

Medijski narativi o ženama u Bosni i Hercegovini

IRENA PRASKAČ-SALČIN¹

*Univerzitet u Sarajevu / University of Sarajevo, Fakultet političkih nauka /
Faculty of Political Sciences, Bosna i Hercegovina*

Sažetak: Medijski sadržaji neposredno su povezani s konstruisanjem i reprodukcijom različitih kulturnih identiteta. Tekst analizira na koji način i u kojoj su mjeri žene zastupljene u bosanskohercegovačkim medijskim sadržajima. Na odabranom uzorku medijskih formata kvalitativnom analizom sadržaja, kao i kvantitativnim podacima istraživanje cilj je pokazati da li se u bosanskohercegovačkim medijima, putem različitih medijskih formi, politika i narativa, etabliraju i učvršćuju već postojeće društvene konstrukcije rodni različitosti i akcentiraju stereotipne reprezentacije žena. Analiza medijskih, tematskih sadržaja posvećenih ženama jasno pokazuje medijski kreirane predstave o ženama i dominantnu politiku medijskog predstavljanja te proizvode značenja unutar jedne društvene zajednice. Zaokret od takve vrste medijskih narativa predstavlja postmoderna dekonstrukcija postojećih shvatanja rodni različitosti koja su, bez obzira na savremene postfeminističke analize drugih rodni problematika, i dalje prisutna u mnogim društvenim i medijskim okruženjima.

Ključne riječi: mediji, žene, rod, stereotipi, rodna nejednakost

Abstract: Media content is directly related to the construction and reproduction of different cultural identities. The text analyses how and to what extent women are represented in media content in Bosnia and Herzegovina. Based on a selected sample of media formats, qualitative content analysis and quantitative data, the research aims to show whether the media in Bosnia and Herzegovina establish and strengthen existing social constructs of gender differences and accentuate stereotypical representations of

¹ E-mail: irena.praskac@fpn.unsa.ba

women through different media formats, policies and narratives. Analysing the media, thematic content dedicated to women clearly shows media-created representations of women and the dominant policy of media representation and production of meaning in the social community. The point of turning away from this kind of media narratives is represented by the postmodern deconstruction of existing understandings of gender diversity, which, regardless of contemporary post-feminist analyses of other gender issues, are still present in many social and media environments.

Keywords: media, women, gender, stereotypes, gender inequality.

Spol, rod i medijska re/prezentacija nejednakosti

Savremeni društveni ambijent okružuje nas svakovrsnim vidovima posrednika, tj. medija čijim smo utjecajima izloženi. Njihove primarne funkcije, kao i funkcije novinarstva su da određena društvena dešavanja i stanja učine javnim, upozoravaju, prepoznaju potrebe i interese, postavljaju teme na dnevni red, budu nosioci kritike i kontrole, zabave, obrazovanja, socijalizacije i integracije. Na njihove primarne uloge i funkcije utječe mnogo faktora, koje možemo grupirati u dvije sfere: medijsku i društvenu. Na odabir sadržaja čiji će reprezentanti biti utječu medijski ili unutrašnji faktori, u koje ubrajamo samu prirodu medija, odnosno medijski format koji ih određuje prema načinu i vrsti obrade i distribucije programa, normativne okvire u okviru kojih djeluju i različite oblike regulacije, uredničku politiku te etičku/deontološku dimenziju novinarstva. Vanjski faktori koji utječu na medijske re/prezentacije su mnogobrojni i raznovrsniji te pripadaju dijapazonu od historijskih, socijalnih, kulturnih, tradicijskih, običajnih, ideoloških, pravnih, političkih, konkurentnih utjecaja, kao i utjecaja različitih pojedinaca i grupa, vlada, radnika, sindikata, oglašivača itd. Jedna od značajnijih medijskih uloga je i ona koja se odnosi na njihovu funkciju podsvjesnog razvijanja i učenja o identitetu te promocije određenih ideja o kulturnom identitetu. Na način na koji produciraju medijske narative o različitim identitetima utječu spomenuti unutrašnji/medijski i vanjski/društveni faktori. Mediji nisu samo re/prezenti određenih različitosti i mnogostrukih identiteta, već su neposredno povezani s njihovim konstruisanjem, koje se, bez obzira na specifični društveni kontekst u kojem egzistiraju i iz kojeg potječu, i kulturne, jezičke te mnoge druge razlike, univerzalno prihvata. Medijsko konstruisanje i re/prezentacija identiteta kao istovjetnosti, odnosno načina kako ljudi razumiju sebe, uklanjanja razlika, izvjesni je vid

pojednostavljena društvene raznolikosti. Milivojević (2004) pojašnjava kako se u vrlo raznolikom društvenom okruženju mediji susreću s mnogo različitosti i da je njihova opća simplifikacija rezultat prepoznavanja općeg proizvedeći kolektivni osjećaj zajedništva i razumijevanja svijeta. U tome ne bi bilo ničeg lošeg da povijest socioloških i feminističkih studija ne svjedoči o dominantnim percepcijama o rodnom identitetu kreiranom u mnogostrukim društvenim procesima koji je uvijek ishodio stereotipizacijom, marginalizacijom i diskriminacijom mjesta i uloge žene u društvu, gotovo tradicijom isključenja. Povijesne hegemonističke prakse u kojima su dominantne patrijarhalne grupe odražavale moć nad društvenim institucijama isključivale su bilo koju vrstu mišljenja do „muškog“, kojem se pridavao epitet univerzalnosti i proste prirodности stanja, a koji bi bio prilika iskazivanja ženskih interesa. Te prakse utoliko više bile su uspješne stvaranjem uvjeta ekonomske ovisnosti žena i ograničavanjem prava na obrazovanje. Kritiku ovakvog povijesnog društvenog poretka, tj. patrijarhata i uloge medija u procesima re/prezentacije, kreiranja i učvršćivanja rodni narativa, kao skupa učenja, afirmacije i pokreta, utjelovio je feminizam na putu ravnopravnosti žena. Feministički pristupi ovoj društvenoj, rodnoj nejednakosti u medijskim narativima značajno su se počeli razvijati s pojavom i razvojem najrazličitijih medijskih formata i njihovo uključivanje u medijske/komunikacijske, teorijske studije bilo je različito. Liberalni feminizam pitanja nejednakosti promatrao je u užem društvenom kontekstu diskriminacije žena u različitim društvenim strukturama, u konačnici i u medijima. Radikalni feminizam promatra pitanja društvene nejednakosti žena u širem kontekstu eksploatacije žena od muškaraca, u okviru koje je muško nasilje i objektivizacija žena glavni uzrok njihove podređenosti. Eksploatacija podrazumijeva žensku ulogu u domaćinstvu, pretvaranje ženskih tijela u seksualne objekte ili nametanje ideala atraktivnosti i ljepote uz pomoć medija, mode ili reklamne industrije, čija je svrha i cilj učiniti muški svijet i život ugodnijim, ljepšim i zabavnijim. Oba pravca na tragu su feminističke kritike medija.

Prema Giddensu (2009) *spol* podrazumijeva anatomske, fizičke i fiziološke razlike koje definišu muško i žensko tijelo, dok *rod* definišu psihološke, socijalne i kulturološke razlike između muškarca i žene. Rod je povezan s društveno konstruisanim pojmovima o muškosti i ženstvenosti. Giddens tvrdi da je razlika između spola i roda fundamentalna jer mnoge razlike između muškaraca i žena nisu samo biološkog porijekla. Autor tvrdi da porijeklo rodni razlika treba tražiti u proučavanju rodne socijalizacije – učenja o rodu uz pomoć porodice ili medija. Dakle, rodne razlike nisu

biološki determinisane, već kulturno proizvedene, tj. rodne nejednakosti rezultat su različitog učenja o identitetu, koje se odvija, između ostalog, i uz pomoć medija. Iako su rodni identiteti rezultat društvenih utjecaja, Giddens primjećuje da ljudi ipak nisu samo pasivni primaoci te vrste „rodnog programiranja“, već aktivni sudionici u kreiranju svojih uloga. Vodeći se idejom da rodni identitet nije determinisan biološkim razlikama, iako u mnogim društvima postoji, takvo uvriježeno mišljenje, koje shodno tome oblikuje i izvjesno ponašanje, zagovara stajalište Judith Butler (Butler, 1990, citirano u: Giddens, 2009) da onda ljudi imaju neograničeno mnogo slobode u odabiru načina na koji će se ophoditi prema spolu i mogućnosti da se odupru dominantnim, hegemonističkim oblicima shvatanja rodnog identiteta. Giddens tvrdi da kulturni i medijski proizvodi tradicionalnih stavova prema rodu i rodnoj nejednakosti imaju porijeklo u ukorijenjenim društvenim procesima seksizma, patrijarhata i kapitalizma. Rodni odnosi u medijskim prezentacijama, kao i u društvenom ambijentu nisu statični, već podložni različitim promjenama. Tako možemo primijetiti izvjesne promjene koje su individue, na neki način povezane sličnim ili gotovo istim stilovima, modelima ili načinima života, doživljavale kroz povijest u različitim medijskim narativima. Giddens tvrdi da su medijske prezentacije gotovo uvijek obilovale tradicionalnim stereotipima o rodnim ulogama prikaza žene u formatu domaćice, majke, seksualnog objekta želje, a nešto manje u profesionalnim ulogama i aktivnostima koje tipski približno odgovaraju ovim ženskim tradicionalnim dimenzijama (sekretarice, socijalne radnice, medicinske sestre itd.), najčešće u revijalnim programskim segmentima. Kako zaključuje, kada je riječ o održivosti rodnih nejednakosti, kao razlikama u statusu, moći i prestižu koji uživaju žene i muškarci u različitim kontekstima, u smislu nestalnosti, ove predstave doživjele su poslije sedamdesetih i osamdesetih godina prošlog vijeka izvjesne modifikacije. Lik i uloga žene u medijskim konstrukcijama, naročito filmskim, poprimili su obrise otjelovljenja žena kao hrabrih, jakih i nezavisnih individua (Glascok, 2001; Meyers, 1999; citirano u: Giddens, 2009). U tom u određenoj mjeri suprotnom tradicionalnom konceptu uniženja rodnog identiteta medijski su konstruisani ideali ljepote, mladosti i privlačnosti jer su glavne filmske heroine gotovo po pravilu bile hrabre, moćne i nezavisne žene, uvijek mlade, lijepe i privlačne. Medijski efekti takvih konotativnih i denotativnih poruka obično su proizvodili revolt, nemoć i neprekidnu borbu dosezanja tih ideala. Tri formata povijesne retrospekcije medijskih konstrukcija i narativa o rodnom identitetu projicirana su u izgradnji nejednakosti, ignorisanju ili neprimjerenom predstavljanju, a kako naglašava Milivojević (2004) dominantne politike

predstavljanja nastaju kada više različitih medija uključuju i reprezentuju gotovo identične sadržaje jednakih narativa, čime se rodne nejednakosti i stereotipi umnožavaju i pojačavaju. Paisley i Batler su ponudile numeričku skalu kako se žene načinom prikazivanja limitiraju na izvjesne uloge i odnose. Prema njima, moguće je razlikovati pet vrsta prikazivanja žena u medijima:

- u prvoj, nazvanoj „ponizi je“, žena izgleda kao ponižena, uciviljena žrtva ili seksualni objekt, i ovi sadržaji su uobičajeni u muškim časopisima
- druga, „zadrži je tamo gdje joj je mjesto“, koristi tradicije prikazivanja žena u isključivo tipičnim, ženskim ulogama majki i domaćica, i koje se muče u svakoj drugoj profesionalnoj ulozi
- „daj joj dva mjesta“ treći je tip prikazivanja u okviru kojeg žene mogu obavljati profesionalne aktivnosti sve dok njihova iskonska uloga majke i domaćice nije zanemarena i zapostavljena
- četvrta, „ona je potpuno jednaka“, predstavlja potpuno rijedak medijski prikaz u kojem se žene percipiraju kroz svoja profesionalna svojstva bez podsjećanja na njihove tradicijske uloge
- peti način je potpuno nestereotipno prikazivanje u kojem se muškarci i žene ističu svojim ličnim kvalitetima bez obzira na to da li su pripadnici određenog rodnog identiteta. Ujedno, uz ovaj vid prikazivanja nužno je naglašeno da je uvršten zato što ga skala nalaže, ali ne i zato što se pronalazi u medijima (Paisley, Batler, 1999/2000; citirano u: Milivojević, 2004).

Metodološki okvir istraživanja

Istraživanja rodne ravnopravnosti u medijima uključuju različite diskurse područja problematiziranja. U većini slučajeva ona se odnose na analize kvalitativne i kvantitativne zastupljenosti žena i tema posvećenih ženama u medijskom prostoru, kao i načina njihovog predstavljanja u različitim medijskim formatima, zastupljenosti žena u medijskim strukturama u vidu zaposlenica ili izvršiteljica rukovodećih funkcija, eksploatisanja lika i tijela žene u reklamnoj ili filmskoj industriji, te medijske jezičke neprimjerenosti. Kompletan metodološki pristup analizi dao bi sveobuhvatno relevantniju medijsku sliku položaja žene u bosanskohercegovačkom društvu, no zbog ograničenosti prostora predmetno istraživanje fokusirat će se na

jedan isječak kvantitativno i kvalitativno analiziranih medijskih sadržaja uzorkovanih medijskih formata koji bi u segmentiranom smislu trebali prepoznati i identificirati dominantne medijske narative o ženama u Bosni i Hercegovini danas. Područje znanstvene analize zauzima komunikološki i sociološki aspekt. Predmet analize su uzorkovani medijski formati printanih i *online* medija u Bosni i Hercegovini i njihovi tematski sadržaji posvećeni ženama, medijski kreirane re/prezentacije o rodnim identitetima, te dominantna politika medijskog predstavljanja koja proizvodi značenja unutar društvene zajednice.

Analiza je uključila sadržaje triju bosanskohercegovačkih *online* portala: www.klix.ba, www.banjaluka.com i www.hercegovina.info te format printanih medija, dnevnih listova na teritoriji Bosne i Hercegovine: *Dnevni avaz*, *Nezavisne novine* i *Dnevni list*. Jedan od kriterija odabira navedenih medija odnosio se na teritorijalnu usmjerenost specifičnih formata u kontekstu bosanskohercegovačkog medijski razdijeljenog prostora u odnosu na etničke preferencije. Naime, istraživanje je pretpostavilo kreiranje različitih medijskih agendi i postavljanje dnevnog reda u odnosu na teritorijalni kontekst u namjeri da identificira dominantne medijske narative na cjelokupnom prostoru Bosne i Hercegovine. Odabir *online* portala zavisio je i od dostupnih podataka njihove posjećenosti i čitanosti. Portal www.klix.ba deklariran je kao jedan od najstarijih internetskih informativnih medija u Bosni i Hercegovini, prvobitno formiran 2000. godine kao *sarajevo-x.com*, a od 2012. godine *klix.ba*. Prema dostupnim podacima (Klix.ba, 2023), portal bilježi 550 hiljada korisnika, a prema DotMetricsu 15 miliona posjeta i 68 miliona učitavanja. Danas ravnopravno uključuje najznačajnije vijesti i informacije iz cijele Bosne i Hercegovine objavljene u 10 rubrika. U prosjeku dnevno objavi oko 150 vijesti i informacija. Istraživanje je obuhvatilo period od 23 dana, od 15. septembra do 15. oktobra 2022. godine. Portal www.banjaluka.com deklarira se kao najstariji bosanskohercegovački i banjalučki portal koji je pokrenut 1996. godine. S malim prekidima djelovao je do 2011. godine, a kasnije u kontinuitetu. U dijapazonu informativnog pokrivanja prioritetno izvještava s područja Banje Luke (Banjaluka.com, 2023). Jedan je od portala koji pripada većinskom procentu mapiranih portala u Republici Srpskoj koji djeluju u Banjoj Luci prema studiji Mapiranje medijskih web portala u Bosni i Hercegovini (Osmančević, 2021). Analiza sadržaja ovog portala trajala je 30 dana, od 15. septembra do 15. oktobra 2022. godine. Portal www.hercegovina.info osnovan je 2009. godine u Mostaru i deklarira se kao portal koji je „konstantno pri vrhu čitanosti kod Hrvata

u BiH i dijaspori“ (Hercegovina.info, 2023). U toku prvog mjeseca 2019. godine, prema mjerenjima Google Analyticsa, bilježi više od 329 hiljada čitatelja i skoro 2 miliona isporučenih stranica, a u 2023. godini preko 900 hiljada jedinstvenih korisnika i 5 miliona pregleda stranice (Hercegovina.info, 2023). Sadržaj ovog portala analiziran je 29 dana, od 15. septembra do 15. oktobra 2022. godine. Odabrani portali također su izdvojeni i u kontekstu specijaliziranih *online* medijskih formi koje nisu izvedene forme štampe, radija ili televizije, nego su isključivo informativni *online* portali. Istraživanje je uključilo i format printanih medija, dnevnih listova na teritoriji Bosne i Hercegovine: *Dnevni avaz*, *Nezavisne novine* i *Dnevni list*. Analiziran je 31 broj lista *Dnevni avaz* u periodu od 19. septembra do 26. oktobra 2022. godine i sve rubrike koje su se kontinuirano ili periodično nalazile u listu, kao i naslovna stranica. Analizirano je i 25 izdanja banjalučkih *Nezavisnih novina*, od 13. septembra do 17. oktobra 2022. godine, 14 rubrika, kao i naslovna stranica, te 30 izdanja mostarskog *Dnevnog lista*, novinskog izdanja šire hercegovačke regije, u periodu od 13. septembra do 25. oktobra 2022. godine.

Koristeći se statističkom kvantitativnom i kvalitativnom metodom analize sadržaja, istraživanje je imalo cilj odgovoriti na nekoliko problemskih, istraživačkih pitanja:

1. Koliko je vijesti i informacija objavljeno u čijem su fokusu bile žene ili teme vezane za njih?
2. Koje tematske okvire pokrivaju objavljeni medijski sadržaji u čijem su fokusu žene?
3. Šta govore medijske poruke u kojima su žene tema?
4. Koje su forme objavljenih sadržaja?
5. Koje su medijske slike prikazivanja žena dominantne?
6. Kako žene izgledaju u medijima?
7. Kakav je uređivački/novinarski uklon objavljenih sadržaja?
8. Da li teme akcentiraju i prikazuju relevantne problematike, interese i pozicije ženske populacije?
9. Kako obrazuju svoju publiku, posebice žensku?
10. Da li različite medijske forme, politike i narativi etabiraju i učvršćuju već postojeće društvene konstrukcije rodnih različitosti i akcentiraju stereotipne reprezentacije žena?

Jedinica analize bili su tekst i fotografija, njihova tematika, pozicioniranost, forma, uklon, leksika, izvori, kao i kvantitativna dimenzija.

Cjelovitije deskripcije i elaboracije rodnih narativa u bosanskohercegovačkim medijima pružilo bi i istraživanje različitih medijskih formata kao što su: elektronski mediji (radio i televizija), društvene mreže, podcast sadržaji, filmski i serijski programi te reklamna industrija u Bosni i Hercegovini. Ujedno, preporuka za buduća istraživanja odnosila bi se i na širenje dijapazona osnivačkog i vremenskog kriterija kojim bi analize medijskih sadržaja u ovom kontekstu obuhvatale i državne, javne, privatne ili korporativne medije u kvartalnim periodima uzorkovanja.

Istraživanje polazi od stajališta da medijske prezentacije printanih i *online* izdanja u Bosni i Hercegovini promiču i učvršćuju već postojeće konstrukcije rodnih različitosti i akcentiraju stereotipne reprezentacije žena. Znanstvena i društvena opravdanost i ciljevi analize vezani su za moguće alternativne medijske dekonstrukcije ustaljenih prikazivanja suprotnosti, kao i podstrek za cjelovitije istraživanje suodnosa medija i rodnih identiteta. Područje istraženih medijskih formata isključivo je vezano za Bosnu i Hercegovinu. Vremenski okvir istraživanja obuhvata period septembar/oktobar 2022. godine.

Medijska slika žene u Bosni i Hercegovini

Portal www.klix.ba u periodu istraživanja objavio je ukupno 2.491 vijest. Od ovog broja objavljenih tekstova 314 neposredno su bili povezani s tematikom vezanom za žene, ne samo domicilnog društvenog okruženja. Od ukupnog broja tekstova čak 83 teksta bila su vezana za *privatni život poznatih žena*, glumica, pjevačica, manekenki, političarki, sportašica, supruge, blogerki, influenserica, a njihova tematika odnosila se na sve moguće dimenzije privatnosti – od rađanja, udaja, ishrane, kupovine, razvoda, ljubavnog života, zdravstvenog stanja, tj. svih onih sfera koje ne ulaze u medijski frejming postavljanja dnevnog reda društveno relevantnih pitanja od općeg javnog interesa, već samo dimenzije revijalnosti i zabave. Analizirajući novinarski uklon i dominantnu frekvenciju izraza, fraza i riječi u tekstovima, evidentno je identificiranje žene u okvirima tradicionalnih uloga majke, supruge i domaćice („žrtvovala sam se“, „sjedi kući i rađa djecu“ „popraviti odnos s porodicom“, „pričala o svoja tri braka“, „čeka dijete“, „borba za potomstvo“, „fotografije trudničkog stomaka“, „raskid“, „napustio je“, „nekonvencionalan način konzumiranja hrane“, „pita njene

mame“). U drugim kontekstima objelodanjene privatnosti lik žene je minimiziran, unižen i ponižen nizom karakterizacija („ismijavaju je“, „ženska manipulacija i laž“, „ona je prijetnja“, „nesamostalna“, „treba joj staratelj“, „incident“, „nekontrolirana“, „histerična“, „vara“, „ljubavnica“, „potraži pomoć“, „doživjela živčani slom“, „na odvikavanju“, „nasilje u porodici“, „poklonio novac dobroj ženi koja teško živi“, „bijesni ispadi“, „na suđenju“, „utaja poreza“, „reagovao njen izabranik“). Drugi po redu zastupljeni tematski okvir odnosio se na sadržaje vezane za *izgled i tijelo* žena sa 49 objavljenih tekstova. Dominantni narativi ove tematike jasno, i denotativnim i konotativnim informacijskim slojem, prikazuju promicanje ideala prihvatljive ženske ljepote, osuđivanja eventualnog odstupanja od takvog kreiranog ideala ženstvenosti u formi eksplicitne seksualne objektivnosti. Niz izdvojenih naslova („Bila popularna 1990-ih, Nekadašnja glumačka zvijezda kritikovana zbog fizičkog izgleda: Neprepoznatljiva je“, „Nikad mršavija, Kim Kardashian šokirala gledatelje svojim izgledom: Gdje su nestale njene obline?“, „Era velikih stražnjica, Stručnjaci zabrinuti: Trend oblina završava, mršavost se ponovo vraća u modu“, „Tvrde da je prava kosa, Ruska političarka je hit na internetu zbog neobične frizure, prkosi gravitaciji“ (Slika 1), (Klix.ba, 2022)), prati bogata slikovna podrška i jezička deskripcija seksističkih riječi, izraza i fraza ili graniče s tim oblikom diskriminacije. U analiziranim primjerima evidentiran je gerontoizam kao vid diskriminacije i stereotipizacije starijih ljudi, pa su u sljedećim primjerima žene izložene dvostrukoj ili trostrukoj formi degradacije i marginalizacije. Osim što je izložena kao žena tjelesnoj objektivizaciji, ona je i stara, dakle nije mlada, atraktivna i lijepa, kako nalažu ideali u kojima je izgleda sramotno starjeti: „Ima 65 godina, Fitness zvijezda oduševila izgledom u sedmoj deceniji: Želim inspirisati žene svih dobi“, „Ruši brojne predrasude, Brazilka u 68. godini odlučila riskirati i postati manekenka“, „Donna D`errico, Glumica serije Baywatch otkrila tajne mladolikog izgleda: U 54. godini izgleda zadivljujuće“, „Uoči 50. rođendana, Gwyneth Paltrow pokazala zavidnu figure u bikiniju, godinama je vjerna istoj fitness rutini“, „Poznata manekenka izgleda fenomenalno u 67. godini, trenutno promoviše svoj prvi dokumentarac“, „Ima 74 godine, Verica Rakočević o starenju: Svaka bora mi je korak ka kraju“ (Klix.ba, 2022).

Slika 1. (Klix.ba)²Slika 2. (Klix.ba)³

Imajući u vidu činjenicu da je period istraživanja ujedno bio i period predizbornih kampanja i izbornog procesa Općih izbora u Bosni i Hercegovini 2022. godine, treći segment zastupljenih tematika koje su se neposredno odnosile na žene bio je iz sfere *politike i političkih dešavanja*. Zabilježena su 44 teksta s ovom tematikom koja se nisu bavila ozbiljnijim analitičkim i profesionalno referirajućim kontekstom uloge žene u političkim aktivnostima. Ova tematika je, pored informativne dimenzije o kandidatkinjama, proceduri glasanja i izbornim rezultatima, obilovala nevezanim konotacijama i ulogama žena iz svijeta politike. Teme kao što su: „Kandidatkinja za Parlament pohvalila se da je ‘klepila’ psa kišobranom dok je spavao“, „Lizde-Kurt kritikovala Našu stranku: Čudić se dopala ideja da njen muž bude direktor SARTR-a“, „Fotka Bidena i Turković inspirisala ekipu na internetu: Ma samo nek` je po redu“ (Klix.ba, 2022) kolokvijalnim i senzacionalističkim sadržajem unižavaju profesionalnu ulogu žene. Najadekvatnije i najkorektnije forme medijske prezentacije pripale su oblasti *sporta* u okviru koje je objavljen 21 tekst koji se referirao na žene percipirajući ih isključivo prema njihovim profesionalnim svojstvima, bez podsjećanja na njihove tradicijske ili bilo koje druge uloge. Neki od objavljenih sadržaja, čak i u domeni informativne funkcije, sadržavali su dozu zabavnog ili humorističnog karaktera, a humoreske, poput teksta „Hit na internetu: Bizarna knjiga iz 1923. savjetuje muškarce koga ne trebaju oženiti“ (Klix.ba), pozicionirale su ženu u mnogostrukim diskriminirajućim dimenzijama. Najmanji kvantitativni udio objavljenih tekstova odnosio se na tematske sadržaje vezane za umjetnost, uspješnu profesionalnu karijeru,

2 <https://www.klix.ba/magazin/showbiz/ruska> (pristupljeno 13. 10. 2022).

3 <https://www.klix.ba/vijesti/bih/pda-razocarani-smo-izostankom-reakcije-povodom-napada-na-jedinu-stranacku-predsjednicu-u-bih/230429101> (pristupljeno 29. 4. 2023).

nauku i istraživanje, potomstvo, zdravlje, biznis, socijalne tematike, modu, muziku, film, crnu hroniku, nasilje, prostituciju, aktivističke pokrete, dobrotvorne sadržaje, komemoracije i obilježavanja godišnjica smrti. Dominantni format objavljenih sadržaja bio je u vidu informacija, vijesti u vrlo oskudnom broju, intervju. Svi tekstovi potpisani su samo inicijalima, a izvori analiziranih tekstova, osim ustaljenih, pretežno su bili preuzeti sadržaji s društvenih mreža i drugih *online* platformi. Serioznije analitičke ili istraživačke forme nisu evidentirane, naročito s aspekta vremenskog kriterija, koji je, upravo u periodu istraživanja, obilježio predizborni i izborni proces u BiH, te smrt mlade Mahse Amini, kurdske porijekla, nakon što ju je uhapsila i pretukla policija za moral jer je navodno kršila pravila odijevanja i protesta u Iranu i širom svijeta.

Portal www.banjaluka.com, u periodu istraživanja objavio je ukupno 477 vijesti, od čega je 29 neposredno vezanih za žene. Najveći broj objavljenih tekstova, njih 14, odnosio se na vijesti iz oblasti *crne hronike*, u kojima su žene akterke ucjena, nasilja nad ženama, nasilja u kojima su žene nasilnici, korupcije i zloupotrebe položaja, nesreća, narušavanja javnog reda i mira, vožnje pod djelovanjem alkohola itd. („U statistici i žene nasilnici: Punica tukla zeta, kćerke očeve i majke sinove“, „Žena osumnjičena za napad na maloljetnicu ispred kafane“ (Banjaluka.com, 2022)). Većina tekstova sadržavala je negativan novinarski uklon u okviru kojeg je nasilništvo definirano rodnom subjektom nasilja, u ovim slučajevima žena, ali u obrnutim situacijama u kojima su muškarci subjekti nasilja nije naglašen rodni identitet nasilnika („Zbog pljačke i izbijanja zuba radnici kladionice osuđeni na 8 godina robije“, „Uperio pušku u ženu sa bebom: ‘Ako ne kreneš sa mnom, ubiću i tebe i sebe“ (Banjaluka.com)). Na drugome mjestu u odnosu na broj objavljenih tekstova nalaze se tematike vezane za *politiku* i *dobrotvorne aktivnosti*. U analiziranim tekstovima zabilježen je vid višestruke diskriminacije u tekstu „Ko je nova premijerka Italije: Hvalila Musolinija, protivni se LGBT lobiju“ (Banjaluka.com, 2022), žena političarka nije percipirana svojim profesionalnim svojstvima, već je uz njih naglašena njena ženska uloga, a njen politički stav kompariran s muškim, fašističkim i homofobičnim. Od ostalih tematika bili su zastupljeni sadržaji vezani za privatni život poznatih, potomstvo, umjetnost, komemoracije i godišnjice smrti te priče uspješnih žena. Dominantni format objavljenih sadržaja bio je u vidu informacija, vijesti, i u neznatnom broju intervju. Svi tekstovi potpisani su imenom i prezimenom, a izvori analiziranih tekstova, osim ustaljenih, pretežno su bili preuzeti sadržaji iz dnevnih novina. Serioznije analitičke ili istraživačke forme nisu evidentirane, kao i sadržaji koji pripadaju zabavnom, revijalnom fundusu. Portal www.hercegovina.info u periodu istraživanja objavio je ukupno 487 vijesti,

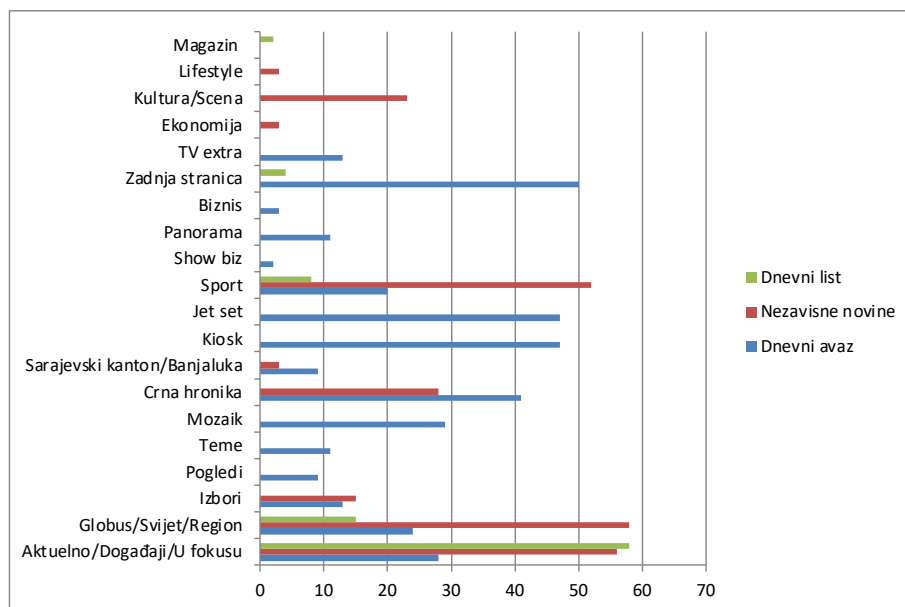
od čega 40 neposredno vezanih za žene. Tematika objavljenih sadržaja odnosila se na crnu hroniku, politiku, prostituciju, socijalne teme, aktivističke pokrete i demonstracije, komemoracije i godišnjice smrti te uspješne priče. Najveći broj tematiziranih sadržaja (17 tekstova) odnosio se na oblast *crne hronike*, koja je uključivala izvještaje o nasilju, nasilju nad ženama i djecom, nesrećama, vožnji pod djelovanjem alkohola, suđenjima, ubistvima, krađama, saobraćajnim nesrećama, otmicama, ucjenama i mobingu. Rodni identitet žene u ovim vijestima gotovo po pravilu je naglašavan u kontekstu u kojem je težina učinjenog djela ili nesretnih okolnosti trebala tom navedenom činjenicom biti utoliko veća. Vijesti u kojima su sankcionisani vozači koji su upravljali motornim vozilom ili su bili uhapšeni nisu etiketirani niti jednom vrstom određenja, pozitivnog ili negativnog, dok su ženama u takvoj vrsti narativa pripisani brojni neprimjereni jezički pejorativi („Polako mlada: Žena iz Bosanske Gradiške izašla normalno iz auta, a onda napuhala 5,19 promila“, „Najbliži saradnici narkobosa u BiH: Nakon što su uhitili dva dilera iz BiH, zagrebačka policija uhitila i dvije žene“ (Hercegovina.info, 2022)). Iz oblasti *politike* objavljeno je 12 tekstova u kojima je minimizirana profesionalna uloga žene sa seksističkim konotacijama („Do pobjedee mrva: Da nismo birali najljepšu kandidatkinju, nego najboljeg kandidata mogli smo u Predsjedništvo unatoč Komšiću“, „Prva dama SDA: Do podne zastupnica, od podne ravnateljica, pa sama sebi podnosi izvješće“ (Hercegovina.info, 2022)). Izborni rezultat političke kandidatkinje komentaran je efektima njenog fizičkog izgleda: „Definitivno se nameće pitanje što bi bilo da Dragan Čović nije birao najljepšu kandidatkinju, a da je birao najboljeg kandidata, koji bi dobio potporu i hrvatskih oporbenjaka“ (Hercegovina.info, 2022). Afirmativnih novinarskih uklona nije bilo, osim u samo jednom tekstu koji je tematizirao demonstrativni skup protiv femicida u cilju pooštavanja kazni za ubistvo i prevenciju nasilja nad ženama. Sadržaja iz oblasti revijalno-zabavnog konteksta nije bilo. Dominantni format objavljenih sadržaja bio je u vidu informacija, vijesti, i u neznatnom broju intervjua i reportaža. Tekstovi nisu potpisani, u rijetkim slučajevima samo prezimenom ili inicijalima, a izvori analiziranih tekstova, osim ustaljenih, pretežno su bili preuzeti sadržaji iz dnevnih novina i društvenih mreža. Serioznije analitičke ili istraživačke forme nisu evidentirane.

Gotovo svako izdanje *Dnevnog avaza* na naslovnoj stranici uključivalo je tematiziranje žene. Okviri tih izdvojenih tematskih bitnosti u 29 naslova najvećim dijelom odnose se na izvještavanje o kriminalnim radnjama („supruga i majka dilale drogu“, „kriminalne radnje sutkinje“, „ubijenog šefa

mafije pratila žena“, „političarka privedena zbog kupovine glasova“, „zašto majke ubijaju bebe“, „maloljetnice udavile staricu“) naglašavajući rodni identitet počinioca i potencirajući njenu tipičnu ulogu. Izdvojeni intervjui sa ženama iz profesionalnog djelokruga u naslovima su pozicionirali ženu u odnosu na muškarca, te naglašavali njenu fizičku vanjštinu, tj. izgled („doktorica koja je političaru spasila život“, „bankarka iz Švicarske kao s piste“, „muškarci ne žele žene koje zvocaju“, „do 14 godine udali je dva puta“). Naslovna stranica uključila je nekoliko izdvojenih tema vezanih za nasilje nad ženama i nesreće. Sumirajući kontekste tematika u kojima su žene bile centralne ličnosti, u 358 ukupno objavljenih sadržaja u Grafičkom prikazu 1 dat je broj objavljenih tekstova u odnosu na tematiku. Opskurnim fotografijama praćenim neumjesnim komentarima obilovale su posljednje stranice, najvećim brojem zastupljenih sadržaja o ženama koje u najdominantnijem obliku predstavljaju ženu isključivo u ulozi seksualnog objekta, ujedno je degradirajući i na osnovu starosnog identiteta („vatrena“, „plijeni oblinama“, „senzacionalno duge noge“, „ljepotica je sama“, „ostavlja bez daha“, „nije dovoljno zgodna“, „u 48. godini čeka blizance“, „proslavila 53. rođendan“, „ljubav sa 27 godina razlike“), kao i ilustracije stranica zabavnog formata ukrštenica i dodatka TV extra. Najviše sadržaja objavljeno je i u rubrikama „Jet set“ i „Kiosk“. Pjevačice, modeli, voditeljice, glumice, manekenke, modne kreatorice, redateljice, plesačice, influenserice, starlete, djevojke i supruge javnih ličnosti te članice kraljevskih porodica izložene su javnom tematiziranju privatnog života. Neraskidivost njihovog narativa s tradicijskim obilježjima povezana je s pričama o njihovoj finansijskoj i ekonomskoj stabilnosti, izgledu, porodima i potomstvu, partnerima, udajama, vezama, razvodima i raskidima („Buca iz Hanovera želja joj je da se uda treći put“). Druga po brojnosti tema je rubrika „Crne hronike“, koja je izvještavala, u najvećem procentu, o nasilju nad ženama, ubistvima i pokušajima ubistava, nesrećama, saobraćajnim nesrećama, vožnji pod djelovanjem alkohola, ucjenama, roditeljskoj neodgovornosti, otmicama, uhođenju i zastrašivanju, nelegalnim i krivičnim djelima i presudama, većim dijelom isključivo s područja Bosne i Hercegovine. Rubrika „Aktuelno“ izdvojila je najznačajnija dešavanja u Bosni i Hercegovini akcentirajući teme u kojima su žene akteri koruptivnih okolnosti, kriminalnih radnji, humanih akcija, teškog života i stjecanja ekonomske neovisnosti, zdravstvenih problema, socijalnih potraživanja, izbornog procesa. Svjetska dešavanja oslikana su u rubrici „Globus“ kroz teme koje su obilježile smrt kraljice Elizabete i pobuna širom svijeta protiv nasilja i ograničavanja prava i sloboda izazvanih okrutnim činom šerijatske vlasti u Iranu. Rubrika „Pogledi“ izdvojila je intervjue, priče i analize s

ekonomisticama, profesoricama, političarkama, glumicama i sportašicama. „Teme“ su akcentirale detaljnije formate analize aktuelnih dešavanja, a one koje su bile vezane isključivo za žene odnosile su se na nasilje nad ženama, trgovinu ljudima, nemar u vršenju dužnosti i nesreće. Rubrike „Mozaik“ i „Panorama“ predstavile su neobične priče o ženama i njihovim interesovanjima, apelima za pomoć i traženje zaposlenja. Lokalne vijesti u rubrici „Sarajevski kanton“ apelirale su na socijalnu tematiku osnaživanja i zaštite zdravlja žena. Rubrika „Biznis“ uključivala je nekoliko uspješnih priča ženskog poduzetništva u poljoprivredi i nekonvencionalnim privrednicima, a različiti oblici predstavljenog stvaralaštva određeni su epitetom „ženskog“. Neke od najalarmantnijih etičkih oblasti novinarstva jesu pitanja manipulisanja audio i video zapisima, te pravo na privatnost i korištenje pozadinskih ili arhivskih snimaka. U analiziranim izdanjima ovog lista zabilježen je format objavljivanja fotografija anonimnih žena (ilustrativnih fotografija) uz tematizirani okvir najrazličitijeg dijapazona (ljubomore, stresa, anksioznosti, gojaznosti) koji podupiru narative isključivo ženskih tema i problema.

Grafički prikaz 1. Odnos broja objavljenih tekstova u listovima prema rubrikama



List *Nezavisne novine* objavio je 251 tekst u različitim rubrikama (Grafički prikaz 1) bazirajući se u većinskom procentu na lik i ulogu žena iz regiona i svijeta. Najveći broj tekstova objavljen je u rubrici „Događaji“, koja se

bavila zdravstvenom zaštitom žena apelirajući na preventivne preglede i njihovu organizaciju u cilju zaštite žena od učestalih oboljenja, podršku natalitetnoj politici i potpomognutoj oplodnji, socijalnim davanjima nezaposlenim majkama s više djece i suprugama poginulih boraca, obilježavanjima međunarodnih datuma te humanitarne apele za pomoć oboljelim ženama. U manjem procentu u okviru ove rubrike objavljeni su i sadržaji vezani za predizbornu kampanju i izborni proces, nesreće, nasilje nad ženama, kriminalne aktivnosti, tradicionalne rukotvorine, nagrade i posebno istaknuta djela žena. Od serioznije tematiziranih oblasti i formata ova rubrika je uključila samo jedan naslov – „Temeljni princip EU jednakost polova, Žene ni u EU ni u BiH još nisu ravnopravne“. Sadržaji iz svijeta sporta koji su tematizirali pretežno sportske aktivnosti žena bili su drugi po redu najviše zastupljenih tema. U nekoliko primjera primjetan je marginalizirajući narativ koji je potencirao težak put uspjeha i ekonomske ovisnosti u oblasti sportova kojima se bave žene, teme vezane za istrage zlostavljanja u američkoj nacionalnoj ženskoj fudbalskoj ligi te pitanja posjete supruga fudbalera na svjetskom prvenstvu u Kataru. Treća po brojnosti zastupljenih tema je rubrika „Svijet“, koja je izvještavala o smrti i sahrani kraljice Elizabete, kao i neobičnim interesovanjima ove monarhinje, izostavljajući analizu njene istinske uloge. Rubriku su upotpunili i izvještaji s protesta protiv šerijatske vlasti i drugih protesta žena. Trudnoća, nesreće, kriminal, ubistva, krivične prijave, zloupotrebe položaja, čedomorstva, vršnjačko nasilje, zlostavljanje i seksualno uznemiravanje bile su teme srodne rubrici „Svijet“, a vezane za žene iz *regiona* gotovo pripadajuće rubrikama crne hronike. „Hronika“ je obrađivala gotovo iste tematike domicilnog društvenog okruženja. „Kultura/Scena“, za razliku od spomenutih sadržaja, na iznimno korektan način zastupila je niz intervjuja s umjetnicama, glumicama, slikarkama potencirajući njihov profesionalni angažman i sveukupnu ulogu u društvu. Rubrika je sadržavala i najave koncerata, izložbi i predstava pod ženskim autorstvom, te rubrike sjećanja na žene iz svijeta kulture, umjetnosti i muzike. Za razliku od zastupljenih sadržaja iz oblasti kulture, rubrika posvećena izborima „Izbori u BiH 2022“ u minimalnom procentu zastupala je žene u profesionalnim ulogama političarki. U nekoliko tekstova, dva intervjuja i izjavama, spomenute su samo tri političarke – Željka Cvijanović, Jelena Trivić i Brojana Krišto, u redovnim predizbornim aktivnostima skupova i glasanja. Naslovna stranica lista, gotovo svih brojeva, uključivala je izdvojene naslove intervjuja sa ženama iz svijeta kulture i aktuelnih društvenih tematika. Neprimjerene fotografije i neumjesne jezičke konstrukcije koje predstavljaju ženu isključivo u ulozi seksualnog objekta nisu bile zastupljene u ovom listu,

dok su ilustrativne korištene u oslikavanju potomstva, usvajanja i drugih tradicijskih uloga korištene u malom procentu.

U odnosu na prethodna dva dnevna lista, *Dnevni list* u sedam rubrika objavio je kvantitativno manje tema, vijesti i sadržaja neposredno vezanih za žene, ukupno 87. Za razliku od prethodno analiziranih listova, ovaj format nije potencirao tematike vezane za kriminalne radnje, nasilje, nesreće, privatni život, dobrotvorne kampanje i uspješna poduzetništva. U dosta oskudnom kvantitativnom smislu bavio se ulogom političarki u izbornom procesu te političarkama iz regiona i svijeta, kao i analizom teme „Koliko je žena zastupljeno u političkim strankama?“ projekta „Ženska ljudska prava i EU integracije“. Rubriku „Događaji“ upotpunile su i serioznije obrađene teme napada na novinarku, položaja žena u ruralnim i urbanim područjima, panel-diskusije „nevidljive žene u obrazovanju, statistikama zapošljavanja žena i dostojanstvenom radu, ženskoj seksualnosti te Koaliciji za rod i klimu UN-a“. List je objavio i nekoliko stručnih analiza i intervjua sa stručnjakinjama iz različitih oblasti, medicine, politologije itd. Od socijalnih tematika list je uključio sadržaje vezane za donošenje zakona o nezaposlenim porodiljama HNŽ-a, kantonalni program aktivnosti za prevenciju karcinoma dojke i socijalna izdavanja za nezaposlene majke sa četvero i više djece. U narativima analiziranih sadržaja nisu potencirane tradicijske uloge žene, osim u jednom izdvojenom tekstu rubrike „Sport“ koji je govorio o sportskim aktivnostima uspješne teniserke što nastavlja svoju karijeru nakon rođenja djeteta. Sadržaja s konotacijom fizičkog izgleda, seksualne objektivizacije, degradacije u odnosu na starosni identitet i pozicioniranja u odnosu na muškarca nije bilo, kao ni neprimjerenih fotografija i neumjesnih jezičkih konstrukcija. List je koristio ilustrativne fotografije koje mogu sugerirati na povezanost rodnog identiteta s tematikom sadržaja kod tema o utjecaju pandemije na mentalno zdravlje i o siromaštvu. Naslovna stranica izdvojila je samo nekoliko tematika aktuelnih dešavanja u 12 izdvojenih naslova.

Postmoderna dekonstrukcija različitosti

Rodne nejednakosti ne određuje primarna biološka različitost spolova, već različita učenja o rodnom identitetu koja između ostalog re/prezentuju, konstruiraju i učvršćuju mediji. Medijske politike kontinuiranog potenciranja nejednakosti, ignorisanja ili neprimjerenog predstavljanja rodnog identiteta učestvuju u kreiranju rodne diskriminacije i obrazaca

koji postaju općedruštveno prihvaćeni. U istraživanju iz 2006. godine Isanović (2006), analizirajući žene u slikovnom, tekstualnom i lingvističkom kontekstu novinskih rubrika u devet novinskih izdanja Bosne i Hercegovine, Hrvatske i Srbije, navodi da se muškarci pojavljuju pet puta češće od žena na naslovnica i u sadržaju novina. U 77,5% slučajeva muškarci su imali centralnu ulogu u tekstovima, a žene, vrlo rijetko, u procentu od 13,3%. Centralna uloga žene u ovim novinskim analiziranim izdanjima bila je pozicionirana u revijalnim rubrikama (34%), kulturi i umjetnosti (18,9%) i rubrikama koje su izvještavale o kriminalu i nesrećama (12,8%). Ekspertska, stručna mišljenja novine su bilježile u 89,2% od strane muškaraca, a 10,8% od strane žena. U analiziranom sadržaju žene se identificiraju, bez obzira na svoje profesionalne uloge, u smislu majčinstva, bračnog ili porodičnog života. Prisutnost fotografija također je zabilježena u korist muškaraca, a Bosna i Hercegovina našla se na drugome mjestu u odnosu na jezičku rodnu neosjetljivost prema ženama. Sumirajući i komparirajući rezultate sličnog istraživanja, manjeg formata i diferentne metodologije, mogu se zamijetiti gotovo identični rezultati u odnosu na izvjesnu vremensku distancu.

Zaključci istraživanja pokazuju da je u kvantitativnom smislu rodni identitet žena zadovoljavajuće zastupljen u analiziranim medijskim formatima, ali da taj kvantitativni segment nije nužno označavao i kvalitativnu dimenziju zastupljenosti. Uvažavajući kriterije prirode i formata medija koji određuju i vid zastupljenosti određenih sadržaja, analizirani medijski formati *online* i printanih medija objavljivali su sadržaje neposredno vezane za žene, najviše u okviru tematika privatnog života poznatih, izgleda i tijela, crne hronike, politike i sporta. U nešto manjem obimu zastupljene su bile i teme iz oblasti kulture, svjetskih i regionalnih dešavanja, dobrotvornih i humanitarnih akcija, zdravstvene zaštite žena i socijalnih problematika. U značajnijim, ozbiljnijim informativnim žanrovima žene su „nevidljive“. Dominantna urednička politika primat ženske vidljivosti dodjeljuje manje značajnim rubrikama i segmentima, kao što su zabava, kultura itd. Formati analiziranih tekstualnih sadržaja su skromni i pripadaju osnovnim formama novinarskog oblikovanja informacija, vijesti i izvještaja. U malom procentu zastupljeni su intervjui te analitičke, istraživačke forme. Pozicioniranost tekstualnih sadržaja je marginalna, a žene su, rijetko, u njima centralni akter i izvor informacija. Medijske slike o ženama analiziranih sadržaja naglašavaju rodni identitet, potenciraju tradicijske i stereotipne narative tipičnih ženskih uloga majke, supruge, domaćice, promiču ideale prihvatljive ženske ljepote i fizičkog izgleda, svode ženski lik u domeni seksualne

objektivizacije, pozicioniraju žene na ličnom i profesionalnom planu u odnosu na muškarce, naročito naglašavajući njihovu ovisnost, te promiču gerontoizam, diskriminaciju na osnovu starosne dobi. Dominantne poruke tih medijskih slika i narativa na tragu su marginalizacije, degradacije, stereotipizacije i diskriminacije. U dominantnim narativima žene su predstavljene u vrlo ograničenim socijalnim i profesionalnim kontekstima, a teme ne akcentiraju i ne prikazuju relevantne problematike, interese i pozicije ženske populacije. Profesionalne uloge žena i dalje su isključivo eksponirane u „domeni ženskih interesovanja“, lakog i zabavnog sadržaja, dok je ozbiljnija i serioznija ekspertska analiza prepuštena muškarcima. Takvi narativi sugerišu da u bosanskohercegovačkom društvu gotovo da i ne postoji drugačija uloga, značajnost ili doprinos žena, nazvali to „simboličnim uništenjem žena“ (Tuchman 1978, citirano u: Milivojević 2004) ili „simboličkim isključivanjem – getoizacijom ženskih iskustava i interesovanja“ (Milivojević, 2004). U analiziranim medijskim formatima zastupljeno je korištenje fotografija s likom žena u ilustrativne svrhe. Korištenje anonimnih ženskih modela kao slikovne potpore tekstu može se promatrati u funkcionalnoj, narativnoj i etičkoj dimenziji. Ilustrativna analiza medijskih formata pokazuje nizak stepen funkcionalne povezanosti slike i teksta. Prikazivanje anonimnih žena, modela u dijapazonu pretežno zdravstvenih, porodičnih ili modnih tematika ne odgovara smislenoj povezanosti tekstualnog sadržaja i slike i podupire narrative isključivih ženskih tema i problema, čak i onih koje to nisu. Mejer i Zonen (Gofman, 1979, citirano u: Brigs, Kobli, 2005), analizirajući prikazivanje roda u reklamnoj industriji, mišljenja su da muškarci imaju bližu vezu s realnošću nego predstave žena, češće se pojavljuju u žanrovima vijesti i tekućih zbivanja, te njihovi prizori u reklamama imaju direktniju vezu s realnošću nego prizori žena, u kojima publika vidi manekenke i modele koji se pretvaraju. U analiziranom ilustrativnom fundusu nalaze se i fotografije eksplicitnog konteksta i pozadinske funkcionalnosti koje na mnogo načina nisu u skladu s etičkim principima izvještavanja i kontradiktorni su zahtjevima za poštivanje prava na privatnost i prava na korištenje arhivskih ili pozadinskih ilustrativnih fotografija.

Analiza potvrđuje stajalište istraživanja da medijske prezentacije printanih i *online* izdanja u Bosni i Hercegovini promiču i učvršćuju već postojeće konstrukcije rodnih različitosti i akcentiraju stereotipne reprezentacije žena. Značajnije pitanje jeste na koji način takvi sadržaji i uredničke politike obrazuju svoju publiku, posebice žensku. Polazeći od činjenice da su mediji značajan re/prezent, kreator podsvjesnog razvijanja, učenja i učvršćivanja

stavova o rodnom i svakom drugom identitetu, od velikog je značaja apelirati na kreirane medijske predstave i prikaze o ženama. Postfeministička kritika medija danas je usmjerena na druge vidove problematika medijske zastupljenosti i diskriminacije, što nužno ne sugerira povoljniji medijski položaj žene od onog povijesnog. Medijski prikazi trebali bi biti kreirani u duhu postmodernističkog feminizma koji naglašava pozitivne strane različitosti i dekonstrukciju postojećih shvatanja rodne oprečnosti preoblikujući suprotnosti na nov i pozitivan način, čime će se promicati ideje ravnopravnosti te ograničiti rodna diskriminacija. U sadržinskom smislu medijskih re/prezentacija to podrazumijeva uključivanje žena u profesionalne tematike *mainstream* rubrika u smislu njihovih realnih, ostvarenih kvaliteta, znanja i sposobnosti, kao i izdvajanje prostora za žene koje su na putu izgradnje svoje karijere i izvan takvih mogućnosti te poštivanje svih vidova etičkih pravila i principa koji zastupaju isključivanje svih oblika marginalizacije, degradacije, diskriminacije, stereotipizacije, te nalažu poštivanje privatnosti. Takav zaokret od dominantnih narativa predviđa sve više studija koje govore u prilog veće zastupljenosti žena na rukovodećim medijskim funkcijama i uredničkim pozicijama. Predmet neke druge analize bio bi da li takvi podaci mogu rezultirati i drugačijim narativima o rodnom identitetu žena u medijima ili proizvoditi „mentalitet opsade“ (Henriques 1988, citirano u: Brigs, Kobli, 2005), tj. ideju da sve pripadnice, bez obzira na rod, moraju dijeliti ista mišljenja i stavove.

Popis korištene literature i drugih izvora

- Brigs, A., Kobli, P. (2005). *Uvod u studije medija*. Beograd: Clio.
- Giddens, A. (2009). *Sociology*. (6th ed.). Revised and updated with Philip W. Sutton Polity Press.
- Isanović, A. (2006). Media Discourse as a Male Domain: Gender Representation in The Daily Newspapers of Bosnia and Herzegovina, Croatia and Serbia. Stereotyping: Representation of Women in Print Media in South East Europe, 43-81. Sarajevo: Mediacentar, <https://www.media.ba/sites/default/files/stereotyping.pdf>, pristupljeno 8. 5. 2023.
- Milivojević, S. (2004). Žene i mediji: Strategije isključivanja. *Genero: Časopis za feminističku teoriju i studije kulture*. Centar za ženske studije i Centar za studije roda i politike, 11–24. UDK: 616.346.2-055.2:316.774, Beograd: Fakultet političkih nauka.
- Osmančević, E. (2021). Mapiranje medijskih web portala u Bosni i Hercegovini. Sarajevo: Centar za promociju civilnog društva, https://civilnodrustvo.ba/wp-content/uploads/2021/06/Istrazivanje_Mapiranje-medijskih-web-portala-u-BiH-1_compressed.pdf, pristupljeno 20. 9. 2023.
- I. S. (16. 9. 2022). Bila popularna 1990-ih, Nekadašnja glumačka zvijezda kritikovana zbog fizičkog izgleda: Neprepoznatljiva je. www.klix.ba, *Magazin*, <https://www.klix.ba/magazin/showbiz/nekadasnja-glumacka-zvijezda-kritikovana-zbog-fizickog-izgleda-neprepoznatljiva-je/220916109>, pristupljeno 16. 9. 2022.
- D. J. (20. 9. 2022). Nikad mršavija, Kim Kardashian šokirala gledatelje svojim izgledom: Gdje su nestale njene obline? www.klix.ba, *Magazin*, <https://www.klix.ba/magazin/showbiz/kim-kardashian-sokirala-gledatelje-svojim-izgledom-gdje-su-nestale-njene-obline/220920129>, pristupljeno 20. 9. 2022.
- D. J. (28. 9. 2022). Era velikih stražnjica, Stručnjaci zabrinuti: Trend oblina završava, mršavost se ponovo vraća u modu. www.klix.ba, *Lifesyle*, <https://www.klix.ba/lifestyle/modailjepota/strucnjaci-zabrinuti-trend-oblina-završava-mršavost-se-ponovno-vraca-u-modu/220928033>, pristupljeno 28. 9. 2022.
- N. O. (13. 10. 2022). Tvrde da je prava kosa, Ruska političarka je

- hit na internetu zbog neobične frizure, prkosi gravitaciji. [*www.klix.ba, Magazin*](http://www.klix.ba/Magazin), <https://www.klix.ba/magazin/showbiz/ruska-politicarka-je-hit-na-internetu-zbog-neobicne-frizure-prkosi-gravitaciji/221013131>, pristupljeno 13. 10. 2022.
- I. S. (20. 9. 2022). Ima 65 godina, Fitness zvijezda oduševila izgledom u sedmoj deceniji: Želim inspirisati žene svih dobi. [*www.klix.ba, Lifestyle*](http://www.klix.ba/Lifestyle), <https://www.klix.ba/lifestyle/modailjepota/fitness-zvijezda-odusevila-izgledom-u-sedmoj-deceniji-zelim-inspirisati-zene-svih-dobi/220920039>, pristupljeno 20. 9. 2022.
 - I. B. (21. 9. 2022). Ruši brojne predrasude, Brazilka u 68. godini odlučila riskirati i postati manekenka. [*www.klix.ba, Lifestyle*](http://www.klix.ba), <https://www.klix.ba/lifestyle/modailjepota/brazilka-u-68-godini-odlucila-riskirati-i-postati-manekenka-osjecam-se-kao-da-su-mi-22/220921144>, pristupljeno 21. 9. 2022.
 - N. O. (23. 9. 2022). Donna D`errico, Glumica serije Baywatch otkrila tajne mladolikog izgleda: U 54. godini izgleda zadivljujuće. [*www.klix.ba, Lifestyle*](http://www.klix.ba), <https://www.klix.ba/lifestyle/modailjepota/glumica-serije-baywatch-otkrila-tajne-mladolikog-izgleda-u-54-godini-izgleda-zadivljujuce/220922164>, pristupljeno 23. 9. 2022.
 - I. B. (23. 9. 2022). Uoči 50. rođendana, Gwyneth Paltrow pokazala zavidnu figure u bikiniju, godinama je vjerna istoj fitness rutini. [*www.klix.ba, Lifestyle*](http://www.klix.ba), <https://www.klix.ba/lifestyle/fitness/gwyneth-paltrow-pokazala-zavidnu-figuru-u-bikiniju-godinama-je-vjerna-istoj-fitness-rutini/220923097>, pristupljeno 23. 9. 2022.
 - I. S. (30. 9. 2022). Poznata manekenka izgleda fenomenalno u 67. godini, trenutno promoviše svoj prvi dokumentarac. [*www.klix.ba, Lifestyle*](http://www.klix.ba), <https://www.klix.ba/lifestyle/modailjepota/poznata-manekenka-izgleda-fenomenalno-u-67-godini-trenutno-promovise-svoj-prvi-dokumentarac/220930116>, pristupljeno 30. 9. 2022.
 - I. S. (8. 10. 2022). Ima 74. godine, Verica Rakočević o starenju: Svaka bora mi je korak ka kraju. [*www.klix.ba, Lifestyle*](http://www.klix.ba), <https://www.klix.ba/lifestyle/modailjepota/verica-rakocevic-o-starenju-svaka-bora-mi-je-korak-ka-kraju/221008078>, pristupljeno 8. 10. 2022.
 - D. J. (18. 9. 2022). Kandidatkinja za Parlament pohvalila se da je „klepila“ psa kišobranom dok je spavao. [*www.klix.ba, Vijesti*](http://www.klix.ba), <https://www.klix.ba/vijesti/bih/kandidatkinja-za-parlament-pohvalila-se-da-je-klepila-psa-kisobranom-dok-je-spavao/220918064>, pristupljeno 18. 9. 2022.

- I. S. (22. 9. 2022). Lizde-Kurt kritikovala Našu stranku: Čudić se dopala ideja da njen muž bude direktor SARTR-a. *www.klix.ba, Magazin*, <https://www.klix.ba/magazin/kultura/lizde-kurt-kritikovala-nasu-stranku-cudic-se-dopala-ideja-da-njen-muz-bude-direktor-sartr-a/220922081>, pristupljeno 22. 9. 2022.
- D. J. (19. 9. 2022). Fotka Bidena i Turković inspirisala ekipu na internetu: Ma samo nek` je po redu. *www.klix.ba, Magazin*, <https://www.klix.ba/magazin/zanimljivosti/fotka-bidena-i-turkovic-inspirisala-ekipu-na-internetu-ma-samo-nek-je-po-redu/220919148>, pristupljeno 19. 9. 2022.
- I. B. (25. 9. 2022). Hit na internetu: Bizarna knjiga iz 1923. Savjetuje muškarce koga ne trebaju oženiti. *www.klix.ba, Magazin*, <https://www.klix.ba/magazin/zanimljivosti/hit-na-internetu-bizarna-knjiga-iz-1923-savjetuje-muskarce-koga-ne-trebaju-ozeniti/220925041>, pristupljeno 25. 9. 2022.
- D. P. (10. 10. 2022). U statistici i žene nasilnici: Punica tukla zeta, kćerke očeve i majke sinove. *www.banjaluka.com, BiH*, <https://www.banjaluka.com/aktuelno/bih/u-statistici-i-zene-nasilnici-punica-tukla-zeta-kcerke-ocve-i-majke-sinove/>, pristupljeno 10. 10. 2022.
- LJ. R. (14. 10. 2022). Žena osumnjčena za napad na maloljetnicu ispred kafane. *www.banjaluka.com, BiH*, <https://www.banjaluka.com/aktuelno/bih/zena-osumnjicena-za-napad-na-maloljetnicu-ispred-kafane/>, pristupljeno 14. 10. 2022.
- D. S. (22. 9. 2022). Zbog pljačke i izbijanja zuba radnici kladionice osuđen na 8 godina robije. *www.banjaluka.com, Aktuelno*, <https://www.banjaluka.com/aktuelno/bih/zbog-pljacke-i-izbijanja-zuba-radnici-kladionice-osudjen-na-8-godina-robije/>, pristupljeno 22. 9. 2022.
- LJ. R. (26. 9. 2022). Uperio pušku u ženu sa bebom: „Ako ne kreneš sa mnom ubiću i tebe i sebe“. *www.banjaluka.com, Aktuelno*, <https://www.banjaluka.com/aktuelno/bih/uperio-pusku-u-zenu-sa-bebom-ako-ne-krenes-sa-mnom-ubicu-i-tebe-i-sebe/>, pristupljeno 26. 9. 2022.
- (26. 9. 2022). Ko je nova premijerka Italije: Hvalila Musolinija, protivi se LGBT lobiju. *www.banjaluka.com, Aktuelno*, <https://www.banjaluka.com/aktuelno/svijet/ko-je-nova-premijerka-italije-hvalila-musolinija-protivi-se-lgbt-lobiju/>, pristupljeno 26. 9. 2022.

- K. P. (3. 10. 2022). Do pobjedee mrva: Da nismo birali najljepšu kandidatkinju, nego najboljeg kandidata mogli smo u Predsjedništvo unatoč Komšiću. [www.hercegovina.info](https://www.hercegovina.info/vijesti/bih/do-pobjedee-mrva-da-nismo-birali-najljepsu-kandidatkinju-nego-najboljeg-kandidata-mogli-smo-u-predsjednistvo-unatoc-komsicu/206672/), *Vijesti, BiH*, <https://www.hercegovina.info/vijesti/bih/do-pobjedee-mrva-da-nismo-birali-najljepsu-kandidatkinju-nego-najboljeg-kandidata-mogli-smo-u-predsjednistvo-unatoc-komsicu/206672/>, pristupljeno 3. 10. 2022.
- (28. 9. 2022). Prva dama SDA: Do podne zastupnica, od podne ravnateljica, pa sama sebi podnosi izvješće. [www.hercegovina.info](https://www.hercegovina.info/vijesti/bih/prva-dama-sda-do-podne-zastupnica-od-podne-ravnateljica-pa-sam-sebi-podnosi-izvjescje/206550/), *Vijesti, BiH*, <https://www.hercegovina.info/vijesti/bih/prva-dama-sda-do-podne-zastupnica-od-podne-ravnateljica-pa-sam-sebi-podnosi-izvjescje/206550/>, pristupljeno 28. 9. 2022.
- (14. 10. 2022). Polako mlada: Žena iz Bosanske Gradiške izašla normalno iz auta, a onda napuhala 5,19 promila. [www.hercegovina.info](https://www.hercegovina.info/vijesti/bih/polako-mlada-zena-iz-bosanske-gradiske-izasla-normalno-iz-auta-a-onda-napuhala-5-19-promila/206922/), *Vijesti, BiH*, <https://www.hercegovina.info/vijesti/bih/polako-mlada-zena-iz-bosanske-gradiske-izasla-normalno-iz-auta-a-onda-napuhala-5-19-promila/206922/>, pristupljeno 14. 10. 2022.
- (17. 9. 2022). Najbliži saradnici narkobosa u BiH: Nakon što su uhitili dva dilera iz BiH, zagrebačka policija uhitila i dvije žene. [www.hercegovina.info](https://www.hercegovina.info/vijesti/crna-kronika/najblizi-suradnici-narkobosa-u-bih-nakon-sto-su-uhitili-dva-dilera-iz-bih-zagrebacka-policija-uhitila-i-dvije-zene/206314/), *Vijesti, BiH*, <https://www.hercegovina.info/vijesti/crna-kronika/najblizi-suradnici-narkobosa-u-bih-nakon-sto-su-uhitili-dva-dilera-iz-bih-zagrebacka-policija-uhitila-i-dvije-zene/206314/>, pristupljeno 17. 9. 2022.