarskom društvu, naročito u odnosu na žene u politici, te kako ih masovni mediji, naročito štampa, odražavaju i podržavaju. Radi dobijanja odgovora na ova pitanja, поближе će biti proučen način na koji masovni mediji u Bugarskoj predstavljaju žene u politici. Konkretnije, bit će razmotreno kako ih nakon posljednjih izbora predstavljaju dva bugarska lista, list nove stranke *Ataka*, te jedan od najpopularnijih listova u zemlji *Trud*.

Nema sumnje da masovni mediji danas predstavljaju "glavnu kulturološku i ideološku snagu, koja ima dominantan položaj u odnosu na način definiranja socijalnih odnosa i političkih problema i u stvaranju i preobražavanju popularne ideologije unutar publike kojoj se obraćaju."⁴ U ovom smislu se medijski diskurs često posmatra u posredničkoj vezi sa ideologijom i moći u društvu. Stoga je prirodno očekivati da se članovi društva koji žele da stupe u polje društvene moći oslanjaju na medije u stvaranju i održanju diskursa koji će ih čvrsto postaviti u sferu politike. U cilju proučavanja načina na koji se to radi u Bugarskoj, u ovom je istraživanju korištena analiza medijskog sadržaja koju je razvio Gerbner u teoretskom okviru Van Dijkove teorije diskursa. Rezultati su zatim analizirani unutar okvira ideoloških i simboličkih upotreba roda i rodni stereotipa koje društvo podržava i rodni mitova koji se koriste u stvaranju i ponovnom formuliranju društvenih identiteta. Od velikog su značaja u ovoj analizi teorijski rezultati rodni istraživanja koji se odnose na ulogu žena kao ključnih učesnika ideološke reprodukcije zajednice i nosilaca njene kulture. Kultura se ovdje ne posmatra kao homogena i fiksna, već kao "bogat izvor, obično pun unutrašnjih protivrječnosti, koji selektivno koriste različiti društveni akteri u raznim društvenim projektima unutar konkretnih odnosa moći i političkog diskursa unutar i izvan kolektiviteta."⁵

⁴ Vidjeti Hall, Stuart (1988) *The Hard Road to Renewal*. London: Verso. Str. 118.

⁵ Vidjeti Yuval-Davis, Nira (1997) *Gender and Nation*. London: SAGE. Str. 43.

Žene na vlasti i mediji

Očito je, dakle, da je medijski diskurs u neposrednoj vezi sa trenutnom političkom i sociokulturnom situacijom u zemlji koju i oblikuje i odražava. Prema tome, prije nego što pobliže pogledamo dva lista i ponudimo detaljnu analizu sadržaja, potreban je širi pregled situacije u kojoj se nalaze žene na vlasti u Bugarskoj. Ovo je pitanje višeslojno, ali čini se da je najvažniji aspekt u kontekstu ovog istraživanja to da li žene imaju jednak pristup funkcijama u vlasti u bugarskoj politici. Drugi je fokus pažnje u ovom istraživanju način na koji se žene koje su stekle ovakav pristup, ne samo u Bugarskoj, već i širom svijeta, prikazuju u bugarskim medijima.

Žene i politika u Bugarskoj

Da bih odgovorila na prvo pitanje, koristila sam statističke podatke. Najrelevantnije istraživanje za ovu temu je Izvještaj o ljudskom razvoju UN-a za 2005. godinu, u kojem se poredi Indeks ljudskog razvoja (HDI)⁶ u 177 država. Bugarska se u ovom izvještaju nalazi na 55. mjestu. U poređenju sa HDI-om iz prethodnih izvještaja, došlo je do stabilnog ukupnog poboljšanja u životima ljudi u čitavom svijetu, ali je očigledno da su zemlje izvan Evrope u zaostatku. U istočnoj Evropi uočena je veoma zanimljiva situacija. Nakon drastičnog pada HDI-ja 1989. godine, koji se nastavlja sve do 1995. godine, slijedi stabilan rast. Ove su zemlje 2003. godine dostigle nivo iz 1989. godine. Sličan trend ne postoji u drugim zemljama koje pokriva istraživanje, gdje nije uočen ni porast ni stabilan razvoj.

Jedna od komponenata mjerenja ljudskog razvoja je takozvani Razvojni indeks prema spolu (Gender-related development index - GRDI). Što je niži GRDI

⁶ HDI mjeri povećanje izbora koje ljudi imaju u odnosu na dug i zdrav život, stjecanje znanja i dostupnost sredstava za pristojan životni standard, uz njihovo očuvanje za buduće generacije.

u poređenju sa HDI-om, to je veća nejednakost među spolovima u dotičnoj zemlji. Za Bugarsku ovaj odnos iznosi 0,806 naprema 0,807, čime se ova zemlja svrstava na 45. mjesto u svijetu. Najvažnija mjera ove komponente je Mjera rodnog osnaženja (Gender Empowerment Measure - GEM), koja pokazuje koliko aktivno žene učestvuju u političkom i ekonomskom životu zemlje. Bugarska se, prema GEM-u, nalazi na 29. mjestu. Najvažnije komponente GEM-a su: procenat žena u parlamentu, procenat žena zakonodavaca, viših službenica i direktorica, procenat profesionalnih i tehničkih radnica, kao i odnos procijenjenih zarađenih prihoda između žena i muškaraca. U izvještaju su dati podaci na osnovu općih izbora održanih u Bugarskoj 2001. godine, na kojima je veliki broj žena bez presedana izabran na položaje u vlasti. U prethodnom parlamentu su 26,3% poslanika činile žene, a to je najveći broj žena u parlamentu u čitavoj bugarskoj historiji, čime se, prema izvještaju, ova zemlja svrstava na 25. mjesto u svijetu. Na izborima 2005. godine, međutim, taj je procenat opao na 21,2%. Interesantno je da je u poređenju sa prethodnim izborima broj žena na izbornim listama bio puno veći (vidjeti tabelu 1).

Pojedini analitičari objašnjavaju smanjenje broja žena u parlamentu činjenicom da je partija bivšeg monarha Simeona Sax-Coburg-Gothea osvojila manje mjesta u ovom sazivu parlamentu. Ja, međutim, mislim da je razlog upravo to što je Pokret "Ataka" osvojio 21 mandat, čime je postao četvrta snaga u političkom životu zemlje.

Još jedan indikator učešća žena u političkom procesu jest njihovo učešće u vlasti. Od 18 ministara (uključujući premijera) u bugarskoj vladi, samo tri su žene, uključujući jednu od ukupno tri zamjenika premijera. Premijer ima tri zamjenika zbog toga što se tri partije nalaze u vladajućoj koaliciji. Među 15 ministara (ministrica za evropska pitanja Meglena Kuneva je ministrica bez ministarstva, isto kao i zamjenica premijera Emel Etem, koja nema kabinet) i njihova 64 zamjenika samo su 23 žene, od čega tri ministarstva nemaju nijednu ženu u svom kabinetu.

Tabela 1. Muškarci i žene u bugarskom parlamentu⁷

Političke partije	2001				2005			
	Muškarci na izbornim listama	Žene na izbornim listama	Izabrani članovi	Izabrane žene izbornim listama	Muškarci na izbornim listama	Žene na izbornim listama	Izabrani članovi	Izabrane žene
Bugarska socijalistička partija	372	67	47	7	360	101	82	16
Nacionalni pokret Simeon II	241	79	97	37	296	193	53	22
Ujedinjene demokratske snage	405	84	15	2	347	70	20	4
Pokret za prava i slobode	108	13	21	1	347	87	34	3
Demokrati za jaku Bugarsku			27	7	293	121	17	4
Bugarski nacionalni savez			11	2	324	103	13	1
Pokret "Novo vrijeme"			11	3				
Nezavisni pokret "Ataka"			11	4	212	38	21	1
Ukupno			240	63 (26,3%)			240	51 (21,2%)

Medijski diskursi i predstavljanje žena - pregled

Nakon ovog kratkog prikaza učešća žena u politici u Bugarskoj, vrijeme je da pogledamo na koji način mediji predstavljaju liderke. Pokušaj bivšeg monarha Simona Sax-Kobur-Gothea, koji je pobijedio na izborima 2001. godine i postao premijer, da približi Bugarsku globalnoj tendenciji davanja sve više vlasti ženama⁸

⁷ Izvještaj o ljudskom razvoju UN-a za 1995. godinu.

⁸ Prema evropskim standardima, procenat žena na vlasti treba da se kreće oko 30%, što je skoro postignuto sa 26,3% poslanica u prethodnom parlamentu.

ustvari je doveo da toga da su mediji usvojili politiku predstavljanja kojom se favorizira potrošački stil života žena na vlasti. Jedan od mnogobrojnih primjera iz ovog perioda jest intervju objavljen u 23. broju jednog sedmičnika u Bugarskoj, u novini Cash. Tema intervjua sa dvije poslanice u parlamentu je moda. Naslov članka koji govori o dvije tadašnje poslanice, Juliani Donchevoj, bivšem modelu, i Eugeniji Zhivkovej, modnoj kreatorki,⁹ glasi "Lijepa ne znači uvijek i glupa".

Ovakvo predstavljanje sugerira da je sličan proces u postfeminizmu koji se pojavio u zapadnim demokratijama u toku posljednje decenije uhvatio korijena i u Bugarskoj. Sam termin 'postfeminizam' skovan je 80-ih godina prošlog vijeka u *New York Times*-u, koji je objavio tekst pod naslovom "Glasovi iz postfeminističke generacije", u izdanju od 17. oktobra 1982. godine¹⁰. Ali, tek je 90-ih godina prošlog vijeka i prvih godina 21. vijeka ovaj termin stekao veću popularnost. Od te prve upotrebe ovog termina, mediji - naročito u SAD-u - neprestano insistiraju na tome da je svijet ušao u postfeminističko doba. Iako se u nekim od današnjih štiva o postfeminizmu on konstruira kao marginalan ili subverzivan diskurs, on se može koristiti i protiv žena. August Tarrier je u svom tekstu "Obnažene dame: zločeste djevojke postfeminističkih devedesetih" primijetila da "u nekim slučajevima, 'postfeministički' identitet koji se nudi ženama jednostavno potvrđuje njihovu patrijarhalnu dehumanizaciju"¹¹. U jednom od najpotpunijih istraživanja različitih aspekata savremenog postfeminizma, Sarah Projansky opisuje pet međusobno povezanih kategorija postfeminističkog diskursa: linearni postfeminizam, uzvratni postfeminizam, postfeminizam jednakosti i izbora,

⁹ Vidjeti в-к "Кеш", бр. 23, 2001, "Сблъсък: Юлияна Дончева: Красива невинаги значи глупава; Евгения Живкова: Стига сме се мразили".

¹⁰ Vidjeti Bolotin, Susan (1982) "Voices from the Post-Feminist Generation". U: *New York Times Magazine* (17. oktobar 1982, nedjeljno, kasno gradsko izdanje, rubrika 6, str. 29, stubac 1).

¹¹ Vidjeti *Electronic Book Review: Writing Post-Feminism* (gošće urednice Elisabeth Joyce i Gay Lynn Crossley, broj 3, 1. septembar 1996).

(hetero)seks-pozitivni postfeminizam i, konačno, muški postfeminizam, a svi su oni definirani u odnosu na feminizam koji postfeministi posmatraju kao monolitan, arhaičan, binaran, antiseksualan i, što je najvažnije, neproduktivan u okviru iskustva savremene žene¹².

Interesantnija za ovaj rad su istraživanja kojima se ispituje veoma blizak odnos između postfeminizma i medija. Naučnice kao što je Mary Douglas Vavrus postfeminizam definiraju kao novi oblik feminizma koji unapređuju mediji. U knjizi *Postfeminist News* (Postfeminističke novosti), ona kaže: "Medijsko predstavljanje žena u politici u 90-im godinama prošlog vijeka unapređuje oblik postfeminizma: revizija feminizma koja ohrabruje ženine privatne, potrošačke stilove života umjesto da njeguje želju za javnim životom i političkim aktivizmom."¹³ Ovo je, ustvari, iskaz o "politici predstavljanja - politici koja određuje način na koji se tvori diskurs o određenim ženama na televiziji i na stranicama novina, časopisa i knjiga."¹⁴ U ovom radu se ta hipoteza prihvata i pokušava se istražiti da li se predstavljanje žena na vlasti u bugarskim medijima promijenilo nakon posljednjih parlamentarnih izbora 2005. godine.

Medijska kultura u Bugarskoj je veoma raznovrsna, ali ja sam odabrala pobliže istražiti dva lista, *Trud* i *Ataku*, jer su oni vodeće snage u oblikovanju javnog mnijenja i dva najpristupačnija izvora informacija. Moja je odluka djelimično određena i mojim uvjerenjem da je, dolaskom ekstremne nacionalističke partije Ataka, poremećena pažljivo stvorena ravnoteža u bugarskom društvu između različitih etničkih grupa. To je značajno utjecalo na izgled žena da ravnopravno učestvuju u vlasti. Pored toga, između ovih dvaju listova postoji značajna razlika. Oni su odabrani zato što im je

¹² Vidjeti Projansky, Sarah (2001) *Watching Rape: Film and Television in Postfeminist Culture*. New York: NYU P.

¹³ Vidjeti Vavrus, Mary Douglas (2002) *Postfeminist News: Political Women in Media Culture*. Albany: SUNY Press. Str. 2.

¹⁴ Vavrus. Ibid.

čitalačka publika potpuno različita. *Ataka* su strogo stranačke novine, predstavnik stranačke politike nacionalističkog pokreta. S druge strane, *Trud*, novine koje imaju najveći tiraž u Bugarskoj, nisu izričito povezane ni sa jednom od vladajućih stranaka u Bugarskoj, te se, zbog toga što se nalaze u stranom vlasništvu, mogu posmatrati kao dio današnjih globalizacijskih procesa. *Trud* predstavlja i veoma zanimljiv "glokalni" događaj, budući da kombinira karakteristike ozbiljnih novina sa osobinama senzacionalističkog lista - veoma ozbiljni tekstovi i redakcijski rad pojavljuju se bok uz bok sa oskudno odjevenom ljepoticom na 32. stranici.

Analiza sadržaja izdanja ovih dvaju listova od 13. marta do 17. aprila 2006. godine otvara ozbiljan prostor za raspravu. Proučila sam sadržaje naslovnih stranica paralelnih izdanja, a istovremeno sam tražila tekstove, vijesti i intervjuje o ženama u politici. Više sam pažnje posvetila i vizuelnim materijalima koji se odnose na političarke.

Teme na naslovnim stranicama ovih listova veoma jasno otkrivaju stranačku prirodu *Atake* i neutralnije i objektivnije izvještavanje o događajima u listu *Trud*. Prijelom naslovne stranice prvih novina ukazuje na konstantnu selektivnost i kult jednog čovjeka. Svaki od 30 analiziranih brojeva sadrži četiri glavne teme:

A. Domaće teme

1. Članovi Pokreta za prava i slobode (MRF, stranka etničkih Turaka u Bugarskoj), kao otjelovljenje korupcije u vlasti i etničke diskriminacije protiv Bugara:
 - od 30 analiziranih brojeva, na naslovnim stranicama 26 brojeva nalaze se naslovi u kojima se MRF optužuje za politički kriminal i kriminal protiv bugarske nacije,
 - iz redova lidera MRF-a Emel Etem, koja je također jedna od tri zamjenika premijera, često se koristi kao najpogodnija meta kritike i izrugivanja, o čemu se detaljnije govori kasnije.
2. Romski narod kao kriminalci:
 - u 18 naslova na naslovnim stranicama Romi se optužuju za silovanja, krađe, napade, ubistva itd.

B. Strane teme

1. Sjedinjene Američke Države, kao glavna snaga zla u svjetskim događajima, i američka "invazija" Bugarske, kao rezultat Sporazuma o korištenju bugarskih vojnih baza za potrebe američke vojske:
 - 16 je naslova posvećeno američkoj vanjskoj politici na Balkanu i širom svijeta,
 - ime koje se koristi kao simbol te politike, kao i cijele zemlje, prilično očekivano, jeste ime državnog sekretara Condoleeze Rice. Ona se ismijava i lično smatra odgovornom za navodni gubitak nacionalne suverenosti Bugara. Ovi tekstovi i karikature bit će posebno analizirani.
2. Penjanje na vlast vođe stranke Volena Siderovog:
 - na šta ukazuje militantni glas njegovih uredničkih komentara koji se pojavljuju u svakom analiziranom broju.

Na naslovnim stranicama 30 izdanja *Truda* vidi se znatna razlika u poređenju sa naslovnim stranicama *Atake*. One su izuzetno raznolike, a dnevni događaji se prate bez jasnih prioriteta u pogledu tematske organizacije. Postoji ravnoteža između domaćih i stranih tema i, uprkos tendenciji ka senzacionalističkim naslovima, nema očigledne opsije nijednom dnevnom temom.

Osim toga, kada se naslovne stranice *Truda* čitaju paralelno sa naslovnim stranicama *Atake*, još se više ističe krajnja pristrasnost ovog drugog lista. Činjenica da je *Ataka* fokusirana na četiri jasne nacionalističke/stranačke teme postaje očigledna u poređenju sa temama koje prati *Trud*. I kada se neki događaj desio prije 60 dana, *Ataka* i dalje piše o njemu ukoliko on služi njenoj ideološkoj pristrasnosti. Jasan je primjer za ovo slučaj stravičnog ubistva koje se dogodilo u Bugarskoj sredinom februara, kada su dvije sestre tinejdžerke brutalno silovane i nakon toga još brutalnije ubijene. Iako je ovo velika tragedija koja je šokirala naciju, novine su se ovom neriješenom ubistvu vraćale tek kada su na vidjelo izlazili novi dokazi. *Ataka* je, s

druge strane, vodila stalnu evidenciju broja dana koliko je ubistvo ostalo neriješeno zbog mogućnosti koju su nagovijestili određeni zvanični izvori da su ubice pripadnici manjina ili da su na neki način povezani sa vladajućim strankama.

Nasuprot široj osnovi koju pruža analiza sadržaja naslovnih stranica ovih dvaju listova, izvršila sam temeljitu analizu načina na koji su žene, a naročito žene u politici, predstavljene u ovim novinama.

Prilozi o ženama u ovim novinama, prema formalnim kriterijima, mogu se, veoma uopćeno, grupirati u najmanje četiri para:

1. Prilozi o ženama na vlasti i prilozi o poznatim i običnim ženama.
2. Prilozi o Bugarkama na vlasti i prilozi o ženama iz inozemstva na vlasti.
3. Prilozi čiji je ton neutralan i objektivn i prilozi sa snažnim negativnim konotacijama.
4. Dugi intervjui ili reportaže i kratke vijesti.

Očigledno je da su me, iako sam posmatrala sve priloge o ženama, prvenstveno interesirali prilozi posvećeni ženama u politici. Mogu reći da je u cjelini, u oba lista, bilo veoma malo reportaža i vijesti o političarkama, zakonodavkama, visokim zvaničnicama i direktoricama, dok su ih prilozi o slavnim ličnostima, pa čak i običnim ženama, u dobroj mjeri brojčano nadmašili. Ovo je jasna suprotnost poplavi tekstova o političarkama nakon prethodnih izbora, djelimično zbog broja žena koje su 2001. godine ušle u politiku, a koji je bio bez presedana.

Kao što sam već spomenula, sudeći po svojim parlamentarnim predstavnicima, jasno je da Pokret "*Ataka*" ne favorizira žene u javnim ulogama - nedavno je jedina parlamentarna poslanica iz *Atake* napustila ovaj pokret i prešla u redove nezavisnih. Na stranicama njihovih novina *Atake*, žene se skoro uvijek pojavljuju na posljednjoj stranici, gdje čine temu skoro 80 posto članaka. Na stranicama *Atake* postoji jasna tendencija prikazivanja svih ovih žena u stereotipnim ulogama:

1. kao objekata muških pogleda: "J. Lo, žena sa najseksipilnijom stražnjicom", 6. april; "Audrey Hepburn, najljepša žena svih vremena", 8. april; top-lista ruskog *Playboya*, 25. mart;
2. kao supruga i majki: "Angelina Jolie razmatra da se porodi u Africi", 10. april; "Slobo napustio Lepu Brenu nakon 30 godina braka", 6. april; "Visokoobrazovani ljudi će radati djecu", zajedno sa slikom uz koju piše, "Visokoobrazovana žena i njena beba", 13. april;
3. ili kao nasilnih i nemirnih osoba: "Naomi uhapšena nakon prebijanja kućne pomoćnice", 1. april; "Britney Spears prijete da će joj nasilno oduzeti bebu", 13. april; "Galka (pjevačica) iz 'Karizme' (jednog od najpopularnijih dueta u bugarskoj pop-muzici) prijete da će tužiti svoje sobne drugove" (odnosi se na učešće pjevačice u TV-šou programu "Big Brother"), 4. april.

Ako se, međutim, žena i pojavi na naslovnici novina, način na koji se to dešava je veoma stereotipan. Veoma dobar primjer je izdanje od 12. aprila, sa dvije trbušne plesačice koje zauzimaju polovinu naslovne stranice novina, pod sljedećim naslovom: "Zlatogradu prijete turkizacija". Ovo je jedan od najupornijih mitova u Bugarskoj, kao, vjerovatno, i drugdje u Evropi: mit o orijentalnoj ženi kao dijelu harema trbušnih plesačica. *Ataka* ga koristi kao strašilo kojim maše pred bugarskom nacijom, kojoj izgleda prijete novi otomanski jaram.

Iako naslovi tekstova u *Trudu* posvećeni slavnim ženama pokazuju mnoge zajedničke stereotype sa onima iz *Atake*, ima se utisak uravnoteženijeg pristupa zbog veće raznovrsnosti tema o kojima se u *Trudu* piše. Vizuelni materijal u *Trudu*, međutim, mnogo je eksplicitniji u jačanju stereotipa o ženama - djevojke u toplesu, manekenke itd.

List *Ataka* i žene u politici

Način na koji se žene na vlasti pojavljuju na stranicama *Atake* i *Truda* može se posmatrati kao antipod načinu na koji su predstavljene slavne ličnosti. U 30 brojeva *Atake* pojavljuje se samo jedan dugi članak o ženi u politici: u izdanju od 1. aprila

nalazi se duži intervju, na dvije stranice, sa Denitsom Gadjevom, zamjenicom šefa Omladinskog saveza Pokreta "Ataka". Naravno, imidž koji intervju gradi u potpunosti je pozitivan, a naglašavaju se moralni principi u politici, kao što su integritet, hrabrost, otvorenost uma, saosjećajnost, odanost i vjera u ideale. Nažalost, ovo je jedini put u ovom listu da se Bugarka pojavljuje na strani rezerviranoj za komentare u ulozi moralnog uzora i čuvara drugih ljudi.

Skoro svi ostali slučajevi u kojima su analizirane bugarske političarke su negativni. Kao što je već spomenuto, najupadljiviji je primjer slučaj Emel Etem, zamjenice premijera iz MRF-a. U izdanju od 16. marta nalazi se karikatura Etem, koja je i ministrica za nesreće i katastrofe, u kojoj se ona okrivljuje za katastrofalnu situaciju nakon proljetnih poplava. Dakle, ona nije predstavljena kao politička ličnost, već je prikazana u jednoj od stereotipnih uloga domaćice - u ulozi spremačice. Tekst ispod karikature glasi: "Zar moram da očistim rijeke?"¹⁵ Čini se da je ona okrivljena zbog odbijanja da obavlja svoje "kućne" poslove, a ne kao javna osoba koja obavlja poslove zamjenice premijera.

U izdanjima od 18. marta i 14. aprila nalaze se dva velika teksta posvećena upravo njoj, ali u potpunosti negativna. To se može objasniti krstaškim ratom koji Ataka vodi protiv Pokreta za prava i slobode (MRF), ali ono što je važnije za ovo istraživanje jest činjenica da je MRF u potpunosti predstavljen kroz lik jedne žene, zamjenice lidera stranke, a ne kroz lik njenog lidera.

Ovaj obrazac se ponavlja u slučaju drugog najvećeg neprijatelja Atake - američke vlade. Condoleezza Rice, državni sekretar, postala je simbol svega negativnog u ovom listu. Njeno ime se pojavljuje u 10 naslova, zajedno sa njenom slikom. Tako u jednoj trećini izdanja ona postaje otjelotvorenje Sjedinjenih Država i žrtveno janje za antiamerikaniste u Ataki. Pored toga, prilozi uvijek imaju negativnu konotaciju, čak i

15 Kurziv je moj.

kada se samo izvještava da je morala spavati na podu aviona na putu za Bagdad (5. april, str. 9). U izdanju od 3. aprila se čak nalazi i njena karikatura. Na taj način i Etem i Rice postaju supstitut za lidere svojih stranaka i vlada, amortizirajući dio negativnog pritiska i skoro sugerirajući da su ove vlade djelimično neuspješne zato što se oslanjaju na žene lidere. Ovo je u jasnoj suprotnosti sa poznatim ženskim likovima sa posljednjih stranica novina, koji se, kako je već rečeno, pojavljuju u stereotipnim ulogama ljubavnica i majki.

Suprotnost preuveličanoj i zloj slici Condoleeze Rice, stvorenoj na stranicama *Atake*, predstavljaju prilozi u izdanjima *Truda* tih istih dana. U njima američki državni sekretar ne zauzima centralno mjesto kao u *Ataki*. Ako se njeno ime uopće i spominje, to je veoma konkretno, samo da se rastumači vijest.

Isto važi i za lik bilo koje druge političarke iz Evrope. Slučaj koji zavređuje da bude spomenut je skandal vezan za poslanicu Evropskog parlamenta Els de Groen, koja je u dužem tekstu u izdanju *Atake* od 4. aprila optužena za veze sa albanskim narkodilerima. Po tome možemo zaključiti da se na stranicama *Atake* stvara uglavnom negativan imidž političarki, bez obzira na to da li se radi o bugarskim ili stranim političarkama, koji u potpunosti služi stranačkim ciljevima urednika/izdavača i umanjuje ulogu žena u javnom životu, naročito u politici. List otvoreno preuveličava odgovornost članica vlada, klevećući ih i lišavajući ih mogućnosti da budu ugledne članice državnog sistema.

Još jedan slučaj sa stranica *Atake* zaslužuje da bude spomenut. To je tekst posvećen Aprilskom ustanku iz 1876. godine, koji je doveo do oslobađanja Bugarske od otomanske vladavine. Prilikom obilježavanja 130. godišnjice ustanka, ovaj je list objavio seriju tekstova koje je napisao svjedok tih događaja. U jednom tekstu se opisuje trenutak za sjećanje kada se učiteljica Raina Popgeorgieva, koja je izvezla ustaničku zastavu, pridružila trupama. Ona je ušla u bugarsku historiju kao princeza Raina, a to su joj ime dali njeni savremenici koji su se divili njenoj hrabrosti i odanosti ciljevima revolucije. Međutim, u tekstu koji je ovaj list odlučio objaviti njena hrabrost se motivira njenom strastvenom zaljubljenošću u vođu ustanka i na taj način se ocrnjuje.

List *Trud* i žene u politici

Slučaj lista *Trud* je drugačiji. Iako u njemu nema mnogo velikih tekstova posvećenih ženama u politici, političarke su veoma prisutne na stranicama ovog lista. U poređenju sa *Atakom*, spominje se mnogo više imena političarki i žena na vlasti. Neke od njih se kritiziraju, kao što je slučaj sa Emel Etem, čija se karikatura pojavljuje u izdanju od 12. aprila. Za razliku od karikature u *Ataki*, ona se ismijava zbog navodne korupcije u vezi sa sredstvima za rekonstrukciju, kao što bi se dogodilo i bilo kojem političaru na tom mjestu, a ne zbog odbijanja da ispuni svoje obaveze "domaćice". U podnaslovu se koristi igra riječi oko slika vreća sa pijeskom korištenih za jačanje nasipa za vrijeme poplava i finansijske pomoći koje nude različite institucije. Podnaslov glasi: "Vreće sa novcem - ovdje, vreće sa pijeskom - tamo."

U većini slučajeva, međutim, političarke su predstavljene kao sposobne liderke koje učestvuju u važnim javnim aktivnostima. Dobar je primjer izdanje od 11. aprila, u kojem je cijela stranica posvećena imidžu Bugarske u Evropskoj uniji i susretu ministra spoljnih poslova Bugarske sa našim ambasadorima u Evropi. Od pet spomenutih ambasadora, dvije su žene i obje su pohvaljene za svoj rad sa stranim medijima. Naša ambasadorica u Njemačkoj Maglena Plugchieva ustvari je jedina ambasadorica koja je duže intervjuirana u vezi sa pitanjima o kojima se razgovaralo na tom sastanku.

Ipak, jedini duži tekst o političarki ponovo usmjerava pažnju na konzumerizam. U izdanju od 9. aprila nalazi se duži tekst o srednjoškolskim maturantskim proslavama kćerki i sinova parlamentarnih poslanika. U prilogu se govori o Nadezhdi Mihailovoj, bivšoj liderki Saveza demokratskih snaga, i njenoj mlađoj kćerki. Stvara se imidž majke i žene s ukusom, koja pokušava da postavi modne standarde za majke maturanata. Podnaslov glasi: "Nadezhda i njena kćerka Nina uzbuđene zbog maturantske proslave. Ostala još jedino kupovina cipela i tašnice za maturantsku noć." Ovim se sugerira da na reprezentativnu politiku novina snažno utječe postfeminizam, predstavljanje žena na vlasti kao dijela potrošačke kulture 21. vijeka, umjesto kao lidera nacije i javnog mnijenja, što bi trebale biti.

Činjenica koja potvrđuje ovu opservaciju nalazi se u istom izdanju *Truda*. Dok je jedna od najuglednijih političarki u zemlji stavljena u ulogu koja ne može biti udaljenija od njene političke karijere, za to vrijeme jedna obična žena, baba Nedyalka iz Plovdiva, postaje glavni lik vijesti o vladajućoj stranci. Tekst o stranačkom kongresu Saveza demokratskih snaga nosi naslov: "Baba Nedyalka pomirila stranačke vođe."¹⁶ Paradoks leži u tome da se na dvije slike ispod ovog naslova nalaze dva rivalska lidera, Petar Stoyanov, bivši predsjednik Bugarske i sadašnji lider stranke, i Nadezhda Mihailova, bivša liderka stranke. Razlog za izbor ovakvog naslova može biti senzacionalizam, ali izbor fotografija vraća na pravu temu ove vijesti. Međutim, činjenica da se Nadezhda Mihailova ne spominje u naslovu može se posmatrati kao dodatni dokaz da su političarke često uskraćene za odgovarajuće mjesto u javnom životu. Ipak, mora se primijetiti da je ton teksta rodno neutralan i da čak iskazuje naklonost ka spremnosti Mihailove da podrži lidera svoje stranke u borbi za mjesto predsjednika.

Drugi primjer objektivnijeg tona lista *Trud* je odabir žene u politici iz prošlosti, koji je sasvim suprotan od odabira lista *Ataka*. *Trud*ov izbor je Luidmilla Zhivkova, kćerka bivšega komunističkog vođe Bugarske Todora Zhivkova. O njoj je objavljena serija tekstova u kojima je ona predstavljena kao osoba kojoj su manje naklonjeni oni koji slijepo slijede domaću stranačku politiku nego disidenti komunističkog režima. To su ljudi koji su, na ovaj ili onaj način, pokušali biti dio ranih globalizacijskih kulturnih trendova 70-ih i 80-ih godina prošlog vijeka i koji su pokušali probiti restriktivne političke granice domaćega komunizma. I nema nikakve natuknice o bilo kakvoj "ženskoj" zanesenosti kao u slučaju Raine Popgeorgieve u listu *Ataka*.

Poređenje ovog stava sa stavom lista *Ataka* također pokazuje kako rod može postati linija razdvajanja između zatvorenog prostora nacionalnoga konteksta i otvorenog, fluidnog prostora globalnoga konteksta. Ženama se u okviru projekta neo-

¹⁶ Za razliku od općeg poimanja, termin baba na bugarskom jeziku ne sadrži negativnu konotaciju, već je samo izraz poštovanja, kao što je to slučaj ovdje.

ili etnonacionalizma uskraćuje pristup javnoj sferi, jer se nacionalizam oslanja na obnovu patrijarhata kao slavne prošlosti *etnosa*¹⁷, koji čine osnovu nacije. Čak i kada žene imaju ulogu u političkom životu zemlje, one se ismijavaju ili se njihova dostignuća negiraju u toj mjeri da prestaju biti pozitivni uzori drugim ženama. U globalnom su kontekstu žene u politici prihvaćene kao ravnopravne muškarcima, ali su još uvijek žrtve mitova o tome šta znači biti žena.

Završna razmatranja

U vodećim publikacijama u Bugarskoj političarke se još uvijek najčešće prikazuju kao lijepe, elegantne žene, odane majke i supruge, čime se njihovom privatnom imidžu daje prednost nad njihovim imidžem javnih ličnosti. Ovakva politika predstavljanja u skladu je sa onim što je u zapadnim društvima postala suštinska vrijednost postfeminizma. Ali, iako se njome negiraju neka od osnovnih načela zapadnog feminizma, ona u posttotalitarnim društvima ženi ipak nudi mjesto u javnom životu društva. Naime, ona prilično često podrazumijeva svu jednakost koju je feminizam navodno donio "globalnom selu" 21-og vijeka. Istovremeno, ona insistira na očuvanju kvaliteta koji se izričito vežu uz ženstvenost, a koji ustvari održavaju rodne stereotipe i kulturne mitove patrijarhata. Na taj način, u posttotalitarnim društvima, postfeminizam postaje složen, višeslojan fenomen sa često promjenjivim konotacijama.

Ovu višeslojnu prirodu postfeminizma potcrtava ponovno pojavljivanje neonacionalizma u posttotalitarnim društvima, što je pokazala analiza lista *Ataka*. U

¹⁷ Koristim izraz Anthonyja Smitha i njegovu definiciju etnonacionalizma iz djela *Nationalism and Modernism*.

ovom nacionalističkom, stranačkom listu uloga žena kao političarki snažno se degradira, a one se blate kao glavni uzrok slabljenja nacionalnih ideala zemlje. U ovom smislu ponovno uspostavljanje patrijarhalnih rodnih uloga postaje jedan od glavnih ciljeva reprezentacijske politike lista. Ovo nastojanje može se posmatrati i kao glavna razlika između načina na koji je došlo do razvoja zapadnih demokratskih država i nesigurnog širenja demokratije u društvima jugoistočne Evrope, gdje je rod postao oznaka pravih ili lažnih političkih odanosti. Interesantna bi se paralela mogla povući poređenjem stereotipa koje stvara nacionalistička štampa u Bugarskoj i publikacija nacionalističkih stranaka u drugim evropskim zemljama. To, međutim, izlazi daleko van dometa ovog rada i ostaje kao mogući nastavak ovog projekta u budućnosti.

Sa engleskog prevela Kanita Halilović

Bibliografija

Bhabha, Homi (ur.) (1990) *Nation and Narration*. London - New York: Routledge.

Bolotin, Susan (1982) "Voices from the Post-Feminist Generation". U: *New York Times Magazine* (17. oktobar 1982, nedjeljno, kasno gradsko izdanje, rubrika 6, str. 29, stubac 1).

Connor, Walker. (1993) *Ethnonationalism: The Quest for Understanding*. Princeton: Princeton University Press.

Conversi, Daniele (ur.) (2002) *Ethnonationalism in the Contemporary World: Walker Connor and the Study of Nationalism*. London - New York: Routledge.

Hall, Stuart (1988) *The Hard Road to Renewal*. London: Verso.

Ignatieff, Michael. (1993) *Blood and Belonging: Journeys into the New Nationalism*. London: Chatto & Windus.

Kourvetaris, George A. (1996) "Ethnonationalism and Subnationalism: The Case of Former Yugoslavia". U: *Journal of Political and Military Sociology* (zima 1996).

Projansky, Sarah (2001) *Watching Rape: Film and Television in Postfeminist Culture*. New York: New York University Press.

Smith, Anthony D. (1998) *Nationalism and Modernism*. London - New York: Routledge.

Tarrier, August (1996) "Bare-Naked Ladies: The Bad Girls of the Postfeminist Nineties". U: *Electronic Book Review: Writing Post-Feminism* (gošće urednice Elisabeth Joyce i Gay Lynn Crossley, broj 3, 1. septembar 1996)

Vavrus, Mary Douglas (2002) *Postfeminist News: Political Women in Media Culture*. Albany SUNY Press.

Walters, Suzanne Danuta (1991) "Premature Postmortems: 'Postfeminism' and Popular Culture". U: *New Politics*. 3 (2): 103-112.

Madeline
DANOVA

Westervelt, Don (2001) "National Identity and the Defense of Marriage". U:
Constellations. 8(1): 106-126.

Yuval-Davis, Nira (1997) *Gender and Nation*. London: Sage.

**KARIJERA, LJEPIOTA I MAJČINSTVO:
PREDSTAVLJANJE RODNIH ULOGA U ŽENSKIM
ČASOPISIMA U ALBANII**

Apstrakt

Ovaj rad analizira način portretiranja žena u ženskim časopisima u Albaniji, fokusirajući se na tri glavna elementa: karijeru, ljepotu i majčinstvo. Pod pretpostavkom da stavovi, predodžbe i likovi prikazani u medijima odslikavaju postojeće trendove, predodžbe i kulturu u društvu u odnosu na rodne uloge, analiza pokušava identificirati načine na koje se medijski diskursi i predstavljanje žena i rodnih uloga i odnosa podudaraju sa širim društvenim normama, stereotipima i praksama. U tekstu se tvrdi da prikazivanje žena u ovim časopisima potcrtava važnost postizanja ženstvenosti, a time i samopoštovanja, uglavnom kroz ljepotu, dok se umanjuje značaj ostalih važnih aspekata ženinog života, kao što su profesionalni uspjesi i borba za rodnu ravnopravnost. Ne samo da se čini da je ljepota tipična ženska vrijednost i cilj, već se i majčinstvo zagovara kao krajnji cilj, nešto bez čega bi ženin život bio nepotpun. U prikazu porodičnog života i uloga u odnosu na majčinstvo, ne istražuju se nikakve druge mogućnosti osim vrijednosti tradicionalnog porodičnog modela, čime se jačaju postojeće društvene norme i stereotipi. Dakle, kombinacija mitova o ljepoti i porodici ograničava modele uspješnih žena u ovim časopisima, a time i čitalaca, na jurnjavu za uljepšavanjem i majčinstvom. Na taj način se karijera i druga društvena dostignuća ostavljaju kao opcija, a ne kao nužnost za samoostvarenje, čime se odražavaju i jačaju postojeće društvene norme i stereotipi.

Ključne riječi:

prikazivanje žena, žene u društvu, rodne uloge, žene i karijera, mit o ljepoti, konzumerizam, uljepšavanje, majčinstvo, žene i porodica

Uvod

Prelaz Albanije iz komunizma u sadašnji politički sistem donio je duboke društvene, ekonomske, političke i kulturne promjene. Redefiniranje ženine uloge u društvu i njenog identiteta neizbježno je dio ovih sveobuhvatnih promjena. Međutim, uprkos tome što žene ponovo ističu ženstvenost, koja im je negirana u komunizmu, napredak postignut u rodnoj jednakosti u ovoj zemlji nije naročito značajan. Rodna nejednakost očigledna je u vlasti, zapošljavanju, prihodima, porodičnom nasilju, trgovini ljudima i mogućnostima zaposlenja.¹ Preovladavajući mentalitet i postojeći stereotipi u društvu svakako su odigrali ulogu u ovom ukupnom trendu.

Načini na koji mediji prate rodna pitanja odražavaju postojeći društveni mentalitet i stereotipe i mogu ih ili ojačati ili promijeniti. U stvari, mediji su jedan od najefikasnijih načina za podizanje svijesti o potrebi postizanja rodne ravnopravnosti i poboljšanja ženinog položaja u društvu. U ovom kontekstu, analiza diskursa koji proizvode mediji prikazujući žene u društvu, te njegovo poređenje sa diskursom o muškarcima, može otkriti načine na koje mediji doprinose kreiranju javnog mišljenja o ženama. U cilju izvlačenja određenih zaključaka u ovom smislu, izvršena je analiza tekstova objavljenih u ženskim časopisima i identificirani su glavni trendovi u njegovom portretiranju žena. Ovi su trendovi upoređeni sa trendovima u portretiranju

¹ SEDA i UNDP, "Human Development Report on Albania: Policies and Development deo the poor and women in Albania", 2005, str. 15.

muškaraca. Diskurs koji je korišten u ovim slučajevima posmatran je iz ugla jezika, tematskog sadržaja i vizuelnih elemenata. Analizom se pokušalo odgovoriti na sljedeća ključna pitanja: (1) Kako ovi tekstovi oslikavaju žene? (2) Kako su predstavljene rodne uloge? (3) Kakvo je opće raspoloženje koje se opisuje u ženskim časopisima? (4) Kako bi određeni oblici predstavljanja žena i rodova mogli doprinijeti općem načinu razmišljanja o ženama u Albaniji?

Značaj ovog teksta leži u skoro potpunom nedostatku sličnih studija o predstavljanju roda i žena u albanskim medijima. Dosadašnje studije ovakve prirode bile su usmjerene na opću situaciju u kojoj se nalaze žene ili na kvantitativne analize medijskog izvještavanja o njima, ali rijetko na oboje. Ne postoji nikakva dubinska analiza diskursa u medijima kada su u pitanju žene, njihovo predstavljanje, kao i rodne uloge. U tom smislu, ovaj će rad pokušati istražiti samo mali dio produciranog diskursa o ženama, s ciljem da se razumije na koji način medijski diskursi, predstavljanje žena i rodnih uloga i odnosa odgovaraju širim društvenim normama, stereotipima i praksama.

Radi pružanja šire slike, analiza započinje opisom sadašnje opće situacije u kojoj se nalaze žene u albanskom društvu, glavnih problema sa kojima se suočavaju, te napora koji su učinjeni da se ovi problemi riješe. U radu zatim slijedi detaljna tekstualna analiza diskursa u ženskim časopisima, fokusirana na tri preovladavajuća aspekta: žene i karijera, žene i ljepota i žene i porodica, sve u nadi da ćemo opisati sliku koju nude specijalizirani ženski časopisi.

Žene u albanskom društvu

Nakon 1990. godine albansko je društvo doživjelo drastične ekonomske, političke, kulturne i društvene promjene. Među prioritetima u komunističkom režimu bilo je obrazovanje, emancipacija i zapošljavanje žena. Taj sistem, međutim, nije ništa

učinio da oslobodi žene dijela odgovornosti u porodici, niti se borio protiv rodni stereotipa. Pored toga, naglasak na jednakom učešću, umjesto prepoznavanja rodni podjela, imao je za posljedicu slabljenje rodni definicija i gubitak osjećaja za to šta znači biti žena.²

Dolazak novog političkog sistema sa sobom je donio redefiniranje rodni uloga i, shodno tome, promjene položaja žene. Iako su žene bile u prilici da ponovo otkriju osjećaj za ženstvenost i da redefiniiraju dio identiteta koji su bile izgubile, društvene garancije koje su ranije uživale su nestale. Jedan od najilustrativnijih primjera je poređenje današnje zaposlenosti sa zaposlenošću prije 1990. godine. Stopa zaposlenosti žena za vrijeme komunističkog režima bila je skoro 100%. Provođenje ekonomskih reformi utjecalo je na cjelokupno društvo, ali su ipak žene u ovom pogledu bile ranjivije, s obzirom na to da su mnoge radile u tvornicama i preduzećima koja su zatvorena zbog neefikasnog poslovanja³. Iako žene čine 51% ekonomski aktivnog stanovništva⁴, njihovo učešće na tržištu rada iznosi samo 39%.⁵

Ove rodne razlike na tržištu rada ne odnose se samo na stopu zaposlenosti, već i na plaće, radna mjesta i preduzetništvo. Konkretno govoreći, statistike pokazuju da su plaće koje su žene dobijale u vanpoljoprivrednom sektoru bile 27% niže od plaća muškaraca⁶. Pored toga, izvještaj UNICEF-a iz 2000. godine pokazuje da 60% poslodavaca radije upošljava muškarce nego žene.⁷ Čak i u slučajevima kada žene

² Isto, str. 75.

³ Isto, str. 67.

⁴ INSTAT, "Femra dhe meshkuj", citirano u: *Social Watch Report: Roars and Whispers: Gender and Poverty, promises versus action*. Str. 153.

⁵ Isto.

⁶ SEDA i UNDP, "Human Development Report on Albania: Policies and Development for the poor and women in Albania", 2005, str. 67.

⁷ UNICEF, Izvještaj MICS, 2000, citirano u: SEDA i UNDP, "Human Development Report on Albania: Policies and Development for the poor and women in Albania", 2005, str. 68.

dobiju posao, teže im je uspjeti se do viših položaja nego njihovim muškim kolegama. Naprimjer, stopa zaposlenosti žena u ministarstvima i drugim državnim institucijama prilično je zadovoljavajuća, skoro 40%, međutim, malo njih se nalazi na visokim dužnostima.⁸ Slična je situacija i u privatnom sektoru, gdje je prisustvo žena veoma malo: samo 17% registriranih preduzeća vode žene.⁹

Položaj žena donekle je bolji u obrazovanju. Žene u Albaniji najviše doprinose u obrazovanju: one čine 64% osoblja osnovnih škola, više od polovine srednjoškolskog osoblja, kao i 40% univerzitetskog osoblja.¹⁰ Najviše uznemirujuća tendencija u ovoj oblasti je stepen napuštanja škole, koji je za djevojčice znatno viši nego za dječake. Odnos napuštanja škole između djevojčica i dječaka je 9 naprema 1, a u 90% slučajeva djevojčice se ispisuju iz škole zbog toga što njihove porodice smatraju da je nastavak obrazovanja neprikladan i opasan za djevojčice.¹¹

Postojeći rodni stereotipi i njihovo učvršćivanje također su dio razloga zašto je učešće i predstavljanje žena u sferi politike ograničeno. Gledajući uporedne podatke o poslanicama od prvog saziva parlamenta, zanimljivo je primijetiti da je učešće žena 2002. godine uporedivo sa njihovim učešćem 1945. godine, dok je njihova zastupljenost bila najveća u vrijeme socijalizma, od 1970. do 1990. godine¹². U sadašnjem sazivu parlamenta ima 10 žena, od ukupno 140 poslanika, uključujući

⁸ Isto.

⁹ SEDA i UNDP, "Human Development Report on Albania: Policies and Development for the poor and women in Albania", 2005, str. 69.

¹⁰ INSTAT, "Femra dhe meshkuj", citirano u: SEDA i UNDP, "Human Development Report on Albania: Policies and Development for the poor and women in Albania", 2005, str. 73.

¹¹ Shoqata Zhvillimi i Arsimit, "Brakstisja e shkolles, shkaqet rekomandime", 2001, citirano u: SEDA i UNDP, "Human Development Report on Albania: Policies and Development for the poor and women in Albania", 2005, str. 73.

¹² INSTAT, "Femra dhe meshkuj", citirano u: SEDA i UNDP, "Human Development Report on Albania: Policies and Development for the poor and women in Albania", 2005, str. 67.

predsjednika parlamenta. Međutim, nekoliko slučajeva javnih debata o ovom pitanju otkrilo je nepovoljnu atmosferu za žene koje pokušavaju ući u politiku.¹³ Među razlozima za to su: nepostojanje konkretnih zakona o kvotama i učešću u politici, svijesti i javnih debata u albanskom društvu, patrijarhalni mentalitet, te nepostojanje svijesti i želje kod samih žena.

Civilni sektor se naročito bavi pitanjem učešća žena. Koordinacija i komunikacija je poboljšana među skoro 100 nevladinih organizacija koje trenutno rade u ovom području¹⁴. Osim civilnog sektora, vlada i parlament su također pokazali dobru volju da poboljšaju situaciju u kojoj se nalaze žene i da povećaju njihovo učešće. Za sada se među zakonima koji se bave ženama nalazi novi Porodični zakon, koji je donio određene suštinske promjene, Ustav Albanije, kojim se zabranjuje svaka diskriminacija u ovom smislu, Konvencija o eliminaciji diskriminacije prema ženama, koja je ratificirana 1993. godine, pojedini članovi Građanskog i Krivičnog zakona, te Zakon o radu. Pored toga, prihvaćen je Zakon o ravnopravnosti spolova, koji omogućava jednak pristup i jednake mogućnosti u svim oblastima za oba spola.¹⁵

Uz zakone, vladu i civilni sektor, mediji također imaju ključnu ulogu u poboljšanju predodžbi, predstavljanja žena i njihovog učešća u društvu i procesu odlučivanja. Oni, međutim, svoju ulogu ne ispunjavaju na zadovoljavajući način. Naprimjer, jedan od najozbiljnijih problema koji pogađa žene je porodično nasilje, a istraživanje je pokazalo da senzacionalno izvještavanje o ovoj kategoriji vijesti često ima suprotan efekat opravdavanja i podržavanja nasilja. "U albanskoj štampi žrtva se kažnjava, dok se

¹³ "Politikisht indiferente apo te frikesuara nga politika", *Tema*, 9. juli 2004.

¹⁴ OSF, 90+10 Gruaja ne tranzicionin post komunist, nacionalna konferencija, 2001, "Human Development Report on Albania: Policies and Development for the poor and women in Albania", 2005, str. 83.

¹⁵ SEDA i UNDP, "Human Development Report on Albania: Policies and Development for the poor and women in Albania", 2005, str. 62-63.

prekršitelj oslobađa."¹⁶ Po svojoj prirodi, mediji odražavaju (čak i učvršćuju) postojeće stereotipe u društvu. U sadašnjem medijskom prostoru prisutan je veliki broj novinarki, ali zanemarljiv procenat se nalazi na rukovodećim položajima. Shodno tome, izuzetno je važno razumjeti na koji način mediji utječu na položaj žena u albanskom društvu. Iako Albanija ima pretjeran broj štampanih i elektronskih medija, u ovoj zemlji nikada nije izlazila nijedna publikacija akademske, naučne ili teoretske prirode o ženama i feminističkom pokretu. Jedine publikacije koje se obraćaju ženama su zabavnog karaktera i one se rijetko, ili nikako, bave društvenom ulogom i položajem žena.

Žene u ženskim časopisima

Radi boljeg razumijevanja prikaza žena u medijima i, shodno tome, dekonstrukcije postojećeg konteksta koji je doveo do pojave ovakvog prikaza, svoju ću analizu usmjeriti na tri posljednja broja časopisa *Jeta*. Zbog nedostatka "ozbiljnih" publikacija, još je važnije vidjeti šta postojeći mediji nude u ovom smislu. Veoma je malo publikacija koje su jasno namijenjene isključivo ženama, bile one mješovite, u kojima se prate razne teme, kao što je *Jeta*, ili specijalizirane publikacije, posvećene uređenju, organizaciji vjenčanja, modi, kosi itd. Neki od naslova su "Femra Moderne" (Moderna žena), "Shtepia Ideale" (Idealni dom), "Hair" (Kosa), "Familja" (Porodica) itd. Donekle drugačija verzija iste kategorije obuhvata publikacije namijenjene omladini, uglavnom tinejdžerkama, kao što su *Trendy*, *Stil* itd. Iako ne postoje redovni podaci o postojećim publikacijama u ovoj oblasti, ova vrsta publikacija nije brojna.

Jeta¹⁷ (na albanskom "život") je jedna od njih. To je mjesećni list koji prati teme koje navodno interesiraju žene, a to su: moda, ljepota, žene i karijera, porodica, veze itd. Časopis se izdaje u paketu sa dva manja dodatka o kuhanju i uređenju. Iako se ne bi moglo reći da je najrašireniji i najpopularniji časopis¹⁸ (niti da su njegovi stavovi najrašireniji i najpopularniji), to je jedan od rijetkih časopisa te vrste i jedna od rijetkih publikacija čije cjelokupno osoblje čine žene. Zbog ove potpuno ženske perspektive, nalazi bi mogli biti interesantniji. Iako ovaj časopis više teži tome da zabavi svoje čitaoce/-teljke nego da ih informira, zanimljivo je proučiti njegov tematski sadržaj, način na koji su prikazane žene, način na koji rodne uloge prožimaju tekstove, a kroz to i kako tekstovi odražavaju društveni status i predodžbu o rodnim problemima i pitanjima u albanskom društvu. Analiza se uglavnom sastojala od tekstualne analize unutar teoretskog okvira Van Dijkove teorije o diskursu. Ova metoda naglasak stavlja na ideologiju i spoznaju i na njihov efekat na strukturu teksta onakvog kakav je predstavljen čitaocu/-teljki. U ovom okviru, Van Dijk tvrdi da je "tradicionalno proučavanje medijskih 'efekata' potrebno preformulirati u smislu spoznajnih procesa i predstavljanja".¹⁹ S obzirom na mogućnost medija da dopru do ogromnog broja ljudi, naročitu pažnju treba obratiti na diskurs koji oni proizvode, jer to utječe na mentalne modele²⁰ korisnika

¹⁷ *Jeta* je mjesećnik koji se prvi put pojavio 2000. godine. Ovaj bještavi časopis na 110 stranica može se pohvaliti da ima poznatog fotografa kao svog direktora fotografije. Prema posljednjem istraživanju medija, koje je proveo Albanski medijski institut 2002. godine, ova je publikacija imala tiraž od 14.000 primjeraka po izdanju, što je jedan od najviših tiraža za časopis bilo koje vrste u zemlji. Časopis tvrdi da se distribuira i u inozemstvu - u Grčkoj, Italiji, na Kosovu, u Makedoniji, Švicarskoj, SAD-u i Kanadi, za albansku dijasporu u ovim zemljama.

¹⁸ Ne postoje precizni podaci o tiražu publikacija u zemlji, a zbog toga što zakon ne propisuje da se moraju javno objaviti, nijedno tijelo ne prati koliko primjeraka se štampa i prodaju.

¹⁹ Teun A. Van Dijk, "The mass media today: discourses of domination or diversity", str. 31, dostupno na <http://www.discourses.org/OldArticles/The%20mass%20media%20today.pdf>

²⁰ Koristim termin koji je koristio Van Dijk: predstavljanje iskustva, događaja koji je društveni akter uočio, učestvovao u njemu, te o njemu čitao ili čuo. Isto, str. 31.

medija. "Putem generalizacije i apstrakcije, međutim, takvi modeli u isto vrijeme mogu služiti kao osnova za indirektnu kontrolu nad znanjem i stavovima koji su zajednički za mnoge ili većinu članova grupe."²¹

Iz ovoga slijedi da bi detaljna analiza medijskog diskursa u ženskim časopisima pružila uvid u mentalne modele koji indirektno utječu na stavove i ideologije. Imajući na umu i Bignellov argument da su časopisi samo skup znakova,²² pokušat ću analizirati prikazivanje žena u ovom časopisu, pri čemu polazim od teze da način na koji se to radi otkriva postojeće predodžbe i stereotipe o ženama u društvu, što dalje oblikuje njihov razvoj i transformaciju.

Odabrani časopis ima prilično određenu strukturu rubrika i preloma, bez radikalnih izmjena od jednog do drugog broja. Neke od redovnih rubrika se bave nekom poznatom osobom, obično ženom, zatim modom, ljepotom, savjetima o vezama, zdravljem, historijom, porodicom, karijerom, te testovima. Na prvi pogled on bi se mogao smatrati daljim rođakom *Cosmopolitana* zbog sličnog tematskog sadržaja. Monitoringom su obuhvaćeni svi tekstovi u posljednja tri broja časopisa, osim rubrika sa testovima, modnih kolekcija, koje su predstavljene kao tekstovi, ali se uglavnom sastoje od fotografija, te horoskopa. S obzirom na to da je cilj analize određivanje glavnih trendova u prikazivanju žena na osnovu tekstualne analize, u ovom radu kvantitativna analiza ne zauzima centralno mjesto.

Umjesto toga, sadržaj je tekstova analiziran u smislu portretiranja žena i muškaraca i uloga koje im časopis pripisuje putem jezika, odabranih tema i citata, te vizuelnih elemenata. Iako je teško opisati dominantne teme u kvantitativnom smislu i iako tekstovi nužno ne pokrivaju samo jednu temu, analiza će biti podijeljena u tri dijela i opisivat će način na koji časopis prikazuje žene u tri glavna pravca: žene i karijera, žene i ljepota i žene kao majke.

²¹ Isto, str. 32.

²² Jonathan Bignell, "Media Semiotics: An introduction", str. 78, citirano u: Sian Davies, "Semiotic Analysis of Teenage Magazine Front Covers", dostupno na <http://www.aber.ac.uk/media/students/sid9901.html>.

Źene i karijera

Kao Źto se moŹe oĉekivati od većine publikacija ove vrste, stranice ĉasopisa su pune njegovih vlastitih uzora Źenskog uspjeha. To je vidljivo i u rubrikama o karijeri i u onima koje prikazuju poznate liĉnosti. Ovdje uspješne Źene imaju mogućnost da izloŹe svoje karijere i da inspiriraju ĉitaoce/-teljke svojim izgledom, profesionalizmom, stilom Źivota i filozofijom. Nakon viŹestrukog ĉitanja ovih ĉlanaka, jedna tema se stalno provlaĉi: ove osobe najĉeŹe ne samo da su uspješne u svojoj struci, one su iznad svega lijepe. Ustvari, većina lidova u ovim tekstovima poĉinje pohvalom njihovom dobrom izgledu i naglaŹavanjem da nije njihovog izgleda - moŹda nikada ne bismo ni ĉuli za njih. Naprimjer, tekst o Orneli Bregu, TV-spikerki, poĉinje: "Ona je nekada davno odabrana samo zato Źto je lijepa."²³ Malo niŹe se pojaŹnjava ovakav naĉin razmiŹljanja: "Ona je odabrana da bude rame uz rame sa Adijem Krastom²⁴. Bilo je jasno: ona ĉe biti samo ljepotica koja treba da se slatko smijeŹi i da s vremena na vrijeme izrecitira napamet nauĉeni tekst".²⁵ Ova je reĉenica relevantna ne samo u ovom sluĉaju, već i stoga Źto predstavlja opću predodŹbu o ulozi rezerviranoj za Albanke u Źou biznisu: o ulozi lijepih lutaka ĉiji je glavni posao da izgledaju dobro pored svojih muŹkih kolega.

Da budemo poŹteni, u ovim tekstovima, s obzirom na to da predstavljaju priĉe o uspjehu, takoĉer se opisuje transformacija ovih "TV-lutaka" u nezavisne osobe koje su uspjele vlastitim radom. Meĉutim, njihov dobar izgled i ono Źto mu duguju su stalno prisutni i neizbrisivi. Nakon Źto je uspjeła, ova je ista osoba pala u nemilost, odnosno nije viŹe bila u formi: "Njen je izgled ponovo utjecao na vaŹne odluke za

²³ Klaudeta Skenderasi, "Ornela Bregu ne pole position", *Jeta*, septembar 2006, str. 13.

²⁴ Adi Kresta jedan je od najpoznatijih muŹkih TV/radiospikera u zemlji i voditelj mnogih poznatih emisija.

²⁵ Isto.

nju... Ornela Bregu više neće učestvovati u sedmičnoj emisiji, jer se udebljala i više nije prikladna za kamere."²⁶

Zapravo, ljepota i uspješna karijera, uz malobrojne izuzetke, skoro uvijek predstavljaju osobine koje definiraju žene koje se prikazuju u časopisu, čime se sugerira da je teško postati slavna i uspješna ukoliko niste blagosloveni bar prihvatljivim izgledom. "Sama ljepota nije dovoljna za postizanje uspjeha. Međutim, ako ste lijepa djevojka, to je itekakva prednost."²⁷ Pored ovog skoro usputnog odnosa između izgleda i uspjeha, interesantno je primijetiti da su aluzije na dobru sreću također česte. Naprimjer, priča o karijeri jedne komičarke pripisuje njen prvi dramski nastup na filmu odluci režisera, a ne njenoj vlastitoj zaslugi: "Zahvaljujući očima majstora kao što je Anagnosti²⁸, otkrivena je tragičnost svojstvena njenim komičnim ulogama."²⁹ Ova glumica to i sama naglašava, ona ponavlja ove iste riječi i time pokazuje da cijeni dobru sreću koja ju je "zapala". U istom duhu, priča o balerini koja je postala poznata revijska plesačica opisuje da su njeni uspjesi kao etablirane TV-ličnosti "izgrađeni zahvaljujući sudbini, napornom radu, ali i krhkosti".³⁰ U ovoj pomalo neobičnoj kombinaciji prvo se spominje sudbina - određenje koje je nezavisno od osobe, zatim naporan rad, te nešto što bi obično predstavljalo slabost kod osobe koja pokušava izgraditi karijeru, ali što se kao osobina često asocira uz ženski rod - njenu krhkost. Osim ono malo utjecaja koji je sama imala na određenje svoje karijere, spominjanje sudbine ili dobre sreće ukazuje na postojeće predodžbe o izvoru ženskog uspjeha.

Pored toga, priče o karijerama uspješnih žena obavijene su aurom sumnje, nedostatkom samopovjerenja i povjerenja drugih ljudi, te nesigurnošću, što sve

²⁶ Isto.

²⁷ Drita Loshi, "Nje 24-vjecare ne kerkim te botes", *Jeta*, juli 2006, str. 20.

²⁸ Dhimiter Anagnosti je poznati filmski režiser u Albaniji, koji je osvojio značajne nagrade.

²⁹ Arta Cano, "Kur te sfidon Marjana Kondi", *Jeta*, juli 2006, str. 56.

³⁰ Arta Cano, "Sfida e re e Amit", *Jeta*, august 2006, str. 15.

prvenstveno potiĀe iz naĀina na koji subjekti sami sebe prikazuju. "Niko ne bi povjerovao da bi joj tekst o srpskom restoranu otvorenom u Tirani donio nagradu; ona sama je isprva bila skeptiĀna."³¹ SliĀno tome: "Mlada, lijepa i talentirana, uspjeta je uvjeriti sve, ukljuĀujući i samu sebe, da zapoĀinjanje TV-avanture moŹe biti sluĀajnost, ali da njen nastavak i postajanje zvijezdom to nisu."³²

Nasuprot tome, prikazivanje malobrojnih muških likova i njihovih karijera u ovom Āasopisu nije fokusirano ni na njihov izgled ni na sudbinu. Umjesto da se oslone na *višu silu* ili neku boŹansku intervenciju kao Źto je dobra sreĀa, ili da paze na svoju teŹinu kako bi zadržali posao, muškarcu u ovom Āasopisu prolaze duhovne krize, iz kojih izlaze jaĀi i poznatiji nego prije. U nekim sluĀajevima, oni imaju jasan plan svoje karijere, a proraĀunavaju i svaki trenutak i faktor koji bi mogli utjecati na njihovu budućnost.

Konkretno govoreĀi, jedna priĀa govori o mladom pjevaĀu koji je zapoĀeo karijeru u grupi, a zatim nastavio samostalnu karijeru nakon preispitivanja vlastitih motiva, Źto je na kraju dovelo do transformacije njegove muzike. MeĀu njegovim mnogobrojnim izjavama su i prisjeĀanja na ovaj teŹki period: "Āinilo se kao da sam uronio u tamu i izgubio svaku nadu da Āu ikada izaĀi iz nje. NiŹta me nije moglo opustiti. Nisam mogao potraŹiti mir, jer ga nisam imao gdje traŹiti."³³ Njegova duhovna kriza i naĀin na koji ju je prevaziŹao i iziŹao kao drugaĀiji pjevaĀ i, moguĀe, kao novi Āovjek, priliĀno je duga; zaista, iako kvantitativna analiza ne predstavlja dio ovog rada, moglo bi se reĀi da je skoro isto toliko duga kao i opisi promjena u teŹini, boji kose i stilovima, te garderobi poznatih Źena. MeĀutim, teŹko je pronaĀi i u jednom tekstu o Źenama bilo Źta Źto sliĀi duhovnom iskustvu ove vrste; u najmanju ruku, ne ovakve duŹine i dubine. Shodno tome, logiĀan zakljuĀak nakon poreĀenja

³¹ Fatjona Mejdini, "Briseida Mema, me teper se pasion", *Jeta*, septembar 2006, str. 22.

³² Arta Cano, "Sfida e re e Amit", *Jeta*, august 2006, str. 13.

³³ Klaudeta Skenderasi, "Nje Sajmir tjetet", *Jeta*, august 2006, str. 18.

ovakvih tekstova, mada donekle ekstreman i isuviše pojednostavljen, bio bi da su žene zarobljene u materijalnom svijetu, kojim vladaju ljepota i izgled, i da im nikada ni ne padne na pamet da u životu postoje i druge stvari.

Takav utisak se ponovo stječe poređenjem drugih dviju priča: jedne o pjevačici i bivšoj manekenki, a druge o pjevaču i kompozitoru. Povod za tekstove je isti: oboje izdaju novu pjesmu i album. Prema tome, nema razloga za mišljenje da se sadržaj ovih tekstova može značajno razlikovati. Međutim, praksa je potpuno drugačija. U tekstu o pjevaču, oženjenom svjetski poznatom sopranisticom i sinom poznatih pjevača lirskih pjesama, otkrivaju se njegovi planovi da izgradi vlastiti identitet i da otkrije svoju originalnost, te da na taj način izgradi željenu karijeru. On smatra da je svoje ambicije u prošlosti žrtvovao različitim razlozima; stoga je prvi korak u ostvarenju karijere njegov novi album. Da bi uspio, umjetnik razmišlja, planira i proračunava svaki detalj, kao što je tempiranje ponovnih posjeta zemlji, pojavljivanje na sceni itd. Tekst je krcat frazama kao što su: "On je sve proračunao" ili "Plan će biti tako detaljan da nema šanse da propadne."³⁴ Kako tekst odmiče, ne samo da heroj ima plan - on je i umjetnik sa porukom: "Njegova umjetnost na prvom mjestu treba sadržavati ono što on namjerava kazati svijetu: tajnu poruku, ali ne teško shvatljivu."³⁵ U nekoliko riječi, u tekstu se predstavlja zanimljiva faza u životu umjetnika i njegov povratak na scenu. Na taj način, tekst se bavi isključivo njegovom umjetnošću i ambicijom da opet bude dio albanske umjetničke scene.

Njegova kolegica umjetnica također je objavila novu pjesmu, iako ona nije tako značajna i simbolična za njenu karijeru. Međutim, tekst, iako konstruiran kao intervju, osim prvih nekoliko pitanja o pjesmi, prelazi na izgled pjevačice, koja je nekada bila manekenka, i bavi se promjenom na njenom tijelu. Prvo od nekoliko pitanja na istu temu glasi: "Snimila si spot u kupaćem kostimu. Da li ti je smetalo što si dobila na

³⁴ Klaudeta Skenderasi, "Revolucioni alla Pirro", Jeta, juli 2006, str. 17.

³⁵ Isto.

težini?" Skeptična u pogledu uvjerenosti pjevačice u kvalitet vlastite pjesme, novinarka opet pita: "To znači da se osjećaš ugodno u svom tijelu, iako nisi mršava kao što si nekad bila?", a zatim dalje istražuje njene navike odlaska u teretanu, omiljenu hranu, da bi se na kraju opet vratila istoj temi - pitanjima o liniji koju je izgubila i garderobi koju je nekada nosila.³⁶

Kontrast u odnosu na pjevača je očigledan: njegov proces sazrijevanja kao umjetnika se čitaocu/-teljki predočava sa mnoštvom detalja. Međutim, kada je pjevačica u pitanju, sve što čitalac/-teljka dobije je promjena na njenom tijelu, prehrambene navike, te stil oblačenja. Mora se priznati da su teme ovih tekstova dva tipa pjevača i muzike, te da se umjetnici nalaze u različitim fazama svojih karijera: međutim, nemoguće je previdjeti jasan kontrast u pogledu tematskog sadržaja.

Premda s dobrom namjerom predstavljanja uspješnih žena, ovi tekstovi ne preusmjeravaju pažnju sa izgleda žena na njihove karijere: dobar izgled je ženski blagoslov i prokletstvo, nešto od čega ne mogu pobjeći, niti bez toga živjeti. Za razliku od njih, tekstovi o muškarcima potpuno su lišeni bilo kakvog spominjanja njihovog izgleda, što ostavlja prostora za njihov profesionalni život, ponekad pomiješan sa ponekim detaljem iz njihovog privatnog života.

Mit o ljepoti

U ovom kontekstu, od žena se u časopisu stalno traži ne samo da budu lijepe i zavodljive, već im se također nude standardi ljepote koje moraju ispuniti da bi se

³⁶ Klaudeta Skenderasi, "Jek e jek me Ingridin", *Jeta*, august 2006, str. 29.

smatrale vrijednima. Kao što Greer ističe: "Svaka žena zna da je, bez obzira na sve svoje ostale uspjehe, neuspješna ako nije lijepa."³⁷ Zaista, teško je pronaći ijedan tekst u časopisu koji ne spominje ženski izgled, bilo da se radi o tijelu, kosi, šminki, odjeći i sl. Stalnim ponavljanjem i naglašavanjem potrebe da žena dobro izgleda i koristi koje to donosi ženi, časopis ni na koji način nije oslobođen ideje o mitu ljepote kako ga je jasno izrazila Naomi Wolf:

"Nalazimo se usred nasilne protivreakcije na feminizam, u kojoj se slika ženske ljepote koristi kao političko oružje protiv napretka žena - putem mita o ljepoti... Kako su se žene oslobađale nužnosti da imaju smisla za dom, mit o ljepoti je vraćao izgubljeni teren i širio se u namjeri da nastavi rad na društvenoj kontroli... Mit o ljepoti govori jednu priču: kvalitet koji se zove 'ljepota' objektivno i univerzalno postoji. Žene je moraju željeti utjelovljivati, a muškarcima moraju željeti da posjeduju žene koje ga utjelovljuju."³⁸

Konkretno govoreći, časopis sadrži redovne, poduže rubrike koje se bave temom ljepote, te nudi savjete i sugestije koji svakoj ženi mogu pomoći da ispuni standarde mita o ljepoti - suprotstavljanje starenju, postizanje osunčanog izgleda, stavljanje pravog parfema i šminke, postizanje savršenog tijela i kose, plastična hirurgija, kako imati lijepe noge itd. U ovom kontekstu, tekstovi u časopisu se postavljaju kao autoritet u određivanju toga šta čini lijepu ženu i u otkrivanju tajni kako takva postati. Naprimjer:

"Da bi ženske noge bile lijepe, moraju biti punašne, bijele i vitke u donjem dijelu. Predio koljena ne treba da bude previše izbočen, dok prelaz od noge ka bedru treba da čini lagani, neprekidni luk."³⁹

³⁷ Germaine Greer, "The Whole Woman", citirano na:
http://www.thefword.org.uk/features/2001/04/the_beauty_myth

³⁸ Naomi Wolf, "The Beauty Myth", citirano na:
http://www.thefword.org.uk/features/2001/04/the_beauty_myth

³⁹ "Per kembe me te bukura", Jeta, septembar 2006, str. 60.

Prema tome, svaka žena čije noge ne odgovaraju opisu je u pravoj nevolji. Ustvari, u ovom istom tekstu se sugerira da je eventualna zabrinutost zbog nesavršenih nogu, prema ovoj definiciji, više nego legitimna: "Veliki i teški listovi nisu lijepi i zbog toga je zabrinutost mnogih žena u ovom pogledu opravdana."⁴⁰ Ovim je poruka časopisa sasvim jasna: postoje konkretni standardi koje morate ispunjavati da biste se smatrali lijepom ženom, a ako niste u ovoj grupi, onda biste trebali pokušati da budete.

Svaki savjet, sugestija ili tekst o tome šta čini ljepotu i metode kojima se ona postiže temelje se na pretpostavci da žene duguju same sebi da obave ove postupke, jer je to jedini način da se žena dopada samoj sebi i da se zauzvrat dopada i drugima. Ovaj je trend očigledan u krilaticama, naslovima i frazama koje se često mogu naći u većini tekstova. Naprimjer, čitalac/-teljka često može naići na fraze ovoga tipa: "Potpuni vodič koji ispunjava Vašu želju da se dopadnete"⁴¹, "Šta trebate znati da biste razumjeli nevidljivi jezik čežnje"⁴², "U čemu je tajna tijela Victorije Beckham?"⁴³, "abeceda sunca"⁴⁴, "ruke poput dive"⁴⁵, "stopala za divljenje"⁴⁶ itd. Ukratko, svaki dio tijela se analizira i klasificira u skladu sa unaprijed postavljenim obrascem ljepote, a ženama se obećava dostizanje savršenstva ukoliko prate upute.

Ovo savršenstvo ne vrijedi postići samo radi sebe. Njegov značaj leži u pretpostavci da kada ga žena dostigne, ne samo da će se sama bolje osjećati, već će se, što je još važnije, muškarci više zanimati za nju. Kao što je Berger kazao: "[Žena

⁴⁰ Isto, str. 61.

⁴¹ "Magjia qe vjen nga hunda", *Jeta*, septembar, str. 62.

⁴² "Seksi? Eshte ceshtje kimie", *Jeta*, august, str. 46.

⁴³ "Me yjet ne tavoline", *Jeta*, august, str. 52.

⁴⁴ "ABC e diellit", *Jeta*, august, str. 68.

⁴⁵ "E bukur nga koka te kembet", *Jeta*, juli, str. 76.

⁴⁶ Isto.

mora da]...razmotri sve što jeste i sve što čini, jer dojam koji ostavlja na druge, te na kraju krajeva dojam koji ostavlja na muškarce, od ključnog je značaja za ono što se uobičajeno smatra uspjehom njenog života."⁴⁷ Zavođenje je ključna riječ i krajnje obećanje koje se daje na stranicama časopisa, odajući utisak da je u konačnici to cilj kome čitateljke ovih stranica streme: "Svila za tebe i za mene: ti si iznad svega senzualna, elegantna, da bi iskusila zadovoljstvo svježine i nježnog dodira. Ne samo za tebe...već i za onog koji se nalazi pokraj tebe!!!"⁴⁸ Ovo predstavlja implicitno obećanje koje se daje svim ženama koje kupe svilu: njihove veze će se trenutno značajno poboljšati.

Metode koje se nude za ispunjenje ženskih želja često su izrečene u imperativnom obliku: "Budite sjajne", "idite visoko", "budite plave", "nosite mini", "obucite se da impresionirate", što odaje utisak da je od ključne važnosti slijediti ove upute ukoliko žene žele impresionirati svoje muškarce. A to je upravo ono što treba da rade, po svaku cijenu: "Ne možete hodati u visokim petama? Žao mi je, ali to nije nikakva isprika, one su u modi ove godine."⁴⁹ Kao što Naomi Wolf kaže: "Što je više pravnih i materijalnih smetnji koje su žene prevazišle, to je stroža, teža i okrutnija slika ženske ljepote koja nas pritišće."⁵⁰ Diktat ovih uputa i metoda je jasan i o njemu se ne može raspravljati.

Neizbježni krajnji efekat su žene koje teže savršenstvu u skladu sa standardima mita o ljepoti, a time i konzumerizmu: ukoliko žene žele veće samopoštovanje i više muških obožavatelja oko sebe, postoje određeni proizvodi koje moraju kupiti da bi se taj san ostvario. "Ako su ženski časopisi izlozi kao iz bajke koji vam 'pokazuju

⁴⁷ John Berger, "Ways of seeing", citirano u: Amy Bourne, "Gender and the Social Codes of Looking", dostupno na: <http://www.aber.ac.uk/media/Students/aeb0301.doc>.

⁴⁸ "Mendafsh per ty dhe per mua", *Jeta*, juli, str. 96.

⁴⁹ "Buzeqeshi veres", *Jeta*, juli, str. 78.

⁵⁰ Naomi Wolf, "The Beauty Myth", citirano na: <http://homestar.org/bryannan/wolf.html>

kakav mođe biti vař život', proizvodi koje prikazuju su naravno namijenjeni da se kupe - u stvarnim radnjama."⁵¹

Kupovina je sveta duđnost žene: ne samo da o njoj ovisi njen životni standard, već je žena prirodno stvorena da iskusi jedinstveno zadovoljstvo u ovom procesu. Svakakve fraze i načini izražavanja u nekoliko tekstova vode do nesporne generalizacije da je kupovina ženin omiljeni sport.⁵² Evo kako se opisuje ova ženska fantazija:

"To je omiljeni trenutak svake žene. Moći provesti beskrajne sate obilazeći svaku moguću radnju. Isprobati svaki komad odjeće koji vidite i zabaviti se kupujući one koji vam se dopadnu. Vratiti se kući puni kesa iz kupovine, naročito kada su sniženja."⁵³

Jezik koji se koristi predstavlja jasan poziv i stvara atmosferu koja bi svaku čitateljku natjerala da skoči sa stolice i odmah se uputi u sveto iskustvo kupovine. Međutim, pošto je ovo vrhunsko iskustvo, ono podrazumijeva niz pravila koje svaka žena treba imati na umu, između ostalog, lijepo se obući kako bi prodavači kupca shvatili ozbiljno, nikada ne odlaziti u kupovinu sa muškarcem i, što je teško povjerovati, ići sama, a ne sa prijateljicama. Zašto? Na taj način možete izbjeći gubljenje vremena u radnjama koje vas ne interesiraju ili da prijateljica kupi isto što i vi ili čak da dobijete loše savjete kako bi ona određeni komad odjeće kupila za sebe.⁵⁴ Krajnji utisak koji stječete jest da sebi ne možete priuštiti bilo kakve rizike prilikom kupovine, čak i ako to znači izostavljanje osoba koje volite. Ono što je

⁵¹ Margaret Gallagher, "Lipstick imperialism and the new world order: women and media at the close of the twentieth century", rad pripremljen za Odsjek za unapređenje žena Odjela za koordinaciju politike i održivi razvoj, Ujedinjene nacije, decembar 1995, dostupno na: <http://www.un.org/documents/ecosoc/cn6/1996/media/gallagh.htm>.

⁵² "Sporti i preferuar qe quhet shopping", *Jeta*, august, str. 38.

⁵³ Isto.

⁵⁴ Isto.

bitno je efikasnost prilikom kupovine: to je za svaku ženu sveto iskustvo i ničemu i nikome ne treba dozvoliti da pokvari to zadovoljstvo.

Značaj ove teme postaje još očitiji kada se primijeti da tekst ne samo da nudi savjete, već i naređuje, ukoliko želite da sve protekne glatko. Naprimjer, neki od međunaslova glase⁵⁵: "Smiluj se sebi!", "Nikada nemoj potcijeniti svoj izgled!", "Nikada sa momkom!", "Donesi pravu odluku!" i "Nasmiješi se!" Slično tome, fotografije koje prate tekst prikazuju nasmiješene žene kako pokazuju prema izlozima, ženu koja isprobava naočare i široko se osmjehuje, što je jasan znak da se zabavlja, nasmiješene žene koje nose mnogo kesa iz kupovine i tako dalje. Sve u tekstu ukazuje na sreću koja se povezuje sa kupovinom kao jedinstvenim zadovoljstvom u životu svake žene, u čijem svakom dijelu treba maksimalno uživati.

Neizbježnost majčinstva

"Naročito u zapadnoj kulturi, čini se da majčinstvo predstavlja onu neizbježnost 'anatomije' koja, na ovaj ili onaj način, utječe na svaku ženu."⁵⁶ Na prvi pogled, ova neizbježna predodžba nije utjecala na stranice časopisa *Jeta*. Žene sa karijerom, lijepe, uspješne žene i modne ikone vrište iz časopisa. Čini se da je čitateljicama časopisa zanimljiva slika žene samo u smislu njihove ljepote, uspjeha, senzacionalizma - ne i majčinstva. Međutim, pobliže proučavanje otkriva suprotno. Iako se čini da djeca ne predstavljaju fokus časopisa, a time ni njegovih čitateljica,

⁵⁵ Isto.

⁵⁶ Ksenija H. Vidmar, "Nasa žena and the image of the mother: contradictions and oppositions, 1991-2000", citirano u: Peace Institute, "Mediawatch: Making her up", str. 34.

način na koji se ova tema pojavljuje i način izražavanja koji je korišten u nekoliko slučajeva otkriva "neizbježnu" prirodu majčinstva kao dijela života žene koji je ne samo važan, već predstavlja i prirodno očekivanje od uloge žene u društvu: "Roditeljstvo je bez sumnje jedna od najvažnijih stvari u životu, možda čak i najvažnija, barem za ženu."⁵⁷

Jedan od najilustrativnijih primjera ove stalno prikrivene, naizgled marginalne, teme je tekst o uspješnoj albanskoj atletičarki, koja ima najveći broj medalja od svih atletičara i atletičarki u zemlji. Kako tekst odmiče, čitalac/-teljka se upoznaje sa njenim profesionalnim dostignućima i budućim planovima, njenom životnom partneru i treneru i tako dalje. Tekst završava opisom ambicija ove atletičarke u pogledu sljedećih Olimpijskih igara, najvećeg takmičenja o kojem takmičar/-ka u bilo kojem sportu može sanjati. Odmah nakon toga, posljednja rečenica u tekstu glasi:

"Ovako veliki broj aktivnosti odgodio je vjenčanje dvoje mladih ljudi. Ustvari, oni su o ovome često razmišljali, kao i o tome kada će imati djecu. Nakon Olimpijskih igara, Klodiana razmišlja da postane majka."⁵⁸

Iako je ovo više nego prirodna odluka i način razmišljanja, način na koji je ovo predstavljeno - nakon hvaljenja svih njenih profesionalnih uspjeha - sugerira da život ove atletičarke, koliko god medalja osvojila, nikada neće biti potpun ukoliko se ne uda i ne postane majka.

Drugi slučaj koji ilustrira isti način razmišljanja je intervju sa bračnim parom sa Kosova, koji zajedno komponira i pjeva. Posmatrajući ih kao prilične nekonformiste i ekstravagantne u muzici i općem izgledu, intervju sa bračnim parom ima sljedeći naslov: "Nas dvoje protiv svijeta" i od početka odaje utisak da se ovi ljudi ne mogu identificirati sa "našim svijetom", kako ga definira časopis, a moguće i čitalac/-teljka. Prije nego što se intervju i pročita do kraja, u podnaslovu se već objašnjavaju razlozi

⁵⁷ "Ai do nje bebe", *Jeta*, juli, str. 44.

⁵⁸ Arta Cano, "Me shpejtesine e Klodianses", *Jeta*, august, str. 22.

zašto ovi ljudi pripadaju "Drugima": "Oni su individualisti i zaljubljeni do te mjere da su odabrali da nemaju djecu."⁵⁹ Isto se ponavlja u pitanju postavljenom supruzi: "U međuvremenu, možete se smatrati primjerom nečega drugog: čvrstog braka bez djece."⁶⁰ Iako izražava dozu divljenja za snažnu vezu koja povezuje dva bračna druga, gornji odlomak iz teksta otkriva upornost predodžbe da bi odluka da se nema djece bila razumljiva samo ako ste stranac. Kao što Judith Butler kaže:

"Zašto žena koja želi da učestvuje u odgoju djeteta, ali ne želi da učestvuje u rađanju djeteta, ili koja ne želi da ima ikakve veze ni sa jednim od to dvoje, ne bi mogla pripadati svom spolu bez implicitnog osjećaja neuspjeha ili neadekvatnosti? Kada ljudi postavljaju pitanje: 'Zar to nisu biološke razlike?', oni ustvari ne postavljaju pitanje o materijalnosti tijela. Oni ustvari pitaju da li je ili nije društvena institucija reprodukcije najznačajnija za razmišljanja o rodu. U tom smislu dolazi do diskurzivnog nametanja norme"⁶¹.

Zaista, diskurs proizveden u časopisu odgovara "normi" u smislu da implicira kako je za ženu teško da bude sretna ukoliko nije dio tradicionalne porodice. S druge strane, svi koji su imali tu sreću da ovo ostvare nemaju puno briga. Druga priča zaslužuje da se spomene u ovom smislu. To je priča o jednom turskom paru: žena, koja se bavila bankarstvom u Turskoj, napustila je svoj posao i doselila u Albaniju sa mužem kada mu je ponuđen posao u Albaniji. Iako je prekinula vlastitu karijeru i postala domaćica, dok je njen muž ubrzano izgradio svoju karijeru, ona se nimalo ne kaje:

⁵⁹ Drita Loshi, "Ne te dy kunder botes", Jeta, septembar, str. 46.

⁶⁰ Isto, str. 47.

⁶¹ Odlomci iz "Gender as Performance: An Interview with Judith Butler". Intervju obavili Peter Osborne i Lynne Segal, London, 1993, dostupno na: <http://www.theory.org.uk/but-int1.htm>.

"Ćovjek koji ju je odveo u Albaniju, Seyhan Pencapligi, generalni je direktor i ćlan Uprave BKT-a, te predsjednik Bankarskog udruženja Albanije, dok je Melda postala dobra domaćica. To je ćini sretnom, jer se brine o djeci, a komšije Albanci joj olakšavaju život. Za nju je prioritet odgoj djece, uprkos poteškoćama u nepoznatoj zemlji."⁶²

Ovaj citat otkriva spokoj i sigurnost koji okružuju naizgled tešku odluku za ženu koja želi imati karijeru: ona se odrekla svih snova o izgradnji karijere, ali je stekla porodicu i oni su živjeli sretno do kraja života.

Slike su u ovom slučaju još indikativnije od citata. Tekst prate dvije fotografije i obje prikazuju nasmiješenu Meldu. Na prvoj je slikana sama, dok druga prikazuje cijelu porodicu. Poza bi se u semiotićkoj analizi slika smatrala klasićnom: oba braćna para su nasmiješena, dok je muž, koji je viši, prebacio ruku preko njenog ramena, a s druge strane drži kćerku za ruku. Melda je oćigledno naslonjena na njega, dok joj je glava nagnuta na njegovo rame. Na ovoj je slici muž, koji nosi odijelo, oćigledno referentna taćka; on nudi podršku svojoj supruzi i kćerki i svi djeluju sretni što je to tako.

A i ne mođe nikako drugaćije, ako pretpostavimo da je to ono što svaka žena u konaćnici želi. Prića o komićarki bar potvrđuje da je to njen san i da će ućiniti sve da ga odbrani, naglašavajući da su "porodićne obaveze na prvom mjestu, a zatim razmišljam o umjetnosti."⁶³

Interesantno je da ova prića sadrži slićne vizuelne elemente kao i prića o turskom paru: Marjana Kondi, glumica, prikazana je na slici sa svojim mužem, na kojeg je naslonjena i za kojeg se drži rukom ispod ruke. Obrazac žena koje trebaju i trađe muževu podršku je oćigledan, s obzirom na njihovu krhkost, bar vizuelno govoreći.

⁶² Arta Cano, "Kur nje turke dashuron Tiranen", *Jeta*, juli, str. 32.

⁶³ Arta Cano, "Kur te sfidon Marjana Kondi", *Jeta*, juli, str. 56.

Završna razmatranja

Statistika i ukupni trendovi koji se odnose na situaciju u kojoj se nalaze žene u Albaniji pokazuju mali napredak u borbi za rodnu jednakost i priznavanje posebne uloge žena u društvu. Žene se suočavaju sa značajnim problemima u više oblasti, kao što su zapošljavanje, obrazovanje i učešće u donošenju odluka, dok istovremeno trpe porodično nasilje i postojanje stereotipa i patrijarhalnog mentaliteta.

Iako bi mediji mogli odigrati ključnu ulogu u mijenjanju ove situacije, oni malo čine da pokažu da su tome posvećeni. Zbog toga što vodeći mediji ne prate posebno ova pitanja i zbog nedostatka ozbiljnih časopisa koji prate važna pitanja koja se tiču rodne jednakosti i globalnog napretka u ovom smislu, jedina preostala opcija su ženski časopisi zasnovani na zabavi. Međutim, ova sfera, umjesto da pomogne u razvijanju svijesti i borbi za rodnu jednakost, služi jedino da umiri i zabavi žene, pružajući utočište od svakodnevnih problema i potvrđujući društveno dominantne rodne uloge i odnose. Ne čini se nikakav napor da se piše o društveno relevantnim temama, kao što su podjednake mogućnosti, trgovina ljudima, silovanje, samohrane majke, porodično nasilje i drugi problemi vezani za spol.

Način na koji se žene prikazuju u ovim časopisima stavlja neproporcijalan naglasak na ljepotu, što dovodi do toga da se žene prvenstveno posmatraju kao seksualni objekti, a ne kao kompleksna ljudska bića, sa nizom drugih osobina, pored fizičke ljepote. Pored toga, čini se da naglašavanje ljepote kao ključne za ženstvenost nameće ženama teret postizanja ovog ideala po svaku cijenu, prebacujući pažnju sa ostalih važnih aspekata žena u društvu i usmjeravajući ih ka konzumerizmu.

Pored mita o ljepoti, ženama se također nudi mit o porodici i majčinstvu, što ih navodi na vjerovanje da je samoostvarenje za ženu nemoguće ukoliko ona nema porodicu i nije majka. Vrijednost tradicionalne porodice se podržava i jača, a proizvedeni diskurs je slijep ili odbacuje svaku drugu alternativu. S obzirom na ženinu potrebu da postigne ljepotu i majčinstvo, karijera je posljednji prioritet u

životima žena koje se prikazuju u časopisu. Za razliku od muškaraca, ženin uspjeh u karijeri smatra se ili rezultatom njenih fizičkih osobina ili nekom božanskom intervencijom, dok se njeni talenti, vještine, inteligencija i upornost umanjuju ili potpuno ignoriraju.

U ovom kontekstu, daljnja istraživanja medijskog izvještavanja i diskursa u ovoj oblasti i budućih trendova pružit će vrijedan uvid u jačanje ili transformaciju stereotipa u društvu, s nadom da će to omogućiti poboljšanje ovakve situacije.

Sa engleskog prevela Kanita Halilović

Bibliografija

Berger, John. "Ways of seeing". Citirano u: Bourne, Amy. "Gender and the Social Codes of Looking". Dostupno na: <http://www.aber.ac.uk/media/Students/aeb0301.doc>.

Bignell, Jonathan. "Media Semiotics: An introduction". Citirano u: Davies, Sian. *Semiotic Analysis of Teenage Magazine Front Covers*. Dostupno na: <http://www.aber.ac.uk/media/students/sid9901.html>.

Gallagher, Margaret. "Lipstick imperialism and the new world order: women and media at the close of the twentieth century", rad pripremljen za Odsjek za unapređenje žena Odjela za koordinaciju politike i održivi razvoj, Ujedinjene nacije, decembar 1995, dostupno na: <http://www.un.org/documents/ecosoc/cn6/1996/media/gallagh.htm>.

Greer, Germaine. "The Whole Woman". Citirano na: http://www.thefword.org.uk/features/2001/04/the_beauty_myth

Grupi Shqiptar i Grave ne Media (2002) "Media dhe trafikku". Tirana: Ilar.

INSTAT (2004) "Femra dhe Meshkuj 2004". Tirana: Morava.

"Politikisht indiferente apo te frikesuara nga politika", u: *Tema*, 9. juli 2004.

Osborne, Peter; Segal, Lynne (1993) "Extracts from Gender as Performance: An Interview with Judith Butler". London. Dostupno na: <http://www.theory.org.uk/but-int1.htm>.

SEDA& UNDP (2005) "Human Development Report on Albania: Policies and Development for the poor and women in Albania". Tirana.

Van Dijk, Teun A. "The mass media today: discourses of domination or diversity". Dostupno na: <http://www.discourses.org/OldArticles/The%20mass%20media%20today.pdf>.

Vidmar, Ksenija H. (2002) "Nasa zena and the image of the mother: contradictions and oppositions, 1991-2000". Citirano u: Peace Institute, "Mediawatch: Making her up". Ljubljana: Boznar & Partner.

Wolf, Naomi. "The Beauty Myth", citirano na: http://www.thefword.org.uk/features/2001/04/the_beauty_myth i na: <http://homestar.org/bryannan/wolf.html>

**SEKS I GLOBALIZACIJA ŽENSKOG TINEJDŽERSTVA:
HRVATSKI I SRPSKI *TEEN* ČASOPISI NOVOG DOBA**

Apstrakt

U analizi fenomena najpopularnijih "novih" tinejdžerskih časopisa koji su na hrvatsku i srpsku pop-kulturalnu scenu stupili raspadom Jugoslavije (Hrvatska: Teen, OK!; Srbija: Bravo, Bravo Girl, Cool Girl), autorica utvrđuje na koje je načine ideološko-ekonomski prijelaz iz socijalizma u kapitalizam utjecao na kreaciju tinejdžerskih (ženskih) rodnih i seksualnih identiteta. Ispitujući ulogu časopisa kao ideoloških oruđa u procesu edukacije, enkulturacije i rodnog/seksualnog užljebljenja djevojaka, autorica osobitu pozornost obraća na potencijalno disruptivne (lezbijske, transrodne, politički potentne) elemente teksta, dolazeći do depresivnog zaključka da u "postmodernom", "postfeminističkom" (dakle, i "postpatrijarhalnom") globalizacijskom kapitalizmu svaki pokušaj subverzije i otpora biva neutraliziran komodifikacijom.

Ključne riječi:

popularna kultura, tinejdžerski časopisi, rodni stereotipi, mediji i spolni odgoj, seksualnost, konzumerizam, postsocijalizam

Ekonomске potrebe kulturalnih industrija savršeno su usklađene s disciplinarnim i ideološkim zahtjevima postojećeg društvenog poretka, i svi društveni proizvodi stoga moraju, u većoj ili manjoj mjeri, trpjeti sile koje možemo nazvati centralizirajućima, disciplinarnim, hegemonijskim, omasovljujućim, komodifikacijskim... (pridjevi se nižu unedogled)

John Fiske¹

Uvod

Za mjesto u hrvatskoj akademiji kulturalni studiji izborili su se tek u drugoj polovici devedesetih godina prošloga stoljeća, pa stoga ne čudi da je velik dio teritorija hrvatske pop-kulturalne produkcije još uvijek teorijski neistražen. No, kad su se počeli intenzivnije baviti popularnom kulturom, njezini kritičari/ke pokazali su izrazitu naklonost feminističkoj i rodnoj teoriji, što je rezultiralo zanimljivim (tekstualnim, istraživačkim, aktivističkim) radovima o ženskosti, ženstvenosti i bivanju ženom u hrvatskim medijima.² Dok su se akademski orijentiranom feminističkom analizom proizvoda popularne kulture do sada bavile mlade snage unutar književnih/književno-teorijskih časopisa, grupe za ženska ljudska prava, poput

¹ Fiske, John (1989) *Understanding Popular Culture*. Unwin Hyman, London, str. 28.

² Uredništvu K., časopisa za književnost, književnu i kulturalnu teoriju studenata zagrebačkog Filozofskog fakulteta čak je i predbačeno da u "broju dominiraju isključivo feminističke teme" te da bi "mogli (...) promijeniti ime u F." (časopis je dostupan u PDF formatu na: <http://k.ffzg.hr/zines/k2.pdf>, dok se diskusija o njemu može naći na <http://forum.ffzg.hr/viewtopic.php?t=5264&postdays=0&postorder>)

zagrebačkih B.a.b.e.-a., istovremeno su provodile komplementarna istraživanja na polju ženske participacije u medijima, kao i "ženske" percepcije medijskih sadržaja.³ Zanimljivo je, također, primijetiti i to da se feministička kritika nije ograničila na format časopisa i priručnika, već su i *jumbo* plakati s prikazima obnaženih ljepotica koje reklamiraju proizvode mesne industrije u više navrata bili izloženi subverzivnom spreju aktivistica - uličnih teoretičarki roda.

Ova višeslojnost, raznovrsnost, pa i razigranost feminističke/rodnoteorijske kritike u Hrvatskoj ukazuje kako na pozitivne promjene u akademiji - napokon voljnoj propustiti i manje tradicionalne (pa i potencijalno subverzivne) teorijske struje, opremajući student(ic)e, buduće akademske građan(k)e, alatom za ispitivanje i dekonstrukciju ideologija svakodnevice - tako i na patrijarhatom zasićeno (pop)kulturalno ozračje, toliko zagušljivo da se neprestano, i u svim svojim segmentima, mora provjetravati.

Zašto *teen* časopisi?

Dok se o ženskim časopisima kao predstavnicima pop-kulturalne proizvodnje *par excellence* u Hrvatskoj već pisalo⁴, (ženski) tinejdžerski časopisi do sada se nisu pokazali osobito privlačnim materijalom hrvatskim feminističkim teoretičarkama

³ B.a.b.e (1997) "Istraživanje dnevnih listova", Zagreb; Sarnavka, Sanja (2006) *Put do vlastitog pogleda - kako čitati, slušati, razumjeti medijske tekstove i medijsku kulturu*. B.a.b.e., Zagreb; Kunac, Suzana & Sarnavka, Sanja (2006) *Nevinost bez zaštite - "ženska" percepcija medijskih sadržaja*. B.a.b.e., Zagreb.

⁴ Usp. Grdešić, Maša (2002) "*Cosmopolitan* - premalo feminizma za 25 kuna", *Libra libera*, br. 011, str. 9-25; "Viva - ima li života na tržištu ženskih časopisa?", *Zarez* VI/141, 2004.; "Budi vedra, budi smjela: teorijski i aktivistički diskurz hrvatskoga *Cosmopolitana*", *Quorum* br. 6, 2004., i Radat, Iva "*Spletke i čarolije: nasilje nad lezbijkama u popularnoj kulturi*", *Zarez*, br. 125, 11. 3. 2004.

medija i popularne kulture⁵. Ovaj manjak kritičke pozornosti uistinu čudi, budući da je faktor utjecaja medija na oblikovanje ženskih identiteta u kontekstu teen publikacija zasigurno viši, upravo zbog činjenice relativne "kulturalne nevinosti" njihovih konzumentica. Publika kojoj su ovi proizvodi namijenjeni iz redova je društvene skupine koja upravo prolazi kroz proces intenzivnog "urodnjavanja", socijalizacije i (seksualne) enkulturacije, i kao takva je izrazito osjetljiva na poruke medija kao jednog od najvokalnijih glasila društva i "ogledala" pridružene mu kulture. Premda su *teen* časopisi najsličniji tiskovinama poput *Cosma*⁶, za razliku od čitateljstva *Cosma* - "odrasle" (identitetski stabilnije, kulturno/seksualno "umrežene") ženske populacije, donekle i svjesne kodova fikcije/fikcija ženskih časopisa - čitateljstva kojem je užitak⁷ konzumacije/fantazije na prvom mjestu, a "poučni"⁸ aspekt omiljenog časopisa teško da će im revolucionirati svakodnevicu - za teen

5 Osim moje analize uloge časopisa Teen u procesu kreacije ženskog identiteta objavljene u već navedenom broju časopisa K. i u Quorumu br. 6 (2004.), nijedno drugo istraživanje nije mi poznato.

6 Zbog jednake razine zaokupljenosti seksom, seksualnošću, glamurom i konzumerizmom.

7 Janice Winship za to ima zgodan izraz - "mentalna čokolada"; u *Inside Women's Magazines*, Pandora, London & New York, 1987., str. 160.

8 Bilo da je riječ o "tajnama boginje seksa" ili "spa tretmanima za zaljubljene" - vidi <http://www.cosmopolitan-scg.com/topic.php?id=129> i <http://www.cosmopolitan-scg.com/lifestyle.php>. Sam bombastičan naslov "Tajne boginje seksa" autoironizira seksualno edukativnu funkciju *Cosma*, a i spa tretman za zaljubljene zvuči jednako nestvarno. Poslovne mlade žene, koje su navodna publika hrvatskog i srpskog *Cosma*, vjerojatno čine najmanji postotak njegovog čitateljstva (samom svojom društvenom podzastupljenošću), a njegovoj stvarnoj publici, prosječnoj građanki, spa tretman uglavnom spada u sferu nedostupnoga, odnosno konzumerističke fantazije. Zbog svega navedenoga *Cosmo* se na čitanje nudi više kao fikcionalni/eskapistički, nego edukativni žanr. *Teen* časopisi, s druge strane, svoju instruktivnu funkciju rijetko kada ironiziraju, pa su i "prepoznati kao najučinkovitije sredstvo prenošenja savjeta o kontracepciji i sigurnom seksu među mladim djevojkama" (McRobbie, Angela (2000) *Feminism and Youth Culture*. Macmillan Press, London, str. 209).

populaciju časopisi će u određenim svojim aspektima imati instruktivnu, gotovo "dokumentarističku" kvalitetu. Uzrok tome je zabrinjavajuća generalna nedostupnost informacija o tinejdžerskoj seksualnosti - kako zbog neprilagođenog obrazovnog sustava koji ovu temu nedovoljno/neadekvatno obrađuje⁹, tako i zbog sramežljivosti kulture u kojoj je detaljan razgovor o seksu unutar obitelji još uvijek uglavnom nezamisliv - što teen časopise čini najrelevantnijim izvorima informacija o spolnosti. No, nije samo nedostatak informacija o seksualnosti ono što će tinejdžer(ic)e nukati da informacije iz časopisa gutaju bez žvakanja - u obrazovnom sustavu postoje daleko ozbiljniji strukturalni nedostaci, poput predmeta koji bi, radije no da inzistiraju na reprodukciji serviranih podataka, učenike/ce podučavali kritičkom promišljanju i dekonstrukciji svih vrsta tekstova, poglavito medijskih sadržaja.¹⁰

⁹ Ni 15 godina nakon izlaska prvoga broja OK!-a hrvatsko Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa nema adekvatno riješen problem seksualnog odgoja. U školama se kao izvannastavna aktivnost može odabrati program "Teen Star", koji podržava Katolička crkva, a koji osnovnoškolce podučava tome da kontracepcija ne štiti od spolnih bolesti i narušava bit spolnog čina, koji se "postvaruje" isključivo kad se događa u braku. I u srpskom *Vremenu* nalazimo apel koji ukazuje na identičan problem: "Jedno od osnovnih prava ljudi je pravo na informisanje, pravo na dostupnost svih mogućih načina za ostvarenje želja i ciljeva. Seksualno obrazovanje u školama bilo bi jedno od rešenja. Društvo mora da se direktno uključi u sistemsko rešavanje ovog problema." <http://www.vreme.com/cms/view.php?id=314712>

¹⁰ Zabrinjavajuće nisku razinu medijske pismenosti kod odraslih žena (s područja Hrvatske, tadašnje SCG i BiH) potvrdilo je nedavno istraživanje B.a.B.e.-a. o načinu na koji žene percipiraju predstavljanje žena u medijima i o utjecaju medija na žene. Čak 50% ispitanica tvrdilo je da su muškarci i žene podjednako zastupljeni u medijima, iako prema istraživanju provedenom u 76 zemalja svijeta u sklopu studije "The Global Media Monitoring Project" proizlazi da su žene akterice prosječno tek 21% svih vijesti. Da se medijske poruke prilično dobro primaju nesvjesno pokazuje i činjenica da je od nekoliko stotina ispitanica samo 5% žena potvrdilo da mediji imaju veliki utjecaj na kreiranje njihove slike o sebi, no čak 44% Hrvatica držalo je dijete!

Ova dvostruka deprivacija - u informacijama i u metodama njihove dubinske analize - tinejdžer(ice) čini potencijalno najranjivijom skupinom kad je riječ o utjecaju medija na percepciju svijeta i formiranje vlastitoga rodnog/seksualnog identiteta.

Komodifikacija (na)roda

Facilitirajući proces seksualizacije djevojčice, teen časopisi kataliziraju i proces njezina urođnjavanja: iz broja u broj neumorno "cirkulirajući etablirane stereotipe i neupitne ideje o tome što znači biti žensko i tinejdžer/ica."¹¹ Izravno ili posredno podučavajući čitateljice o tome što znači i kako biti žensko, ovi časopisi uzgred osiguravaju i podrazumijevanje "centralnosti i privilegiranosti heteroseksualnosti."¹²

Inzistiranje na čvrstim rodnim kategorijama i heteroseksualnosti, čini se, temelj je svih komercijalnih *mainstream* tinejdžerskih časopisa zapadnoga kapitalističkog svijeta - što se, konzultiramo li analizu britanskog teen časopisa *Jackie* Angele McRobbie, nije mnogo promijenilo u zadnjih četrdesetak godina.¹³ Ovu postojanost nije teško razumjeti, razumijemo li spregu kapital(izm)a i patrijarhata. Dok su mediji jedan od državnih ideoloških aparata¹⁴ kojima je cilj reproducirati dominantnu ideologiju, odnosno patrijarhat (temeljen na rodnoj podjeli), glavna strategija kapitalizma je

¹¹ Hudson, Barbara, "Femininity and adolescence" u: McRobbie, Angela & Nava, Mica (ur.) (1984) *Gender and generation*. Macmillan Press, London, str. 51.

¹² Winship, Janice (1987) *Inside Women's Magazines*. Pandora, London & New York, str. 41.

¹³ Usp. McRobbie, str. 69.

¹⁴ Usp. Althusser, Louis (1977) "Ideology and Ideological State Apparatuses" u: '*Lenin and Philosophy*' and *Other Essays*. New Left Books, London.

komodifikacija, pa je njegovanje kulture "ženstvenosti/ženskosti" (sa svim potrebnim joj industrijama - kozmetičkom, modnom i sl.) idealna strategija održavanja kapitalističkog sustava - prodajom proizvoda, odnosno oglasnog prostora, prodajom časopisa i, da bi se krug zatvorio, "prodajom" kapitalističkoga sustava vrijednosti.

Upravo je naglo stupanje kapitalizma na scenu u bivšim republikama Jugoslavije devedesetih godina prošloga stoljeća dovelo do eksplozije "novih" *teen* časopisa, stvarajući rijetko dobru priliku za cjelovitu kronološku analizu ovog pop-kulturalnog fenomena - njegovih začetaka i paralelnog razvoja u dvije nove države sa zajedničkom (te stoga gotovo identičnom) (pop)kulturalnom poviješću, kao i analize njihovih rodnih potraživanja spram hrvatskih i srpskih konzumentica.

U svrhu ove analize, proučit ću najpopularnije hrvatske tinejdžerske časopise (*Teen, OK!*) i srpske im ekvivalente (*Bravo, Bravo Girl!, Cool Girl!*), i njihove strategije uro(d)njavanja djevojaka u nove patrijarhalno-konzumerističke kulture postsocijalizma. Ovaj ideopolitički prijelaz okidač je i za iznenadnu (legalnu) seksualizaciju djevojačkog tijela (i tijela djevojčice), što će u centar moje analize staviti upravo konstrukciju "nove" postsocijalističke, hiperkomodificirane ženske seksualnosti.

Također, pri iščitavanju ovih pop-kulturalnih tekstualnih proizvoda pokušat ću izbjeći ono što Thompson naziva zabludom internalizacije (*fallacy of internalism*)¹⁵ - pretpostavku da se učinci teksta na čitateljicu mogu izvesti isključivo iz semiotičke analize samih tekstova. Kao i Frazerovoj (u kritici Angele McRobbie)¹⁶, i meni je jasno da čitateljice nisu potpune kulturalne budale i žrtve teksta i da neće automatski prihvaćati sve što im se servira... *dokle god* su im

¹⁵ Usp. Thompson, John B. (1990) *Ideology and Modern Culture - critical social theory in the Era of Mass Communication* US: Stanford University Press.

¹⁶ Usp. Frazer, Elizabeth (1987)"Teenage girls reading *Jackie!*", *Media, Culture and Society*, 9., str. 407-25.

(drugdje u kulturi i "stvarnom" životu) dostupni alternativni modeli ponašanja, odakle mogu/smiju slobodno odabirati.¹⁷ Za analizu će, stoga, biti značajno i ono što časopisi (kao glasnogovornici dominantne kulture) ne nude - jer, kad kultura uporno izbjegava prikazivati, odnosno imenovati određene oblike alternativnih (seksualnih, kulturalnih) praksi, ona poriče njihovo postojanje, što pripadnicima neimenovanih manjina otežava proces identifikacije i samoosvješćivanja.¹⁸

Kontekst

Na samom kraju osamdesetih, otprilike u isto vrijeme kad su počeli popuštati šavovi međudržavnih granica u Jugoslaviji, počeo se odvijati i proces kolonizacije tržišta, gdje su nekadašnji državni monopol nad medijima, posebice tiskane medije počeli preuzimati privatni (i inozemni) investitori, odnosno komercijalne interesne grupacije. Promjene u srpskim medijima započele su desetak godina kasnije nego u Hrvatskoj, ali ubrzo nakon Miloševićevog pada u listopadu 2000. strani kapital upleo se i u srpske medije. Jedan od prvih plodova ove promjene u Hrvatskoj bio je i časopis *OK!*, koji je početkom devedesetih u Hrvatskoj otvorio lov na

¹⁷ Upravo zato najviše pozornosti pridajem tabuiziranom, odnosno tinejdžerima općenito slabije dostupnom - polju seksualnosti.

¹⁸ Najbolji primjer za to su standardna svjedočanstva (pa i moje!) osoba kojima je proces (homo)seksualne samospoznaje bio umnogome otežan nedostatkom identifikacijskog materijala u medijima. Značaj vizibiliteta i imenovanja (kao i reaproprijacije jezika) najbolje se očituje u pride i queer pokretima širom svijeta, slabo popraćenima na stranicama tinejdžerskih časopisa.

tinejdžersko čitateljstvo, a, namirisavši profit, uskoro mu se pridružio i *Teen*. U Srbiji su početkom 2002. teen tržište zaposjeli licencirani njemački časopis *Bravo* i autohtoni *Cool Girl*. A da tržište ni desetljeće kasnije nije zasićeno ovim proizvodima, ukazuje redovito lansiranje novih *teen* časopisa,¹⁹ koji od jednostavnih i vrlo ograničanih sastojaka pokušavaju složiti neku novu, egzotičnu celuloznu poslasticu.

Što su tako revolucionarno tinejdžerima donijeli "novi" postsocijalistički teen časopisi da bi zaslužili ovoliku popularnost i neprestanu potražnju? Dok je u socijalističkoj Jugoslaviji postojala plodna produkcija ženskih časopisa (*Žena*, *Bazar*, *Svijet* i sl.), onoga što danas poznajemo pod skupnim nazivom *tinejdžerski časopisi* gotovo da nije bilo. Časopisi koji su obrađivali polje interesa pubertetsko-adolescentske populacije uglavnom su bili edukacijskoga tipa, poput *Modre laste*²⁰, ili enigmatsko-zabavnih srpskih časopisa *Politikin zabavnik*, *Ćao* ili *Huper*. Mali ili nikakav dio prostora tih časopisa bio je posvećen tinejdžerskoj seksualnosti (u deklarativno didaktičkoj Modroj lasti bila je to rubrika "Rezervirano za djevojčice"²¹, koja je zauzimala oko pola stranice) - možda zbog prijeteće koju bi otvoreniji i slobodniji pristup predstavljao mitu o pionirskoj/omladinskoj (a)seksualnosti, mitu koji je bio direktno suprotstavljen "zapadnim" vrijednostima neograničene komodifikacije, konzumacije i psihofizičke korupcije.²² I, kao što se zna dogoditi kad su u pitanju deprivacije bilo koje vrste, osuđenici na nju često će stvoriti fiksaciju na predmete zabrane - pa nimalo ne začuđuje revolucionarnost pojave ovih časopisa, koji su popratili i simbolizirali iznenadno podizanje

¹⁹ *Chica*, *Joy*, *TOTP* u Hrvatskoj; *Joy*, hrvatski *OK!*, *Bravo Girl*, *Girl Talk* u Srbiji.

²⁰ Koju je izdavala, i još uvijek izdaje Školska knjiga, Zagreb.

²¹ Dječaci su, pretpostaviti je, o vlastitoj spolnosti učili iz *Starta* ili *Erotike*.

²² S druge strane, čini se da komodifikacija ženskog odraslog tijela nikad nije bila nimalo ideološki problematična.

dvostrukog veta - s tinejdžerske seksualnosti, kao i s fenomena i prakse hiperkonzumacije.

Nerado to navodim u životopisu, ali osobno sam prilično dobar materijal za "studiju slučaja" čitateljice *teen* časopisa, upravo zato jer sam bila jedna od prvih, aktivno svjedočeci njihovu proboju na svježe privatizirano hrvatsko medijsko tržište. Rođena 1976., bila sam dijelom prve generacije tinejdžera koji su, na prijelazu iz komunizma u kapitalizam, imali prilike po prvi put susresti se sa sjajnim, šarenim uvezima *OK!*-a i *Teena*. Iz današnje antiglobalističke perspektive nije mi to nimalo ugodno priznati, no jasno se sjećam ushita s kojim sam listala glatke stranice teen časopisa, i neopisivog užitka koji je taj proces pratio. Uz zapanjujuće standarde kvalitete papira i dotad nevidene vizualne opreme, presudno je ipak bilo to što su se ovi časopisi bavili temom koju nije pokrivalo ni obiteljsko ni školsko obrazovanje - *seksualnošću*.²³ Usprkos određenoj dozi srama koju sam osjećala (kako zbog deklarativnog elitističkog prijezira prema pop-kulturi, tako i zbog njihove seksualne tematike), ove časopise sam praktički gutala, više-manje, u tajnosti, dok sam na ulici, uzdignute glave, koračala s Kafkom ili Dostojevskim pod rukom. Detaljno i razumljivim rječnikom objašnjavajući fiziološke i emocionalne nuspojave puberteta, časopisi su odgovarali na pitanja koja nisam znala ni postaviti.²⁴ Zbog ove svoje kvalitete teen časopisi su automatski zadobili status priručnika iz seksualnog odgoja, a u najvećoj mjeri zadržali su ga i do današnjega dana.

²³ Kad je na red došla lekcija iz ljudske reprodukcije, profesorica biologije (smjer opća gimnazija) upitala nas je: "Znate li što je erekcija?" Kako je razred zbunjeno šutio, ona je samo dodala: "Ako ne znate, pogledajte u rječniku."

²⁴ Tragikomična, no vrlo egzemplarna epizoda moje seksualne (ne)informiranosti u pubertetu bila je činjenica grozomorne depresije kad sam *promenstruirala*, jer sam mislila da naziv "mjesecnica" implicira njezino trajanje od mjesec dana.

Tekst

Definicija tinejdžerice

Svoju antologijsku tvrdnju da "lezbijke nisu žene" Monique Wittig objašnjava argumentom da kategorija "žena" ima značenje samo u heteroseksualnim misaonim i ekonomskim sustavima.²⁵ U tom smislu tinejdžerski časopisi ženski su u najčišćem obliku, jer im je zajednički nazivnik glavnih tema upravo heteroseksualna, snažno seksualizirana (konzumeristička) romansa.

Uzmemo li u ruke dva najpopularnija hrvatska *teen* časopisa - *Teen* i *OK!*, zamijetit ćemo da barataju šačicom tema koje se izmjenjuju i u međusobnoj kombinaciji tvore tekstualno tijelo časopisa. To su ljubav, seks, ljepota/moda i zvijezde, s tim da je glavni fokus ipak na ljubavi, čemu svjedoče najveći naslovi s korica:

"Proljetna škola ljubljenja", "Ljubavna enciklopedija!", "Savršen ljubavni plan!", uz koje neminovno idu i "8 seks lekcija koje moraš znati", "11 istina i laži o seksu!", "Prvi seks" i sl. No, proučimo li malo i tekstove koji se bave ljepotom/modom i zvijezdama, uočit ćemo da i oni, zapravo, gravitiraju prvim dvjema temama, odnosno jednoj, a to je aktivna heteroseksualnost.

Krajnji cilj uljepšavanja i brige o izgledu ipak je privlačenje (i zadržavanje) pozornosti suprotnog spola, što potvrđuju i ulične ankete među tinejdžerima. Na pitanje "Seksi krpice, da ili ne?"²⁶, tinejdžeri odgovaraju (djevojke): "*Dečkima su definitivno drage minice*", "ono što mrzim *kod muškog roda* je to što je nekima odjeća najvažnija stvar po kojoj sude o curi koja je nosi", "minice i uske traperice su *univerzalne stvari koje se svidaju svim dečkima*" (moj kurziv). Iako je iz druge izjave jasno da neke djevojke izloženost muškom pogledu ne prihvataju s oduševljenjem, svakako je prihvataju kao činjenicu. To potvrđuju i anketirani dečki, koji se neće libiti

²⁵ Wittig, Monique (1992) *The Straight Mind and Other Essays*. Beacon Press, Boston, str. 32.

²⁶ *OK!* br. 162, srpanj 2005.

osobno zastupati čitav muški rod, pa tako jedan od njih veli: "Volimo kada cure nose mini suknje, ali *ne volimo* kada svi gledaju *naše djevojke*."

Ni rubrika o uljepšavanju, kao što je i svojstveno kulturi u kojoj je mit o ljepoti najvažnija lektira²⁷, ne vrši mnogo drugih funkcija no da djevojku obuču kako se svidjeti dečkima. U "18 savjeta za prvi spoj" djevojku se uči kako da "istakne prirodnu ljepotu i skriva male *nedostatke*". Njezin prvi "bliži" susret s dečkom, dakle, podrazumijeva "prirodnost" maske, što na simboličan način podcrtava razlike među dečkima i djevojkama, odnosno još dublje urezuje liniju rodne podjele. Paradoksalna sintagma "prirodan izgled" naturalizira ritual šminkanja, a ova njegova "nevidljiva" faza na određeni način simbolizira i postepenost sazrijevanja u ženu (količina *make-upa* obično se tumači kao proporcionalna seksualnoj raspoloživosti, raspoloživosti i iskustvu osobe koja ga nosi). Djevojke kod kojih je prihvatljiva veća doza šminke upravo su zvijezde - kod kojih će se uz crveno sjenilo za kapke (!) tolerirati i agresivan nastup, i transrodno ponašanje (Pink, Avril Lavigne); svu transgresiju amortizirat će informacije o njihovim skorašnjim svadbama. I osobe koje su očigledno emancipirane, izbjegavaju stereotipizaciju, i imidž su izgradili na bunt, nigdje se (ni riječju ni djelom) neće pobuniti protiv one najviše društvene instance - heteromanse.

Baš kao moda i ljepota, i rubrika o slavnim osobama, dakle, na prvo mjesto vlastitog interesa stavlja heteroljubavne/seksualne živote slavnih osoba, pritom se fokusirajući na ono s čim se čitatelji/ce najviše mogu poistovjetiti: prva ljubavno-seksualna iskustva zvijezda, njihove nekadašnje *teen* probleme. Problem s ovim iskustvima je, dakako, taj što slavne osobe, da bi zadržale svoj zvjezdani status i ne bi otuđile se od obožavateljskog tijela, na ovakva pitanja ni ne mogu odgovarati drukčije doli sukladno ugovoru s heteropatrijarhalnom kulturom, koji su potpisali u zamjenu za

²⁷ Usp. Wolf, Naomi (1990) *The Beauty Myth*. Vintage Books: A division of Random House, Toronto.

mjesto u *star* sustavu.²⁸ Sukladno tomu naći ćemo bezbroj primjera (jednako i u srpskim i u hrvatskim; licenciranim ili autohtonim izdanjima) domaćih ili stranih zvijezda kako (nerijetko i s gađenjem) reagiraju na glasine o vlastitoj homoseksualnosti.²⁹ A onih nekoliko zvijezda koje su *ipak out* (Elton John, George Michael, *Pet Shop Boys* i sl.) - za njihova "prva" iskustva nitko ne pita.

Let's Talk About Sex

Kad sam u lovu na srpske *teen* časopise na beogradskim kioscima tete i stričke ispitivala o najpopularnijim naslovima, prvi odgovor uvijek je glasio *Bravo*. Zato sam ga odlučila uključiti u analizu, premda bih ga inicijalno mnogo prije svrstala u kategoriju glazbenog časopisa. Prvi brojevi srpskog izdanja ovog časopisa uistinu su i pokazivali veću orijentiranost ka glazbi (i svijetu glazbenih zvijezda), gdje je fokus bio na životu slavni, no puno više na njihovim podvizima u poslu, nego na onim seksualne prirode. Dvije stranice rubrike "Love Check"³⁰ bile su ravnopravno podijeljene između čitatelja i čitateljice *Brava* - u njoj su pričali o svom "prvi put". Tek jedna stranica bila je posvećena modi, i bila je u potpunosti lišena ljudskih modela - bila je, zapravo, riječ o poluprikrivenoj reklami za Doc Martens proizvode. Uz malo horoskopa, malo videoigrica, puno postera

²⁸ Dovoljno je sjetiti se primjera Georgea Michaela, koji je godinama karijeru (djelomice) gradio i na vlastitoj prividnoj heteroseksualnosti, a vlastitu homoseksualnost medijima vjerojatno ne bi otkrio da na to nije bio *prisiljen*.

²⁹ Colin Farrell u *Bravu*: "Radije bih sat vremena dizao tegove nego ljubio muškarca dva minuta! *Bljak!*"; Benjamin McKenzie u *OK!*-u (naslov teksta je "Vole me i cure i dečki!"): "Dobio sam pismo od jednog dečka... Pisao mi je kako bi razbio svakoga tko me dodirne. Čak mi je poslao i svoju fotku kako vozi neki kamion. *Strašno...*"; Zoran Pribičević, glumac, na pitanje je li ikada poljubio dečka, u *OK!*-u: "Nisam, *hvala bogu*. Čak sumnjam da bih to mogao napraviti i za potrebe snimanja" itd. (svuda moj kurziv).

³⁰ *Bravo* br. 3, januar 2003.

zvijezda, ponekog kviza i nimalo modnih i uljepšavalačkih sadržaja, tadašnji *Bravo* odražavao je "miješane", odnosno uniseks interese svog teen čitateljstva. Dvije godine kasnije³¹, *Bravo* je udvostručio broj stranica ("Od sada na 80 strana!"), što znači da je značajno porastao broj reklama, a određene rubrike su se proširile, i uvedene su nove. Kao što se može i pretpostaviti, prošireni su seksualni sadržaji, pa tako nalazimo rubriku "Let's talk about sex" (pitanja i odgovori), i specijalni intimni savjetnik za mladiće ("Kako da kažem svojoj devojci..."). Upravo zbog prepoznate potrebe za informacijama vezanim uz seks, 2003. je otkupljena licenca za još jedan njegov ogranak, *Bravo Girl*, u kojemu su svih onih pet tema, s naglaskom na seksu, napokon dobile prostor koji zaslužuju, pa djevojke napokon mogu dobiti odgovore na pitanja poput: "Primitila sam da mi iz vagine izviruju dva 'parčeta' kože. Da li je to normalno?"³²

Nimalo bolje od srpskih nisu informirane hrvatske čitateljice, a njihovu bespomoćnost i potpunu izgubljenost u vlastitom tajnom vrtu jasno odražavaju recentni upiti *Teenu*: "Bojim se da sam si probila himen toaletnim papirom (...) može li mi što biti?", "kad su na hladnom [bradavice mi se] smežuraju... molim vas, nemojte me slati ginekologu. Je li moguće da imam rak?"³³ Nadalje, četrnaestogodišnjakinja pita "što je HIV?" (nakon što joj je dečko s kojim je "spavala bez zaštite" rekao da je HIV pozitivan)³⁴, a jednako stara čitateljica, zbog predmenstrualnih bolova u grudima, prestravljeno zove upomoć jer misli da ima "neku strašnu bolest!"³⁵ Uz jedan krajnje dramatičan i tragičan (ukoliko je autentičan) primjer neinformiranosti o spolnim bolestima, ostali djevojački problemi svjedoče da pubertetsku populaciju svaka tjelesna promjena može nagnati na panično preispitivanje vlastite uklopljenosti i "normale" - te fizičkog ili mentalnog zdravlja.

³¹ *Bravo* br. 52, decembar 2004.

³² *Bravo Girl* br. 30, april 2006.

³³ *Teen*, ožujak 2005. br. 3, god. XI., str. 32. i 33.

³⁴ *Teen*, studeni 2005., br. 11, god. XI., str. 31.

³⁵ *Teen*, svibanj 2006., br. 5, god XIII., str. 42.

I upravo tu na scenu stupa iznimno problematičan faktor savjetovanja koje će ponuditi časopisi, čega je ekstreman primjer upravo *Teen*. Iluzija potpunog autoriteta na planu seksa, seksualnosti i ljudske psihe, koji osiguravaju liječničke titule (čak) dviju *Teenovih* stručnih savjetnica - specijalistice za ženske bolesti i porodništvo dr. Jasenki Grujić-Koračin i psihijatrica dr. Sanji Boban³⁶, s uredništva skidaju odgovornost za potencijalno "krivo" savjetovanje, jer, ipak, liječnička znanost zna što je najbolje/najzdravije za djevojke. Upravo zato ponajviše i zabrinjava kad primijetimo da stručnjakinje koje daju upute i objašnjenja kako svijet i ljudsko tijelo funkcioniraju, velikodušno dijele depilacijske savjete³⁷, pa čak i sugeriraju estetsku kirurgiju³⁸, potpomažući tako kozmetičku industriju i industriju "ljepote", umjesto da facilitiraju *istinsko* zdravlje, odnosno dubinsku izgradnju samopouzdanja kod djevojaka - nedostatak kojega je, uz neinformiranost, svakako jedan od uzroka njihovog straha i seksualne nesigurnosti.

I liječnička praksa, jasno je svakome tko je upoznat s likom i djelom dr. Jozefa Mengelea, dio je ideološke državne aparature, koja ima daleko veću težinu od Hipokratove zakletve i njezine odrednice "radit ću na korist bolesnika". Prepisivanje kozmetičkih preparata kao lijeka stoga ne treba čuditi - uostalom, obje stručnjakinje, da bi ih uopće zaposlili u *Teenu*, morale su usvojiti njegovu ideologiju i prilagoditi joj vlastitu argumentaciju. Isti princip koji u kapitalističkom tiskanom proizvodu oglašivače čini ravnopravnim (i nepotpisanim) autorima sadržaja časopisa, uvjetuje da

³⁶ Ni *OK!* ni *Bravo Girl!* nemaju ovakvu vrstu autorizacije, već odgovore nudi anonimni član/ica redakcije.

³⁷ Odgovor dr. Grujić-Koračin na pitanje čitateljice u broju pod 22.: "pojačane dlakavosti mogu se uspješno liječiti. Dlačice na rukama bolje je uklanjati čupanjem voskom ili trajno ukloniti laserom".

³⁸ U svojoj detaljnoj analizi *Teena* (prosinac 2002., broj 12, godina VIII.) citiram primjer gdje 17-godišnjoj djevojci koja "grudi gotovo i nema" dr. Grujić-Koračin jednostavno odgovara sa "ako su ti dojke slabo izražene (...) *moći ćeš ih uvećati operacijom*".

bi odvratanje djevojaka od ženstvenih radnji značilo kršenje poslovnog ugovora između liječnica i *Teena*. A zamjenu im ne bi bilo teško naći - tko za dobru lovu ne bi pisao nekoliko kartica stereotipnih savjeta mjesečno? Postizanje ženskog ultimativnog zdravlja, odnosno samopouzdanja, impliciralo bi odbacivanje "ženskih" časopisa. Kao što veli Naomi Wolf: "Ženski časopisi moraju osigurati da se njihovo čitateljstvo ne oslobodi vlastitog interesa za ženske časopise".³⁹

Politika teen časopisa

Sadržaj sjajno uvezenih ženskih (pa tako i teen) časopisa neke će ponukati da ustvrde konačnu pobjedu feminizma, jer u "novoj hedonističkoj kulturi" stanje bankovnog računa daleko je bitnije od onoga što imaš među nogama. No, upravo ovaj "feminizam slobodnog tržišta", kako ga naziva McRobbie, pokazuje "koliko daleko se verzija feminizma može odvući u pravcu političke desnice, gdje su vrijednosti brutalnog individualizma i lova na bogatstvo i uspjeh preobrazile sve osobne i društvene odnose u produžetak tržišne ekonomije."⁴⁰ "Potpuna depolitizacija i reindividualizacija terena seksualne politike"⁴¹ izvanredno se jasno ogleda u djevojačkim časopisima. Od tridesetak časopisa koje sam za potrebu ovoga rada bila prisiljena pomno proučiti, ni u jednome se ne spominje riječ feminizam, premda je upravo on (tj. one) zaslužan za prava koja tinejdžerice danas uživaju kao žene. Potpuna bezvremenost časopisa postiže se ne samo tabuiziranjem određenih tema i riječi, već i neprestanim okretanjem istih primjera uspjeha, bogatstva i slave; inzistiranjem na *rags to riches* anegdotama sukladno slavnom truizmu da svatko može postati američki predsjednik.⁴²

³⁹ Usp. Wolf, str. 43.

⁴⁰ Usp. McRobbie, str. 210-211.

⁴¹ Ibid.

⁴² Uistinu.

Svijet politike, međutim, ne može se uvijek izbjeći, pa će se u posljednje vrijeme u člancima gotovo svih ovih časopisa naći referenca na suvremene svjetske političke probleme. Kritiku američke politike čut ćemo, doduše, samo iz usta ograničenog broja zvijezda, i to onih koje su vlastiti imidž izgradile na bunt (Green Day, Pink). I kada pričaju o politici to će biti svedeno na izjave poput: "Ljudi mrze Busha i nitko zapravo nije zadovoljan... Ja sam protiv rata"⁴³ - fraze koje se nimalo ne trude, kao ni časopisi sami, objasniti kompleksnost američke/svjetske politike (interesa). Od *punk* benda, i "otkačenih partijanerica oštrog jezika" poput Pink i očekuje se da se stalno nešto bune, pa se političko agitiranje asimilira kao dio njihovoga *imidža*, "provokacija na Pink način", kako veli *Teen*. *Punk stil*, radije no njegova izvorna politička određenja, uvijek će se daleko bolje prodavati.

Rubrika koja je dobar primjer podržavanja mita o individualnosti problema, radije no o njegovom strukturalnom korijenu, jest rubrika "stvarnog života". Manjak političke i društvene svijesti (kod autorica teksta) upravo je zapanjujuć. Niti jedna od junakinja priča koje su bile izložene nasilju (jednu je silovao mladić iz škole, drugu je seksualno zlostavljao "mamin dečko") ne obraća se policiji, a to u potonjem slučaju ne čini *ni majka* djevojke, kad sazna!⁴⁴ Seksualne ozljede prihvaćaju se kao vlastiti sram - djevojke "stravično povrijeđene i ponižene (...) hodaju, tuguju i više se nikad, baš nikad neće osjećati posve sigurne u životu."⁴⁵ Čak ako i uzmemo u obzir činjenicu da bi se neke majke/djevojke uistinu tako i ponašale, i da su priče u tom smislu "realistične", zašto ne postoji "stručni" komentar uz tekst, u kojem bi se djevojkama u sličnim situacijama dali konkretni savjeti što u takvom slučaju da naprave, umjesto da se samo učvršćuju stereotipi o ženskoj izloženosti i psihofizičkoj bespomoćnosti u svijetu?

⁴³ Billie Joe Armstrong u *Bravu* br. 52.

⁴⁴ Premda mu je "čak (...) zapretila policijom, ako nam se ikada približi." (OK! srpsko izdanje br. 1, novembar 2004.).

⁴⁵ OK/ br. 148, svibanj 2004.

Jednu jedinu "autentičnu" i indikativno kontekstualiziranu referencu na aktivizam pronašla sam u pismu čitateljice naslovljenom "Netolerantna prijateljica."⁴⁶ Čitateljica se žali na prijateljicu koja je lezbijka ("to mi uopće ne smeta"), za koju kaže da se "uključila u neke organizacije za prava homoseksualaca te je čak bila i na nekim prosvjedima. Međutim, smeta [joj] što je postala pomalo *bezobrazna prema ljudima koji ne misle kao ona*. Naziva ih primitivnima, zaostalima, homofobičnima..." OK! se, dakako, automatski stavlja na stranu autorice pisma, objašnjavajući da je lezbijku "ljutnja učinila netolerantnom, *jednako* kao i one koji su je osuđivali." Ovaj suludi manevar izjednačavanja ljutnje ugnjetavača i ugnjetavanog tipičan je retorički zahvat dobro poznat feministkinjama na čijim se dlakavim leđima nebrojeno puta razbio. Stereotip lezbijke kao isfrustrirane i agresivne mrziteljice "različitog" (nigdje ne piše "opresivnog") mišljenja identičan je stereotipu feministice koji još uvijek cirkulira u medijima (tamo gdje se usude izgovoriti tu riječ). Aktivizam, tj. *kolektivno* prosvjedno djelovanje, dakle, nešto je zazorno, a priklanjaju mu se one koje nisu u stanju civilizirano i "tolerantno" urediti vlastite *individualne* živote.

Politika reprezentacije - *Cool Girl*

U hrvatskim teen časopisima zamjetan je gotovo potpun izostanak bilo kakve etničke, rasne, seksualne i tjelesne raznolikosti⁴⁷, čak su i imena likova u tzv. fotopričama uvijek prepoznatljivo urbano-hrvatska. Kad je, pak, riječ o različitosti u seksualnom opredjeljenju, lezbijstvo ćemo naći isključivo na problemskim

⁴⁶ OK! br. 158, ožujak 2005.

⁴⁷ Osim kad je riječ o zvijezdama - koje smiju biti i crne, i debele, i kratkokose, ako treba. Čak će se i vrlo eksplicitna i uznemirujuća transrodnost (pjevač grupe *Tokio Hotel*, za kojeg ni ja nisam bila u stanju ustanoviti kojeg je spola) kod zvijezda tolerirati, jer se kod njih kršenje normi interpretira kao stvar imidža, spektakl, a ne autentičan životni stil. (Tako se i Madonna i Britney ljube, no svi znamo da su obje udate i *zapravo* heteroseksualne i da je to dio šoubiznisa... Čime se, naravno, potvrđuje stereotip lezbijstva kao apolitičnog spektakla za voajersko oko).

stranicama, iako bi ga se moglo sasvim solidno ugraditi i u tekstove pod naslovom "Zašto još nemam dečka", koje možemo naći i u hrvatskim i u srpskim časopisima. Premda se diskurs savjetodavki trudi ići ukorak s političkom korektnošću, ipak se privlačnost prema istom spolu nekako uvijek svede na pubertetsku "fazu", eksperiment.

Primjer spomenutog članka "Zašto nemam dečka" (u kojem je lezbijstvo neizgovorljivi odgovor), u *Cool Girlu* posebno je zanimljiv jer u istom broju na dobre dvije strane dr. Mirjana Milović-Tatarević čitateljici koju privlači "najbolja drugarica" objašnjava o homoseksualnosti. Najfascinantnije od svega je to što doktorica na samom početku kategorički utvrđuje da "homoseksualizam (sic!) nije ni bolest ni nastranost". Uz to se u daljnjem tekstu referira i na društvo koje kod nas "takvu vrstu ljubavi" ne prihvaća "baš najsajjnije"⁴⁸. No, premda svoju dijagnozu započinje na dobrim temeljima, i ona na kraju svog ekstenzivnog savjeta djevojci, poput *OK!*-a, savjetuje da bude "tolerantna", da "prihvata tuđa odbijanja i tuđu različitost". Između redova, nažalost, valja pročitati da je različitost koju joj valja prihvatiti zapravo - homofobija.⁴⁹

No, sama činjenica da *Cool Girl* ovoliko prostora posvećuje lezbijstvu (što nisam primijetila ni u jednom od hrvatskih časopisa) svraća pozornost na njegovo postojanje u svijetu izvan pozornice, što svakako ne treba zanemariti. Također, za razliku od hrvatskih etnički, klasno, apolitično itd. monolitnih tiskovina, u *Cool Girlu* možemo naći i (vjerojatno izmišljenu) priču usvojene Beograđanke koja je otišla u Afriku i tamo usvojila *crno dijete*, intervju s dvije novosadske tinejdžerice koje se aktivno bave *boksom*, anketu među tinejdžerima (tri mladića i jedna djevojka) "Da sam ministar prosvete, ja bih...", tekst "Šišanje u paru" gdje se (muško-ženski) par podučava kako

⁴⁸ Na području Srbije ova izjava je eufemizam par excellence, prisjetimo li se krvavog beogradskog Pridea otprije četiri godine.

⁴⁹ *Cool Girl*, br. 12, 2002.

jedno drugo da ošišaju⁵⁰ i sl. Svakako treba osobito naglasiti i tekst o S.O.S. telefonu, kojem ne samo da se djevojke mogu obratiti već se mogu i "uključiti u neku od aktivnosti" - ovako rijetko konstruktivan i informativan tekst nisam uspjela iščepkati ni iz jednog izdanja *Teena* ili *OK!*-a.

Premda i *Cool Girl* barata istom standardnom tematskom petorkom, pritom neumitno poguravajući žrvanj stereotipizacije ženskih interesa, čini se da uredništvo ipak donekle uspijeva izbjeći postupak kloniranja, nudeći nešto kompleksniju sliku svijeta (tinejdžerstva). Velik doprinos tome su brojni autorski tekstovi, u kojima se zna iščitati i ironizacija popularne kulture, pa time i autoironija. Autorica Dragana Karadžić u tekstu "Filmski provod" stavlja u jukstapoziciju holivudske scenarije i stvaran život: "Hoćemo li prvo da se podsetimo gde živimo? (...) Hajde da vidimo kako možeš da se provedeš (...) i da ne osetiš bedu svakodnevice..."⁵¹ Ovo je *jedina* referenca na (realističan) socijalni status čitateljice, zapečaćena riječima: "A, ako imaš koji dinar viška, onda lepo obraduj sebe nekom sitnicom, povedi drugaricu na 'nesicu' (ili sok), i videćeš da ćeš se provesti bolje nego Džulija Roberts u 'Zgodnoj ženi'."⁵² Kupnja kave ili soka mnogo bolje opisuje kupovnu moć tinejdžerke nego bezbrojne reklame za mobitele ili preskupe tenisice i cipele, kojih su prepuni *Teen* i *OK!*.

Subverzije, zaključci, perspektive

Premda svi analizirani časopisi u vlastitim omjerima kombiniraju stereo/tipične ženske teme, kao što smo vidjeli/e, to ne znači da im i proizvodi moraju biti identični. U šumi seksa, ljubavi, mode i zvijezda uspije se progurati i pokoja lokalna,

⁵⁰ *Cool Girl*, br. 34, 2004.

⁵¹ Ibid.

⁵² *Zgodna žena* paradigmatična je bajka za postsocijalizam: Siromašna žena, prisiljena na autokomodifikaciju u svijetu apsolutnog konzumerizma, zahvaljujući uspješnoj heteromansi uspijeva ostati moralno neokaljana (premda ne i nevinna) - i pritom se dobro nakupovati!

realističnija reportaža (članak o curama koje se bave boksom nesumnjivo je razbio pokoju predrasudu). Premda *teen* časopisi svakako naginju prodavanju fantazije, nije naodmet sporadično ovu praksu i ironizirati, što se također može naći u *Cool Girlu*. Odskakanje *Cool Girla* možda je posljedica (ambicioznijih i stilski raznovrsnijih) autorskih tekstova, što implicira stupanj novinarstva nešto viši od puke pripreme/prepisivanja teksta, veći autorski trud i ambicije, pa je lakše razbiti monotoniju stilskog i tematskog kloniranja koje je temelj produkcije ostalih časopisa. Također, neovisnost o licencama omogućuje novinarkama veće uredničke i autorske slobode. Nadalje, opsežan i temeljit angažman liječnice u *Cool Girlu* (premda ne baš osvještene na probleme LGBT populacije) s decidiranim stavom koji se protivi većinskom, pokazuje da i unutar kapitalističke logike časopisa ipak postoji određeni manevarski prostor, stvaranje unutar kojega ponajprije ovisi o osobnoj osviještenosti novinarki i suradnica časopisa.

Što se tiče strategija otpora, subverzivnih čitanja i slično, morat ću se složiti s Kellnerom, koji upozorava da "unutar kulturalnih studija postoji tendencija veličanja otpora kao takvog, a da se ne razlikuju vrste i oblici otpora."⁵³ Osim toga, uvijek mi je bilo teško povjerovati da će netko tko je u stanju uistinu iščitati medijske poruke nastaviti participirati u njihovoj proizvodnji. Jedini stvarni otpor bio bi *isključivanje* iz kapitalističkog procesa, pa je u tom smislu u ovim časopisima, zapravo, nemoguće pronaći naročito efikasne načine odupiranja novoj kapitalističkoj kulturi. Prilično obeshrabruje i činjenica da razilaženje heteropatrijarhata i kapitalizma nije rezultiralo propašću, već radije jačanjem potonjega, budući da se, paradoksalno, latio istog oružja kao i najljući mu neprijatelj - rodna, kulturalna ili *queer* teorija. Naime, nestabilni, fluidni identiteti koji u ovim teorijama imaju potencijal razotkriti, srušiti, pa i razoriti dominantne ideologije i ideološke aparate, u rukama "postmodernog" kapitalizma postaju - roba.

⁵³ Kellner, Douglas "Communications vs. Cultural Studies, Overcoming the Divide"
<http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/Illumina%20Folder/kell4.htm>

Kao što se može vidjeti i na mikrorazini *teen* časopisa, svaki čin otpora (simboliziran izjavama, ponašanjem i izgledom nekih zvijezda) lako se komodificira i pretvara u stil, amortizirajući djelovanje. Ovaj mehanizam prijeti proždrijeti bilo kakav artikulirani pokušaj subverzije, bilo kakvu različitost, jer, kao što kaže Kellner:

"Različitost se prodaje. Kapitalizam mora neprestano multiplicirati tržišta, stilove, trendove i stvari da bi nastavio uvlačiti konzument(ic)e u vlastite prakse i životne stilove. Sama valorizacija 'razlike' kao opozicijskog obilježja može jednostavno pomoći marketingu novih stilova i predmeta ukoliko dotična razlika i njezini učinci nisu primjereno evaluirani."⁵⁴

Ovo nudi jednu prilično mračnu sliku aktivistički potpuno ispuhane budućnosti, gdje će i ono što je danas seksualno subverzivno - tinejdžersko lezbijstvo - vjerojatno dobiti vlastiti odjevni stil, modnu i kozmetičku liniju. Jer je sve ono što sada djeluje kao otpor zapravo samo "faza" na putu do komodifikacije.

⁵⁴ Usp. Kellner, Douglas. *Media Culture: Cultural Studies, identity and politics between the modern and the postmodern*. Routledge, London, 1995., str. 40.

Bibliografija

- Althusser, Louis (1977) "Ideology and Ideological State Apparatuses". U '*Lenin and Philosophy' and Other Essays*, New Left Books, London.
- B.a.b.e. (1997) "Istraživanje dnevnih listova", Zagreb.
- Fiske, John (1989) *Understanding Popular Culture*. Unwin Hyman, London.
- Frazer, Elizabeth (1987) "Teenage girls reading *Jackie*", *Media, Culture and Society*, 9., str. 407-25.
- Grdešić, Maša (2002) "*Cosmopolitan* - premalo feminizma za 25 kuna", *Libra libera*, br. 11, str. 9-25.;
- _____: (2004) "*Viva* - ima li života na tržištu ženskih časopisa?", *Zarez*, VI/141.
- _____: (2004) "Budi vedra, budi smjela: teorijski i aktivistički diskurz hrvatskoga *Cosmopolitana*", *Quorum*, br. 6.
- Hudson, Barbara (1984) "Femininity and adolescence". U: McRobbie, Angela & Nava, Mica (ur.) (1984) *Gender and generation*. Macmillan Press, London, str. 31-53.
- Douglas Kellner (1995) *Media Culture: Cultural Studies, identity and politics between the modern and the postmodern*. Routledge, London.
- Kunac, Suzana & Sarnavka, Sanja (2006) *Nevinost bez zaštite - "ženska" percepcija medijskih sadržaja*. B.a.b.e., Zagreb.
- McRobbie, Angela (2000) *Feminism and Youth Culture*. Macmillan Press, London.
- Radat, Iva (2004) "*Spletke i čarolije*: nasilje nad lezbijkama u popularnoj kulturi", *Zarez*, br. 125.
- Janice Radway (1984) *Reading the Romance: Women, Patriarchy and Popular Literature*. NC: University of North Carolina Press, Chapel Hill.
- Sarnavka, Sanja (2006) *Put do vlastitog pogleda - kako čitati, slušati, razumjeti medijske tekstove i medijsku kulturu*. B.a.b.e., Zagreb.

Simić, Mima (2003) "*Teen* i kreacija ženskog identiteta", K. 2, Filozofski fakultet, Zagreb.

Thompson, John B (1990) *Ideology and Modern Culture - critical social theory in the Era of Mass Communication*, US: Stanford University Press.

Winship, Janice (1987) *Inside Women's Magazines*, Pandora, London & New York.

Wittig, Monique (1992) *The Straight Mind and Other Essays*. Beacon Press, Boston.

Wolf, Naomi (1990) *The Beauty Myth*. Vintage Books: A division of Random House, Toronto.

**POLITIKA U PORNO KLJUČU: PORNOGRAFSKO
PREDSTAVLJANJE ŽENA U TABLOIDIMA U SRBIJI I
NJEHOVA POLITIČKA ULOGA**

Apstrakt

Rad razmatra osnovni pojam i feminističku kritiku pornografije, koja je deo političke borbe protiv diskriminacije i eksploatacije žena u širim razmerama. Istražujući sadržaj srpskih tabloida posle 2000. godine, u kojima dominiraju interpretativno novinarstvo, poruke političkog ekstremizma i pornografsko predstavljanje žena, autorka analizira i ulogu pornografije u tabloidnoj štampi u promociji antidemokratskih vrednosti. Pomenute novine koriste soft i hard kor porno fotografije na naslovnim stranicama istovremeno zauzimajući autoritarno-patrijarhalni i antidemokratski stav putem veličanja strategija, vojnih lidera i političkih aktera Miloševićevog režima. Polazeći od pretpostavke da na ideološkom planu mizogini pornografski sadržaji potvrđuju ideološke vrednosti i rodne identitete autoritarnog patrijarhata, ova studija pokazuje kako pomenute dve forme predstavljanja, tabloidno novinarstvo i pornografija, nastaju u zajedničkom mizoginom, patrijarhalnom, mačističkom i politički radikalnom ključu.

Ključne reči:

pornografija, mizoginija, feministička kritika pornografije, tabloidno novinarstvo, Srbija, tranzicija, predstavljanje žena u medijima, politički ekstremizam

Uvod

Ova studija razmatra principe i prirodu povezanosti političkog i mizoginog govora mržnje, kakav danas dominira u srpskim tabloidima, ukazujući na duboku utemeljenost autoritarnog političkog poretka i načina mišljenja na mizoginom shvatanju rodnih uloga u društvu. Tabloidna štampa u Srbiji suprotstavlja različite političke i kulturne opcije, favorizujući „ratničku srpsku muškost” i konzervativni patrijarhat, politički ekstremizam i nedemokratska rešenja. Ona to čini oprobanim tehnikama kombinovanja političkih i pornografskih sadržaja. Na ideološkom planu ovi mizogini pornografski sadržaji potvrđuju ideološke vrednosti i rodne identitete autoritarnog patrijarhata, kroz gotovo savršenu usklađenost i simbiozu pornografije i radikalnih političkih opcija.

Drugim rečima, ovaj tekst pokušava da odgovori na sledeće pitanje: *Odakle dolazi evidentna fascinacija pornografijom u srpskoj tabloidnoj štampi i spajanje pornografskih sadržaja sa vestima i interpretacijama koje pripadaju sferi političkog ekstremizma?*

Kako bi potvrdio izložene teze i odgovorio na postavljeno pitanje, rad započinje teoretskim okvirom kojim pokušava definisati principe proizvodnje i potrošnje nejednakosti kroz pornografiju. Nakon toga sledi pregled razvoja medija i tabloidne štampe nakon pada Miloševića, tj. nakon 2000. godine, te detaljno razmatranje same kulture tabloida u današnjoj Srbiji. Sve ovo nas vodi ka kvalitativnoj analizi sadržaja naslovnica tri važna srpska dnevna tabloida, koji učestalo koriste soft porno

fotografiju kombinovanu sa političkim temama. Studija završava diskusijom o prirodi, principima i ideološkoj utemeljenosti veze političkog ekstremizma i pornografije u tabloidnoj štampi u Srbiji.

Pojam i feministička kritika pornografije: proizvodnja i potrošnja nejednakosti

U savremenom svetu, pornografija je zastupljena pre svega kao „heteroseksualna pornografija koja se prodaje preko masovnih medija“¹, iako postoji i gej i lezbejska pornografija, u manjem obimu. Anet Kun smatra da bi se savremena proliferacija pornografije mogla protumačiti kao deo tendencije promovisanja privatnih formi ubrzanog zadovoljenja - gratifikacije - koja karakteriše kasni kapitalizam². U današnjoj, mas-medijskoj formi, kako navodi Kun, pojam „pornografija“ podrazumeva pornografiju i kao robu, i kao industriju, i kao sistem predstavljanja, dakle, kao vid simboličke i kulturne razmene.

Proizvodnja i upotreba pornografije u današnjem svetu je u neprekidnom porastu. Ovome je naročito doprinela informatička revolucija i pojava i razvoj interneta. Kako duhovito primećuje Izabel Tang, "izgleda da je pornografija prvi put u istoriji našla svoj sopstveni prostor u ne-prostoru, tj. u *sajber-prostoru* (*cyber-*

¹ Jensen, Robert (1998) "Introduction: Pornographic Dodges and Distortions". U: Gail Dines et al. *Pornography: The Production and Consumption of Inequality*. New York - London: Routledge. Str. 7.

² Kuhn, Annette (1985) *The Power of The Image: Essays on Representation and Sexuality*. New York - London: Routledge. Str. 22.

space). Sve do danas pornografija je uvek bila beskućnica³. Pornografiji je, međutim, oduvek bila potrebna zabrana, nadziranje i cenzura kako bi sačuvala svoju atraktivnost.⁴

Sam pojam „pornografija” jeste modernog porekla i potiče iz sredine 19. veka, kada je u viktorijanskoj Engleskoj skovan od grčkih reči „porne” i „graphos” da označi "prikazivanje 'kurvi' najnižeg ranga"⁵. Kao narativ, pornografija je utopijski projekat⁶, izraz neostvarljive težnje ka oslobađanju od stega kulture i civilizacije i dostizanju apsolutnog zadovoljstva. Kao mas-medijski vizuelni i auditivni proizvod, ona je izraz banalnosti i kiča, "histerije vidljivog"⁷. Ideološki, može se tumačiti i kao stub patrijarhata⁸ ili barem kao najeksplicitniji izraz njegovog ustrojstva.

Postoji više teorijskih pristupa fenomenu pornografije kakvi su na primer kritički, kulturološki, psihoanalitički, antropološki ili ontološki. Za našu analizu ključan je svakako *feministički pristup*. Pornografija se danas javlja u tri osnovna medija: u štampi, na filmu (od bioskopskog prikazivanja do različitih filmskih formata pogodnih za kućnu upotrebu - VHS, DVD) i na internetu. Kao sadržaj masovnih medija i popularne kulture pornografija predstavlja najeklatantniji izraz

³ Tang, Isabel (1999) *Pornography: The Secret History of Civilization*. London: Channel 4 Books, Macmillan Publishers. Str. 168.

⁴ Kuhn, Annette. (1985) *The Power of The Image: Essays on Representation and Sexuality*. New York - London: Routledge. Str. 20.

⁵ Tang, Isabel, op. cit., str. 24; Dworkin, Andrea (1997) "Pornography". U: Kemp, Sandra; Squires, Judith. *FEMINISMS*. Oxford - New York: Oxford UP. Str. 325.

⁶ Gocić, Goran. „Pornocratia: Sex/Pleasure in Art/Media". Neobjavljen rukopis, 2006, str. 12.

⁷ Williams, Linda (1990) *HARD CORE: Power, Pleasure and the 'Frenzy of the Visible'*. London: Pandora Press. Str. 34-57.

⁸ Dworkin, Andrea (1997) "Pornography". U: Kemp, Sandra; Squires, Judith. *FEMINISMS*. Oxford - New York: Oxford UP. Str. 325-326.

mizoginije, koja je "izražena u institucionalnim i svakodnevnim praksama, u javnim diskursima i u privatnim, intimnim odnosima. (...) Ona predstavlja emotivno-afektivni odnos prema ženama koji počiva na ambivalenciji - ljubavi i mržnji - istovremeno."⁹. Mnoge feminističke autorke ponudile su stoga radikalnu kritiku pornografije kao direktnog sredstva eksploatacije, podređivanja i ponižavanja žena.

Andrea Dworkin u *Pornografiji* (1981) navodi da su žene nazivane *porneia* u antičkoj Grčkoj bile seksualni robovi, prostitutke najniže cene i ranga, bez, kako bismo to danas rekli, osnovnih ljudskih prava, te ističe da identičan status i vrednost i danas imaju žene koje su upotrebljene i prikazane u porno industriji¹⁰. Činjenicu da se o pornografiji veoma često misli kao o „predstavljanju” ili „prikazivanju seksa” Dworkin tumači kao još jednu potvrdu da je vrednovanje žena kao „niskih kurvi” široko rašireno i da se seksualnost žena percipira kao niska i „kurvinska” po sebi¹¹. Ovakvom analizom Dworkinova vidi pornografiju kao kvintesenciju društvene mizoginije, duboko ukorenjene u zapadnoj kulturi. U knjizi *Pornografija: proizvodnja i potrošnja nejednakosti* (1998), autori Gejl Dajns, Robert Jensen i En Ruso objašnjavaju kako se feministička kritika pornografije „fokusira na ulogu pornografije u sistemu seksualnog potčinjavanja i ugnjetavanja žena”.¹²

⁹ Blagojević, Marina (2005) "Mizoginija: kontekstualna i/ili univerzalna?". U: Blagojević, Marina (ur.) *Mapiranje mizoginije u Srbiji: Diskursi i prakse* (II tom). Beograd: AŽIN. Str. 22.

¹⁰ Dworkin, Andrea (1997) "Pornography". U: Kemp, Sandra; Squires, Judith. *FEMINISMS*. Oxford - New York: Oxford UP. Str. 325.

¹¹ Dworkin, Andrea (1997) "Pornography". U: Kemp, Sandra; Squires, Judith. *FEMINISMS*. Oxford - New York: Oxford UP. Str. 326.

¹² Jensen, Robert (1998) "Introduction: Pornographic Dodges and Distortions". U: Gail Dines et al. *Pornography: The Production and Consumption of Inequality*. New York - London: Routledge. Str. 5.

Mediji i mizoginija

Mizoginija u javnom medijskom prostoru ima više oblika, od veoma prepoznatljivih do vrlo sofisticiranih. Sadržana kako u vizuelnom predstavljanju tako i u diskursu, koji se, prema pravilu, uzajamno dopunjuju, mizoginija se izražava kroz diskriminaciju žena prema lepoti, godinama, kroz negiranje ili umanjivanje profesionalnih postignuća žena, stereotipe o nižoj inteligenciji i sposobnostima žena, kroz prikazivanje osvajanja muškaraca i eliminisanja ženske konkurencije kao jedinog smisla života za žene, te kroz uporno i široko zastupljeno svodenje značaja žena na njihov fizički izgled i davanje ženama uloge seksualnih objekata.

Tabloidne novine, koje svoje visoke tiraže zasnivaju na senzacionalizmu, politički isključivim porukama, „škakljivim” vestima sa estrade i različitim vrstama govora mržnje, koriste pornografiju i mizoginiju kao nezaobilazan deo svojih sadržaja. Slike ženskog tela praćene rodno stereotipnim komentarima tu se kombinuju sa tržišnom ideologijom, predstavljajući ženu i njenu seksualnost kao još jednu dostupnu robu.

Medij štampe koristi žanr „pornografske fotografije”, koji varira od „soft”, odnosno lake ili manje drastične fotografije, kakva je zastupljena u tabloidima, do tzv. „hard kor” porno fotografije, koja je prisutna u pornografskim časopisima¹³. Definicija pornografske fotografije podrazumevala bi neki od planova nagog ili poluobnaženog ženskog tela (detalj, srednje krupni plan, cela figura), svedenog na seksualnost, koja sebe stavlja na raspolaganje muškom posmatraču¹⁴. Ona se

¹³ Prema Kun, "hard kor" pornografija, koja prikazuje sam seksualni čin, fragmentuje, prvenstveno žensko, telo svodeći ga na „označitelje seksualne razlike i seksualnosti: genitalije, grudi, stražnjica... konstruišući ljudska bića kao seksualna tela". Kuhn, Annette (1985) *The Power of The Image: Essays on Representation and Sexuality*. New York - London: Routledge. Str. 37.

¹⁴ Kuhn, Annette (1985) *The Power of The Image: Essays on Representation and Sexuality*. New York - London: Routledge. Str. 42-43.

zasniva na nizu konvencija i podžanrova, kao što su „žena nesvesna posmatranja”, „žena koja poziva” i, u slučaju „hard kora”, različiti prizori seksualnog čina¹⁵, koji uključuju i mušku figuru i intimne delove muškog tela.¹⁶

Tabloidi i tranzicija medija u Srbiji

Nakon 5. oktobra 2000. godine i pada Miloševićevog režima u Srbiji nije automatski došlo do tranzicije u oblasti medija u finansijskom, vlasničkom i ideološkom smislu. U domaćim medijima u prvim godinama nakon pada režima profesionalizacija, smanjenje „govora mržnje”, sloboda štampe i drugih medija i uspostavljanje državnih medija kao „javnog servisa” građana usledili su samo parcijalno i sa velikim teškoćama.¹⁷

Istovremeno, dnevnu štampu u Srbiji zahvatio je snažan proces tabloidizacije.¹⁸ Nedefinisano vlasništvo dnevnih i nedeljnih tabloida upućuje na izvesne strukture

¹⁵ Kuhn, Annette. Op. cit. Str. 45-47 .

¹⁶ Muška figura i polni organ dati su u kontekstu dominacije. Ovde sve vreme govorimo o heteroseksualnoj pornografiji, kao najuticajnijoj; gej i lezbejska pornografija ima još neke posebne odlike (njihova analiza prevazišla bi okvire ovog teksta).

¹⁷ Spora i ne baš uspela tranzicija i demokratizacija masovnih medija nisu izuzetak već pravilo u postkomunističkim zemljama. Colin Sparks u tekstu "Postkomunistički mediji u tranziciji" ističe da je "čak i u najboljim slučajevima, kao što su Slovenija i Republika Češka, nova politička elita uložila odlučne napore da obezbedi da što više medija u zemlji bude kanal komunikacije preko koga će se ona obratiti populaciji. Oni delovi medijskog sistema koje ove elite ne kontrolišu nalaze se u rukama tržišta". Colin, Sparks (1997) "Post-Communist Media in Transition". U: Corner, John et al. *International Media Research: A Critical Survey*. New York - London: Routledge. Str. 115.

¹⁸ Dr Milivojević, Snježana (istraživački tim Šolović, Ana i Staletović, Veliborka) *Tabloidizacija dnevne štampe u Srbiji: rezultati istraživanja*. Beograd: IREX. Juni 2004. Str. 1.

bivšeg režima koje, sudeći po političkom kursu ovih tabloida, odlučujuće utiču na njihovu uređivačku politiku. Kako ističe novinarka Draga Božinović¹⁹, ovi senzacionalistički mediji, u odsustvu i neadekvatnoj primeni postojećih zakona, šireći neproverene i neistinite vesti, ostvaruju priličan uticaj na javno mnjenje, još drastičnije smanjujući odgovornost za javnu reč u Srbiji.

„Trenutno u Beogradu izlazi 14 dnevnih listova, (...), ali tu su samo dva ozbiljna lista, *Politika* i *Danas*, a ostalo su tabloidi najgore vrste“, kaže dugogodišnji urednik nezavisnog dnevnog lista *Danas* Grujica Spasović u intervjuu hrvatskom časopisu *Novi list* 2001. godine. Ocenjujući situaciju u srpskom medijskom prostoru posle 5. oktobra kao katastrofalno lošu, Spasović smatra da je *mržnja i negativna energija* još uvek roba koja se *jako dobro prodaje*, što pokazuje uspeh srpskih tabloida. Istraživanje koje su 2004. izveli Đoković i saradnici ukazuje na *Blic*, *Politiku* i *Večernje novosti* kao na tri najveća dnevna lista u Srbiji²⁰, koja su privatizovana sa značajnim udelom stranog kapitala. Međutim, dnevni tabloidi kao što su *Kurir*, *Nacional* i *Press* ostvaruju veoma visoke tiraže, kojima prate ove glavne listove.²¹

Dok državne medije u Srbiji nakon 5. oktobra karakteriše izveštavanje koje je po pravilu pristrasno i u funkciji dnevne politike vladajućih stranaka, kao i izostanak dosledno provedene lustracije nad propagandistima prethodnog,

¹⁹ Božinović, Draga (2005) "SRBIJA: Ekonomski pritisci na nezavisnost medija - U TRAŽENJU PRAVE MERE". U: Udovičić, R. (ur.) (2005) *Medijska spoticanja u vremenu tranzicije: Albanija, Bodsna i Hercegovina, Hrvatska, Makedonija, Srbija i Crna Gora*. Sarajevo: Media plan institut. Str. 79-80.

²⁰ Đoković, Dragan. Op. cit. Str. 22.

²¹ Precizni podaci o prodajnim tiražima su poslovna tajna; prema nezvaničnim i nepreciznim podacima (iz usmenih intervjuva sa ljudima iz medija), najčitaniji dnevni list u Srbiji su *Večernje novosti* sa oko 300.000 tiraža. *Blic* ostvaruje oko 180.000 tiraža, *Politika* oko 200.000, *Kurir* preko 180.000, *Press*, čiji tiraž stalno raste, oko 80.000, a *Nacional* oko 50.000. U poređenju s tim, dnevni list *Danas* ostvaruje oko 30.000, a *Glas javnosti* oko 50.000 tiraža.

autokratskog režima, „komercijalizacija nezavisnih medija dovela je do njihovog prilagođavanja vladajućem javnom mnenju, koje je konzervativno i reakcionarno jer je više od deset godina zasipano propagandom režimskih medija“²².

Ova konzervativna dimenzija medija i javnosti jasno se iščitava iz načina predstavljanja žena u srpskoj dnevnoj štampi. Rezultati mini istraživanja vizuelnog predstavljanja žena u dnevnim novinama u Srbiji (u kome sam i sama učestvovala), koje je provedeno u okviru Centra za ženske studije u Beogradu 2001. godine, potvrđuju tezu o rodnoj nejednakosti u prikazivanju žena u domaćim medijima. Žene su u dnevnim novinama predstavljene tek na oko petini od ukupnog broja fotografija: „Njihov broj je znatno manji u ozbiljnim novinama ali upadljivo raste sa porastom zabavnih strana i u večernjim novinama.“²³ Analiza socijalnih uloga žena na fotografijama pokazala je tendenciju stereotipiziranja ženskih uloga i diskriminacije žena: „Socijalne uloge osoba prikazanih na fotografijama svedoče o doslednoj medijskoj selektivnosti pri izboru. Najčešće uloge žena na fotografijama su zabavljačke - manekenke, modeli, TV ličnosti i pevačice. Drugu veliku grupu uloga čine one vezane za privatni domen - majke, domaćice, supruge.“²⁴ Istraživačice su u spisak „socijalnih uloga“ morale da unesu i kategorije „bez uloge“ i „telo-predmet“, za žene prikazane van ikakvog društvenog konteksta, anonimno i isključivo u „dekorativnoj“ funkciji, koja nije imala ekvivalenta među fotografijama sa muškarcima.

Ova veoma prisutna rodna nejednakost, seksizam i mizoginija u srpskoj štampi na naslovnim stranicama i u sadržaju dnevnih tabloida dostiže stepen učestalog pornografskog predstavljanja žena.

22 Spaić, Tamara (2005) "Jezik mržnje u srpskoj štampi - HRANJENJE INCIDENTIMA". U: Udovičić, R. (ur.) *Medijska spoticanja u vremenu tranzicije: Albanija, Bosna i Hercegovina, Hrvatska, Makedonija, Srbija i Crna Gora*. Sarajevo: Media plan institut. Str. 226.

23 Jovović, Ksenija (2004) "Šta govore fotografije". U: *GENERO*. Beograd: CŽS. Str. 40.

24 Jovović, Ksenija. Op. cit. Str. 45.

Kultura tabloida i "porno nacionalizam"

Pojava senzacionalističke štampe vezana je za sam početak razvoja štampe kao masovnog medija. Već prve američke dnevne novine koje je izdao Bendžamin Haris, prethodno londonski izdavač, *Strana i domaća javna dešavanja (Public Occurrences Both Foreign and Domestick)*, štampana u Bostonu 25. septembra 1690. (!), sadrže dva osnovna elementa senzacionalističkih novina, tj. tabloida: „blaćenje" političkih protivnika, često oficijelne vlasti, i „golicavi" seksualni skandali u koje su uključene javne ličnosti.²⁵

Naslovna stranica novina kao glavno izražajno i komunikaciono sredstvo koristi velike naslove (*headlines*), koji predstavljaju "jedinственu vrstu teksta"²⁶. U novinama, a naročito u tabloidima, upotreba jezika, dizajn naslova i odnos slike i teksta namenjeni su tome da uzbude, šokiraju i osvoje pažnju čitaoca. Osim toga, grafički su atraktivni i često svoje puno značenje dobijaju u kombinaciji sa fotografijama.

Može se reći da tabloidi kombinuju ova dva principa: atraktivnost fotografija i grafički atraktivnu prezentaciju teksta, senzacionalistički rečnik i koncentrisani diskurs i, sa druge strane, političke poruke sažete u velikim naslovima (*headlines*). I srpski tabloidi koriste ove tehnike privlačenja pažnje kupca, koje naročito upotrebljavaju u političke svrhe sa odlučnom namerom da utiču na javno mnjenje. Ovo pokazuju i rezultati istraživanja na temu „Tabloidizacija dnevne štampe u Srbiji" koje je provela dr Snježana Milivojević sa saradnicama tokom 2004. godine.

²⁵ Ove novine, koje je izdao Bendžamin Haris, prethodno londonski izdavač, vlasti su odmah zabranile, jer su sadržavale negativne komentare o Indijancima, koji su bili bliski engleskoj Kruni, i, zatim, o francuskom kralju, koji je, kako je bilo objavljeno, zaveo svoju rođenu snahu. (U: Stan Le Roy Wilson, 1993, *MASS MEDIA/MASS CULTURE: An Introduction*. New York: Mc Graw-Hill Inc. Updated Edition. Str. 151).

²⁶ Reah, Danuta (1998) *The Language of Newspapers*. London - New York: Routledge. Str. 13.

„U *Kuriru* i *Centru* svi naslovi i fotografije su nedvosmisleno jasni, direktni i čak i u uzavreloj situaciji veoma afektivni, mobilisujući i često otvoreno diskriminativni. ...ukupna poruka naslovnih strana *Kurira* i *Centra* je uznemiravajuća, isključiva, zastrašujuća i preteća. U uslovima uzavrelog događaja sklonost tabloida ka afektivnom, pojednostavljenom i senzacionalističkom tretiranju događaja ne doprinosi racionalnom uvidu u krizu, sagledavanju njenih dimenzija i mogućih rešenja. Naprotiv, ona je uvek osnova za zagovaranje brzih, direktnih i isključivih poteza”²⁷

Važno je naglasiti da su tokom 90-ih godina u Miloševićevoj Srbiji politički sadržaji u medijima bili u potpunosti podređeni režimskoj propagandi, sa izuzetkom nekoliko nezavisnih medija koji su trpeli opresiju. Interpretacije političkih zbivanja u srpskim tabloidima pripadaju području političkog ekstremizma i nedemokratskih rešenja.

„Politički ekstremizam odlikuje fanatična uverenost da je njegova vlastita politika jedino ispravna, a da su ostale lažne, te da bi zastupnike drugih političkih opcija trebalo svim sredstvima privoleti prihvatanju jedne jedine ideološke istine ili ih, u ime uzvišenog cilja (Nacija, Klasa, Partija itd.), istrebiti sa lica zemlje.”²⁸

Na to ukazuje i uporedna analiza izveštavanja u *Politici* i *Danasu* i, naspram toga, u tabloidima o procesu formiranja vlade Srbije decembra 2003. i nasilju na Kosovu marta 2004. godine²⁹. Dok prvopomenute novine donose racionalan i

²⁷ Dr Milivojević, Snježana (istraživački tim Šolović, Ana i Staletović, Veliborka) *Tabloidizacija dnevne štampe u Srbiji: rezultati istraživanja*. Beograd: IREX. Juni 2004. Str. 7.

²⁸ Trebješanin, Žarko. "Psihologija političkog ekstremizma". Izlaganje na skupu „Politički ekstremizam u Srbiji” juna 2006. Zrenjanin. U štampi. Str. 1.

²⁹ Đoković, Dragan (2004) "Vlasništva medija i njihov uticaj na nezavisnost i pluralizam medija u Srbiji". U: Đoković, D. (ur.) *Istraživanje: Vlasništva medija i njihov uticaj na nezavisnost i pluralizam medija u Srbiji i regionu*. Beograd: Medija centar.

izbalansiran stav, a *Danas* pominje i mirna rešenja konflikta na Kosovu, tabloidne novine zauzimaju senzacionalistički pristup i isključive stavove.³⁰

Pored toga, popularna kultura bila je u najvećoj meri instrumentalizovana kako bi podržala sistem vrednosti nove ratno-profitske elite i politiku vladajućeg režima, koji se bazirao na ratu, pljački, nacionalizmu i izolacionizmu. Turbo-folk muzika, emisije o kriminalcima i ljudima sa margine, lažni proroci, vidovnjaci i iscelitelji, TV-kvizovi na Pinku, modni glamur, američke TV-serije i filmovi puni nasilja kao manifestacije moći, latinoameričke kič-sapunice i sl. dopunjavali su političke poruke o paravojnim kriminalcima herojima, nacionalizam i ksenofobiju i rušenje moralnih vrednosti u nekoj vrsti kulture „porno nacionalizma”.³¹

Ova kultura nastavila je, nakon 5. oktobra 2000-te, da živi u sadržaju domaćih tabloida i programa TV Pink³². TV Pink, koja u sebe uključuje i produkciju ploča, radio i satelitski program i druge poslovne aktivnosti, „širi se po Balkanu, emitujući veoma komercijalan program koji je u javnosti poznat kao ‚turbo-folk’ kultura”³³. Istovetni kulturni obrazac zastupaju i domaći nedeljni tabloidi kao što su *Svet*, *Skandal*, *Glamur* i sl., a domaća uredništva licencnih magazina sa elementima tabloida kao što je *Story* promovišu iste domaće javne ličnosti i sistem vrednosti koje ispunjavaju stranice domaćih nedeljnih tabloida i tok-šou i muzičke programe Televizije Pink, koju oponašaju skoro sve lokalne TV-stanice. Ovaj sistem vrednosti, zvani „Pink kultura”, zasnovan je na trivijalnom shvatanju međuljudskih i naročito

³⁰ Isto.

³¹ Monroe, Alexei. "Balkan Hardcore: Pop culture and paramilitarism". U: *Central Europe Review*. Vol. 2, No. 24, 19. juni 2000. Dostupno na: www.ce-review.org/00/24/monroe24.html, nepaginirano.

³² Kronja, Ivana (2002) "Naknadna razmatranja o turbo-folku". U: KULTURA. Br. 102. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka. Str. 8-9.

³³ Đoković, Dragan (2004) "Vlasništva medija i njihov uticaj na nezavisnost i pluralizam medija u Srbiji". U: Đoković, D. (ur.) *Istraživanje: Vlasništva medija i njihov uticaj na nezavisnost i pluralizam medija u Srbiji i regionu*. Beograd: Medija centar. Str. 32.

muško-ženskih odnosa, niskim kulturnim aspiracijama i kič-kulturi, provincijalizmu, mizoginiji, fascinaciji modom, estradom i kultom tela i, posredno, mnogo više na neprogresivnom i ekstremističkom nego na demokratskom političkom opredeljenju³⁴. U skladu s navedenim, ne iznenađuje što u sadržaju srpskih nedeljnih tabloida posvećenih estradi i zabavi dominira mizoginija kao ključni „jezik mržnje“. Čitav diskurs ovih novina zasniva se na seksističkim stereotipima, vulgarnim seksualnim aluzijama, koje su najvećim delom mizogine, i tračevima pa i direktnom vređanju javnih ličnosti i parova sa estrade³⁵. Vizuelno predstavljanje estradnih zvezda je ili seksističko - žena kao telo objekat i promoterka proizvoda modne industrije, izgled kao najveća vrednost i preokupacija - ili, pak, pornografska. Štaviše, dobar deo njihovog foto i pisanog sadržaja sastoji se od pornografskih foto-izveštaja paparaca, koji prikazuju donji veš i međunožje pevačica i voditeljki ili druge

³⁴ Ovakvo opredeljenje vidljivo je u čitavom diskursu i simplifikovanom predstavljanju složenih političkih pitanja, sa čestim i tako reći sistematski netolerantnim, nacional-šovinističkim, mizoginim, homofobičnim i sličnim ispadima u zabavno-političkim (!) emisijama kao što su „Zamka“, „Klopka“, „Piramida“ itd., ne samo na TV-Pink, kao i u komentarima voditeljki, diskursu gostiju, tekstovima pesama i celokupnom vizuelnom predstavljanju u okviru scenografije, kostima, igrčkih numera i nastupa pevačica i pevača u estradnim emisijama tipa „Grand šou“, „Zvezde Granda“ i „Svet plus“. Slične poruke mogle bi se uočiti i putem analize informativnih emisija mnogih medijskih kuća u zemlji .

³⁵ Evo samo nekih primera: uz fotografiju pevačice Mine Kostić tokom oblačenja iza bine - podignuta je suknja i vide se podvezice i donji veš - stoji komentar šminkerke u oblačiću: „A kol'ko vidim, drvnoprerađivačka industrija ti je u punom pogonu - posekla si svu šumu na venerinom bregu!“ - *Scandal*, br. 101, 27. april 2006, str. 35; fotografija pevačice Ane Kokić u bikiniju na plaži uz komentar „100% meso“ - *Scandal*, br. 109, 22. juni 2006, naslovna stranica; tekst „Modni žiri“ donosi komentare fotografija poznatih - uz sliku pevačice Maje Nikolić stoji komentar izvesnog Stefana Naumovskog: „Zašto ste je slikali iz donjeg ugla, reklo bi se da umesto potkolenica ima balvane?! Dopada mi se njena haljina, ali ne i kako joj stoji.“ - *Svet*, br. 463, 4. maj 2006, str. 41, itd.

skarednosti³⁶ i „šaljivih“ foto-stripova sa estradnim ličnostima punih vulgarnih komentara³⁷. Na poslednjim stranicama nekih od ovih novina nalaze se modni priloz i izveštaji iz svetskog šou-biznisa.

Analiza sadržaja tabloida u Srbiji: pornografija, politika i govor mržnje

Radi analize sadržaja aktuelnih dnevnih tabloida u Srbiji odlučili smo se na mini-istraživanje zasnovano na uzorku srpskih dnevnih tabloida: *Kurir*, *Nacional i Press*³⁸ tokom jedne sedmice izlaženja, u periodu od 29. aprila do 5. maja 2006. godine. Istraživanje ispituje sadržaj novina sa fokusom na naslovne stranice, koje, kao što smo već ranije objasnili, nude osnovnu i najvažniju komunikaciju sa

³⁶ *Svet*, br. 216, još 11. septembra 2000. na naslovnoj stranici donosi tri fotografije pop-pevačice Ksenije Pajčin za vreme nastupa u izrazito kratkoj suknji i crnom donjem vešu, snimljene iz donjeg rakursa. *Svet* br. 472 iz 2006. donosi fotografiju folk-pevačice Jelene Karleuše sa obnaženom pozadinom i velikim naslovom „Gola guza“, dok *Svet* br. 474 donosi fotografiju devojke sa nagim grudima pod providnim velom uz naslov: „Topless - Tina Ivanović“ (folk-pevačica). *Scandal* br. 102 od 4. maja 2006. u samo jednom broju donosi tri paparaco-reportaže sa prizorima ljubljenja, seksualne predigre i erotskog plesa poznatih ličnosti uz vulgarne komentare.

³⁷ Videti npr. *Svet* br. 462 od 27. aprila 2006, koji na naslovnoj stranici i u posebnom tekstu donosi tekst o gostovanju folk-pevačice Jelene Karleuše u SAD-u, koja je na fotografiji okružena četvoricom afroameričkih telohranitelja, sa lascivnim naslovom „Bela mačka&Crni mačori“ i odgovarajućim propratnim tekstom. *Svet* br. 463. od 4. maja 2006. donosi fotografije susreta pop-pevača Vlade Georgieva i „*Porševce*“ PR menadžerke u vidu foto-stripa pod naslovom „Barba baca mrežu!“ i sa izrazito mizoginim osvrtom na ličnost ove poslovne žene, koja je navodno „odbila“ Vladino udvaranje.

³⁸ Reprezentativnih po visokim tiražima i opštoj popularnosti i uticaju na javno mnjenje.

čitaocem i odražavaju sadržaj novina. Naša namera bila je da u ovoj studiji bliže ispitamo koliko je pornografsko predstavljanje žena zastupljeno u ovim novinama i na koji način i kakvo je opšte predstavljanje žena u njima. Zanimao nas je i odnos političkih vesti i ženskog predstavljanja na naslovnim stranicama i u sadržaju ovih tabloida, u skladu sa našom tezom o ideološkoj vezi između mizoginije, pornografije i političkog ekstremizma u srpskoj tabloidnoj štampi.

Sadržaj dnevnih tabloida u ispitivanom periodu potvrđuje prethodno iznete nalaze drugih autorki o njihovom prevashodnom interesovanju za političke teme, koje se tretiraju afektivno i sa velikom dozom isključivosti. Od političkih vesti centralna ili barem prateća vest svakoga dana bila je vezana za poteru za haškim optuženikom br. 1 Ratkom Mladićem³⁹. Od 5 brojeva Kurira koji su izašli u periodu od 29. aprila do 5. maja, 4 broja donose sliku Ratka Mladića na naslovnoj stranici. U svim brojevima on je centralna tema, a u onom jednom gde nema njegove slike date su fotografije vojnika ubijenih u kasarni, jer su (kako se sugeriše) bili svedoci njegovog skrivanja⁴⁰. *Press* takođe u svim izdanjima u navedenom periodu donosi slike i tekst o Mladiću kao centralnu vest, u jednom broju veoma dramatično, preko čitave naslovne stranice uz veliku fotografiju i naslov: „Dramatično - EU prekinula pregovore sa SCG: Mladić tresu Srbiju“⁴¹. *Nacional*, pak, samo u jednom od 4 broja donosi uopštenu vest vezanu za Mladića na naslovnoj stranici, ali bez njegove fotografije - „Šokantno - Ratko Mladić pisao Karli del Ponte“⁴². Od ukupno 14 naslovnih stranica izdanja 3 dnevna tabloida u periodu od 29. aprila do 5. maja 2006, ukupno 10 sadrži temu Ratka Mladića i

³⁹ Visoki oficir JNA i penzionisani oficir Vojske Jugoslavije. Komandant vojnih snaga bosanskih Srba tokom rata u Bosni i Hercegovini. Danas odbegli haški optuženik koji se, između ostalog, tereti za masovni zločin nad civilima u Srebrenici, Bosna i Hercegovina, 1995.

⁴⁰ *Kurir*, 29. april, 1-2. maj 2006, naslovna stranica.

⁴¹ *Press*, 4. maj 2006, naslovna stranica.

⁴² *Nacional*, 5. maj 2006, naslovna stranica.

njegovu fotografiju kao centralnu vest, dok 2 indirektno govore o njemu. U datom periodu očigledno je došlo do intenziviranja jedne sistematske antihaške kampanje i svakodnevne odbrane i glorifikacije Ratka Mladića (!), budući da su u tom trenutku pregovarači EU postavili ultimatum o njegovom izručenju Srbiji. Mladić ovde poprima osobine simbola ratništva i rodoljublja, nepobedive i pravedne srpske muškosti, i, naravno, kontinuiteta vladavine mилоševićevskih ratno-kriminalno-političkih struktura.

Druge teme koje se pojavljuju na naslovnim stranicama dnevnih tabloida u ispitivanom periodu jesu: politički skandali; verska netrpeljivost ("Mudžahedin okupirao bogosloviju u Sarajevu"⁴³); domaća estrada; homoseksualizam; plastična hirurgija muških pevačkih zvezda; katastrofe i crna hronika - samoubistvo zbog otkaza, stradanje kaskadera, pogibija porodice, brutalna ubistva; romanse poznatih - venčanje jedne domaće voditeljke, ljubav Marijane Mateus, domaće novinarkе, i Lotara Mateusa, poznatog fudbalskog trenera⁴⁴; pornografija - sajam pornografije, porno zvezde; mizoginija usmerena prema ženama iz političkog života i sa estrade; nacionalni, prestižni proizvodi (npr. vinjak); fudbal.

Primeri mizoginije na naslovnim stranicama tabloida u uzorku su veoma brojni. Svaka porno fotografija i, zajedno sa njom ili bez nje, dovodenje žena u pornografski kontekst u tekstualnim komentarima jeste mizogina po sebi. Drugi vidovi predstavljanja žena u ispitivanom uzorku takođe su gotovo isključivo zasnovani na mizoginim porukama. Političarka Danica Drašković na fotografiji je predstavljena u pozi dominacije nad političarem iz SPS-a Bakijem Anđelkovićem, kojem postavlja pitanje „Kako je Bakijeva majka dobila frekvenciju?", čime se ismeva njena politička moć⁴⁵. Eklatantni "ejdžizam" ogleda se u vesti o bivšoj supruzi političkog i vojnog

⁴³ *Kurir*, 29. april, 1-2. maj 2006, naslovna stranica.

⁴⁴ *Press*, 29. april 2006.

⁴⁵ *Press*, 29. april 2006.

funkcionera (izabrana je fotografija na kojoj je ona erotično obučena), uz koju stoji komentar: „Glorija voli ‚piletinu‘! Bivša žena generala Nebojše Pavkovića u vezi sa 15 godina mlađim muškarcem“⁴⁶. Učestala je i mizoginija prema ženama sa estrade, koja ih uvek predstavlja kao seksualne objekte - tako npr. tekst o ubistvu svedoka Arkanovog ubistva donosi izazovnu fotografiju pevačice, preko koje je simbol nišana i dvosmisleni naslov „Ceca na nišanu“⁴⁷.

U uzorku od 14 naslovnih stranica u ispitivanom periodu, predstavljanje žena putem porno fotografija i/ili komentara koji ih smešta u kontekst pornografije javlja se ukupno 9 puta, od čega 2 puta bez komentara i 7 puta sa komentarom koji ide uz fotografiju, a koji je mizoginog karaktera. U jednom slučaju, slika plavokose žene obnaženih prsa koja dominira polovinom stranice data je bez ikakvog komentara ili kontekstualizacije, kao da se po sebi podrazumeva da je „prirodno“ da ona bude tu⁴⁸. Pornografski sadržaj prisutan je na 6 naslovnih stranica, a 3 puta se dve različite pornografske teme nalaze na istoj naslovnoj stranici.

U ovih 5 brojeva, *Kurir* nema pornografske fotografije, ali ima mizogine komentare praćene fotografijom žena na koje se komentar odnosi (videti gornje primere).

Od 5 izdanja Press-a, 2 naslovne stranice sadrže tekst sa eksplicitnim pornografskim sadržajem, praćen fotografijama žena koje nisu sasvim obnažene. Uz fotografiju striptizete Branke Blek Rouz u majici bez rukava sa dekolteom stoji „Baš nju briga - Branka Blek Rouz ugradila silikonske grudi od 1.100 kubika“ i „Pamela br. 2... Srpska striptizeta izjednačila rekord koji drži famozna Pamela Anderson“⁴⁹. Drugi primer jeste vest o hrvatskoj pop-pevačici Severini, čiji je

⁴⁶ *Kurir*, 4. maj 2006, naslovna stranica.

⁴⁷ *Kurir*, 29. april 2006, naslovna stranica.

⁴⁸ *Nacional*, 3. maj 2006, naslovna stranica.

⁴⁹ Isto.

sadržaj njena fotografija u crvenoj haljini sa dekolteom i mizogini komentar koji govori o tome da nemački list Bild traži da se ona izbacila sa Evrovizije zbog porno skandala.⁵⁰ I druge domaće estradne zvezde često su predmet ovakvog predstavljanja - vest ima pornografski sadržaj, iako je pevačica na slici obučena. Takva je i vest o folk-pevačici Marti Savić, koja daje njenu fotografiju portret lica uz komentar: „Bugarska zečica - pozirala u kristalnim gaćama”⁵¹. Ova vrsta predstavljanja čini i to da datim ženama umanjuje ili oduzima profesiju i nastoji da ih degradira u objekte porno industrije.

U datom uzorku, *Nacional* ima fotografije nagih žena na svakoj naslovnoj stranici - u 2 broja to je centralna, velika fotografija koja dominira stranicom, a u druga dva velika fotografija na pola stranice. Neidentifikovane, obnažene žene na fotografijama u *Nacionalu* prikazane su licem, sa „uzbuđenim” pogledom, gornjim delom tela (od struka ili od pola butina nagore) i sa obnaženim grudima. Na jednoj naslovnoj stranici ovog lista, slika jedne žene je data bez ikakvog komentara (vidi prethodni pasus). Pored druge plavokose žene stoji mizogino-pornografska stereotipna kvalifikacija - spoj suprotnosti u shvatanju žene, što je osnov mizoginije - „nevaljali andeo BB”, sa aluzijom na seks simbol, glumačku zvezdu 60-ih Brižit Bardo, čija je ova devojka na slici „porno” kopija⁵². Još jedan veoma raširen pornografski stereotip prisutan je na naslovnoj stranici jednog od brojeva *Nacionala*⁵³, na kojoj dominira fotografija dve neidentifikovane plavokose devojke obnaženog torza u crnim gaćicama - druga stoji iza leđa prve i drži je za grudi, a devojka u prednjem planu ima dužu kosu i „parsing” na pupku. Ovde imamo i motiv homofobije, koja je „ukročena” mizogino-homofobičnim komentarom: „Srbi vole

⁵⁰ *Press*, 3. maj 2006, naslovna stranica.

⁵¹ *Nacional*, 29. april-3. maj 2006, naslovna stranica.

⁵² *Nacional*, 29. april-3. maj 2006., naslovna stranica.

⁵³ *Nacional*, 5. maj 2006, naslovna stranica.

lezbejke: Mačo trip - kad bi naišla na pravog mužjaka, svaka lezba bi postala nimfomanka". Ovde je fotografija obnaženih žena iskorišćena radi podsticanja (nacionalistički) intoniranog srpskog mačizma.

Fotografije nagih (7X) i poluobnaženih (14X) žena prisutne su i na poslednjim stranicama ovih dnevnih tabloida, u 6 od 14 izdanja - u 4 broja *Nacionala* i 2 broja *Kurira*. Poslednje stranice sa naslovnicom čine i jedine kolor-stranice. Na 2 poslednje stranice na kojima se nalaze obnažene žene prisutne su i 2 male fotografije obnaženih muškaraca (jedna frontalno i jedna otpozadi, sa slikom gole muške stražnjice). Ova predstavljanja obiluju i veoma mizoginim komentarima⁵⁴. Interesantno je da je ostalih 8 poslednjih stranica u uzorku (među njima i polovina 1 stranice koja sadrži i sliku poluobnažene žene) posvećeno sportu. Ovo pokazuje da se sadržaj poslednjih stranica shvata opuštenije, kao područje zabave, kojom se očito smatraju pornografija i sport.

Umesto zaključka: Politika u porno ključu

Uvid u način na koji tabloidi kombinuju pornografiju i politiku potvrđuje našu osnovnu tezu o povezanosti političkog i mizoginog govora mržnje, i, još više, o načinu na koji autoritarni politički poredak, čija su glasila u ovom slučaju srpski tabloidi, temeljno počiva na jednom mizoginom shvatanju rodnih uloga u društvu.

⁵⁴ Neki od njih su: „Narkomanka“, borba „zečice“ za novac pokojnog muža, „Okršaj divljih zveri“ - jedna glumica je drugoj preotela momka, „Bogata jahačica“, „Džordan simulira oralni seks“, „Golišavi hokej“ uz sliku nage TV-glumice, „Superdeka“, vremešni bogataš lista prekrižena imena manekenki koje je "posedovao".

Iz prethodnih analiza možemo zaključiti da dnevni tabloidi u Srbiji formiraju proste narative i koriste jednostavne propagandne tehnike. Osim senzacionalističkog diskursa i manihejskih, crno-belih podela, oni se u značajnoj meri izražavaju i putem fotografije. Mnogobrojne fotografije političara izabrane su uvek tako da sadrže neku specifičnu grimasu, koja će podržati smisao pratećeg teksta. Uz naslov „Izvisio!“ stoji slika Miroljuba Labusa sa „tužnim“ izrazom lica (ova grimasa očigledno je nastala slučajno, tokom viščasovnih zasedanja u Skupštini, a uhvaćena je pažljivim okom foto-reportera). Evo i suprotnog primera: uz naslov „General koristi mrežu: uhvaćen Mladićev SMS“⁵⁵, stoji fotografija nasmejanog Ratka Mladića u punoj vojnoj uniformi kako diže ruku u znak vojničkog pozdrava; ovaj gest, međutim, u lokalnoj i nekim drugim kulturama, ima i vulgarno značenje „šipak“, tj. niste ništa dobili od mene, možete samo da me „uhvatite za moj „muški ponos“.“⁵⁶

Porno fotografije na naslovnim i poslednjim stranicama tabloida takođe se nalaze u funkciji propagandne poruke. Od ukupno 14 naslovnih stranica u uzorku, predstavljanje žena putem fotografije i teksta ili samo fotografije (u jednom slučaju) prisutna je na 11 naslovnih stranica. Od toga su 9 puta na 6 naslovnih stranica žene predstavljene porno fotografijama i/ili komentarima koji ih smeštaju u pornografski kontekst. Ova vrsta predstavljanja žena se uvek javlja zajedno sa nacionalistički i nedemokratski intoniranim političkim vestima, često sa napadima na aktuelnu, proreformsku vladu. Uz fotografiju preko cele stranice dve nage plavokose devojkice i natpis „Srbi vole lezbejke“, stoji ogroman naslov „Košunica odlučio: VLADA PADA U JULU“ i mala fotografija premijera⁵⁷; uz fotografiju na polovini stranice dve jako našminkane devojkice obnaženih grudi, koje su identifikovane kao porno zvezde,⁵⁸ stoji

⁵⁵ *Press*, 29. april 2006.

⁵⁶ Videti tumačenje ovog gesta u: Desmond Moris (2005) *Otkrivanje čoveka: vodič kroz govor tela*. Niš: Zograf. Str. 105.

⁵⁸ *Nacional*, 5. maj 2006.

⁵⁹ *Nacional*, 4. maj 2006.

ogroman naslov „OSVETA IZDAJNIKU“ sa podnaslovom „Koštunica: Rade, otvori Labusov dosije, neka pršte afere“ i malom fotografijom Koštunice i Miroljuba Labusa⁵⁹. Naslov je usmeren protiv dotadašnjeg predsednika vlade, prodemokratskog političara Labusa, koji je tih dana podneo ostavku zbog neuspele potere za Mladićem; ispod fotografije Ratka Mladića, preko cele stranice i naslova: „Dramatično - EU prekinula pregovore sa SCG: MLADIĆ TRESE SRBIJU“, stoji mala fotografija striptizete Branke Blek Rouz u bluzi sa dubokim dekolteom i naslovom: „Baš nju briga: Branka Blek Rouz ugradila silikonske grudi od 1.100 kubika“⁶⁰ itd.

Ovde se vraćamo na naše inicijalno pitanje, od kojeg smo i ušli u ovo istraživanje: Odakle sva ova fascinacija pornografijom i potreba i namera da se pornografski sadržaji plasiraju zajedno sa vestima i interpretacijama koje pripadaju sferi političkog ekstremizma, kakav zastupa ispitivana, i to veoma popularna, dnevna tabloidna štampa u Srbiji?

U eseju *Bordel ratnika* u istoimenoj knjizi etnolog Ivan Čolović razmatra vezu između seksa i rata, taj dobro poznati stereotip: „Rat je seks!“ Ta ekstravagantna ideja postala je neobično popularna u toku rata u Hrvatskoj, pretvorila se u opšte mesto prikazivanja i tumačenja tog rata. (...) *Za vojsku je karanje i ubijanje*⁶¹. Čolović ističe da ova ideja izvanredno odgovara i ratnoj propagandi, koja učešće u ratu „rado prikazuje kao mužjačko potvrđivanje“⁶², koristeći erotske argumente kao dodatni apel za uključivanje u bitku: „Erotsko-ratni folklorizam nadahnut ratom u Hrvatskoj dao nam je priliku da ...gledamo grubu, ali zato jasnu sliku nacionalno-patriotske ideje danas. Jasno se izdvajaju njeni ...elementi: nacionalizam, populizam, patrijarhalnost, kriminal i rat“⁶³ zaključuje Čolović 1994. godine. Veza između pornografije i ideje o ratničkoj muškosti očigledno je nastavila da živi u kulturi tabloida u Srbiji i, uostalom, u čitavom regionu i

⁵⁹ *Nacional*, 4. maj 2006.

⁶⁰ *Press*, 4. maj 2006.

⁶¹ Čolović, Ivan (1994) *Bordel ratnika*. Beograd: XX vek. Str. 71-72.

⁶² Čolović, Ivan. Op. cit. Str. 72.

⁶³ Isto, str. 80-81.

danas. Uloga pornografije ovde je dvojaka: ona podržava ideologiju ratništva i mačizma, a, s druge strane, podržava konzervativnu ideologiju koja razlikuje porodične i „poštene“ žene, koje pripadaju patrijarhalnom poretku, i one druge, „nemoralne“ žene, koje se „konzumiraju“ isključivo kao seksualni objekti.

S druge strane, interpretacija političkih događaja i način predstavljanja političkih lidera ukazuju na politički obračun u kome srpski tabloidi nastoje da diskredituju novu, u načelu prodemokratsku, političku elitu i da promovišu militarističko-nacionalističku ideologiju devedesetih. Za postsocijalističke zemlje, pa tako i za Srbiju, karakteristično je da se „sukobi između vladajućih i nevladajućih političkih elita zbivaju gotovo isključivo na ‚terenu‘ osvajanja (zadržavanja) vlasti i preraspodele moći i bogatstva, a ne prevashodno na ‚terenu‘ modernizacije u njenom svestranom smislu i traganja za optimalnim rešenjima sve težih pitanja društvenog razvoja.“⁶⁴

Pornografski pristup ženama, militantno-sadistički i „mafijaški“ tip narativa u dnevnim tabloidima u Srbiji oblikuje i način tumačenja svih drugih društvenih i političkih tema, kojima se, zahvaljujući višegodišnjem plasiranju pomenutih populističkih diskursa, ovaj sistem vrednosti „izliva“ u čitavu javnost. Ova veza zasniva se na zajedničkoj ideološkoj platformi mizoginije i pornografije, tendenciozno-interpretativnog novinarstva i poruka političkog ekstremizma. Radi se o novinama koje ne žele da budu čisti tabloid: njihov politički diskurs želi da mobilise naciju oko ozbiljnih političkih tema. Ali ove novine, koje imaju pretenziju da budu ozbiljne dnevne političke novine, svode složenu političku stvarnost na jednostavne crno-bele podele, čitljive i polupismenoj publici, „izveštavajući“ u slici i reči. Ovo poslednje pokazuje da je njihova svrha isključivo propagandna.

Posmatrajući srpsku političku scenu nakon 5. oktobra 2000. godine, može se uočiti sukob dvaju osnovnih muških političkih elita, koje su sve, nažalost, duboko

⁶⁴ Vidojević, Zoran (1997) *Tranzicija, restauracija i neototalitarizam*. Beograd: Centar za sociološka istraživanja, Institut društvenih nauka. Str. 186.

ukorenjene u autoritarnu tradiciju⁶⁵, kako ističe politički analitičar Jovica Trkulja. To su strukture moći bivšeg režima i strukture moći u nastajanju novog, prodemokratskog poretka, čije učvršćivanje i funkcionisanje nailazi na brojne teškoće. Može se reći da ova situacija odgovara podeli na dva tipa patrijarhata, koju koristi feministička teoretičarka Kerol Pejtnen: konzervativni, ratnički, autoritarni patrijarhat i, sa druge strane, novi, demokratski „patrijarhat braće“, kakav dominira u zapadnim demokratijama⁶⁶. Ali tabloidi ova dva tipa patrijarhata svakodnevno konstruišu u jednom pojednostavljenom i prečišćenom vidu, kreirajući sukob između dva tipa muškosti, koji je imanentan podeli na pravu i lažnu muškost i na prijatelje i izdajnike srpstva: muškarci bliski Miloševićevom režimu, koji su se borili u nacionalnom ratu i pripadaju desničarskoj ideologiji, jesu „prava“ muškost, oni koji su sada uzeli vlast da bi provodili reforme i bili „sluge Zapada“, jesu ona druga, slaba i „izdajnička“ muškost. Mi ne želimo ovde da idealizujemo novu političku elitu u Srbiji, koja je daleko od toga da idealno provodi postulate demokratije i pravednog društva, dok stara oligarhija i dalje ima ogroman ekonomski, politički i, kao što vidimo, medijski uticaj. Ali ono što tabloidi čine jeste da oprobanim tehnikama suprotstavljaju ove različite političke i kulturne opcije, favorizujući „ratničku srpsku muškost“ i konzervativni patrijarhat, politički ekstremizam i nedemokratska rešenja putem potpuno simplifikovanih narativa - poput onih u porno filmu, a pri tome učestalo koriste pornografiju kao snažnu afektivnu podršku predracionalnom mišljenju, sirovim nagonima i diskriminaciji i kontroli žena kao delu nasilne, isključive, ratničke patrijarhalne kulture. Time tabloidi nastoje da postignu svoj cilj destabilizacije građansko-civilnog poretka sa većim rasponom političkog pluralizma, građanskih sloboda i ljudskih prava, politike realnosti i kompromisa i pacifikovanja „ratničke“ muškosti na račun politike pregovora i mirovnih rešenja.

⁶⁵ Trkulja, Jovica (2002) *Kroz bespuće 2*. Beograd: Dosije. Str. 90.

⁶⁶ Pejtnen, Kerol (2001) *Polni ugovor*. Beograd: Feministička 94. Preveo Ranko Mastilović.

Bibliografija:

Blagojević, Marina (2005) "Mizoginija: kontekstualna i/ili univerzalna?". U: Blagojević, Marina (ur.) *Mapiranje mizoginije u Srbiji: Diskursi i prakse* (II tom). Beograd: AŽIN. Str. 20-36.

Blagojević, Marina (ur.) (2005) *Mapiranje Mizoginije u Srbiji: Diskursi i prakse* (II tom). Beograd: AŽIN.

Božinović, Draga (2005) "SRBIJA: Ekonomski pritisci na nezavisnost medija - U TRAŽENJU PRAVE MERE". U: Udovičić, Radenko (ur.) *Medijska spoticanja u vremenu tranzicije: Albanija, Bosna i Hercegovina, Hrvatska, Makedonija, Srbija i Crna Gora*. Sarajevo: Media plan institut. Str. 72-82.

Corner, John et al. (1997) *International Media Research: A Critical Survey*. London - New York: Routledge.

Čolović, Ivan (1994) *Bordel ratnika*. Beograd: XX vek.

Dines, Gail et al. (1998) *Pornography: The Production and Consumption of Inequality*. London - New York: Routledge.

Doković, Dragan (ur.) (2004) Istraživanje: Vlasništva medija i njihov uticaj na nezavisnost i pluralizam medija u Srbiji i regionu. Beograd: Medija centar.

Dworkin, Andrea (1997) "Pornography". U: Kemp, Sandra; Squires, Judith (ur.) (1997) *FEMINISMS*. Oxford - New York: Oxford UP. Str. 325-327.

Đurković, Miša (2002) *Diktatura, nacija, globalizacija*. Beograd: IES.

Gocić, Goran „Pornocratia: Sex/Pleasure in Art/Media". Neobjavljeni rukopis, 2006.

Jensen, Robert (1998) "Introduction: Pornographic Dodges and Distortions". U: Dines, Gail et al. *Pornography: The Production and Consumption of Inequality*. New York - London: Routledge. Str. 1-7.

Jovović, Ksenija (2004) "Šta govore fotografije". U: *GENERO*. Beograd: CŽS. Str. 39-47.

Kanjevac, Dragana "Ko su heroji našeg doba?". B92, internet, debate, 14. juli 2006, dostupno na: www.nspm.org.yu

Kemp, Sandra; Squires, Judith (1997) *FEMINISMS*. Oxford - New York: Oxford UP.

Kronja, Ivana (2002) "Naknadna razmatranja o turbo-folku". U: *KULTURA*. Br. 102. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka. Str. 8-18.

Kuhn, Annette (1985) *The Power of The Image: Essays on Representation and Sexuality*. London - New York: Routledge.

Le Roy Wilson, Stan (1993) *MASS MEDIA/MASS CULTURE: An Introduction*. New York: Mc Graw-Hill Inc. Updated 1993 Edition.

Lucie-Smith, Edward (1973) *Erotizam u umetnosti Zapada*. Beograd.

Mc Loughlin, Linda (2000) *The Language of Magazines*. London: Routledge.

Milivojević, dr Snježana (2004) *TABLOIDIZACIJA DNEVNE ŠTAMPE U SRBIJI: REZULTATI ISTRAŽIVANJA* (istraživački tim: Ana Šolović, Veliborka Staletović). Beograd: IREX. Juni 2004.

Monroe, Alexei (2000) "Balkan Hardcore: Pop culture and paramilitarism". U: *Central Europe Review*. Vol. 2, No. 24, 19. juni 2000. Dostupno na: www.ce-review.org/00/24/monroe24.html

Moris, Dezmond (2005) *Otkrivanje čoveka: vodič kroz govor tela*. Niš: Zograf.

Nead, Lynda (1992) *The Female Nude: Art, Obscenity and Sexuality*. London - New York: Routledge.

Pejtmen, Kerol (2001) *Polni ugovor*. Beograd: Feministička 94. Preveo Ranko Mastilović.

Reah, Danuta (1998) *The Language of Newspapers*. London - New York: Routledge.

Rončević, Mirjana (2001) "Gruica Spasović: Mržnja se dobro prodaje (intervju)", *Novi list*.

Spaić, Tamara (2005) "Jezik mržnje u srpskoj štampi - HRANJENJE INCIDENTIMA". U: Udovičić, Radenko (ur.) *Medijska spoticanja u vremenu tranzicije: Albanija, Bosna i Hercegovina, Hrvatska, Makedonija, Srbija i Crna Gora*. Sarajevo: Media plan institut. Str. 225-237.

Sparks, Colin (1997) "Post-Communist Media in Transition". U: Corner, John et al. *International Media Research: A Critical Survey*. London - New York: Routledge. Str. 96-122.

Stratford, Teresa (1992) "Women and the Press". U: Belsey, A.; Chadwick, R. (ur.) *Ethical Issues in Journalism and the Media*. London - New York: Routledge. Str. 131-136.

Tang, Isabel (1999) *Pornography: The Secret History of Civilization*. London: Channel 4 Books, Macmillan Publishers.

Trebješanin, Žarko. "Psihologija političkog ekstremizma". Izlaganje na skupu "Politički ekstremizam u Srbiji". KC Zrenjanin, juni 2006. (u štampi).

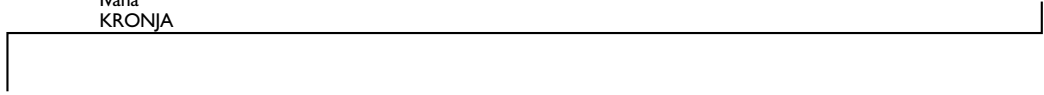
Trkulja, Jovica (2002) *Kroz bespuće 2*. Beograd: Dosije.

Udovičić, Radenko (ur.) (2005) *Medijska spoticanja u vremenu tranzicije: Albanija, Bosna i Hercegovina, Hrvatska, Makedonija, Srbija i Crna Gora*. Sarajevo: Media plan institut.

Vidojević, Zoran (1997) *Tranzicija, restauracija i neototalitarizam*. Beograd: Centar za sociološka istraživanja, Institut društvenih nauka.

Williams, Linda (1990) *HARD CORE: Power, Pleasure and the 'Frenzy of the Visible'*. London: Pandora Press.

Ivana
KRONJA



**KRITIČKA ANALIZA DISKURSA TRGOVINE ŽENAMA U
ŠTAMPANIM MEDIJIMA U REPUBLICI MAKEDONIJI:
RODNA PERSPEKTIVA**

Apstrakt

Diskurs trgovine ženama u štampanim medijima u Makedoniji, pored eksplicitnih, sadrži i implicitne diskriminatorne diskurzivne (semiotičke, ideološke, epistemičke) implikacije i konsenkvence u predstavljanju žena: cilj kritičke analize diskursa jest da identifikira mehanizme i moduse implicitne diskriminatorne prakse diskursa trgovine ženama u štampanim medijima, sa posebnim osvrtom na štampu na makedonskom i albanskom jeziku.

Ključne reči:

trgovina ženama, rodna perspektiva, diskurs, kritička analiza diskursa, diskurzivna analiza medija, stereotipi, predstavljanja

Diskurs trgovine ženama i rodna perspektiva

Trgovina ženama je fenomen koji ima dvostruku prirodu: jedna je konkretna, dešava se stvarnim ljudima, dok je diskurs tog fenomena njegova druga stvarnost. Diskurs trgovine ženama ne predstavlja samo diskurs o tom fenomenu, nego diskurs trgovine ženama parcijalno i konstituiše sam fenomen: vokabulari (pravni, politički i bezbedonosni, medijski), njihove semantičko-pragmatičke strukture, leksičke definicije konstruišu diskurzivnu realnost trgovine¹.

Iako se predstavlja kao neutralan i objektivan u pogledu diskriminacije žena, medijski diskurs u Makedoniji je itekako opterećen negativnom diskriminacijom. Budući da trgovina ženama uključuje problem ilegalne migracije, krijumčarenja ili prostitucije, rodna nesenzibilnost diskursa odnosi se i na te teme. Diskurzivna diskriminacija ogleđa se podjednako kao implicitna i eksplicitna u tekstovima koji analiziraju taj fenomen.

Implicitna medijska diskriminacija sastoji se od nekritičkog prihvatanja predstavljanja trgovine ženama i komplementarnih fenomena, i to posebno rodno nesenzitivnog predstavljanja, a njihov su glavni izvor policijski ili bezbedonosni izvori. Drugi aspekt implicitne medijske diskurzivne diskriminacije predstavlja

¹ Vidi Doezema, Jo "Loose Women Or Lost Women? The Re-Emergence Of The Myth Of White Slavery In Contemporary Discourses Of Trafficking In Women", Gender Issues. Vol. 18. Issue 11098092X. Winter 2000.

promena i nastanak novih stereotipa o ženama u trenutku kada autor diskursa (pisanog teksta, članka u novinama) eksplicitno ruši ili dekonstruiše neke stereotipe. Primer ovog fenomena možemo videti u opisima muškarca emigranta kao muškarca aktivnog, hrabrog, avanturističkog duha, dok su žene emigrantkinje opisane kao nevine, pasivne, neracionalne i koje, upravo zbog toga što su takve, postaju žrtve trgovine.

Za razliku od pristupa zasnovanog na bezbedonosnoj i kriminalističkoj perspektivi, gde je u prvi plan postavljena bezbednost države, rodna perspektiva fenomen trgovine ženama posmatra kao problem rodne seksualne diskriminacije i rodno zasnovanog nasilja. Problem kršenja ljudskih prava kao ishodište tog tipa kriminala u središtu je rodne perspektive: pristup zasnovan na ljudskim pravima je rodno senzitan. Rodna diskriminacija žena fundamentalno je negiranje ljudskih prava.

Perspektiva koja proizlazi iz rodnih studija u pogledu istraživanja roda, medija i trgovine ženama nameće se kao bazični metodološko-teorijski okvir u rasvetljavanju ovih fenomena i njihove povezanosti². Osnovno polazište rodne perspektive jest da kategorije roda treba posmatrati kao relacioni koncept, i to tako što određena matrica moći konstituiše obe kategorije istovremeno. Ideja roda kao nečeg što je konstruisano centralna je u rodnoj perspektivi. Teorija diskurzivne konstruktivnosti roda i pola, čime se objašnjava njihova simetričnost i dijalektičnost, teorijski je princip ovog teksta³. Implikacije ovakvog shvatanja rodne razlike su višedimenzionalne. Pošto više ne možemo raspolagati objektivnim i metafizičkim razlikama jedinstvenog rodnog subjekta, bilo žena bilo muškaraca, onda to znači da su rodni identiteti diskurzivno konstruisani u zavisnosti od konteksta. Drugo, jezik više ne može biti shvaćen kao

² Vidi Badarevski, Bobi (ur.) (2004) *Rodova perspektiva na trgovijata so lugje*. Skopje: Evro Balkan.

³ Vidi Butler, Judith (1990) *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge; vidi Butler, Judith (1993) *Bodies That Matter*. New York - London: Routledge.

predstavljajući transparentan u odnosu prema stvarnosti i u odnosu prema njegovom korisniku. I treće, jezik je medijum i sredstvo za produkciju moći.

Cilj ove studije jest identifikovati mehanizme i moduse implicitne diskriminatorne prakse diskursa trgovine ženama u štampanim medijima u Makedoniji. Zadatak rodne perspektive, kao najširi teorijski okvir, jest kontekstualizovati istraživački materijal (štampani mediji) i identifikovati rodno relevantne teme i probleme. Rodna analiza treba analizirati, slediti i procenjivati implikacije i konsekvence medijske diskurzivne diskriminacije u građenju reprezentativnih slika žena i muškaraca. Kritička analiza diskursa treba identifikovati ideološke i kulturne premise tekstualne prakse predavljanja žena u kontekstu trgovine ženama, koje se javljaju kao naturalizovani stavovi i znanje. Semiotička analiza ispitiće multimedijiski odnos u medijskom diskursu trgovine ženama. Ideja je ispitati relacije različitih semiotičkih predavljačkih sistema kao jedinstveni diskurs.

Diskurzivna analiza medija

Kakve su posledice tako prikazane rodne perspektive na istraživanje medija i medijske produkcije stereotipa o ženama? Reprerentacijska teorija komunikacije i jezika nije prikladna zbog toga što pretpostavlja da postoji objektivna stvarnost koja može biti ispravno, tačno i istinito re-prerentirana.⁴ Ako je tako, onda se problem medijskog predavljanja svodi na otklanjanje faktora koji utiču na ispunjavanje ideala transparentne i istinite komunikacije i prikazivanja. Analize medija često pretpostavljaju da "neautentična" značenja, poruke i

⁴ Kukla, André (2001) *Social Constructivism and the Philosophy of Science*. Routledge, Taylor & Francis e-Library; Fairclough, Norman (1995) *Media discourse*. London - New York: E. Arnold.

informacije koje mediji proizvode jesu posledica spoljašnjih ili unutrašnjih faktora koji istovremeno deformišu čistinu komunikacijskoga kanala.⁵ U tom kontekstu, kritika medija odnosila bi se na društvene uticaje koji mogu biti objektivni, kao što su širi društveni ili kulturni kontekst, ali i na takve kao što su instrumentalizacija određene društvene elite.⁶ S druge strane, sami mediji kao institucije su faktor moći budući da provode određenu politiku komunikacije. Ideja slobode medija nije ništa drugo nego borba za moć u ime ideala slobode izražavanja i mišljenja. Najzad, ideal transparentne i neposredovane komunikacije i dalje ostaje možda poslednja metanaracija modernističkog shvatanja komunikacije i racionalnosti.⁷

Šta ćemo dobiti ako se odrekemo reprezentacijskog modela transparentne komunikacije i prihvatimo neki drugi model značenja i komunikacije? Kakvi bi onda bili odnosi poruke, medija i društva? Već smo videli da rodna perspektiva prihvata diskurs kao konstituens, kao proces konstrukcije identiteta, relacije i moći u rodnim relacijama.⁸ Diskurs se pokazuje kao moguća logika odnosa poruke, medija i društva time što se pokazuje kao trojstvo: transparentna poruka nosi sa sobom interpretaciju zato što je usidrena u kontekst društva koje je posredovano komunikacijama. To znači da društvo nije više nešto spoljašnje komunikaciji odnosno medijima i obratno. Da ovo shvatanje ne bi bilo truizam kao što izgleda, pokušajte zamisliti jezik, komunikaciju, tekst, simbolizam svake vrste, ali ne više kao mesto koje re-prezentira stvarnost i društvene relacije već kao mjesto odakle se proizvode identiteti stvarnosti

⁵ Macnamara, J. R. (2003) *Mass Media Effects A Review of 50 Years of Media Effects Research*. Dostupno na: www.masscom.com.au/book/papers/mass_media.html

⁶ Za sublimirani prikaz te teorije vidi Lye, John. *Critical Media Theory*. Dostupno na: <http://www.brocku.ca/english/jlye/criticaltheories.html>

⁷ Habermas, Jürgen (1998) *Filozofski diskurs moderne*. Zagreb: Globus.

⁸ Sunderland, Jane (2004) *Gendered Discourses*. London: Palgrave; Holmes, Janet; Meyerhoff, Miriam (2003) *The handbook of language and gender*. Malden, MA, Blackwell Pub.

i društvene relacije. To ne znači da su identiteti fikcije⁹, kako bi to pozicija modela transparentne komunikacije interpretirala, već način na koji se stvarnost pojavljuje kao diskurzivna stvarnost. Ukoliko i postoje značenja i stvarnost koja nije dostupna kroz diskurzivni medij, onda bi ona bila, kao što piše Umberto Eko, razumljiva anđelima i ostalim¹⁰. Diskurzivna pozicija analize medija autonomnost medija i društva posmatra samo kao uslovnu autonomnost, pošto ne raspolaže teorijskim kategorijama neposredovane komunikacije. Analitičke kategorija medija i društva diskurzivne analize heurističke su i pokrivaju apstraktni spektar značenja koje denotiraju na njihove odnose moći.

Kritička analiza diskursa: metodologija

Pored ovih opštih teorijskih razmatranja, problem analize medija u kontekstu odnosa medija i roda ostaje pitanje o mogućnosti razrade teorije, pristupa i metodologije analize diskursa koji bi bili saglasni sa principima rodne perspektive. Postojeća praksa diskurzivne analize u kontekstu lingvističkih disciplina daje tu mogućnost¹¹. Preostaje rešiti problem povezivanja istraživačke analize medija i diskurzivne analize i koncepcije predmeta istraživanja.

⁹ Uporedi Hamley, K. "Media Use in Identity Construction". Dostupno na: <http://www.aber.ac.uk/media/Students/klh9802.html>

¹⁰ Eko, Umberto (1989) "Glose i druga ogledala". Treći program Radio Beograda. Br. 80, 81.

¹¹ Lazar, Michelle (ur.) (2005) *Feminist Critical Discourse Analysis: Gender, Power and Ideology In Discourse*. London: Palgrave; Kristeva, Julija (1974) "Ekspanzija semiologije". Treći program Radio Beograda. Br. 4.

Teorijsko ishodište kritičke analize diskursa možemo definisati kao kompleksan komunikacijski događaj, kao lanac diskurzivnih događaja određene oblasti ili teme¹². Tom sintagmom referišemo na multidimenzionalni karakter diskurzivnog događaja, koji uključuje znakovnu (semioznu) produkciju, tj. tekst kao rezultat semioze koji se može empirijski odrediti, tekstualnu produkciju, tekstualnu recepciju i sociokulturni kontekst u kojem je diskurzivni događaj usidren. Centralna kategorija kompleksnog komunikacijskog događaja jest kategorija diskursa¹³. Poteškoće koje se javljaju u definisanju te kategorije proizlaze iz različitih disciplinarnih teorijskih interesa za diskurs. Međutim, ono što je zajedničko tim stajalištima možemo odrediti kao konstruktivnu prirodu diskurzivne prakse kao socijalne aktivnosti u datom sociokulturnom kontekstu.

Diskurs možemo suprotstaviti strukturalističkoj koncepciji jezika kao apstraktne strukture tako što ćemo proces označavanja i recepcije značenja postaviti u određeni sociokulturni kontekst¹⁴. U tom smislu, diskurs možemo definisati kao upotrebu jezika ili semiozni proces kao određenu formu socijalne prakse. Pa ipak, u kategoriji diskursa razlikujemo užu i širu pojam diskursa. Uža sadržaj diskursa referiše na semiozne prakse produkcije značenjskih celina kao što su određeni pojedinačni tekstovi novina, govori političara, simbolične strukture nauke ili sva ona mesta koja predstavljaju mesto produkcije i interpretacije značenja. Širi sadržaj diskursa odnosi se na određenu upotrebu jezika i semioze sa određene društvene pozicije ili određene sociokulturne konstelacije. Kompleksni komunikacijski događaj je takođe konstituisan od određenog poretka diskursa koji uključuje raznorodne diskurse. Relacije između diskursa mogu biti različito postavljene: hijerarhijski, komplementarno, fragmentarno itd., u zavisnosti od pragmatike sociokulturne situacije i komunikacijske intencije.

¹² Van Dijk, Teun A. (1993) "Principles of critical discourse analysis". U: *Discourse & Society*. Vol. 4 (2). London: Sage. Str. 249-283.

¹³ Blommaert, J. (2005) *Discourse*. Cambridge: Cambridge University

¹⁴ De Sosis, Ferdinand (1989) *Opšta lingvistika*. Beograd: Nolit; Fairclough, Norman (1995) *Critical discourse analysis. The critical study of language*. London: Longman.

Kritička analiza diskursa nije određena nekom specifičnom teorijom ili disciplinarnom matricom istraživanja. Pored opšteprihvaćenog shvatanja konstruktivne prirode diskurzivne prakse kao socijalne aktivnosti u datom sociokulturnom kontekstu, kritička dimenzija tog tipa analize je njeno jezgro i smisao. Kritička analiza diskursa, pored ostalih pristupa kritike društvene nejednakosti, fokusira se na diskurs i njegovu ulogu u proizvodnji društvene i socijalne dominacije. Preciznije, kritička analiza diskursa ispituje na koji način strategije, strukture i svojstva semioze, teksta, komunikacije učestvuju u reprodukciji moći i dominacije u socijalnim interakcijama.¹⁵ Upravo takva uloga kritičke analize diskursa, u razotkrivanju mehanizama moći i dominacije, postavlja je kao eksplicitnu političku poziciju koja je na strani onih koji su subordinisani. Dominacija, definisana u terminima kontrole pristupa diskursu, socijalnog konteksta i semiozne prakse, uključuje i kategoriju kontrole socijalne spoznaje shvaćene kao veze između semiozne tekstualne produkcije i manifestacije nejednakosti i subordinacije.

Sada možemo videti kako je moguće postaviti pitanje rodne stereotipizacije, posebno stereotipizacije žena u kontekstu medijske produkcije. Ukoliko stereotipizacija predstavlja sustavni deo ljudskih kognitivnih kapaciteta, i kao takvu je ne možemo izbeći, onda preostaje da procesiranje raspoloživih predstavljanja na relacijama moći shvatimo kao proces koji producira nesimetrična predstavljanja referenata. Taj mehanizam redistribucije re-prezentacije i stereotipizacije kao vrste spoznaje je paradoks: stereotipizaciju ne možemo izbeći a stereotipi imaju negativne društvene implikacije. Taj paradoks manifestuje se i u analizama stereotipa: iako je stereotipizacija nešto prirodno, ipak ne postoje "prirodni" stereotipi zato što su oni označivačka predstavljanja pod određenom interpretacijom moći. Greška standardnih analiza društvenih stereotipa jest što neopravdano identifikuju simplifikaciju stereotipizacije sa negativnim predznakom. Simplifikacija je aktivni aspekt

¹⁵ Van Dijk, Teun A. (1989) "Structures of Discourse and Structures of Power". U: Anderson, J. A. (ur.) *Communication Yearbook* 12. Sage, Newbury Park, CA. Str. 18-59.

stereotipizacije kao procesa predstavljanja, međutim, kao sastavni deo diskurzivne prakse redistribucije moći ona se tumači kao nešto što se može i mora izbeći. Upravo suprotno, simplifikacija se ne može izbeći ali se može razotkriti pod kojim uslovima ona postaje značajna - u smislu određivanja nekog predstavljanja kao stereotipa.

Sama mogućnost promena stereotipa kroz vreme, mesto i društveni kontekst ukazuje na to da postoji korelacija između stereotipizacije kao kognitivnoga kapaciteta i stereotipa kao primera društvene subordinacije.¹⁶ Kao što smo već rekli, ta korelacija je odnos moći i dominacije. Promene u odnosima moći pridonće promeni stereotipa ili, tačnije, pridonće promeni interpretativne perspektive predstavljanja kojom društvo raspolaže. To znači da mi ne možemo imati unapred dati popis stereotipa. Identifikacija stereotipa može biti samo negativna: stereotipi su sva ona predstavljanja koja u datom sociokulturnom kontekstu imaju efekat diskurzivne redistribucije moći. Prema tome, identifikacija stereotipnih predstavljanja kontekstualno je zavisna ali ne samo u odnosu na kontekst interpretacije već i u odnosu na interpretatora. Diskurzivna priroda socijalnih procesa ne ostavlja mogućnost spoljašnje pozicije interpretacije diskursa: sama interpretacija je deo diskursa kao objekta analize.

Trgovina ženama i kritička analiza diskursa

Kao što smo već pomenuli, kritička analiza diskursa nije određena posebnom teorijom, pristupom ili metodologijom. Zbog toga, primena kritičke analize diskursa varira u zavisnosti od izbora objekta analize, teme ili nekog šireg teorijskog polazišta.

¹⁶ Van Dijk, Teun A. (1989) "Social Cognition and Discourse". U: Giles, H.; Robinson, R. P. (ur.) *Handbook of Social Psychology and Language*. Chichester: Wiley. Str. 163-183.

Različiti autori različito koncipiraju metodološke tehnike. Pregled literature daje nam za pravo da izdvojimo nekoliko nivoa analize:¹⁷

1. Objekt analize - verbalni, pisani ili semiotički tekst (uži pojam diskursa)
2. Intertekstualne i interdiskurzivne veze između iskaza, propozicija, žanrova i medija
3. Ekstralingvistički kontekst, institucionalni okviri, kognitivni procesi
4. Širi društveni kontekst u kome su diskurzivne prakse usidrene

Tehnika analize i čitanja je takva da posmatra mikrostrukture užeg pojma diskursa, teksta i tekstualne produkcije kao činitelje i medijume društvenih procesa i redistribucije moći i, saglasno tome, kako makrostrukture ekstralingvističke prirode permanentno doprinose upotrebi mikrostrukture diskursa. Važno je primetiti da aspekti analize ne utiču jedan na drugi prema uobičajenim shvatanjima uzročnosti: aspekti kritičke diskurzivne analize deo su istog totaliteta.

Trgovina ženama - širi diskurzivni kontekst

Savremeni diskurs trgovine žena temelji se na *Konvenciji UN-a protiv transnacionalnog organizovanog kriminala*¹⁸, koju je na Konferenciji u Palermu 2000. godine potpisalo osamdeset država, uključujući i Makedoniju. Prema Protokolu Konvencije (članak 3):

¹⁷ Wodak, Ruth; Meyer, Miriam (ur.) (2001) *Methods of critical discourse analysis*. London: Sage; Fairclough, Norman (1995) *Critical discourse analysis. The critical study of language*. London: Longman; Weiss, Gilbert; Wodak, Ruth (ur.) (2003) *Critical Discourse Analysis: Theory and Interdisciplinarity in Critical Discourse Analysis*. London: Palgrave.

¹⁸ *Convention Against Transnational Organized Crime*, Nov. 2, 2000, *Protocol to Prevent, Suppress and Punish Trafficking in Persons, Especially Women and Children*, 40 I.L.M. 353, 377, United Nations, 2000.

- a) Trgovinom ljudima označava se vrbovanje, transport, transfer, skrivanje ili prihvatanje osoba, korištenjem pretnji ili sile ili drugih oblika prisile, otmice, prevare, obmane, zloupotrebe vlasti ili ranjivosti položaja ili davanja i primanja novca ili olakšica da bi se postigao pristanak osobe koja ima kontrolu nad drugom osobom, sve u svrhu eksploatacije. Eksploatacija uključuje eksploataciju prostitucije ili druge oblike seksualne eksploatacije, prisilni rad ili usluge, ropstvo ili njemu slične postupke, sužanjstvo i odstranjivanje organa.
- b) Pristanak žrtve trgovanja ljudima na eksploataciju opisanu u paragrafu a) ovog članka neće se smatrati relevantnim u slučajevima u kojima je korišteno bilo koje od sredstava opisanih u stavku a) ovoga članka.
- c) Vrbovanje, transport, transfer, skrivanje ili prihvatanje deteta u svrhu iskorištavanja smatra se trgovanjem ljudima, čak i ako ne uključuje korištenje bilo kojeg od sredstava opisanih u stavku a) ovog članka.
- d) Detetom se naziva svaka osoba mlađa od osamnaest godina.

Ranija Konvencija UN-a iz 1949. godine¹⁹ o suzbijanju trgovine ljudima i eksploatacije prostitucije drugih lica proizlazi iz jedne prohibicionističke perspektive koja nastoji kriminalizovati sva delovanja povezana sa prostitucijom ali ne i samu prostituciju. Specijalni izvestilac UN-a za nasilje protiv žena Radhika Coomaraswamy zastupala je gledište²⁰ da ta konvencija ne posmatra žene kao nezavisne ličnosti koje imaju razum i prava, već ih posmatra kao ranjiva bića, koja imaju potrebu da budu zaštićena od zla prostitucije. Konvencija iz 1949. samo bi uvećala marginalizaciju žena u odnosu na njihova prava kao ljudskih bića.

¹⁹ *Convention for the Suppression of the Traffic in Persons and of the Exploitation of the Prostitution of Others*, United Nations, 1950.

²⁰ Prema, *Razvoj na model za obuka na sudii i javni obviniteli vo oblata na borbata protiv trgovijata so lugje*, Medjunaroden centar za razvoj na migraciona politika, International Centre for Migration Policy Development - ICMPD.

Istorijski posmatrano, trgovina ženama u današnjem smislu te sintagme odgovara takozvanoj trgovini belim robljem, što je izraz koji se koristio u političkom i medijskom diskursu krajem devetnaestog i početkom dvadesetog veka. U to vreme, sintagma "trgovina belim robljem" poprima značenje "trgovine belim ženama ili devojkama" silom ili upotrebom droge. Feministički abolicionizam krajem devetnaestog veka usprotivio se pogledu na prostituciju kao na nužno zlo, stvarajući sliku prostitutke kao žrtve muške seksualne neobuzdanosti. Slika žene kao bespomoćne žrtve ostavila je jak retorički utisak, koji je ostao prisutan i do danas, kao što možemo videti u Protokolu iz Palerma u tekstu "Pristanak žrtve trgovanja ljudima na eksploataciju opisanu u paragrafu a) ovog članka neće se smatrati relevantnim".²¹

Drugi aspekt šireg diskurzivnoga konteksta trgovine ženama jest feminizacija migracije. Retorika "belog roblja" javlja se u vremenu velikih migracionih kretanja na prelasku u dvadeseti vek. Danas, situacija je slična. Internacionalna organizacija za migraciju - IOM (International Organization for Migration) u svojim izveštajima sve više naglašava feminizaciju migracije. Međutim, migracione politike zapadnih društava, kao što znamo, zaoštavaju se. Kao što je primetio Aleksandar Štulhofer, "borba protiv trgovine ženama potencijalno je elegantan, odnosno politički korektan način regulacije imigracije. Preširokim definisanjem trgovine ljudima i širenjem moralne panike, kako u odredišnim tako i ishodišnim zemljama (u potonjim u sklopu preventivnih akcija), vlasti aktivno obeshrabruju potencijalne imigrante." Poruka upućena ženama jednostavno glasi: žene treba da ostanu u kući.²²

²¹ *Convention against Transnational Organized Crime, Nov. 2, 2000, Protocol to Prevent, Suppress and Punish Trafficking in Persons, Especially Women and Children*, 40 I.L.M. 353, 377.

²² Štulhofer, Aleksandar *O pojmu i nekim aspektima trgovine ženama i djecom u svrhu seksualne eksploatacije*. Izlaganje održano na okruglom stolu "Trafficking in Human Beings: Analysis of Definitions" (Skopje, 2004). Dostupno na: www.ffzg.hr/socio/astulhof/tekstovi/SexTraffic_Skopje2004.pdf

Treći aspekt širega konteksta trgovine ženama je nacionalizam i potencijalni rasizam. Za razliku od nacionalistički i rasistički obojene desničarske retorike, prisutne u sintagmi trgovina "belim robljem", čini se da je današnja koncepcija trgovine ženama zasnovana na teško osporivom liberalnom diskursu zaštite ljudskih prava.²³ Kao što sama sintagma "belo roblje" upućuje na rasističku poziciju, tako i današnji koncept trgovine ženama konotira sličnu poziciju. Danas su žrtve trgovine ženama žene Dalekog istoka, iz Brazila ili, nakon raspada SSSR-a, žene iz jugoistočne Evrope.²⁴ Siromašne, neobrazovane, niskog morala.

Trgovina ženama u Makedoniji

Trgovina ženama u Makedoniji često se tretira kao problem ilegalne migracije, krijumčarenja ili prostitucije i pored toga što postoji zakonska regulativa koja ovaj fenomen tretira kao krivično delo. Negde početkom devedesetih godina prošlog veka, posle raspada Jugoslavije i Sovjetskog saveza, državne institucije i civilno društvo prepoznali su fragmentarne pojave novog fenomena, međutim, vokabulari i zakonodavstvo nisu mogli identifikovati o čemu se zaista radi. Trgovina ljudima opisivala se kao "trgovina belim robljem" ili kao "pojava modernog ropstva".

Promeni u shvatanju trgovine ljudima doprinela je novonastala konstelacija sa međunarodnim institucijama i međunarodnim organizacijama koje su raspolagale internim, operativnim definicijama trgovine. Prisustvo međunarodnih organizacija kao

²³ Ibid., str. 5.

²⁴ *First Annual Report on Victims of Trafficking in South-Eastern Europe*, The regional clearing Point, Stability Pact Task Force on Trafficking in Human Beings (SPTF), 2003.

što su OSCE (Organization for Security and Co-operation in Europe) i IOM uticalo je na to da su država i nevladine organizacije redefinisale pristup migraciji, krijumčarenju i prostituciji.²⁵ Krajem devedesetih godina prošlog veka, policija je preuzela operacije koje su bile usmerene na otkrivanje organizovanih grupa kao nosilaca te vrste kriminala; cilj tih akcija bila je identifikacija organizacijske mreže trgovine, njena unutrašnja struktura, kanali ilegalne migracije i unutrašnja i međunarodna povezanost kriminalnih grupa.

Međutim, pravni okvir Makedonije nije omogućavao odgovarajući tretman lica žrtava trgovine. Trgovce je bilo moguće prepoznati samo kao posrednike u vršenju prostitucije, a žrtve kao ilegalne migrante. Budući da u makedonskoj legislativi prostitucija nije krivično delo, migrantkinje koje su bile umešane u prostituciju, i pored uredno regulisanog boravka u zemlji, bile su proterivane iz zemlje zbog narušavanja javnog reda i mira. Iako se borba protiv trgovine ženama odvijala postojećim pravnim sredstvima, pokazalo se da su ona neefikasna ili diskriminatorska. Nedostajala je adekvatna distinkcija između trgovine i krijumčarenja ljudskim bićima.

Upravo takva distinkcija bila je omogućena Konvencijom Ujedinjenih nacija protiv transnacionalnog organizovanog kriminala (Palermo, 2000. godina) i protokolima te konvencije - protokolima o trgovini ljudi i krijumčarenju migranata. Republika Makedonija, kao potpisnica Konvencije, preuzela je obaveze implementacije rešenja Konvencije u svoje zakonodavstvo, što je rezultiralo donošenjem posebne odredbe Krivičnog zakonika, nazvane Trgovina ljudima, član 418a (2002. godine)²⁶. Nacionalni program za borbu protiv trgovine ljudima i ilegalne migracije (2002. godine) dokument je koji konceptualizuje pojavu trgovine ljudima

²⁵ Kartusch, Angelika. *Reference Guide For Anti-Trafficking Legislative Review, With Particular Emphasis On South Eastern Europe*. Vienna: Ludwig Boltzmann Institute of Human Rights. septembar 2001.

²⁶ "Služben vesnik na R. Makedonija", br. 04/02.

time što određuje prioritete u raznim domenima kao što su: zakonodavstvo, socijalna politika i razne preventivne mere u borbi protiv trgovine ljudima. Međutim, pristup u opisu i borbi sa fenomenom trgovine ljudima isključivo ostaje kao pitanje borbe protiv organizovanoga kriminala a manje kao pristup zaštiti ljudskih prava. Poteškoće u borbi sa trgovinom ženama nisu samo rezultat globalnog pristupa već i konceptualne i koncepcijske prirode. Jedna od ključnih razlika između krijumčarenja i trgovine jest ta da migracija može biti dobrovoljna odluka osobe da napusti zemlju, dok krijumčarenje, s druge strane, podrazumeva ilegalan ulazak u zemlju, što je zločin protiv države ali ne i zločin protiv individue. Trgovina ljudima je zločin protiv individue jer je u trgovini ljudima, za razliku od krijumčarenja, isključen princip dobrovoljnosti iako element saglasnosti može biti prisutan. Prinuda, eksploatacija i iskorištavanje nemoći suština je trgovine ljudima nezavisno od migracijskog statusa individue - legalnog/-e ili ilegalnog/-e migranta/-kinje - i nezavisno od motiva i aktivnosti migranta/-kinje, pa bilo da se radi i o prostituciji.

Upravo ovi problemi određuju opis trgovine ženama. Ne postoje jedinstveni zvanični podaci o broju i magnitudi trgovanih ljudi, posebno žena i djece u Makedoniji, kao tranzitne i zemlje destinacije.²⁷ Na osnovu zbrinutih žrtava u Tranzitnom (shelter) centru, koji se nalazi u krugu Ministarstva unutrašnjih poslova, a osnovan je na temelju saradnje sa Internacionalnom organizacijom za migraciju (IOM), neke nezvanične procene kažu da se u Makedoniji godišnje trguje sa više od 5.000 žena. Osnov za takvu procenu je i informacija da je, na primer od 2003. do 2004. godine iz Republike Makedonije deportovano oko 12.000 ljudi u njihove matične zemlje.²⁸ Koji je broj deportovanih lica bio žrtva trgovine ljudima a koji su broj činili ilegalni migranti nemoguće je odrediti. Slična je situacija i danas: vlasti

²⁷ *Trafficking In Human Beings In South Eastern Europe*, Aneks i, *Country situations*, OSCE, 2005.

²⁸ Intervju sa Guglielmom Schinina i Marie-Ange Goessens, IOM Skopje, 27. januar 2004, u: *Trafficking in human beings in south eastern europe*, Aneks i, *Country situations*, OSCE, 2005.

izveštavaju samo o broju trgovanih ljudi i ilegalnih migranata koji su identifikovani internom metodologijom nedostupnom široj javnosti.

Uspех borbe protiv trgovine ženama leži u dokazivanju kumulativnih uslova propisanih u zakonu koji tretira ovaj problem. Neispunjavanje tog uslova ne znači samo da je borba protiv trgovine ljudima neefikasna u domenu pokretanja osnovanih predistražnih i istražnih procesa koji će završiti objektivnim pravosnažnim presudama, već i u redefinisaju centralnih problema trgovine ženama. Kampanja borbe protiv trgovine ženama u tom je slučaju usmerena na konstitutivne elemente trgovine koji sami po sebi nisu krivična dela ili su izdvojeni fenomeni. U tom smislu, trgovina ženama u kontekstu seksualne eksploatacije prikazuje se kao problem prostitucije, kao migracioni problem ili kao problem kriminala.

Implikacije tog pristupa katastrofalne su po tretman žrtava trgovine ljudima, preventivne aktivnosti ali i po krivično-pravne aspekte borbe protiv trgovine. Logika trgovine ženama u kontekstu seksualne eksploatacije, konceptualizovana kao problem prostitucije, identifikuje žrtve trgovine kao saučesnike u pojavi fenomena. Migracija žena koje su svesne da se upuštaju u seks industriju na teritoriji Makedonije kamen je spoticanja za eksperte i vlasti u proceni njihovog statusa kao žrtve. Ideji nevine žrtve, koja je srce koncepta trgovine ženama, sada se suprotstavlja žrtva koja ulazi u sistem trgovine ženama iskorištavajući ga za svoje migracione ili ekonomske namere. Time se otvara pitanje kako raspoznati koja je prava žrtva trgovine ženama? Razmišljanje u nezvaničnim razgovorima u vezi s tim pitanjem otprilike glasi ovako: Osim u nedvosmislenim slučajevima, možda su neke žrtve više naivne nego druge, ali daleko od toga da su sve žrtve nevine. Neuverljivost nevinosti žrtava povlači konsekvence u tretmanu svesnih migrantkinja i svesnih radnica u seks industriji.

²⁹ Arnaudovski, Ljupčo; Stojanovski, Trpe (2002) *Trgovija so lugje - Kriminalitet*. Skopje: Skenpoint.

U kontekstu trgovine ženama kao pitanja migracije konceptualna shema ostaje slična. Deluje da žene ne mogu svojevotjno migrirati ili ako i migriraju, onda su umešane samo u domenu seksualne eksploatacije ali ne i u kontekstu ekonomske migracije. Iako statistike u pogledu krijumčarenja ljudi pokazuju da žene ilegalno migriraju zbog raznih motiva, to za makedonske vlasti nije neki veliki problem. Preventivne kampanje uglavnom se koncentrišu na migracijske teme. Ako niko ne izgleda kao što izgleda, što znači da su prijatelj, ljubavnik i rodbina svi potencijalni svodnici u kandžama trgovine, onda je najbolje ostati kod kuće - to je univerzalna poruka svih kampanja.³⁰

Ukoliko sumiramo šiiri i makedonski diskurs trgovine ženama, onda možemo skicirati određeni model trgovane žene: **to je ranjiva žena koja nije sposobna da racionalno odlučuje o svojim postupcima i ponašanju. Njene odluke i saglasnost ne mogu da budu ni od kakve važnosti. Odvajanje žene od kuće i porodice nije preporučljivo zbog seksualne neobuzdanosti muškaraca. Svaki pokušaj žene da se reši siromaštva jest putem prostitucije, a to znači da ona ne raspolaže ni svojim telom. Takva je žena neobrazovana i niskog morala.** Međutim, sama mogućnost razumljivosti ovog diskursa sastoji se u tome što se sam diskurs temelji na diskriminatorskom i seksističkom diskursu. Klasični stereotipi žena nisu ništa dalje.

Upravo ti stereotipi i kreiraju politike borbe i prevencije trgovine ženama, ali i medijski diskurs. "Priručnici za novinare"³¹ samo sublimišu šiire diskurzivne

³⁰ Preventivne kampanje najvećim dijelom organiziraju nevladine organizacije - IOM i "Otvorena porta - La Strada" - u partnerstvu sa Ministarstvom unutarnjih poslova Republike Makedonije. Najeksponiranija kampanja bila je kampanja "Otvorene porte" sa posterima na kojima je pisalo "Ne dozvoluvaj da bideš izmamena ima način da si pomogneš".

³¹ Pod "Priručnicima za novinare" smatram sve one materijale koji su distribuisani na okruglim stolovima, radionicama (workshop) za novinare do kojih sam imao pristup; vidi "Izvestivanje za trgovijata so lugje na Balkanot", trkalezna masa - Makedonski institut za medije i Ireks Promedia; vidi Bjelica, Jelena, *Priručnik za novinare - Trgovina ljudima na Balkanu*, Beograd, 2002, dostupno na: <http://www.b92.net/doc/bjelica/>

konstelacije impliciranih stereotipa. Njihova struktura se ne razlikuje od strukture priručnika sudija i tužilaštva. Tekstualne prakse pisanja vesti, članaka ili priče o trgovini ženama liče jedna na drugu tako i da ne morate da ih sve čitate: bespomoćna žrtva prisiljena na prostituciju od organizovane grupe trgovaca ženama.

Portretisanje u diskursu trgovine ženama u makedonskim štampanim medijima

Diskurzivna tekstualna praksa u štampanim medijima konstruiše identitet trgovane žene u skladu sa opštim shvatanjima koja "koincidiraju" sa ekspertskim profilom trgovane žene: to su žene koje su u potrazi za zaradom zbog očajne ekonomske situacije u kojoj žive. Portretisanje trgovane žene u medijima otprilike izgleda ovako:

- Žrtve su žene i devojke u dobi između 18 i 25 godina.
- One potiču iz malih ruralnih mjesta ili iz regiona velikog siromaštva jugoistočne Evrope.
- Nisu zaposlene.
- Siromašne su.
- Dolaze iz nefunkcionalnih porodica.
- Imaju niske obrazovne standarde.
- Diskriminisane su u porodičnoj ili profesionalnoj sredini.
- Ne govore strane jezike.

Pogledajmo neke odlomke iz tekstualne produkcije koje smatram tipičnim za makedonsko novinarstvo.³²

Reporter, maj 2003, Skoplje

"Mnogo mladih žena iz zemalja u kojima vlada ekonomska kriza, kao što su istočnoevropske, traži posao u inostranstvu, a završava u nekoj od javnih kuća.

Lakoverno se javljaju na oglase za zapošljavanje - za bejbisiterke, konobarice,

³² Priloženi su citati pretežno iz tekstova koji su učestvovali na konkursu "Najdobra storija za sprečavanje so lugje 2003" Makedonskog instituta za medije. Upravo zbog toga ih uzimam kao paradigmatične za medijski diskurs trgovine ženama.

modele ili plesačice - koji su korak za ulaz u razrađeni kanal trgovine ženama. Osobe koje nude posao čak posećuju porodice ovih žena i djevojaka i obećavaju im dobro plaćen i lak posao u inostranstvu te redovnu isplatu određene mesečne pomoći porodici."³³

Lobi, juli 2003, Skoplje

"Sanja Ivanova, 16-godišnjakinja iz Štipa, nakon 16 dana vratila se kući sa policijom. Pronađena je u "Djezo Kompani", kafiću u Želinu (Tetovo). Ovo nije prvi Sanjin nestanak. Prije tri i po meseca njen brat Nenad pronašao je Sanju u kafani u tetovskom selu Selce i na sopstveni rizik vratio je kod njenih roditelja u Štip. (...) Kad je Sanja imala 4 godine, udario ju je auto, od čega su ostale trajne posledice na njen nervni sistem. Prema kazivanju njenih roditelja, ona ima oštećen sluh, gubi pamćenje i nije sposobna sama da rasuđuje i da donosi odluke."³⁴

Portretisanje trgovaca ženama ima sledeće karakteristike:

- To su muškarci između 18 i 25 godina ili između 36 i 40 godina.
- Niskih su obrazovnih standarda.
- Albanskog su porekla.
- Prethodno su osuđivani.
- Vlasnici su noćnih barova.

Lobi, novembar, 2003.

"43-godišnji Leku (Dilaver Bojku) iz Velešta, Struga, vlasnik je kafe bara "Espresso" i još jednog bara u istom selu, koji je registrovan na ime njegovog 20-godišnjeg sina Benija, kao i hotela "Bern" u Strugi. A zajedno sa Mifitom, njegovim bratom, i sa Žanom kontrolisao je još nekoliko barova u Strugi i njenoj okolini. (...) Protiv Dilavera Bojku Leku dosada su podnete 22 krivične prijave za preko 25 krivičnih dela, no veoma malo od njih se realizovalo, mada sve

³³ "Nekoi devojki uspevaat da gi ostvarat svoite soništa, za nekoi sonot se pretvara vo košmar", *Reporter*, maj, 2003.

³⁴ Stojanovska, Sunčica, "Ka ose jo tregti të brendshme gra", *Lobi*, 127, 2003.

devojke koje su pobegle iz seks barova u Velešti ili su bile uhapšene u policijskim racijama optužuju Bojka da ih je prinuđivao na prostituciju."³⁵

Svedok, Skoplje

"Moji su roditelji živeli i izdržavali mene i mog starijeg brata od dve radničke plate. Dok smo bili deca, još se i nekako moglo. Nismo osećali siromaštvo. Ali kako su prolazile godine, jedva smo preživljavali. Živeli smo u krajnoj bedi. Moj brat je radio preko Omladinske zadruge da pritekne u pomoć, birao je najteže poslove, koji su se najbolje plaćali. 'Ubio' se od posla, ali je to junački podnosio. Ja nisam mogao da se ugledam na njega. Želeo sam udobnost i uživanje i nisam mogao podneti takav napor i toliko lišavanje od mnogo "lepih stvari" kao što je to on radio. (...) Živeo sam a i sada živim za provod. Do kada, to se ne zna. Ili dok mi ne dođe ovaj posao preko glave ili dok mi ne dođu "plavi" pred vrata."³⁶

Mikrodiskurzivne strukture: leksika i sintaksa medijskog diskursa trgovine ženama

Upotreba leksike u tekstualnoj praksi o trgovini ženama uglavnom je politički korektna. Trgovane žene nazivaju se "žrtve", čime se zadovoljavaju regulativna pravila globalnog diskursa. Pošto se najčešće radi o trgovini ženama u kontekstu prostitucije, trgovci ženama nazivaju se "makroi". Sintaksa je određena složenošću događaja koji se opisuje ili objašnjava. Ponekad je tekst opterećen dugim zavisnim rečenicama, što ukazuje na napor autora/-ice da definiše ili razotkrije problem.

"Za sudove, devojke su obično 'oštećena strana', za okolinu - 'prostitutke', za porodicu - prvo 'trauma', zatim 'stigma'. Retko ko ih definiše kao žrtve unutrašnje trgovine ljudima zato što policija tvrdi da takva trgovina u Makedoniji ne postoji. Dodatni je razlog tome što same devojke jedva prihvataju i priznaju šta im se desilo."³⁷

³⁵ Dimevski, Saše, "Leku, sinonim za prostitucijata vo Makedonija", *Lobi*, 143, novembar 2003, Skoplje.

³⁶ Kežarovski, Tomislav, " Od delčevsko Aračinovo - vo svetot na sladostratieto", *Svedok*, Skoplje.

³⁷ Stojanovska, Sunčica, "Ka ose jo tregti të brendshme gra", *Lobi*, 127, 2003.

Atributi kao što su "naivne", "preplašene", "mlade", "bele robinje", "izmamljene", "nevine", iako upotrebljeni da parafraziraju žargon i kontekst trgovine ženama, impliciraju određeni vokabular razumevanja. Takav vokabular postaje metajezik u kojem se definišu denotacije i konotacije terminologije trgovine. Samo upotreba određenih tekstualnih postupaka može sprečiti seksističko čitanje seksističke terminologije.

Stilističke strukture medijskog diskursa trgovine ženama

U nameri da se prikaže kontekstualni karakter informacija o trgovini ženama, stilističke odlike medijskog diskursa osciluju između eufemizma i ironije. U zavisnosti od toga šta autor/-ica želi da nam prikaže i da istovremeno denotira na kontekst i tekst, eufemizmi ublažavaju moguću osudu trgovane žene, koja od recipijenta teksta može biti stereotipno shvaćena. "Žrtva" postaje eufemizam za "prostitutku". Iako time nije moguće izbeći ironično čitanje "žrtve", tekst se pokazuje kao samoreferentan u smislu da ne otklanja moguće interpretacije. Ironija se najčešće javlja u kontekstima kada se preuzima ili parafrazira diskurs za koji autori/-ice nisu uvereni/-e u njegovu ispravnu semantičku identifikaciju. U takvim situacijama, semantika navodnika ima ključnu ulogu.

Zabluda koja kruži među novinarima pod uticajem nevladinih organizacija koje se bave problemima trgovine ženama jest da je jedino termin "žrtva" ispravna identifikacija trgovanih žena. Nasuprot tome, novinari čija je specijalnost pravna problematika znaju da makedonski pravni sistem jedino poznaje izraz "oštećen/-a" i da jedino tako identifikovana žrtva trgovine može da dobije materijalnu nadoknadu u građanskoj parnici.³⁸

Kompozicija i struktura teksta medijskog diskursa trgovine ženama

Kompozicija tekstova, pored toga što je određena žanrovskom pripadnošću, u semantičkom smislu, kao po pravilu, određena je i kompozicijom metanaracije prisutne

³⁸ Mihajlova, Tatjana (2004) "Osvrt na problemite vo zastapuvanjeto na zrtvite na trgovijata so lugje vo pretkrivičnata i krivičnata postapka". U: Badarevski, Bobi; Karovska, D. (ur.) *Rodova perspektiva na trgovijata so lugje*. Skopje: Istraživački centar za rodovi studii, Institut EvroBalkan.

u vodičima za novinare o problematici trgovine ženama. Istraživačke priče ponavljaju redosled događaja koji slede žrtve: ekonomska situacija, putovanje, preprodaja žena i repatrijacija. Tekstovi, generalno, samo potvrđuju ono što su opšta mesta trgovine ženama, bez nekog posebnog interesa za karakteristične okolnosti. Tekstualna dinamika određena je i korištenjem ograničenih izvora informacija.

Tekstovi mogu da služe određenoj politici, koja je, na primer, etnički ili nacionalistički obojena. U tim slučajevima, predmet, izvor, kontekst i poruka teksta tako su strukturisani da se preko medijskog diskursa trgovine ženama šalju nacionalističke poruke. Za štampane medije na makedonskom jeziku karakteristično je da upiru prst na etničke Albance, koji su, stiče se utisak, jedini krivci za postojanje trgovine ženama.

S druge strane, umerena ili dvojezična izdanja (*Lobi* - na makedonskom i albanskom jeziku) ističu da u ovoj vrsti kriminala podjednako učestvuju i Makedonci i Albanci. Priče koje otkrivaju da i u istočnoj Makedoniji, gde živi pretežno etničko makedonsko stanovništvo, postoje centri za trgovinu ženama ili da su i etničke Makedonke trgovane, dočekane su kao senzacionalističke³⁹. Međutim, te priče postaju i povod za opravdanja nacionalizma. Pošto se primeri unutrašnje trgovine ženama odnose na etničke Makedonke koje su trgovane u barovima etničkih Albanaca, to samo pogoršava međuetničke relacije.

Kognitivni scenariji medijskog diskursa trgovine ženama

Kao što smo već istakli, socijalna spoznaja je veza između semiozne tekstualne produkcije i manifestacije nejednakosti i subordinacije. S jedne strane, dominantni diskurs trgovine ženama konstruiše predstavljanje žena u trgovini ženama kao žrtava, a istovremeno proizvodi implicitna predstavljanja koja održavaju stereotipne seksističke perspektive. Javnost kao takva, određena sociokulturnim matricama tradicije, definisana je određenim kognitivnim

³⁹ Stojanovska, Sunčica. "Ženski za 50 evra", *Lobi*, 144, novembar 2003.

perspektivama očekivanja. Kognitivni scenariji koje konstruišu mediji imaju dvostruku funkciju: da prikažu događaj i istovremeno da apeluju na horizont razumevanja publike. U zavisnosti od toga šta je cilj autora/-ice teksta, oni se služe afektivnim konotacijama koje su već sadržane u javnom diskursu.

Prikazi i priče o mladim ženama koje su pretukli njihovi makroi pridobiće javnost izazivanjem solidarnosti sa žrtvama nasilja, međutim, prikaz ubijene trgovane žene, za koju postoje indicije da se i nakon repatrijacije opet našla u noćnim barovima, izazvaće samo negativnu reakciju u smislu da je žrtva sama kriva. Iz tog proizlazi da medijska produkcija kognitivnih scenarija ne može da izbegne stereotipizaciju zbog eliptičnosti i razumljivosti medijske poruke.

Negativnu reakciju na emigrantkinje podupiru tekstovi kao što je na primer članak pod naslovom "Makedonija - emigrantski kamp"⁴⁰, u kojem autor objašnjava da se veliki broj emigranata u Makedoniju bavi prostitucijom ili je njen uvoznik, tj. da je veliki broj makroa emigranata, koji sa sobom dovode i prostitutke, koje zatim iskorištavaju.

Semiotičke strukture medijskog diskursa trgovine ženama

Odlika tekstova o trgovini ženama koja ih izdvaja od ostalih tekstova je njihova multimedijalnost. Senzacionalizam pokriven fotografijama na kojima su prikazane žene i muškarci u erotskim i pornografskim sižejima izgleda kao da je rezervisan i dozvoljen samo za temu ove vrste trgovine. Osim navodne ilustrativne i eksplikativne funkcije koje slika treba da ima, fotografije samo potvrđuju

vizuelne stereotipe ženske seksualnosti. Umesto da prikažu viktimizaciju trgovanih žena, koriste se fotografije koje prikazuju nasmejane devojke u erotskim situacijama. U tim slučajevima teško je preneti poruku ili uveriti recipijenta teksta da je sve ono što je napisano o trgovini ženama tačno.

S druge strane, fotografije koje prate te članke, a prikazuju viktimizirane žene ikonografijom koja erotizuje žensko telo, imaju isti negativni stereotipni efekat: prikazi ženskog tela i ženske seksualnosti podređeni su seksističkoj seksualnoj perspektivi. Takva ikonografija implicira i stereotipna predstavljanja muške seksualnosti jer se na tim slikama po pravilu javlja muškarac kao "klijent", korisnik seksualnih usluga trgovanih žena.

Multimedijalnost i intertekstualnost tekstova o trgovini ženama poslednjih je godina poprimila nove dimenzije u internet izdanjima dnevnih i nedeljnih novina. Ako tekstovi nisu ilustrovani u štampanim izdanjima, onda su zasigurno ilustrovani u elektronskim medijima. Internet verzija, medijski moćnija, dodaje nove konotacije istog teksta i nove horizonte recepcije i razumevanja teksta. Ne samo što je moguće dodati više vizuelnosti tekstu već je moguće da srodnim linkovima sa srodnim pričama recipijent za kratko vreme dođe do širega konteksta i formira stav o određenoj problematici.

Kritički diskurs trgovine ženama kao način prevladavanja rodnih stereotipizacija

Namera ovog teksta bila je pokazati da teorija diskurzivne konstrukcije rodnih identiteta ima prednost nad ostalim pristupima rešavanju problema i tema koje se odnose na klasična pitanja rodne problematike, kao što je pitanje predstavljanja i stereotipizacije, i u odnosu na teorije medija. Drugo, teza da je trgovina ženama

delom diskurzivni fenomen komplementarna je teorijskoj i metodološkoj poziciji kritičke diskurzivne analize.

Pokazati retoričke strukture ili retoriku strukture u datoj oblasti znači razotkriti kako nastaju i kako se konstituišu određeni identiteti, logike, režimi i njihovo praktikovanje. Novinari u štampanim medijima u Makedoniji, i pored toga što su nezadovoljni vokabularima koji im trenutno stoje na raspolaganju kao jedini legitimni u tretmanu trgovine ženama, ostaju veoma nekritički prema diskursu trgovine. Njihovo nezadovoljstvo onim šta i kako pišu u poređenju sa onim što vide ili saznaju o trgovini ženama manifestuje se u jedan specifičan medijski diskurs koji treba pažljivo čitati. Pa ipak, to nije samosvesni diskurs, diskurs potpune samokontrole. Nezadovoljstvo zvaničnim vokabularima i diskursima kao izvorima stereotipa oseća se kao sputavanje i skretanje na stranputice sa puta istine o trgovini ženama. Interni paradoksi diskursa, kao što su na primer žrtva/migrant/-kinja, prostitucija/eksploatacija prostitucije, moral/ljudska prava, ograničavaju pisanje o fenomenu trgovine i prisiljavaju i autora/-icu i čitatelja/-ku da nastave sa standardnim stereotipima o ženama i muškarcima.

To ne znači da autori/-ice i čitatelji/-ke nisu u mogućnosti uvideti koja predstavljanja u datom kontekstu odnosa moći imaju funkciju i ulogu rodnihi stereotipa, niti da oni/-e nisu u stanju da odrede odveć klasične pozitivne mere radi ublažavanja njihovog delovanja. Ono čemu se možemo nadati u ovom trenutku jest permanentna i beskompromisna borba sa diskurzivnim uslovima mogućnosti nastanka stereotipnih predstavljanja diskursa trgovine ženama, koja dolaze iz raznih izvora kao što su: istorijske, političke i kulturne tradicije, međunarodne i domaće institucije i subjekti, ali i iz naših ličnih priča, najintimnijih misli, odluka i osećanja.

Bibliografija

Badarevski, Bobi; Karovska, Dragana (ur.) (2004) *Rodova perspektiva na trgovijata so lugje*. Skopje: Istraživački centar za rodovi studii, Institut EvroBalkan.

Blommaert, J. (2005) *Discourse*. Cambridge: Cambridge University Press.

Bjelica, Jelena (2002) *Priručnik za novinare - Trgovina ljudima na Balkanu*. Beograd. Dostupno na: <http://www.b92.net/doc/bjelica/>

Butler, Judith (1990) *Gender Trouble, Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge.

Butler, Judith (1993) *Bodies That Matter*. New York - London: Routledge.

Convention against Transnational Organized Crime, Nov. 2, 2000, Protocol to Prevent, Suppress and Punish Trafficking in Persons, Especially Women and Children, 40 I.L.M. 353, 377.

Eko, Umberto (1989) *Glose i druga ogledala*. Treći program Radio Beograda. Br. 80, 81.

De Sosir, Ferdinand (1989) *Opšta lingvistika*. Beograd: Nolit.

Dimevski, Saše (2003) "Leku, sinonim za prostitucijata vo Makedonija". U: *Lobi*, 143, novembar, Skoplje.

Doezema, Jo (2000) "Loose Women Or Lost Women? The Re-Emergence Of The Myth Of White Slavery". U: *Contemporary Discourses Of Trafficking In Women, Gender Issues*, 1098092X, Vol. 18, Winter 2000.

Fairclough, Norman (1995) *Critical discourse analysis. The critical study of language*. London: Longman.

Fairclough, Norman (1995) *Media discourse*. London - New York: E. Arnold.

First Annual Report on Victims of Trafficking in South-Eastern Europe, The regional clearing Point, Stability Pact Task Force on Trafficking in Human Beings (SPTF)

Habermas, Jürgen.. (1988) *Filozofski diskurs moderne*. Zagreb: Globus.

Holmes, Janet; Meyerhoff, Miriam (2003) *The handbook of language and gender*. Malden, MA, Blackwell Pub.

Intervju sa Guglielmom Schinina i Marie-Ange Goessens, IOM Skoplje, 27. januar 2004, u: *Trafficking in human beings in south eastern Europe*, Aneks i, Country situations, OSCE, 2005.

Kartusch, Angelika (2001) *Reference Guide For Anti-Trafficking Legislative Review, With Particular Emphasis On South Eastern Europe*. Vienna: Ludwig Boltzmann Institute of Human Rights. September 2001.

Kežarovski, Tomislav. "Od delčevsko Aračinovo - vo svetot na sladostratiето". U: *Svedok*, Skoplje.

Krini, Kafiris (ur.on-line) (2005) *Gender & Media Handbook - Promoting Equality, Diversity & Empowerment*. Mediterranean Institute Of Gender Studies. Dostupno na: <http://Medinstgenderstudies.Org>

Kristeva, Julija (1974) "Ekspanzija semiologije". Treći program Radio Beograda. Br. 4.

Lazar, Michelle (ur.) (2005) *Feminist Critical Discourse Analysis: Gender, Power and Ideology In Discourse*. London: Palgrave.

Macnamara, J. R. (2003) "Mass Media Effects A Review of 50 Years of Media Effects Research". Dostupno na: www.masscom.com.au/book/papers/mass_media.html

Medjunaroden centar za razvoj na migraciona politika, International Centre for Migration Policy Development (ICMPD)

"Služben vesnik na R. Makedonija", br. 04/2002.

Stojanovska, Sunčica (2003) "Ka ose jo tregti të brendshme gra". U: *Lobi*, 127.

Stojanovska, Sunčica (2003) "Ženski za 50 evra". U: *Lobi*, 144, novembar.

Sunderland, Jane (2004) *Gendered Discourses*. London: Palgrave.

Štulhofer, Aleksandar. "O pojmu i nekim aspektima trgovine ženama i djecom u svrhu seksualne eksploatacije", okrugli sto *Trafficking in Human Beings: Analysis of Definitions*, Skoplje, 19. januara 2004.

"Trafficking In Human Beings In South Eastern Europe", Aneks i, Country situations, OSCE, 2005.

Van Dijk, Teun A. (1993) "Principles of critical discourse analysis". U: *Discourse & Society*. Vol. 4 (2). London: Sage. Str. 249-283.

Van Dijk, Teun A. (1989) "Structures of Discourse and Structures of Power". U: Anderson, J. A. (ur.) *Communication Yearbook 12*, Newbury Park, CA: Sage. Str. 18-59.

Van Dijk, Teun A. (1989) "Social Cognition and Discourse". U: Giles, H.; Robinson, R. P. (ur.) *Handbook of Social Psychology and Language*. Chichester: Wiley. Str. 163-183.

Wodak, Ruth; Meyer, M. (ur.) (2001) *Methods of critical discourse analysis*. London: Sage.

Weiss, Gilbert; Wodak, Ruth (ur.) (2003) *Critical Discourse Analysis: Theory and Interdisciplinarity in Critical Discourse Analysis*. London: Palgrave.

INTERPRETACIJA NOVINSKIH INTERPRETACIJA JEDNOG UBOJSTVA

Sanja SARNAVKA
Asistentica na istraživanju: Suzana KUNAC

Apstrakt

Interpretacijom interpretacija tekstova nekoliko novina koje pišu o ubojstvu, kada je Ana Magaš u Zadru usmrtila supruga, pokazujemo kako funkcionira diskurs kojim se manipulira u korist onih koji imaju moć. Pri raščalmbi tekstova slijedimo metodu kritičke jezične analize kako je definira Norman Fairclough¹; znači, prvo opisujemo formalne elemente tekstova, zatim interpretiramo odnos tekstova i interakcija, a na kraju objašnjavamo društvenu uvjetovanost procesa produkcije i mogućih društvenih učinaka. Opredjeljujemo se za ovaj tip analize jer vjerujemo da se mogu utvrditi jasne veze između uporabe jezika, moći i ideologije - u ovom slučaju ekonomske moći jedne obitelji, njezina mogućeg upliva na pisanje u lokalnim novinama, odnosno načina na koji se interpretira slučaj ubojstva. Analizom atribucija pripisanih akterima (supruga/majka nasuprot suprug/otac) usto rasvijetljujemo kako se ženski, odnosno muški spol/rod definira i standardizira unutar (rigidne) patrijarhalne ideologije.

Ključne riječi:

diskurs, ideologija, patrijarhat, moć, žena-ubojica Ana Magaš, vlasništvo medija

¹ Fairclough, N (1989) *Language and Power*, Longman, London i New York.

Žena-ubojica koja je hladnokrvno "zaklala" muža ili žena-žrtva koja je nesretnim slučajem postala ubojica?

Povod za pisanje ovog rada sudski je proces u kojem je žena okrivljena za ubojstvo supruga. Budući da se već više od desetljeća bavimo ženskim ljudskim pravima, a unutar njih i pravom na život bez nasilja, vijest o ubojstvu muškarca za koje postoje indicije da ga je počinila supruga neminovno je morala pobuditi naše zanimanje. Udaljenost grada u kojem se to zbilo primorala nas je da informacije tražimo u medijima. Kako se, istovremeno, već duže vrijeme bavimo i medijima, na ovom smo slučaju mogle značajnije proniknuti u mehanizme funkcioniranja medijskog diskursa danas i ovdje. Događaj je izazvao pozornost javnosti na nacionalnoj razini, ali su suđenje i novinski tekstovi koji su prvotno privukli našu pažnju vezani uz grad Zadar, u kojem se zločin dogodio. Pokazalo se da se, ne slučajno, interpretacije na državnoj razini (Vrhovni sud) i interpretacije nacionalnih novina razlikuju međusobno, ali su u cjelini bitno drugačije od prosudbi lokalne sredine (novina i Županijskog suda).

Slajući se s tvrdnjom Douglasa Kellnera da "medijska kultura predstavlja poprište borbe za prevlast između ključnih socijalnih grupacija i suprotstavljenih ideologija" i da pojedinke/ci ovu borbu "proživljavaju pomoću slika, priča, mitova i predstava medijske kulture"², pokušat ćemo pokazati analizom novinskih napisa (prvenstveno Zadarskog regionala, a djelomice i nekih lokalnih te nacionalnih dnevnih listova i jednog tjednika) kako se to čini. Ujedno želimo istražiti koliko ekonomska i politička moć utječu na kreiranje i korištenje simboličkih formi da bi se utjecalo na slijed događaja u konkretnoj društvenoj situaciji.

Tekstovima i temi prilazimo kao feministkinje³, što, naravno, bitno određuje polazište naše analize i interpretaciju. Pritom ćemo prvenstveno slijediti metodu

² Kellner, D. (2004) Medijska kultura, Clio, str. 7.

³ Bez preciznog definiranja, feminizam kao kritika i dekonstrukcija ideologije patrijarhata.

kritičke jezične analize kako je definira Norman Fairclough⁴ - znači, prvo opisati formalne elemente tekstova, zatim interpretirati odnos između tekstova i interakcija, a na kraju pokušati objasniti društvenu uvjetovanost procesa produkcije/interpretacije i njenih društvenih učinaka. Opređeljujemo se za ovaj tip analize jer vjerujemo (i to želimo pokazati) da se u ovom slučaju mogu utvrditi jasne veze između uporabe jezika, moći i ideologije.

Dosadašnje (i naše i inozemne)⁵ analize sadržaja pokazale su kako se žene u tiskanim medijima najčešće javljaju u ulozi žrtve i to u crnim kronikama. U ovoj analizi zanima nas, stoga, kako se u medijskim tekstovima predstavlja/reprezentira ženu kad je vjerojatna počiniteljica zločina, koliko se iz opisa zločina (i ubojice i žrtve) može iščitati ideologijska podloga ocjene sudionika/ca te mogu li se utvrditi značajke koje se pripisuju ženskim i muškim akterima koje se kao "zdravorazumske" pretpostavke (samo-po-sebi-podrazumijevajuće, konvencije koje su toliko konvencionalne da ih nitko nema potrebe niti posebno pojašnjavati) uključuju u procjenu.

Za nas društveno razlikovanje samo dva spola⁶ nije prihvatljivo, a pogotovo ne mislimo da rodne značajke trebaju "automatski" proizlaziti iz bioloških odrednica. Stoga smatramo da raščlamba atribucija pripisanih akterima (supruga/majka/, suprug/otac) u tekstu može rasvijetliti što se pod ženskim, odnosno muškim spolom podrazumijeva kao društvena kategorija, čije pak razumijevanje proizlazi iz latentnih vrijednosti jednog društva. U tekstovima lokalnih medija, pokazalo se, predstavljena je kao apsolutno neupitna podjela na muški i ženski rod, s jasnim

⁴ Fairclough, N. (1989) *Language and Power*, Longman, London i New York.

⁵ Naprimjer, Sarnavka, S. (1997) "Analiza dnevnih novina", B.a.B.e.; Jemrić, I. (2004) "Nasilje nad ženama", Ženska infoteka; Gallagher, M. (2005) *Who Makes the News?*, *Global Media Monitoring Project*, WACC.

⁶ Za ovu problematiku zanimljivo je pročitati tekstove poput A. Fausto-Sterling (1993) "The Five Sexes: Why Male and Female Are Not Enough", *The Sciences*, ili tekst Poštić, J. "Transgresija roda" u Bosanac, G., Jurić, H., Kodrnja, J. (2005) *Filozofija i rod*. Hrvatsko filozofsko društvo, Zagreb.

razgraničenjem što je unutar kojeg dopušteno činiti, a što zajednica treba nemilosrdno osuditi i kazniti. Bez ikakve potrebe da se pruže neka pojašnjenja, jednu se ženu strogo osuđuje prvenstveno zato što se nije ponašala sukladno nepisanom (ali očito striktno propisanom) kodeksu namijenjenom suprugama.

Mediji su, svakako, jedna od institucija koje imaju ulogu kreiranja društvene stvarnosti. Kako to ustvrđuje Moira Chimombo⁷ (1998.), oni to čine, kao i sudstvo, obrazovni sustav ili crkva, diskursom - propovijedi, udžbenici, novine, reklame, zakoni neki su od izvora koji legitimiraju postojeću društvenu strukturu, primarno konstruirajući ideologiju koja odgovara onima na pozicijama moći, dok one na kojima se moć prakticira treba uvjeriti kako je takav odnos "prirodan" i jedino moguć.

U našem slučaju, zanima nas istovremeno i koliko se u novinskim tekstovima poštuju neke javno i glasno proklamirane norme. Naime, kako je utvrdio Daniel Cornu (1997.), među šest dominantnih profesionalnih načela koja se nalaze u svim novinarskim deklaracijama i kodeksima jest i načelo "podjednaka tretmana svih osoba eliminacijom svih oblika diskriminacije".⁸

Teun van Dijk, tvorac kritičke diskursne analize, opisuje diskurs kao interakcijski proces koji rezultira komunikacijskim činom, a realiziran je u tekstu. U izučavanju tekstova njega najviše zanima dominacijska uloga diskursa koja nastaje uvijek kada jedno od sudionika/ca koristi jezik da bi njime dominirale/i drugima. Diskursom se, kaže Van Dijk⁹, mogu diskriminirati djeca, žene, manjine, radnici, studenti, političke, socijalne i etničke grupe. Njih se najčešće gleda kroz predrasude, a opisuje negativnim stereotipima koji se grade na hijerarhiji kulturalnih kategorija: nacionalno porijeklo i/ili izgled; društveno-ekonomski položaj; (tipična) djelovanja ili interakcije; pripisane osobne karakteristike (inteligencija, lijenost, škrtost, nemoralnost).

⁷ M. P. F. Chimombo i R.L. Roseberry (1998) *The Power of Discourse*, LEA Publishers, str. 11.

⁸ Kornj, D. (1999) *Etika informisanja*, Clio, str. 36.

⁹ Van Dijk, Teun A. (1997) *Discourse as Social Interaction*, SAGE Publications, London.

Tekstovi Zadarskog regionala, pokazat ćemo, mogli bi poslužiti kao udžbenički primjer kako se to u praksi čini.

Metodologija

Budući da se o nekom prostorno i vremenski udaljenom događaju može saznati samo posredno, slijedit ćemo kronologijski tekstove o ubojstvu objavljene u lokalnim novinama¹⁰, a na kraju ih usporediti s nekim od podataka koje smo dobile drugim kanalima.

Izazvavši veliko zanimanje medija, vijest o ubojstvu objavljena je, s najavom na naslovnica, u svim dnevnim novinama te radijskim i televizijskim vijestima.¹¹ Uzmemo li u obzir činjenicu da mediji vole neobične događaje ("nije vijest kad je pas ugrizao čovjeka, već kad je čovjek ugrizao psa"), a činjenica jest da su žene rijetko počiniteljice ubojstava¹², ne začuđuje to što je veliki dio važnog (i skupog) medijskog prostora ustupljen ovoj vijesti.

Ipak, ovakva pozornost zaslužena je, svakako, i društvenim statusom obitelji Magaš, u kojoj se ubojstvo dogodilo - ekonomska moć *patera familiasa* Jose Magaša dovela je do bliskosti s brojnim predstavnicima političke elite, uključujući i predsjednika države.

¹⁰ Tekstove iz dnevnih novina za nas je prikupila agencija Presscut, www.presscut.hr.

¹¹ *Vjesnik, Večernji list, Jutarnji list, 24 sata, Novi list*, HTV1 Dnevnik, TV NOVA Večernje vijesti, Hrvatski radio 1. program - središnje vijesti (15 sati)...

¹² Prema podacima Ministarstva unutarnjih poslova u 2004. i 2005. žene su počinile jedno ubojstvo (Ana Magaš), a muškarci 25 ubojstava

Uzorak istraživanja čini jedan osnovni - tekstovi objavljeni u Zadarskom listu i Zadarskom regionalu o slučaju Magaš (od 19. ožujka do 29. lipnja 2005.), te jedan referencijalni - kao referencijalni okvir analizira se nekoliko članaka iz nacionalnih dnevnih novina i jednog tjednika (po jedan iz Jutarnjeg lista, Vjesnika, Večernjeg lista i Globusa¹³) o slučaju Magaš, jer smo željele utvrditi sličnosti i razlike. Posebno nas je zanimalo kada je i zašto došlo do "preskakanja", odnosno prešućivanja nekih relevantnih činjenica.

Analitička matrica, tj. protokol analize sadržaja, sastoji se od kvantitativne (formalne) i sadržajne analize. Čestice kvantitativne analize su: naziv novine, datum objavljivanja teksta, stranica novine na kojoj je tekst objavljen, rubrika unutar koje je objavljen, veličina teksta, pozicija teksta na stranici, vizualni materijal - fotografije: prisutne ili ne, broj pojavljivanja u tekstu pojedinih aktera, autor/autorica teksta.

Čestice sadržajne analize su: naslov, podnaslov, nadnaslov, lidovi, tekst ispod fotografije (kao dodatna informacija), tema teksta, akteri u tekstu, atribucije aktera (pridjevi, imenice koji opisuju pojedine aktere), vrijednosni sudovi u odnosu na aktere.

Nakon određivanja čestica sadržajne analize i ispisa svih atribucija aktera koje im autori/ce teksta pripisuju, pristupilo se analizi, tzv. "model-tvoračkih" tekstova. Kako ova metoda uzima tekst kao cjelinu i tretira ga kao studiju slučaja, važno je napomenuti da se prilikom analize pomno raščlanjivalo upravo tvrdnje o tome kako se, naprimjer, treba ponašati dobra majka, i/ili supruga, znači ona, tek naizgled, samorazumljiva imenovanja (naturalizacije) na kojima se grade ideologijski konstrukti.

¹³ Zahvaljujući Arhivu Vjesnika, dobile smo trideset jedan tekst iz svih hrvatskih dnevnih novina, ali bez obrade podataka o stranici i veličini teksta. Zahvaljujući profesionalnoj agenciji Presscut, prikupile smo sve tekstove u lokalnim zadarskim medijima, s pridruženom cjelovitom obradom i izvornim izgledom teksta.

Novinske interpretacije ubojstva

Zadarski List

U tekstu objavljenom u *Zadarskom listu* 21. ožujka 2005., a potpisuje ga Luka Perić, naslov i nadnaslov navode kao neupitnu činjenicu da je "*Inspektora tankerske plovidbe Lucijana Magaša (33) ubila supruga Ana*" (nadaslov), odnosno "Ubojica supruga brani se šutnjom" (naslov), iako kasnije u tekstu piše: "*Istovremeno, u policiju je na kriminalističku obradu privedena njegova supruga. Po svemu sudeći, ona je glavna osumnjičena, jer je Magaš ubijen kad su njih dvoje bili sami u stanu.*"

Uz spominjanje imena istražnog suca i branitelja, jedini akteri u tekstu su Ana i Lucijan Magaš. Nju se više puta imenuje kao - supruga (*supruga Ana, njegova supruga, supruga*) ili se naprosto koristi lična zamjenica ona. Doznajemo da je: "*27-godišnja supruga nožem ubila muža Lucijana Magaša; glavna osumnjičena; da se nakon vjerojatno burne noći u gradu vratila kući u 3 sata; da je duže vrijeme lupala po vratima tražeći da ih otvori; ušla u stan, istrčala za Lucijanom iz stana*" (citati iz teksta slijedom navođenja).

O žrtvi doznajemo da je: bio "*inspektor u tankerskoj plovidbi; imao 33 godine; Hitna medicinska pomoć prevezla ga je teško ozlijeđenog u zadarsku Opću bolnicu, gdje je ubrzo preminuo od ubodne rane nožem u leđa; u prvo vrijeme pokojnik joj nije htio otvoriti vrata; kad je nesretni suprug popustio nagovaranju; on ju je optuživao za neodgovorno ponašanje, varanje...; Lucijan je istrčao iz stana; Lucijan je ostao ležati s nožem u leđima; ozljede su bile preteške i Lucijan im je na kraju podlegao; Lucijan Magaš bio je uspješan pomorski časnik, izdanak ugledne zadarske pomorske obitelji, zaposlen u Tankerskoj plovidbi, u kojoj je njegov otac Joso jedno vrijeme bio predsjednik Uprave; preuzeo je u svojstvu upravitelja stroja najveći i najmoderniji hrvatski brod suezmax tanker 'Alan'; potom je prešao na mjesto inspektora novogradnji u tehničkom sektoru Tankerske plovidbe*".

U sklopu teksta je i velika fotografija Lucijana Magaša u tamnom odijelu, bijeloj košulji, uredno vezane kravate. Nasmiješen je i samopouzđano zagledan u objektiv kamere. Iz teksta još saznajemo kako je: "*par u braku dobio dijete koje u vrijeme tragedije nije bilo u stanu; doznaje se da su obiteljski odnosi otprije narušeni*".

Što se u biti saznaje? Nedvosmisleno je da se dogodila tragedija u kojoj je život izgubio mlad, ugledan, perspektivan muškarac. Nož u leđa (*sigurno, iako ipak još nije dokazano*¹⁴) zabila mu je supruga koja je u rane jutarnje sate došla kući (*nakon burne noći*). Tko je ona, što radi, iz kakve je ona obitelji? Mogu li se na temelju navedenih podataka popuniti praznine neizrečenog i zaključiti zašto su bili poremećeni obiteljski odnosi i je li moglo biti i nekih novinaru nepoznatih razloga za zarivanje noža u leđa?

Prema statistikama koje vode ženske nevladine udruge, a s njima se slažu i brojni stručnjaci, većina se ubojstava koje počine žene dogodi nakon niza godina zlostavljanja i prelaženja praga izdržljivosti zlostavljane supruge/partnerice¹⁵. No, na ovo ćemo se pitanje vratiti kasnije.

Sljedeći je tekst objavljen 22. 3. 2005. Potpisan je inicijalima D. M. Na drugoj stranici (najava na naslovnici), uz naslov *Tisuće Zadrana na posljednjem ispraćaju Lucijana Magaša* i fotografiju duge povorke za lijesom, detaljno su opisane riječi oproštaja i osjećaji ljudi na sprovodu.

Ugled koji je uživao Lucijan Magaš (i njegova biološka obitelj), imenovani već u prvom tekstu, potvrđuje se sada neopozivo: "*posljednji plotuni i posljednji pozdrav suboraca iz Hrvatske vojske; dirljive riječi kolega pomoraca iz Tankerske plovidbe, kršćanski oproštaj od brata u vjeri; tisuće Zadrana u neopisivoj nijemoj tuzi, užasnuti naprasnim prestankom jednog života u naponu snage, kada je još toliko toga htio i mogao dati, ispratilo je u dugoj koloni na posljednji počinak Lucijana Magaša*".

¹⁴ Navodimo konstatacije pronađene u tekstu koje nerijetko proturječe jedna drugoj ili su pak osobni sudovi. (op.a.)

¹⁵ Sindrom zlostavljane žene (*battered woman syndrom - BWT*) uveden je u sudsku i liječničku praksu.

Ritam rečenica i riječi kojima se koristi autor (autorica?) teksta uobičajeni su za pjesnički, a ne novinarski (informativni) diskurs. Neke od sintagmi koje nalazimo u tekstu karakteristične su za epsku narodnu poeziju i prozu: "*brat u vjeri; nijema tuga; posljednji počinak; u naponu snage, slomljena zelena grana koja je još toliko plodova trebala donijeti; molitva Bogu 'da ga odvede u rajsku luku, nakon teškog i olujnog mora'; u miješanju tuge i nevjerice*".

Osim činjenice da se radi o pokopu, nema informacije u koje je vrijeme sprovod bio niti bilo kakvih drugih podataka.

Zadarski Regional

Zadarski regional po prvi put se 23. 3. 2005. oglašava tekstem o događaju koji zauzima dvije stranice (drugu i treću), a potpisuje ga glavna urednica Marina Vlakić.

Nadnaslov: "Regional ekskluzivno objavljuje slike žene nad čijim se monstruoznim djelom zgraža čitav Zadar"; naslov: "Brutalno suprugovo ubojstvo - vrhunac raskalašenog života Ane Magaš!".

U sklopu teksta četiri su fotografije s komentarima i dva okvira - na dvije je Ana Magaš: jedna "ljetna" fotografija mlade žene iz profila dok sjedi u kafiću odjevena u nešto što bi moglo biti ljetna haljina ili kupaći kostim (vidi se samo gornji dio), ispod koje piše: "*Ana Magaš, žena-ubojica, kako je već u Zadru zovu, u vrijeme bezbrižnih dana razuzdanog života*"; druga je slika žene koja pozira za fotografiju, sjedeći na naslonjaču ispod slike u kutu sobe, uz stolić s velikom vazom s cvijećem, ispod koje piše: "*U stanu u kojem je živjela sa suprugom i sinom*".

Treća je fotografija Lucijana Magaša u odijelu (istovjetna onoj iz Zadarskog lista), a četvrta prizor sa sprovoda u kojem se vidi svećenik koji hoda ispred lijesa uz koji korača petnaestak muškaraca u tamnim odijelima, nekolicina njih pognutih glava. Ispod fotografije Lucijana Magaša piše: "*Lucijan Magaš bio je u svojoj sredini*".

poznat kao vrijedan i uspješan čovjek", a ispod fotografije sa sprovoda: "Ispraćaj Lucijana Magaša kakvog Zadar ne pamti"¹⁶.

U prvom okviru unutar fotografije Ane Magaš u kafeu donosi se vijest iz Županijskog suda u Zadru. Veliki je naslov: "Osumnjičena još nije iznijela obranu", a manjim slovima navodi se kako je redakcija saznala "od istražnog suca Županijskog suda u Zadru, Borisa Babića" da se "još uvijek čeka obdukcijски nalaz i da osumnjičena još nije saslušana. Odreden joj je pritvor od mjesec dana, a svoju obranu - suprotno onome što su pisali neki mediji - ni u policiji još nije iznijela".

U drugom tamnom okviru (na 3. stranici), ispod fotografije sa sprovoda, uz naslov "Tisuće Zadrana na ispraćaju", nalazi se sljedeći tekst: "Na pogrebu Lucijana Magaša bio je čitav Zadar. Predstavnici mnogih tvrtki, zadarskih državnih institucija, kolege i partneri poznatog predsjednika Uprave Tankerske plovidbe u mirovini, Jose Magaša, došli su odati počast njegovu tragično preminulom sinu. Osim po ogromnom doprinosu razvoju Zadra ove tvrtke kojoj je na čelu bio Lucijanov otac, obitelj Magaš poznata je po sudjelovanju u domovinskom ratu, zbog čega su Lucijana ovog ponedjeljka počasnim plotunom na posljednji počinak ispratili njegovi suborci".

Tekst samog članka započinje odmah ispod malog okvira u kojem je navedeno ime autorice (2. str.): "Iako će je njeni odvjetnici pokušati braniti neuračunljivošću, poremećenošću, alkoholiziranošću, omamljenošću tabletama ili nekom drugom pravnom doskočicom, Ana Magaš (boldirano kao i sva osobna imena, op.a.) u pamćenju mnogih ostat će kao osoba koja je uništila mnoge živote - najprije život svog sina! Zadrani, naime, ne pamte ubojstvo koje se dogodilo ovako surovo, bez mogućnosti obrane, bez ikakve šanse napadnutog da se obrani. I to je žig koji će ova žena cijeloga života nositi na sebi".

¹⁶ Vjerojatno se radi o nepoznavanju gramatičkih pravila. Trebalo bi biti "kakav" jer imenica ispraćaj ne označava živo biće. Svi tekstovi koje smo analizirale u Zadarskom regionalu nisu lektorirani jer ima dosta gramatičkih i pravopisnih pogrešaka te stilskih nedorađenosti.

Dva podnaslova prekidaju tijek teksta: "Mezimica lokala" na drugoj stranici, i pred sam kraj (na 3. str.) "Majčinski 'nagon' u Gothamu".

U prvom odlomku koji slijedi nakon podnaslova "Mezimica lokala" autorica zaključuje: "Čak i u onim ubojstvima u kojima je napadnuta bespomoćna osoba, u Zadru se ne pamti da je ubojica bila - žena".

Izdvojimo li sva imenovanja, opise i atribucije osoba o kojima se piše u tekstu, dobivamo sljedeći niz: Ana Magaš - "raskalašeni život, mezimica lokala; nožem surovo izbola supruga; žena-ubojica; krvav Uskrs što ga je priredila svojoj obitelji, najviše obitelji ubijenog Lucijana; česta posjetiteljica lokala; na svog supruga potegla nož; zašto je učinila ovako krvavo djelo; da nešto s njenim ponašanjem, naime, nije u redu, kazuje sama činjenica da je te noći do kasno ostala u disku, u kojem je viđena u društvu drugog muškarca, iako je znala da na nju čeka devetogodišnje dijete; od žene koja je udajom ušla u tako uglednu obitelj... a ono barem da vodi računa o djetetu; bit će zanimljivo kako će njeno nemarno ponašanje na sudu opravdati njeni odujeticu; više je voljela noćni život nego ulogu supruge i majke; po Zadru se može čuti kako je bila čest gost lokala i disco klubova; majčinski 'nagon' u Gothamu; ovakav 'majčinski' nagon vjerojatno će ženi-ubojici biti uteg na sudskoj vagi; nakon pedigrea loše supruge i još lošije majke, obranu ubojice čeka težak posao na sudu; uljepšati sliku ovog monstruma od žene; branila se šutnjom; navodno je danima bila u šoku".

Lucijan Magaš - "33-godišnjeg Lucijana, inače strojarskog inspektora Tankerske plovidbe, sina njenog bivšeg direktora Jose Magaša; Lucijana vidjeli krvavog ispred zgrade; Lucijan joj nije htio otvoriti; sve dok on, valjda iz straha da ne razbudi susjede, nije otvorio vrata; i to je za njega, čini se, bilo kobno; u kojoj ju je suprug toliko volio i trpio njeno ponašanje; Lucijan Magaš bio je u svojoj sredini poznat kao vrijedan i uspješan čovjek".

Glavna urednica Zadarskog regionala od tada do danas¹⁷ uglavnom preuzima pisanje velikih tekstova o slučaju Magaš.

¹⁷ Vrhovni sud poništio je presudu Županijskog suda kojom je Ana Magaš osuđena na devet i pol godina zatvora i u tijeku je obnovljen sudski postupak s novim sućem.

Sljedeći protokol, ispisale smo sve aktere imenovane u tekstovima ovog tjednika (fotografije su uzimane kao integralni dio), te atribucije koje se uz njih navode. Već navedenim citatima iz ostalih tekstova možemo dopisati sljedeće:

Ana Magaš - *"Ana Magaš je iznenada svog muža ubola dugim kubinjskim nožem u leđa, probuši mu navodno jetra; ova žena bila je spremna ubiti, hladnokrvno uzeti nož i izboosti; svadu odlučila riješiti nožem; neponovljiva žena ubojica, Ana Magaš počinila okrutno ubojstvo, nožem surovo izbola supruga; ova žena - potegla nož, i počinila krvavo djelo, ... zbog toga će cijeloga života nositi žig; brutalno suprugovo ubojstvo - vrhunac raskalašenog života Ane Magaš; s obzirom da je počinila ovako okrutno ubojstvo; disko-krepost Ane Magaš; Ana Magaš više nije u depresiji - iznajmila je salon 'Femina', ali ovaj put pod drugim imenom, kako bi zaradila novac za otplatu kredita i odujetnika; upravlja salonom iz zatvora i tako krati duge zatvorske dane; priznala zločin; frajerica se vratila iz diska, dijete je spakovala djedu i baki, a muža otparila ranije kući; Ana Magaš uzela je nož i izbola muža."*

Lucijan Magaš - *"sin poznatijeg Jose Magaša, nekadašnjeg predsjednika uprave Tankerske plovidbe; pokojni Lucijan je unatoč smtonosnoj ozlijedi uspio napraviti još nekoliko koraka, izašavši iz ulaza; izašao žurnim koracima iz stana; proboden; nesretni, nije mu bilo spasa"*.

Interpretacija novinskih interpretacija

Analiziramo li pažljivo tekstove objavljene u *Zadarskom regionalu* na razini jezika - leksike, gramatike, rečeničnih sklopova - imajući pri tome na umu da se radi o specifičnom diskursu, moći ćemo se upustiti u interpretaciju i doći do nekih zaključaka. Kako imamo u vidu više tekstova, ukazat ćemo samo na glavne značajke

na osnovi kojih se može utvrditi postoji li dominantni obrazac u odabiru riječi, sklapanju sintagmi i rečenica, stilu.

Krenut ćemo s naslovima. Od šest tekstova koji direktno govore o događaju do i za suđenja¹⁸, u četiri se navodi ime i prezime osumnjičene, u jednom se koristi sintagma "*žena ubojica*", dok se u jednom, u trećem licu jednine (bez navođenja zamjenice ona ili imena), navodi: "*Priznala krivnju za ubojstvo supruga*". U svim tekstovima objavljena je fotografija Ane Magaš - tri puta ista fotografija profila u ljetnoj odjeći sa sunčanim naočalama, a četiri puta uvećan detalj fotografije iz dnevnog boravka na kome, evidentno, pozira, uređena i nasmiješena¹⁹. U sedmom tekstu govori se o popunjenosti zadarskog zatvora, ali su u središtu teksta dvije fotografije - jedna Ane Magaš, a druga Srпкиnje Zorane Banić, osuđene za počinjenje i supočinjenje ratnih zločina nad civilima u Škabrnji. Jedan tekst potpisan je s V. F. (6. 7. 2005.), a jedan s V. Fuzul (28. 12. 2005.). Oprema je sigurno redakcijska. Pet velikih tekstova koji zauzimaju jednu do dvije stranice potpisala je glavna urednica.

Četiri naslova usklične su rečenice, što jasno govori da redakcija/glavna urednica ne želi biti neutralna, niti to smije biti čitatelj/ica, već se u čitavom slučaju mora emocionalno angažirati²⁰. Da se tekstovi ne bave isključivo informiranjem, nego prosudbama, potvrđuje i odabir riječi: koriste se pridjevi i prilozi kojima se postiže ekspresivnost i nedvosmisleno kvalificiranje glavne akterice i njezina čina. Ubojstvo je *brutalno*, njezin život je *raskalašen*, ona je *žena ubojica*, djelo je *monstruozno*.

¹⁸ Jedan tekst govori o popunjenosti zatvora u Zadru, ali fotografije dviju zatvorenica i tekstovi o njima dominiraju (jedna je Ana Magaš, a druga Zorana Banić, osuđena za ratne zločine - zanimljivo kako se ovakvim postavljanjem fotografija među njima stavlja znak jednakosti), a jedan je potpisan inicijalima V. F.

¹⁹ Obje fotografije detaljnije su opisane na početku teksta.

²⁰ Niti jedan od ostalih trideset tekstova iz drugih dnevnih novina nema naslove i/ili podnaslove s uskličnim rečenicama. U svima se daje neka informacija, a u jednom se naslov javlja u obliku pitanja "*Zadar: Supruga ubila muža kubinjskim nožem u leda?*"

Sintagma u naslovu teksta objavljenog 29. 6. 2005. *Disco-krepost Ane Magaš* spajanjem riječi koje svakako ne pripadaju istom redu - krepost je vrlo stara, rabi se u filozofiji, književnosti, dok je riječ *disco* uvezenica i pripada kolokvijalnom govoru. Autorica očito spajanjem nespojivog želi postići dojam začudnosti i ironije. U nadnaslovu već piše *Kako ušminkati jedno ubojstvo*, čime i opet, neuobičajenim spajanjem čina kao što je ubojstvo s riječju preuzetom iz žargona, poziva na ironijski odmak i nevjericu.

Tekstovi nisu drukčiji od naslova: *ubojstvo koje se dogodilo ovako surovo, surovo je izbola nožem supruga, Uskrs je krvav, ubojstvo je hladnokrvno izvršeno, svada je žestoka, učinila je krvavo djelo, njeno ponašanje je nemarno, žena-ubojica, loša supruga, još lošija majka, monstrum od žene* (23. 3. 2005.); *okrutno ubojstvo* (dvaput), *žestoka svada, hladnokrvno je krenula* (20. 4. 2005.); *njezin šok je navodni; ime je zlosretno* (19. 5. 2005.); *okrutnim ubojstvima; hladnokrvno uzeti nož; neponovljiva žena-ubojica; najokrutnijih ubojstava; ženu-ubojicu, uči će u anale najsvirepijih ubojstava* (21. 6. 2005.); *surova činjenica; to je za Anu Magaš poražavajuće* (29. 6. 2005.).²¹

Vratimo li se na popis atribucija vezanih uz ubijenog Lucijana Magaša, vidjet ćemo da se u analiziranim tekstovima ne pojavljuje niti jedna negativna.

Opravdanost ovakva oslikavanja aktera i događaja autorica učvršćuje neprekidnim uopćavanjem - stavovi koji su izneseni u tekstu, naime, nisu njezine proizvoljne i osobne prosudbe, već stav većine ili svih sugrađana/ki: *u pamćenju mnogih ostat će kao osoba koja je uništila mnoge živote; Zadrani, naime, ne pamte ubojstvo koje se dogodilo ovako surovo; krvav Uskrs... ostat će urezan u sjećanje svih Zadrana; na pogrebu Lucijana Magaša bio je čitav Zadar* (23. 3. 2005.); *Zadrani se, naime, sjećaju okrutnog ubojstva uglednog zadarskog časnika Tankerske plovidbe* (20.

²¹ Svi su citati iz tekstova koji su pisani prije izricanja presude, što znači da još nije utvrđena ničija krivica niti su poznate sve okolnosti u kojima se ubojstvo dogodilo.

4. 2005.); *razumljivo je stoga iščekivanje zadarske javnosti da na optuženičkoj klupi vidi ženu ubojicu* (21. 6. 2005.).

Vrlo često autorica koristi 1. lice množine: *sjećamo se, pamtimo, nećemo zaboraviti, vidjeli smo*.

U tekstu *Disco-krepost Ane Magaš* (29. 6. 2005.), kao prilog je objavljeno pismo napisano rukom (štampana slova, s dosta podcrtavanja, neuredno i nepismeno - ali tim autentičnije), koje potpisuju REVOLTIRANE MAJKE. U njemu se osuđuje druge novine, a zahtijeva od Regionala da nastavi pisati o "razuzdanom životu" itd. *ZLOČINKE I UBICE ANE MAGAŠ...*"

Često se koristeći uskličnim rečenicama kojima se uvijek prosuđuje - ponekad izražavanjem čuđenja ili zgražanja, retoričkim pitanjima, obraćanjima odvjetnicima Ane Magaš (jako se zna da postoji samo jedan odvjetnik kojeg se u tekstu povremeno imenuje - Marko Marinović), naizgled naivnim pitanjima na koja se u istoj rečenici daje nedvosmislen odgovor, postiže se efekt neposrednosti i potpune iskrenosti čije izljeve autorica naprosto ne može kontrolirati.

Dojam naivnosti i bezazlenosti gradi se umecima u rečenice kojima se pokušava umanjiti osobna odgovornost za prethodno (i netom iza) iznesene prosudbe: "*... no da ne prejudiciramo...; ... - sudeći po prvim novinskim izvješćima -...; otkrit će istraga; tako je barem tvrdio njezin odvjetnik; prema sadašnjim informacijama sa suda...*"

Umetanjem pitanja, postavljanjem u različite pozicije (javnosti, odvjetnika, suca, građanke, prostog puka), davanjem više odgovora, dugačkim zavisno složenim rečenicama (i nedavanjem tekstova na lekturu²²) stil više odgovara govornom no pisanom diskursu i time, još intenzivnije, može emocionalno djelovati na čitatelje koje se poziva na aktivno uključivanje u razgovor.

²² U tekstovima ima dosta pravopisnih i gramatičkih pogrešaka, stilskih nezgrapnosti, pa je jasno da niti jedan od tekstova nije dat na lekturu.

Od zavisno složenih rečenica, autorica vrlo često koristi dopusne irealne, čime također utječe na stvaranje dojma iskrenosti, ali i nesumnjive ispravnosti svojih stavova (koji, uostalom, jesu i jedini primjereni jer ih podržava *čitava javnost, čitav Zadar* i sl.): *"Iako će je njeni odvjetnici pokušati braniti neuračunljivošću..., Ana Magaš u pamćenju mnogih... ostat će kao osoba koja je uništila mnoge živote...!; Ako je neko pomislio da je Ana Magaš još uvijek u depresiji, prevario se je...!)*.

Da bismo razumjeli specifičnost načina pisanja i pristupa temi Zadarskog lista i Zadarskog regionala, važno je usporediti ih s tekstovima drugih novina. Posežemo, stoga, za nacionalnim dnevnim listovima i tjednikom.

Jutarnji List

Tekst s višeću o ubojstvu objavljen je na devetoj stranici (uz najavu na naslovnici). Potpisuje ga Minja Gogić. Tekst zauzima veliki dio stranice, a sadrži i dva slikovna priloga:

a) Smrtovnica Lucijana Magaša s portretom pokojnika koju potpisuju "Ožalošćeni: otac Josip, majka Bruna, sin Lovro, brat Kristijan, sestre Anastazija i Lidija te ostala mnogobrojna tugujuća rodbina i prijatelji". Ostali dijelovi jedan su od standardnih blokova teksta koji se javljaju u smrtovnicama: "Tužna srca javljamo...", te "Počivao u miru Božjem!".

b) Fotografija zgrade ispod koje je potpis "Zgrada u ulici Put Pudarice u kojoj je smrtno ranjen Lucijan Magaš".

Nadnaslov je: *Ana Magaš (27) nakon svade nožem smrtno ranila supruga Lucijana (33)*, a naslov *Nakon provoda nožem ubola i usmrtila muža*.

Početak teksta školski je primjer davanja ključnih informacija odgovaranjem na pet pitanja (tko, što, kada, gdje, zašto): *"Lucijan Magaš (33), strojarski inspektor u poznatom zadarskom poduzeću Tankerska plovidba, umro je jučer oko pet sati ujutro u zadarskoj Općoj bolnici od posljedica uboda nožem koje mu je, prema dostupnim*

informacijama, zadala supruga Ana (27) sat ranije u njihovom zajedničkom stanu na adresi Put Pudarice 13.f, na predjelu gradske četvrti Bili brig."

Tekst, znači, započinje konstatiranjem činjenica (smrt), a zatim postupno ulazi u moguću rekonstrukciju događaja - autorica se u više navrata ograđuje od davanja mogućih netočnih informacija sintagmama "kako saznajemo", "prema dostupnim informacijama", "kako doznajemo". Za sve informacije navodi izvore: liječnici u Općoj bolnici, troje susjeda s punim imenima i prezimenima, istražni sudac Županijskog suda u Zadru Boris Babić.

Iz teksta se doznaje da je ubodu prethodila svađa, da Lucijan Anu isprva nije htio pustiti u stan, da je nakon toga ipak otvorio vrata, nakon čega je uslijedila duža glasna svađa, da je u jednom trenutku viknuo: "*Ubit ću te, kurvo! Prevarila si me! Ja te volim a ti meni ovako!*"

Nakon opisa događaja u stanu, dobivenog na temelju iskaza susjeda, u kratkom se odlomku navodi kako je sukob započeo u disko-klubu Gotham (točnost iznesenog stavlja se pod upitnik umetanjem priloga "navodno").

Iz teksta se još doznaje da je Ana Lucijana pratila "*cijelim putem i u Hitnu pomoć i u bolnicu*", te da je i sama "*jučer do poslijepodnevnih sati bila u bolnici na obradi*".

Tekst završava informacijom: "*Inače, kako smo saznali, Ana i Lucijan dugo su bili u braku i imaju šestogodišnjeg sina*".

Uz osnovni tekst koji zauzima sa slikovnim prilozima najveći dio prostora na stranici, dodan je i uski okvir kojem je podloga crna, a slova bijela (kao negativ u odnosu na glavni tekst) s naslovom "*Ugledna zadarska obitelj!*". U okviru se navodi kako Lucijan "*potječe iz ugledne i poznate zadarske obitelji!*", nakon čega odmah slijedi kratak prikaz funkcija oca Jose u Tankerskoj plovidbi, a potom kratak opis profesionalne karijere ubijenog Lucijana.

Nakon što piše kako je "*Ana u svom vlasništvu imala kozmetički salon Femina d.o.o.*", pa slijedi rečenica u kojoj se odnos dvoje supružnika opisuje vrlo kratko "*Osim što su sloveli kao manje-više mirni susjedi!*", dok je veći dio posvećen iznošenju

karakternih osobina ubijenog: "*Lucijan je bio poznat kao iznimno uspješan u svom poslu, karakterno miran i staložen, a komunicirao je s ljudima bez svišnih riječi*".

U drugim dnevnim listovima uglavnom se ponavljaju slični tekstovi, sa slikovnim prilogima ili bez njih. Osim imena aktera, njihovih godina, adrese stanovanja (vrlo često bez navođenja kućnog broja), podataka o zaposlenju Lucijana Magaša i društvenom statusu njegove obitelji, te važnosti oca Jose, neki se detalji razlikuju od teksta do teksta: Ana je *lupala (zvonila) na vrata; svadali su se (čuli su se vrisakovi i lupanje), supruga je izbola (ubola²³) nožem u leđa u stanu (na ulici, na hodniku); on je istrčao s nožem zabodenim u leđa (ležao je na hodniku gdje ga je našao susjed); u bolnicu su ga odveli neznanci (kola Hitne pomoći, ne zna se kako je stigao do bolnice); sin je bio u stanu (kod bake i djeda, brata), ima 6 godina (5, osam i pol, 9 godina²⁴), i tako redom.*

Globus

Tek se iz teksta (koji obuhvaća pet stranica) novinara Darka Hudelista, objavljenog u Globusu punih šest mjeseci nakon ubojstva Lucijana Magaša (16. 9. 2005.), može rekonstruirati slijed događaja. Tekst koristi i uspoređuje više izvora, pa bi se moglo govoriti o istraživačkom novinarstvu kad se autor ne bi često postavljao u ulogu sveznajućeg pripovjedača, a ne tek prenositelja provjerenih informacija. Naime, on vrlo često opisuje detalje i emocije koje ni od koga i ni na koji način nije mogao doznati (što je ubijeni osjećao i mislio, što je tko kome rekao i sl.).

Navest ćemo tek neznatan dio kako bi se moglo zaključiti u kojoj mjeri autor inzistira na navođenju najsitnijih detalja:

²³ Vrlo je jasna rječnička distinkcija između značenja glagola ubosti i izbosti: **izbosti** svrš. *ubosti više puta na više mjesta, nanijeti mnogo rana ili učiniti mnogo uboda na velikom dijelu ili na cijeloj površini; ubosti* svrš. *oštrim, šiljatim predmetom i sl. nanijeti povredu, raniti*, prema V. Anić. Rječnik hrvatskoga jezika, Novi liber, Zagreb, 1991.

²⁴ Navodimo podatke nađene u različitim tekstovima dnevnih novina.

"Rekonstrukcija događaja - večer 18. ožujka 2005.

Ana je te večeri otišla na koncert koji se održavao u zadarskom kazalištu, njezina partnerica za tu priliku je trebala biti Sandra, supruga Lucijanovog brata Kristijana. No Sandra je u posljednji trenutak otkazala, pa je na koncert Ana otišla u pratnji svoje prijateljice Matilde.

Lucijan je te večeri imao zakazan tečaj engleskog jezika.

Sprijateljicom Matildom Ana je krenula u obilazak nekolicine najpopularnijih zadarskih kafića. U toj ophodnji su im se pridružila dvojica mladića: Ante Delija, Matildin prijatelj i Antonio Vičinović. Čak su se navratili u stan jednog od njih (Delije) na Bilom brigu. Poslije je Ana sa svojim novostečenim partnerom Vičinovićem otišla u zadarski disco klub Gotham. U disco klub Gotham banuo je, negdje iza dva, i on, Lucijan, sa svojim društvom...

Došla je možda 5 ili 10 minuta nakon Lucijana. Vrata stana bila su iznimno zaključana. Ana zvoni, Lucijan ne otvara, Ana lupa na vrata, opet ništa...

Odjedanput vrata se otvaraju - počinje kreševo - razjareni muž počinje tući svoju ženu - nemilosrdno, nekontrolirano, kako je god znao i umio. Vuče je po podu i udara je po glavi, tijelu, nogama, šamara je, ona mu se otima..."

Za diskursnu (kritičku jezičnu) analizu izuzetno je važno pokušati razumjeti uvjete produkcije i interpretacije. U procesu raščlambe bitno je imati na umu nekoliko razina: neposredno društveno okruženje u kojem se diskurs ostvaruje, razinu društvene institucije koja tvori širu matricu i društvo u cjelini (Ferclough, 1998.), jer "izvlačenje tekstova iz društvene prakse koja ih stvara i institucija u kojima se oni razrađuju predstavlja fetišizaciju (...) Time se prikriva način proizvodnje i održavanja određenog kulturnog poretka: okolnosti i uvjeti kulturne reprodukcije koje djelovanje 'selektivne tradicije' smatra prirodnim, uzimajući ih 'zdravo za gotovo'".²⁵

²⁵ Hall, Stuart. "Encoding/Decoding" u Durham, M.G. i Kellner, D.M. (2001) *Media and Cultural Studies*, Blackwell Publishers, str. 167.

Ukoliko pažljivo čitamo prethodno navedene tekstove, moramo uočiti bitne razlike koje, uvjerene smo, nisu plod slučaja. Imajući pritom neprekidno na umu da govorimo o medijskom diskursu koji bi, kako se najčešće navodi u priručnicima, u odnosu na moguće konzumente sadržaja trebao ispuniti naizmjenice jednu od sljedećih zadaća: informiranje, educiranje, zabava. Kako se u ovom slučaju izvještava o jednom ubojstvu, informiranje i eventualno educiranje (komentarima) ipak su primarni, dok bi element zabave trebao posve izostati.

Govorimo li o funkciji informiranja, već se iz opisa okolnosti i čina ubojstva može primijetiti kako u lokalnim novinama nije posvećena velika pozornost pokušaju rekonstrukcije događaja. Štoviše, u tekstu Zadarskog regionala objavljenom 20. 4. 2005., dakle punih mjesec dana nakon ubojstva, navodi se: "*Ubojstvo se dogodilo ispred zgrade na Putu Pudarica na predjelu Bili brig... nakon što je supruga izbola nožem...*", iako su do tada drugi mediji "usuglašeno" objavili da je, izvjesno, pokojnik uboden nožem u vlastitom stanu. S druge pak strane, u istom tjedniku nailazimo na iznimnu upućenost glede drugih detalja: "*Čula sam da je obitelj Magaš dobila više od tisuću telegrama sućuti iz svih krajeva svijeta...*" (29. 6. 2005.)

Bilo bi logično očekivati da novinari koji žive i neposredno izvještavaju iz mjesta u kojem se događaj zbio znaju više od drugih i kadri su prenijeti sveobuhvatne informacije. Kako objasniti zašto u ovom slučaju to nije tako?

Dok tekstovi nacionalnih dnevnih listova uglavnom slijede paradigmu informativnog pisanja, odgovarajući na osnovna pitanja (tko, što, kada, gdje, zašto), Zadarski list se usredotočuje na pokojnika i njegovu obitelj koristeći patos i za novinski diskurs neubičajen stil pisanja²⁶. Autor se u tjedniku Globus opredjeljuje za

²⁶ Podsjećamo na dijelove teksta objavljenog u Zadarskom listu 22. 3. 2005.: "brat u vjeri; nijema tuga; posljednji počinak; u naponu snage, slomljena zelena grana koja je još toliko plodova trebala donijeti; molitva Bogu 'da ga odvede u rajsku luku, nakon teškog i olujnog mora'; u miješanju tuge i nevjerice."

iscrpno izvještavanje, pa njegovi komentari ne moraju nužno utjecati na čitatelje, dok autorica u Zadarskom regionalu (21. 6. 2006.) obznanjuje sama koje su joj namjere: "... *pokušavamo*²⁷ *napraviti presjek profila jedne, za Zadar očito neponovljive žene-ubojice...*" Informiranje je očito ni ne zanima.

U diskriminacijskim diskursnim praksama, kako kaže Van Dijke²⁸, najčešće korišteni stilski postupci su: kontrastiranje (crno-bijeli prikaz suprotstavljenih aktera), uopćavanje, pretjerivanje, isticanje izuzetno negativnih stavova o jednim nasuprot iznimno pozitivnih o drugima.

Tekstovi objavljeni u Zadarskom regionalu pokazuju da to jest dominantan obrazac pristupa akterima o kojima se piše. S jedne strane nalazimo "*monstruma od žene*" (22. 3. 2005.), a na drugoj je Lucijan Magaš, koji je "*bio u svojoj sredini poznat kao vrijedan i uspješan čovjek*", koji je ubijen "*bez mogućnosti obrane, bez ikakve šanse napadnutog da se obrani*." (22. 3. 2005.) Budući da se iz više novinskih tekstova (*Jutarnji list, Večernji list, Vjesnik*), a pogotovo onog u Globusu saznaje da je ubojstvu prethodila žestoka svađa i fizički napad, nemoguće je, ukoliko objektivno izvještavamo, ustvrditi da Lucijan nije imao nikakvu šansu "*da se obrani*".

Patrijarhalna ideologija

Louis Althusser misli da je uspostavljanje subjekata bit ideologije - na svaki način ideologija se trudi fiksirati ga, ne vidjeti kao sjecište mnoštva različitih društvenih identiteta i mogućnosti. Ana Magaš u novinskim je tekstovima prvenstveno supruga i majka. Svi

²⁷ I opet korištenje prvog lica množine - tko čini to "mi"?

²⁸ Van Dijk, Teun A. (1997) *Discourse as Social Interaction*, SAGE Publications, London, str. 47.

novinari navode njezin kasni dolazak kući nakon provoda u diskusiju - neki posve neutralno (*Jutarnji list*), neki kao jednu od važnih činjenica koje pridonose osudi okrivljene ("*Susjedi kažu da su se supružnici često svadali zbog Aninin 'izvanbračnih izleta'*", *Vjesnik*, 21. 3. 2005.), a autorica tekstova u *Zadarskom regionalu* kao ključnu potvrdu predodređenosti da se postane ubojicom ("... *nakon pedigreia loše supruge i još lošije majke...*"). U našoj kulturi i civilizaciji strašno je (osim u ratu) kada jedno ljudsko biće ubije drugo, ali u ovom slučaju ostaje neobjašnjeno kako je moguće da jedan ubod nožem pretvori dotad nekažnjavanu osobu u "*ženu-ubojicu; ženu koja je jednostavno spremna ubiti*"²⁹ (*Zadarski regional*).

Negativna ocjena noćnih izlazaka udate žene i majke ili barem nerazumijevanje za takvo ponašanje mogu se otkriti u velikom broju tekstova svih medija, a, što je najvažnije, i u presudi Županijskog suda u Zadru³⁰. Darko Hudelist u tekstu u *Globusu*, unatoč podrobnom opisu, koji nedvosmisleno pokazuje da je Ana Magaš bila prvo grubo napadnuta, stalnim ponavljanjem sintagme *žena-ubojica* i povremenim korištenjem glagola *zaklati*³¹ odaje, nedvosmisleno, svoju osudu počiniteljice i nenalaženje razumijevanja za učinjeno.

²⁹ Zanimljivo je da i u svojem izuzetno iscrpnom tekstu u *Globusu* Darko Hudelist koristi višekratno sintagmu *žena-ubojica*, iako iz opisa proizlazi kako je ubod nožem predstavljao čin samoobrane.

³⁰ Dijelovi presude Županijskog suda u Zadru s komentarima Vrhovnog suda: "... nema nikakve sumnje da je pojavljivanjem s drugim muškarcem na javnom mjestu, na kojem se nalazi i njezin suprug, optuženica iskazala da oštećenika ne poštuje uopće ili makar u dovoljnoj mjeri, te ga je na taj način uvrijedila, odnosno napala njegovu čast i dostojanstvo ..." (list 11, alineja 3); "... provokacija... optuženice ne završava u disco-clubu. Ona je... svjesna da je uvrijedila oštećenika... kreće prema stanu u kojem stanuje zajedno s oštećenikom i zajedničkim djetetom...", zatim "... uporno lupa i zvoni htijući ući u stan...", iz čega sud pogrešno zaključuje kako je optuženica "... provocirala oštećenika, tražeći zapravo sukob..." (list 16, alineja 4 pobijane presude), <http://sudskapraksa.vsrh.hr/supra/SearchBrowsing.asp?View=&SortProperty=77&Sort=False&StartHits=1&UserDefinedHitsView=Normal&GodinaPredmeta=2005&NavigateToPage=11>, 20. 6. 2006.

³¹ Naime, glagol *zaklati* (koga, što) svrš. 1. presjeći grkljan, ubiti presijecanjem grkljana (uglavnom živinče) 2. ubiti (čovjeka) tim načinom (prema Anić, Vladimir, *Rječnik hrvatskoga jezika*, Novi Liber, Zagreb, 1991.), ne može se ni u kojem slučaju koristiti za radnju jednokratnog uboda nožem u leđa.

Ono što se iz drugih tekstova naslućuje (kako se ponaša dobra žena i roditeljica, a što joj je apsolutno zabranjeno), u Zadarskom regionalu je eksplicitno definirano:

"Gdje je bila te noći kada je došla kući i ubila muža? U noćnoj smjeni u Bagatu? Za strojem za tisuću jadrnica zarađuje svoj bijedan kruh? Nad krevetom bolesnog djeteta? Gdje je bila? U disco-klubu! ...Jer, da kažete da ste bili u noćnoj smjeni i da je šef cijelu noć urlao na vas... još bi se to i moglo uzeti kao olakotna okolnost. Ovako, frajerica se vratila iz disca, dijete spakovala djedu i baki, a muža otpravila ranije kući. Ostala je sama vani. Ili, ne baš sama - tako barem kažu svjedoci... Jer, koliko god tko šminkao životopis optužene, stvar je u ovom slučaju jasna, s novinarima ili bez njih - Ana Magaš uzela je nož i izbola muža!" (29. 6. 2005.)

U tekstu u *Jutarnjem listu* spominje se (kao neprovjereno), da bi u *Globusu* bilo potvrđeno, kako je čitav sukob započeo u disko-klubu Gotham kad su se nenadano susreli supružnici Magaš. Međutim, niti jedan novinar, a ni svjedoci, ne pomišljaju preispitati suprugove noćne izlaske niti nazvati njegov život raskalašenim. Obdukcijski nalaz, koji se navodi u *Globusu*, pokazao je, recimo, da je Lucijan Magaš te noći imao daleko više alkohola u krvi.

U kakvoj se sredini događa ubojstvo, zorno govori podatak koji nalazimo u tekstu u *Globusu*: *"Međutim, Ana je trebala udovoljiti trima uvjetima kako bi je Lucijan uopće pustio samu van (iskaz Ane Magaš sa sudskog procesa) - trebala ga je uvijek pitati za dozvolu, a on joj dati zeleno svjetlo, drugo - nije smjela trošiti mnogo novaca i treće ta njezina društva morala su biti isključivo ženska."*

Dok većina tekstova tek usputno spominje da je Ana Magaš bila vlasnica kozmetičkog salona (*Zadarski regional* u vrlo negativnom kontekstu), znači profesionalno aktivna i ekonomski neovisna, *Globus* jedini govori i o njezinoj obitelji (i to kao beznačajnoj u odnosu na Magaševe, što također ostaje

nerazjašnjenom tvrdnjom jer je Anin otac bio kapetan duge plovidbe³²). Uostalom, kako uopće nema neke potkrepe stalno ponavljanoj konstataciji novinskih tekstova da je obitelj Magaš "ugledna"³³, valja zaključiti da se u Hrvatskoj danas može staviti znak jednakosti između pojmova moćan i ugledan.³⁴

"Naime, od žene koja je udajom ušla u tako uglednu obitelj, u kojoj ju je suprug toliko volio i trpio njeno ponašanje, očekuje se da, ako ništa drugo, a ono barem vodi računa o djetetu." (*Zadarski regional*, 23. 3. 2005.)

Moć

Lokalne novine imaju, vjerojatno, osim pristajanja uz patrijarhalnu ideologiju, ipak i druge "valjane" razloge zbog kojih se odlučuju na crno-bijelo oslikavanje dviju strana u slučaju, te tako vidljivo odskaču stilom i sadržajem od tekstova u drugim medijima.

Naime, *Zadarski list* izdaje RTD d.o.o., a njihov je osnivač Tankerska plovidba³⁵, dok se za *Zadarski regional* (izdavač Media Zadar) navodi kao isključivi vlasnik Reno

³² "Obitelj Ane Magaš nije ni izbliza tako kompaktna i homogena, još manje visoko statusno pozicionirana...", *Globus*, 16. 9. 2005.

³³ Niti u jednom tekstu svih analiziranih novina ne nabraja se niti jedno dobročinstvo, akcija za opće dobro, društveni angažman, već se stalno ponavlja "ugledna obitelj Magaš", što puno govori o vremenu u kojem živimo.

³⁴ "Lucijan - nije bio bilo tko - bio je najmlađi strojarski inspektor u Hrvatskoj od veljače 2004. zaposlen u Tankerskoj plovidbi, bez premca najjačoj tvrtki u Zadarskoj županiji, pa i šire, zapravo jednoj od pet ili najviše deset najmoćnijih tvrtki u čitavoj Hrvatskoj (lanjski prihod TP-a iznosio je 225 milijuna dolara, a čista dobit 86 milijuna dolara)." D. Hudelist, *Globus*, 16. 9. 2005.

³⁵ Podaci iz Sudskog registra Trgovačkih društava u RH, <https://sudreg.pravosudje.hr/SUDREG3/SudregController?subMbs=060147156&act=predpos>, 15. 6. 2006.

Sinovčić³⁶, o čijoj se povezanosti s Josom Magašem pisalo davno prije ubojstva Lucijana Magaša.³⁷

Izvjesno je, dakle, da su lokalni mediji izravno (*Zadarski list*) ili neizravno (*Zadarski regional*), svojom vlasničkom strukturom vezani uz obitelj Magaš, odnosno *patera familiasa* (kako ga naziva autor u *Globusu*) Josu.

Unatoč umirovljenju, on je očito u lokalnoj sredini još uvijek vrlo moćan, dok se u nacionalnim medijima njegov utjecaj više toliko ne osjeća, iako niti jedan tekst ne propušta spomenuti njega i njegovu donedavnu funkciju predsjednika Uprave Tankerske plovidbe.

Zaključak

Posebnost komunikacije u medijima činjenica je da se poruke kreiraju za odsutne čitateljice, slušateljice ili gledateljice. Moć producenata očituje se u tome što

³⁶ Podaci iz Sudskog registra Trgovačkih društava u RH,

<https://sudreg.pravosudje.hr/SUDREG3/SudregController?subMbs=060171428&act=osn>, 15.6.2006.

³⁷ Između ostalog, u Slobodnoj Dalmaciji je 16. 1. 2004. na 3. stranici objavljen sljedeći tekst: "RENO SINOVIĆ NAJAVIO DA POSTAJE ZADARSKI MEDIJSKI MAGNAT"

Biznismen koji kupuje medije iz ljubavi

ZADAR - Predstavljen kao poznati zadarski biznismen, Reno Sinovčić je u najnovijem broju tjednika *Zadarski regional* najavio kupnju dnevnika *Zadarski list* najkasnije do 1. travnja ove godine te osnivanje tzv. medijske korporacije. Naime, nakon objedinjavanja *Zadarskog lista* i *Zadarskog regionala*, čije je vlasništvo prvi put javno priznao, Sinovčić namjerava otkupiti dio dionica lokalne televizije i nekog lokalnog radija, kao što su *Novi radio Zadar*, *Davora Pekote* i *Donat FM Olivera Jovića*... Joso Magaš je inače prije nekoliko godina javno potvrdio svoju bliskost s Renom Sinovčićem, kazavši da su prijatelji još iz *Domovinskog rata*, što je i Sinovčić također znao često javno isticati."

će uključiti, a što izostaviti, kako će nekoga ili nešto predstaviti. Svaki tekst je montaža i stoga ujedno interpretacija svijeta.

Za razliku od često vrlo suptilnih visoko profesionalnih tekstova u kojima se vješto pokušava vlastito viđenje svijeta nametnuti kao jedino istinosno konzumentima medijskih tekstova, u slučaju *Zadarskog regionala* nalazimo primjer očigledna iskrivljavanja činjenica, nespominjanja bitnih podataka, pozivanja na mržnju (gotovo linč) jedne sudionice. Prezentirana patrijarhalna slika svijeta ne dopušta mogućnost pomišljanja da bi mlada žena (27 godina) mogla biti dobra supruga i majka iako želi (i to čini) ponekad plesati u disku, ne dopušta pomisao kako bi mogla imati pravo izlaziti sama, a kamoli ne nudi mogućnost razumijevanja problema nasilja u obitelji u kojem katkad žrtva postaje zločinac.

Pokušale smo predočiti kako (i zašto tako) interpretacija ubojstva koje je počinila Ana Magaš izgleda u lokalnom tisku, prvenstveno Zadarskom regionalu, u odnosu na nacionalne novine. U nekom drugom radu bavit ćemo se važnim pitanjem koje ovdje zaobilazimo - zašto žene često bespogovorno pristaju uz rigidnu patrijarhalnu ideologiju i postaju najoštrije u osuđivanju žena koje čine otklone - a sada smo htjele pokazati koliku moć imaju vlasnici medija i koliko je važno biti medijski pismen, te razumjeti uvjete produkcije kako bi se otklonila mogućnost manipulacije i podlijevanja mehanizmima hegemonijske proizvodnje pristanka³⁸.

³⁸ Hall, Stuart. "Encoding/Decoding" u Durham, M.G. i Kellner, D.M. *Media and Cultural Studies*, Blackwell Publishers, 2001., str. 174.

Bibliografija

Chimombo, P.F. Moira i Roseberry, L. Robert (1998) *The Power of Discourse*, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, New Jersey, London.

Fairclough, Norman (1989) *Language and Power*. Longman, London and New York.

Hall, Stuart. "Encoding/Decoding" u: Meenakshi, Gigi Durkham i Kellner, Douglas (2001) *Media and Cultural Studies*. Blackwell Publishers Ltd.

Ilišin, Vlasta (1998) "Demokratska tranzicija u Hrvatskoj", Sociologija sela, god. 36., br. 1/4 (139/142), Zagreb, siječanj-prosinac.

Kellner, M. Douglas and Durkham, Gigi Meenakshi (2001) *Media and Cultural Studies*. Blackwell Publishers Ltd.

Korni, Danijel (1999) *Etika informisanja*. Multimedia, Beograd.

Van Dijk, Teun (1997) *Discourse as Social Interaction*. SAGE Publications, London.

Vilović, Gordana (2004) *Etički prijepori u Globusu i Nacionalu 1999-2001*. Fakultet političkih znanosti, Zagreb.

Novinski tekstovi:

D. M., "Tisuće Zadrana na posljednjem ispraćaju Lucijana Magaša", Zadarski list, 22.3.2005.

Filipi, S., "Supruga osumnjičena da je nožem ubila muža", Večernji list, 20. ožujka 2005.

F.V., "Priznala krivnju za ubojstvo supruga!", Zadarski regional, 6. srpnja 2005.

Fuzul, V., "Popunjenost zatvora u Zadru 150%", Zadarski regional, 28. prosinca 2005.

Gugić, S., "Nakon provoda nožem ubola i usmrtila muža", Jutarnji list, 20. ožujka 2005.

Hudelist, Darko, "Zadarski zločin iz strasti", GLOBUS, 16. rujna 2005.

L. N., "Ana Magaš bračnu svađu okončala ubojstvom supruga Lucijana", Narodni list, 21. ožujka 2006.

Perić, L., "Ubojica supruga brani se šutnjom", Zadarski list, 21. ožujka 2005.

Veršić, M., "Nožem ubila supruga", Vjesnik večernje izdanje, 21.3.2005.

Veršić, M., "Osumnjičenoj za ubojstvo supruga određen pritvor", Vjesnik, 22.3.2005.

Vlakić, M., "Brutalno suprugovo ubojstvo - vrhunac raskalašenog života Ane Magaš", Zadarski regional, 23. ožujka 2005.

Vlakić, M., "Ani Magaš pritvor produljen dva mjeseca", Zadarski regional, 20. travnja 2005.

Vlakić, M., "Ana Magaš salonom za uljepšavanje upravlja iz zatvora", Zadarski regional, 19. svibnja 2005.

Vlakić, M., "27. lipnja suđenje Ani Magaš", Zadarski regional, 15. lipnja 2005.

Vlakić, M., "Žena ubojica sjedi na optuženičkoj klupi", Zadarski regional, 21. lipnja 2005.

Vlakić, M., "Disco krepost Ane Magaš", Zadarski regional, 29. lipnja 2005.

Vlakić, M., "Ani Magaš sudit će Milan Pećina", Zadarski regional, 1. ožujka 2006.

O AUTORICAMA I AUTORIMA

Adla ISANOVIĆ magistrirala je iz oblasti novih medija na Haute ecole d'arts appliqués u Ženevi. Također, magistrirala je i na interdisciplinarnom postdiplomskom studiju "Critical, Curatorial, Cybermedia" na Ecole supérieure des beaux arts, Ženeva, Švicarska (2005). Radi na vođenju i implementaciji istraživačkih projekata Mediacentra Sarajevo, Bosna i Hercegovina. Tokom 2006/2007. gostujuća je predavačica na Internacionalnom univerzitetu u Sarajevu.

Bobi BADAREVSKI je diplomirani profesor historije filozofije. Studije je završio na Institutu za filozofiju Univerziteta sveti Kiril i Metodij, Skoplje. Sarađuje sa brojnim institucijama u oblastima rodne jednakosti i ljudskih prava. Član je Istraživačkog centra za rodne studije u Skoplju i Uredničkog odbora časopisa *Identities: Journal for Politics, Gender and Culture*. Njegovi su trenutni istraživački interesi i tekstovi iz sljedećih oblasti: trgovina ženama u kontekstu rodne perspektive, rodna metodologija i epistemologija, semiotika i kritička analiza diskursa, informacijsko-komunikacijske tehnologije (IKT), rodne razlike i filozofija uma. Urednik je zbornika *Rodova perspektiva na trgovijata so lugje* (2004).

Danijela MAJSTOROVIĆ je 2000. godine završila studije engleskog jezika i književnosti na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Banjaluci, a 2003. magistrirala je medijske studije i dokumentarnu produkciju na Ohio University u SAD-u. U maju 2006. godine završila je pisanje doktorske disertacije na temu "Analiza diskursa Kancelarije visokog predstavnika (OHR-a) u Bosni i Hercegovini - engleski tekst i lokalni kontekst", koju uskoro brani. Bavi se istraživanjem masovnog komuniciranja, kulturološkim i ženskim studijama, kritičkom analizom diskursa i socijalnim dokumentarnim filmom. Radi na Filozofskom fakultetu u Banjaluci na Odsjeku za engleski jezik i književnost kao viša asistentkinja i predaje na Fakultetu za poslovni

inženjering i menadžment u Banjaluci. Objavila je brojne članke u naučnim časopisima i autorica je dva dokumentarca o položaju žena u Bosni i Hercegovini.

Ilda LONDO radi kao koordinatorica istraživanja na Albanskom medijskom institutu u Tirani u Albaniji. U svom radu prvenstveno se bavi raznim regionalnim istraživačkim projektima o medijima i društvu, kao što su: istraživanja o medijskom vlasništvu i koncentraciji, medijsko praćenje etničkih manjina, istraživanja medijske slike, trendovi u razvoju radio-televizije, samoregulacija i etička pitanja, pregledi medijskih zakona i njihovo provođenje itd.

Ivana KRONJA, teoretičarka medija i filma iz Beograda, Srbija. Trenutno predaje filmsku i medijsku estetiku na Višoj školi likovnih i primenjenih umetnosti u Beogradu i doktorantica je na filmskim studijama Univerziteta umetnosti u Beogradu. Kao istraživačica na Institutu za pozorište, film, radio i TV provela je istraživanje (1995-1998) na temu turbo-folk muzike u Srbiji u 90-im. Sa uspjehom je završila jednogodišnji postdiplomski program u Centru za ženske studije u Beogradu 1999/2000. godine. U toku 2002-2003. godine boravila je na Linacre College, University of Oxford, Velika Britanija (Chavening scholarship programme). Kronja je autorica socio-kulturološke studije *Smrtonosni sjaj: masovna psihologija i estetika turbo-folka* (2001) i kourednica zbornika *Eksperimentalni film i alternativna opredeljenja* (2002). Objavila je preko 30 radova u oblasti kulturoloških, medijskih i filmskih studija i učestvovala je na brojnim internacionalnim konferencijama i seminarima u zemlji i inozemstvu.

Dr. Nirman MORANJAK-BAMBURAC (1954-2007), bila je redovna profesorica na Filozofskom fakultetu i Akademiji scenskih umjetnosti Univerziteta u Sarajevu. Predavala je književnu teoriju i kritiku, te naratologiju na Odsjeku za komparativnu književnost Filozofskog fakulteta, a teoriju glume i režije na Akademiji scenskih

umjetnosti. Bila je jedna od osnivačica i profesorica na tek pokrenutom M.A. programu Rodnih studija u Sarajevu.

Objavila je knjige: *Metatekst* (1991); *Retorika tekstualnosti* (2003); *Izazovi feminizma* (2004) (u koautorstvu sa J. Babić-Avdispahić, J. Bakšić-Muftić i M. Katnić-Bakaršić); uredila je zbornik *Bosnien-Herzegovina: Interkultureller synkretismus* (2001), za koji je ujedno napisala uvodni tekst i priredila bibliografiju. U bosanskohercegovačkim, hrvatskim, njemačkim, holandskim i mađarskim časopisima objavila je oko 60 studija i članaka.

Dr. Madeleine DANOVA predaje na Odsjeku za anglistiku i američke studije na Univerzitetu "St. Kliment Ohridski", Sofija, Bugarska. Direktorica je M.A. programa *Literature and Border Studies* i kodirektorica M.A. programa *American and Transatlantic Studies* na Center for Intercultural Communication and Mediation. Članica je Savjetodavnog odbora Centra za rodne studije Univerziteta u Sofiji još od njegova osnivanja. Između ostalih publikacija objavila je i zbornik tekstova o britanskim i američkim masovnim medijima (2000), tekstove o nacionalnim, etničkim i rodnim identitetima u posttotalitarnim društvima, kao i o globalizaciji, informatičkom društvu i književnosti. Radila je i na BBC-ju *English programme* u bugarskoj sekciji svjetske službe BBC-ja i predavala i na drugim univerzitetima uključujući i SUNY, Albany, SAD.

Mima SIMIĆ je književnica, ulična i akademska aktivistica, filmska i kulturalna kritičarka, prevoditeljica, liderica *underground* benda *Drvena Marija*. Magistrirala je na Odsjeku za rodne studije na CEU-u u Budimpešti, prethodno se obrazovavši na području komparativne književnosti i engleskog jezika u Zagrebu. Radove vezane uz polje kulturalne, feminističke i rodne teorije objavljivala je u *Trećoj*, *Quorumu*, *Zarezu*, *Hrvatskom filmskom ljetopisu*, *Aktu*, *K.-u* i *Feralu*, no ništa manje nije prisutna ni na književnoj sceni. Autorica je knjige *Pustolovina Glorije Scott* (2005).

Sanja SARNAVKA, profesorica komparativne književnosti i jugoslavenskih jezika i književnosti, na različite je načine vezana uz medije u svom profesionalnom životu: povremeno piše za dnevne novine, članica je Redakcije i novinarka filmskog magazina *Hollywood*, urednica i voditeljica radioemisije *Mjesečnica* na Obiteljskom, a potom na Zagrebačkom radiju, no najintenzivnije kao koordinatorica programa Žene i mediji Grupe za ženska ljudska prava B.a.B.e. U Centru za ženske studije pet je godina vodila kolegij o medijima *Iskrivljeni odrazi*. Zamislila je, organizirala i/ili učestvovala u više istraživanja na nacionalnoj i međunarodnoj razini - prisutnost žena u dnevnim novinama, slika "žene" u medijima i reklamama, Global Media Monitoring Project, slika "žene" u udžbenicima za hrvatski jezik.

Autorica je tekstova i knjiga o prikazu žena u medijima - naprimjer: Sarnavka, Sanja, "Proizvođači zrcala", u: Barada, V.; Jelavić, Ž. *Uostalom, diskriminaciju treba dokinuti*, (2004); *Put do vlastitog pogleda - kako čitati, slušati, gledati i razumjeti medijske tekstove i medijsku kulturu* (2006), predavačica je i voditeljica radionica (San Francisco, Bangkok, Dubrovnik, Sarajevo, Zagreb, Guadalajara...). Producentica je četiri dokumentarna filma (*Iskrivljeni odrazi*, 2002; *Projekt: balerina i astronauti*, 2005; *Muškarčine i muškarače*, 2006; *Posao snova*, 2006), više socijalnih spotova i tri muzička spota.

Suzana KUNAC je sociologinja, istraživačica i aktivistkinja Grupe za ženska ljudska prava B.a.B.e. Njena područja interesa su mediji i politička komunikacija, razvoj civilnog društva, dobro upravljanje i korupcija, kojima pristupa iz feminističke perspektive. Diplomirala je sociologiju na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu, magistrirala je "Društveni razvoj i planiranje" na University College of London, Development Planning Unit, te je studentica prijelaznog doktorskog studija "Komparativne politike" na Fakultetu političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu. Do sada je objavila više relevantnih znanstvenih radova: Kunac, S.; Sarnavka, S. (2006) *Nevinost bez zaštite: ženska percepcija medijskog sadržaja*; Lalić, D.; Kunac, S. (2005)

Spotovi i glasovi: Komparacija televizijskog oglašavanja političkih stranaka u kampanjama 2003. i 1995; Podumljak, M.; Kunac, S. (2005) *Tajni procesi javne nabave u Gradu Zagrebu;* Tomić-Koludrović, I.; Kunac, S. (2000) *Rizici modernizacije: žene u Hrvatskoj 90-ih;* "Pakiranje vlasti", u: Vrcan, S., Buklijaš, B., Lalić, D., Kunac, S., Bulat, N., Štelov, D. U: Lalić, D. (ur.) *Pakiranje vlasti* (1999).

Dr. Tarik JUSIĆ novinarstvo je diplomirao na Fakultetu političkih nauka, Univerzitet u Sarajevu, magistrirao je političke nauke na Central European University (CEU) u Budimpešti, a doktorirao na Institutu za medije i komunikacijske nauke Univerziteta u Beču. Radi kao programski direktor Mediacentra Sarajevo, gdje se bavi razvojem programa i usluga centra, te izvođenjem i supervizijom istraživačkih projekata, a angažiran je i kao konsultant i predavač za odnose s javnošću i strateško komuniciranje.

Povremeno gostuje kao predavač i na fakultetima u Bosni i Hercegovini. Član je Redakcije online magazina *Puls demokratije* (www.pulsdemokratije.net), gdje uređuje rubriku o medijima. Autor je više istraživačkih izvještaja i tekstova o razvoju medija u Bosni i Hercegovini.

Dr. Vladimir TURJAČANIN 1997. godine završio je studije psihologije na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Beogradu, gdje je, 2004. godine, na Katedri za Socijalnu psihologiju magistrirao na temu *Nacionalni stavovi mladih bošnjačke i srpske nacionalnosti u Bosni i Hercegovini*. Godine 2005. doktorirao je na Filozofskom fakultetu u Banjaluci na temu *Socijalno-psihološki i demografski korelati etničkih odnosa mladih nakon rata*. Bavi se istraživanjem iz oblasti socijalne psihologije, a posebno psihologijom etničkih odnosa na Balkanu. Radi kao docent na Odsjeku za psihologiju Filozofskog fakulteta u Banjaluci, gdje predaje Socijalnu psihologiju II i Statistiku u psihologiji. Objavio je niz članaka u domaćim i međunarodnim naučnim časopisima, kao i niz udžbenika i monografija.

O MEDIACENTRU SARAJEVO

Mediacentar je osnovan 1995. godine u Sarajevu, Bosna i Hercegovina. Osnivač Mediцентра je Fond otvoreno društvo BiH, a od 2000. godine centar je registriran kao zasebna edukativno-istraživačka institucija u vlasništvu Fonda otvoreno društvo BiH.

Mediacentar je prvobitno zamišljen kao edukativni centar za podršku razvoju nezavisnog i profesionalnog novinarstva u Bosni i Hercegovini, ali je vremenom svoje aktivnosti proširio na TV-produkciju, trening i konsalting iz oblasti odnosa s javnošću, izdavaštvo, istraživanja u oblasti medija, te organiziranje različitih kulturnih događaja. Sastavni dio Centra čine biblioteka sa literaturom o masovnim medijima, te arhiv štampanih medija sa prostora Bosne i Hercegovine i bivše Jugoslavije.

U okviru digitalne arhive Centra (www.idoconline.info) razvili smo online bazu novinskih tekstova, zakona i statističkih podataka o Bosni i Hercegovini i regionu. Također, u saradnji sa partnerima iz regije razvili smo i edukativni web-portal za podršku profesionalnom novinarstvu u jugoistočnoj Evropi Net Novinar (www.netnovinar.org).

Mediacentar Sarajevo izdavač je i Sarajevskih svjetski, regionalnog časopisa za kulturu i književnost.

Više o Mediacentru Sarajevo možete saznati na www.media.ba.