

Јелена Јоцић
Универзитет у Нишу
Филозофски факултет

УДК 316.774:305055.2(497.11)“2017”
305:070(497.11)“2017”

СУКОБ МЕЂУ ПОЛОВИМА КАО ПРЕДМЕТ МЕДИЈСКЕ МАНИПУЛАЦИЈЕ

Ајсџиракџи: Презентација жена у медијима масовне комуникације у дневној штампи темељи се на доминантним родним представама које су изражене у патријархалној култури. Томе у великој мери доприносе и медији у којима су жене приказане по унапред утврђеним обрасцима. Медијским посредовањем креирају се конфликти, који се потом преносе на друштво. Негативни приказ жена у медијима масовне комуникације доводи до дискриминације жена, њиховог неравноправног положаја у друштву, мизогиније и сексизма.

Истраживање има за циљ мапирање дискриминишућих садржаја који се преносе путем медија масовног комуницирања и њихових утицаја на образовање ставова публике. Методом анализе садржаја у дневним новинама *Полиџика*, *Блиц*, *Данас*, *Курир* и *Информер*, ауторка истражује колико су жене присутне у дневној штампи, на који су начин представљене публици и у којој мери су те представе у (ко)релацији са правом сликом стварности. У истраживању су апострофиране медијске поруке помоћу скале Батлер–Пејсли, при чему се приказивање жена у медијима масовне комуникације прати кроз пет различитих категорија („понижи је”, „задржи је тамо где јој је место”, „дај јој два места”, „она је потпуно једнака” и реална слика жене која није заснована на родној дискриминацији), а полазећи од становишта да ставови, представе и ликови приказани у медијима осликавају постојеће трендове, представе и културу једног друштва засновану на родним улогама и стереотипима.

Кључне речи: сукоб међу половима, медијска слика жене, презентација жена у дневној штампи, мизогинија, сексизам, родне улоге, родна дискриминација.

Увод

Проблем аспекта *џрезенџације жена у дневној шџамџи у Србији* покреће питање односа медија према женама и креирања медијске слике о женама, која почива на доминантним родним стереотипима у патријархалној култури. Однос полова у нашој култури и даље је

усмерен на патријархални систем односа, у коме се од жене очекује пасивна и подређена улога, као и пре једног века.

У српској националној историји још увек живи мит о славном ратнику, хероју, док је приказ жене у складу са патријархалним вредностима нашег друштва: послушна и честита жена, старица-мајка која се приказује као понизни чувар огњишта. Вео традиције наставља да се вијори у нашој култури попут заставе освајача који обележава своју територију, чак и данас када живимо у модерном друштву. О положају жене у друштву могуће је говорити са аспекта њене медијске репрезентације и медијског простора који је за њу резервисан.

Велики број жена које су се истакле својим интелектуалним заслугама нису добиле заслужено место у историји, опстајући као неме сенке потиснуте у кутак заборавља. Напором истрајних истраживача сазнајемо њихова имена и тек тада, само наизглед, извештавањем о њиховим достигнућима медији им враћају неправедно одузету славу, скидајући наслаге прашине, наталожене горчине и зависти. Парадоксално, славна културна историја Србије реанимира се, и/или рециклира, кроз сведочење о женама које су дале допринос култури, упркос чињеници да су из медијског простора, деценијама раније, биле потиснуте, како би га „ослободиле” за достигнућа српских интелектуалаца, мушкараца, у времену када су се жене избориле за равноправни третман пред законом.

У штампаним медијима у Србији актери најважнијих вести су углавном мушкарци, који су често присутни и на насловним странама дневних новина, док су за жене резервисане последње стране и/или ретко насловне стране, сем у случају инцидента, и то најчешће вести из области црне хронике и/или вести из области политике у којима су жене у већини случајева представљене у негативном контексту. Негативни приказ жена у медијима масовне комуникације доводи до дискриминације жена, њиховог неравноправног положаја у друштву, мизогиније и сексизма. Медијска слика жене је стереотипна и еквивалентна је другој страни огледала, која постоји у (ис)конструисаној стварности, изван ове реалности и простора.

1. Дефинисање кључних појмова за истраживање

Како бисмо јасније представили циљеве и теоријски одредили предмет истраживања, потребно је дефинисати појмове који су кључни за предстојеће истраживање и објаснити њихову терминологију и значење.

Родна анализа се, према ауторки Драгани Захаријевски (2010), односи на појаву родних неједнакости (при чему је неопходно објаснити разлику између појмова *йола* и *рода*, који су, сами по себи, идентитетске одреднице). Термин „пол” односи се на анатомску структуру, док се „род” односи на очекивана, наметнута или усвојена друштвена понашања полова. „Јер свака култура изграђује свој модел човека (и појма 'ја'), а сваки појединац ствара своју представу о 'другом' на основу које успоставља комуникацију са људима” (Голубовић 1999: 41). Медији култивишу пожељне представе о родним улогама и идентитетима. „Родност се у свакодневном животу конструише свакодневним праксама и дискурсима, обнављањем одређених образаца понашања, изражавања и уверења” (Благојевић-Хјусон 2012: 137). На основу наведене тврдње можемо закључити да су родне разлике настале као одраз друштвене конструкције и да се мушки и женски идентитет стичу. „Циљ родне анализе је да разлике учини видљивим. Родна анализа је модел за разумевање социокултурних образаца друштвених очекивања и различитих механизма путем којих се конструишу и намећу родне улоге и прихватљиви родни односи у једном друштву” (Захаријевски 2010: 120).

Дискриминација (лат. *discriminare* – одвајати, правити разлику; нлат. *discriminatio*) дефинише се као одвајање, разликовање (Вујаклија 1975: 249). У овом случају, појам се односи на недопуштено прављење разлике, или неједнако поступање физичког или правног лица према појединцу/ки или групи људи, на основу пола као личног својства.

Сексизам се према *Речнику родне равнойравности* (2010) дефинише као облик друштвене дискриминације жена. Заснива се на стереотипима и предрасудама које постоје у једном друштву. Утемељен је на традицији и може се односити на жене као јединке или на целу групу. Ставови се сматрају сексистичким ако се женама сугерише да су мање вредне, да им припадају подређене улоге у друштву и да су по природи инфериорније (Јарић, Радовић 2010: 149).

Мизогинија је термин који води порекло из грчког језика (*miseo* – мрзети и *гупе* – жена) и означава мржњу према женама (Вујаклија 1975: 572). Она је свеprisутна, културолошки прожимајућа и условљена. Истовремено, мизогинија је идеологизована јер служи као оправдање за искључивање, хијерархизовање и експлоатацију жена. У том смислу, мизогинија је и идеологија и пракса и дискурс и културна институција, али и однос међу људима (Јарић, Радовић 2010: 99).

2. Њено име је жена са великим „ж”

Крилатица *Историју њишу њобедници* може се применити на велики број знаменитих, заборављених Српкиња, које су оставиле траг у историји али су прекривене велом заорава, попут Катарине Ивановић, Јелене Ј. Димитријевић, Ксеније Атанасијевић и других, о којима сазнајемо тек понекад из медија на годишњицу њихове смрти.

Статистички подаци из 2016. године говоре у прилог овој чињеници и указују на подређен положај жене у Србији, која се још увек не третира као равноправни члан заједнице. Према подацима овог истраживања, жене су плаћене 11% мање од мушкараца за исти посао који обављају. Само 30% жена су власнице некретнина, што говори о њиховом неравноправном положају и зависном односу од партнера, али их такође ставља у рањив положај када је реч о насиљу у породици и разводу брака. Истраживања су показала да у Србији свака друга жена доживи неки вид насиља – физичког, емоционалног или психичког, а ако анализирамо однос начина на који су жене представљене у медијима (по принципу „понижи је” скале Батлер–Пејсли, посебно заступљеном у таблоидном новинарству) и начина извештавања о насиљу над женама у медијима (сензационалистички приступ), закључићемо да су медији они који креирају нашу стварност.

2.1. Слушкињина прича (Поимање традиционалне улоге жене у друштву)

Положај жене у друштву се мењао кроз векове. Ове промене је забележила и анализирала ауторка Мирослава Малешевић (2007). Кроз анализу богате етнолошке грађе, она проучава положај жене и истражује начин на који друштво остварује механизам контроле посредством тела и ума и настоји да задржи жене у оквиру идеализоване породице патријархалног обрасца, чак не више оног традиционалног већ „малограђанског”, оног у коме је жена подређена мушкарцу и ограничена на приватну сферу дома и породице. Запажају се два доминантна стереотипна обрасца, према којима се поима улоге жене у нашој култури.

„Домаћи” образац, однегован до култа у нашој традицији, жену представља као оличење „старице-мајке”, која нема сопствених жеља и потреба, већ испуњење свог живота налази у томе да угађа другима, првенствено мужу и деци, да их храни и негује. У модерном времену, у коме се напуштају (за)старе(ле) вредности зарад нових и модерних

идеја, медији се јављају као чувари традиционалних и националних вредности једног друштва. Овакви прикази жена су били актуелни током 19. и 20. века. „Међутим, многи фактори уједињују се против независности жене и никад се не дешава да сви заједно буду елиминисани, физичка слабост више није разлог. Женска подређеност остаје корисна друштву када је жена удата” (Бовоар 1983: 135–136).

Улога жене у традиционалном друштву била је јасно одређена и додељена јој је већ самим рођењем. Од најраније доби девојчице су припремане за свој будући позив супруге и мајке, јер се у традиционалној српској породици од жене очекивало да господару подари и однегује наследника, а земљи здравог јунака, патриоту, који ће када то његова земља затражи положити сопствени живот у име отаџбине. Овакав приказ жене уздиже је на ниво божанства: она је приказана као асексуално биће, будући да мајци одрасле деце, независно од тога колико је њој самој година, није примерено да демонстрира заводљивост и сексуалност; она остаје мајка-светица и мајка-жртва.

Други концепт женствености приписује се развоју модерног доба и настао је у западној култури; реч је о савременој, еманципованој и „ослобођеној” жени, свесној своје сексуалности, али исто тако, услед много векова спутавања, несигурној и рањивој, која изискује константну потврду своје женствености. Овај концепт настаје као мешавина утицаја покрета за ослобођење жена, спутаних оковима традиције (излазак жене изван оквира дома, еманципација жена и улазак жена у јавну сферу, добијање права гласа, неговање личних потреба и жеља, одлика идентитета) и масовне културе која је изнедрила представу о савременој жени.

2.2. Одроз жене у медијском огледалу

Истраживање показује неравномерну заступљеност полова на страницама дневне штампе. Анализом садржаја утврђено је да је за жене резервисана тек трећина медијског простора, а за мушкарце две трећине. Када је реч о фотографијама које прате текст, жене су заступљене у ниском проценту. Такав пример је забележен у дневном листу *Полиџика* од 14. 4. 2017. године, у коме су од укупно 58 (61,05%) фотографија жене приказане на 9 (9,47%). Сличан пример је запажен у специјалном, ускршњем издању дневних новина *Данас*, које датирају од 15–16. 4. 2017. године, а у којима су у та два празнична дана (двоброј) жене биле приказане на свега 6 фотографија од укупно 40, што је уједно и најмањи забележен проценат заступљености жена на фотографијама – свега 8,22%. Највећи проценат заступљености жена

на фотографијама у току истраживања забележен је 12. 4. 2017. године у дневном листу *Курир* (41,94%), и то на 26 од укупно 60 фотографија (96,77%).

Анализом насловних страна дневних новина добијени су следећи резултати: трећег дана истраживања, 12. 4. 2017. године, забележена је подједнака заступљеност извештавања о оба пола (по 2,11%) у најстаријем дневном листу на овим просторима, *Полићика*. Наредног дана истраживања насловном страном овог листа доминирале су жене са 4% удела у односу на мушкарце, који су били заступљени са 3%. Насупрот томе, у празничном, специјалном издању *Полићике* жене су потпуно изостављене са насловне стране у корист супротног пола (6,15%), што је уједно и највећи проценат заступљености мушкараца на насловним странама у току читаве седмице. Овај податак је од важности за истраживање, посебно ако се има у виду да је овај број покривао два дана, 15–16. 4. 2017. године и да је реч о озбиљној штампи.

Резултати анализе садржаја у дневном листу *Блиц* показују да су мушкарци на насловним странама заступљенији од жена, што указује на неравномеран положај жене у друштву и полну дискриминацију. Сличан пример налазимо и у другим анализираним листовима – *Данас* и *Курир*. Највећи проценат заступљености жена на насловним странама забележен је у специјалном, ускршњем издању дневног листа *Информер* (7,69%) који покрива три празнична дана, 15, 16. и 17. 4. 2017. године.

Компаративном анализом насловних страна дневних новина у Србији – *Полићика*, *Блиц*, *Данас*, *Курир* и *Информер* – у трајању од седам дана, утврђено је да су жене заступљене у много мањем проценту него мушкарци. Мушкарци су на насловним странама током једне седмице, 10–16. 4. 2017. године, били приказани укупно 77 пута, док су жене на насловној страни биле заступљене 43 пута, за трећину мање него мушкарци.

Применом другог параметра у истраживању, који се односи на квантитативну анализу величине текстова објављених у дневној штампи, добијени су следећи резултати: 48 текстова заузима целу страницу, 106 текстова заузима половину странице, 83 четвртину, а већина их заузима осмину странице у дневним новинама, укупно 155; текстови који заузимају простор од целе странице заступљени су у ниском проценту. Квалитативном анализом утврђено је да је за политичке теме најчешће резервисан простор од целе странице („Јадранка се гура у Дачићеву фотељу”, *Курир*, 12. 4. 2017; „Вук забио нож у леђа Вучићу”, „Напао и Русију, а жена му од Руса месечно добија 7.000 Е”, *Информер*, 11. 4. 2017), затим за хронике, које прати сензационалистички начин извештавања у таблоидима („Јаворка кажи зашто нам Љуба све поби”,

Курир, 10. 4. 2017; „Плашила се да је не прогласе лажовом”, *Информер*, 11. 4. 2017; „Монструм убио своју жену и њеног ђака у школи”, *Информер*, 12. 4. 2017) или такозвани џет-сет („Станија купује кућу од 400.000 Е”, *Курир*, 13. 4. 2017; „Сви у црнини на Јецином последњем наступу”, *Курир*, 13. 4. 2017).

На основу наведених резултата закључујемо да се женама у медијима посвећује простор од једне странице у случају политичких афера, скандала или инцидента, док је највећи број текстова од осмине стране резервисан за вести из области економије, културе или спорта („Сива економија дневно однесе буџету осам милиона евра”, *Полиџика*, 13. 4. 2017; „Дрновићева равноправно с фавориткињама”, *Полиџика*, 14. 4. 2017; „Одбојка (ж) Визура и Звезда за финале”, *Блиц*, 12. 4. 2017).

Највећи број текстова у којима су актери жене припадају рубрици џет-сет/забава (125), политика (62), затим хроника (47) и спорт (42). Најмањи број текстова је посвећен областима економије (свега 7) и културе (само 8 текстова). Запажа се да је број текстова из живота џет-сета два пута већи од броја текстова из области политике, што је поражавајућа чињеница која говори да се жене у Србији нису избориле за равноправни третман у јавној сфери. Низак проценат заступљености жена у областима које се тичу друштвеног напретка говори у прилог чињеници да се жене не третирају подједнако. У њихову способност и интелект се и даље сумња, те се оне приказују у складу с родним улогама, које нису биолошки одређене, већ су настале на темељима наслеђених патријархалних вредности и одраз су друштвене конструкције.

3. Жена на периферији друштва („Покажи јој где јој је место”)

Према Батлер–Пејсли скали, могуће је утврдити на који су начин жене приказане у штампаним медијима:

1. У првој категорији за анализу, названој „понижи је” (“put her down“), слика жене је стереотипна: „глупа плавуша”, жена „уцвељена жртва”. Конструисана је негативна слика жене која доприноси дискриминацији жена.
2. У другој категорији, „задржи је тамо где јој је место”, жена је приказана као домаћица. Овај критеријум се базира на традиционалној улози жене и почива на патријархалним становиштима и отуда се овде медији јављају као „чувари” традиционалних вредности. Модел је заснован на патријархалним вредностима друштва у коме се од жене очекује подређена улога.

3. У трећој категорији су представе које се препознају под називом „дај јој два места”, карактеристичне за многе „прогресивне медије”. У овој категорији су приказане успешне пословне жене које су се оствариле у улози мајке, супруге и домаћице. Таква жена је понуђена као идентификациони модел другим женама. Реч је о савременој, успешној жени која не занемарује своју улогу (која јој је већ самим рођењем и полом наметнута) и традиционалне вредности које се негују у једном друштву.
4. Четврти критеријум на скали, „она је потпуно једнака”, жену представља као равноправну с мушкарцем и истиче њена професионална достигнућа. Овакви текстови су заступљени у најмањем проценту у домаћим штампаним медијима.
5. У петој категорији, жена је приказана потпуно нестереотипно.

Резултати истраживања показују да највећи број анализираних текстова жене сврстава у категорију „понижи је” (176 текстова). Овој категорији припадају текстови из области политике, хронике и живота џет-сета. У рубрикама које се баве политичким темама доминирају текстови у којима се успешне жене у политици приказују као негативне личности. Оне су приказане као бескрупулозне и хладне, воде се макијавелистичком крилатицом „циљ оправдава средство”, а циљ им је стицање моћи, при чему је улога ревносног новинара-истраживача, најчешће запосленог у неком од таблоида, да јавности обелодани „дубоко скривену истину”.

Жене које су претрпеле било какав облик насиља или су биле жртве насиља са кобним исходом приказане су као зависне и инфериорне, а у таблоидном новинарству кроз сам текст неретко се провлаче и детаљи који оправдавају поступке насилника, нападача, чиме се имплицира да су женине особине или понашање проузроковали насиље.

Када се пише о женама са јавне сцене у рубрикама које прате живот џет-сета, женама се приписују негативни епитети који вређају њихову личност и интегритет: оне се најчешће приказују као глупе, лукаве и користољубиве.

У великом броју текстова (чак 31) инсистира се на традиционалној улози жене; текстови ове категорије претежно су објављени у данима једног од два највећа хришћанска празника, Ускрса, када се жене подсећају на важност њихових традиционалних улога.

Анализа је показала да се жене које су оствариле значајне резултате у области свог деловања представљају у зависном односу са познатим мушкарцем, оцем или супругом, чиме се недвосмислено указује на то да је њихов успех занемарљив у односу на ауторитет мушкарца:

„Шеснаестогодишња ћерка председника Кошаркашког савеза Србије Предрага Даниловића најпре је тријумфовала у конкуренцији дублова, са Немецом Ирином Кантос, у финалу савладавши Норвежанке Астрид Вању Олсен и Малену Хелго – 2:0 (7:6, 6:2), а онда је у последњем мечу сингла добила домаћу представницу Еву Герего Алварез – 2:0 (7:5, 6:3)” (*Полишика*, 10. 4. 2017).

Трећа категорија на скали Батлер-Пејсли, „дај јој два места”, базира се на успешним пословним женама које су остварене и на приватном и на пословном плану, те се оне нуде читатељкама као идентификациони модел. Из треће и четврте категорије скале забележено је по 68 текстова. Највећи број текстова из четврте категорије, „она је потпуно једнака”, забележен је у спортској рубрици.

3.1. Ђуд је женска смијешна работа¹

Квалитативном анализом текстова у дневној штампи уочен је образац према коме се жене приказују у јавности, у складу са наученим родним улогама.

У тексту објављеном у *Блицу* 10. 4. 2017. године („Где је завршило милион евра из Емирата?”), у рубрици која се бави политичким темама, спекулише се о афери која се односи на пословање Фондације „Драгица Николић”, жене тадашњег председника Србије, Томислава Николића. У уводном делу текста, који заузима целу страницу, аутор „прву даму” представља као бескрупулозну жену, купохолитарку која троши велику количину новца (ониоманија) непознатог порекла, или „целу плату свог мужа већ првог у месецу” како се у тексту наводи (зависна жена) и води рачуна једино о свом физичком изгледу. Аутор текста изражава мизогини став према субјекту о коме говори. У тексту је присутна полна и старосна дискриминација, јер аутор текста недвосмислено сугерише да поменута дама купује у друштву младе девојке (алузија на мит о лепоти, по коме жене теже да што дуже очувају младолики изглед) „која јој сугерише шта је модерно”:

„Драгица Николић континуирано је трошила новац на луксузне ствари, а то је урадила и мало пре протеклих председничких избора. У једној београдској радњи (позната *Блицу*) купила је ’сваровски’ накит у вредности око 100.000 динара. То практично значи да је спискала мужевљево председничку плату – 130.000 динара – већ првог у месецу. Оно што прати сваку куповину госпође

¹ Стих преузет из: Његош, Петровић П. (2001), *Горски вијенац*, Београд: Чигоја.

Николић, осим сумње у порекло новца, јесте и чињеница да она ретко или никада не бира сама. С њом је млада девојка која јој сугерише шта је модерно, а шта није” (*Блиц*, 10. 4. 2017).

Текст из рубрике о политичким темама „Јадранка се гура у Дачићеву фотељу” објављен је у дневним новинама *Курир* 12. 4. 2016. године. У анализираном тексту министарка је представљена као амбициозна жена која не бира средства како би добила „заслужено” место у Влади Србије и стекла предност у политичкој игри моћи:

„Питање је да ли ће Дачићу бити дозвољено да задржи две јаке функције; сад је настао куршлус јер је Јоксимовићева пикирала то место. Она сматра да јој, као некоме ко је завршио међународне односе на Факултету политичких наука, та позиција и припада – каже наш извор” (*Курир*, 12. 4. 2017).

У тексту је присутна интерпелација – идеолошко позиционирање, што се може закључити на основу негативног става који аутор текста показује при извештавању, већ унапред износећи сопствено виђење, чиме нуди публици идеолошку позицију коју би она требало да заступа.

У тексту који датира од 15–16. 4. 2017, објављеном у *Блицу* („Кад уђу сви питају: ‘А ко је мајстор?’ Па ја сам мајстор”), представљена је Јелена Вељковић, чуварка традиционалних вредности и понуђена је као идентификациони модел другим женама. Она је једина жена обућар у Расинском округу. Наставила је породичну традицију коју је започео њен деда (породичне вредности), чиме је, зарад породице, „жртвовала” свој сан да стекне образовање. Аутор текста се позива на традиционалне и моралне вредности, које су данас избледеле. Он посебно истиче особине попут понизности и пожртвованости, које се приписују женском полу. У даљем тексту наводи се да се саговорница посветила супругу и деци, те да је наставила стопама својих предака, на породичном огњишту. Још један текст сличне тематике објављен је у листу *Данас* 10. 4. 2017. године и говори о томе како чувар наслеђа предака, Музеј града Новог Сада, поклања девојачку спрему будућим невестама.

О традиционалној улози жене пишу и новинари *Полиџике*. Дана 11. 4. 2017. године објављена је кратка вест о повратку успешне тенисерке на терен након порођаја. Белоруска тенисерка Викторија Азаренка, наводи се у тексту, враћа се на терен након што се остварила у улози мајке. Она је понуђена као идентификациони модел читатељкама – жена која се остварила на приватном и професионалном плану, чиме се

читатељке подсећају да не смеју занемарити своје древне улоге, упркос својим професионалним успесима.

3.4. Жена „скројена” по мери друштва

Компаративном анализом медијских текстова и начина извештавања о актуелним дневним догађајима у којима су актери жене, ауторка је уочила следеће: у дневној штампи је, дана 10. и 12. 4. 2017, извештавано о мајци дечака који је запалио два бескућника годину дана раније. Овај стравичан догађај је добио епилог на суду, о чему су извештавале дневне новине *Информер* и *Полиџика*. Дневни лист *Информер* догађају приступа сензационалистички, што се види већ на основу самог наслова („Оптужена мајка дечака који је спалио бескућника”). У даљем тексту се наводи да је мајка дечака оптужена за овај злочин, али, исто тако, аутор који потписује текст недвосмислено износи став да мајку дечака сматра кривом. „Након трагедије малишан је, без икакве гриже савести, у разговору са репортером *Информера* рекао да је случајно запалио двојицу бескућника”; слика коју репортер гради о дечаку је негативна, јер се он приказује као асоцијално биће које није способно за емпатију, социопата, а сама слика се надограђује следећом констатацијом: „У том тренутку његова мајка је била у болници, јер јој је наводно позлило када је сазнала шта је урадио њен син, али је убрзо нестала и за њом је била расписана потрага.”

Читалац већ из самог наслова („Оптужена мајка дечака који је запалио бескућника”) може закључити да мајка дечака, она којој је поверена најважнија улога у животу, улога мајке, није достојна и кривица за овај страшни чин насиља се њој приписује јер је дечак малолетан. У даљем тексту се наводи да су против оптужене поднете две кривичне пријаве за занемаривање детета. „До трагедије је дошло око пола четири ујутру, па је питање како је могуће да дете тог узраста буде на улици у то доба ноћи. С њим у друштву била су још двојица дечака чији родитељи и старатељи се не гоне јер се сматра да ови дечаци нису учествовали у инциденту.” На основу садржаја текста уочавамо да аутор (текст потписује мушкарац) јасно заузима негативан став према мајци дечака, који преноси на читаоца, истичући да је мајка одговорна за овај чин.

Дневна штампа је 14. 4. 2017. године извештавала о старици коју је усмртио пас расе питбул. Дневни лист *Полиџика* је томе посветио осмину стране и читаоце известио о несрећном догађају, док су листови *Блиц* и *Курир* извештавали опширније. На основу извештаја који су дали новинари листа *Полиџика* („Питбул заклао старицу”) читалац добија обавештење о томе шта се догодило, док је приступ дневних листова

Блиц („Питбул преклао старицу”) и *Курир* („Питбул искидао гркљан старици”) – недвосмислено сензационалистички. Описан је сам чин насиља над старицом, уз квалитативне судове и наглашавање детаља у наслову, као и коришћење црвене и жуте боје у насловној композицији како би се нагласио догађај у коме је жена представљена као жртва. У текстовима се такође истиче да је старица живела сама, издржавала се од социјалне помоћи и да је тукла животиње и терала их од себе када су желеле да се играју са њом.

Компаративна анализа медијских текстова о актуелним дневним догађајима показала је да су жене представљене по унапред утврђеним обрасцима. У првом случају, жена је представљена као негативна личност, будући да се оглушила о своју најважнију улогу – улогу мајке. Она је чином занемаривања и запостављања детета одбацила своју свету дужност, злоупотребивши своју моћ жене, мајке, која се у примитивним културама издиже у ранг божанства јер има моћ да дарује нови живот. Представљена је као негативна личност јер се погазила најважнију вредност патријархалног наслеђа – породицу. У другом случају, медији су изградили слику жртве. Старица коју је усмртио пас се назива „несрећном”, истиче се да је живела сама, да су јој једини приходи били они које је добијала од социјалне помоћи и да јој је једина сапутница била нећака која се о њој бринула. Међутим, у тексту се истиче и то да је старица на сваки покушај животиња да јој се приближе одговарала насиљем (тукла их је штапом, како пише у тексту), при чему се читалац наводи на закључак да старица није жртва, већ целат. Овакво медијско извештавање, при чему се јасно истиче позиција коју новинар заузима, води ка оправдавању насиља и његовом ширењу.

Закључна разматрања

На основу добијених резултата закључујемо да владајуће представе о женама умногоме зависе од медијског репрезентовања. Сукоб међу половима је одраз медијске конструкције, који води појави мизогиније, сексизма, полној и родној дискриминацији. С таквим медијским извештавањем, где су жене приказане негативно а при њиховом представљању се користе еуфемизми и атрибути који имају негативну конотацију и који вређају њихову личност и угрожавају њихов интегритет, не можемо говорити о просвећеном и здравом друштву.

Запитајмо се: Да ли медији осликавају реалну слику наше стварности? Колико је наша реалност одраз истинитог приказа и медијског извештавања које почива на демократским слободама, а у којој мери је одраз исконструисане виртуелне творевине? Да ли је борба за

равноправност полова само варка, обмана, која постоји једино на папиру и шта је потребно да једно традицијом заогрнуто друштво изађе ван сопствених оквира, скине „повез са очију” и суочи се са стварношћу? Да ли је у питању само пука обмана у којој друштво мења једне ланце за друге – оне опипљиве, који се обмотавају око руку и глежњева како би спречили затвореника да побегне за оне невидљиве, који се обмотавају око духа и спречавају његов развој и напредак? Да ли мит о српском јунаку и данас живи и да ли ће српско друштво бити кадро да прихвати чињеницу да српска „јунакиња” може стати уз „силног” јунака, не као верна љуба или противник, већ као саборац и сапутник?

ЛИТЕРАТУРА

Батлер (1992): Džudit Butler, *Tela koja nešto znače: O diskurzivnim granicama pola*, Beograd: Samizdat B92.

Батлер (2010): Džudit Butler, *Nevolja s rodom*, Beograd: Karpos.

Бовоар (1983): Simon de Beauvoir, *Drugi pol I: činjenice i mitovi*, Beograd: BIGZ.

Бовоар (1983): Simon de Beauvoir, *Drugi pol II: životno iskustvo*, Beograd: BIGZ.

Благојевић (1991): Марина Благојевић, *Жене изван круја: професија и породица*, Београд: Институт за социолошка истраживања.

Благојевић (2012): Марина Благојевић, *Родни барометар у Србији: дискурси и праксе*, Београд: CICERO.

Видаковић, Шћепановић (2011): М. Видаковић, В. Шћепановић, Препреке на путу женског експертског деловања у култури, *Култура* (131), 277–290.

Голубовић (1999): Zagorka Golubović, *Ja i drugi: Antropološka istraživanja individualnog i kolektivnog identiteta*, Beograd: REPUBLICA.

Јарић, Радовић (2010): Vesna Jarić, Nadežda Radović, *Rečnik rodne ravnopravnosti*, Novi Sad: Art Print.

Малешевић (2007): Мирослава Малешевић, *Женско: етнографски аспекти друштвеног положаја жене у Србији*, Београд: Српски генеалогски центар.

Оукли (1974): Ann Oakley, *The sociology of Housework*, New York: Pantheon Books.

Пинк (2004): Sarah Pink, *Home truth, Gender, Domestic and Everyday life*, New York: Berg.

Стјепановић-Захаријевски (2010): Драгана Стјепановић-Захаријевски, *Род, идентитет и развој*, Ниш: Филозофски факултет.

Торлак (2011): Нада Торлак, Медијска слика жене у Србији, *СМ – часопис за управљање комуникацијом*, 6 (19), 39–52.

Шиљаковић (2005): К. Шиљаковић, Нова подручја сукоба између мушкарца и жене, *Теме*, 29(3), 323–336.

<http://www.nedeljnik.rs/nedeljnik/portalnews/nijedna-zena-nije-direktor-javnog-preduzeca-ali-je-zato-svaka-druga-zrtva-nasilja/>, преузето 27. 4. 2017.

<http://euinfo.rs/diskriminacija-zena-rodni-stereotipi-i-predrasude-na-delu/>, преузето 29. 4. 2017.

Jelena Jocić

University of Niš

Faculty of Philosophy

BATTLE OF THE SEXES AND MEDIA MANIPULATION

Summary: Representation of women in the media of mass communication in daily press is based on dominant gender roles determined by patriarchal culture. Although the Constitution of Serbia sets out the equality of women and men, women in Serbia do not have equal treatment. This is to the great extent contributed by media in which women are shown according to previously established patterns. Negative images of women in media of mass communications lead to discrimination of women, their unequal position in the society, misogyny, and sexism.

The research is aimed at mapping discriminating contents transferred by means of media of mass communications and their influence on the formation of audience attitudes. Using the method of content analysis, the author studies daily newspapers *Politika*, *Blic*, *Danas*, *Kurir* and *Informer* and examines how frequently women are present in the articles, in which way they are presented to the audience, and to what extent those representations are in correlation with the true image of reality. The research stresses media messages using the scale developed by Butler–Paisley, which deals with the representation of women in the mass media through five different categories (“humiliate her”, “keep her where her place is”, “give her two places”, “she is totally equal” and the real image of woman that is not based on gender discrimination); the research starts from the point of view that attitudes, representations, and characters shown in media reflect the existing trends, representations, and culture of a society based on gender roles and stereotypes.

Keywords: image of women in the media, representation of women in daily press, misogyny, sexism, gender roles, gender discrimination.