

# Žene i muškarci u televizijskim vijestima: glasovi nejednake vrijednosti

Viktorija Car\*  
Karolina Leaković\*\*  
Anja Stević\*\*\*  
Jelena Stipović\*\*\*\*

## SAŽETAK

*Prisutnost ženskih lica, glasova i karaktera u medijima, osobito audio-vizualnim, ima značajan utjecaj na perpetuiranje i/ili kreiranje vrijednosti, stavova i ponašanja publike (građana) koji se tiču roda te rodno stereotipnih obrazaca. U fokusu je ovog istraživanja rodna reprezentacija u središnjim informativnim emisijama HTV-a, Nove TV i RTL-a. Cilj je bio utvrditi postoji li međusobna korelacija između autorstva i zastupljenosti žena i muškaraca u vijestima – tko i o kome izvještava, koga se (re)prezentira, čiji se glasovi čuju? Autorice su istražujući rodnu reprezentaciju nastojale utvrditi je li i u kojoj mjeri spomenuta televizijski posredovana slika svijeta rodno označena. Kvantitativna analiza sadržaja provedena je na uzorku od 3 148 vijesti iz 180 središnjih informativnih televizijskih emisija emitiranih u razdoblju od pet godina (2009. – 2013.). Istraživanje pokazuje kako su žene u središnjim informativnim emisijama zauzele vodeće pozicije: autorice su 42,6 % analiziranih vijesti, dok su muškarci njih 23,9 %; uredničke pozicije ostvaruju u gotovo jednakome omjeru (38,33 % žene*

---

\* Dr. sc. Viktorija Car, izv. prof., Odsjek za medije i komunikaciju, Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, viktorija.car@fpzg.hr

\*\* Karolina Leaković, mag. nov., Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, karolinaleakovic@gmail.com

\*\*\* Anja Stević, mag. nov., Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, anja.stevic1@gmail.com

\*\*\*\* Jelena Stipović, mag. nov., Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, jelena.stipovic@gmail.com

*i 39,44 % muškarci). Međutim, muškarci su vidljiviji kao autori vijesti – ispred kamera pojavljuju se u autorskoj ulozi u četvrtini analiziranih vijesti, dok su žene vidljive tek u jednoj petini. Muškarci se kao voditelji pojavljuju u 60 % analiziranih informativnih emisija. Žene su izrazito podzastupljene kao nositeljice sadržaja vijesti – u toj se ulozi pojavljuju u tek 8,3 % slučajeva, a muškarci u četiri puta više – 33,4 %. Izjave muškaraca triput su češće u dnevnicima, dok ženskih glasova uopće nema u 40 % priloga koje potpisuju novinarka te u više od polovine priloga koje potpisuju muškarci.*

Ključne riječi: rodna reprezentacija, rodna jednakost, televizija, vijesti, autorstvo, novinari i novinarka

## **Uvod: Mediji i kontrola ženskog glasa**

Pitanje je li i u kojoj je mjeri medijski posredovana slika svijeta rodno označena čest je povod akademskom promišljanju i istraživanjima (samo neki od primjera su: Edström i Mølster, 2014; Kamenov i Galić, 2011; Knežević i Car, 2011; Lauzen i dr., 2008; Lubina i Brkić Klimpak, 2014; McNair, 2004; Sarnavka, 2010; Signorielli, 2001; Walter, 2011; Wood, 2011). Pođemo li od pretpostavke o razumijevanju medija kao „platforme za demokratsku javnu raspravu“ i njihove važnosti „u arhitekturi demokratskih društvenih procesa jer sudjeluju u smanjenju nejednakosti među različitim grupama društva, omogućuju slobodu izražavanja misli i raznolikosti svjetonazora te unapređuju opću političku i javnu komunikaciju i razvoj društva“ (Zgrabljic Rotar, 2011: 89), nameće se zaključak kako je njihova uloga u promoviranju rodne ravnopravnosti<sup>5</sup> nezaobilazan faktor u razvoju demokratskih društava. Riječima Joke Hermes „ravnopravnost između žena i muškaraca nije ništa drugo do lakmus papir za dokazivanje ostvarivanja istinske i zrele demokracije u svim europskim zemljama“ (Hermes, 2012: 8).

Inzistiranje na uspostavi legislativnih i institucionalnih mehanizama za ostvarivanje ovog načela svjedoči o naporima koji se na međunarodnoj i nacionalnim razinama ulažu u ispravljanje neravnopravnih odnosa utemeljenih na dominaciji i moći, uspostavljenih „putem kategorija poput roda, klase, rase i nacije, i načina na koji ga vide, koji dovode do marginalizacije i opresije pojedinih grupa“ (Volčić, 2008: 5). Hrvatska Nacionalna politika za ravnopravnost spolova 2011. – 2015.<sup>6</sup> (2011) posebnu pozornost pridaje medijima, naglašavajući „njihovu značajnu ulogu u demokratizaciji društva“.

Međutim, usprkos postavljenom okviru, recentno Izvješće Svjetskog ekonomskog foruma o rodnom jazu<sup>7</sup> za 2016. godinu pokazuje da Hrvatska zauzima tek 68. mjesto (između 144 države) (WEF, 2016), a godinu ranije bila je na 59. mjestu (između 145

država) (WEF, 2015). Ovi rezultati pokazuju snažno nazadovanje u odnosu na 2006. i 2007. godinu kada je u istom istraživanju Hrvatska zauzela 16. mjesto (WEF, 2014).

Prisutnost ženskih lica, glasova i karaktera u medijima, osobito audio-vizualnim i osobito u informativnom programu, ima znatan utjecaj na perpetuiranje i/ili kreiranje vrijednosti, stavova i ponašanja publike (građana) koji se tiču roda te rodno stereotipnih obrazaca<sup>8</sup>, a time i na prevladavanje spomenutog rodnog raskoraka. Ako je „ravnopravnost spolova onaj vitalni element transformacije društva koji će osigurati revitalizaciju demokracije i tako ostvariti bogatije društvo u svakom pogledu“ (Leinert-Novosel, 1999: 234) onda prisutnost u medijima tu transformaciju može kako unaprijediti, tako i unazaditi.

Smještanje rodne ravnopravnosti u politički kontekst i porast istraživačkog zanimanja utjecali su sedamdesetih i osamdesetih godina 20. stoljeća i na feminističke medijske studije, tvrdi Margaret Gallagher. Dvije su, kaže ona, temeljne okosnice akademskog razmatranja odnosa roda i medija: „(1) kritička analiza struktura moći koje su žene sustavno podčinjavale te (2) politika reprezentacije i proizvodnje znanja u kojoj su žene dominantno objekti, a ne subjekti“ (Gallagher, 2003: 19). „Iz te se dihotomije“, nastavlja Gallagher, „postupno razvila kompleksna analiza strukture i procesa reprezentacije, kulturnih i ekonomskih čimbenika, socijalnih odnosa, konstruiranja rodnih identiteta“ (*ibid.*). Zato analiza zastupljenosti žena u medijima treba uključivati i njihovu zastupljenost u redakcijama, ali i vidljivost u medijskim sadržajima. Lenka Vochocova sklona je analizi i dodatnih varijabli te se referira na Liesbet van Zoonen koja ukazuje na „ključan utjecaj produkcijskog procesa i organizacijskog konteksta“ (van Zoonen, 1994: 46, prema Vochocova, 2008: 234).

Međutim, kao i u nekim drugim profesijama, i u novinarstvu se događa da novinarke izjednačavaju profesionalnost s „muškom“ normom, objektivnošću i distanciranošću u kreiranju vijesti, svjesno označavajući „žensko, subjektivno“ neprofesionalnim (Vochocova, 2008: 237). Takvo zastupanje ili promociju tema važnih ženama novinarke smatraju „ženskim (subjektivnim) pristupom i zato neprofesionalnim“ (Gallego i dr., 2004, prema Vochocova, 2008: 238).

Dodatno, medijske prakse perpetuiraju i nameću rodne stereotipe, pridajući određene osobine i sposobnosti muškarcima, odnosno ženama, i određujući ih za obavljanje, primjerice, javnih dužnosti ili zahtjevnijih poslova, ili ih iz njih isključujući (Hermes, 2012: 14). To je praksa koja odražava odnose moći. Razlikujući diskurzivnu moć, moć pristupa i moć resursa, John Street ovu drugu definira kao „način na koji djelovanje masovnih medija kontrolira opseg glasova ili interesa koji su sposobni koristiti razne oblike ili kao gledatelji/čitatelji ili kao suradnici“ (Street, 2003: 198). Na tom se tragu može analizirati način na koji mediji oblikuju stavove svojih urednica i novinarki spram rodne ravnopravnosti i načina na koji (rodno neutralno i objektivno) izvještavaju. Street zato s pravom pita „čiji glasovi, identiteti i interesi nastanjuju naše ekrane i novine“ (*ibid.*). Moć imaju oni koji imaju pristup medijima.

## Televizijske vijesti – platforma za konstruiranje rodne stvarnosti

Neovisno o njezinoj ulozi zabavljača, televizija i u 21. stoljeću ostaje jedan od ključnih izvora informacija te zadržava moć konstrukcije zbilje, sustava vrijednosti i prihvatljivih oblika ponašanja (više u Car i Osmančević, 2016). Zahvaljujući društvenim mrežama, i televizija je dobila društvenu dimenziju (Proulx i Shepatin, 2012: 3), ali trendovi pokazuju da tradicionalni način gledanja televizije polako gubi bitku u usporedbi s gledanjem *online* video sadržaja, a prije svega kada je riječ o vijestima (Nielsen i Sambrook, 2016). Osim što se s promjenom tehnologije mijenjaju načini na koje se publika izlaže televiziji, na razumijevanje medijskih poruka utječe i društveni položaj i iskustvo pojedinca (Livingstone i Lunt, 2001). Naime, sustav televizijskih poruka sustav je „kulturnih indikatora“ koji predstavljaju sustav društvenih vrijednosti (Fiske i Hartley, 1992: 22), a televizijski programi značenje dobivaju tek kada ih gledatelj „čita“ (Hartley, 1982: 36).

Iako je istraživanje koje se svakih pet godina provodi u okviru projekta Global Media Monitoring 2010. godine u Hrvatskoj<sup>9</sup> pokazalo kako je rodna pristranost najmanje izražena na televiziji, gdje su žene predstavljene kao nositeljice vijesti u 37 % analiziranih slučajeva (GMMP, 2010), također je pokazalo da se muškarci kao nositelji i izvori informacija u vijestima u tisku, na radiju i na televiziji pojavljuju u 72 %, a žene u svega 28 % slučajeva. Na globalnoj razini bilježi se vrlo mali napredak – od 18 % žena kao nositeljica vijesti ili izvora informacija 1995. godine, kada su objavljeni prvi rezultati, do 24 % i u 2010. (*ibid.*) i u 2015. godini (GMMP, 2015: 8).

U istraživanju Svjetlane Knežević i Viktorije Car, provedenom na uzorku središnjih informativnih emisija HTV-a, Nove TV i RTL-a 2009. i 2010. godine, rezultati pokazuju kako se ni 10 godina nakon istraživanja Smiljane Leinert-Novosel, u kojem je zaključila kako su žene u najgledanijim televizijskim terminima tek simbolično prisutne (1999: 127), prisutnost žena u televizijskim vijestima nije značajnije povećala. U manje od 10 % središnjih vijesti hrvatskih nacionalnih televizija žene su prisutne kao nositeljice radnje, što govori da su zapravo nevidljive (Knežević i Car, 2011: 81-82). Ovo sugerira permanentnu neravnotežu u zastupljenosti žena kao nositeljica radnje ili izvora informacija u televizijskim vijestima (De Swert i Hooghe, 2010) i upravo na taj problem želimo upozoriti ovim istraživanjem.

### Rod i produkcija vijesti: gdje je „žensko očište“?

Istražujući prisutnost žena kao izvora informacija u vijestima belgijskih televizija od 2003. do 2005. godine, Knut De Swert i Marc Hooghe potvrdili su tezu o „simboličkom poništenju“ ženskog očišta, odnosno žena u društvu u cjelini (De Swert i Hooghe, 2010: 70). U posljednjih nekoliko desetljeća „medijski posredovana ko-

munikacija jedno je od ključnih područja feminističkih i rodnih studija, ponajviše zbog svojega očekivanog snažnog utjecaja na odnose moći odnosno redistribuciju moći u društvu” (Vochocova, 2008: 231). Od 1970-ih i prvih istraživanja o sudjelovanju žena u produkciji vijesti te zastupljenosti „ženskog glasa i pogleda” u njima, ukazuje se na predominantnu maskulinu točku gledanja, „konceptiju svijeta i onoga što je u njemu važno” (Ross i Carter, 2011: 1149), neovisno o rodu autora vijesti. Iako se broj novinarki i urednica u redakcijama povećava, redakcijska se kultura i dalje temelji na „muškome principu” (Ross, 2001, prema Hanitzsch i Hanusch, 2012: 258). Ranije spomenuta povezanost roda i vrijednosti poput novinarske profesionalnosti i objektivnosti istraživana je 1980-ih i 1990-ih, a govorimo o dvama dominantnim pristupima:

“Prvi vjeruje kako bi, ako i kada žene ostvare brojčanu nadmoć u medijima, odnosno redakcijama, to vodilo ka promjeni načina na koji se vijesti tradicionalno prezentiraju, na novinarski stil pa čak i na tip sadržaja. Ovaj pristup temelji se na pretpostavci o rodnoj ‘drugosti’: kad se žene oslobode muške dominacije bit će u mogućnosti izraziti svoje pravo ‘JA’ u odabiru i kreiranju vijesti, kao i drugih medijskih sadržaja. Druga škola mišljenja inzistira na profesionalnosti i rodno neutralnom procesu proizvodnje vijesti, ili jednostavno rečeno: vijest je vijest i ona ne uključuje rod. Stoga, neovisno o feminizaciji novinarstva i činjenici da profesijom dominiraju žene, utjecaj na sadržaj vijesti bit će zanemariv.” (Lavie i Lehman-Wilzig, 2003: 8-9)

U istraživanju o utjecaju roda na novinarski profesionalizam, provedenome u 18 država, Thomas Hanitzsch i Folker Hanusch pošli su od klasifikacije Liesbet van Zoonen o „rodnoj prirodi novinarstva” koja uključuje četiri područja: „odabir tema, kut gledanja, izvore informacija te etičnost” (van Zoonen, 1998, prema Hanitzsch i Hanusch, 2012: 259). Van Zoonen razlikuje „muški” od „ženskog” pristupa navedenim područjima i to tako da „muškarci obrađuju *hard*, a žene *soft* teme”. Muškarci su „usmjereni na činjenice i senzacionalizam, a žene su suosjećajne, usmjerene na pozadinu priče i njezine posljedice” (*ibid.*: 259). Muškarci „predominantno izvješćuju o drugim muškarcima, žene se fokusiraju na žene”, a kad je o novinarskoj etici riječ, „muški je pristup u novinarstvu odvojenost od publika, dok je ženama stalo odgovoriti njihovim potrebama” (*ibid.*: 259).

Na tom tragu Hanitzsch i Hanusch koncipirali su istraživanje koje, međutim, u velikoj mjeri nije potvrdilo ove pretpostavke. Novinarke, naime, u svojem radu nisu više od kolega usmjerene na potrebe publike, a na ljestvicu vrijednosti također visoko stavljaju objektivnost, činjenice i dokaze. Autori iz toga zaključuju kako se ne može govoriti o „ženskom ili muškom pogledu u novinarstvu” (Hanitzsch i Hanusch, 2012: 274). Priznaju, ipak, kako razlog tomu može biti i dominacija „muških vrijednosti u redakcijama” uslijed čega su žene prisiljene ponašati se „poput dečki-ju” (North, 2009, prema Hanitzsch i Hanusch, 2012: 274). Povodeći se za dominan-

tnim obrascima ponašanja, slijedeći ih i usvajajući, žene s jedne strane doprinose održavanju *statusa quo*, potvrđujući s druge svoju subordiniranu ulogu „drugoga”. Ne susrećemo li se, uostalom, s takvim pojavama i drugdje?

## O istraživanju

Cilj ovog istraživanja<sup>10</sup> bio je utvrditi rodnu reprezentaciju u središnjim informativnim emisijama HTV-a, Nove TV i RTL-a u razdoblju od pet godina (2009. – 2013.), s obzirom na autorstvo vijesti te zastupljenost i ulogu žena i muškaraca u njihovom sadržaju. Istraživanje obuhvaća 36 varijabli koje su grupirane u 10 cjelina: tehnički podatci o vijestima; uredništvo televizijskih vijesti; voditelji/ice vijesti; autorstvo vijesti; nositelji/ice vijesti; izvori informacija; rodno osjetljivo potpisivanje autora/ica vijesti, nositelja/ica vijesti te izvora informacija; novinarske vrste i teme vijesti; glavne najave te rodni stereotipi u vijestima.

Zadaće istraživanja su prvenstveno bile istražiti tko stvara vijesti, utvrditi učestalost pojavljivanja žena ili muškaraca kao glavnih nositelja/ica vijesti, osoba oko kojih se gradi cijela „priča“, utvrditi kakav je odabir sugovornika/ica u prilogu te kakva je povezanost autorstva i zastupljenosti žena i muškaraca u vijestima. Posebno je analizirana zastupljenost žena i muškaraca u glavnim najavama i u vijestima, u novinarskom tekstu, u slici i u tonovima (izjavama).

Postavljene su dvije glavne hipoteze: (H1) žene više od muškaraca sudjeluju u proizvodnji vijesti, i kao urednice i kao novinarke; (H2) u sadržaju vijesti dominiraju muškarci, i kao nositelji tema i kao izvori informacija – drugim riječima, češće se odabire muškarac kao relevantan i stručan izvor informacija.

Pomoćne hipoteze su: (h1) novinari su u vijestima vidljiviji od novinarki – češće se pojavljuju u kadru, bilo u *stand up*-u ili u javljanju uživo; (h2) novinari u većoj mjeri od novinarki biraju muškarce kao nositelje vijesti / izvore informacija; (h3) novinarki u većini slučajeva obrađuju teme iz područja ljudskih prava i socijalne politike (u širem smislu – uključujući i obrazovanje, mirovinski i zdravstveni sustav) te *lifestyle* teme.

## Metodološki okvir istraživanja

U dijelu istraživanja čije rezultate donosimo u ovom članku, korištena je kvantitativna analiza sadržaja kao istraživačka metoda za objektivno, sustavno i kvantitativno opisivanje manifestnog sadržaja komunikacije (Berelson, 1952: 18), a kao jedna od najučinkovitijih metoda izvođenja zaključaka o trendovima u medijskim sadržajima (više u Gunter, 2000; Lamza Posavec, 2006). Prema Rogeru D. Wimmeru i

Josephu R. Dominicku (2006) pet je osnovnih zadaća analize sadržaja: (1) opisivanje uzoraka ili trendova u medijskim sadržajima, (2) testiranje hipoteze o politikama i ciljevima medijskih proizvođača, (3) usporedba medijskih sadržaja sa stvarnim svijetom, (4) procjena zastupljenosti pojedinih skupina u društvu te (5) donošenje zaključaka o učincima medija.

Uz primarnu, kvantitativnu analizu sadržaja, korištena je i kvalitativna ili nefrekvencijska analiza sadržaja (više u Wimmer i Dominick, 2006). Također, korištena je i analiza narativa (više u Gillespie, 2006: 82-83). Narativ je definiran kao „slijed uzročno-posljedičnih događaja povezanih u vremenu i prostoru“ (*ibid.*: 91), a kao ključne razloge njegova korištenja u medijskom tekstu, osim što nije slučajan te što i sam kreira događaje, Marrie Gillespie navodi da on utječe na „oblikovanje opažanja društvene stvarnosti, doprinosi mijenjanju percepcija rodni uloga i odnosa te predstavlja ključan izvor zadovoljstva i ugone“ (*ibid.*: 82). Međutim, zbog zadanog opsega ovog članka, u interpretaciji rezultata donosimo tek nekoliko primjera iz ovih dviju kvalitativnih analiza.

U istraživanju je korišten probabilistički (slučajni) uzorak (više u Lamza Posavec, 2006) od 180 središnjih informativnih emisija emitiranih na tri nacionalne televizije (HTV, Nova TV i RTL) u razdoblju od 2009. do 2013. godine. Matematički algoritam slučajnih brojeva zadao je po jedan datum mjesečno unutar razdoblja od 5 godina pa je N za svaku televiziju bio 60 emisija vijesti (5 godina x 12 mjeseci). Uzorak datuma bio je stratificiran prema danima u tjednu kako bi se izbjegla nadzastupljenost određenih dana (npr. subota i nedjelja kada je izbor tema u emisiji vijesti bitno drugačiji od ostalih dana). U svakoj središnjoj informativnoj emisiji vijesti iz dobivenog uzorka analizirane su sve pojedinačne vijesti, osim onih u sportskom bloku. Vremenska prognoza nije bila dijelom analize. Dakle, jedinica analize u ovom istraživanju je pojedinačna vijest (televizijski prilog s pripadajućom studijskom najavom), novinarski pripremljena i montirana, ne preuzeta kao cjelina od neke druge televizijske kuće ili agencije. Takav prilog, osim vijesti, može biti izvještaj o dnevnim događajima, izvještaj koji čini cjelinu s javljanjem uživo, tematski ili analitički prilog, reportaža, televizijski fičer ili komentar. Ukupno je analizirano 3 148 vijesti, od toga ih je 939 emitirano u emisiji *Dnevnik* HTV-a, 1 228 emitirano je u emisiji *Dnevnik* Nove TV, a 981 vijest emitirana je u emisiji *Vijesti* RTL-a. U svakoj jedinici analize posebno su analizirani novinarski tekst (engl. *off*), tonovi i slika. Kao zasebne cjeline analizirane su glavne najave na početku svake središnje informativne emisije.<sup>11</sup>

## Žene u TV vijestima – uključene u proizvodnju, nevidljive u sadržaju

Analizom vijesti iz uzorka dobiven je detaljan uvid u zastupljenost i vidljivost žena i muškaraca kao urednica i urednika, voditeljica i voditelja, autorica i autora vijesti, te u rodnu strukturu nositeljica i nositelja vijesti kao i izvora informacija. Analiziran je, nadalje, način potpisivanja autora i izvora informacija u vijestima te zastupljenost tema i novinarskih vrsta u središnjim informativnim emisijama u odnosu na autorstvo. Rezultati istraživanja obrađeni su i prikazani u 9 cjelina.

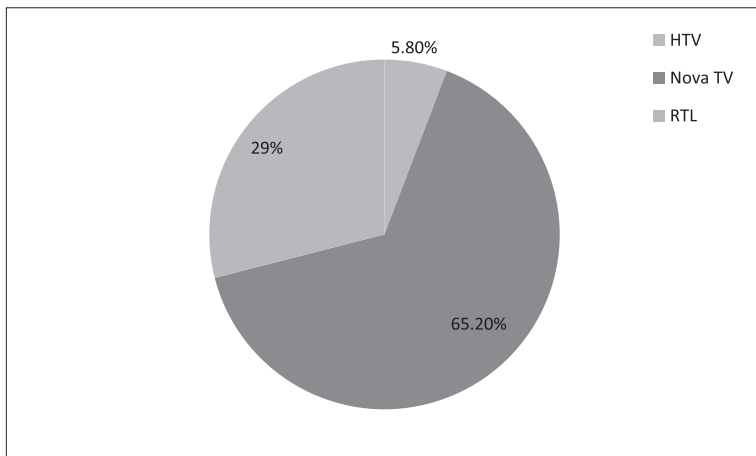
### Ravnomjerna zastupljenost žena i muškaraca na uredničkim pozicijama

Zanimalo nas je na kojoj su televiziji žene uredile najviše emisija te koji dan u tjednu urednici, odnosno urednice najčešće uređuju vijesti. Od 180 analiziranih emisija na sve tri televizije, 69 su uredile žene (38,4 %), a muškarci urednički potpisuju 71 emisiju (39,4 %). Zajedno su, pak, uredili 40 emisija (22,2 %).

Hi kvadrat test ( $\chi^2$ ) pokazao je da postoje statistički značajne razlike ( $\chi^2 = 37,13$ ,  $ss=2$ ,  $p<0,01$ ) u čestini pojavljivanja urednica u dnevnicima triju nacionalnih televizija (v. grafikon 1). Na Novoj TV žene su *Dnevnik*, u promatranom razdoblju, ure-

Grafikon 1. Urednice središnjih informativnih emisija (N=69)

Graph 1. Female editors of the central news programs (N=69)



$\chi^2 = 37,13$ ,  $ss=2$ ,  $p<0,01$



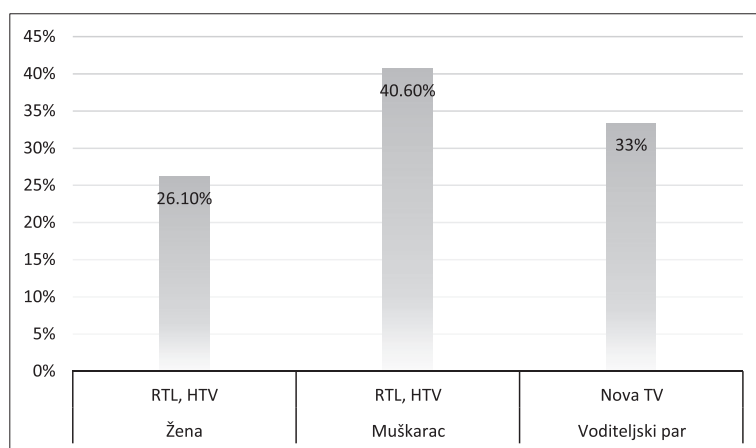
dile 45 puta (65,2 %), dok se na HTV-u kao urednice *Dnevnika* pojavljuju u svega 4 emisije (5,8 %). *Vijesti RTL-a* žene su uredile 20 puta (29 %). Hi kvadrat test pokazao je, nadalje, kako nema razlike u čestini pojavljivanja žena odnosno muškaraca na uredničkim pozicijama u odnosu na dane u tjednu, s iznimkom subote, kada se žene nešto češće no ostalim danima pojavljuju u ulozi urednice.

### Muškarci su vidljiviji od žena kao voditelji središnjih informativnih emisija

Rezultati su pokazali da su na voditeljskim mjestima vidljiviji muškarci od žena. *Dnevnik Nove TV* uvijek vodi voditeljski par, a na HTV-u i RTL-u zajedno gledajući muškarci su vodili 73 emisije (40,6 %), a žene 47 emisija (26,1 %) (v. grafikon 2).

Grafikon 2. Voditelji i voditeljice središnjih informativnih emisija (N=180)

Graph 2. Female and male news anchors of the central news programs (N=180)



Važno je napomenuti da je *Vijesti RTL-a* u analiziranom razdoblju radnim danima vodio muškarac, dok je vikendom uvijek vodila žena. Hi kvadrat test pokazao je kako nema statistički značajne razlike po godinama uzorka pa se ne može govoriti o trendovima koji bi ukazivali na eventualne promjene (žene:  $\chi^2 = 1,191$ ,  $ss=4$ ,  $p>0,05$ ; muškarci:  $\chi^2 = 0,767$ ,  $ss=4$ ,  $p>0,05$ ).

### Žene su radnice – one pripremaju vijesti, muškarci su lice – pojavljuju se pred kamerom

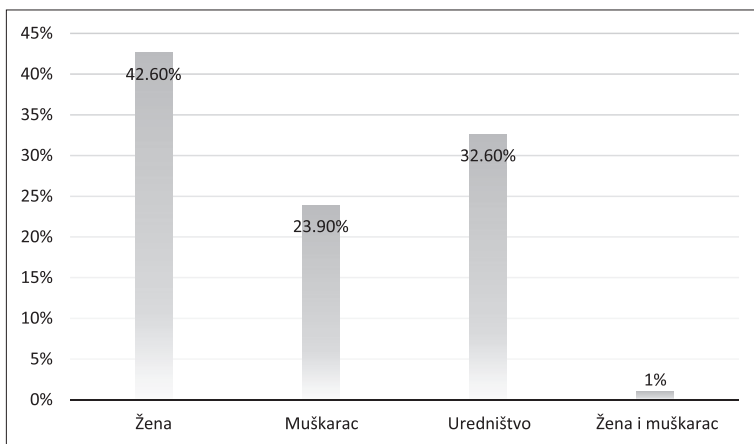
Zanimalo nas je jesu li žene ili muškarci češće autori vijesti (pojedinačnih priloga u središnjoj informativnoj emisiji) te postoji li statistički značajna razlika s obzirom na dane u tjednu, mjesece i godine. Zanimalo nas je i ukupno trajanje priloga koje su pripremile žene i muškarci, kao i pojavljuje li se autor/ica vijesti u kadru (engl. *stand up* i javljanje uživo).

Analiza 3 148 vijesti pokazala je kako su žene autorice 1 341 vijesti (42,6 %), a muškarci 752 vijesti (23,9 %). Za gotovo trećinu emitiranih vijesti, 1 025 (32,6 %), autorstvo preuzima uredništvo, dok su svega 30 priloga (1 %) autorski zajednički potpisali žena i muškarac (v. grafikon 3). Možemo zaključiti kako žene odrađuju veći dio posla u redakcijama budući da pripremaju znatno više vijesti od kolega.

Ograničavajući faktor ovog istraživanja je nemogućnost ponderiranja dobivenih rezultata o udjelima žena i muškaraca u autorstvu vijesti s udjelima žena i muškaraca zaposlenih u informativnim redakcijama triju televizija u razdoblju istraživanja<sup>12</sup>.

Grafikon 3. Autori i autorice vijesti (N = 3 148)

Graph 3. Female and male news authors (N=3148)



$\chi^2 = 1\ 191,66$ ,  $ss=3$ ,  $p<0,01$

Hi kvadrat test pokazao je kako nema statistički značajne razlike ( $\chi^2 = 4,08$ ,  $ss=6$ ,  $p>0,05$ ) u količini vijesti koje su pripremile novinarke prema danima u tjednu, niti prema mjesecima ( $\chi^2 = 7,45$ ,  $ss=11$ ,  $p>0,05$ ) te godinama ( $\chi^2 = 2,76$ ,  $ss=4$ ,  $p>0,05$ ).

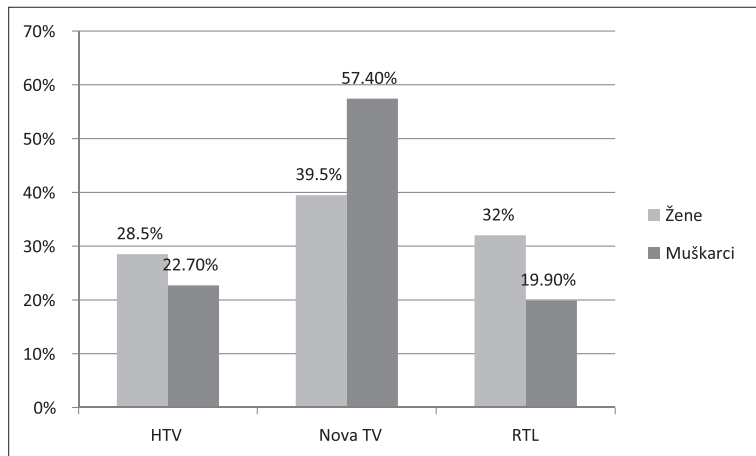
Dakle, ne možemo govoriti o trendu rasta ili smanjivanja udjela novinarki u produkciji vijesti.

Analiza ukupnog trajanja vijesti (5 330 minuta) pokazala je da su novinarke pripremile 48 sati i 12 minuta vijesti (54,26 %), muškarci 27 sati i 31 minutu (30,97 %), uredništvo potpisuje autorstvo priloga u trajanju od 11 sati i 39 minuta (13,11 %) (ne znamo čiji rad stoji iza toga), dok novinarke i novinari zajednički potpisuju samo 1 sat i 28 minuta vijesti (1,66 %).

Rezultati analize pojavljivanja autorica, odnosno autora priloga u kadru (engl. *stand up*) pokazali su kako se novinarke na ekranu pojavljuju tek u 19,8 % vijesti, dok su novinari „ispred kamere” u gotovo četvrtini analiziranih vijesti (24,9 %). Muškarci su prisutniji i u javljanjima uživo (54,29 %).

Hi kvadrat test pokazao je da ne postoji statistički značajna razlika u čestini javljanja uživo žena, s obzirom na različite televizijske kuće ( $\chi^2 = 3,79$ ,  $ss=2$ ,  $p>0,05$ ), ali postoji kada su u pitanju muškarci ( $\chi^2 = 56,58$ ,  $ss=2$ ,  $p<0,01$ ) – najvidljiviji su na Novoj TV (v. grafikon 4).

Grafikon 4. Javljanje uživo žena i muškaraca u središnjim informativnim emisijama  
*Graph 4. Live reporting of female and male journalists in the central news programs*



N(žene) = 200;  $\chi^2=3,790$ ,  $ss=2$ ,  $p>0,05$ ;

N(muškarci) = 216;  $\chi^2=56,583$ ;  $ss=2$ ;  $p<0,01$ .

### Žene su autorice najvažnijih vijesti središnjih informativnih emisija

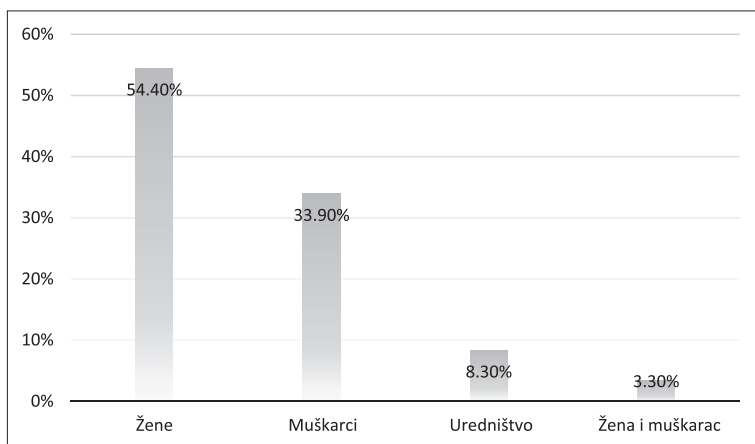
Osim pojedinačnih vijesti, analizirane su i glavne najave emitirane na početku svake emisije. Posebno nas je zanimalo jesu li autori vijesti koje su najavljene u glavnim najavama žene ili muškarci, tko su autori prve vijesti u glavnim najavama te prve vijesti u središnjoj informativnoj emisiji, a zanimalo nas je i odnos roda urednika središnje informativne emisije i autora vijesti.

Glavne najave (engl. *headlines*) emitiraju se na početku emisije, a popraćene su dramatičnom glazbom i videom iz priloga središnjih informativnih emisija (Knežević i Car, 2011: 83). Od ukupnog broja vijesti iz uzorka njih je 732 (23,3 %) bilo najavljeno u glavnim najavama ( $N= 3\ 148$ ;  $\chi^2=900,844^a$ ,  $ss=1$ ;  $p<0,01$ ). Žene su autorice 424 (57,9 %) najavljene vijesti, muškarci 243 (33,2 %), uredništvo preuzima autorstvo za njih 46 (6,3 %), a žena i muškarac zajedno za 19 (2,6 %) ( $\chi^2 =584,759$ ,  $ss=3$ ,  $p<0,01$ ). Ovi podatci potvrđuju kako žene potpisuju većinu najvažnijih vijesti dana, onih čija je vrijednost takva da ih urednici izdvajaju i najavljaju na početku emisije.

Rezultati Hi kvadrat testa pokazali su statistički značajnu razliku ( $\chi^2 =118,40$ ,  $ss=3$ ,  $p<0,01$ ) u rodu autora prve vijesti u glavnoj najavi: žene su autorice 52,5 % vijesti, muškarci su autori 33,3 % vijesti, uredništvo preuzima autorstvo za 10,6 % vijesti, a žena i muškarac supotpisuju autorstvo tek 3,5 % vijesti. Također je statistički značajna razlika u odnosu na autorstvo prvih vijesti u središnjoj informativnoj emisiji

Grafikon 5. Autori i autorice prve vijesti u središnjoj informativnoj emisiji

Graph 5. Female and male authors of the first news in the central news programs



$N = 180$ ;  $\chi^2=121,911$ ;  $ss=3$ ;  $p=0,000$ .

( $\chi^2 = 121,91$ ,  $ss=3$ ,  $p=0,000$ ). I u ovom slučaju žene su značajno zastupljenije – od ukupno 180 prvih vijesti žene su autorice njih 54,4 %, muškarci 33,9 %, uredništvo 8,3 %, a žena i muškarac zajedno 3,3 % (v. grafikon 5). Budući da je prva vijest iz glavne najave uglavnom i prva vijest u emisiji, podudarnost ovih podataka očekivana je. Vijesti koje dobivaju prve minute dnevnika smatramo vijestima visoke vrijednosti, poput onih političkih (engl. *hard news*).

Analiza odnosa broja vijesti čije su autorice žene i rodne pripadnosti urednika/ice središnje informativne emisije nije ukazala na razlike koje bi upućivale na rodnu pristranost. Zaključak je kako i urednice i urednici emisija vijesti podjednako biraju započeti emisiju najvažnijom viješću koju je pripremila žena. Vijesti koje dobivaju prve minute dnevnika smatramo vijestima visoke vrijednosti, poput onih političkih (tzv. *hard news*).

### **Politika i političari i dalje su glavna tema i glavni junaci u vijestima**

Nadalje nas je zanimalo tko su nositelji i nositeljice vijesti (glavni junaci i junakinje) u glavnim najavama te u vijestima, kojeg su zanimanja te kakav je odnos između njih i autora vijesti kada je u pitanju rod. Rezultati su pokazali da su muškarci u većini slučajeva nositelji vijesti u glavnoj najavi emisije. To je bilo i za očekivati, budući da glavnim najavama dominiraju vijesti iz političkog života ili, pak, one povezane s kriminalnim radnjama, a u oba su slučaja glavni protagonisti muškarci.

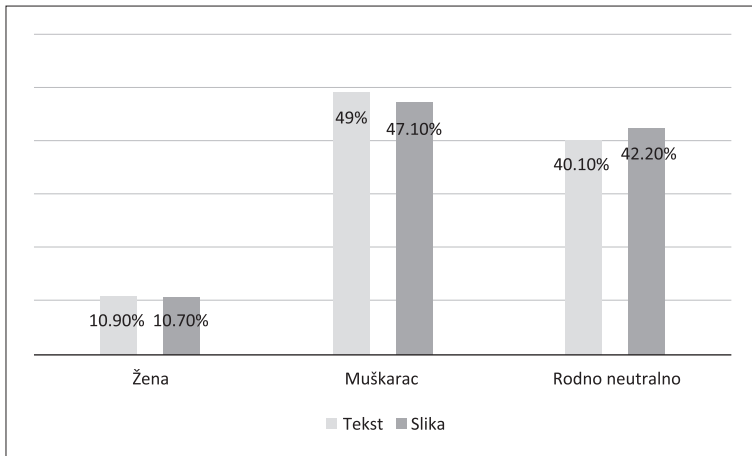
Žene su u političkom životu Hrvatske podzastupljene, a na to ukazuje i rodna struktura Hrvatskog sabora. U njegovu aktualnom, devetom sazivu, tek je 19 % žena (od 151 zastupnika, samo je 28 žena; Sabor.hr, 2017). Na žalost, sa svakim novim sazivom Sabora rezultati su lošiji: u prethodnom sazivu bilo je 30 žena (od 151 zastupnika) što nije ni jedna petina (19,9 %) (Sabor.hr, 2016), dok su i u sedmom sazivu (25 %; Sabor.hr, 2015) i u šestom sazivu (25,49 %; Sabor.hr, 2011) žene činile jednu četvrtinu. U aktualnoj Vladi RH od 21 člana/ice samo četiri su žene (19,04 %) (Vlada.gov.hr, 2017).

S obzirom na to da političari zauzimaju uvjerljivo najviše prostora u središnjim informativnim emisijama, što ćemo pokazati u nastavku, očekivano je da vijestima dominiraju muškarci.

Glavne su najave analizirane posebno u tekstu i posebno u slici. Kad je o tekstu riječ, žene su nositeljice odnosno glavne protagonistkinje vijesti koja se najavljuje (one o kojima se govori, odnosno one koje nose radnju) tek u 10,9 % najava, a muškarci u čak 49 %. Tekst glavne najave rodno je neutralan u 40,1 % slučajeva. Gotovo su jednaki rezultati i za sliku u glavnoj najavi: žene su kao nositeljice vijesti vidljive u 10,7 % najava, muškarci u 47,1 % najava, a preostalih 42,2 % najava rodno je neutralno (v. grafikon 6).

Grafikon 6. Nositelji i nositeljice vijesti u glavnim najavama

Graph 6. Female and male subjects in the main news announcements



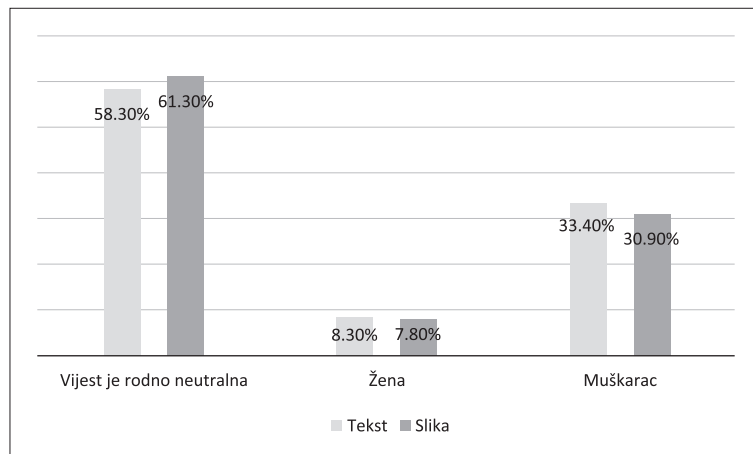
N (tekst) = 586,  $\chi^2=139,375^a$ , ss=2, p=0,000;

N (slika) = 590,  $\chi^2=138,410^a$ , ss=2, p=0,000.

Rodna analiza nositelja/ica napravljena je i za tekst i sliku vijesti iz uzorka (v. grafikon 7). Podatci ukazuju na rodnu neutralnost teksta vijesti u 58,3 % priloga, žene su nositeljice u tekstu tek u 8,3 % vijesti, a muškarci u visokih 33,4 %. U slici je rodna neutralnost opažena u 61,3 % vijesti, žena je nositeljica vijesti u tek 7,8 % analiziranih vijesti, a muškarac kao glavni junak dominira u 30,9 % vijesti. Muškarci su, dakle, u najvećem broju slučajeva glavni nositelji vijesti – oni o kojima se govori i oni koje se vidi.

Istraživanje je sadržavalo i pitanje o profesiji nositeljica i nositelja vijesti, a rezultati su potvrdili trend na kojega je istraživanjem „Politika i političari – glavna tema i glavni junaci televizijskih vijesti” ukazala Viktorija Car analizirajući *Dnevnik HTV-a* od 1991. do 2009. godine te *Dnevnik Nove TV* i *Vijesti RTL-a* od 2005. do 2009. godine. Car je ustvrdila kako politika kontinuirano dominira kao glavna tema televizijskih vijesti na hrvatskim nacionalnim televizijama, s političarima kao glavnim junacima (Car, 2010). Rezultati našeg istraživanja, od 2009. do 2013. godine, također ukazuju na izrazitu dominaciju političarki i političara u vijestima nacionalnih televizija u Hrvatskoj. Od ukupno 1 308 nositeljica i nositelja u tekstu vijesti u promatranom razdoblju, zabilježeno je čak 619 onih s političkom funkcijom (47,3 %). Od toga, u *Dnevniku HTV-a* političarke i političari prisutni su u 51,5 % vijesti, u *Dnevniku Nove TV* u 46,3 % vijesti, a u *Vijestima RTL-a* u 43,6 % vijesti. Središnje informativne emisije definitivno su „pozornica“ za politiku i političare. U tom

Grafikon 7. Nositelji i nositeljice u tekstu i u slici vijesti  
 Graph 7. Females and males in the news texts and image



N tekst=3148;  $\chi^2=1180,510$ ; ss=2;  $p<0,01$ ;

N slika=3148;  $\chi^2=1336,107$ , ss=2,  $p<0,01$ .

kontekstu valja napomenuti kako bi podatci o zastupljenosti žena bili još lošiji da od srpnja 2009. do prosinca 2011. godine Hrvatska nije imala predsjednicu Vlade, Jadranku Kosor. Bez nje u vijestima, žene bi zaista bile nevidljive.

Druga najzastupljenija kategorija nositelja u tekstu vijesti su kriminalci/osuđenici, a slijede građani pa gospodarstvenici/poduzetnici, predstavnici crkve te slavne osobe u najširem smislu (kategorija *celebrity*). I u tekstu i u slici u ulogama nositeljica i nositelja vijesti najrjeđe susrećemo predstavnike policije, sindikaliste, znanstvenike, kao i predstavnike organizacija koje se bave nacionalnim manjinama te čelnike ili članove nevladinih organizacija. Izostanak tih aktera i njihovih glasova može nas navesti i na zaključak o potrebi izvještavanja koje uvažava različita očista, kako rodna, tako i ona koja se odnose na pluralizam u odnosu na profesije.

Usmjerimo li se samo na žene u ukupnom uzorku, zaključujemo kako je najviše nositeljica vijesti iz sfere politike. Na drugom su mjestu građanke, potom slavne osobe te državne ili javne službenice. Rezultati pokazuju kako nema značajne razlike između najčešćih zanimanja nositeljica i nositelja vijesti – političarke se, baš poput političara, znatno češće imaju prilike pojaviti u glavnim ulogama u vijestima, dok će to znanstvenicama, primjerice, izrazito rjeđe biti omogućeno.

Na sve tri televizije prva dva mjesta jednako zauzimaju političarke pa građanke. Razlika je tek na trećem mjestu koje na HTV-u i RTL-u zauzimaju stručnjakinje za određeno područje, a na Novoj TV slavne ličnosti te državne ili javne službenice.

I na kraju ovog dijela istraživačkih pitanja, zanimao nas je odnos autora, odnosno autorice vijesti i nositelja ili nositeljice te vijesti. Namjera je bila utvrditi postoji li korelacija između te dvije kategorije. Hi kvadrat je značajan ( $\chi^2=17,22$ ,  $ss=6$ ,  $p<0,01$ ). Ipak, iz ovoga se ne može zaključiti da muškarci izrazito favoriziraju muškarca kao nositelja vijesti. Generalno, vijest je najčešće rodno neutralna, a žene su najrjeđe nositeljice vijesti. Muškarci su najčešće nositelji vijesti kada su autori žena i muškarac ili muškarac, a žene su najčešće nositeljice vijesti kada su autori vijesti žene ili uredništvo.

Tablica 1. Odnos autora ili autorice vijesti i nositelja ili nositeljice te vijesti

Table 1. News authors in relationship to the news subjects

			Glavni nositelj/ica u tekstu vijesti			Ukupno
			Vijest je rodno neutralna	Žena	Muškarac	
Autor/ica	Žene	N	784	139	418	1341
		%	58,5 %	10,4 %	31,2 %	100 %
	Muškarci	N	595	72	358	1025
		%	58,0 %	7,0 %	34,9 %	100 %
	Uredništvo	N	19	3	8	30
		%	63,3 %	10,0 %	26,7 %	100 %
	Žena i muškarac	N	437	47	268	752
		%	58,1 %	6,3 %	35,6 %	100 %
Ukupno		N	1835	261	1052	3148
		%	58,3 %	8,3 %	33,4 %	100 %

$\chi^2=17,22$ ,  $ss=6$ ,  $p<0,01$

### Izvori informacija u vijestima: nečujni ženski glasovi

Izvori informacija pojavljuju se u svakom kompleksnijem novinarskom prilogu kako bi razjasnili problem, odnosno potkrijepili priču i pružili bitne informacije o kojima se izvještava. Izvori, službeni ili neslužbeni, mogu biti institucije ili osobe, novinar bira od kojeg će izvora tražiti informacije (Malović, 2005: 147).

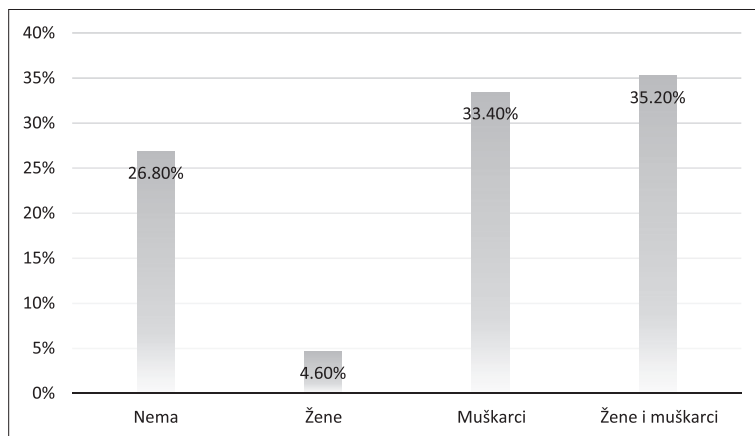
Ukupno gledano, žene su izvori informacija u samo 4,6 % televizijskih vijesti (v. grafikon 8).

T test pokazao je statistički značajnu razliku u trajanju tonskih izjava muškaraca i žena u vijestima u središnjim informativnim emisijama svih televizija, pri čemu je ukupno trajanje izjava muškaraca gotovo triput duže od izjava žena. Ukupno trajanje tonskih izjava žena je 7 sati i 29 minuta, a muškaraca 21 sat i 19 minuta.



Grafikon 8. Izvori informacija u vijestima (N=3148)

Graph 8. Sources of information in the news (N=3148)



Tablica 2. Odnos autora i autorica vijesti te izvora informacija u vijesti

Table 2. News authors in the relation to the sources of the information in the news

		Izvor informacija u vijesti je				Ukupno	
		Nema	Žena	Muškarac	Žena i muškarac		
Autor/ica	Žena	N	91	76	459	715	1341
		%	6,8 %	5,7 %	34,2 %	53,3 %	100 %
	Muškarac	N	79	19	318	336	752
		%	10,5 %	2,5 %	42,3 %	44,7 %	100 %
	Uredništvo	N	674	50	264	37	1025
		%	65,8 %	4,9 %	25,8 %	3,6 %	100 %
	Žena i muškarac	N	0	0	11	19	30
		%	0,0 %	0,0 %	36,7 %	63,3 %	100 %
Ukupno		N	844	145	1052	1107	3148
		%	26,81 %	4,61%	33,42 %	35,16 %	100 %

$\chi^2=1353,04$ ,  $ss=9$ ,  $p<0,01$

Iz rezultata prikazanih u tablici 2 ( $\chi^2=1353,04$ ,  $ss=9$ ,  $p<0,01$ ) vidljivo je da se izrazito muškarci kao autori vijesti (novinari) oslanjaju na muškarce kao izvore informacija u svojim vijestima – samo u 2,5 % vijesti izvor su žene. Kada je autorica vijesti žena, ili kada su autori vijesti žena i muškarac ili uredništvo, tada su najčešći izvori informacija žene i muškarci.

Prema istaknutome, političarke i političari najzastupljeniji su, kako kao nositelji vijesti, tako i kao izvori informacija. Osobito je u tom kontekstu zanimljivo analizirati način na koji je u vijestima predstavljena Jadranka Kosor, predsjednica Vlade RH od srpnja 2009. do prosinca 2011. godine. Zbog zadanog opsega ovoga članka, izložiti ćemo tek nekoliko primjera.

U vijesti *Dnevnika* HTV-a od 4. srpnja 2009. godine (HRT,04.07.09.,V2) Jadranka Kosor, tek izabrana predsjednica HDZ-a, izjavila je: „Tada me pitao, Jadro moja, hoćeš li mi pomoći. Rekla sam – hoću.” Novinarka Anka Bilić-Keserović, govori potom kako je „tražeći potporu od 10 tisuća izaslanika Kosor možda zaigrala i na žensku kartu premda su joj kolege, predvođeni Andrijom Hebrangom, obećali potporu kao da je muškarac”. Slijedi ponovno izjava J. Kosor: „Dapače, rekao je kao da sam muškarčina. Tako da znate. Ali i ja njemu obećavam, bit će to jedna snažna ženska ruka.”

Uspoređujući sve tri televizije, u 70 % vijesti *Dnevnika* HTV-a zabilježene su tonske izjave muškaraca, što je dvaput više od zabilježenih izjava žena (u nekim vijestima prisutne su i jedne i druge). Razlika u učestalosti izjava žena i muškaraca najmanje je izražena u *Vijestima* RTL-a, muškarci su izvor u 10 % više vijesti od žena.

Analiza je dalje pokazala kako u 39,7 % vijesti koje potpisuju žene uopće nema tonskih izjava žena, a kada vijesti potpisuju muškarci, u njih više od polovine (51,9 %) također nema niti jedne tonske izjave žene. Za usporedbu, neovisno o autorstvu, muškarci kao izvor informacija nisu prisutni u svega 11,4 % vijesti.

### **Rodno osjetljivi potpisi nositelja i nositeljica te izvora u vijestima**

Na problem diskriminacije u jeziku u „Pojmovniku rodne terminologije prema standardima Europske unije“ upozorava Rada Borić: „da bi se razumjela (ne)prisutnost žena ili pak njihova diskriminirana prisutnost u jeziku, treba razumjeti odnose moći i rodnu problematiku i koristiti i stvarati jezik koji ne diskriminira žene” (Borić, 2007: 20). Na žalost, oslovljavanje i potpisivanje žene imenicom u muškom rodu sasvim je uobičajeno.

Tablica 3 donosi podatke o rodno osjetljivom potpisu izvora informacija. Uz napomenu kako je omjer pojavljivanja žena i muškaraca kao izvora informacija 1:7,26 (ne računajući vijesti u kojima su se kao izvori informacija pojavljivale i žene i muškarci), zabilježen je visok postotak slučajeva u kojima izvori informacija nisu bili identificirani. Hi kvadrat je značajan ( $\chi^2=2184,76$ ,  $ss=9$ ,  $p<0,01$ ). Rodno osjetljiv potpis izvora je najčešći kada su izvori informacija žene, a najrjeđi kada su izvori žena i muškarac. Rodno neosjetljiv potpis se isto tako najčešće pojavljuje kada su izvori žene, ali to je relativno mali broj slučajeva.

Tablica 3. Rodno osjetljiv potpis izvora informacija

Table 3. Gender sensitive signatures of the source of the information

	Izvori informacija			
	Nema izvora	Žene	Muškarci	Žene i muškarci
Nema potpisa	93,13 %	61,38 %	64,92 %	78,59 %
Rodno osjetljiv potpis	6,64 %	35,17 %	32,89 %	18,7 %
Rodno neosjetljiv potpis	0,24 %	2,07 %	1,05 %	0,72 %
Rodno neutralan potpis		1,38 %	1,14 %	1,99 %
Ukupno (N=3148)	100 % N=844	100 % N=145	100 % N=1052	100 % N=1107

$\chi^2=2184.76$ ,  $ss=9$ ,  $p<0.01$

Novinarke i novinari nesumnjivo su zvijezde informativnih emisija, njihovo pojavljivanje na ekranu odraz je i utjecaja koji imaju u svojim redakcijama te povjerenja koje su stekli među publikom. Ipak, ima slučajeva kada gledateljice i gledatelji informativne emisije ne znaju tko je autor, odnosno autorica vijesti jer im imena nisu ispisana na ekranu niti ih voditelji najavljuju. Riječ je o svojevrsnom „oduzimanju autorstva”, nekoj vrsti „depersonalizacije”.

No, brojke same za sebe ne mogu pružiti pravu sliku ni kada je riječ o autorima i autoricama, niti kada je riječ o nositeljicama i nositeljima vijesti te izvorima informacija. Zato donosimo nekoliko primjera propusta u uporabi rodno osjetljivog jezika iz kvalitativne analize. U mnogim slučajevima žene su kao izvori informacija potpisane u muškom rodu ili samo institucijom koju predstavljaju. Tako je u prilogu iz *Dnevnika* HTV-a od 7. svibnja 2009. godine (HRT, 7. 5. 2009., V8) sugovornica potpisana samo s „HGK”, a u drugom prilogu iste emisije (HRT, 5. 7. 2009., V10) trojica muškaraca kao izvori informacija potpisani su samo institucijom koju predstavljaju.

U *Dnevnici*ma Nove TV u jednom je prilogu (Nova TV, 6. 8. 2012., V25) sugovornica potpisana samo zanimanjem kao „odgajatelj, animator“, bez navođenja imena i prezimena, a sugovornica u drugom prilogu (Nova TV, 11. 1. 2009., VN4) potpisana je kao „specijalist“. Čest je to slučaj i u prilogima RTL-a, gdje je primjerice u jednoj vijesti sugovornica potpisana kao „turist“ (RTL, 19. 4. 2010., V16), a u drugoj kao „aktivist“ (RTL, 7. 12. 2010., V7).

### Novinarske vrste i teme vijesti

Naš istraživački interes protegnuo se i na pitanje o novinarskim vrstama (više u Letica, 2003) čije su autorice najčešće žene. Pretpostavile smo kako su one u većoj

mjeri od muškaraca autorice priloga koji se bave tzv. laganijim ili *soft* temama, uključujući *human interest stories*, što Zoonen (1998) navodi kao „razliku muškog i ženskog pristupa“. Ta se pretpostavka potvrdila: žene autorski potpisuju četiri puta više takvih ili sličnih priča, kao i *fičera*. Također, žene su u većoj mjeri autorice izvještaja o dnevnim događajima te analitičkih i/ili tematskih priloga, gotovo dvostruko više nego muškarci. S druge strane, muškarci su se češće javljali uživo iz studija.

Detaljna tematska analiza pokazala je kako žene u *Dnevniku* HTV-a donose vijesti iz područja unutarnje politike, gospodarstva, turizma, financija i poduzetništva, potom one vezane za umjetnost i kulturnu baštinu, crnu kroniku i prirodne katastrofe, a tek onda izvještavaju o sudskim postupcima i kriminalitetu, zdravstvu i zdravlju. Teme koje su žene najmanje obrađivale vezane su uz poljoprivredu, djecu i mlade, EU, graditeljstvo i zaštitu okoliša. Muškarci su se najviše bavili temama vezanim uz gospodarstvo, turizam, financije i poduzetništvo, potom crnu kroniku, sudske postupke i kriminalitet te unutarnju politiku.

Na Novoj TV novinarke su najviše pokrivala unutarnju politiku, gospodarstvo, sudske postupke i kriminalitet te crnu kroniku. Za razliku od HTV-a, u *Dnevniku* Nove TV zabilježene su i teme vezane uz poznate osobe, zabavu, skandale, a takve teme žene autorski potpisuju četiri puta više od muškaraca. Teme kojima su se žene na Novoj TV najmanje bavile su graditeljstvo, terorizam ili ratni konflikti koji se ne odnose na Hrvatsku te poljoprivreda. Muškarci su se na Novoj TV najčešće bavili temama vezanim za gospodarstvo, turizam, financije i poduzetništvo, unutarnju politiku, sudske postupke i kriminalitet, crnu kroniku i prirodne katastrofe te promet i vrijeme.

Na RTL televiziji žene su uglavnom izvještavale o unutarnjoj politici, gospodarstvu, turizmu, financijama i poduzetništvu, crnoj kronici te sudskim postupcima i kriminalitetu. Teme kojima su se najmanje bavile odnose se na graditeljstvo, vanjsku politiku RH te terorizam ili ratne konfliktne koji se ne odnose na RH. Muškarci su se također najviše bavili temama vezanima za unutarnju politiku, gospodarstvo, turizam, financije i poduzetništvo, crnu kroniku i prirodne katastrofe te promet i vrijeme.

Ukupno, sve tri televizije u svojim su najgledanijim i najvažnijim informativnim emisijama izvještavale najčešće o događanjima u vezi s unutarnjom politikom, gospodarstvom, turizmom, financijama i poduzetništvom, potom o sudskim postupcima i kriminalitetu, crnoj kronici i prirodnim katastrofama te o prometu i vremenu. Na HTV-u su se, u većoj mjeri nego na Novoj TV i RTL-u, pojavljivale teme o umjetnosti i kulturnoj baštini. U *Dnevniku* Nove TV i u *Vijestima* RTL-a, više nego na HTV-u, zastupljene su vijesti o poznatim osobama, zabavi i skandalima. Najmanje zastupljene teme na svim su trima televizijama graditeljstvo, sport, poljoprivreda, djeca i mladi.

### Rodni stereotipi u tekstu i slici

Analiza rodni stereotipa u tekstu i slici vijesti odnosi se na reprezentaciju žena i muškaraca – riječ je o kvalitativnom dijelu istraživanja.

Proizvodnja i perpetuiranje kulturnih identiteta u uskoj su vezi s masovnim medijima, osobito s televizijom. Zato su i slike žena i muškaraca na televiziji, i njihove uloge, posebno u vijestima, itekako povezane s kulturnim obrascima. Drugim riječima, „sadržajima prezentiranim putem medija prenose se i određeni općeprihvaćeni kulturni obrasci poimanja raznih dimenzija identiteta, točnije roda i spola, čime se, dakle, tradicionalna rodna razlika između žena i muškaraca iz stvarne kulture preslikava u medije” (Kosanović 2008, cit. prema Lubina i Brkić Klimpak, 2014: 213-214). Pa iako rezultati analize rodni stereotipa u slici i tekstu na ovom uzorku ukazuju na nepostojanje rodni stereotipa (rodni stereotipi ni u slici niti u tekstu nisu pronađeni u više od 90 % analiziranih vijesti), izdvajamo nekoliko primjera.

Najviše ih se pojavljuje u emisijama za ljetnih mjeseci – riječ je o izvještajima s plaža, u kojima se pojavljuju polugole žene i muškarci. Uočeno je i stereotipno prikazivanje poslova koje obavljaju žene, odnosno muškarci. Primjerice, u vijesti o uvrštavanju paške čipke na UNESCO-ov popis nematerijalne kulturne baštine i školi čipkarstva, emitiranoj u *Dnevniku Nove TV* (Nova TV, 16. 6. 2010., V19) prikazane su samo žene – čipkarice. Izjavu daju i žena i muškarac, no žena kaže: „Mislim da je to super jer dok se to nije pokrenulo nije bilo baš puno žena koje su znale čipkarstvo. Mislim da je to dosta žena potaknulo da se nauče čipkarstvu.” I sama autorica priloga svojom izjavom „djevojčice i žene čipkarstvu se uče u školi” sugerira kako je čipkarstvo rezervirano za žene. Još jedan primjer rodni stereotipiziranja onaj je iz *Vijesti RTL-a* (RTL, 3. 2. 2011., V2) u kojemu novinar govori o „povećanju broja škola koje će raditi u jednoj smjeni kako bi se ženama olakšalo sudjelovanje u tržišnoj utakmici”, sugerira da su žene zadužene ili predodređene odgajati djecu. Vijest iz *Dnevnika Nove TV* (Nova TV, 07.12.10., VN13) o najbolje i najlošije plaćenim poslovima, prikazuje instruktorice step-aerobika tako da im je stražnjica u prvome, krupnome planu. U ovom kontekstu vrijedi izdvojiti još dva primjera, oba iz nedjeljnog *Dnevnika HRT-a*: u vijesti o karnevalu u Novom Vinodolskom (HRT, 8. 7. 2012., V14) emitirana je izjava maskirane sudionice: „Mi smo draške fukse!” te vijest o rođendanu stogodišnjaka (HRT, 8. 7. 2012., VN17) za kojega autor kaže: „Čeka ga zanimacija, križaljke. I to ne bilo kakve, nego one sa slikama zgodnih djevojaka“.

## Zaključak

Provedeno istraživanje potvrđuje teorijski utemeljene pretpostavke koje ukazuju na kontinuirani „rodni jaz“ u novinarskoj profesiji te u zastupljenosti i predstavljenosti žena u medijima. Nacionalne hrvatske televizije nisu izoliran slučaj, slični trendovi prisutni su u cijelome svijetu, što zorno prikazuje i posljednje istraživanje Global Media Monitoring projekta iz 2015. godine (GMMP, 2015.). Iako je broj zaposlenih novinarki i novinara rodno ujednačen, pogotovo na televizijama (GMMP, 2015.), velike razlike između odabira subjekata vijesti (žena 28 %, muškaraca 72 %) ukazuju da promjene u redakcijama nužno ne znače i promjene u sadržaju vijesti. Prihvaćajući nametnute uloge, novinarkе doprinose održavanju *statusa quo* i potvrđuju svoju poziciju Drugoga/Druge, na koju su u svojim istraživanjima ukazali istraživači poput Hanitzscha i Hanuscha (2012). Pitanje „muškog principa“ u redakcijama, na koje upozoravaju autori poput Ross (2001, prema Hanitzscha i Hanuscha, 2012), ostaje jednim od ključnih pitanja za istraživačice i istraživače u polju roda i medija.

Analiza 3 148 vijesti iz 180 središnjih informativnih emisija triju televizija s nacionalnim dosegom u Hrvatskoj u razdoblju od 2009. do 2013. godine, pokazala je kako žene autorski potpisuju značajno više (42,6 %) vijesti od muškaraca (23,9 %), ali na uredničkim su pozicijama podjednako raspoređeni čime je prva hipoteza (H1) samo djelomično potvrđena. Nova TV, pritom, izrazito više uredničkih ovlasti daje ženama – one su ondje urednice čak jedanaest puta više nego li na HTV-u, i dvaput više no na RTL-u. Ipak, muškarci su kao autori vijesti vidljiviji od žena (h1) – ispred kamera pojavljuju se u autorskoj ulozi u četvrtini analiziranih vijesti, a žene tek u petini. Muškarci su se kao voditelji informativnih emisija u analiziranom razdoblju pojavljivali u 60 % slučajeva. Dakle, dok žene više rade iza kamere, muškarci se ispred nje pojavljuju češće.

Kada je pak riječ o sadržaju vijesti (analizirajući i tekst vijesti i sliku vijesti), žene su izrazito podzastupljene kao nositeljice vijesti – u toj se ulozi pojavljuju u svega 8 % analiziranih vijesti, a muškarci u četiri puta više vijesti – više od 30 %. Dodatno je poražavajući podatak da su žene izvori informacija u samo 4,6 % televizijskih vijesti. Time je potvrđena druga glavna hipoteza (H2) prema kojoj je pretpostavljeno da u sadržaju vijesti dominiraju muškarci, i kao nositelji vijesti i kao izvori informacija. Ova izrazita neravnoteža potvrđuje trend „simboličkog poništavanja ženskog očišta“ (De Swert i Hooghe, 2010) te dominaciju „maskuline točke gledišta“, što je u medijima prepoznato još početkom 1970-ih te i nakon gotovo pola stoljeća ostaje nepromijenjeno (Ross, 2001, prema Hanitzsch i Hanusch, 2012). I ovo je istraživanje potvrdilo kako u središnjim informativnim emisijama hrvatskih televizija izostaje prezentacija žena kao političkih i društvenih subjekata (Gallagher, 2003).

Pritom, muškarci kao autori vijesti (novinari) izrazito biraju muškarce kao izvore informacija u svojim vijestima, a samo u 2,5 % vijesti kao izvor odabiru žene. Time je potvrđena druga pomoćna hipoteza (h2). S druge strane, kada je autorica vijesti žena, ili kada su autori vijesti žena i muškarac ili uredništvo, tada najčešće kao izvore informacija uključuju i žene i muškarce.

Dok novinari dominiraju u javljanjima uživo, žene su u većoj mjeri autorice izvještaja o dnevnim događajima te analitičkih i/ili tematskih priloga. Ravnomjerno na sve tri televizije, žene su ponajprije autorice vijesti iz područja unutarnje politike i gospodarstva, a muškarci su ponajprije autori priloga o gospodarstvu, turizmu, financijama i poduzetništvu. Time treća pomoćna hipoteza (h3) nije potvrđena. Kako je glavna tema vijesti u analiziranom uzorku unutarnja politika, a glavni akteri političari, zaključujemo kako oni nastavljaju održavati privilegirane pozicije u televizijskim informativnim emisijama (Car, 2010). Na drugo su mjesto po zastupljenosti dospjeli građani, potom slavne osobe.

Ovo istraživanje potvrdilo je da iako žene, češće od muškaraca autorski sudjeluju u proizvodnji vijesti, u sadržaju tih vijesti češće su odabrani muškarci kao glavni protagonisti vijesti te kao relevantni i stručni izvori informacija. Ovakva očita neravnoteža u središnjim informativnim emisijama ukazuje na potrebu sustavnog cjeloživotnog obrazovanja za novinarke i novinare, urednice i urednike, ali i uopće, sustavnu promociju razvoja kritičkog mišljenja o medijima te medijskog opismenjavanja svih građana (Edström i Mølster, 2014). Uvođenje rodno osjetljivog jezika u sve medijske programe i sadržaje pomoći će u osvještavanju rodne jednakosti građana. Iako postoje i brojni drugi faktori koji utječu na predstavljanje ili zastupljenost žena i muškaraca u vijestima (primjerice, institucionalno okruženje i odgovarajući zakonodavni okvir) te oni ne ovise isključivo o „volji” autorica i autora televizijski konstruirane stvarnosti (Hermes, 2012), medijska (televizijska) slika društva u kojem živimo postaje neizbježan dio naše realnosti koji se iznova perpetuira kako u medijima, tako i u ostalim društvenim procesima.

## BILJEŠKE

- <sup>1</sup> Ravnopravnost spolova temeljna je odredba Ustava RH (2010: čl. 3), razrađena u Zakonu o ravnopravnosti spolova (2008) te Nacionalnoj politici za ravnopravnost spolova 2011. – 2015. (2011), a odnosi se na „načelo jednakih prava i jednakog postupanja prema ženama i muškarcima. Ravnopravnost spolova znači da su žene i muškarci jednako prisutni u svim područjima javnog i privatnog života, da imaju jednak status, jednake mogućnosti za ostvarivanje svojih prava, kao i jednaku korist od ostvarenih rezultata“ (Borić, 2007: 68).  
Rod se definira i kao društveno-kulturni koncept kojim se pridaje značenje razlici spolova, kao tvorbeni element društvenih odnosa koji se temelje na uočenim razlikama između spolova te kao primarni način označavanja odnosa moći (Wallach Scott, 2003, prema Borić, 2007: 72). Kulturno uvjetovana rodna podjela na muško i žensko, naime, nije binarno simetrična ni vrijednosno neutralna, već je uspostavljena na hijerarhijskom načelu i kao takva povratno djeluje na društvene odnose spolova u određenoj zajednici (više u Borić, 2007).
- <sup>2</sup> Nacionalna politika za ravnopravnost spolova, za razdoblje od 2017. do 2020. u trenutku predaje ovog rada još uvijek nije napisana i objavljena.
- <sup>3</sup> Rodni jaz (engl. *gender gap*) raskorak je u bilo kojem području djelovanja, a odnosi se na stupanj sudjelovanja, pristup, prava, nagrađivanja i dobiti muškaraca i žena (više u Borić, 2007).
- <sup>4</sup> Stereotipi su generalizirani stavovi o nekoj drugoj, ali i vlastitoj skupini. Najčešće obuhvaćaju fizičke i psihičke karakteristike za koje se pretpostavlja da određuju prije svega neku/og pojedinku/ca, a zatim cijelu grupu kojoj ta/j pojedinka/ac pripada (više u Borić, 2007). Rodni su stereotipi unaprijed stvorena mišljenja prema kojima se muškarcima i ženama samovoljno pridaju osobine i uloge određene i ograničene njihovim spolom. Rodni stereotipi mogu ograničiti razvoj prirodnih nadarenosti i sposobnosti dječaka i djevojčica, žena i muškaraca, kao i njihovih obrazovnih iskustava i životnih prilika (Hermes, 2012: 13).
- <sup>5</sup> U trenutku predaje ovog rada podatci za Hrvatsku za 2015. godinu još uvijek nisu bili objavljeni.
- <sup>6</sup> Istraživanje su proveli Karolina Leaković, Anja Stević i Jelena Stipović uz mentorstvo doc. dr. sc. Viktorije Car tijekom svog studija na diplomskom studiju novinarstva na Fakultetu političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu te su za njega nagrađene Rektorovom nagradom za akademsku godinu 2014./2015. Cjelovito istraživanje dostupno je u sveučilišnom *online* repozitoriju radova nagrađenih Rektorovom nagradom [http://www.unizg.hr/fileadmin/rektorat/Istrazivanja/Znanstvena\\_postignuca/Nagrade/Rektorova\\_rektorova\\_nagradjeni\\_radovi\\_14\\_15\\_php.pdf](http://www.unizg.hr/fileadmin/rektorat/Istrazivanja/Znanstvena_postignuca/Nagrade/Rektorova_rektorova_nagradjeni_radovi_14_15_php.pdf) (pristupljeno 1.11.2016.).
- <sup>7</sup> Autorice zahvaljuju agenciji PRESSCUT koja je u svrhu izrade znanstvenog rada omogućila pregled medijske arhive te zahvaljuju kolegi Benjaminu Banaiu, mag. psych., na statističkoj obradi podataka.
- <sup>8</sup> Prema *Global Media Monitoring* projektu 2015. na hrvatskim televizijama kao reporterke odnosno reporteri, zaposleno je 48 % žena te 52 % muškaraca. Prema podacima o zaposlenima u Informativnom medijskom servisu Hrvatske radiotelevizije u ožujku 2014. godine bilo je zaposleno 376 osoba: 235 žena (62,5 %) i 141 muškarac (37,5 %). U travnju 2014. godine na Novoj TV u informativnom servisu bile su zaposlene 64 osobe: 35 žena (54,7 %) i 29 muškaraca (45,3 %). U istom razdoblju RTL Televizija na svojim internetskim stranicama navodi podatke o 19 žena (51,4 %) i 18 muškaraca (48,6 %) u redakciji informativnog programa.  
Na žalost, ovi podatci nedovoljni su za ponderiranje rezultata iz našeg istraživanja. Osim što se odnose samo na 2014. godinu (podatci za razdoblje istraživanja 2009. - 2013. nisu bili dostupni) iz njih nije moguće zaključiti odnose li se isključivo na broj novinarki i novinara, odnosno urednica i urednika, koji su sudjelovali u proizvodnji središnjih informativnih emisija iz našeg uzorka ili se odnose i na ostale zaposlene u redakcijama informativnog programa.



## LITERATURA

- Berelson, B. (1952) *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe: The Free Press.
- Borić, R. (2007) *Pojmovnik rodne terminologije prema standardima Europske unije*. Zagreb: Ured za ravnopravnost spolova Vlade RH.
- Car, V. (2010) „Politika i političari – glavna tema i glavni junaci televizijskih vijesti“, *Analiza Hrvatskog politološkog društva*, Zagreb, 7 (1), 193-218.
- Car, V. & Osmančević, L. (2016) „Televizijski narativi – pričam ti priču“, *Sarajevo Social Science Review / Sarajevski žurnal za društvena pitanja*, Sarajevo, 5 (1-2): 7-27.
- De Swert, K. & Hooghe, M. (2010) „When Do Women Get a Voice? Explaining the Presence of Female News Sources in Belgian News Broadcasts (2003-5)“, *European Journal of Communication*, 25 (1), 69-84.
- Edström, M. & Mølster, R. (2014) *Making Change. Nordic Examples of Working Towards Gender Equality in the Media*. Gothenburg: Nordicom.
- Fiske, J. & Hartley, J. (1992) *Čitanje televizije*. Zagreb: Barbat i Prova.
- Gallagher, M. (2003) „Feminist Media Perspectives“, 19-39. U: A. N. Valdivia (ur.): *A Companion to Media Studies*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Gillespie, M. (2006) „Narrative analysis“, 79-117. U: M. Gillespie & J. Toynbee (ur.): *Analysing Media Texts*. New York: Open University Press.
- GMMP (2010) Global Media Monitoring Project 2010: Croatia, National Report. [http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports\\_2010/national/Croatia.pdf](http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2010/national/Croatia.pdf) (9. 3. 2015.).
- GMMP (2015) Global Media Monitoring Project 2015: Country Data Lists. <http://whomakesthenews.org/gmmp/gmmp-reports/gmmp-2015-reports> (13. 11. 2016.).
- Gunter, B. (2000) *Media Research Methods*. London: Sage.
- Hanitzsch, T. & Hanusch, F. (2012) „Does Gender determine journalists’ professional views? A reassessment based on cross-national evidence“, *European Journal of Communication*, 27 (3), 257-277.
- Hartley, J. (1982) *Understanding news*. London: Sage.
- Hermes, J. (2012) *Žene i novinari/novinarke imaju prednost*. Zagreb: Ured za ravnopravnost spolova Vlade RH.
- Kamenov, Ž. & Galić, B. (ur.) (2011) *Rodna ravnopravnost i diskriminacija u Hrvatskoj: istraživanje „Percepcija, iskustva i stavovi o rodnoj diskriminaciji u Republici Hrvatskoj“*. Zagreb: Ured za ravnopravnost spolova Vlade RH.
- Knežević, S. & Car, V. (2011) „Žene u televizijskim vijestima – analiza središnjih informativnih emisija HTV-a, RTL-a i Nove TV“, *Medijske studije*, Zagreb, 2 (3-4), 76-93.

- Lamza Posavec, V. (2006) *Metode istraživanja u novinarstvu*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti.
- Lauzen, M. M., Dozier, D. M. & Horan, N. (2008) „Constructing Gender Stereotypes Through Social Roles in Prime-Time Television“, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52 (2), 200-214.
- Lavie, A. & Lehman-Wilzig, S. (2003) „Whose News?: Does Gender Determine the Editorial Product?“, *European Journal of Communication*, 18 (1), 5-29.
- Livingstone, S. & Lunt, P. (2001) (3. izdanje) *Talk on Television: Audience Participation and Public Debate*. London i New York: Routledge.
- Leinert-Novosel, S. (1999) *Žena na pragu 21. stoljeća: između majčinstva i profesije*. Zagreb: Ženska grupa TOD.
- Letica, Z. (2003) *Televizijsko novinarstvo*. Zagreb: Disput.
- Lubina, T. & Brkić Klimpak, I. (2014) „Rodni stereotipi: objektivizacija ženskog lika u medijima“, *Pravni vjesnik*, Osijek, 30 (2), 213-232.
- Malović, S. (2005) *Osnove novinarstva*. Zagreb: Golden marketing – tehnička knjiga.
- McNair, B. (2004) *Striptiz kultura: Seks, mediji i demokratizacija žudnje*. Zagreb: Jesenski i Turk.
- Nacionalna politika za ravnopravnost spolova 2011. – 2015. (2011) <https://ravnopravnost.gov.hr/nacionalna-politika-za-ravnopravnost-spolova-2011-2015/1713> (14. 3. 2017.).
- Nielsen, R. K. & R. Sambrook (2016) *Digital News Project 2016*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Proulx, M. & Shepatin, S. (2012) *Social TV – How Marketers Can Reach and Engage Audiences by Connecting Television to the Web, Social Media, and Mobile*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Ross, K. & Carter, C. (2011) „Women and News: A Long and Winding Road“, *Media, Culture & Society*, 33 (8), 1148-1165.
- Sabor.hr (2017) Zastupnici 9. saziva Hrvatskoga sabora. <http://www.sabor.hr/zastupljenost-spolova-9-saziv> (17. 3. 2017.).
- Sabor.hr (2016) 8. saziv. <http://www.sabor.hr/zastupljenost-spolova0001> (17. 3. 2017.).
- Sabor.hr (2015) Zastupnici 7. saziva Hrvatskoga sabora. <http://www.sabor.hr/0030> (8. 2. 2016.).
- Sabor.hr (2011) Zastupnici 6. saziva Hrvatskoga sabora. <http://www.sabor.hr/Default.aspx?sec=2563> (8. 2. 2016.).
- Sarnavka, S. (2010) *Put do vlastitog pogleda. Kako čitati, slušati i razumjeti medijske tekstove i medijsku kulturu*. Zagreb: BaBe.

- Signorielli, N. (2001) „Television’s Gender Role Images and Contribution to Stereotyping: Past, Present, Future“, 341-358. U: D. G. Singer & J. L. Singer (ur.): *Handbook of Children and the Media*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Street, J. (2003) *Masovni mediji, politika i demokracija*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti.
- Ustav RH (2010) *Narodne novine* 85/10. <http://www.sabor.hr/Default.aspx?art=1840> (14. 12. 2015.).
- Van Zoonen, L. (1998) „One of the girls?: The changing gender of journalism“, 33-46. U: C. Carter, G. Branston i S. Allan (ur.): *News, Gender and Power*. London: Routledge.
- Vlada.gov.hr (2017) <https://vlada.gov.hr/clanovi-vlade/66> (15. 3. 2017.).
- Vochocova, L. (2008) Women in Newsrooms: Idle hopes for the conquest of the masculine fortress, *Mediální studia*, 3 (3), 231-256.
- Volčić, Z. (2008) „Media, Identity, and Gender: Tracking Feminist Media and Journalism Theories and Methodologies“, *Medijska istraživanja*, Zagreb, 14 (1), 5-20.
- Walter, N. (2011) *Žive lutke. Povratak seksizma*. Zagreb: Algoritam.
- WEF (2016) Global Gender Gap Index 2016. <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2016/rankings/> (12. 3. 2017.).
- WEF (2015) Global Gender Gap Index 2015. <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2015/rankings/> (25. 8. 2016.).
- WEF (2014) Country Profiles Croatia 2014. [http://www3.weforum.org/docs/GGGR14/GGGR\\_CountryProfiles.pdf](http://www3.weforum.org/docs/GGGR14/GGGR_CountryProfiles.pdf) (25.08.2016.).
- Wimmer, R. & Dominick, J. R. (2006) (8. izdanje) *Mass Media Research: An Introduction*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Comp.
- Wood, J. T. (2011) (9. izdanje) *Gendered Lives: Communication, Gender and Culture*. Boston: Wadsworth, Cengage Learning.
- Zakon o ravnopravnosti spolova (2008) *Narodne novine* 82/08. <http://www.zakon.hr/z/388/Zakon-o-ravnopravnosti-spolova> (26. 4. 2015.).
- Zgrabljic Rotar, N. (2011) „Kategorija 3. Mediji kao platforma demokratskog diskursa“, 89-115. U: Z. Peruško, T. Perišin, M. Topić, G. Vilović & N. Zgrabljic Rotar (ur.): *Hrvatski medijski sustav prema UNESCO-ovim indikatorima medijskog razvoja*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti.

# **Women and Men in Television News – The Unequal Voices**

**Viktorija Car**  
**Karolina Leaković**  
**Anja Stević**  
**Jelena Stipović**

## **SUMMARY**

Presence of women's faces, voices and characters in media, especially audiovisual, has a significant influence on perpetuating and/or creating values, attitudes and behaviors of public (citizens), in terms of gender and gender stereotypes. This research focuses on gender representation in the national primetime television newscasts on HTV, Nova TV and RTL. The goal was to determine correlation between authorship and representation of women and men in the news – who and about whom reports, who is (re)presented, whose voices are being heard? The authors have conducted research on gender representation, aimed at determining whether and to what extent mentioned mediated image of the world is gender-marked. Quantitative content analysis of 3148 news units of 180 prime time newscasts broadcasted over five years (2009 – 2013) was undertaken. The research shows that women in primetime newscasts occupied leading positions: women authors were 42.6% of the analyzed units, while 23.9% of them were men; editors positions are held in the parity ratio (38.33% women and 39.44% men), however, men as authors are more visible – they appear in the author's role in a quarter of cases, while women in only one fifth. As news presenters or anchors, men appeared in 60% of primetime newscasts analyzed. Women are strongly under-represented as news main characters as they appear in only 8.3% of cases, and men in four times more – 33.4%. Men are three times more likely to have the opportunity to speak in the news, while female voices are missing from the 40% of news units whose authors are women and from more than a half of whose authors are men.

Key words: gender representation, gender equality, television, news, authorship, journalists