

Krizna komunikacija u rodnoj perspektivi: Slučaj hrvatske pjevačice Severine Vučković

Balde, Goran

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:617418>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-25**



Repository / Repozitorij:

[FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / dissertations](#)



Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

Goran Balde

KRIZNA KOMUNIKACIJA U RODNOJ PERSPEKTIVI: SLUČAJ HRVATSKE
PJEVAČICE SEVERINE VUČKOVIĆ

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2024.

Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

KRIZNA KOMUNIKACIJA U RODNOJ PERSPEKTIVI: SLUČAJ HRVATSKE
PJEVAČICE SEVERINE VUČKOVIĆ

DIPLOMSKI RAD

Mentorica: izv. prof. dr. sc. Marijana Grbeša-Zenzerović

Student: Goran Balde

Zagreb

Veljača 2024.

IZJAVA O AUTORSTVU

Izjavljujem da sam diplomski rad *Krizna komunikacija u rodnoj perspektivi: Slučaj hrvatske pjevačice Severine Vučković*, koji sam predao na ocjenu mentorici izv. prof. dr. sc. Marijana Grbeša-Zenzerović, napisao samostalno i da je u potpunosti riječ o mojem autorskom radu. Također, izjavljujem da dotični rad nije objavljen ni korišten u svrhe ispunjenja nastavnih obaveza na ovom ili nekom drugom učilištu, te da na temelju njega nisam stekao ECTS bodove. Nadalje, izjavljujem da sam u radu poštivao etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16-19. Etičkoga kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

Goran Balde

Sadržaj

1.	UVOD	1
2.	ODNOSI S JAVNOŠĆU	2
2.1	Odnosi s javnošću slavnih osoba	3
2.2	Kriza i krizna komunikacija	5
2.3.	Imidž	6
3.	RODNA PERSPEKTIVA ŽENA U MEDIJIMA	7
3.1.	Spolna i rodna ravnopravnost	7
3.2.	Rodna ravnopravnost, uloga medija i prikaz žene u medijima	8
4.	KRITIČKA ANALIZA DISKURSA KAO METODA ISTRAŽIVANJA	11
4.1.	Diskurzivni mehanizmi	12
5.	SEVERINA VUČKOVIĆ	13
5.1	Skrbništvo nad Aleksandrom Popovićem	14
5.2.	Tim za odnose s javnošću Severine Vučković	14
6.	O ISTRAŽIVANJU	15
6.1	Istraživačka pitanja, cilj i zadaća istraživanja	15
6.2	Jedinica analize i uzorak	15
7.	ANALIZA	16
7.1	Događaji	16
7.2	Index.hr	18
7.3	Večernji.hr	20
7.4	24sata.hr	23
7.5	Komunikacija Severine Vučković	25
8.	INTERPRETACIJA	30
9.	ZAKLJUČAK	32
10.	LITERATURA	34

1. UVOD

Hrvatska prema Popisu stanovništva 2021. godine ima 3.871.833 stanovnika, dok površinom zauzima 56.595 kilometara kvadratnih. Svakim danom sve je veći broj „slavnih“ osoba, ali u fokusu su oni najpoznatiji – bilo da je to po broju pratitelja ili pregledima na digitalnim platformama poput Instagrama, Youtubea, TikToka, Facebooka ili pak po broju godina na javnoj sceni. Postoji izreka koja kaže da samo najjači opstaju, a u kontekstu ovog rada izabrana je jedna od mnogih „jakih“ ličnosti na našem području kada je u pitanju javni život – Severina Vučković. Milijuni pregleda na glazbenim *streaming* servisima poput YouTubea, Spotifya i Deezer, više od tri milijuna pratitelja na društvenim mrežama kao što su YouTube, TikTok, Facebook i Instagram, karijera koja traje već više od 30 godina, sedam koncertnih turneja i 12 studijskih albuma. Također, mnoge osim zavidne karijere, zanima i intrigantna privatna sfera života popularne pjevačice. Biti žena u javnom životu, posebice u sferi *showbizza* poprilično je zahtjevna i iscrpljujuća uloga jer se prati svaki korak koji je napravljen s naglaskom na privatni život, a manje na profesionalnu karijeru. Severina¹ je u medijima prisutna od svojih početaka, a pokušali su joj se prišiti mnogi skandali. Javnost i dan danas pamti videosnimku koja je objavljena na jednom hrvatskom portalu i otad je za pjevačicu počela nova životna faza u kojoj su naslovnice *showbizz* portala i tiskanih magazina s njenim likom nerijetka pojava. Fokus ovog diplomskog rada je na činjenici da zato što je žena, trebala je paziti na posebna pravila prilikom komunikacije s javnosti i medijima tijekom višegodišnjeg sudskog postupka vezanog za skrbništvo nad njezinim sinom kojeg je dobila u vezi sa srpskim poduzetnikom Milanom Popovićem. Rad započinje definiranjem pojma odnosa s javnošću i prikazom navedenog da bi se shvatila pozadina i potreba nastanka posebne grane odnosa s javnošću koja je povezana sa slavnim osobama. Krizna komunikacija predstavlja zasebnu kategoriju odnosa s javnošću te osim definiranja i objašnjenja pojma krize i što sve on obuhvaća, potrebno je pojednostaviti što zapravo obuhvaća ta kategorija i što to znači za organizaciju ili osobu koja je primorana istupiti u javnost zbog određene krizne situacije koja ju je snašla. Zatim se govori o stvaranju imidža koji je važan faktor uspješnosti bavljenja određenim poslom i jedna od glavnih niti vodilja ka dugotrajnosti, u ovom slučaju na estradnoj sceni. Odnosi s javnošću diktira opstanak nekoga na tržištu i to je temelj i ključno „oružje“ svake organizacije, pojedinca ili skupine. Kao što je prethodno navedeno i čitljivo iz naslova diplomskog rada, rodna perspektiva predstavlja jedan

¹ Severina Vučković od početka karijere koristi umjetničko ime „Severina“ stoga će se u nastavku istraživačkog rada za oslovljavanje koristiti navedeno umjetničko ime. Bilo bi u potpunosti neprofesionalno u istraživačkom radu koji se bavi rodnom perspektivnom oslovljavati je samo osobnim imenom i time umanjivati njezinu vrijednost.

od temelja istraživanja. Ovim istraživanjem želi se prikazati je li i na koji način komunikacija Severine Vučković bila definirana okvirima rodne (ne)ravnoopravnosti. Nakon informiranja o tome tko je zapravo hrvatska pjevačica Severina Vučković, slijedi kronologija njezine sudske bitke nad skrbništvom koja je započela 2013. godine. Metoda korištena u istraživanju jest kritička analiza diskursa te nakon objašnjenja na što se takva vrsta analize odnosi, slijedi analiza izabranih članaka na hrvatskim portalima. Također, bit će prikazano i kako je ona i/ili njen tim reagirao na određenu situaciju ili odluku, a kako su mediji izvještavali. Nakon prikaza metodologije i rezultata istraživanja slijedi poglavlje interpretacije te naposljetku donošenje zaključka.

2. ODNOSI S JAVNOŠĆU

Odnosi s javnošću ključno su „oružje“ svake organizacije, grupe, poduzeća, pojedinca... Komunikacija s javnosti od krucijalne je važnosti i diktira opstanak subjekta na tržištu. Iako mlada profesija, razvija se neusporedivom brzinom, a ne može se usporediti s onim što je profesija bila osamdesetih godina prošlog stoljeća. Smatra se da je termin na engleskom jeziku, navodi autor Tomić (2016), prvotno korišten u Sjedinjenim Američkim Državama, a skraćenica PR dolazi od riječi *public relations* što se doslovno prevodi kao odnosi s javnošću. Ocem odnosa s javnošću smatra se Edwarda Bernaysa, a on je odnose s javnošću podijelio u tri polja aktivnosti koje pojam obuhvaća. Prvo polje aktivnosti jest informacija koja se pruža javnosti, zatim uvjeravanje koje je usmjereno k javnosti u svrhu izmjenjivanja stavova i radnji javnosti te posljednja aktivnost se odnosi na pokušaj integracije radnji i stavova javnosti s organizacijom ili tvrtkom. Odnosi s javnošću su neizostavan je dio društva zato što društvo postaje složenije iz godine u godinu, a javnosti je s druge strane sve teže razumjeti napretke i procese koji slijede. Upravo stoga odnosi s javnošću olakšavaju javnosti tu prilagodbu na nepoznate pojave te su komunikacijski kanal između javnosti i tvrtke, osobe, organizacije i tako dalje (Bernays; 2013).

Prema autorici Gregory Anne (2006), dvije funkcije nositeljice su glavnih uloga u odnosima s javnošću. Prva funkcija jest osoba koja je izabrana za komunikacijskog tehničara te ta osoba piše izvješća za novinare, izdaje korporativne magazine, dizajnira web stranice te izvodi programe. Druga osoba jest na funkciji menadžera komunikacija te upravlja i planira programima odnosa s javnošću, stvara komunikacijsku politiku, savjetuje. Menadžer komunikacija najčešće se dijeli na tri uloge - stručnjak propisatelj, podržavatelj rješavanja problema te podržavatelj komunikacija. Tomić se (2016) u svojem djelu osvrnuo na funkcije odnosa s javnošću te navodi da su funkcije „strateška djelovanja koja provodi osoba ili cijela organizacija, a koja uključuju svakodnevne operacije kao i dugoročno planiranje“ (2016:105).

Svaka funkcija pomaže u izgradnji razumijevanja koje je potrebno da bi se razvili odnosi među pojedincima, institucijama i skupinama. Od rezultata djelovanja funkcija u odnosima s javnošću tada mogu profitirati i pojedinci i organizacije. Osobe koje u današnje vrijeme šire utjecaj, bilo da su influenceri, glumci, pjevači, plesači itd., koriste mnoge tehnike odnosa s javnošću kako bi stvorili imidž prikladan njihovom liku i djelu. Zasad se pokazalo da je potrebno pratiti trendove odijevanja, koje su najaktualnije frizure su u nekom periodu, potrebno je družiti se sa što više osoba s „A liste“ i biti primijećen, njegovati odnose s medijima, promicati životni stil koji poznatu osobu izdvaja u odnosu na ostale (Tomić, 2016).

2.1 Odnosi s javnošću slavnih osoba

Interes javnosti za poslovni i privatni život slavnih osoba svakim je danom sve veći pa je tako godinama unatrag nastao novi ogranak odnosa s javnošću koji je posvećen upravo njima. Šehanović (2019:418) odnose s javnošću poznatih osoba definirao kao „skup vještina kojima se novinari i menadžeri služe kako bi stvorili brend koji će se razlikovati od drugih na *celebrity* sceni“. Dolaskom popularne kulture poznatom osobom počela se smatrati svaka osoba koja ima specifičnu osobnost i karizmu zbog koje ostavlja javnost fasciniranom, a medije redovito potiče da prate njezin život. Slavne osobe u današnje vrijeme dio su mnogih kampanja različitih brendova, a komercijalizacija masovnih medija pridonijela je tome upravo zbog sve većeg sadržaja koji pripada kategoriji nevažnoga. Naravno, ta pojava rezultirala je u mnogim slučajevima obostranim zadovoljstvom – mediji imaju veću čitanost, a slavne osobe time šire svoj utjecaj u društvu. Rojek (2001) klasificira *celebrity* osobe u pet kategorija. Prvo su osobe koje su naslijedile *celebrity* status na osnovu krvnih veza ili nasljedstva, poput kralja Charlesa. Zatim osobe koje su na osnovu svojih rezultata stvorili *celebrity* status, poput Johna Lennona. Treća kategorija su osobe kojima je pripisan status te su bez razloga zaposjele na naslovne stranice magazina ili minute televizijskog programa, primjerice Paris Hilton. Četvrta kategorija se odnosi na osobe koje su *celebrity* status stekle isključivo skandalima ili sudjelovanjem u *reality* emisijama, a nazivaju se celetoidima. Posljednja kategorija su izmišljeni likovi koji su postali poznati i dobili kulturni status poput Jamesa Bonda, a nazivaju se celeaktorima. *Celebrity* industrija dijeli se na industriju publiciteta, komunikacijsku industriju, zabavnu industriju, vanjštinu, industriju pružanja usluga proučavanja, industriju pravnih i poslovnih usluga, *endorment* industriju te zastupničku industriju te svaka od navedenih kategorija ima svoju funkciju (Tomić, 2016). Za potrebe ovog rada fokus će biti na industriji publiciteta, komunikacijskoj industriji i zastupničkoj industriji. Zastupnička industrija obuhvaća sve one koji traže ili pregovaraju o angažmanima za svoje klijente. Razina zastupanja raste jer se

aktivnosti ove industrije ubrzano proširuju u svim sferama života. Kada ne postoji jasna poduzetnička struktura i dominacija, predstavnici industrije zastupanja djeluju na vrlo različitim razinama vještina i kreativnosti. Agenti stvaraju posao za svoje klijente te im stvaraju publicitet. Menadžeri su stručnjaci koji se brinu o cjelokupnom životnom stilu klijenata – od ulaganja novaca, odgovaranja na upite pa sve do planiranja svakodnevnog rasporeda. Promotori organiziraju i promoviraju događaje s kojima su klijenti povezani, ali ne rade za njih na trajnoj osnovi, već po principu tko je u tom trenutku najaktualniji. Promocijska industrija uključuje raznolik skup pojedinaca i tvrtki koji su stručni u promoviranju klijenata putem pažljivo osmišljenih marketinških kampanja. Sudionici u ovoj industriji mogu obuhvaćati osobne publiciste, tvrtke odnosa s javnošću te agencije za oglašavanje. Njihova uloga je stvaranje učinkovitih strategija promocije kako bi poboljšali vidljivost, imidž i reputaciju svojih klijenata (Tomić, 2016). Komunikacijska industrija zaslužna je da publika poznaje slavne osobe. Fotografije poznatih osoba, proizvodi koje reklamiraju i njihove životne priče distribuiraju se putem medijskih kanala te tako se javnost upoznaje s njima.

Osobni odnosi s javnošću postaju ključni ekonomski čimbenik u industriji odnosa s javnošću. Tržište personalizacije doživljava ubrzan rast, a agencije odnosa s javnošću i konzultanti sve više prate i podržavaju političare, poslovne ljude, znanstvenike, umjetnike, sportske profesionalce te pojedince iz svijeta šoubiznisa, mode i televizije, čineći ih istaknutim javnim osobama. U tom procesu, nude širok spektar usluga, uključujući osobni trening s fokusom na intervju i tehnike prezentacije, pripremu za javna pojavljivanja i konferencije za tisak, izgradnju brenda i imidža te konzultacije vezane uz stil i boje. Personalizacija se smatra ključnim čimbenikom za uspješnu PR/organizacijsku komunikaciju, a potražnja za takvim uslugama je sve veća. Poznati političari, menadžeri i zvijezde šoubiznisa često imaju vlastiti tim stručnjaka koji ih savjetuje u različitim aspektima odnosa s javnošću, uključujući konzultante specijaliste, profesionalne pisce za članke o njima, fotografe, medijske trenere, konzultante za boju i stil, predstavnike za tisak itd. (Tomić, 2016). Osmišljavanje učinkovitih kampanja za svoje klijente predstavlja ključni aspekt rada stručnjaka koji prate aktivnosti i život poznatih osoba. Ovaj proces uključuje pažljivo planiranje i provođenje kampanja, što nije jednostavno puštanje neusmjerenih informacija o klijentu u različite medije. Kampanja predstavlja sustavan pristup oblikovanju slike, primjerice, poznate osobe u medijima. Također, kampanja uključuje sistematičan i selektivan pristup različitim medijskim platformama. Vođenje kampanje znači kreiranje dobro osmišljenih događaja i prilika za snimanje i fotografiranje. Kroz vođenje

kampanje, ostvaruje se integrirani marketinški i komunikacijski pristup koji promiče željeni imidž klijenta.

2.2 Kriza i krizna komunikacija

Kriza je „ozbiljan incident koji utječe na čovjekovu sigurnost, okolinu, proizvode ili ugled organizacije“, tako Božidar Novak (2000:28) definira pojam krize. To je također, kako navodi autorica Tkalač Verčić (2015), najveći test za organizaciju. Upravo ti „testovi“ imaju nekoliko svojstava. Primjerice, kad nastane kriza postoji velika opasnost od narušavanja poslovnih rezultata, usmjeravanja pozornosti medija i državnih institucija na organizaciju, pojačavanja intenziteta krize, onemogućavanje obavljanje svakodnevnog rada u organizaciji te narušavanje ugleda organizacije kao i narušavanje samog ugleda članova organizacije. Oblici i jačine krize su različitih intenziteta, a organizacija može tada biti predstavljena kao žrtva ili pak kao krivac za neki događaj. No, za razliku od intenziteta i oblika, jedno je uvijek konstanta, a to je sedam elemenata koji se javljaju svaki put kad se kriza dogodi. Autorica Tkalač Verčić (2015) poziva se na Seitel F., P. (2004) koji je naveo svih sedam obilježja: iznenađenje, nedovoljne informacije, razvoj događaja, gubitak nadzora, mentalitet zaszjede te panika. Na svih sedam elemenata organizacija treba biti spremna te ih oni ne smiju iznenaditi jer su to uobičajene pojave tijekom krize. Također, autorica navodi četiri faze razvoja: upozorenje, točka nakon koje nema povratka, čišćenje i povratak u normalu. Upravo zato organizacije trebaju biti spremne, dostupne i vjerodostojne prilikom komuniciranja u kriznim situacijama. U bilo kojoj vrsti krizne situacije potrebno je držati se unaprijed postavljenog plana. Prvo, za svaku potencijalno pogođenu javnost treba procijeniti rizik. Analiza rizika treba se provesti prije izrade strategije komunikacije tijekom krize. Drugo, za svaki identificirani rizik, potrebno je definirati korake ili mjere koje mogu smanjiti taj rizik. Ako se rizik transparentno prezentira, javnost će vjerojatnije prihvatiti predložena rješenja. Treće, bitno je prepoznati izvor rizika (Tkalač Verčić, A. prema Seitel F., P., 2015). Ako javnost ima povjerenja da organizacija ili osoba jasno razumiju što je pošlo po zlu, povećava se vjerojatnost da će vjerovati u njihovu sposobnost rješavanja problema. Dodatno, ako aktivno sudjeluju u prepoznavanju problema, izvještavanje o krizi će biti manje pristrano. Četvrto, ključno je pokazati odgovorno vođenje. U fazi planiranja, naglasak treba biti na rješavanju problema i odabiru adekvatnih akcija. Pogrešno je vjerovati da se krize mogu riješiti intuitivno; važno je djelovati prema rješavanju temeljnog problema koji je izazvao krizu. Peto, bitno je oblikovati dosljednu poruku. Odabir službenog predstavnika koji će komunicirati u ime organizacije ili osobe ključan je, a važnost

glasnogovornika raste s veličinom krize. Prikrivanje ili laganje nikada nije preporučljivo, jer samo dodatno pogoršava krizu (Tkalac Verčič, A. prema Seitel F., P., 2015).

Krizno komuniciranje je moguće je opisati kao interakciju između organizacije ili osobe i njezine javnosti neposredno prije, tijekom i nakon negativnog događaja. Takva vrsta komunikacije uključuje razvoj strategija i taktika s ciljem smanjenja štete ugleda. U ovom kontekstu, ključno je razumjeti međuodnos između kriznog upravljanja i kriznog komuniciranja, budući da učinkovito krizno upravljanje uključuje i komunikaciju koja može ne samo umanjiti ili eliminirati krizu, već u nekim situacijama može čak poboljšati reputaciju organizacije u usporedbi s razdobljem prije krize (Tomić i Jugo, 2021). U situacijama krize, krizno komuniciranje obuhvaća prepoznavanje internih i eksternih subjekata koji moraju biti obaviješteni tijekom krize. Upravljači kriznim komuniciranjem trebaju razumjeti, oblikovati i distribuirati poruke kako internim tako i eksternim primateljima. Istodobno, važno je pripremiti se za prijam povratnih informacija od obje skupine, stvarajući tako dvosmjernu komunikaciju koja može pridonijeti boljem razumijevanju situacije i učinkovitijem upravljanju krizom. Odnosi s medijima tijekom krizne situacije od izričite su važnosti zato što „širenje pravodobnih i točnih informacija svim zainteresiranima igra veliku ulogu u djelotvornom upravljanju krizama“ (Tomić i Jugo, 2021:379). To je obavezan proces jer strategija odgovora na krizu provodi se upravo putem medija s kojima je razvijen partnerski odnos. Krize privlače medijsku pažnju jer predstavljaju zanimljive priče i spadaju među pet najvažnijih događaja s perspektive medija kao sedme sile. Važno je imati na umu da uspješni odnosi s medijima počinju prije nego što kriza izbije. Kada do krize dođe, ključno je brzo i učinkovito djelovanje prema planu, posebice pravilno raspoređivanje ljudi na njihova predviđena mjesta prema kriznom planu. Osim sigurnosnih aspekata, izuzetno je bitan dio plana uspostaviti učinkovitu unutarnju i vanjsku kriznu komunikaciju. Osobe odgovorne za vanjsku komunikaciju, poput glasnogovornika ili stručnjaka za odnose s javnošću, trebaju aktivirati posebne komunikacijske kanale i linije te uspostaviti kontakt s javnošću (Tomić i Jugo, 2021).

2.3. Imidž

Autor Božo Skoko (2006:50) navodi da se pojam imidž odnosi na stajalište drugih o nekome. Definicije navedenog pojma nerijetko spominju imitaciju stvarnosti što znači da postoji vjerovanje o mogućnosti manipuliranja nekom „javnom slikom“. Skoko se poziva na objašnjenje autora Božidara Novaka koji je imidž kategorizirao kao odraz identiteta u javnosti. Upravo zbog toga je imidž podlozan mnogim utjecajima, a nemalo je primjera kako se u kratkom roku višegodišnji napori izgradnje navedenog stajališta mogu promijeniti zbog jednog

ili više krivih koraka. Na njega utječu brojni parametri poput znanja, stereotipa, dezinformacija koje se šire u društvu, prethodna iskustva i tako dalje. Prvi korak u stvaranju imidža jest potreba za poznavanjem određenog subjekta, bilo da se radi o pojedincu, organizaciji ili državi. Razvoj medija također je jedan od faktora koji utječu na raširenost i važnost pojma. Jedno od osnovnih načela novinarstva jest nepristrano i objektivno izvještavanje, stoga mediji u okviru imidža direktno sudjeluju i utječu na stvaranje istoga. Upravo zato pri stvaranju imidža koriste se sve raspoložive tehnike te autor Skoko (2006:54) navodi da se navedeni pojam može definirati kao „slika u javnosti nekog subjekta, ali istodobno i jasno osmišljena osobnost subjekta, smisleno plasirana u javnost“. Imidž je sredstvo za postignuće stoga Tomić (2016) navodi tri elementa koji tvore percepciju o osobi: izgled, glas i predstavljanje. Većina ljudi se usredotoči na način odijevanja kada razmišlja o imidžu, ali skupocjeni odjevni komadi neće garantirati pozitivan ishod. Ako je osobi udobno u izabranom modnom odabiru, to se reflektira na govor tijela. Zato je potrebno težiti odjeći koja će imati pozitivni učinak na čovjeka i okolinu. Glas osobi može oslabiti imidž, ali može ga i pojačati. Primjerice, visok i pištav glas smatra se odrazom nervozne osobe (Tomić, 2016). Dok monoton glas često pripada nenadarenoj, upornoj i sporoj osobi čija je osobnost i energija gotovo nevidljiva. Značaj glasa proizlazi iz njegove sposobnosti doprinosa stvaranju autentičnog dojma osobe koja ga posjeduje. Unatoč tome, prijatan i intrigantan glas uvijek se smatra pozitivnim čimbenikom jer ljudi uživaju u slušanju takvih osoba, što rezultira većom razinom pažnje koju im posvećuju. Predstavljanje, kao treći element tvorbe percepcije o osobi važan je u modernom svijetu. Najbolje je imati jasno razumijevanje onoga što se smatra ispravnim, a zatim donijeti odluku o primjeni pravila lijepog ponašanja. Maniri i pravila ponašanja također služe kao načini izražavanja poštovanja prema drugima, i to je svakako korisno, pod uvjetom da se ne smatraju prekomjernima, licemjernima ili zastarjelima. Ponašanje uvijek treba odražavati imidž koji želimo prenijeti (Tomić, 2016).

3. RODNA PERSPEKTIVA ŽENA U MEDIJIMA

3.1. Spolna i rodna ravnopravnost

Pojam rod je u sociologiji uvela Ann Oakley da bi naglasila razliku između navedenog pojma te pojma spol te se odnosi na skup kvaliteta, obilježja i ponašanja muškaraca i žena. S druge strane spol označava biološku podjelu prema kojoj se organizmi neke vrste dijele na muške i ženske (Hrvatska enciklopedija, 2024).

Prema Zakonu o ravnopravnosti spolova (NN 69/17) spolna ravnopravnost definira se kao postizanje jednakih prava za sve ljude, bez obzira na to kako se spolno opredjeljuju. Temelj Zakona nalaže da svi trebaju imati jednake mogućnosti, prilike i pristup resursima, jednako

dostojanstvo i vrijednost. Naglašava se borba protiv stereotipa, diskriminacije na osnovu spola i bilo koje vrste nejednakosti koja proizlazi iz društva, tačnije njihovih očekivanja. Nije cilj time stvoriti utopijsko društvo jer je to nemoguće, ali je cilj stvoriti društveno okruženje u kojem spol nije „oružje“ pomoću kojega se ograničava nekoga dok se druge privilegira. Zato je potrebno educirati javnost, podizati i graditi svijest o spolnoj ravnopravnosti i promicati kulturu jednakosti svih spolova.

Postizanjem jednakih prava, prilika i tretmana za sve ljude neovisno o tome kako se rodno identificiraju naziva se rodnom ravnopravnosti (Kašić i dr., 2005). Ideja na kojoj se temelji jest da bi svi ljudi trebali imati jednake mogućnosti, jednake vrijednosti i jednako dostojanstvo bez obzira kojim se rodnom identificiraju. Također, tu spada i borba protiv nejednakosti, diskriminacije i stereotipa. Rodna ravnopravnost se zalaže za jednakost muškaraca i žena te svih drugih oblika rodni identiteta bilo na poslovnom polju, u obrazovanju ili nekom drugom aspektu života. Manjak rodne ravnopravnosti nije pitanje samo ženskih prava, već se odnosi na sve i temeljni je princip ljudskih prava.

3.2. Rodna ravnopravnost, uloga medija i prikaz žene u medijima

Mediji imaju ključnu ulogu u procesu stvaranja nečijeg imidža, održavanju i oblikovanju društvenih vrijednosti i društvenih normi. U kreiranju vlastitog sadržaja imaju i veliku odgovornost promicati rodnu ravnopravnost, kao i izbjegavati seksističke pristupe (Vajagić, 2023). Inkluzivna kultura koja odražava društvenu raznolikost i poštuje smjernice i prava njegovih članica i članova trebala bi biti jedan od imperativa prilikom promicanja vrijednosti koje se odnose na spolnu i rodnu ravnopravnost. Vajagić (2023:20) u svom radu navodi da rodna ravnopravnost „nije samo pitanje pravde i jednakosti, već i ključan element za ostvarivanje održivog društva“. Također, vrlo je važno podsjetiti da prilikom promicanja rodne ravnopravnosti, ključna uloga pripada svim razinama medijske industrije, a ne samo novinarima i urednicima. Svaki akter, od novinara, urednika, vlasnika medija, marketinških timova pa sve do producenata i autora sadržaja bilo kakve vrste, ima svoju ulogu u stvaranju inkluzivne medijske kulture koja poštuje različitost i promiče rodnu ravnopravnost (Vajagić, 2023).

Milivojević (2004) je u svojem radu iznijela tvrdnju da mediji zapravo prezentiraju stvarnost, a koriste se mnogim tehnikama poput simboličkog isključivanja i getoizacije ženskih iskustava. Jedinu rezultat koji time dobiju je rodna nejednakost. Nerijetko se iz raznih medijskih tekstova u kojima glavnu ulogu imaju žene može se iščitati stereotipizacija, a u nastavku ovog rada dotaknuti ćemo se i ostalih mehanizama kojima se služe.

Prema mrežnom izdanju Hrvatske enciklopedije (2023) stereotip je „sklop pojednostavnjenih i pretjerano uopćenih osobina koje se pridaju svim pripadnicima neke društvene skupine“. To je relativno trajna i rasprostranjena kognitivna shema o zajedničkim značajkama koje se najčešće stavljaju i negativan kontekst. Stereotipi se ne mogu shvaćati, a niti kategorizirati kao vrstu znanja već kao nadopunu informacija koje nam nedostaju za određenu društvenu skupinu.

Lubina i Brkić Klimpak (2014) u svome radu „Rodni stereotipi: Objektivizacija ženskog lika u medijima“ navode da je seksizam predrasuda ili diskriminacija koja se temelji na spolu i rodu te ima vrlo štetne i opasne učinke.

„Prezentiranje žena u medijima dovoljno jasno i bez okolišanja govori o položaju same žene u suvremenom društvu: ono je još uvijek patrijarhalno društvo u kojem prvenstveno dominiraju muška načela i potrebe i u kojem je sasvim normalno žensko tijelo prikazivati kao seksualni objekt podčinjen htijenjima i potrebama muškaraca. Tretiranjem ženskoga tijela kao objekta dokida mu se vlastiti identitet, a postavljajući ga u eksplicitne poze i situacije te svodeći njegove funkcije samo na nagonsko i banalno, način je kojim će marketing najčešće, vrlo uspješno, promovirati proizvod i privući publiku“ (Lubina, Brkić Klimpak, 2014: 213).

Publika je vrlo često nesvjesna koje sadržaje preferira i potražuje te nema svijest na koji način će se percipirana vrijednost uopće referirati na nju i njezin svjetonazor. Autorice objašnjavaju navedenu tvrdnju time da se to događa kada se potrošač želi prisjetiti nekog proizvoda te se tada zapravo prisjeća fotografije koja je povezana s istim, a služi kao okidač za trenutačno i repetitivno oživotvorenje stereotipa. Navedeni primjer se odnosi na oglašivačku industriju u medijima, ali vrlo je slična situacija i u glumačkom svijetu kada se govori o raznim ulogama na malim ekranima. „Niti kod televizijskog angažmana žena nije drukčija pa su njihove uloge uglavnom svedene na oku ugodne pjevačice, hostese, meteorologinje ili TV voditeljice, najčešće mozaičkih TV emisija. Ono što ne može proći nezamijećeno je i vidljiv nesrazmjer u tretiranju fizičkoga izgleda u dotičnih zanimanja, jer se prevladavajući diktat mladosti i mršavosti u pravilu obrušava samo na ženski spol“ (Lubina, Brkić Klimpak, 2014: 222).

Kukić i Jurčić (2013) navode da zastupljenost žena u medijima ima duboki sociološki i kulturološki značaj jer način na koji mediji (ne)prikazuju žene otkriva i reflektira dublje obrasce stratifikacije društva. Prikazi žena u medijima ne samo da odražavaju, već i oblikuju socijalnu mrežu u kojoj se distribuira moć i utjecaj. Proučavanje ove teme omogućuje identifikaciju ključnih društvenih odnosa i može služiti kao pokazatelj za procjenu elemenata ukupne kulturološke matrice. Medijske slike često reproduciraju netočne predodžbe o društvu, njegovim vrijednostima te o pojedinim segmentima i članovima društva. Takvi pojednostavljeni

prikazi, kada se često ponavljaju, postaju homogeni i prihvaćeni stereotipi koje prihvaćamo bez otpora i kritičkog razmišljanja (Kukić i Jurčić, 2013). Navedeni stereotipi, kroz proces pojednostavljene kategorizacije, postaju osnova naše percepcije o pojedincima i društvenim procesima te mogu zamagliti stvarnu kompleksnost stvarnosti, prikrivajući različite oblike diskriminacije i isključivanja. To je fenomen koji ukazuje na važnost kritičkog promišljanja o medijskim prikazima kako bismo razumjeli njihov utjecaj na društvene norme i stavove. Odnose moći može se primijetiti u svim sferama društva te podrazumijevaju i stvaranje identiteta, to jest određuju hoće li netko postati realan i relevantan. Dominantna patrijarhalna kulturna matrica oblikuje temelje za raznolike oblike isključivosti koje, putem pojednostavljenja u kulturi, obrazovanju i medijima, prihvaćamo kao norme i modelirane obrasce prihvatljivog ponašanja. Stereotip je ključni alat u medijskom prenošenju ideoloških stajališta o seksualnosti. Osobe koje posjeduju moć često koriste stereotipe kako bi oblikovali percepcije onih koji nemaju moć, a problem se pojačava kada se ti stereotipi povezuju s predrasudama i diskriminacijom. Matlin (2008) je izvukla osam zaključaka na osnovu rezultata istraživanja reprezentacije žena u medijima. Prvi zaključak se odnosi na nevidljivost žena u medijima, a posebice u područjima ekonomije, politike i međunarodnih pitanja. Također, izveden je zaključak da muškarci dominiraju i u zabavnom programu. Zatim, žene se u medijima ne čuje te iako se malo pojavljuju u medijima, ni tada im se ne daje dovoljno pažnje. Primjer toga su i televizijske reklame u kojima se redovito pojavljuju žene, dok je glas autoriteta gotov u svim slučajevima muški (Matlin, 2008). U trećem zaključku navodi se da muškarci češće nego žene bivaju prikazani u reklamama i časopisima dok obavljaju poslove na radnom mjestu. Osim toga, iako žene možda spominju svoju profesiju, rijetko se prikazuju u stvarnom radnom okruženju izvan kuće. Autorica je u četvrtom zaključku navela da su žene prikazane kako obavljaju kućanske poslove, dok muškarce u toj ulozi publika može vidjeti vrlo rijetko. Peti zaključak navodi da se muškarci i žene različito prikazuju u medijima, gdje se često prenosi poruka o ozbiljnijem shvaćanju muškaraca nego žena. Čak i kada su žene prisutne u medijskim kontekstima poput političkih izbora, često će se istaknuti aspekti poput njihove frizure, stila ili izbora odjeće. Primjetno je da žene dominiraju u televizijskim reklamama koje su povezane s modom i ljepotom, dok su muškarci manje zastupljeni u toj kategoriji. Ovi medijski obrasci doprinose stvaranju i održavanju rodno-specifičnih stereotipa i očekivanja. Ženska tijela često se prikazuju na način koji se razlikuje od prikazivanja muških tijela. Žene su često prikazane gotovo polugole, naglašavajući fizički izgled, dok se muškarci češće prikazuju u odjeći. Osim toga, postoji veća vjerojatnost da će žene u reklamama imati isključivo dekorativnu ulogu u usporedbi s muškarcima, što dodatno potiče stereotipe i objektivizaciju ženskog tijela u

medijskom prostoru. Sedmi i osmi zaključak, navodi Matlin (2008), upućuju na činjenicu da su najčešće prikazane žene bjelkinje te pripadaju srednjoj društvenoj klasi.

4. KRITIČKA ANALIZA DISKURSA KAO METODA ISTRAŽIVANJA

Metoda koja se koristila u ovom radu je analiza diskursa, to jest kritička analiza diskursa kroz studiju slučaja. Prije svega, radi lakšeg shvaćanja pojma kritičke analize diskursa, potrebno je objasniti samu srž pojma diskurs. Autorica Podboj Martina (2012) navodi da je taj pojam prvi upotrijebio Zellig Harris 1952. godine te diskursom smatra slijed rečenica koji je koherentan te ih karakterizira zavisnost među dijelovima, dok analiza diskursa znači opis mehanizama pomoću kojih se rečenice povezuju u cjelinu (Widdowson, 2004, prema Podboj, 2012).

„Kritička analiza diskursa vrsta je analitičkog istraživanja diskursa koje primarno proučava način na koji se zlouporaba društvene moći, dominacija i nejednakost donose, reproduciraju i odupiru tekstu i govoru u društvenom i političkom kontekstu. S takvim disidentskim istraživanjem, analitičari kritičkog diskursa zauzimaju eksplicitnu poziciju i na taj način žele razumjeti, razotkriti i u konačnici oduprijeti se društvenoj nejednakosti“ (Schiffrin i dr, 2001:352).

To je jedan od nekoliko kvalitativnih pristupa kojima se analizira medijski diskurs, autorice (Car i Vrtič, 2016:147) u svome radu ističu da „biti kritičan u analizi diskursa ne znači samo identificirati ona mjesta u diskursu koja su podložna kritici nego i postavljati pitanje zašto diskurs sadrži takva mjesta, tražiti uzroke i davati objašnjenja“. Time se nastoji istražiti način ili više načina na koje je diskurs, koji je predmet istraživanja, oblikovan kada se u odnos stave moć i dominacija u zajednici, a s druge strane na koji način diskurs ima ulogu koja je aktivna u izgradnji ili pak rušenju tih odnosa. Kritička analiza diskursa ima deset karakteristika (Huckin, 2002). Fokusira se na suvremena društvena pitanja s ciljem razotkrivanja manipulacije moćnih grupa putem javnog diskursa. Posvećuje posebnu pažnju faktorima ideologije, moći i otpora. Povezuje istraživanje teksta, društvenih praksi i socijalni kontekst, integrira retoričku teoriju i sociologiju u svoj pristup. Zatim smatra žanrove ključnim strukturalnim elementima analize te uključuje intertekstualna, interdiskurzivna i druga poststrukturalistička shvaćanja diskursa. Analizira ne samo ono što je eksplicitno izraženo u tekstu, već i implikature, presupozicije, dvoznačnosti i druge slične karakteristike diskursa. Provodi analizu na razini interpersonalnih aspekata diskursa, uključujući učtivost, identitet i ethos. Razlikuje se od drugih oblika kritike kulture po tome što se temelji na detaljnoj analizi teksta te potiče društvenu angažiranost. Ove karakteristike čine kritičku analizu diskursa sveobuhvatnim pristupom koji se bavi kompleksnim dinamikama jezičnog izraza u širem društvenom kontekstu. Iz navedenog se može zaključiti da, iako je čvrsto ukorijenjena u analizi diskursa, kritička analiza diskursa

usvojila je znatan utjecaj srodnih disciplina. To uključuje područja poput retorike, tekstualne lingvistike, sociolingvistike, primijenjene lingvistike, pragmatike, socijalne semiotike, etnografije i analize žanrova. (Vuković, 2014).

Van Dijk (2001) opisao je kritičku analizu diskursa kao kritičku perspektivu koja se može kombinirati s bilo kojim pristupom ili disciplinom u humanističkim i društvenim znanostima. Također, navodi da se radi o diskurzivnoj analizi ili nizu tehničkih postupaka analize tekstova. Kritička analiza diskursa je stoga usredotočena na društvene probleme i propituje uloge diskursa u reprodukciji dominacije i održavanju odnosa moći u društvu. Autor smatra da društvene elite mogu pristupiti resursima proizvodnje diskursa koje nisu dostupne ostatku društva te imaju moć koja im to omogućava (van Dijk, 2001). Autorov pristup vezi između diskursa i moći vodi se jednostavnom logikom prema kojoj ljudska djela proizlaze iz ljudskih vrijednosti, uvjerenja i stavova. Drugim riječima, utjecajem na razmišljanje ljudi, na to o čemu i kada razmišljaju, može se oblikovati njihovo djelovanje. Van Dijk (2001) navodi da primjerice novinari, odvjetnici, političari i znanstvenici imaju povlašten pristup određenim pojavnostima javnog diskursa, a taj pristup i njegova kontrola su određeni tekstualnim ili govornim strukturama ili kontekstom. „Kontekst je definiran kao mentalno reprezentirana struktura onih osobina društvene situacije koje su važne za proizvodnju i razumijevanje diskursa“ (van Dijk 2001: 356).

Norman Fairclough (2003) je kritičku analizu diskursa objasnio kao istraživanje kontinuiteta i promjena na razini apstraktnih i relativno trajnih jezičnih struktura, koje istovremeno predstavljaju određene društvene strukture. Osim toga, istraživao je i promjene te stanja u tekstovima. Fairclough je naglasio načine na koje se diskurzivne prakse manifestiraju u pojedinačnim tekstovima, koristeći analitički pristup koji podjeljuje diskurzivne prakse na akcije ili djelovanja, identifikacije i reprezentacije. Time je naveo načine djelovanja jezika, odnosno praktične funkcije prenošenja različitih oblika značenja. „Kritička se analiza diskursa bavi kontinuitetom i promjenama na ovom apstraktnijem, strukturalnom nivou, kao i time što se događa u pojedinim tekstovima“ (Fairclough, 2003:3). Autor je predstavio dvije svojevrstne razine kritičke analize diskursa. Prva je tekstualna analiza koja obuhvaća gramatičku, sintaktičku i leksičku analizu, dok druga, diskurzivna analiza, povezuje rezultate tekstualne analize s diskurzivnim praksama koje imaju vlastite funkcije.

4.1. Diskurzivni mehanizmi

Smještanje žena u stereotipne okvire povezane rodnim obilježjima postala je diskursna praksa medija. Često podliježu u člancima žene prikazivati kao nedovoljno adekvatnima za određene

poslove, ponekad komunikaciju te to prikazuje koliko se društvo razvilo, točnije nije razvilo u raznim kulturnim sferama Republika Hrvatske. Slično istraživanje ovom, proveli su autori Popović Helena i Šipić Josip te su analizirali „rodnu stereotipizaciju kao diskursnu praksu u medijskom izvještavanju u predizbornim kampanjama“ (Popović i Šipić, 2013:194). Također, u fokusu su bile i diskursne strategije kojima su se tadašnje kandidatkinje mogle koristiti u svrhu pozicioniranja na političkoj sceni. Nerijetko se smatra da su žene osjećajna bića, senzibilna, nježna, emotivna, histeričnije prirode, podložnije dramati, stavljajući ih se u kontekst ludih. Vrlo je zanimljiv i pojam familijarizacije, kojeg spominju autori, a odnosi se na korištenje osobnog imena čime se oduzima autoritet. Također, empatizacija jedan je od alata kojim se mediji koriste, ali ga vrlo dobro upotrebljavaju i javne osobe kada se žele približiti javnosti. U svrhu istraživanja potrebno je spomenuti i diskursni alat emocionalizacije zbog kojeg se žene stavljaju u okvire histeričnih, ludih i pretjerano emocionalnih bića. U ovom radu u fokusu će biti diskursni mehanizmi poput familijarizacije, empatizacije, emocionalizacije i rodne stereotipizacije.

5. SEVERINA VUČKOVIĆ

Severina Vučković hrvatska je pjevačica rođena 21. travnja 1972. godine u Splitu. Svoju pjevačku karijeru započela je na Splitskom festivalu kao prateći vokal. Godine 1990. pobijedila je u emisiji „Demo X“ Radio Zagreba te se ogrnula titulom mlade glazbene nade. Već 1992. godine uvelike je zapažena od strane publike nakon što je regiju osvojila pjesmama „Tvoja prva djevojka“ i „Kad si sam“. Otad njena karijera krenula je uzlaznom putanjom te danas slovi kao jedna od najpoznatijih hrvatskih pjevačica u državama nekadašnje Jugoslavije, pa i šire. Imala je i nekoliko turneja u Australiji i Sjedinjenim Američkim Državama. Osim zavidne pjevačke karijere, Severina se dokazala i kao glumica u raznim predstavama i mjuziklima. Također, Hrvatsku je predstavljala i na Eurosongu 2006. godine s pjesmom „Moja štikla“. Jedna od glavnih prekretnica u karijeri bila je i pjesma „Uno momento“ koju je snimila sa srpskom grupom Ministarke 2014. godine te je okrunjena još jednom titulom od strane publike kao „kraljica estrade“.

Kada je riječ o privatnom životu pjevačice, javnost je najviše raspravljala o njevoj vezi sa srpskim poduzetnikom Milanom Popovićem s kojim je 2012. godine dobila i dijete, sina Aleksandra Popovića. Par je vezu završio u kolovozu 2013. godine. Također, javnost i mediji mnogo su pisali i o Severininoj vezi pa i braku s nekadašnjim partnerom Igorom Kojićem, sinom srpskog pjevača Dragana Kojića. Hrvatska pjevačica razvela se od Igora Kojića u kolovozu 2021. godine, s kojim je bila u braku od 2015. godine.

5.1 Skrbništvo nad Aleksandrom Popovićem

Ljubav Milana Popovića i Severine Vučković počela je u prosincu 2010. godine. Nakon objave zaruka 2011. godine uslijedila je i vijest da hrvatska pjevačica i srpski poduzetnik čekaju prinovu te se 20. veljače 2012. godine rodio sin Aleksandar Popović. Nekoliko puta mediji su pisali da je njihovoj ljubavi došao kraj, a glasine su potvrđene nekoliko mjeseci nakon rođenja djeteta. U ranu jesen 2013. godine započela je borba za skrbništvo nad sinom Aleksandrom. Na prvom ročištu 2013. godine donesena je odluka da Milan Popović ima pravo viđati sina svaki vikend, ali isključivo u Zagrebu, i to bez prisutnosti pjevačice. Portal Večernji.hr navodi da je u ožujku 2014. godine donesena je prva odluka o skrbništvu nad Aleksandrom. Tada je Milan Popović tražio zajedničko skrbništvo, ali ono je ipak pripalo Severini. Nekoliko mjeseci kasnije, u studenom 2014. godine Aleksandrov otac podnio je novu, privatnu tužbu protiv pjevačice i tražio je podjelu skrbništva na način da dijete sedam dana provodi s ocem, a sedam dana s majkom. U ožujku 2015. godine Milan Popović je zatražio da mu Severina Vučković vrati 308.000 eura koje joj je dao dok su bili u vezi. Srpanj iste godine bio je još jedan udarac na pjevačicu. Naime, nekadašnji partner poslao je otvoreno pismo tadašnjem premijeru Zoranu Milanoviću kao i brojnim institucijama te je tražio da majka ne objavljuje fotografije njihovog sina Aleksandra na društvenim mrežama. U lipnju 2017. godine sud je donio privremenu mjeru da sin tjedan dana provodi s majkom, a tjedan dana s ocem. Ta privremena mjera je ukinuta mjesec dana kasnije te je slučaj vraćen na Općinski građanski sud u Zagrebu. Veljača 2018. godine bila je vrlo teško razdoblje za popularnu pjevačicu jer je sutkinja presudila da će njihov sin živjeti naizmjenično kod oba roditelja. Tada je Severinin menadžer Tomica Petrović otkrio i da Severina mora s društvenih mreža obrisati sve fotografije na kojima se nalazi njihov sin Aleksandar. Nakon šest godina proces je završen 2019. godine prvostupanjskom presudom te je djetetov otac, Milan Popović dobio skrbništvo nad sinom. Nakon 20 vrlo emotivnih i iscrpnih mjeseci, Severina Vučković je u kolovozu 2021. godine dobila zajedničko skrbništvo nad sinom. U listopadu iste godine pjevačica je ponovno punila medijske stupce nakon što je objavljena njena prepiska s ravnateljicom osnovne škole koju pohađa njen sin zbog upućenih prijetećih poruka. U travnju 2022. godine doznalo se da je Centar za socijalnu skrb u Maksimiru podnio prijavu za remećenje javnog reda i mira protiv Severine zbog vrijeđanja i omalovažavanja službene osobe.

5.2. Tim za odnose s javnošću Severine Vučković

Tim za odnose s javnošću hrvatske pjevačice Severine Vučković već je godinama agencija pod nazivom „PR365“, čiji je osnivač mnogima dobro poznat stručnjak Davor Grgin. To je

agencija koja okuplja stručnjake iz raznih područja za odnose s javnošću, organiziranje događaja, promociju, *community management* i zakup medija. Na svojoj službenoj stranici navode da su specijalizirani za razna područja, od kulture, sporta, mode, glazbe, pa sve do *lifestylea*. U svojim sedam godina postojanja u svojoj branši zastupali su više od 420 klijenata te ostvarili više od 500 završenih projekata, a vode se individualnim pristupom za svakog klijenta te pomažu osmisliti komunikacijsku strategiju, ovisno o ciljanim javnostima osobe koja je zatražila njihove usluge.

6. O ISTRAŽIVANJU

6.1 Istraživačka pitanja, cilj i zadaća istraživanja

Sljedeća istraživačka pitanja postavljena su za potrebe istraživanja.

1. Kojim su se diskurzivnim mehanizmima koristili mediji u odabranim člancima prilikom izvještavanja o slučaju parničnog postupka nad skrbništvom maloljetnog sina hrvatske pjevačice Severine Vučković i srpskog poduzetnika Milana Popovića?

2. Na koji način je hrvatska pjevačica Severina Vučković vodila komunikaciju na društvenim mrežama o slučaju parničnog postupka nad skrbništvom maloljetnog sina čiji je otac srpski poduzetnik Milan Popović?

Postavljena pitanja diktiraju specifične ciljeve ovog istraživanja. Prvi cilj je saznati na koji način su mediji izvještavali o slučaju parničnog postupka nad skrbništvom maloljetnog sina hrvatske pjevačice Severine Vučković i srpskog poduzetnika Milana Popovića, to jest koje su koristili diskurzivne mehanizme. Drugi cilj je saznati na koji način je pjevačica Severina Vučković vodila komunikaciju s javnosti u odabranim slučajevima tijekom parničnog postupka nad skrbništvom. Ovim istraživanjem želi se prikazati je li i na koji način komunikacija pjevačice bila definirana okvirima rodne (ne)ravnopravnosti.

6.2 Jedinica analize i uzorak

Jedinice analize ovog istraživanja su članci s tri hrvatska online portala medijskih izvora: Index.hr, 24sata.hr i Večernji.hr. Svi članci vezani su uz temu parničnog postupka skrbništva nad djetetom pjevačice Severine Vučković. Navedeni online portali odabrani su zbog najnovijih rezultata Reutersovog izvještaja o digitalnim publikama vijesti u Hrvatskoj za 2023. godinu. Naime, istraživanje je pokazalo da čak 81 posto građana Hrvatske vijesti najviše konzumira putem online medija, zatim slijedi televizija sa 62 posto, društvene mreže 52 posto te tisak na 22 posto.

Sva tri portala nalaze se u top 10 najčitanijih online medija u Republici Hrvatskoj u 2023. godini. Portal Index.hr, prema istraživanju, na tjednoj bazi čita 51 posto građana Hrvatske, portal 24sata 46 posto građana, dok portal Večernji.hr na tjednoj bazi čita 25 posto građana (Reuters Institute, 2023). Upravo iz tog razloga, a i radi lakše dostupnosti materijala, izabrani su navedeni online hrvatski portali.

Sa svakog portala je izabrano po osam članaka te jedan dodatan članak, a razlog je objašnjen prilikom analize. Ukupan broj analiziranih članaka iznosi 25. Također, za svaku situaciju pokušao se naći i Severinin komentar u izabranim medijima, putem tima koji je zadužen za odnose s javnošću ili na društvenim mrežama radi usporedbe. Tri članka objavljena su u ožujku 2014. godine, tri članka objavljena su u srpnju 2015. godine, tri članka objavljena su u veljači 2018. godine, četiri članka objavljena su u studenome 2019. godine, tri članka objavljena su u kolovozu 2021. godine, tri članka objavljena su u listopadu 2021. godine, tri članka koja se analizira objavljena su u ožujku 2023. godine te posljednja tri članka objavljena su u studenome 2023. godine.. Prilikom pretrage članaka na trima portalima odabrano je osam značajnijih situacija tijekom višegodišnjeg parničnog postupka. Kada je u pitanju komunikacija pjevačice Severine Vučković, pretraga je vršena na njenom Facebook profilu, Instagram profilu i u prethodno navedenim člancima.

7. ANALIZA

7.1 Događaji

Ožujak 2014. godine

Nakon što su hrvatska pjevačica Severina Vučković i njezin partner, srpski poduzetnik Milan Popović okončali svoju vezu, počeo je parnični postupak nad skrbništvom sina Aleksandra koji je tada imao dvije godine. Sud je odlučio da će za dječaka skrbiti njegova majka.

Srpanj 2015. godine

Otac Aleksandra Popovića, sina Severine Vučković i Milana Popovića, poslao je pismo tadašnjem premijeru Republike Hrvatske, Zoranu Milanoviću, tadašnjoj ministrici socijalne skrbi Milanki Opačić, pravobraniteljici za ravnopravnost spolova Višnji Ljubičić te nekolicini saborskih odbora. U pismu se žalio na postupanje pjevačice prema djetetu. Naime, naveo je da koristi sina u promotivne svrhe radi vlastitih interesa objavljujući njegove fotografije na društvenim mrežama Facebook i Instagram. Otac djeteta je smatrao da time sina izlaže javnosti i štetnoj medijskoj pažnji. Time, smatra Milan Popović, majka djeteta krši njegova prava i ignorira načela zajedničke roditeljske skrbi.

Veljača 2018. godine

Drugi mjesec 2018. godine za hrvatsku pjevačicu Severinu svojevrsan je početak agonije koju će proživljavati. Tada je donesena nepravomoćna presuda da će njezin sin Aleksandar Popović naizmjenično živjeti kod oba roditelja, nje i Milana Popovića. Sutkinja je donijela odluku da će dječak prvi i treći tjedan u mjesecu, od nedjelje u 20 sati do nedjelje u 20 sati, boraviti s ocem, a po principu pola-pola da će roditelji dijeliti dijete tijekom zimskih i ljetnih praznika. Severina na izricanju odluke nije bila prisutna, već samo srpski poduzetnik Milan Popović.

Studeni 2019. godine

Pjevačica Severina Vučković u studenome 2019. godine saznala je vijest da je sutkinja Tea Golub donijela privremenu mjeru i odlučila da će Aleksandar Popović živjeti sa svojim ocem, Milanom Popovićem. Također, on je dobio pravo da samostalno brine o obrazovanju i zdravlju dječaka, a u presudi nije navedeno gdje dječak mora živjeti, što znači da ga otac može odvesti u Srbiju ili s njim živjeti u Hrvatskoj. Na izricanju presude toga dana nisu roditelji djeteta, a odluka je istoga dana stupila na snagu.

Listopad 2021. godine

Hrvatska javnost doznala je u listopadu 2021. godine o prijetećim porukama koje je Severina Vučković slala ravnateljici zagrebačke osnovne škole koju pohađa njen sin Aleksandar Popović. Ravnateljica ju je potom prijavila te je tako krenula još jedan sudski postupak koji se vodio protiv pjevačice. Pisala joj je da bi je zadavila, da će se tresti i drhtati kao što se ona tresla kad joj je maltretirala dijete, prijetila joj je da će sve objaviti u javnosti (što je na kraju i napravila).

Ožujak 2023. godine

Jedan od nekoliko parničnih postupaka u kojima sudjeluje hrvatska pjevačica Severina Vučković na korak je do završetka, i to onaj u kojem je protiv Severine podignuta optužnica jer je u veljači 2022. godine vrijeđala socijalnu radnicu iz Centra za socijalnu skrb Maksimir. Zatim je Centar za socijalnu skrb Maksimir podnio prijavu za remećenje javnog reda i mira Policijskoj upravi zagrebačkoj. Severina je u ožujku 2023. godine proglašena krivom kažnjena zbog omalovažavanja i vrijeđanja socijalne radnice te nije poznato koliki je iznos novčane kazne.

Studeni 2023.

U studenome 2023. godine Severina Vučković je još jednom sjela na optuženičku klupu, a sudilo joj se za nametljivo ponašanje prema bivšoj ravnateljici Poliklinike za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba ravnateljici osnovne škole koju pohađa njezin sin Aleksandar Popović.

7.2 Index.hr

Skrbništvo nad Aleksandrom pripalo Severini: Milan Popović sina će vidati dvaput mjesečno (objavljeno 26. ožujka)

U naslovu članka odmah je vidljivo koja je glavna vijest, a autor pjevačicu i sina oslovljava samo imenom, dok njezina nekadašnjeg partnera oslovljava punim imenom i prezimenom. Ovdje je uočljivo da se koristi antroponimijska kategorija osobnog imena za pjevačicu te osobnog imena i prezimena za njezinog nekadašnjeg partnera što označava tabloidni način imenovanja. Izborom glagolskog pridjeva „pripasti“, aludira se da je sin njezino vlasništvo. Tijelo teksta započinje izrazom „sudska sapunica“ i „napokon okončana“ što dodatno daje na dramatičnosti cijelog slučaja. Fotografija u članku nema. Na navedenom primjeru uočen je diskurzivni mehanizam familijarizacije zbog oslovljavanja imenom što za sobom povlači rodnu stereotipizaciju i umanjivanje vrijednosti žene.

Popović tužio Severinu Milanoviću: Naš sin živi u reality showu (objavljeno 29. srpnja)

Portal Index.hr u samom naslovu, ali i ostatku članka izborom riječi Severinu Vučković oslovljava samo imenom, dok tadašnjeg premijera i njezinog bivšeg partnera oslovljava prezimenima te dodatno Zorana Milanovića titulom. Korištena je riječ „tužio“ koja aludira na radnju koja pokreće parnični postupak, ali to nije slučaj u ovom primjeru već naslov se okreće tabloidizaciji ozbiljnog sudskog procesa. Također, primijećena je pojava intertekstualnosti u drugom dijelu naslova „Naš sin živi u *reality showu*“. To je primjer netočnog citiranja zato što u tekstu se navodi citat „Poštovana gospodo, moj sin, trogodišnji Aleksandar živi u tzv. *reality showu* tipa 'Big Brother' u kojem ga nepoznati ljudi svakodnevno prate i komentiraju često na najvulgarniji i zastrašujući način“. Naslovna fotografija članka prikazuje nasmiješenog Milana Popovića. Na navedenom primjeru ponovno je uočljiva familijarizacija, netočna upotreba intertekstualnosti te empatizacije putem uobičajene obiteljske fotografije.

Severina izgubila spor protiv Milana Popovića, Aleksandar će živjeti jednako kod oba roditelja (22. veljače)

Hrvatski online portal Index.hr pjevačicu oslovljava titulom, imenom te imenom i prezimenom, njezina sina oslovljava imenom, dok oca i bivšeg partnera Severine Vučković oslovljava

isključivo imenom i prezimenom. Na fotografiji su prikazani roditelji djeteta – pjevačica ozbiljnog izraza lica, a Milan Popović koji je nasmiješen. U članku se objašnjava tijekom navedenog sudskog postupka te se navodi i reakcija pjevačice, kao i oca djeteta. U navedenom primjeru nisu uočeni diskurzivni mehanizmi potrebni u svrhu ovog istraživanja, osim familijarizacije zbog korištenja imena umjesto imena i prezimena.

Sutkinja odlučila da Severinin sin treba živjeti s Popovićem (28. studenoga)

Odabirom riječi u naslovu članka na hrvatskom online portalu Index.hr daje se utisak da srpski poduzetnik Milan Popović nije otac djeteta. Pjevačicu se oslovljava imenom, imenom i prezimenom te titulom, dok se oca djeteta oslovljava prezimenom te imenom i prezimenom. Naslovna fotografija prikazuje Severinu Vučković na ulasku u zgradu suda, ozbiljnog izraza lica i pognute glave. Također, autor u tijelu članka navodi izjavu njezinog odvjetnika i stav prema odluci. Ponovno uočljiva familijarizacija kao diskurzivni alat.

Sud je donio odluku: Evo što stoji iza Severinine izjave da se Aleksandar vratio mami (30. kolovoza)

Naslovna fotografija članka prikazuje nasmiješenu Severinu Vučković na konferenciji za medije te nije izravno povezana sa sadržajem članka. Autor oslovljava Severinu imenom, imenom i prezimenom te titulom, a Milana Popovića imenom i prezimenom. Također, u članku se nalazi i službena izjava odvjetnika te neslužbena izjava Severine. Uočljivi su mehanizmi familijarizacije (korištenje osobnog imena) i emocionalizacije (sin se vratio majci).

Severina o porukama koje je slala ravnateljici škole: Pokušava se prikazati kao žrtva (5. listopada)

Autor Severinu oslovljava imenom, imenom i prezimenom te titulom. Ilustrativna naslovna fotografija prikazuje pjevačicu kako se osmjehuje te u nastavku teksta donose i Severininu izjavu koja će biti analizirana u nastavku. Uočljiv ponovno diskurzivni alat familijarizacije i emocionalizacije putem pojma žrtva.

Severina nepravomoćno osuđena za vrijeđanje socijalne radnice (28. ožujka)

Pjevačicu hrvatskih korijena Severinu Vučković autor članka oslovljava isključivo imenom te navodi da je za izjavu upitan tim za odnose s javnošću pjevačice. Naslovna fotografija prikazuje Severinu koja se pojavljuje pred sudom, ali nije izravno povezana s navedenim događajem. Kao i u prethodno navedenim člancima, ponovno je uočljivo korištenje mehanizma familijarizacije čime se umanjuje vrijednost žene u medijima.

Severina nakon suđenja: Što biste vi na mom mjestu? Kao Rade Končar, pucajte u prsa (7. studenoga)

U članku se navode imena i prezimena prethodno navedenih ravnateljica, kao i ministra unutarnjih poslova Davora Božinovića, dok se pjevačicu oslovljava samo imenom što ukazuje na novinarsku neprofesionalnost i degradaciju pjevačice kao osobe. Severina je dala izjavu za medije, a nakon suđenja podijelila je i objave na društvenim mrežama. Fotografije u članku su prvi puta tijekom istraživanja izravno povezane sa slučajem koji se analizira. Izraz „pucajte u prsa“ predstavlja korištenje diskurzivnog mehanizma emocionalizacije te autor koristi familijarizaciju oslovljavajući Severinu Vučković osobnim imenom.

7.3 Večernji.hr

Sutkinja donijela odluku o skrbništvu nad malim Aleksandrom (objavljeno 26. ožujka)

U *leadu* članka pjevačicu oslovljavaju imenom. Ilustrativna naslovna fotografija prikazuje Severinu Vučković sa sunčanim naočalama, u tamnoj haljini i ozbiljnog izraza lica, a u tijelu članka nalazi se fotografija Milana Popovića koji dolazi na sud u pratnji odvjetnika te se pritom smiješi. Autor navodi da je to jedan od „najrazvikanijih procesa skrbništva u posljednje vrijeme“ te da „je sud trebao odlučiti tko je bolji roditelj“. Severinu se oslovljava imenom što ukazuje na korištenje diskurzivnog mehanizma familijarizacije, a izborom riječi „tko je bolji roditelj“ primjenjuje se emocionalizacija.

Milan Popović: Sin mi živi u Big Brotheru u kojem je glavni kreator i redatelj njegova majka (objavljeno 30. srpnja)

I ovaj članak oslovljava Severinu Vučković imenom, dok se ostali akteri (Zoran Milanović, Milan Popović, Milanka Opačić) oslovljavaju imenom i prezimenom. U jednom se slučaju sin pjevačice i srpskog poduzetnika oslovljava imenom, a u drugom punim imenom i prezimenom. Aleksandra Popovića naziva se pravom zvijezdom društvenih mreža te autor za objavljivanje njegovih fotografija na društvenim mrežama navodi – „Nije da se njega tu puno pitalo, ali sudeći prema fotografijama koje na Instagramu i Facebooku objavljuje njegova majka, neokrunjena estradna kraljica Balkana Severina (43), malenom to ne smeta“. Naslovna fotografija prikazuje Milana Popovića sa sinom Aleksandrom u šetnji gradom, a oboje su nasmiješeni te otac sijete nosi u naručju. Familijarizacija i emocionalizacija (putem fotografije i izbora riječi novinara) uočljivi su u navedenom primjeru članka.

Severina nije zadovoljna presudom jer smatra da nije dobra za dijete, žalit će se (24. veljače)

Naslov je koncipiran kao citat te je primjer netočnog citiranja gdje se zadržava struktura i smisao citata, ali je isti zapravo izmišljen. Naslovna fotografija prikazuje pjevačicu ozbiljnog izraza lica i njezinog sina kojeg nosi u naručju te su djetetu zamagljene oči. Članak objašnjava kontekst sudske odluke i cijelog slučaja, a fokus je na reakciji pjevačice. Severinu Vučković autor članka oslovljava titulom, imenom te imenom i prezimenom. Navedeni članak na portalu Večernji.hr specifičan je, i prvi primjer u ovom istraživanju, zbog toga što navodi i mišljenje dijela javnosti o slučaju. Također, obratili su se i dječjem psihijatru za mišljenje kojeg se ovaj rad neće doticati niti ga analizirati jer nije predmet istraživanja.

„Kako je ova sudska borba za dijete, na žalost, od početka pod reflektorom javnosti jer je riječ o razvodu poznatih, nižu se kojekakvi komentari pa tako mnogi smatraju da je nehumano ovako podijeliti djetetov život i proglasiti da će živjeti točno pola vremena kod majke, a pola kod oca, da takvo “seljakanje” nije dobro za djecu kojoj je važna stabilnost.“

Specifičnost gore navedenog citata je u tome što se u prvom djelu može uočiti mišljenje autora članka. Autor smatra da su roditelji pretjerano izložili sudsku postupak javnosti te ga nazivaju „sudskom borbom za dijete“, dok se zapravo radi o parničnom postupku skrbništva nad djetetom. Ponovno je uočljiva tehnika familijarizacije, rodne stereotipizacije u odnosu na ostale članke zbog izbora fotografije (dijete se na fotografijama s ocem smije, dok je autor izabrao ozbiljniju fotografiju kada je u pitanju majka) i emocionalizacije („sudska bitka za dijete“).

Severina u suzama nakon presude: 'Nisam ovo očekivala' (28. studenoga)

Ponovno se hrvatsku pjevačicu Severinu Vučković imenuje isključivo imenom, dok se Milana Popovića imenuje imenom i prezimenom. U naslovu autor otkriva reakciju pjevačice, a citiranje je djelomično. Portal Večernji.hr prenosi izjavu pjevačice, pozivajući se na hrvatski online portal Jutarnji.hr: „rekla je Severina Kojić gušeći se u suzama“. Izborom riječi „gušeći“ stvaraju dojam dramatičnosti situacije te najčešće se takav izbor riječi koristi u člancima gdje su žene glavni akteri jer su emocionalnije. Također, novinar je odabrao naslovnu fotografiju iz spota pjevačice pod nazivom „Rođeno moje“, a pjesmu je posvetila upravo sinu. Fotografija prikazuje uplakanu Severinu Vučković te njezinog odraslog sina (glumca) te stvara se dodatan efekt dramatičnosti i ozbiljnosti situacije te se preslikava emocionalno stanje pjevačice.

U navedenom primjeru može se iščitati nekoliko diskurzivnih mehanizama: emocionalizacija („u suzama nakon presude“ te izborom fotografije), familijarizacija i empatizacije koja se koristi kada se aktera, u ovom slučaju poznatu osobu, želi približiti javnosti.

EKSKLUZIVNO Severina nam je potvrdila nagađanja: 'Moje dijete će spavati u svom domu' (30. kolovoza)

Nasmiješena hrvatska pjevačica na naslovnoj fotografiji, riječ „ekskluzivno“ velikim tiskanim slovima i Severinin citat oprema su članka o sudskoj odluci da pjevačica i bivši partner ponovno dijele skrbništvo nad sinom Aleksandrom Popovićem, po principu pola-pola. Prva riječ naslova implicira na vrlo važan događaj, a autor pjevačicu oslovljava imenom te dalje u tekstu titulom te imenom i prezimenom. Milana Popovića oslovljava se, kao i u većini slučajeva, imenom i prezimenom. Autor članka navodi da su pjevačicu „ponijele emocije“ te implicira na krhkost i ranjivost žene. Za parnični postupak koristi se riječ „bitka“ što se koristi kao metafora, a najčešće je ta riječ povezana s ratom.

Korišten je mehanizam familijarizacije (korištenje osobnog imena) te emocionalizacije (dijete će spavati u svom domu) te rodna stereotipizacija (pokazivanje emocija).

Severina o prijetećim SMS porukama ravnateljici: 'Reagirala sam kao mama, a ne kao dama' (5. listopada)

I portal Večernji.hr koristio je istu fotografiju kao i portal Index.hr te pjevačicu oslovljavaju identičnim nazivima. Koriste konstrukciju rečenice „ponovno je dospjela u fokus javnosti“ što daje naslutiti da pjevačica često puni medijske stupce. Također, parnični postupak nad skrbništvom nazivaju borbom te se pozivaju na izjavu koju je pjevačica dala za prethodno navedeni medijski portal. Diskurzivni mehanizmi koji su uočljivi u članku jesu: familijarizacija, rodna stereotipizacija (žena koja nerijetko puni medijske stupce i ponovno je u fokusu javnosti).

Nakon što je Severina proglašena krivom, oglasio se njezin tim: 'Nije vrijeđala, nego protestirala' (28. ožujka)

Splitska pjevačica Severina Vučković u članku je isključivo oslovljavana imenom i titulom. Autor članka navodi da pjevačica „nije birala riječi“ prilikom telefonskog razgovora sa socijalnom radnicom te da je bila agresivna. Zatraženo je očitovanje Severininog tima za odnose s javnošću te će način komunikacije biti analiziran u nastavku. Osim familijarizacije, autor teksta opisom da agresivna Severina Vučković „nije birala riječi“ koristi se mehanizmom rodne stereotipizacije te implicira na histeričnost i nemogućnost kontroliranja emocija.

VIDEO Počelo je suđenje Severini za nametljivo ponašanje. Pjevačica: 'Zašto nisu blokirale moj broj?' (7. studenoga)

U članku se Severinu oslovljava imenom, imenom i prezimenom te titulom, dok se ostale aktere oslovljava imenom i prezimenom te titulom. Fotografije su izravno povezane sa slučajem. U navedenom članku uočljiv je pristup familijarizacije.

7.4 24sata.hr

Milan Popović: Severina mi još ne da sina i krši dječja prava (objavljeno 28. ožujka)

Portal 24sata.hr nije imao članak na dan kao i svi ostali mediji, kada je odluka donesena. No u članku su dostupne sve informacije kao i u prethodnim primjerima, a novinar je još imao izjavu Milana Popovića, dok nema informacije da je pokušao stupiti u kontakt s pjevačicom. Autor navodi da je Popović „razočaran“ te su naveli i informaciju da je „težak“ nekoliko milijuna eura. Naslovna fotografija prikazuje namrštenu pjevačicu Severinu Vučković.

Uočljiva je familijarizacija kao diskurzivni mehanizam.

Milan piše Milanoviću: Seve od našeg sina radi reality zvijezdu (objavljeno 29. srpnja)

Za razliku od gore navedena dva primjera članaka na portalima Index.hr i Večernji.hr, autor u ovom članku oslovljava imenom, imenom i prezimenom te nadimkom „Seve“. Također, pogrešno je upotrijebljen citat u naslovu kao i u gore navedenom primjeru. Naslovna fotografija prikazuje Milana Popovića i Aleksandra Popovića na ulici, a otac djeteta u ruci drži rukometnu loptu.

Autor koristi nadimak i osobno ime pjevačice stoga se zaključuje da je korišten diskurzivni alat familijarizacije.

Milan na sudu izborio pobjedu za ravnopravno roditeljstvo (22. veljače)

Koliko su Severina Vučković i Milan Popović zastupljeni u medijima u to vrijeme, uočava se i u naslovu samoga članka. Naime, autor nema potrebe navoditi ime pjevačice u naslovu, već oca djeteta oslovljava imenom, a čitatelji svakako već znaju na koga se članak odnosi. Naslovna fotografija prikazuje Milana Popovića i Severinu Vučković, a neobično je što su odabrali fotografije na kojima su oboje nasmiješeni, dok u drugim primjerima članaka iste tematike majka djeteta ima ozbiljan izraz lica. U članku se ne navodi mišljenje pjevačice, kao što je primjer u prethodno dva analizirana članka.

Rodna stereotipizacija vidljiva je u samom naslovu članka te se implicira da žena, u ovom slučaju Severina, nije jednako jaka kao i muškarac te se prednost daje Milanu Popoviću. Korištena je i familijarizacija, kao i u ostalim člancima.

Severina više neće živjeti sa sinom: Skrbništvo dobio Milan (28. studenoga)

Autor članka Severinu Vučković oslovljava imenom, titulom, imenom i prezimenom, dok Milana Popovića imenom te imenom i prezimenom. Naslovna fotografija je spoj tri zasebne fotografije te prikazuje Severinu, Severinu i njezinog tadašnjeg supruga Igora Kojića te Milana

Popovića s njegovim odvjetničkim timom. Napisana je rečenica da je „u pravnoj bitci oko skrbi za sina Severina izgubila spor s Milanom“. Naime, time se metaforično prikazuje kao da je pjevačica bila u ratu pa je izgubila. Prema mišljenju autora istraživanja, daleko bolji izbor riječi bio bi da je skrbništvo nad djetetom pripalo ocu, a ne da se drugačijim izborom riječi stvara polarizacija i umanjuje vrijednost žene.

Rodnom stereotipizacijom umanjuje se vrijednost žene implicirajući da je Severina izgubila u parničnom postupku, kao i familijarizacijom zbog oslovljavanja pjevačice imenom i titulom.

Zbog šokantne presude Seve je na rubu suza: 'Svi su mi krivi' (29. studenoga)

Iznimka analize članka više na portalu 24sata.hr nego što je to praksa u ovom istraživačkom radu pripisuje se činjenici da je članak vezan za istu sudsku odluku, to jest za isti slučaj. Autor članka pjevačicu oslovljava nadimkom, titulom, imenom te imenom i prezimenom dok Milana Popovića oslovljava imenom, prezimenom te imenom i prezimenom čime je korišten diskurzivni mehanizam familijarizacije. Naslovna fotografija samo je ilustracija te prikazuje Severinu Vučković, a nastala je 2016. godine na Danima Dioklecijana u Splitu dok je Severina imala ulogu carice na modnoj reviji te nije povezana s člankom no autor je htio ozbiljnim izrazom lica i njezinom ulogom doprijeti značaju i ozbiljnosti situacije. U naslovu presuda je nazvana šokantnom te se navodi da je „Seve“ na rubu suza te da je izjavila da su joj svi krivi. Citat je u potpunosti pogrešan, točnije izmišljen jer se u tekstu članka nigdje ne navodi da je to ikada pjevačica izjavila. Također, *leadom* članka velikim tiskanim slovima piše „UPLAKANA SEVE“ čime se povezuje rodna stereotipizacija. Nadalje, autor navodi da su susjedi pjevačice tog dana bili svjedoci situacije koja se dogodila, to jest da je Severina otišla predati sina ocu te da se vratila nakon 20 minuta i otrčala u svoj stan. Dan nakon, također pričaju susjedi za 24sata.hr, „Severina je bila neutješna te je glasno plakala i jecala“ te je „uplakana hodala po ulici“. Zatim autor navodi da je prava žrtva pravne bitke sin Severine Vučković i Milana Popovića, a ne njih dvoje. Opisom Severine stereotipizira se kao žena koja plače i jeca te dramatiizira, na granici s histeričnosti i ludilom. Također, autor se koristio mehanizmima poput emocionalizacije i empatizacije.

'Severina će imati zajedničko skrbništvo s Milanom, mi s smo time stvarno jako zadovoljni' (30. kolovoza)

Korišten je diskurzivni mehanizam familijarizacije zbog oslovljavanja aktera.

Seve izvrijedala ravnateljicu škole, pa naljutila i roditelje (12. listopada)

Članak na portalu 24sata.hr zaštićen je pretplatom (potpuni transkript u prilogu), a u članku tek je jedan dio posvećen temi koju se analizira u ovom poglavlju. U naslovu pjevačicu autor oslovljava nadimkom, a u ostatku članka u nekoliko prethodno spomenutih varijacija. Naglašava se da je škola koju pohađa sin ugledna, što stvara dojam da hrvatska pjevačica Severina Vučković izaziva neugodne situacije i stvara napete odnose bez razloga. Familijarizacija kao diskurzivni mehanizam postala je uobičajena praksa navedenih medija budući da se koristi u svakom članku koji je dosad analiziran. Također, zbog odabira riječi u naslovu uočena je rodna stereotipizacija te se Severinu indirektno prikazuje kao ženu koja ne može savladati svoje emocije.

Severina je kriva za vrijeđanje socijalne radnice u Zagrebu (28. ožujka)

Ponovno se pjevačicu oslovljava titulom i imenom, što je česta praksa u navedenim medijima. Navode se isti podaci kao i u prethodna dva članka.

Severina: 'Apsolutno nisam kriva. Suda se ne bojim, kao Rade Končar, pucajte u prsa!' (7. studenoga)

Odabrane fotografije povezane su sa suđenjem koje je prethodno opisano, a pjevačicu se oslovljava imenom i prezimenom, imenom i titulom, a ostale aktere imenom i prezimenom te titulama čime je vidljivo korištenje diskurzivnog alata familijarizacije. Razlika članka na 24sata.hr u odnosu na Index.hr i Večernji.hr je što je autor naveo kojih su marki odjevni predmeti koje je pjevačica odjenula na ročište te je to konkretan primjer rodne stereotipizacije jer se dosad niti jednom nije navelo kako se odijevao Milan Popović.

7.5 Komunikacija Severine Vučković

26. ožujka 2014. godine

Pjevačica nije objavila ništa vezano uz navedeni događaj na svojim društvenim mrežama, ali je na svim portalima navedeno da je njezina tadašnja odvjetnica otkrila da će se žaliti na jednu točku presude.

24. veljače 2018. godine

Severina se o presudi oglasila putem svog menadžera Tomice Petrovića koji je naveo da je sutkinja, koja je zadužena za slučaj, već dva puta u prethodnim sudskim ročištima donosila odluke koje idu u prilog Milana Popovića te da su odluke oba puta srušene na drugom stupnju.

„Donesena je prvostupanjska presuda koja nije pravomoćna. Donijela ju je sutkinja Nikić koja je već dva puta sudila prema zahtjevima Popovića, a na štetu djeteta i oba puta su joj presude srušene na drugom stupnju pa me time uopće nije iznenadila njena današnja presuda. Poznato

je da je njena kolegica u drugom sporu, prije mjesec dana donijela presudu u kojoj je odbila Popovićev zahtjev da dijete živi sedam dana s njim i sedam dana sa Severinom, uz obrazloženje da za tako nešto ne postoje zakonske osnove. Dakle, nakon mjesec dana na istom sudu sutkinja donosi potpuno suprotnu presudu. Severina nije zadovoljna ovom odlukom, jer smatra da nije dobra za dijete i na nju će se žaliti.“

Njezinog bivšeg partnera oslovljava se prezimenom te time Severina Vučković i njezin tim pokazuju profesionalnost prilikom komunikacije s medijima i javnosti. Također, naglašava se da odluka sutkinje, po njihovom mišljenju, šteti djetetu. Pjevačica nije bila zadovoljna odlukom te se odlučila žaliti. Prilikom analize uočeno je korištenje diskurzivnog mehanizma emocionalizacije zbog naglašavanja da odluka „šteti djetetu“ te se tako pridobiva naklonost javnosti.

28. studenoga 2019. godine

Tri su načina komunikacije korištena u ovom slučaju. Prvi dio komunikacije prema medijima i javnosti bio je putem odvjetnika Severine Vučković, što je uobičajeno prilikom parničnih postupaka za koji postoji veliki interes javnosti. Drugi način komunikacije bio je Severinin prema medijima, točnije jednom online hrvatskom portalu. Ona je za Jutarnji.hr izjavila da ne zna što bi rekla na odluku te da navedeni ishod nije očekivala. Dodatno je autor originalnog članka napisao da se pjevačica prilikom davanja izjave „gušila u suzama“. Treći način komunikacije bio je Severinin prema javnosti i sinu. Ona je na svom Instagram i Facebook profilu podijelila istu objavu, koju je s Instagram računa obrisala, dok je objava na Facebook profilu još uvijek dostupna. Objavila je tri fotografije – jednu sa sinom unatoč sudskoj zabrani o objavljivanju maloljetnog sina na društvenim mrežama te crtež koji joj je Aleksandar Popović posvetio na kojemu piše da je pjevačica „najbolja mama na cijelom svijetu“.

„Znaš sine, to su samo neki papiri koje je netko ispisao i postoje neka slova koja je netko natipkao u riječi, koja ne vrijede za nas dvoje. Oduzeli su nas jedno od drugog fizički, ali to je sve što su mogli. Nakon 7 i pol godina sada su mi dali da te viđam 88 sati mjesečno. Hej, pa to je ipak 88 sati. Mogli su i manje, sve su mogli i sve su napravili da nas povrijede. Ali, znaš što sve mi možemo, ti i ja s 88 sati? Možemo čuda. Dali su mi da dvaput mjesečno mogu prespavati s tobom i uspavati te.... Hej, koliko se mi možemo ispričati za te dvije večeri, oni ne mogu ni zamisliti. Sve druge večeri mama će te zamišljati. Jer ti se pretvaraš u svaku moju misao i svaka moja misao se pretvara u tebe.

Mogu mi te neki strani ljudi zabraniti, ali mi ne mogu zabraniti da te volim, da mislim na tebe svaku sekundu. Ovo je, sine, samo ružan san i mama obećava da ćemo se brzo probuditi.

Opet ćemo se mi uspavljivat svaku večer, a o tome će odlučiti “gospodin vrijeme”. Dotad, mama je uvijek uz tebe i ovo će brzo proći, sine.

Oprosti što ti nisam stigla ni objasniti što se jučer dogodilo, imali smo puno važnijih stvari... Gledali smo “Toy story 4”, pa smo pekli palačinke, pa smo se igrali zoološkog... Nije bilo vremena za tugu, ni za objašnjenje... Morala sam te odvesti... Išli smo s osmijehom.

Te čudne riječi koje postoje samo na papiru, ali ne i u stvarnosti, napisala je jedna teta koja ne zna tko smo mi i koja se igra s nama... Teta je na višem nivou igrice. Uvela je nova pravila u igricu zvanu “hrvatsko pravosuđe”.

Mi samo nismo ovo ni slutili, nismo znali pravila. To su njena pravila, njihova, ne naša.

Samo ti meni budi dobro i sve će biti dobro. Mama je dobro, Robyne moj, tvoj Batman te čeka.

I Oprosti im sine, jer stvarno ne znaju što čine....“

Sutkinju koja je donijela odluku nazvala je tetom čime je umanjila njezinu vrijednost unatoč funkciji koju obnaša te osobe koje su sudjelovale u donošenju odluke nazvala je stranim ljudima te time upotrijebila diskurzivni mehanizam familijarizacije. Emocionalizacija i empatizacija postignute su zbog izbora riječi i fotografija objave na društvenim mrežama.

30. kolovoza 2021. godine

Severina Vučković o odluci podjele zajedničkog skrbništva prvo se oglasila neformalno na koncertu, gdje je zapravo i otkrila novost. „Ne mogu vam reći o čemu se radi, ali vratilo se dite doma. Vi prvi znate, nije još ni objavljeno. Hvala na podršci svima. Pjevamo s veseljem“, rekla je Severina publici. Osim neformalnog načina komunikacije, o odluci se oglasio i tadašnji odvjetnik pjevačice

„Županijski sud u Splitu odlučio je vratiti dijete Severini. Odluka je da će imati zajedničko skrbništvo nad djetetom, odnosno da će dijete pola vremena provoditi s majkom, a pola s ocem. Vidjet ćemo hoće li se roditelji uspjeti dogovoriti ili će sud precizirati detalje. Ali naknadno ćemo se boriti da Severina dobije puno skrbništvo nad djetetom. Čim je odluka da roditelji jednako vrijeme provode s djetetom, smatra se da je dijete vraćeno majci. Mislimo da smo sada dobili ono što je bilo moguće i to je jako dobra vijest.“

Stav odvjetnika istovjetan je sa stavom Severine Vučković, pa tako i izbor riječi poput „bitka“, „vratiti dijete“, „boriti“ impliciraju na povezivanje parničnog postupka s ratom i negativnim kontekstom. O čemu će više biti riječi u raspravi istraživačkog rada.

Treći način komunikacije bio je onaj u kojem je Severina dala izjavu za medije portalu Večernji.hr. „Proteklih 20 mjeseci koliko me ukinuta presuda razdvajala od mog djeteta ne može se ničim nadoknaditi i zato ne mogu biti zadovoljna. Zadovoljna sam jer je ta presuda ukinuta, a neizmerno sam sretna jer će moje dijete pola vremena provoditi s mamom i spavati u svom domu u odnosu na dvije noći mjesečno kako je bilo proteklih bolno predugih 20 mjeseci.“ Severina Vučković je izborom riječi dala naslutiti koliko su posljednje gotovo dvije godine bile teško razdoblje za nju.

Korišteni su mehanizmi familijarizacije (oslovljavanje Milana Popovića titulom oca), empatizacije (publika je prva saznala informaciju i Severina je time pokazala da ne treba sve informacije njena publika saznati isključivo od medija) te emocionalizacije (razdvajanje od djeteta, vratilo se dijete kući).

5. listopada 2021. godine

Severina je dala izjavu za portal Index.hr, a istu su prenijeli i ostali hrvatski mediji. Ono što se naglašava i u naslovu članka na portalu Večernji.hr je njezina izjava da je reagira „kao mama, a ne kao dama“ što upućuje na činjenicu da je pjevačica bila svjesna napisanih riječi u tom trenutku. Severina je istaknula da ravnateljica radi u korist oca djeteta, Milana Popovića te na taj način utječe na odluke u parničnom postupku.

Da, reagirala sam kao mama, a ne kao dama. Da, kontaktirala sam Ljiljanu Klinger u trenutku kada sam saznala kako ona godinama, kao ravnateljica škole, šalje dopise Centru za socijalnu skrb doslovno izmišljajući stvari o meni, a onda je to nastavila raditi prema Županijskom sudu u Splitu, koji je odlučivao o skrbništvu nad mojim djetetom. Bila sam u potpunom šoku. Ne boji se ona mene, boji se ona posljedica svojih postupaka. Nismo moje dijete i ja jedine žrtve njezinih postupanja, kao ni korupcije u cijelom lancu institucija u Zagrebu.“

Severina Vučković navela je da su ona i sin Aleksandar Popović žrtve, a svojom pomalo dramatičnom, histeričnom i kaotičnom izjavom te prijetećim porukama nesvjesno je sebe prikazala „ludom ženom“, što je jedan od diskurzivnih mehanizama rodne stereotipizacije. Također, diskurzivni mehanizam emocionalizacije je postignut opisom da je reagirala kao majka.

28. ožujka 2023. godine

Nekoliko je načina komunikacije u vezi navedenog slučaja potvrđivanja optužnice protiv pjevačice Severine Vučković. Prvi je komunikacija njezinog tima za odnose s javnošću s medijima. Oni su opravdavali pjevačicu iako je proglašena krivom te su naveli da je Severina protestirala, a ne vrijeđala.

„Severina nije vrijeđala, nego je protestirala zbog nezakonitog postupanja Centra i najavila da će ih prijaviti i javno obznaniti njihovo nezakonito postupanje. Severina će se svakako žaliti na ovu odluku. Riječ je o socijalnoj radnici iz područnog ureda Centra za socijalnu skrb kojem je upravni nadzor utvrdio niz pogrešaka u postupanju zbog čega je i promijenjen te danas drugi centar vodi predmet.“

Drugi način komunikacije s medijima bio je putem odvjetnika, no on je bio kratak i profesionalan te nije htio ništa otkrivati dok ne bude u potpunosti siguran o čemu je točno riječ.

„Nismo još dobili otporak presude, ne znamo kako je odluka obrazložena, no sasvim sigurno ćemo se žaliti.“

Nisu uočeni traženi diskurzivni mehanizmi.

7. studenoga 2023. godine

Dva su načina komunikacije pjevačice Severine Vučković u navedenom primjeru. Prvi način komunikacije jest izjava za medije, a drugi je objava statusa na društvenim mrežama. Severina je dala izjavu za online portal 24sata.hr gdje je navela da se ne smatra krivom za optužbe koje joj se nameću. „Jednostavno su mi dirali u dite. Ne znam što biste vi napravili da ste na mom mjestu. Ovo je situacija gdje umjesto da vas država štiti, i da vam štiti dijete, oni su protiv mene podigli optužnici za djelo nametljivog ponašanja.“ Na videozapisu koji je priložen u članku vidi se da pjevačica povremeno čita s papira, ali je nepoznato je li joj govor napisao tim odnosa s javnošću, ali prema izrazima čini se da to nije slučaj jer bi tada komunikacija bila profesionalnija.

Drugi primjer komunikacije je prethodno spomenuta objava na društvenim mrežama, što je Severina Vučković činila nekoliko puta, a to je vidljivo i u prethodnim analizama u ovom istraživačkom radu. Pri završetku opisa objave ostavila je i prijeteću poruku. „Nadam se da sam ovim svojim, kako oni to zovu, "nametljivim ponašanjem" postigla to da im više nikad ne padne na pamet da naude bilo kojoj majci ili bilo kojem djetetu. U protivnom, eto mene opet!“

U posljednjem primjeru uočeno je korištenje diskurzivnog mehanizma empatizacije indirektnim objašnjenjem da se svaka majka, pa i majka koja je javna osoba, bori za svoje dijete. Time je ispunjen i uvjet korištenja emocionalizacije. Korištena je i familijarizacija te umanjivanje vrijednosti sudskih službenika te je svojom porukom pri završetku objave sebe rodno stereotipizirala u okvir histerične i lude žene („u protivnom, eto mene opet“).

8. INTERPRETACIJA

Ovaj istraživački rad nastoji odgovoriti na prethodno postavljen, a istraživačka pitanja. Prvo pitanje odnosilo se na korištenje diskurzivnih mehanizama u odabranim člancima koji su detaljnije analizirani – koje su diskurzivne mehanizme mediji koristili. Fokus drugog istraživačkog pitanja odnosio se na način komunikacije hrvatske pjevačice Severine Vučković u slučaju parničnog postupka nad skrbništvom maloljetnog sina Aleksandra Popovića. Rezultati će pokazati zašto je njena komunikacija bila ili trebala biti drugačija upravo iz razloga jer je žena. Radi jednostavnije analize, za sve navedene godine objedinjeno će se interpretirati rezultati analize članaka. Zatim će se objedinjeno interpretirati cjelokupna komunikacija Severine Vučković, njezinog tima za odnose s javnošću i odvjetnika koji su je zastupali u parničnim postupcima.

Više je nego očito da su mediji, to jest autori članaka pjevačicu Severinu Vučković oslovljavali na nekoliko načina: imenom i prezimenom, imenom ili titulom. Familijarizacija više je nego očita i prevladava u većini tekstova te se Severini Vučković time oduzima autoritet i degradira se njezina važnost. Također, stvara se dodatan osjećaj polarizacije jer se navodi i nadimak pjevačice, dok se muškarcima ili drugim ženama u člancima daje prostor navođenjem titula te imena i prezimena. Time se osim degradacije smanjuje moć imenovanog aktera društva. Važno je i napomenuti da medijski članci, to jest naslovi medijskih članaka imaju ograničen broj znakova, ali uvijek postoje načini na koje se može ispravno izvijestiti i upoznati javnost o nekom događaju bez obzira na određena ograničenja sustava. Također, mediji su u nekoliko primjera koristili diskurzivni mehanizam rodne stereotipizacije putem izbora fotografija na kojima bi Severina bila namrgođena, dok bi otac djeteta bio nasmiješen. Nije izostala ni emocionalizacija kao alat kojim su se autori članaka koristili spominjući dijete i emotivno stanje pjevačice. Primjer je članak objavljen 29. studenoga 2019. godine gdje je tema bila oduzimanje ravnopravnog skrbništva Severini Vučković i preuzimanje potpunog skrbništva od strane oca djeteta, Milana Popovića – autor članka je naveo da je dijete prava žrtva pravne bitke te pokušao osvijestiti javnost, i one koji žale pjevačicu i/ili oca djeteta, da cijelu slučaj počinje podsjećati na igrokaz. Još jedan primjer očite rodne stereotipizacije, a njome se autor najočitije služio,

uočljiv je u primjeru gdje je Severina Vučković bila na sudskom ročištu te je autor naveo cijenu i modne marke odjeće u kojoj se pojavila ispred suda i u sudnici. Izbor riječi prilikom izvještavanja nerijetko je pokazao (ne)profesionalnost i nerazumijevanje tematike kojom se autor bavi prilikom kreiranja sadržaja.

Nakon nekoliko negativnijih primjera diskursnih mehanizama, portal Večernji.hr u članku u kojem se izvještava da je sud odlučio 2014. godine da Severini Vučković pripada skrbništvo, navodi primjer koji se može okarakterizirati kao privrženost određenom akteru. Naime, korišten je izraz da je sud „trebao odlučiti tko je bolji roditelj“. Među svim primjerima u kojima se žena degradira, ovaj primjer se može shvatiti kao svojevrsna pohvala i potpora hrvatskoj pjevačici od strane navedenog portala. Portal Večernji.hr je u istom mjesecu objavio članak pod nazivom *Milan Popović: Sin mi živi u Big Brotheru u kojem je glavni kreator i redatelj njegova majka*. Autor je tada indirektno prozvaao Severinu Vučković zbog izlaganja sina Aleksandra Popovića javnosti na društvenim mrežama. Novinar je naveo da se dječaka nije pitalo želi li da se njegove fotografije objavljuju na društvenim mrežama te implicirao na to da je Severina u tom dijelu podbacila kao majka, ponovno je degradirajući te je podlegla rodnoj stereotipizaciji. Primjer stereotipizacije žene samo zbog njezinog spola jasno je vidljiv u članku portala Večernji.hr koji je objavljen u studenome 2019. godine gdje autor naglašava da se Severina, nakon saznanja da je skrbništvo u potpunosti pripalo Milanu Popoviću, „gušila u suzama“. Također, za isti slučaj vezan je i članak na portalu 24sata.hr te autor koristi stereotipne izraze koji su, kao što je ranije u ovom radu objašnjeno, karakteristični za žene – „uplakana hodala po ulici“ te „na rubu suza“. Primjer „histerične žene“ kao alat prepoznavanja rodne stereotipizacije može se uočiti u članku na portalu Večernji.hr iz ožujka 2023. godine. Naime, autor članka navodi da Severina „nije birala riječi“ kada se nedolično ponašala prema socijalnoj radnici zbog čega je na koncu i prijavljena.

Komunikacija Hrvatske pjevačice Severine Vučković bila je vrlo šarolika. U početku izjave su davali ljudi iz njezinog tima za odnose s javnošću i odvjetnici, a potom je bilo svega pomalo. Njezin odvjetnik te tim za odnose s javnošću u svim je primjerima bivšeg partnera, srpskog poduzetnika Milana Popovića oslovljavao imenom i prezimenom, kako to i doliči. S druge strane, Severina Vučković je na društvenim mrežama pisala svoje iskreno mišljenje bez uljepšavanja pa je naknadno čak i neke objave obrisala. Izborom riječi u objavama u pojedinim primjerima degradirala je službene dužnosnike, njihove funkcije i vrijednosti te se koristila familijarizacijom. Tako je, na primjer, sutkinju nazvala tetom, a osobe koje su sudjelovale u parničnom postupku – stranim ljudima. Demonstrativno je izražavala svoje osjećaje te koristila

empatizaciju kao oružje i time pridobivala naklonost javnosti koja je prati na društvenim mrežama i u medijima. Emocionalizaciju je koristila nekoliko puta, a najbolji primjer je objava fotografije djeteta te crteža koji je Aleksandar Popović nacrtao na kojem piše da je Severina Vučković najbolja majka na svijetu.

9. ZAKLJUČAK

Tema ovog rada bila je analiza članaka te otkrivanje ponašanja medija i aktera tijekom komuniciranja u kriznoj situaciji. Tema *Krizna komunikacija u rodnoj perspektivi: Slučaj hrvatske pjevačice Severine Vučković* pokazala se kao djelomično ogledalo društva u kojem živimo. Korištena je kvalitativna metoda kritičke analize diskursa na studiji slučaja koji je povezan sa sudskim postupkom o skrbništvu nad maloljetnim djetetom. Analiza je provedena na tri hrvatska online portala, a istraživanjem je bilo obuhvaćeno 25 članaka te objave Severine Vučković na društvenim mrežama ili u medijima koje su povezane sa slučajem.

Mediji su se zasigurno koristili raznim diskurzivnim mehanizmima rodne stereotipizacije prilikom izvještavanja o parničnom postupku nad skrbništvom maloljetnog sina hrvatske pjevačice Severine Vučković i srpskog poduzetnika Milana Popovića. Često je pjevačica degradirana i njena vrijednost i funkcija su umanjivane zato što je žena. S druge strane kada se u istim člancima pisalo o njezinom bivšem partneru, njegova titula se jasno navodila u većini slučajeva, kao i ime i prezime te se o njemu nije napisala direktno ili indirektno niti jedna loša riječ. Sličan primjer viđen je i u ranije spomenutom istraživanju kojeg su proveli Popović i Šipić (2013) gdje je uočeno da su političarke konstantno degradirane i rodno stereotipizirane. Hrvatski mediji nikada nisu bježali od svake prilike da članak dodatno tabloidiziraju i naprave ga „klikabilnijim“, a produkt toga je veća čitanost i opstanak na tržištu. S druge strane, pjevačica Severina Vučković trebala je više paziti na vlastitu komunikaciju s medijima i javnosti i ne predstavljati se toliko ranjivom. Komunikacija njezinog tima za odnose s javnošću i odvjetnika koji su je zastupali bila je na profesionalnoj razini. S druge strane, pjevačica nije birala oružja kojima će predstaviti određene situacije i nije se libila reći što misli. Postoji mogućnost da je takav način komunikacije i izlaganje javnosti stvaranje svojevrsnog kontraefekta i poticanje javnosti na negativnu atmosferu i mišljenje. Iz analize može se zaključiti da je rodna stereotipizacije sveprisutna u medijima te da autori članaka ne biraju sredstva prilikom izvještavanja. Položaj žena u medijima zasigurno nije kao što je bio prije 10 ili 20 godina, ali poražavajuće je da u 21. stoljeću još uvijek postoji tolika nepažnja prilikom kreiranja sadržaja. Svojevrсна krizna komunikacija Severine Vučković i dalje traje, no prema rezultatima analize većinu vremena bila je pod kontrolom stručnjaka. Severina je svoj imidž gradila godinama te

uz povremenu komunikaciju prema javnosti, koja nije kontrolirana od strane njezinog tima za odnose s javnošću, dosad nije naštetila samoj sebi. Ostaje otvoreno pitanje kako će se situacija razvijati u budućnosti, ali ako se uzme u obzir karijera koja traje više od 30 godina, Severina sigurno neće tako brzo napustiti estradnu scenu i uništiti karijeru i imidž koji je godinama naporno gradila. Ovo istraživanje predstavlja temelj i polazišnu točku za moguća buduća istraživanja ovakvoga tipa. To nije istraživanje koje će detaljno prikazati realnu fotografiju hrvatskog društva i kulture u kojoj živimo, ali zasigurno jednim dijelom oslikava atmosferu i nedostatke u raznim poljima zajednice. Preporuka za buduća istraživanja ovog ili sličnih slučajeva jest i dodatna analiza komentara ispod članaka i/ili objava jer ipak su čitatelji, pratitelji i općenito konzumenti realna fotografija društva u kojem živimo.

10. LITERATURA

- Avakumović, Julija, Avakumović, Jelena, Milinković, Miloš (2010) Komuniciranje u kriznim situacijama. Međunarodna naučna konferencija MENADŽMENT 2010. https://meste.org/konf/Arhiva/Man_2010/pdf/3_MenadzmentUKriznimSituacijama/AvakumovicAvakumovicMilinkovic.pdf (pristupljeno 23.12.2023.)
- Bernays, E. L. (2013) Public relations. University of Oklahoma Press.
- i mogućnosti. Zagreb: Centar za ženske studije. Dostupno na <http://zenstud.hr/wp-content/uploads/2016/11/Vodi%C4%8D-prema-politici-rodne-jednakosti.pdf>
- Car, Viktorija, Matović, Marijana, (2016) Manipulacija u medijskom diskursu: kritička analiza diskursa naslova najposjećenijih hrvatskih online medija o hrvatskoj predsjednici Kolindi Grabar-Kitarović. Zagreb: Zaklada Hanns Seidel; Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, str. 145-165
- Fairclough, N. (2003). Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research, London: Routledge
- Jurković, Z. (2012). 'Važnost komunikacije u funkcioniranju organizacije', Ekonomski vjesnik, XXV(2), str. 387-399. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/94882> (Datum pristupa: 15.07.2023.)
- Kašić, B., Marijan, J. i Pešut, J. (2005). Vodič prema politici rodne jednakosti: izazovi
- Kukić, Damir i Jurčić, Daniela (2013) Žene u medijima: podjela društvene (ne)moći. Kultura komuniciranja: Znanstveno stručni godišnjak (str. 60-76)
- Kunczik, Mihael i Zipfel, Astrid (2006) Uvod u znanost o medijima i komunikologiju. Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert
- Lubina, T., Brkić Klimpak, I. (2014.) Rodni stereotipi: Objektivizacija ženskog lika u medijima, Doktorska škola društveno-humanističkih znanosti Sveučilišta u Osijeku, Osijek.
- Matlin, M. W. (2008). The Psychology of Women. Belmont: Thomson Wadsworth
- Mihalinčić, M. (2018) Upravljanje krizama i komuniciranje. Velika Gorica. Veleučilište Velika Gorica.
- Milivojević S. (2004.) »Žene i mediji: strategije isključivanja«, Časopis za feminističku teoriju GENERO, posebno izdanje

Penezić, Zvezdan i Šunjić, Marijana (2013) Mediji, ženska rodna uloga i rodni stereotipi. Kultura komuniciranja: Znanstveno stručni godišnjak (str. 77-92)

Popović, Helena and Šipić, Josip (2013) Žene i izbori: između 'glasa' medija i 'glasa' političkih akterki. In: Širenje područja političkog: novi pogledi na političku participaciju žena. Centar za ženske studije, Zagreb

Robbins, P. S., Judge, A. T.: Organizacijsko ponašanje, 12. izdanje, Mate d.o.o., Zagreb, 2009.

Schiffrin, Deborah i dr. (2001) The Handbook of Discourse Analysis Oxford: Blackwell Publishers Ltd

Shannon, Claude; Weaver, Warren: The mathematical theory of communication. Urbana, Ill. 1949.

Šehanović, D. Strategije i tehnike celebrity odnosa s javnostima u ex jugoslovenskom kulturalnom prostoru. DHS. - 3 (2018), 2 (5); str. 415-434.
<http://www.dhs.ff.untz.ba/index.php/home/article/download/192/118>

Španjol Marković, M. (2008). Moć uvjeravanja. Zagreb: Profil.

Tomić, Z. (2008) Odnosi s javnošću: teorija i praksa. Zagreb; Sarajevo: Synopsis

Tomić, Z. i Jugo, D. (2021) Temelji međuljudske komunikacije. Mostar: Zagreb, Sveučilište u Mostaru; Synopsis; Veleučilište Edward Bernays.

Uvod u publicističku znanost i komunikologiju / Michael Kunczik, Astrid Zipfel ; <prevela Irena Martinović>. - Zagreb : Zaklada Friedrich Ebert, 1998. - 249 str. : graf. prikazi ; 21 cm

Vajagić, Nataša (2023) Priručnik za sprječavanje i suzbijanje seksizma u medijima i oglašivačkoj industriji, Poreč: Centar za građanske inicijative Poreč

Van Dijk, T. (2001). „Critical Discourse Analysis“. U: Schiffrin, D., Tannen, D., Hamilton, H. E. (ur.) (2001). The Handbook of Discourse Analysis. Oxford: Blackwell, str. 352-371

Vuković, Milica (2014) Krićka analiza diskursa. U: Perović, Slavica (ur) Analiza diskursa teorije i metode. (str. 97-114)

Mrežne stranice:

PR365 < <https://pr365.hr/> > Pristupljeno 23. prosinca 2023.

Reutersinstitute.politics.ox.ac.uk (2023) Digital News Report 2023 <
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>> Pristupljeno 23. prosinca
2023.

Severina.com < <https://www.severina.com/>> Pristupljeno 23. prosinca 2023.

stereotip. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013
– 2024. Pristupljeno 23. prosinca 2023. <https://enciklopedija.hr/clanak/stereotip>

Izvori s portala:

Index.hr

„Popović tužio Severinu Milanoviću: Naš sin živi u reality showu“
<https://www.index.hr/magazin/clanak/Popovic-tuzio-Severinu-Milanovicu-Nas-sin-zivi-u-reality-showu/833396.aspx> Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

„Severina izgubila spor protiv Milana Popovića, Aleksandar će živjeti jednako kod oba
roditelja“ <https://www.index.hr/magazin/clanak/severina-izgubila-spor-protiv-milana-popovica-aleksandar-ce-zivjeti-jednako-kod-oba-roditelja/1027880.aspx> Pristupljeno: 3.
siječnja 2024. godine

„Severina nakon suđenja: Što biste vi na mom mjestu? Kao Rade Končar, pucajte u prsa“
[https://www.index.hr/magazin/clanak/severina-nakon-sudjenja-sto-biste-vi-na-mom-mjestu-
kao%C2%A0rade-koncar-pucajte-u-prsa/2510479.aspx](https://www.index.hr/magazin/clanak/severina-nakon-sudjenja-sto-biste-vi-na-mom-mjestu-kao%C2%A0rade-koncar-pucajte-u-prsa/2510479.aspx) Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

„Severina nepravomoćno osuđena za vrijeđanje socijalne radnice“
[https://www.index.hr/magazin/clanak/severina-nepravomocno-osudjena-za-vrijedjanje-
socijalne-radnice/2450242.aspx](https://www.index.hr/magazin/clanak/severina-nepravomocno-osudjena-za-vrijedjanje-socijalne-radnice/2450242.aspx) Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

„Severina o porukama koje je slala ravnateljici škole: Pokušava se prikazati kao žrtva“
[https://www.index.hr/vijesti/clanak/severina-o-porukama-koje-je-slala-ravnateljici-skole-
pokusava-se-prikazati-kao-zrtva/2308764.aspx](https://www.index.hr/vijesti/clanak/severina-o-porukama-koje-je-slala-ravnateljici-skole-pokusava-se-prikazati-kao-zrtva/2308764.aspx) Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

„Sud je donio odluku: Evo što stoji iza Severinine izjave da se Aleksandar vratio mami“
[https://www.index.hr/magazin/clanak/sud-donio-odluku-severinin-sin-ce-pola-vremena-biti-s-
njom-a-pola-s-milanom/2300595.aspx](https://www.index.hr/magazin/clanak/sud-donio-odluku-severinin-sin-ce-pola-vremena-biti-s-njom-a-pola-s-milanom/2300595.aspx) Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

„Sutkinja odlučila da Severinin sin treba živjeti s Popovićem“
<https://www.index.hr/magazin/clanak/sutkinja-odlucila-da-severinin-sin-treba-zivjeti-s-popovicem/2136034.aspx> Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

Večernji.hr

„Sutkinja donijela odluku o skrbništvu nad malim Aleksandrom“
<https://www.vecernji.hr/showbiz/sutkinja-odlucila-kome-je-pripao-mali-aleksandar-929178>
Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

„Milan Popović: Sin mi živi u Big Brotheru u kojem je glavni kreator i redatelj njegova majka“
<https://www.vecernji.hr/showbiz/milan-popovic-sin-mi-zivi-u-big-brotheru-u-kojem-je-glavni-kreator-i-redatelj-njegova-majka-1017000> Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

„Severina nije zadovoljna presudom jer smatra da nije dobra za dijete, žalit će se“
<https://www.vecernji.hr/showbiz/severina-milan-popovic-tomislav-petrovic-presuda-1228541>
Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

„Severina u suzama nakon presude: 'Nisam ovo očekivala“
<https://www.vecernji.hr/showbiz/severina-u-suzama-nakon-presude-nisam-ovo-ocekivala-1362579> Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

„EKSKLUZIVNO Severina nam je potvrdila nagađanja: 'Moje dijete će spavati u svom domu“
<https://www.vecernji.hr/showbiz/ekskluzivno-severina-nam-je-potvrdila-nagadanja-moje-dijete-ce-spavati-u-svom-domu-1519309> Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

„Severina o prijetećim SMS porukama ravnateljici: 'Reagirala sam kao mama, a ne kao dama“
<https://www.vecernji.hr/showbiz/severina-o-prijetecim-sms-porukama-ravnateljici-reagirala-sam-kao-mama-a-ne-kao-dama-1528689> Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

„Nakon što je Severina proglašena krivom, oglasio se njezin tim: 'Nije vrijeđala, nego protestirala“
<https://www.vecernji.hr/showbiz/severina-ce-se-zaliti-nakon-sto-je-kaznjena-zbog-vrijedanja-nije-vrijedala-nego-protestirala-zbog-nezakonitosti-1667858> Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

„Kronologija odnosa: Od romantičnih putovanja do podmetanja i bitke za skrbništvo“
<https://www.vecernji.hr/showbiz/kronologija-odnosa-od-romanticnih-putovanja-do-podmetanja-i-bitke-za-skrbnistvo-1362613> Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

24sata.hr

„Milan Popović: Severina mi još ne da sina i krši dječja prava“
<https://www.24sata.hr/show/milan-popovic-severina-mi-jos-ne-da-sina-i-krsi-djecja-prava-359633> Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

„Milan piše Milanoviću: Seve od našeg sina radi reality zvijezdu“
<https://www.24sata.hr/show/milan-pise-milanovicu-seve-od-naseg-sina-radi-reality-zvijezdu-430529> Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

„Milan na sudu izborio pobjedu za ravnopravno roditeljstvo“
<https://www.24sata.hr/show/nova-presuda-aco-tjedan-kod-milana-tjedan-kod-severine-561929> Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

„Severina više neće živjeti sa sinom: Skrbništvo dobio Milan“
<https://www.24sata.hr/show/severina-vise-nece-zivjeti-sa-sinom-skrbnistvo-dobio-milan-662023> Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

„Zbog šokantne presude Seve je na rubu suza: 'Svi su mi krivi““
<https://www.24sata.hr/show/zbog-sokantne-presude-seve-je-na-rubu-suza-svi-su-mi-krivi-662377> Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

„Odluku suda ne priznajem, ali ću je poštovati zbog djeteta...“
<https://www.24sata.hr/show/odluku-suda-ne-priznajem-ali-cu-je-postovati-zbog-djeteta-662549> Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

„Severina će imati zajedničko skrbništvo s Milanom, mi s smo time stvarno jako zadovoljni“
<https://www.24sata.hr/show/severina-ce-imati-zajednicko-skrbnistvo-s-milanom-dobili-smo-ono-sto-je-bilo-moguce-781439> Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

„USKOK istražuje Severinu zbog poruka vještaku? Pjevačica je objavila poruke pa ih obrisala“
<https://www.24sata.hr/news/uskok-istrazuje-severinu-zbog-poruka-vjestaku-ona-je-objavila-poruke-pa-ih-obrisala-789606> Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

„Severina je kriva za vrijeđanje socijalne radnice u Zagrebu“
<https://www.24sata.hr/show/severina-je-kriva-za-vrijedanje-socijalne-radnice-u-zagrebu-900341> Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

„Odvjetnik Čedo Prodanović o presudi Severini za vrijeđanje: 'Naravno da ćemo se žaliti““
<https://www.24sata.hr/show/odvjetnik-cedo-prodanovic-o-presudi-severini-za-vrijedanje-naravno-da-cemo-se-zaliti-900414> Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

„Seve izvrijedala ravnateljicu škole, pa naljutila i roditelje“ <https://www.24sata.hr/show/seve-izvrijedala-ravnateljicu-skole-pa-naljutila-i-roditelje-788537> Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

„Severina: 'Apsolutno nisam kriva. Suda se ne bojim, kao Rade Končar, pucajte u prsa!'“
<https://www.24sata.hr/show/apsolutno-nisam-kriva-dirali-su-mi-obitelj-i-evo-mene-tu-na-sudu-umjesto-onih-gospoda-944937> Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

Društvene mreže:

Facebook Severina
<https://www.facebook.com/severina/posts/pfbid029Nj1cGqsw1fLuUtqusNm3gxo6N7exrJUz57csHMSN6x69DQKdZ1N3EUW1qxTkJghl> Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

Facebook Severina
https://www.facebook.com/severina/posts/904745817690176?ref=embed_post Pristupljeno: 3. siječnja 2024. godine

SAŽETAK

Ovaj rad se bavi kritičkom analizom diskursa na primjeru sudskog postupka nad skrbništvom maloljetnog sina hrvatske pjevačice Severine Vučković i srpskog poduzetnika Milana Popovića. Nastoji se otkriti koriste li tri odabrana hrvatska online portala diskursnim mehanizmima i ako da, kojim. Također se otkriva na koji način je Severina Vučković vodila komunikaciju s medijima i javnosti u vezi navedenog slučaja. Istraživanje je utvrdilo da se portali Indeks.hr, Večernji.hr i 24sata.hr koriste diskurzivnim mehanizmima i to najčešće rodnom stereotipizacijom u kojoj se degradira žena. Također, analizom je utvrđeno da je hrvatska pjevačica bila previše opuštena prilikom komunikacije i nije birala riječi te je zbog toga bila izložena javnosti koja je događaje mogla percipirati u vrlo negativnom kontekstu.

Ključne riječi: rodna ravnopravnost, stereotipizacija, odnosi s javnošću, krizna komunikacija, Severina Vučković, kritička analiza diskursa

SUMMARY

This paper deals with a critical analysis of the discourse on the example of the court proceedings over the custody of the minor son of Croatian singer Severina Vučković and Serbian entrepreneur Milan Popović. The aim is to find out whether three selected Croatian online portals use discourse mechanisms and, if so, which ones. It is also revealed how Severina Vučković communicated with the media and the public regarding the case mentioned before. The research established that the portals Index.hr, Večernji.hr and 24sata.hr use discursive mechanisms, most often stereotyped in which women are degraded. Also, the analysis established that the Croatian singer was informal when communicating and did not choose her words, and because of that she was exposed to the public, who could perceive the events in a very negative context.

Key words: gender equality, stereotype, public relations, crisis communication. Severina Vuckovic, critical discourse analysis