

# Stereotipi u medijskom portretiranju političarki na hrvatskim news portalima

---

Šimunović, Petra

Master's thesis / Diplomski rad

2019

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:114:773247>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-11**



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

Petra Šimunović

**STEREOTIPI U MEDIJSKOM PORTRETIRANJU  
POLITIČARKI NA HRVATSKIM NEWS PORTALIMA**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2019.

Sveučilište u Zagrebu  
Fakultet političkih znanosti  
Diplomski studij novinarstva

**STEREOTIPI U MEDIJSKOM PORTRETIRANJU POLITIČARKI NA  
HRVATSKIM NEWS PORTALIMA**

DIPLOMSKI RAD

Mentorica: izv. prof. dr. sc. Viktorija Car

Studentica: Petra Šimunović

Zagreb  
rujan 2019.

Izjavljujem da sam diplomski rad “Stereotipi u medijskom portretiranju političarki na hrvatskim news portalima”, koji sam predala na ocjenu mentorici izv. prof. dr. sc. Viktoriji Car, napisala samostalno i da je u potpunosti riječ o mojem autorskom radu. Također izjavljujem da ovaj rad nije objavljen ni korišten u svrhe ispunjenja nastavnih obveza na ovom ili nekom drugom učilištu te da na temelju njega nisam stekla ECTS-bodove.

Nadalje, izjavljujem da sam u radu poštivala etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16 - 19 Etičkog kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

---

Petra Šimunović

## Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Teorijski okvir.....	3
2.1. Uloga roda u percepciji moći.....	3
2.2. Ženska politička moć - situacija u Hrvatskoj.....	4
2.3. Vidljivost žena u medijima.....	4
2.3.1. Političarka kao majka.....	6
2.3.2. Političarka kao seksualni objekt.....	8
2.3.2.1. Pornifikacija.....	9
2.3.3. Političarka kao ljubimica.....	11
2.3.4. Političarka kao “željezna dama”.....	11
2.3.5. Imenovanje.....	14
3. Metoda istraživanja i istraživački nacrt.....	13
4. Različite političarke, različiti stereotipi.....	16
4.1. Kolinda Grabar-Kitarović.....	18
4.1.1. Romanse i modni izričaj hrvatske predsjednice.....	21
4.1.2. „Vragolasta“ i „histerična“ Kolinda Grabar-Kitarović.....	27
4.1.3. Brižna majka nacije.....	23
4.1.4. Samo Kolinda, bez prezimena i titule.....	32
4.2. Angela Merkel.....	34
4.2.1. Neemotivna i distancirana „željezna Angela“.....	35
4.2.2. „Mutti Europa“.....	36
4.3. Dalija Orešković.....	37
4.4. Bruna Esih.....	39
4.5. Blaženka Divjak.....	40
5. Zaključak.....	41
6. Literatura.....	44
7. Sažetak i ključne riječi.....	48

## 1. Uvod

Ženska borba za političku moć uvijek je bila zahtjevna i seže daleko u povijest. Kamen temeljac te borbe čini pravo glasa, koje kroz povijest ljudskog društva ženama često nije bilo dostupno. Sufražistički pokreti diljem svijeta izborili su se za osnovno pravo žena bez kojeg demokratsko društvo nije moguće. Prva moderna država koja je ženama omogućila pravo glasa bio je Novi Zeland, gdje žene dobivaju pravo glasa 1893. godine. Nastavlja Finska s pravom glasa uvedenim 1906. godine, a žene su to pravo mogle ostvariti na izborima godinu dana kasnije (Miller, 2019). Ujedinjeno Kraljevstvo pravo glasa uvodi 1918. godine, iako je omogućeno tek ograničenom broju žena, a potpuno pravo glasa ostvaruju deset godina kasnije (Miller, 2019). Američke žene pravo glasa dobivaju 19. amandmanom Ustava, koji je stupio na snagu 18. kolovoza 1920. godine (History.com,2010). Žene u Hrvatskoj su to pravo ostvarile 11. kolovoza 1945., koja je tada bila u sklopu Jugoslavije (Tolić, 2016).

Izboreno pravo glasa za žene je značilo osnovni korak u postizanju političke moći. Međutim, politička moć ne svodi se samo na biranja, već i na pravo da budu izabrane u predstavnička tijela nacionalnih vlada. U Ujedinjenom Kraljevstvu to se prvi put dogodilo 1918. godine, kada je prvi put bilo moguće glasati za jednu od četiri laburističke kandidatkinje na općim izborima, ili za jednu predstavnicu konzervativaca (Trueman, 2019.) Prva žena u britanskom parlamentu bila je Nancy Astor, izabrana na tu poziciju 1919. godine (Yee i Crockett, 2018)). Prvom političarkom u Hrvatskoj smatra se Mara Matočec, članica Hrvatske seljačke stranke koja se između dva svjetska rata nastojala izboriti za žensko pravo glasa (Kolar, 2007). Politička svijest o ženskoj participaciji u politici jača u vrijeme nakon Drugog svjetskog rata, kada se počinju isticati aktivnosti antifašističkih heroína poput Kate Pejanović (Kolar, 2007: 6). Međutim, jedino se Mara Matočec aktivno zalaže za uvođenje općeg prava glasa za žene, i to u vrijeme kada su se tek muškarci izborili za opće pravo glasa (Kolar, 2007: 6). Osim Mare Matočec, na hrvatsku politiku utjecaj vrši i Marija Radić-Dvoržak „koja je pisala o ženskom pitanju još 1904. godine“ (Kolar, 2007: 6).

Danas žene čine 24,3 % svih nacionalnih parlamenata u svijetu, a jedanaest žena na svijetu nalazi se na poziciji čelnice države (unwomen.org), što je i dalje znatno manje od udjela žena u ukupnom stanovništvu. Dvadeset i sedam država svijeta bilježe izuzetno nisku političku participaciju žena s manje od 10 % žena u parlamentu, a zabilježeni su i slučajevi Papue Nove Gvineje i Mikronezije, u kojima se u parlamentu ne nalazi niti jedna žena

(unwomen.org). Zemlja s najvećim brojem parlamentarki je Ruanda, gdje one drže 61,3 % mjesta u donjem domu parlamenta (unwomen.org). U devetom sazivu hrvatskog parlamenta 2016. godine za mjesto u saborskim klupama uspjelo se izboriti samo 29 žena, što čini tek 19 % žena od ukupnog broja zastupnika koji iznosi 151 član (Klarić, 2018). Riječ je o situaciji znatno nižoj od prosjeka Europske unije, koji iznosi 28 % (Bratonja Martinović, 2016). Kako bi se osigurala participacija žena u politici, uvedene su rodne kvote koje određuje Zakon o ravnopravnosti spolova:

„Prilikom utvrđivanja i predlaganja liste kandidata/kinja za izbor zastupnika u Hrvatski sabor, za izbor članova predstavničkih tijela jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave kao i za izbor članova u Europski parlament političke stranke i drugi ovlašteni predlagatelji dužni su poštivati načelo ravnopravnosti spolova i voditi računa o uravnoteženoj zastupljenosti žena i muškaraca na izbornim listama sukladno članku 12. ovoga Zakona“ (čl. 15. Zakon o ravnopravnosti spolova, pročišćeni tekst, Narodne novine, br. 82/08).

Razlozi za nisku participaciju žena u politici mogu se tražiti u raznim društvenim strukturama, a u fokusu ovog rada bit će kako mediji kao društvena struktura utječu na percepciju žena na političkoj sceni.

O važnosti medijske reprezentacije različitih društvenih skupina napisani su brojni radovi. Neosporno je da je medijska reprezentacija žena kao onih koje posjeduju političku moć izuzetno važna za demokratsko društvo. Međutim, osim samog izvještavanja o ženama u politici, važno je postaviti pitanje na koji način se o njima izvještava. Medijski prikazi političarki mogu utjecati na način na koji ih javnost percipira, umanjiti njihovu političku moć ili otežati osvajanje iste.

Upravo je način na koji mediji izvještavaju o političarkama u Hrvatskoj u fokusu ovog rada. Osobita pažnja posvećena je ponavljajućim stereotipima koji se koriste u izvještavanju, kao jednome od najčešćih načina na kojima se političarkama smanjuje politička moć i perpetuirati mit da ženama nije mjesto u politici. Rad započinje s razlaganjem koncepta moći i njezine uloge u percepciji istog, a nastavlja se s prikazivanjem općenite vidljivosti žena u medijima. Nakon toga slijedi prikaz stereotipa koji se pojavljuju prilikom medijskog portretiranja žena, zajedno s primjerima. Potom slijedi prikaz situacije na hrvatskim *news* portalima, odnosno analiza i interpretacija podataka, nakon koje slijedi zaključak o medijskom prikazivanju političarki u Hrvatskoj.

## 2. Teorijski okvir

### 2.1. Uloga roda u percepciji moći

Borba za mjesto na političkoj sceni zapravo označava borbu za moć. Političarke se zajedno sa svojim kolegama natječu za položaje u parlamentima, ministarstvima, strankama i drugim mjestima na kojima će raspolagati političkom moći. Ali moć u društvu nije podjednako raspoređena, niti je jednako dostupna svim društvenim skupinama. Unatoč dugotrajnoj borbi za ženska prava, politička moć i dalje ostaje relativno nedostupna ženama. Godine 1995. žene su činile svega 11% ukupnih zastupnika svih nacionalnih parlamenata na svjetskoj razini (unwomen.org). Iako se ta brojka do 2016. godine povećala na 23% i dalje je riječ o maloj broji s obzirom da žene čine otprilike polovicu stanovnika svake zemlje.

Razlozi za nisku prisutnost žena u politici mogu se povezati s time kako se u društvu percipira moć, pa samim time i politička moć. Moć je tradicionalno povezana s vođenjem i upravljanjem, a to su uloge koje su tradicionalno pripadale isključivo muškarcima (Campus, 2013: 10). Iako je moć sama po sebi neutralna, karakteristike koje se obično povezuju s moći, kao što su snaga i autoritet, tradicionalno su viđene s predznakom muškosti (Solheim, 2000, prema Campus, 2013:10).

Još jedna značajka koja je utjecala na stereotipno shvaćanje moći odnosi se na sferu u kojoj je svaki rod posjedovao moć. Moć koju posjeduju muškarci bila je javna (Campus, 2013: 10) što je očito u formalnom povijesnom kontekstu gdje su moć posjedovali službeno priznati i poznati kraljevi i vladari. S druge strane, ženska moć je bila „prikrivena i neformalna“ (Campus, 2013: 10-11).

Povijesna raspodjela moći utjecala je na današnju povezanost moći i roda, koja se održava uz pomoć ukorjenjenih stereotipa. Započeti se može od raširenih stereotipa koji različitim spolovima pripisuju različite osobine – „muškarci su ambiciozni, samouvjereni, dominantni i asertivni; žene su ljubazne, spremne pomoći, srdačne i nježne“ (Campus, 2013: 11). Vidljivo je kako su sve osobine koje se pripisuju muškarcima ujedno povezane s upravljanjem i moći općenito. Razvoj takvog načina razmišljanja dovodi do savršenog vođe, koji je utjelovljenje svih pozitivnih osobina povezanih s vodstvom, te je on (jer je neizbježno uvijek riječ o muškarcu) nepopravljivo muževan, heroj, individualac i normativan po orijentaciji i prirodi“



(Grint, 2010: 40, prema Campus, 2013: 12). S obzirom na navedeno, jasno je zašto je političarkama teško približiti se idealu moći, kojeg po prirodi ne utjelovljuju, a u tome ih dodatno sprječavaju stereotipi s kojima se moraju nositi prilikom borbe za vlast, a i u svakodnevnom životu.

## 2.2. Ženska politička moć - situacija u Hrvatskoj

Ovaj rad je nemoguće napisati ili odvojiti od društveno-političkog konteksta u Hrvatskoj u kojem on nastaje. U smislu povijesnog konteksta, moguće je razložiti situaciju na dvije faze: nacionalističku i integracionističku. „Nacionalistička je retradicionalizacija rodnih uloga za posljedicu, između ostalog, imala i smanjivanje političke moći žena, što se najbolje ogledavalo u niskim postocima saborskih zastupnica (Popović i Šipić, 2013: 197). U integracionističkoj fazi dolazi do promjena, osobito u smislu “povećanja političke participacije žena i njihova utjecaja u politici, institucionalnih i zakonskih promjena s ciljem postizanja rodne ravnopravnosti te uključivanja pitanja ženskih ljudskih prava u politički i medijski diskurs” (Popović i Šipić, 2013: 197).

Istraživanja pokazuju da su i sami građani u Republici Hrvatskoj nezadovoljni brojem žena koje sjedi u hrvatskom saboru (Šinko, 2013). Iako se situacija u Hrvatskoj, kao i u većini zemalja svijeta, znatno poboljšala po pitanju participacije žena u politici, to ne znači da domaći medijski obrasci ne podržavaju stereotipe kakvi su uočljivi i u drugim zemljama.

## 2.3. Vidljivost žena u medijima

Mediji igraju vrlo važnu ulogu u procesu oblikovanja političke moći. Mediji konstruiraju narative koji publikama pomažu u shvaćanju njihovog društvenog i političkog okruženja (McIntosh, 2013: 99). Važna je vidljivost žena u medijima, odnosno količina prostora kojeg dobivaju u svakodnevnom medijskom diskursu. Istraživanja pokazuju da se vidljivost žena u medijima postupno povećava, te je u nekim slučajevima gotovo potpuno izjednačena s vidljivošću muškaraca (Campus, 2013: 40). Istraživanje o izborima u Njemačkoj 2005. godine potvrdilo je da je Angela Merkel bila jednako vidljiva u medijima kao i njezin suparnik, Gerhard Schroder, a slično se ponovilo i na izborima 2009. godine (Zeh, 2010 prema Campus, 2013: 40). Istraživanja takvog tipa provedena su i na Novom Zelandu i u Kanadi te su pokazala slične rezultate (Trimble, Treiberg i Girard, 2007: 9 prema Campus, 2013: 40-41).

Međutim, iako je vidljivost žena u medijima prema nekim istraživanjima na zadovoljavajućoj razini, važno je ispitati o kakvom obliku vidljivosti je riječ. Mediji daju značajan doprinos viđenju moći kad su u pitanju političarke, često podržavajući stereotipe koji preferiraju „muškarce nad ženama kad su u pitanju pozicije moći” (McIntosh, 2013: 100). Istraživanja provedena u Kanadi pokazuju da se žene u medijima portretiraju znatno negativnije i agresivnije od svojih kolega (Semetko i Boomgaarden, 2007: 154). Mediji muškarce prikazuju kao stručnjake i profesionalce, dok prikazi žena „naglašavaju njihov manjak statusa” (Vega Montiel, 2015: 185). Također, medijsko izvještavanje o političarkama fokusira se na osobne karakteristike umjesto na političke programe, a u fokusu izvještavanja o osobnim karakteristikama nalazi se i njihova seksualnost (Ross i dr., 2013 prema Vega Montiel, 2015: 186).

Medijski podržani stereotipi utječu na percepciju političarki, osobito kad je u pitanju njihova kandidatura na izborima. Istraživanja pokazuju da birači različito percipiraju muške i ženske kandidate na izborima, pripisujući im različite osobine i političku orijentaciju (Koch, 1999, 2000 prema Bligh i dr., 2011:561). Političarke se obično percipiraju liberalnijima nego što zapravo jesu (Koch, 2000 prema Bligh i dr., 2011: 561). Takva se percepcija može povezati s vjerovanjem da postoje muška i ženska područja kompetentnosti. Političarke se smatra stručnjakinjama u područjima socijalne zaštite, obrazovanja i zdravstva, dok su muškarci oni kojima pripadaju sfere ekonomije, vojske i međunarodnih odnosa (Kittilson i Fridkin, 2008; Bystrom i dr., 2004: 179-181 prema Campus, 2013: 41).

S obzirom na navedene kategorije u koje se smješta ženska moć i kompetencija, Kanter (1977) identificira četiri stereotipa čija je uloga umanjene ženske političke moći:

1. majka
2. ljubimica
3. seksualni objekt
4. „željezna dama” (Kanter, 1977:233-236 prema Carlin i Winfrey, 2009: 327-328).

Stereotip majke javlja se u obliku definiranja ženskog identiteta kroz iskustvo braka i majčinstva (Campus, 2013: 94), naglašavanju uloge kućanice (Campus, 2013: 95), te dovođenjem u pitanje kompetencije žene koja se bavi politikom - jer se pretpostavlja da će joj

vrijeme posvećeno djeci oduzeti dragocjeno vrijeme za bavljenje politikom (Carlin i Winfrey, 2009: 333).

Stereotip ljubimice ili djeteta uključuje infantilizaciju i prikazivanje političarke kao maskote za određenog muškog političara, koji je iskusniji od nje i kojem ona duguje svoj položaj (Carlin i Winfrey, 2009: 336).

Stereotip političarke kao seksualnog objekta očituje se u senzacionalističkom, spektakularnom izvještavanju o izgledu i odjeći političarke, usporedivom s izvještavanjem o filmskim zvijezdama (McIntosh, 2013: 102). Osim izgleda, fokus može biti na „ženstvenom” ponašanju ili statusu žrtve seksualnog nasilja (Carlin i Winfrey, 2009: 328). Također, seksualna objektivizacija očituje se u pornifikaciji - seksualiziranju situacija i pojava koje nisu seksualne prirode (Vasby Anderson, 2011: 335).

Naposlijetku, stereotip „željezne dame” javlja se kod političarki koje se ne ponašaju i ne percipiraju u javnosti tipično ženstveno (Carlin i Winfrey, 2009: 337). Pojam „željezne dame”, izvorno nadimak za Margaret Thatcher, odnosi se na stereotip političarke koja se ponaša poput muškarca - ona se služi agresivnim, asertivnim stilom vođenja (Campus, 2013: 61) te postaje „počasni muškarac” (Everett, 1991: 127 prema Campus, 2013: 61).

Navedene stereotipe važno je identificirati zbog njihovog utjecaja na viđenje ženske političke moći. Korištenje seksističkih formulacija prilikom izvještavanja dovodi do dehumanizacije žena (Sutton, 1995 prema Carlin i Winfrey, 2009: 328).

### 2.3.1. Političarka kao majka

Jedan od četiri stereotipa koji se pojavljuje u medijima jest onaj u kojem se političarka prikazuje kao majka. Ideja žene kao one koja se brine za obitelj dok muškarac zarađuje sveprisutna je u medijima (Wood, 2009: 268) pa nije čudno što se pojavljuje i prilikom portretiranja političarki. Sarah Palin, majka petero djece, bila je često podvrgnuta ovom stereotipu. U medijima je redovito u većini članaka, između ostalih, za predsjedničku kandidaturu bitnijih informacija, bila navedena činjenica da je Palin majka. To je dovelo do

sumnje u njezinu kompetenciju i sposobnost da kvalitetno radi kao potpredsjednica Sjedinjenih Američkih Država, s obzirom da kod kuće ima petero djece, od kojih je najmlađe s Down sindromom. Najčešće postavljano pitanje bilo je kako će briga za dijete s posebnim potrebama utjecati na posao, s obzirom na zahtjevnost uloge potpredsjednice (Bozel, 2008 prema Carlin i Winfrey, 2009: 333). Komentari su se pojačali u intenzitetu nakon što je objavljeno da je Palinina tada sedamnaestogodišnja kći trudna, uz opaske da će sada biti potrebna i svojoj kćeri kada rodi, te da će imati još manje vremena za političku karijeru (Quinn, 2008 prema Carlin i Winfrey, 2009: 334). Također, neki su mediji optužili Palin da na račun trudne kćeri skuplja političke simpatije (O'Malley, 2008 prema Carlin i Winfrey, 2009: 334). Dakako, uloga Todda Palina, supruga Sarah Palin je u medijima bila u potpunosti zanemarena, što je još jedan aspekt stereotipa političarke kao majke – one su te koje preuzimaju potpunu brigu o djeci, što je nešto što se nikad ne pretpostavlja kod političara očeva.

U vrijeme kampanje Hillary Clinton nije imala maloljetne djece, ali stereotip majke primijenjen je i na nju. Osim što je poput Palin optužena da kćer koristi za samopromociju (Carlin i Winfrey, 2009: 334). CNN-ov politički komentator Jack Cafferty opisao je Clinton kao „majku koja grdi svoje dijete” (Cocco, 2008).

Na ovaj stereotip nisu imune ni europske političarke. Segolene Royal, bivša kandidatkinja za predsjednicu Francuske, samohrana je majka četvero djece koja je svoj status nastojala iskoristiti kao dokaz kompetencije u „ženskim“ pitanjima. Njezin politički program fokusirao se na pitanja obrazovanja i dugih socijalnih pitanja, što su područja koja se tradicionalno shvaćaju kao ona u kojima su žene stručnjaci (Campus, 2013: 65). Čak je i kampanja bila fokusirana na činjenicu da je riječ o majci četvero djece, koja će se „pobrinuti za Francusku na majčinski način“ (Campus, 2013: 66). To je dakako dovelo do kritika koje je uglavnom brinulo je li ona dovoljno sposobna i jaka za vođenje svjetske sile poput Francuske (Campus, 2013: 67). Jasno je da se stereotip žene kao majke može iskoristiti kao dvosjekli mač – s jedne strane, žene se proglašava sposobnima za brigu o ženskim područjima, ali istovremeno i nesposobnima za pravu brigu o državi. U stereotip majke može se svrstati i stereotip političarke kao braniteljice kršćanskih vrijednosti, s prisutnim pozivanjem na konzervativne kršćanske vrijednosti (Popović i Šipić, 2013: 223) te korištenjem pojmova i opisa koji svoje podrijetlo nalaze u kršćanskoj simbolici.

### 2.3.2. Političarka kao seksualni objekt

Političarke se u medijima prikazuju kao seksualni objekti na nekoliko različitih načina. Jedan od njih je fokus na njihov fizički izgled; bilo da je riječ o komentiranju njihove odjeće, težine, frizure, šminke ili količine bora. Seksualna objektifikacija se ne ograničava na izgled, već se proširuje na područja rodni uloga i seksualne orijentacije (Carlin i Winfrey, 2009: 327).

Prilikom predsjedničkih izbora u Sjedinjenim Američkim Državama 2008. godine bilo je moguće primijetiti koliko se mediji fokusiraju na fizički izgled kandidatkinja Hillary Clinton i Sarah Palin, iako su to činili na različite načine. Kod izvještavanja o Sarah Palin najčešće se spominjao njezin seksipil, a često je spominjana i njezina prošlost na natjecanjima ljepote (Carlin i Winfrey, 2009: 330). *Berkeley Daily Planet* objavio je članak u kojem se zaključuje da Sarah Palin, kao „neiskusna bivša kraljica ljepote“ (O'Malley, 2008, prema Carlin i Winfrey, 2009: 330) ne može nikako parirati znatno starijoj i politički iskusnijoj Hillary Clinton. Isti članak navodi: „Utrka za poziciju američkog predsjednika nije samo još jedno natjecanje ljepote“ (O'Malley, 2008, prema Carlin i Winfrey, 2009: 330). Iz navedenog vidljivo je da se osobna prošlost Sarah Palin, koju je i uz mnogo mašte teško dovesti u vezu s njezinom političkom karijerom, korištena kako bi se smanjila njezina vjerodostojnost i kako bi bila prikazana kao neozbiljna, manje vješta i manje kompetentna za predsjedničku utrku. *New York Times* objavio je nekoliko članaka u kojima je Sarah Palin nazvao „Barbie“ (Dowd, 2008 prema Carlin i Winfrey, 2009: 330). Dakako, izgled Sarah Palin poslužio je i za kritiku ne samo nje same, već i drugih žena – William Bennett, bivši tajnik obrazovanja Sjedinjenih Američkih Država je zaključio da „liberalne feministice“ ne vole Palin „jer je vrlo atraktivna“ (Bennett, 2008 prema Carlin i Winfrey, 2009: 331).

Dok su fizički izgled i natjecanja ljepote značili da je Sarah Palin česta meta seksualne objektifikacije, Hillary Clinton se kritiziralo zbog nedovoljne ženstvenosti, osobito zbog izbora odijela koje je sakrivalo njezine jake gležnjeve (Carlin i Winfrey, 2009: 330). Negativni komentari na račun tog modnog izbora stigli su od listova kao što su *The Oklahoman* i *The Washington Post*, koji je jednu priliku kada je Hillary Clinton obukla haljinu opisao „potresnom“ (Givhan, 2007 prema Carlin i Winfrey, 2009: 332). Komentari na fizički izgled Hillary Clinton javljali su se i ranije, za vrijeme njezine borbe za mjesto u Senatu. *Milwaukee Journal Sentinel* objavio je članak u kojem hvale njezino smanjivanje na veličinu 8 koje je postignuto time što Clinton „nije takla više od lista salate“ (Pozner, 2001

prema Bystrom, 2009: 242). Istraživanja pokazuju da se češće izvještava o odjeći i frizurama političarki, nego što se to radi kad su u pitanju njihovi kolege (Bystrom i dr., 2004: 179 prema Campus, 2013: 82).

Konzervativni politički komentator i radijski voditelj Rush Limbaugh je uspoređujući Palin i Clinton, naglasio da je Palinina prednost to što je „manje kreštava...ona nikoga neće podsjetiti na bivšu ženu, ona će podsjetiti muškarce da pomisle: „da je barem slobodna““(Limbaugh, 2008 prema Carlin i Winfrey, 2009: 338).

Hillary Clinton nije jedina političarka koja se našla na meti kritika zbog nedovoljne ženstvenosti. Guvernerka Michigana, Jennifer Granholm, kritizirana je zbog uočljivog madeža na licu, minimalne šminke i staromodne odjeće, unatoč konvencionalnoj ljepoti (Bystrom, 2009: 243). Neki od komentara bili su da je nemoguće ozbiljno shvatiti kandidaturu žene koja na licu nosi takav madež (Bystrom, 2009: 243).

Iz navedenog je vidljivo da je ženstvenost mač s dvije oštrice – može se iskoristiti protiv političarke bila ona ženstvena ili ne, a često se koristi i za usporedbu prednosti i mana u političkoj utrci, umjesto da to bude prepušteno njihovim političkim idejama i programima.

### 2.3.2.1. Pornifikacija

Pornifikacija u medijskom portretiranju političarki može se smatrati određenom podvrstom stereotipa žene kao seksualnog objekta. Pamela Paul definira pornifikaciju kao prisutnost i dominaciju pornografskog sadržaja, estetike i vrijednosti u popularnoj kulturi (Paul, 2005). U kontekstu političke reprezentacije, preciznije izbora u Sjedinjenim Američkim Državama, osim okvira utrke javlja se okvir romanse (Vasby Anderson, 2011:330). Unutar tog okvira moguće je političare i političarke prikazati kao borce za „naklonost i lojalnost biračkog tijela“ (Vasby Anderson, 2011: 330).

Stereotipi koji se pojavljuju u medijima, a čiji se sadržaj može povezati s pornografskim slikama i metaforama, eksplicitnijeg su sadržaja od klasičnih stereotipa u kojima se žena prikazuje kao seksualni objekt. Pornifikacija uključuje korištenje pornografskih slika, izraza i metafora i njihovo prenošenje u svakodnevni medijski sadržaj. Pornifikacija ne mora nužno biti eksplicitna poput same pornografije, već češće sadrži hiperseksualne konotacije. Također, pornifikacija podrazumijeva naglašavanje seksualnosti u situacijama u kojima ona inače ne bi bila naglašena (Vasby Anderson, 2011: 335).

Pornifikacija se u medijima koristi kao sredstvo discipliniranja političarki (Vasby Anderson, 2011: 333). Korištenjem eksplicitnih i ponižavajućih stereotipa političarke se kažnjava, podsjećajući ih da u borbi za vlast ne mogu pobjeći od mizoginije i patrijarhata. Shiling (2003) nalazi jasnu poveznicu između ženske borbe za političku i društvenu ravnopravnost i pojave načina koji održavaju njihovu podređenost i promatraju njihovu vrijednost isključivo kroz prizmu njihove seksualnosti (Goldfarb, 2015).

Nekoliko američkih političarki prošlo je kroz tretman pornifikacije, gdje su njihova tijela korištena u pornografskom kontekstu kako bi ih se kritiziralo i ismijalo. Jedna od žrtava takvog tretmana bila je Sarah Palin za vrijeme predsjedničkih izbora 2008. godine. Napravljena je lutka na napuhavanje u prepoznatljivom Palininom odijelu, uz koju su išle upute za upotrebu koje su obećavale da će lutka „zadovoljiti sve te neodlučne birače“ (Wheatley, 2008 prema Carlin i Winfrey, 2009: 330). U medijima se pojavila fotomontaža u kojoj je Palinina glava spojena s tijelom žene u bikiniju s uzorkom američke zastave, koja u rukama drži vatreno oružje. Fotografija je nastavila kružiti u medijima i nakon što je pokazalo da je riječ o fotomontaži. U nekoliko je navrata opisana kao „MILF“, što je skraćena od „Mom I'd Like To Fuck“ odnosno „Mama koju bi volio po\*\*\*ati“ (Vasby Anderson, 2011: 338). Reuters je autor fotografije Sarah Palin, snimljene s leđa, na kojoj se vide samo njezine noge u raskoraku i cipele s visokim potpeticama – između njezinih nogu, kao uokviren, stoji mladi birač (Sheppard, 2008 prema Carlin i Winfrey, 2009: 331).

Ni manje konvencionalno atraktivna Hillary Clinton nije ostala pošteđena od pornifikacije. U web trgovini *amazon.com* bilo je moguće kupiti drobilicu za orahe s likom Hillary Clinton, odjevenu u prepoznatljivo tamnoplavo odijelo. Lutka-drobilica imala je čelična bedra koja su se mogla raširiti, skupiti i drobiti orahe (Vasby Anderson, 2011: 344; Cocco, 2008).

Iz navedenog je jasno da se stereotipi političarke kao seksualnog objekta ponekad pojavljuju u grubljem, eksplicitnijem obliku koji porijeklo ima u pornografiji, a uloga mu je ograničiti žensku političku moć, prikazujući političarke isključivo kao komad mesa, objekt požude i ismijavanja. Pornifikacija se ne ograničava na odjeću ili fizički izgled žene, već evocira grublje stereotipe o ženskoj seksualnosti, pozivajući se na domenu pornografije.

### 2.3.3. Političarka kao ljubimica

Iako nešto rjeđi, u medijima se pojavljuju i stereotipi koji političarke prikazuju kao ljubimice, odnosno djecu (Carlin i Winfrey, 2009: 336). Stereotip se najčešće očituje u prikazivanju političarke kao „nasljednice“ nešto starijeg i iskusnijeg političara. One su najčešće iskorištene kao „navijačice“ za svoju stranku (Kanter, 1977: 235 prema Carlin i Winfrey, 2009: 336). Sarah Palin bila je podvrgnuta tom stereotipu kao privlačna maskota Republikanske stranke, koja služi samo kako bi privukla više birača u tabor Johna McCaina (Carlin i Winfrey, 2009: 336).

Navedenom stereotipu mogu biti podvrgnute i kćeri poznatih političara. Lisa Murkowski, kći bivšeg guvernera Franka Murkowskog i kandidatkinja države Aljaske za mjesto u Senatu, često je uspoređivana s moćnim muškarcima u svome okruženju - sa svojim ocem i tadašnjim senatorom Aljaske Tedom Stevensom. Često je u medijima prikazivana kao pasivna i ovisna o očevoj i Stevensovoj pomoći u kampanji (Fridkin i Kittilson, 2007 prema Bystrom, 2009: 243).

Stereotip političarke kao ljubimice jasno je vidljiv i u jeziku, gdje se za političarke koriste izrazi koji podsjećaju na djecu ili životinje (Carlin i Winfrey, 2009: 328). Segolene Royal su u francuskim medijima ponekad nazivali „gazelom“ (Campus, 2013: 66). U samoj srži ovog stereotipa je opisivanje žene kao manje zrele i manje sposobne od svojih kolega, a također se očituje u zaštitničkom stavu prema ženama (Wood, 2009: 234). U slučaju Hillary Clinton bilo je to očito u stalnom podsjećanju na njezinog supruga, bivšeg predsjednika Billa Clintona. On je u medijima povremeno opisivao kao „strateg iza kulise“ (Healy, 2007 prema Carlin i Winfrey, 2009: 336-337). Također, Hillaryno pokazivanje emocija u kampanji imalo je sasvim drugačije značenje nego kada bi isto napravili kandidati muškarci. Kada je za vrijeme debate pokazala bijes, kao što i inače rade muški kandidati, njezina je reakcija proglašena „ispadom“ (Watson, 2008, prema Carlin i Winfrey, 2009: 337).

### 2.3.4. Političarka kao „željezna dama”

Dok stereotipi političarke kao majke, ljubimice i seksualnog objekta mogu biti usmjereni pozitivno i negativno, stereotip političarke kao „željezne dame” javlja se gotovo isključivo u negativnom smislu (Carlin i Winfrey, 2009: 338). Političarka koju se predstavlja kao „željeznu damu” je hladna, ne pokazuje emocije te joj nedostaju obilježja ženstvenosti,



predstavljajući se na maskuliniji način. „Željezna dama” je političarka koja je ambiciozna, neovisna, snažna, spremna na izazove (Wood, 2009: 235). Najjednostavnije rečeno, „željezna dama” „dokazuje vlastitu sposobnost demonstrirajući muške osobine” (Carlin i Winfrey, 2009: 338). Taj stereotip može se javiti u slučaju izostanka prethodno navedena tri stereotipa (Wood, 2009: 235). Termin „željezna dama” originalno je nastao kao pogrđan nadimak za Margaret Thatcher, koja ga je prigrlila zajedno s agresivnim stilom vladanja (Campus, 2013: 61). Sam pojam „željezne dame” je kontradiktoran jer predstavlja inače krhku osobu kojoj je potrebna muška zaštita (Sykes, 1993: 226 prema Campus, 2013: 61-62) koja se pojavljuje u krutom i izdržljivom željeznom obliku.

Dok će tradicionalno ženstvenije političarke biti češće portretirane na način da ih se seksualno objektivizira, manje ženstvene ili starije političarke lakše dobivaju status „željezne dame”. Izuzetak od toga nije bila ni Hillary Clinton koju su, kako zaključuje Ashleigh Crowther, mediji opisivali kao „preambicioznu”, „kalkuliranu”, „hladnu” ili čak „zastrašujuću” (Crowther, 2007 prema Carlin i Winfrey, 2009: 337). Takvo medijsko portretiranje dovelo je do toga da je bilo kakvo pokazivanje emocija od strane Clinton bilo toliko neobično da je zaslužilo zasebne članke i senzacionalističke naslove. Jedan emocionalni trenutak u New Hampshireu 2008. godine kada su Hillary Clinton zasuzile oči na pitanje iz publike dovele su do naslova poput: „Clinton pokazuje emocije u posljednjem trenutku”, „Clinton održala govor suznih očiju” ili jednostavno „emotivna Clinton” (Garber, 2008).

Stereotip „željezne dame” može se na specifičan način povezati sa seksualnom objektivizacijom. Figura Clinton, odjevene u poznato tamnoplavo odijelo koja svojim bedrima drobi orahe (Cocco, 2008) je, osim s očitom pornogafskom konotacijom, moguće povezati sa stereotipom bešćutne „željezne dame” koja svojim atributima uništava muškost. Metaforično drobljenje muškosti preneseno je u medijsku realnost kada je konzervativni politički komentator Tucker Carlson izjavio: „Kada se ona pojavi na televiziji, ja nesvjesno prekržim noge” (Seelye i Bosman, 2008). Vidljivo je da političarka koju se percipira kao „željeznu damu” nije samo negativno portretirana u smislu vlastite političke osobe, već negativno utječe i na njezinu okolinu. Voditelj Chris Matthews nazvao je Hillaryne pristaše muškog spola „kastratima u zboru eunuha” (Fortini, 2008). Hillary kao „željezna dama” nije samo muškarcima uskraćivala muškost, već i život. Novinar Mike Barnicle opisao je Hillary kao „svačiju prvu ženu koja stoji ispred suda nakon ostavinske rasprave” (Cocco, 2008).

### 2.3.5. Imenovanje

Osim navedenih stereotipa, na medijsko portretiranje političarki utječe i diskurs korišten u medijskim tekstovima. Nije rijetkost da se političarke u medijskim tekstovima ne oslovljava imenom, prezimenom ili titulom, već i nadimkom ili pogrđnim nazivom.

„Akeri nekog događaja mogu se imenovati na različite načine, tako da se koriste različite antroponimijske kategorije (ime, prezime, ime i prezime, nadimak), zatim tako da se istakne funkcija osobe, njezin spol, spolna orijentacija, nacionalna pripadnost, pripadnost određenoj religijskoj grupi i sl. Međutim, te različite kategorije, iako sve mogu biti točne, nemaju isto značenje. Način na koji se netko imenuje može signalizirati kakav je odnos onoga koji imenuje (primjerice uredništva pojedinog online medija) prema onome koga se imenuje, odnosno može otkriti stav koji određeni medij zauzima prema određenoj osobi, ali i način na koji želi da publika tu osobu percipira” (Vrtič i Car, 2016: 152).

Društveno prihvaćeni signifikatori poštovanja i statusa, poput „gospodin”, „senator” ili „doktor” često izostaju prilikom izvještavanja o ženama, nazivajući ih samo njihovim prvim imenom (Cameron, 1992, prema Carlin i Winfrey, 2009: 328-329). (Iz navedenog je vidljivo je imenovanje još jedan od načina na koji je moguće umanjiti moć političarke prilikom medijskog portretiranja. Naposljetku, jezik služi „legitimiziranju veza moći” (Habermas, 1975: 259 prema Kukolić, 2017: 4).

## 3. Metoda istraživanja i istraživački nacrt

Cilj ovog rada je prikazati na koji način stereotipi prisutni prilikom medijskog izvještavanja o političarkama umanjuju njihovu moć. Uloga medija u konstruiranju društvenog i političkog okruženja je velika, a upravo oni često promiču narative u kojima favoriziraju muškarce na pozicijama moći (McIntosh, 2013: 99-100). Zadaća ovog rada jest utvrditi postojanje stereotipa u medijskom portretiranju političarki na hrvatskim *news* portalima. Osim prisutnosti stereotipa, nastoji se utvrditi učestalost svakog od četiri stereotipa (Kanter, 1977) koji se upotrebljavaju prilikom medijskog portretiranja političarki, a riječ je o stereotipu majke, ljubimice, seksualnog objekta i „željezne dame” (Kanter 1977, prema Carlin i Winfrey, 2009: 327-328).

Pretpostavka je da je najčešće korišten stereotip onaj o političarki kao seksualnom objektu, koja obuhvaća širok raspon kategorija, od seksualnosti političarke, izbora odjeće, fizičkog izgleda pa sve do grubljih stereotipa koji pripadaju domeni pornifikacije.

Druga pretpostavka je da se kao najrjeđi stereotip javlja onaj o političarki kao „željeznoj dami”. S obzirom da je riječ o vrlo specifičnom stereotipu koji se može primijeniti samo na određeni stil političke vladavine, prikladan je samo za vrlo malen broj političarki.

Treća pretpostavka je da se navedeni stereotipi najčešće javljaju prilikom izvještavanja o predsjednici Republike Hrvatske, Kolindi Grabar-Kitarović.

Naposlijetku, zadaća istraživanja nije samo utvrditi prisutnost i učestalost stereotipa, već i način na koji su stereotipi uklopljeni u medijske tekstove u kojima se pojavljuju. Za istraživanje o medijskom portretiranju važno je utvrditi na koji način diskurs oblikuje medijski tekst i učvršćuje ulogu korištenih stereotipa.

Istraživanje je obuhvatila razdoblje od jednog tromjesečja, odnosno od 1. rujna do 30. studenog 2018. godine. Jedinicu analize čini jedan novinarski članak u kojem se spominje političarka te je u njemu primijećeno korištenje stereotipa, a portali obuhvaćeni analizom su Index.hr, 24sata.hr te Jutarnji.hr. U analizu nisu uključene političarke koje se spominju u člancima, ukoliko prilikom izvještavanja nije primijećeno korištenje stereotipa. Navedeni portali izabrani su zbog svoje posjećenosti, jer su prema najnovijim podacima najčitaniji portali u Hrvatskoj u 2018. godini (Digitalnewsreport.org, 2019).

Prilikom istraživanja korištene su metode kvantitativne analize sadržaja te metoda analize diskursa. Berelson definira analizu sadržaja kao „znanstvenu metodu za objektivnu, sistematičnu i kvantitativnu deskripciju sadržaja komunikacije“ (Berelson, 1952: 55 prema Kassirjian, 1977: 8). Drugi istraživači naglašavaju važnost „objektivno definiranih kriterija“ (Fearing, 1954 prema Kassirjian, 1977:8). Objektivnost analize sadržaja podrazumijeva precizno definiranje kategorija analize kako bi repliciranje bilo moguće (Berelson, 1952 prema Kassirjian, 1977: 9). Sistematizacija podrazumijeva konzistentno pridržavanje pravila prilikom uključivanja različitih elemenata u analizu (Holsti, 1969 prema Kassirjian, 1977: 9). Naposljetku, kvantifikacija elemenata analize je nužna za analizu sadržaja. To podrazumijeva podvrgavanje prkupljenih podataka stastičkim zakonima koji pokazuju učestalost određene pojave (Kassirjian, 1977: 9-10).

Analiza sadržaja se može promatrati i kao više od istraživačke metode. Analiza sadržaja je metoda opažanja, koja omogućuje donošenje zaključaka neposrednim putem (Kaerlinger, 1964: 544 prema Kassirjian, 1977: 9). Navedeno pokazuje kako je analiza sadržaja korisna u

kombinaciji s analizom diskursa, jer te dvije metode mogu dati uvid u prirodu sadržaja koji se proučava.

Analiza sadržaja korisna je za ovo istraživanje zbog mogućnosti analize velikog broja tekstova (Grbeša i Tomičić, 2014: 27). Prednost analize sadržaja kao metode je u njezinoj sposobnosti generaliziranja i procesuiranja velikog broja jedinica, ali je i dalje osjetljiva na razlike unutar teksta (Grbeša i Tomičić, 2014: 27). Kvantitativna analiza sadržaja podrazumijeva postojanje hipoteze koja proizlazi iz teorije (Strijbos, 2012: 5). Analiza sadržaja može se definirati kao bilo koja tehnika koja “donosi zaključke na temelju objektivnog i sustavnog identificiranja određenih obilježja poruka” (Holsti, 1969: 14 prema Grbeša i Tomičić, 2014: 27).

Osim metode analize sadržaja, prilikom istraživanja korištena je metoda analize diskursa. Riječ je o metodi koja kritičku tradiciju društvene analize prenosi u područje lingvistike, fokusirajući se na međusobni odnos diskursa i drugih društvenih elemenata, kao što su odnosi moći i ideologije (Fairclough, 2012: 9). Pojam diskursa podrazumijeva „sve oblike razgovora i teksta, bilo da se radi o prirodnoj konverzaciji, materijalu iz novina ili pisanom tekstu bilo koje vrste“ (Halmi i dr., 2004: 37-38). Prilikom analize diskursa važno je uzeti u obzir svaki jezični izbor, jer su svaka riječ ili sintaktička konstrukcija izabrani s razlogom koji zrcali i oblikuje društveni svijet (Vrtič i Car, 2016: 146).

Za razumijevanje kritičke analize diskursa važno je razumjeti odnos između jezika, ideologije i moći. Ideologija je naturalizirana unutar diskursa te se čini prirodna, a ljudi nisu ni svjesni da postoji te da su podvrgnuti njenom djelovanju (Fairclough, 1995: 23).

Analiza diskursa nije jednoznačan pojam, jer je analizi diskursa moguće pristupiti na najmanje 57 različitih načina (Halmi i dr., 2004: 36). Prilikom analize diskursa važno je uzeti u obzir i osobu analitičara koji diskursu pristupa u skladu s vlastitim iskustvima, obrazovanjem i ciljevima. „Analitičar diskursa istodobno je uključen u sam proces analize diskursa i u analizu konteksta interpretacije“ (Halmi i dr., 2004: 38).

Prilikom analize diskursa moguće je razlikovati kritičke i deskriptivne ciljeve same analize (Fairclough, 1995: 28). Kritička analiza diskursa pravi razliku između pozadinskog znanja koje je uzeto zdravo za gotovo, te na njemu počivaju svakodnevne interakcije. Međutim, to

znanje sadrži određena znanja koja su sastavni dio određene ideologije, samo neutralizirane u danom kontekstu (Fairclough, 1995: 28). Faircloughov model kritičke analize diskursa sastoji se od tri dimenzije: analize teksta, analize diskurzivne prakse i analize društvene prakse (Vrtič i Car, 2016: 149). Analiza diskursa u ovom istraživanju otkriva dimenzije u kojem su prethodno utvrđeni stereotipi uklopljeni u medijski tekst, te na koji se način afirmiraju, uzimaju zdravo za gotovo te smatraju društveno prihvatljivima.

Dodatni element kojeg treba uzeti u obzir prilikom analize diskursa jest imenovanje. „Način na koji su akteri nekog događaja imenovani u medijskom diskursu može imati veliki utjecaj na to kako ih će ih publika (čitatelji, gledatelji i slušatelji) percipirati” (Vrtič i Car, 2016: 152). Stoga je u istraživanju uzeto u obzir na koji način su političarke imenovane u određenom medijskom tekstu. Imenovanje samo osobnim imenom može služiti umanjivanju autoriteta nekog političkog aktera, odnosno oduzimanju moći (Vrtič i Car, 2016: 153). Uz sve navedeno, jasno je zašto je analiza diskursnih praksi važna prilikom analize stereotipa u portretiranju političarki. Način na koji se u tekstu koriste stereotipi, diskurs i imenovanje samo su neki od način na koji medijske prakse umanjuju moć političarki.

#### 4. Različite političarke, različiti stereotipi

U ovome istraživanju obuhvaćeni su svi članci u kojima se spominje političarka i uz koju je prilikom izvještavanja prepoznato korištenje stereotipa. Obradeni su članci na portalima Index.hr, 23sata.hr i Jutarnji.hr, a obuhvaćeno je razdoblje od jednog tromjesečja – od 1. rujna do 30. studenog 2018. godine. Analizom su obuhvaćeni članci o Blaženki Divjak, Bruni Esih, Kolindi Grabar-Kitarović, Angeli Merkel i Daliji Orešković i. Analizom nisu obuhvaćeni članci o političarkama ukoliko prilikom izvještavanja o njima nije primijećeno korištenje stereotipa.

	Blaženka Divjak	Bruna Esih	Kolinda Grabar-Kitarović	Angela Merkel	Dalija Orešković
Index.hr	59	26	331	128	22
24sata.hr	77	18	272	42	22
Jutarnji.hr	48	38	225	151	15
UKUPNO	184	82	828	321	59

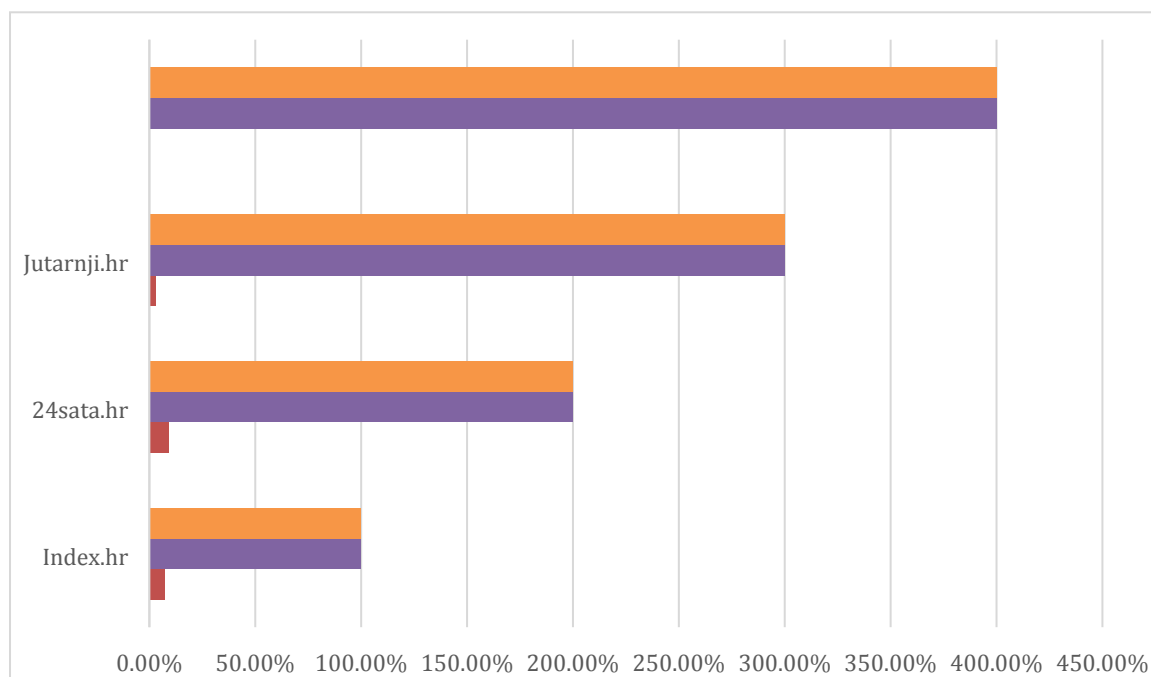
Tablica 1. Ukupan broj članaka u kojima se spominju političarke obuhvaćene analizom.

	Bruna Esih	Blaženka Divjak	Kolinda Grabar-Kitarović	Angela Merkel	Dalija Orešković
Index.hr	0	0	25	7	0
24sata.hr	3	1	25	2	5
Jutarnji.hr	0	0	7	2	0
UKUPNO	3	1	57	11	5

Tablica 2. Ukupan broj članaka u kojima je utvrđeno korištenje stereotipa.

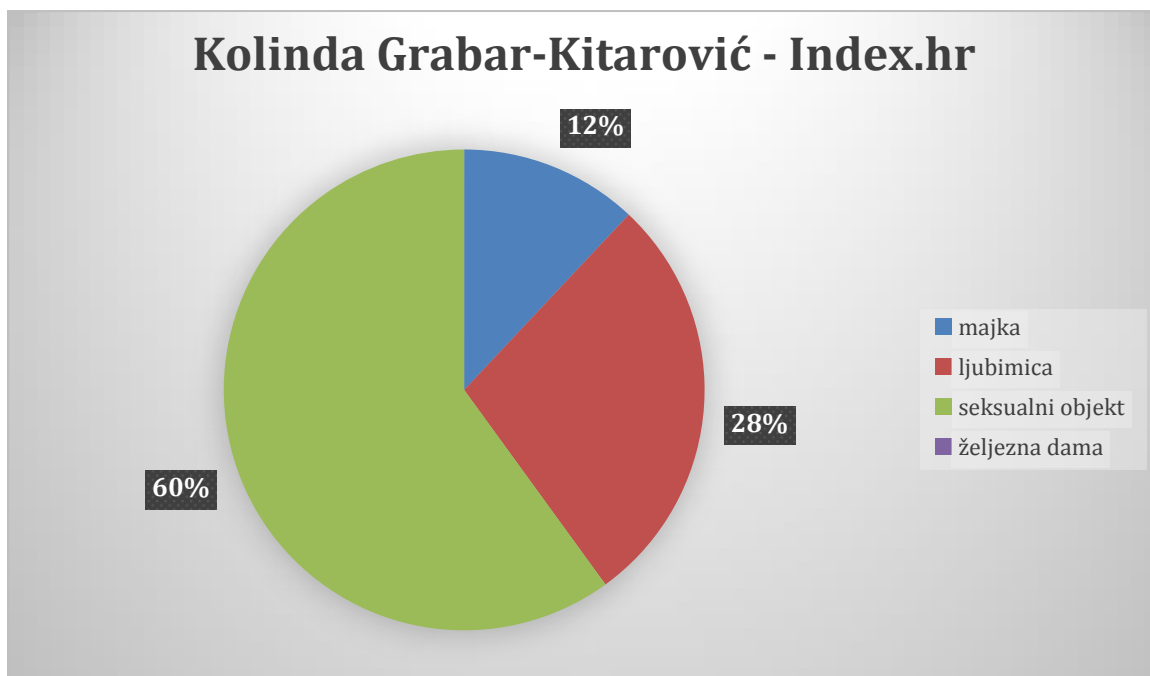
## 4.1. Kolinda Grabar-Kitarović

U razdoblju od 1. rujna do 30. studenog 2018. godine, portal Index.hr objavio je ukupno 331 članak u kojem se spominje Predsjednica Republike Hrvatske, Kolinda Grabar-Kitarović. Od navedenog broja članaka, prepoznato je korištenje stereotipa u njih ukupno 25.



Grafikon 1. Učestalost pojave stereotipa prilikom izvještavanja o Kolindi Grabar-Kitarović

Iz navedenih podataka može se zaključiti da su stereotipi korišteni u 7,5 % svih članaka.



Grafikon 2. Učestalost pojavljivanja pojedinih stereotipa prilikom izvještavanja o Kolindi Grabar-Kitarović na portalu Index.hr. N=25

Stereotip o Kolindi Grabar-Kitarović kao majci pojavljuje se u tri članka, odnosno u 0,9 % svih članaka. Stereotip majke se pojavljuje u 12 % članaka u kojima su identificirani stereotipi, dakle stereotip majke se u slučaju Kolinde Grabar-Kitarović javlja u 12 % slučajeva u odnosu na sve druge identificirane stereotipe.

Stereotip o Kolindi Grabar-Kitarović kao ljubimici javlja se u sedam članaka objavljenih na portalu Index.hr. Iz toga se može zaključiti da se stereotip ljubimice javlja u 2,1 % ukupnog broja članaka. Isti stereotip se, u usporedbi s ostalim stereotipima, prilikom izvještavanja o Kolindi Grabar-Kitarović javlja u 28 % članaka.

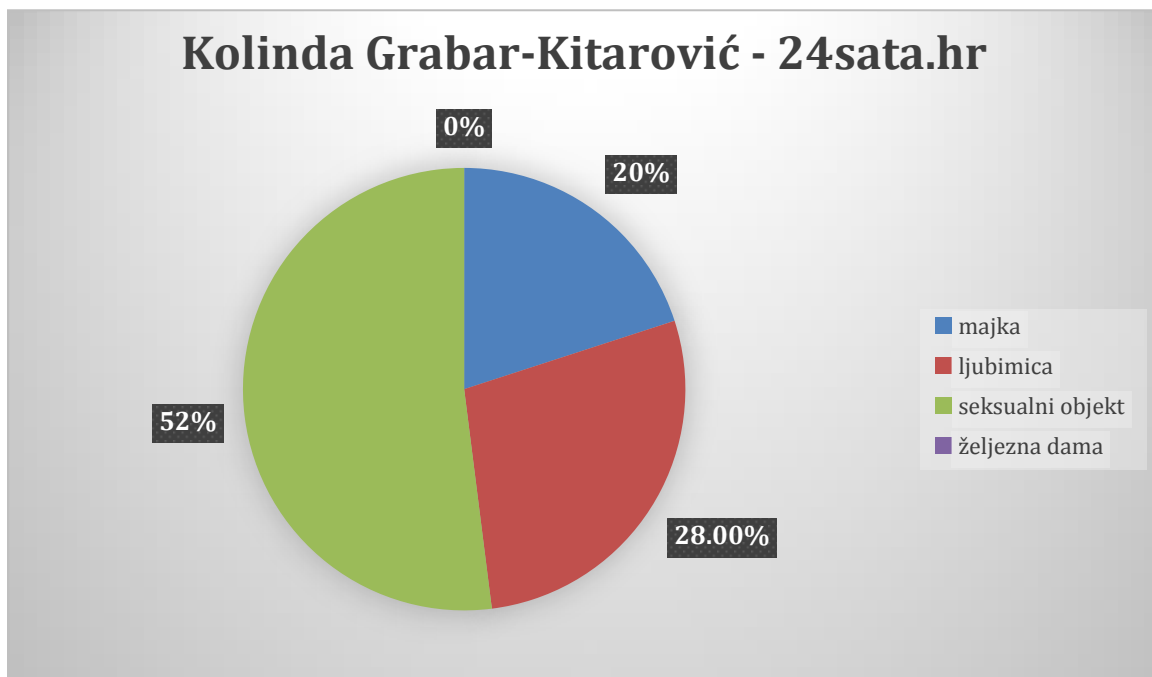
Stereotip o Kolindi Grabar-Kitarović kao seksualnom objektu javlja se u ukupno 15 članaka objavljenih na Index.hr-u. Navedeni stereotip javlja se u 4,5 % članaka objavljenih u navedenom periodu, a koji govore o Kolindi Grabar-Kitarović. Također, navedeni stereotip se pojavljuje u više od polovice slučajeva kada su u članku prisutni stereotipi - odnosno u 60 % slučajeva.

Stereotip o Kolindi Grabar-Kitarović kao „željeznoj dami” nije pronađen niti u jednom članku objavljenom na portalu Index.hr.

Iz svega navedenog jasno je da su stereotipi prisutni prilikom izvještavanja o Kolindi Grabar-Kitarović na portalu Index.hr. Međutim, stereotipi se javljaju u različitim omjerima, a neki se



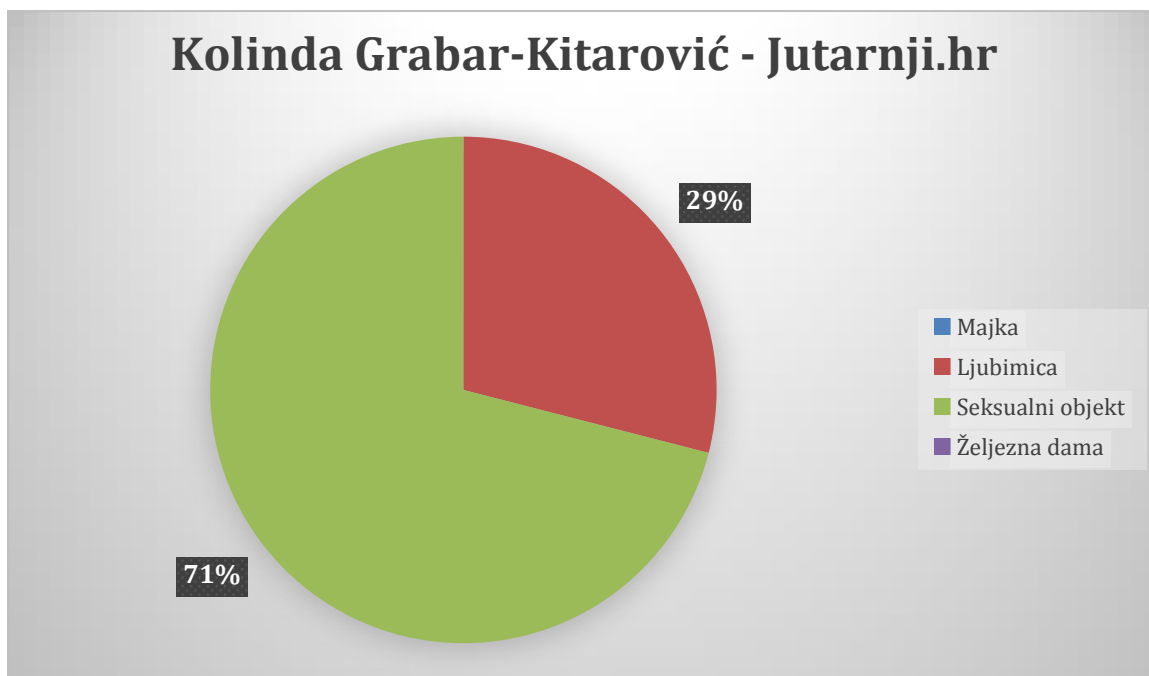
uopće ne pojavljuju. Stereotip „željezne dame” nije prisutan u izvještavanju o Kolindi Grabar-Kitarović. Kao daleko najčešći stereotip javlja se onaj povezan sa seksualnom objektivacijom, uz prisutnost u više od polovice članaka u kojima se pojavljuju stereotipi. Nakon njega, drugi najčešći stereotip je onaj ljubimice, a slijedi ga stereotip o Kolindi Grabar-Kitarović kao majci.



Grafikon 3. Učestalost pojavljivanja pojedinih stereotipa prilikom izvještavanja o Kolindi Grabar-Kitarović na portalu 24sata.hr

Na portalu 24sata.hr u razdoblju od 1. rujna do 30. studenog 2018. objavljena su 272 članka u kojima se spominje Kolinda Grabar-Kitarović. Stereotipi su identificirani unutar 25 članaka, što znači da se stereotipi pojavljuju u 9,1 % svih članaka. Stereotip majke javlja se u pet članaka, što je 1,8 % svih članaka, odnosno 20 % svih članaka koje sadrže stereotip.

Stereotip ljubimice javlja se u sedam članaka, što je 2,6 % svih članaka, odnosno 28 % članaka koji sadrže stereotip. Stereotip seksualnog objekta javlja se u 13 članaka, odnosno 4,7 % svih članaka. To je ujedno i najčešći stereotip o Kolindi Grabar-Kitarović na portalu 24sata.hr, jer se javlja u više od polovice svih slučajeva. Stereotip predsjednice kao „željezne dame” u navedenom razdoblju se ne pojavljuje.



Grafikon 4. Učestalost pojavljivanja pojedinih stereotipa prilikom izvještavanja o Kolindi Grabar-Kitarović na portalu Jutarnji.hr

Na portalu Jutarnji.hr, u razdoblju od 1. rujna do 30. studenog 2018. godine objavljeno je 225 članaka u kojima je spominje predsjednica. Postojanje stereotipa utvrđeno je u ukupno sedam članaka. Dakle, stereotipi se javljaju u 3,1 % svih članaka. Stereotip seksualnog objekta javlja se u pet članka, odnosno u 2,2 % svih članaka, ili 71 % članaka u kojima je utvrđeno postojanje stereotipa. Stereotip ljubimice utvrđen je u dva članka, odnosno u 0,9 % svih članaka, ili 29 % članaka u kojima je utvrđen stereotip.

#### 4.1.1. Romanse i modni izričaj hrvatske predsjednice

Navedeni stereotipi na portalima javljaju se u različitim oblicima. Stereotip Kolinde Grabar-Kitarović kao seksualnog objekta javlja se najčešće u obliku komentara na fizički izgled ili odjeću predsjednice. Izvještavanje o predsjedničkoj odjeći obično se javlja za vrijeme obavljanja službene dužnosti, kada se posebna pažnja posvećuje odjeći koju ona nosi u datom trenutku, kao što pokazuje sljedeći primjer: „Kolinda Grabar Kitarović primila je u službeni posjet predsjednika Austrije Alexandra van der Bellena. Kolinda je van Bellena dočekala u crvenom odijelu i bijeloj košulji, a na nogama je imala bež salonke” (Index.hr, 10. rujna 2018.). Neutralan opis odjevne kombinacije, koji navodi samo boje odjevnih predmeta bez dodatne upotrebe pridjeva slijedi podsjećanje da je predsjednica već nosila istu na jednom drugom događaju: „Isto odijelo Kolinda je nosila i u Rusiji, na utakmici Hrvatske i Rusije

koju je gledala iz VIP lože. Baš je u njemu skakala nakon gola Vatrenih te tako privukla pozornost cijelog svijeta” (Index.hr, 10. rujna 2018.). Članak ne staje s opisom odjevne kombinacije i prilika kad je nošena, već se osvrće i na fizički izgled predsjednice: „Kolinda je jedno vrijeme izbjegavala odjeću u žarkim bojama, no otkad je smršavjela i stesala liniju ponovno se vratila upečatljivim modnim komadima” (Index.hr, 10. rujna 2018.). Prema portalu Jutarnji.hr, odjevne kombinacije Kolinde Grabar-Kitarović su samo jedan od načina na koji ona privlači pozornost: „Predsjednica Grabar Kitarović često plijeni pažnju svojim modnim odabirima” (Jutarnji.hr, 11. studenog 2018.). S odabirom riječi - privlačenje pažnje - jasno je da je riječ o nečemu neizbježnom, jer kako ne napisati članak o predsjedničkoj odjeći ako je ona sama izabrala svojom odjećom privući pozornost? Nije rijetkost da se žene optužuje da su same krive zbog toga što su na meti seksističkih stereotipa.

Odjevne kombinacije ponekad su toliko važne da se spominju u naslovu, iako je ostatak teksta posvećen drugoj temi: „Kolinda Grabar-Kitarović u elegantnom izdanju na svečanom prijemu u uredu predsjednice” (Jutarnji.hr, 4. listopada 2018.). U tekstu se doznaje da je predsjednica dodijelila odlikovanja policajcima, ali se njezina odjeća ne spominje. Ipak, vjerojatno u svrhu privlačenja klikova, opaska o njezinom izgledu stavljena je u naslov.

Predsjedničina tjelesna masa predmet je brojnih rasprava i nešto što svi primjećuju: “Kada je Kolinda otišla u Bijelu kuću i fotografirala se s predsjednikom Sjedinjenih Američkih Država Donaldom Trumpom (72) i prvom damom Melanijom Trump (48), tada su mnogi primijetili razliku u kilogramima” (24sata.hr, , 7. listopada 2018.). Predsjedničin režim prehrane također postaje predmetom rasprava, kao što pokazuje članak: „Reklama s Pantovčaka: Kolinda se naslikava s tipom zbog kojeg je smršavjela” (Index.hr, 17. listopada 2018). Pritom nije samo riječ o korištenju dijete, već se predsjednica počinje trajno povezivati s njom: „Nakon što je zahvaljujući njoj drastično smršavjela, Kolinda Grabar-Kitarović postala je skoro pa zaštitno lice liposukcijske dijete” (Index.hr, 17. listopada 2018). Da su prehrambeni režimi političarki medijima osobito zanimljivi te rezultiraju korištenjem stereotipa pokazuje i slučaj Hillary Clinton, koja je pohvaljena jer za vrijeme dijete „nije takla više od lista salate“ (Pozner, 2001 prema Bystrom, 2009: 242).

I drugi primjeri objavljenih članaka na portalu Index.hr slijede slične primjere, osvrćući se na izgled Kolinde Grabar-Kitarović dok opisuju njezinu odjeću: „Hrvatska predsjednica Kolinda Grabar-Kitarović na zasjedanju Opće skupštine UN-a nosila je usko bijelo odijelo sa suknjom

koje je naglasilo njen vitki struk” (Index.hr, 26. rujna 2018.). Uz opis odjevne kombinacije i osvrtanja na gubitak kilograma slijedi i kritika na račun odijevanja, koje prema mišljenju autora ne ističe odgovarajuće dijelove tijela: „Dok je sako jasno isticao da je predsjednica u posljednje vrijeme izgubila na kilaži, uska suknja do pola lista skratila joj je noge pa ni štikle u boji kože nisu pomogle u stvaranju iluzije duljih nogu” (Index.hr, 26. rujna 2018). Slične komentare dobila je i Hillary Clinton koja je kritizirana zbog odijela koje sakriva jake gležnjeve, koji su podrugljivo nazvani „*cankles*“ (Carlin i Winfrey, 2009: 330). Vidljivo je kako političarke bivaju kritizirane zbog toga što se određeni dijelovi njihovih tijela ne podudaraju sa zapadnjačkim standardima ljepote, ili zbog toga što ne naglašavaju određene tjelesne attribute. Sa sličnim kritikama suočena je i Jennifer Granholm, koja kritike doživljava zbog madeža na licu.

Dok odjevne kombinacije koje predsjednici dobro pristaju prema medijskom izvještavanju služe privlačenju pozornosti, i kombinacije kojima to nije svrha se uspijevaju izboriti za medijski prostor: „Košulja cvjetnog uzorka i crne hlače nezahvalnog kroja nisu laskali njenoj novoj figuri” (Index.hr, 4. listopada 2018.). Dakle, bez obzira kako se odjenula, predsjednica je podvrgnuta seksualnoj objektifikaciji. Pritom nije važno je li riječ o atraktivnoj kombinaciji, jer je tada optužena za privlačenje pozornosti, ili manje laskavoj kombinaciji koja će zbog toga biti predmetom kritika. Kritika košulje i hlača „nezahvalnog” kroja osobito je značajna jer u pitanju nije bio svečani događaj na kojem Kolinda Grabar-Kitarović nastupa u svojstvu predsjednice, već obrana nacrtu doktorskog rada na Fakultetu političkih znanosti. U naslovu je kombinacija s obrane nacrtu opisana kao cvjetni užas (Index.hr, 4. listopada 2018), dok je kombinacija bijele haljine i bež salonki učinila da predsjednica „zablista” (Index.hr, 4. listopada 2018). Korištenje riječi „užas“ značajno je jer se pojavljuje i kod izvještavanja o Hillary Clinton, kada se njezin izbor haljine opisuje kao „potresan“ (Givhan, 2007 prema Carlin i Winfrey, 2009: 332). Pretjeran fokus na izgled i odjeću političarki vidljiv je upravo u diskursu koji koristi izrazito negativne riječi povezane s katastrofom i negativnim iskustvima.

I dok atraktivnija kombinacija znači da će predsjednica u medijima dobiti pohvalu, ista kombinacija može biti iskorištena protiv nje: “Koliko god ulagala truda u vlastitu samopromociju, i to uglavnom temeljenu na foto-seansama i uskim haljinama, rejting joj sve više lavira” (24sata.hr, 27. studenog 2018).

Članak s naslovom „Koja nosi bolje i skuplje krpice? 'Modni dvoboj' moćnih dama...” (24sata.hr, 9. listopada 2018.) uspoređuje modni izričaj Kolinde Grabar-Kitarović s onim supruge američkog predsjednika Donalda Trumpa, Melanijom Trump. Osobito je zanimljiva rečenica: „Predsjednica Kolinda Grabar Kitarović (50) ima dvije godine više predsjedničkog, ali i modnog staža od Melanije” (24sata.hr, 9. listopada 2018). Predsjednički položaj Kolinde Grabar-Kitarović ovdje se izjednačava s položajem supruge predsjednika, jer Melanija Trump nije predsjednica države. Jasno je kako seksistički stereotipi ovdje umanjuju položaj žene koja se umjesto sa svojim kolegama, uspoređuje s njihovim suprugama koje nisu na političkom položaju. Članak objavljen na portalu Jutarnji.hr također uspoređuje predsjednicu i prvu damu Amerike, navodeći u naslovu da je „bolja od Melanije” (Jutarnji.hr, 27. rujna 2018.). Od predsjednice se očekuje modno „natjecanje” s Melanijom Trump: „Ovo nije prvi put da predsjednica dobiva pohvale za elegantan outfit. Po mnogima, nedavno je na zasjedanju 73. Opće skupštine UN-a u New Yorku zasjenila i Melaniju Trump u haljini modnog brenda Snježane Mehun” (Index.hr, 11. studenog 2018).

Također, nije rijetkost ni usporedba s drugim poznatim osobama: „Baš kao što je u Engleskoj već postalo uobičajeno da se haljine koje odjenu Kate Middleton ili Meghan Markle rasprodaju u trenu, posebno ako se radi o markama ulične mode poput Zare koje su prilično dostupne građanima, slična se stvar sad događa u Hrvatskoj” (Jutarnji.hr, 4. listopada 2018).

Status predsjednice kao modne trendsetterice dodatno je pojačan njezinom pojavom u ruskom modnom časopisu *Marie Claire*, gdje doznajemo da Kolinda Grabar-Kitarović „nije znala da je manekenski posao toliko zahtjevan” (Index.hr, 20. rujna 2018). U istom članku napominje se da je predsjednica „pokazala novu liniju” (Index.hr, 20. rujna 2018), što je gotovo neizbježan komentar prilikom izvještavanja o predsjednici. Članci o fizičkom izgledu predsjednice podsjećaju na komentare o Hillary Clinton, koji su hvalili njezin uspjeh u gubitku kilograma.

Osobito je zanimljiv članak objavljen 30. rujna pod naslovom: „Natapirana kosa i naborano lice: Evo kako je Kolinda izgledala prije 10 godina” (Index.hr, 30. rujna 2018), u čijem se uvodu naglašava da Internet percipira Kolindu Grabar-Kitarović kao „kul predsjednicu koja navija na stadionima, plače u finalu Svjetskog prvenstva, grli gole nogometaše i ljubi pobjednički pehar” (Index.hr, 30. rujna 2018). Članak se zatim vraća deset godina unazad, kada je predsjednica bila „potpuno nepoznata figura” (Index.hr, 30. rujna 2018) te opisuju

njezin tadašnji izgled koji iz perspektive današnje mode izgleda prilično zastarjelo: „Predsjednica je u doba života u SAD-u furala plavu natapiranu kosu, redovito se kvarcala i imala puno više bora oko očiju nego danas. Je li stvar u boljem rukovanju šminkom ili su intervenirali plastični kirurzi, nije poznato” (Index.hr, 30. rujna 2018). Predsjedničin prijašnji fizički izgled čini ju metom kritika na sličan način kao i Sarah Palin, čija je titula bivše kraljice ljepote značila da će trpjeti podrugljive komentare ili će u pitanje biti dovedena njezina politička kompetencija.

Taj članak predstavlja predsjednicu kao „kul” osobu, podsjećajući pritom na neke pothvate kojima je ona zaslužila pozornost. Vraćanje u vrijeme njezine anonimnosti dobiva gotovo sramotne konotacije s obzirom na nelaskav opis njezinog nekadašnjeg izgleda. Također, postavljanje pitanja je li njezin današnji manjak bora djelo kirurgije ili šminke, daje čitateljima na izbor da se zapitaju što je uzrok promjene izgleda Kolinde Grabar-Kitarović. Time se fokus članka iz *demode* frizure prebacuje na njezin fizički izgled, odnosno u pitanje dovodi prirodnost procesa starenja. Fokus na proces starenja prilikom medijskog izvještavanja o političarkama još je jedna varijanta seksualne objektifikacije (Carlin i Winfrey, 2009: 332).

Modni izbori Kolinde Grabar-Kitarović su ponekad dovođeni u pitanje na način koji je grublje prizivao seksualnu objektifikaciju. Pohvala odjevnoj kombinaciji u članku objavljenom 21. studenog popraćena je sljedećom rečenicom: „Izgleda da se Kolinda odlučila potpuno odreći ekshibicionizma kada je u pitanju moda te je svoj stil prilagodila svojoj poziciji” (Index.hr, 21. studenog 2018). Značajna je upotreba riječi ekshibicionizam, koja se osim isticanja vlastite osobe može povezati sa seksualnom nastranosti (hrleksikon.info, 2019). Vidljiva je dakle povezanost seksualne objektifikacije s pornifikacijom, gdje se modni izbori hrvatske predsjednice uspoređuju sa seksualno devijantnim ponašanjem.

Fokus na odjeću ili kilograme nije jedini način na koji je izražen stereotip seksualnog objekta. Taj se stereotip pojavljuje i u smislu korištenja riječi koje pozivaju na romansu, flert ili zaljubljenost. U članku s naslovom „Prije tri godine Kolinda je oštro tražila ratifikaciju Istanbulske. Danas šuti” (Index.hr, 25. studenog 2018) opisuje se predsjedničina promjena stava vezana uz ratifikaciju Istanbulske konvencije. Njezino naginjanje na desno po pitanju pobačaja opisano je na sljedeći način: „po pitanju pobačaja, odnosno novog zakona koji bi se trebao donijeti do veljače iduće godine, Grabar-Kitarović počela je namigivati ekstremnoj

desnici” (Index.hr, 25. studenog 2018). Za opis predsjedničinog približavanja stavovima ekstremne desnice upotrijebljena je riječ „namigivanje”, koja upućuje na zavodnički odnos. Portal 24sata.hr isti događaj također opisuje kao flert: „koketiranje s ekstremnom desnicom” (24sata.hr, 18. listopada 2018). Odnos između Kolinde Grabar-Kitarović i njezine matične stranke isti autor opisuje kao „ljubav”: „Ili joj je najlakše otvoriti hajku na zle sile koje su se ispriječile njezinoj ljubavi prema Vladi i Plenkovićevu HDZ-u” (24sata.hr, 12. studenog 2018).

Predsjednica se također opisuje kao obožavateljica Donalda Trumpa: „Da je Grabar-Kitarović obožavateljica svog američkog kolege Donalda Trumpa, nije nikakva tajna. Njeno urnebesno guranje što bliže njemu i zaljubljeni pogledi na NATO summitu ove i prošle godine najbolje o tome svjedoče” (Index.hr, 17. rujna 2018). Kolinda Grabar-Kitarović je opisana kao osoba koja obožava američkog predsjednika, a težina upotrebe stereotipa dodatno je pojačana upotrebom riječi i izraza kao što je „zaljubljeni pogledi”. Riječ je dakako o još jednom primjeru seksualne objektifikacije jer se svakodnevni susret između predsjednika i predsjednice dvaju država opisuje kroz prizmu jednostrane romanse u kojoj Donald Trump postaje predmet obožavanja predsjednice koja ne može obuzdati svoje osjećaje, već se „urnebesno” gura prema predsjedniku. Navedeni se stereotip ponavlja u članku nazvanom „Kolinda je opet sreća Trumpa, pogledajte kako je to završilo ovog puta” (Index.hr, 26. rujna 2018). gdje je prikazana čitava „pozadina” odnosa Kolinde Grabar-Kitarović i Donalda Trumpa: „Njihov odnos počeo je privlačiti pozornost u svibnju 2017. kad su se prvi put sreli. Najprije je Trump Kolindu mrko gledao, no ona je njemu upućivala samo najnježnije poglede. Progurala se da stoji pored njega, iako se on tada nije previše obazirao na nju. Sljedeći put donijela mu je hrvatski dres, a kamere su je snimile kako ga opet gleda kao da je bog” (Index.hr, 26. rujna 2018). Ovdje je odnos obožavanja doveden na novu, božansku dimenziju koja prelazi granice romantične želje, na koju upućuje korištenje izraza poput „najnježniji pogledi”. Također, naglašen je diskurzivni kontrast između nezainteresiranosti američkog predsjednika, koji se ne obazire na svoju hrvatsku kolegicu ili ju čak mrko gleda, dok je ponašanje Kolinde Grabar-Kitarović nježno i obožavajuće - u skladu sa stereotipima koji žene prikazuju kao nježniji, osjećajniji spol.

#### 4.1.2. „Vragolasta“ i „histerična“ Kolinda Grabar-Kitarović

Kao drugi najčešći stereotip o Kolindi Grabar-Kitarović javlja se stereotip ljubimice. Navedeni se stereotip javlja u nekoliko različitih oblika. U članku objavljenom 9. listopada predsjednica je već u naslovu opisana kao „vragolasta“: „Vragolasta Kolinda: Morate vidjeti čemu to prijeti šakom” (Index.hr, 9. listopada 2018). Riječ vragolasta najčešće se upotrebljava kako bi se opisalo ponašanje djece, te je ovdje vidljiva upotreba stereotipa ljubimice s smislu infantilizacije političarke.

Slične se riječi i izrazi ponavljaju i u nekoliko drugih članaka. Članak pod naslovom “Kolindina logika: Ljudi ne bježe zbog afera, nego jer se o njima piše” (Index.hr, 19. listopada 2018) Kolindino ponašanje za vrijeme Svjetskog nogometnog prvenstva u Rusiji opisuje kao „glupiranje”: „Kolindino glupiranje u Rusiji za nju je putokaz prema ljepšoj slici Hrvatske u svijetu” (Index.hr, 19. listopada 2018). Ponovno je u upotrebi riječ koja je obično koristi za opis ponašanja djeteta koje se neprimjereno ponaša. Sličan izraz zabilježen je i na portalu 24sata.hr, gdje se predsjednično ponašanje u Rusiji karakterizira upotrebom riječi koje opisuju pretjerano uzbuđeno emocionalno stanje: „Kolinda se jučer hvalila svojim brendiranjem u Rusiji, paradiranjem u svlačionici, euforijom u svečanoj loži i padanjem u afan u mokrom dresu na dodjeli medalja” (24sata.hr, 18. listopada 2018.). Zabilježeni su i slučajevi korištenja riječi „blamaža” za opisivanje određenih gafova: „Švicarski list o Kolindi: Blamaže jedne predsjednice” (Index.hr, 14. rujna 2018.).

Pretjerano uzbuđenje u nekim opisima dovodi čak i do histerije: „Njezino histerično najavljivano blagostanje očito je namijenila drugima” (24sata.hr, 8. studenog 2018.). Ista riječ upotrijebljena je u članku „Lažno blagostanje: Kolindino obećanje naivcima je radovanje”: „Odmah smo znali da pretjeruje. Da je pala žrtvom vlastite euforije. Gotovo histerije” (24sata.hr, 15. studenog 2018.). Dakle, predsjednica je žrtva vlastitih emocija koje ne može obuzdati, što je jasna demonstracija stereotipa ljubimice. Predsjednica nije samo svladana vlastitim emocijama, već postaje ona koja emocijama nastoji doći do birača, što dakako ne ostavlja puno mjesta racionalnom razmišljanju: „U odnosu prema biračima ona igra prvenstveno na emocije. Razum je na čik-pauzi” (24sata.hr, 26. studenog 2018.).



Osim u korištenju riječi koje podjetinjaju ponašanje predsjednice, stereotip ljubimice očituje se i u upotrebi nadimaka ili prenamaglašavanja emocionalnih stanja. Članak objavljen 2. studenog s naslovom „Što je sporazum o migrantima zbog kojeg se Kolinda ulizuje neonacistu Bujanču” (Index.hr, 2. studenog 2018) odgovor od strane glasnogovornice predsjednice na upit Velimira Bujanca opisuje kao „ulizivanje”. Slično je i s člankom „Kolindu uzrujala pitanja o migrantima pa je novinaru otela mikrofon iz ruke” (Index.hr, 5. studenog 2018) koji se u naslovu poziva na emocionalno stanje predsjednice za vrijeme nesvakidašnje situacije za vrijeme uzimanja izjave. Također, u svrhu infantilizacije mogu biti upotrijebljeni i nadimci. Članak s naslovom „13 puta kad je Kolinda baš morala biti u centru pozornosti” (Index.hr, 26. studenog 2018) opisuje predsjednicu kao „serijsku grliteljicu” (Index.hr, 26. studenog 2018) a izmišljaju joj i nadimak „Kolinda Labudar Jezerović” (Index.hr, 26. studenog 2018), pozivajući se na premijeru izvođenja baletne predstave Labuđe jezero, kada se predsjednica popela na pozornicu i pridružila glumcima. Francuska političarka Segolene Royal uspoređivana je s gazelom (Campus, 2013: 66), te je jasno vidljivo da nadimci koji su povezani sa životinjama služe tome da umanje autoritet političarke i prikažu je ponižavajuć način. Naposljetku, labud i gazela nisu životinje koje ulijevaju strahopoštovanje.

Zanimljivo je kako se uobičajeni poslovi predsjednice povezani s PR-om u člancima često opisuju kao privlačenje pozornosti. To se opet može povezati s infantilizacijom, jer je nastojanje privlačenja pozornosti karakteristično za djecu. S obzirom da djeca nemaju nikakav autoritet, time se umanjuje autoritet i politička moć predsjednice jer se aktivnosti kojima se bave i muški političari opisuju na način koji ponižava i poziva da se ne shvati ozbiljno. U istom članku spomenuta je prethodno opisna situacija s mikrofonom gdje je primanje mikrofona opisano kao „otimanje” (Index.hr, 26. studenog 2018). Također, opisana je situacija susreta s američkim predsjednikom Donaldom Trumpom i njegovom suprugom Melanijom Trump. S obzirom da se Kolinda Grabar-Kitarović fotografirala stojeći između američkog predsjednika i njegove supruge, i ta je situacije opisana kao privlačenje pozornosti: „Melanija i Donald Trump u rujnu su pozirali s čelnicima svih država, pa tako i s Kolindom, no dok su ostali predsjednici jednostavno stali uz Trumpove, Kolinda se nekako uspjela naći između njih” (Index.hr, 26. studenog 2018). Također, članak ne izbjegava stereotip seksualne objektivacije, jer predsjedničinu zagrljanje opisuje kao „iskaze ljubavi” i „strastvene”: “U njenim iskazima ljubavi prema svemu oko sebe nije ju spriječila ni kiša koja

je pljuštala po njoj, a strastvene su zagrljaje dobili i sudac i svi pomoćnici” (Index.hr, 26. studenog 2018).

U članku naslovljenom „U utrci za novi mandat Grabar-Kitarović treba se boriti samo - žene!” (Jutarnji.hr, 26. listopada 2018.) vidljivo je da Melanija Trump nije jedina nepolitičarka s kojom se uspoređuje hrvatsku predsjednicu. Članak navodi: „Žena je čudo! Elegantna, ženstvena, nježna, borbena, navijačica, šminkerica, molerica, majka, supruga, zapovjednica oružanih snaga.... Meghan Markle joj nije ni do gležnja” (Jutarnji.hr, 26. listopada 2018). Usporedba legitimno izabrane političarke s bivšom glumicom i suprugom člana britanske kraljevske obitelji, koja ne vrši političku dužnost, još je jedan način na koji se umanjuje politička moć Kolinde Grabar-Kitarović.

Predsjedničina politička moć također se umanjuje opisivanjem nje kao pasivne političke figure koja je žrtva zakulisnih političkih igara unutar svoje matične stranke. Članak s naslovom „Postaje li to Kolinda novi vođa desnice za rušenje Plenkovića?” (24sata.hr, 2. studenog 2018.) navodi da ona moguće postaje „novi vođa”, ali ne pod vlastitim uvjetima: „Pokušaji desnice da kao vođu antiplenkovićevske oporbe proguraju Ivana Penavu, Brkića, Stiera ili Kovača, propali su, pa je predsjednica ostala jedini suvisao izbor na tom dijelu scene i ona je na tu igru opet pristala - ili je morala pristati, to nije posve jasno” (24sata.hr, 2. studenog 2018).

Značajan je i način na koji se u člancima prenose citati drugih političkih aktera. U članku objavljenom 5. studenog prenose se misli predsjednice stranke GLAS, Anke Mrak-Taritaš. Ona kritizira rad predsjednice i njezin odnos s krajnjom desnicom, kao što pokazuje citat: „Naša predsjednica ima nekih neobičnih ideja, izjavila je Mrak Taritaš novinarima u Koprivnici, napominjući da je predsjednica ranije jasno i nedvojbeno rekla kako će ići u Marakeš, a „danas svjedočimo njenom jasnom i nedvosmislenom podilaženju krajnjoj desnici”” (Index.hr, 5. studenog 2018). Dakle, dok Anka-Mrak Taritaš koristi riječ podilaženje, Index.hr u naslovu koristi riječ ulizivanje: „Mrak Taritaš: Kolinda se ulizuje krajnjoj desnici” (Index.hr, 5. studenog 2018). Riječ ulizivanje ima znatno drugačije konotativno značenje od riječi podilaženje, te je i time jasno kako prilikom prenošenja tuđih riječi Index.hr uspijeva podržavati stereotipe.

### 4.1.3.. Brižna majka nacije

Stereotip o Kolindi Grabar-Kitarović kao majci javlja se rijetko u usporedbi sa stereotipom seksualnog objekta ili ljubimice, ali je ipak prisutan. U članku s naslovom „Kolinda: Hrvatska bi zbog nogometa mogla postati kao Irska” (Index.hr, 7. rujna 2018) doznajemo da predsjednica želi veću ambicioznost od svojih građana: „Kolinda bi voljela da svi budemo malo ambiciozniji” (Index.hr, 7. rujna 2018). Riječ je o njegovanju gotovo majčinskog odnosa u kojem Kolinda Grabar-Kitarović poput brižne majke očekuje od svoje djece veću ambicioznost. I sama predsjednica u svojoj izjavi poziva na majčinsko ohrabrenje, uz želju da građani budu ambiciozniji i samopouzdaniji: „Ali isto tako bih voljela vidjeti da svi mi budemo malo ambiciozniji, ne samo u rastu BDP-a nego u ukupnom razvoju Hrvatske. Mislim da trebamo biti malo samopouzdaniji na europskoj i svjetskoj sceni u smislu promicanja investiranja u Hrvatsku, i promocije Hrvatske kao lidera, a ne sljedbenika” (Index.hr, 7. rujna 2018).

Kolinda Grabar-Kitarović sličan majčinski odnos njeguje u nekoliko izjava: „Još manje smijemo iznevjeriti našu djecu i mlade, za čiju smo budućnost odgovorni” (Index.hr, 14. rujna 2018). Na sličan način opisana je francuska političarka Segolene Royal, za koju se smatra da će se „pobrinuti za Francusku na majčinski način“ (Campus, 2013: 66). Vidljivo je da se bilo kakav oblik brige za narod povezuje sa stereotipom majke. Uspoređivanje uobičajenih političkih aktivnosti s odgojem djece je nešto s čime se muškarci u politici ne moraju suočavati.

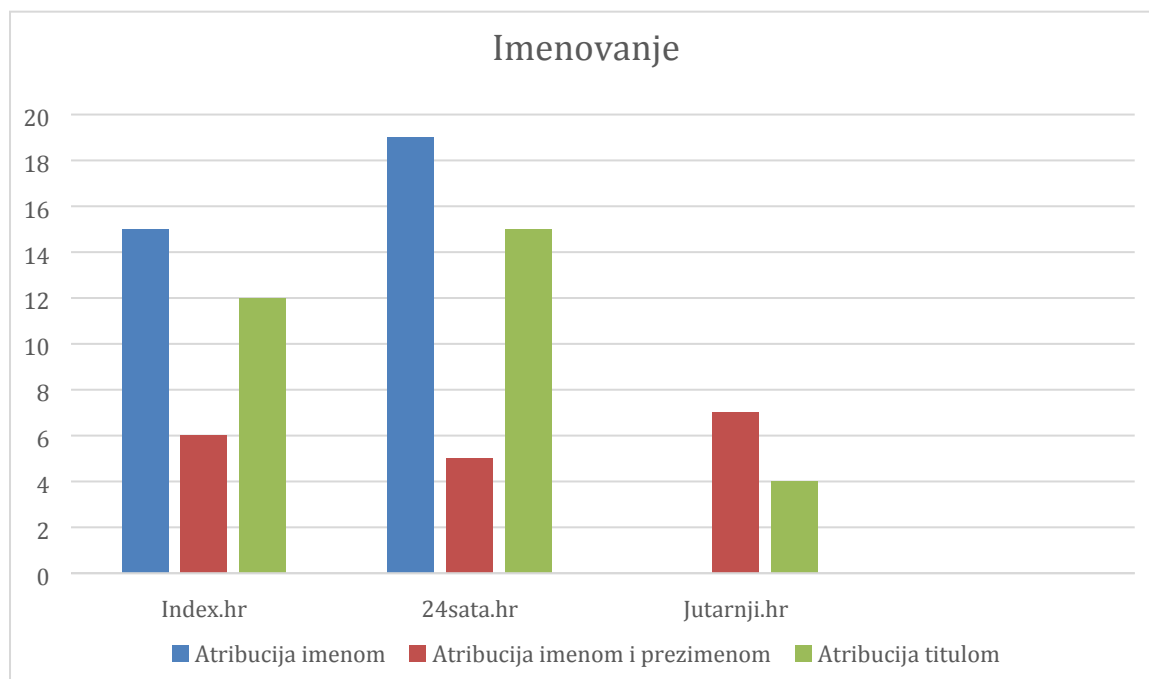
Položaj Kolinde Grabar-Kitarović kao najvažnije žene na hrvatskoj političkoj sceni dovodi do toga da se njezin položaj opisuje uzvišenim pojmovima: „na drugome mjestu je Nitko, ispred kojeg je, pak, Kolinda Grabar-Kitarović, koja je opet postala kraljica Hrvata i vrh top liste” (24sata.hr, 8. rujna 2018). Ona dakle, nije državnica izabrana demokratskim putem (predsjednica), već je položaj naslijedila (kraljica). Također, predsjedničini se uspjesi u tekstu opisuju kao „naklonost neba”: „Kolinda je imala naklonost neba - u lipnju je briljirala na Svjetskom prvenstvu, nakon njega su došle Sinjska alka, utrka lađara na Neretvi i Utrka na prstenac, nakon čega se primila knjige i počela završne operacije u akciji doktorat” (24sata.hr, 8. rujna 2018). Zanimljivo je kako se navedeni događaji u kojima je Kolinda Grabar-Kitarović sudjelovala opisuju sintagmom s kršćanskim prizvukom. Implicirano je,

dakle, da predsjednica svoju popularnost duguje ne vlastitim zaslugama, već vanjskim silama na koje nitko ne može utjecati.

No, osim samih izjava Kolinde Grabar-Kitarović u kojima se ona postavlja u poziciju državnice-majke, i nju se samu stavlja u okvir majčinstva. Kolumna Viktora Ivančića s naslovom "Komentar Viktora Ivančića: Kikin dnevnik" (Index.hr, 10. studenog 2018) opisuje atmosferu u uredu predsjednice na sljedeći način: „nekoliko brižno odnjegovanih živih bića i više komada stilskoga namještaja, gospođa Kolinda Grabar-Kitarović, uzorno nasmiješena, pozicionirana je u sredini, s njene desne strane je novinar, s lijeve glavni urednik, dok se kujica Kika s uzdignutim repom nalazi u prednjem planu. Prizor je koliko simetričan toliko i idiličan: državica i tri kućna ljubimca" (Index.hr, 10. studenog 2018). Korištenje izraza „odnjegovana živa bića" upućuje na skrb i brigu, a novinar i urednik su izjednačeni s predsjedničinih psom i pozicionirani kao kućni ljubimci Kolinde Grabar-Kitarović. Ona je, dakle, krotiteljica koja je pripitomila svoje životinje i od njih napravila poslušne kućne ljubimce: „ni jedna od pripitomljenih životinja nije na uzici" (Index.hr, 10. studenog 2018).

U člancima objavljenima na portalu Index.hr u razdoblju od 1. rujna do 30. studenog 2018. godine nije uočen stereotip o Kolindi Grabar-Kitarović kao „željeznoj dami". S obzirom da stereotip „željezne dame" uključuje političarke koje se ponašaju poput muškaraca (Carlin i Winfrey, 2009), nije čudno što se stereotip nije pojavio u slučaju predsjednice. Ona je portretirana na način da je često predmetom seksualne objektivacije, najčešće zbog odjeće i variranja s tjelesnom masom, ali i zbog odnosa sa svojim muškim kolegama, koji se prikazuju kao prisni romantični odnosi. Također, javlja se stereotip ljubimice koji o predsjednici često govori ponižavajućim tonom ili se njezino ponašanje opisuje terminima kojima se obično opisuje ponašanje djeteta. Uz sve navedeno jasno je zašto se stereotip „željezne dame" ne javlja, jer je u suprotnosti s načinom na koji je Kolinda Grabar - Kitarović portretirana na portalu Index.hr.

#### 4.1.4. Samo Kolinda, bez prezimena i titule



Grafikon 5. Imenovanje predsjednice na portalima

Osim stereotipa potrebno je obratiti pozornost i na način na koji je predsjednica imenovana. Atribucija imenom javlja se u 15 od ukupno 25 članaka objavljenih na portalu Index.hr. To znači da je predsjednica imenovana osobnim imenom u 60 %, odnosno više od polovice članaka. Na online portalu Jutarnjeg lista ne javlja se atribucija imenom, a predsjednica je imenovana imenom i prezimenom u svih sedam članaka u kojima je utvrđen stereotip. Također, atribucija titulom javlja se u četiri članka. Na portalu 24sata.hr atribucija imenom javlja se u 19 od 26 članaka, što iznosi 73 % svih članaka u kojima je identificiran stereotip. Kao što je već utvrđeno (Cameron, 1992, prema Carlin i Winfrey, 2009: 328-329; Vrtič i Car, 2016: 153), imenovanje osobnim imenom služi smanjenju autoriteta političarke. Predsjednica je imenom često imenovana u naslovu, kao što pokazuju sljedeći primjeri:

„Kolinda u Parizu plijenila pažnju elegantnim stajlingom” (Index.hr, 11. studenog 2018)

„Kolinda je napokon otkrila čega se zapravo boji” (Index.hr, 28. studenog 2018)

„Monika Bellucci, Kolinda, Halid i Opća Opasnost na istoj dijete” (24sata.hr, 7. listopada 2018).

Osobito je zanimljiv posljednji primjer u kojem je predsjednica smještena u sredinu naslova - nakon glumice Monike Bellucci i prije pjevača Halida Bešlića. Njezina pozicija između dvaju zabavljača jasno ukazuje da je i ona jedna od njih - u ulozi zabave naroda.

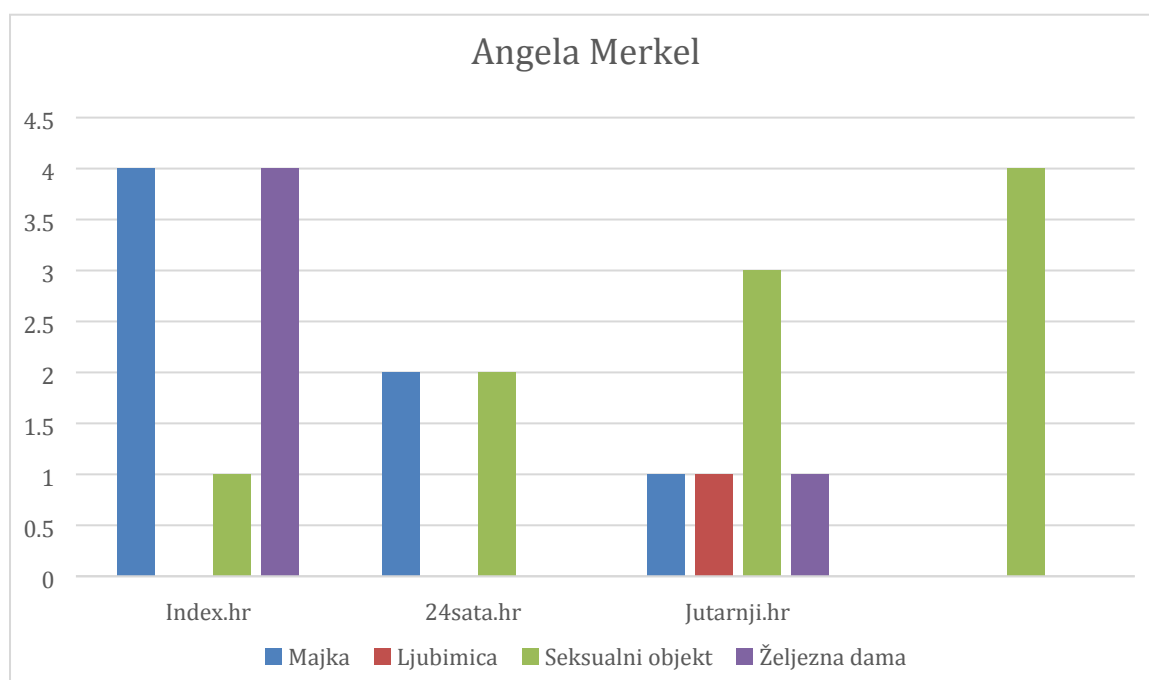
Predsjednica se imenom i prezimenom imenuje u devet članaka na portalu Index.hr, što čini 36 % ukupnog broja članaka u kojima je identificiran stereotip. Atribucija nadimkom je osim u članku u kojem je imenovana kao „Kolinda Labudar Jezerović” primijenjena u članku „Komentar Viktora Ivančića: Kikin dnevnik” (Index.hr, 10. studenog 2018.), gdje se predsjednicu oslovljava s „Njena Suvišnost” (Index.hr, 10. studenog 2018.). Segolene Royal se u medijima povremeno nazivalo „gazelom“ (Campus, 2013:66). Upotrebom nadimaka koji dolaze iz životinjskog svijeta očito se priziva stereotip ljubimice, ponižava se političarke, a upućuje i na zaštitnički stav prema političarkama koje su portretirane kao nesposobne za brigu za same sebe, a a kamoli za brigu o politici.

Osim što se tim nazivom nastoji ukazati na suvišnost, odnosno nepotrebnost predsjednice, ima ulogu ismijavanja podsjećajući na sintagme kojima se imenuju članovi monarhije (Njena Uzvišenost). Time se ponovno priziva stereotip majke, koja se može javiti u monarhističkoj ulozi kraljice, odnosno vladarice, majke nacije. Atribucija titulom javlja se u devet članaka, odnosno u 36 % ukupnog broja članaka. Atribucija titulom javlja se usporedno s atribucijom imenom i prezimenom, a pojavljuje se i sintagma „hrvatska predsjednica” (Index.hr, 19. listopada 2018.). Ipak, najčešće je korištena atribucija imenom, osobito u naslovima. Iako se korištenje isključivo imena u naslovima može opravdati uštedom prostora, očito je da je imenovanje još jedan način na koji se smanjuje politička moć Kolinde Grabar-Kitarović, a zabilježeni su i slučajevi korištenja nadimaka koji ismijavaju predsjedničin položaj. Atribucija imenom i prezimenom najčešća je na početku teksta, kada se često javlja u kombinaciji s titulom.

Atribucija imenom i prezimenom javlja se u pet članaka na portalu 24sata.hr, odnosno u 19 % članaka. Atribucija nadimkom uočena je u jednom članku, gdje se predsjednica oslovljava nadimkom „Koli”: „Pomela konkurenciju: Koli ima čak 750.000 pratitelja na Fejsu” (24sata.hr, 4. studenog 2018.). Upotreba nadimka koji je karakterističan za vrlo prisne odnose upućuje na stereotip ljubimice, gdje se predsjednicu ponovno podjetinjuje upotrebom nadimka.

## 4.2. Angela Merkel

Za razliku od stereotipa o Kolindi Grabar-Kitarović, stereotipi o drugim političarkama se na portalu Index.hr javljaju razmjerno rijetko. Stereotipi o njemačkoj kancelarki Angeli Merkel utvrđeni su u ukupno sedam članaka od njih 128 u kojima se ona spominje. To znači da se stereotipi o Angeli Merkel javljaju u 5,4 % svih članaka o njoj. Stereotip majke javlja se u četiri članka, odnosno u 3,1 % svih članaka o Angeli Merkel. Jednako često javlja se i stereotip „željezne dame”, dakle također u 3,1 % svih članaka. Stereotip ljubimice se javlja u jednom članku, kao i stereotip seksualnog objekta.



Grafikon 6. Učestalost pojave različitih stereotipa prilikom izvještavanja o Angeli Merkel

Na portalu 24sata.hr su u razdoblju od 1. rujna do 30. studenog 2018. godine objavljena 42 članka u kojima se spominje Angela Merkel. Prisutnost stereotipa utvrđena je u dva članka, odnosno 4,8 % svih članaka. U oba slučaja riječ je o stereotipu majke. Na online portalu Jutarnjeg lista objavljen je 151 članak u kojem se spominje Angela Merkel. Postojanje stereotipa utvrđeno je u dva članka, odnosno u 1,3 % svih članaka. U članku s naslovom „'Mutti Europa' već dugo gubi moć, ali i dalje živi u svijetu koji je sama politički kreirala”

(Jutarnji.hr, 5. studenog 2018.) utvrđena je pojava tri stereotipa: majke, ljubimice i željezne dame. Nije utvrđeno postojanje seksualne objektivacije.

#### 4.2.1. Neemotivna i distancirana „željezna dama“

Stereotip „željezne dame” javlja se u različitim oblicima. Članak objavljen 18. rujna u naslovu govori: „Merkel natjerala šefa njemačke obavještajne službe da podnese ostavku” (Index.hr, 18. rujna 2018.). Međutim, u tekstu koji slijedi situacija je opisana na sljedeći način: „Nakon razdoblja nesuglasica u svojoj koaliciji, njemačka kancelarka Angela Merkel je odlučila otpustiti šefa unutarnje obavještajne službe” (Index.hr, 18. rujna 2018.). Dakle, njezino odlučivanje o otpuštanju službenika opisano je na način kao da je riječ o prisili, što se može povezati sa stereotipom „željezne dame”.

Stereotip se također pojavljuje u smislu njezinog neemocionalnog nastupa: „Merkel je na to došla do nje, zagrlila je i pokušala je utješiti, no samo je učinila stvari još gorima. „Obavila si dobar posao”, rekla joj je Merkel, kao da se radilo o razgovoru za posao, ispadajući samo još više prijetvorna i hladna” (Index.hr, 1. studenog 2018). Angela Merkel kao „željezna dama” ne uspijeva pružiti emocionalnu podršku, već ostaje „hladna”. Također, napominje se da nije bliska s drugim političarima: „Osim donekle s Obamom, s ostalim svjetskim liderima ciljano nije izgradila prisnije odnose” (Index.hr, 31. listopada 2018.). Prilikom izvještavanja o Hillary Clinton koriste se slične riječi, te se ona opisuje kao „kalkulirana” i „hladna” (Crowther, 2007 prema Carlin i Winfrey, 2009: 337).

Vidimo da je ovdje riječ o situaciji u kojoj političarke ne mogu pobijediti: opušten, prislan stil komunikacije Kolinde Grabar-Kitarović znači da je česta žrtva seksualne objektivacije, dok Angela Merkel ne ostvaruje bliske odnose sa drugim državljanima, te postaje „željezna dama”. Što god činile i kako god se ponašale, političarke su žrtve stereotipa.

Zanimljiv je odabir riječi koje se koriste za opis političke situacije oko Angele Merkel. Članak naslova „Deutsche Welle: Ovo je demontaža Angele Merkel” (Index.hr, 26. rujna 2018.). koristi riječi poput „tabor” „liderica” i „snažan udarac”. Riječ je o izrazima koji se mogu pronaći u vojnoj terminologiji, te pristaju uz stereotip „željezne dame”.



#### 4.2.2. „Mutti Europa“

Stav Angele Merkel doveo je do toga da je u medijima nazivaju „Mutti” (njem. mama), kako opisuje članak: „mudra i staložena „mutti” (kako joj Nijemci, ironično ili ne, tepaju) čija je riječ zadnja ili bez čijeg pristanka barem nema pomaka u rješavanju gorućih pitanja” (Index.hr, 1. studenog 2018). Ovdje je vidljiv stereotip majke čija je riječ uvijek zadnja - riječ je o majci s autoritetom, što se može povezati sa stereotipom „željezne dame”. Vidljivo je da se stereotipi mogu kombinirati na različite načine.

Na Angelu Merkel kao „Mutti” osvrće se i online portal Jutarnjeg lista s člankom „'Mutti Europa' već dugo gubi moć, ali i dalje živi u svijetu koji je sama politički kreirala” (Jutarnji.hr, 5. studenog 2018). Također, opisan je put njemačke kancelarke iz jednog stereotipa u drugi, od ljubimice do majke: „od Kohlove „Djevojčice” („mein Mädchen” tepao joj je prije negoli ga je smaknula) prometnula u njemačku Mamicu” (Jutarnji.hr, 5. studenog 2018). Nekad politička štíćenica Helmuta Kohla, koja ga je metaforički „smaknula”, postala je majka Njemačke. Vidljivo je da je za prijelaz od ljubimice do majke iz podređenog položaja u položaj autoriteta potrebno ukloniti političara koji je bio ključan faktor političkog napretka političarke. Ali, nisu samo politički mentori odgovorni za uspjeh - ponekad je potrebno zahvaliti i političkim suparnicima, čiji neuspjeh pasivnim putem dovodi do uspjeha političarke: „Na vlast je doveo ego glavnog suparnika” (Index.hr, 31. listopada 2018). Time se uspjeh Angele Merkel prikazuje kao slučajnost, nešto što ona nije postigla vlastitim zaslugama, već je rezultat spleta okolnosti u kojima je muškarac podbacio.

Sama Angela Merkel sada je u mogućnosti imati vlastitu štíćenicu, kako pokazuju članci: „Štíćenica Angele Merkel poslala oštro upozorenje koalicijskim partnerima“ (Index.hr, 25. listopada 2018) i „Merkelina štíćenica Annegret cilja na kancelarski položaj” (24sata.hr, 7. studenog 2018). U poziciji štíćenice nalazi se Annegret Kramp-Karrenbauer, kojoj su mediji nadjenuli nadimak „AKK” (24sata.hr, 7. studenog 2018). U članku „Angela Merkel nosi prezime bivšeg muža, a sa sadašnjim se rijetko pojavljuje” (Index.hr, 2. studenog 2018) doznaje se da prezime kojim se Angelu Merkel ponekad imenuje zapravo pripada njezinom bivšem mužu. Također, kao neobičnost istaknuto je to što u javnosti rijetko nastupa u pratnji muža, a istaknute su i njezine kulinarske sposobnosti: „njezinom privatnom životu se malo

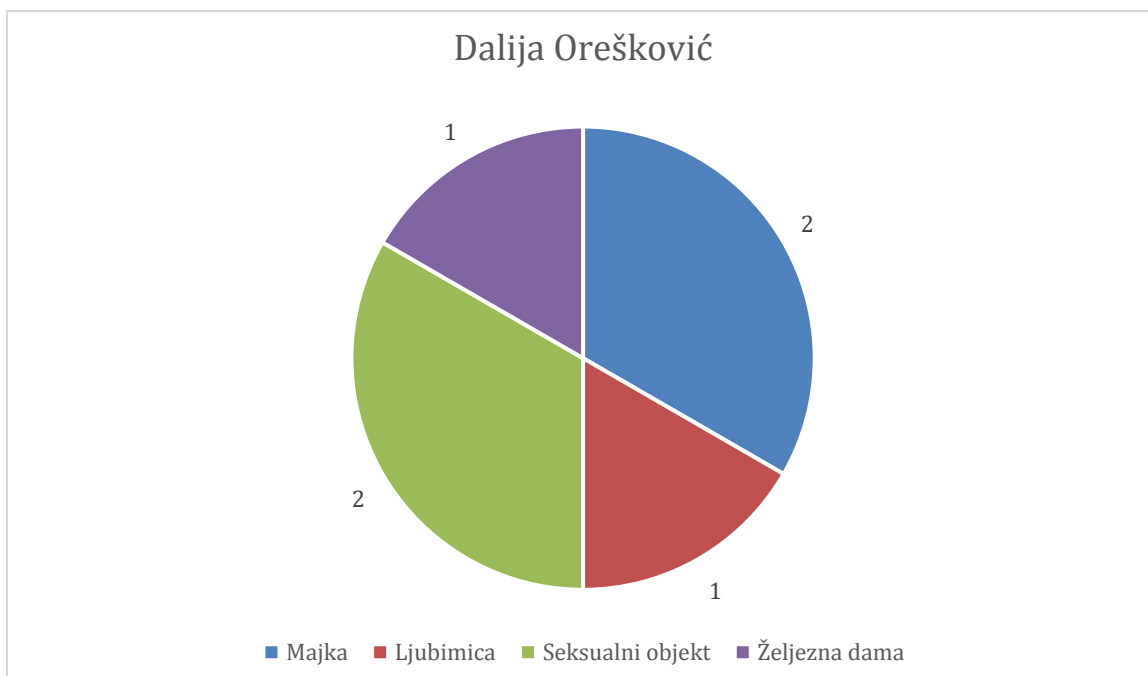
zna. Ipak, poznato je da je odlična kuharica, a njezin specijalitet je torta od šljiva” (Index.hr, 2. studenog 2018).

Angela Merkel također se javlja u ulozi majke koja pomiruje dvije zaraćene strane: „Merkel razgovarala s Putinom i Porošenkom, pokušala smiriti tenzije” (Index.hr, 27. studenog 2018) u kojem se Angela Merkel nalazi u ulozi majke koja pomiruje i posreduje u tenzijama između Ukrajine i Rusije. Na sličan način, Hillary Clinton opisana je kao „majka koja grdi svoje dijete“ (Cocco, 2008). Političarke, dakle, ne mogu posredovati u političkim odnosima bez pozivanja na njihovu majčinsku ulogu.

Angela Merkel se u člancima na portalu Index.hr najčešće imenuje imenom i prezimenom (u četiri od sedam članaka u kojima je identificiran stereotip), a umjesto imena, pojavljuje se imenovanje prezimenom - samo „Merkel”. I to je moguće povezati sa stereotipom željezne dame, koju se poput muškarca oslovljava prezimenom, za razliku od Kolinde Grabar-Kitarović koju se obično oslovljava imenom.

#### 4.3. Dalija Orešković

Druge se političarke rjeđe pojavljuju kao žrtve stereotipa. Od ukupno 59 članaka koliko je u zadanom vremenskom periodu objavljeno na sva tri portala, stereotipi su zamijećeni samo na 24sata.hr. Stereotip majke pojavljuje se dva puta, kao i stereotip seksualne objektifikacije. Stereotipi „željezne dame“ i ljubimice javljaju se jednom u dva odvojena članka.



Grafikon 7. Pojava stereotipa prilikom izvještavanja o Daliji Orešković na portalu 24sata.hr Članak objavljen 4. studenog pod naslovom: „Boje li se političari Dalije Orešković?” (Index.hr, 4. studenog 2018) identificira Daliju Orešković kao izuzetno sposobnu ženu: „Njeni posljednji nastupi u medijima uzburkali su mnoge vode, no rijetki akteri političke scene žele komentirati njene najave o promjeni karijere. (...) No čini se da članovi glavnih stranaka u Hrvatskoj nisu baš spremni komentirati političke ambicije žene koja je stekla povjerenje javnosti svojim radom u Povjerenstvu za sprečavanje sukoba interesa” (Index.hr, 4. studenog 2018).

Ovdje je riječ o novoj ženi na hrvatskoj političkoj sceni, koja još uvijek nije potpuno medijski određena, ali vidljiv je potencijal za položaj „željezne dame” koja kod svojih kolega može izazivati strah, kao što je navedeno u naslovu. Taj je strah vidljiv kod izvještavanja o Hillary Clinton, koja muškarcima oduzima muževnost a njezini su sljedbenici nazvani „kastratima“ (Fortini, 2008). S druge strane, članak „Misterij Dalije Orešković: Sjela je na mjesto hrvatske heroine...” (24sata.hr, 4. studenog 2018.) pozicionira Daliju Orešković kao novu spasiteljicu Hrvatske, a autore članka iznenađuje njezina odlučnost koju povezuju s tjelesnom građom: „Ta naizgled krhka žena očito zna što hoće” (24sata.hr, 4. studenog 2018). Vidljivo je kako fizički izgled i tjelesna konstitucija političarke mogu utjecati na to kako će ona biti percipirane njezine osobine važne za političku karijeru, poput odlučnosti.

Dalija Orešković se gotovo uvijek imenuje imenom i prezimenom, što se može pripisati i njezinoj relativno novoj pojavi na hrvatskoj političkoj sceni - još uvijek se nije stigla „udomačiti” kako bi zaslužila nadimak ili oslovljavanje samo imenom. Njezina svježa pojava znači i da je postala žrtvom seksualne objektivacije na drugačiji način. Članak s naslovom „Bernardića je odbila, a red za njezinu naklonost je dugačak” (24sata.hr, 29. listopada 2018.) opisuje političku koaliciju s Dalijom Orešković terminima koji se odnose na brak i udaju. “Dalija Orešković je najpoželjnija politička udavača u Hrvatskoj. Svi joj se nude, svi žele njezinu naklonost, svi bi koaliciju, savez, zajedničku platformu...” (24sata.hr, 29. listopada 2018.) navode autori članka, izjednačavajući pritom političku borbu s borbom za nečiju romantičnu naklonost.

#### 4.4. Bruna Esih

Zanimljiv je slučaj Brune Esih koja se na portalu 24sata.hr spominje u 18 članaka, od čega su identificirana tri članka koji koriste stereotipe. Stereotipi nisu primijećeni na druga dva portala. U sva tri slučaja riječ je o stereotipu ljubimice. U članku „Esih premijeru: „U ovom ratu anemija vam nije opravdanje”” (24sata.hr, 14. studenog 2018) navodi se da joj je premijer Andrej Plenković dao „plus u zalaganju na drugom postavljenom pitanju” (24sata.hr, 14. studenog 2018). Plusevi u zalaganju karakteristični su za niže razrede osnovne škole, a korištenjem stereotipa ljubimice Bruna Esih vraćena je u školske klupe, uz učitelja - političara koji bi trebao biti njezin ravnopravni kolega. Vidljivo je prikazivanje političarke kao manje zrele i sposobne od svojih kolega, što Wood (2009: 34) navodi kao primjer stereotipa političarke kao ljubimice. Vraćanje Brune Esih u školske klupe znači prikazivanje nje kao djeteta, što je također obilježje stereotipa ljubimice (Carlin i Winfrey, 2009: 336),

U članku „U obračunu s Esih Plenković se pokazao kao diletant i licemjer” (24sata.hr, 20. rujna 2018) političarka je opisana kao „sirota Bruna Esih” (24sata.hr, 20. rujna 2018). Riječ sirota upućuje na pasivnost položaja političarke koja se našla na „meti” premijera, iako je sudjelovala u raspravi i nije bila tek žrtva sudbine. Stereotip ljubimice dovodi, dakako, do toga da već i sama Bruna Esih mora odgovarati na pitanja o tome tko joj je zaštitnik: „Na pitanje je li u pozadini njezine stranke Tomislav Karamarko kao i je li on njezin politički mentor, Esih je kazala da nikada nije tražila političke mentore i nikada ih nije ni imala” (24sata.hr, 21. rujna 2018). To je usporedivo sa slučajem Lise Murkowski, koja je u medijima

također prikazivana kao ovisna o moći svojih političkih mentora (Fridkin i Kittilson, 2007 prema Bystrom, 2009: 243), te s Hillary Clinton, čiji je suprug Bill opisivao kao „strateg iza kulise“ (Healy, 2007 prema Carlin i Winfrey, 2009: 336-337).

#### 4.5. Blaženka Divjak

Ministrica znanosti i obrazovanja, Blaženka Divjak, spominje se u 77 članaka objavljenih na portalu 24sata.hr u zadanom razdoblju, a upotreba stereotipa zabilježena je u jednom članku. U članku s naslovom „Ljutnja je postala ministričina supermoć. Bolje rečeno, nemoć“ (24sata.hr, 21. rujna 2018) opisuju se česti problemi u Ministarstvu znanosti i obrazovanja, a emocionalno stanje Blaženke Divjak opisuje se kao ljuto. Međutim, ljutnja ovdje nije pozitivna emocija, i političarka je zbog svojih emocija spriječena u kvalitetnom obavljanju svog posla: „Od silne ljutnje Divjak nema vremena obavljati svoj posao“ (24sata.hr, 21. rujna 2018). Slično se dogodilo Hillary Clinton čije su se reakcije za vrijeme debata opisivale kao „ispadi“ (Watson, 2008, prema Carlin i Winfrey, 2009: 337). Vidljivo je da političarke ne mogu iskazati svoje emocije bez da budu potretirane kao slabe ili nesposobne za politički posao.

Stereotip političarke koja je, kao žena, nesposobna svladati vlastite emocije te nesposobna za kvalitetno raspolaganje političkom moći nije rijetkost. Također, isti članak navodi sljedeće: „Možda je došlo vrijeme da Divjak tu svoju stalnu ljutnju kanalizira u nešto konkretno i pozitivno. Ovako, podsjeća na Bena Stillera u komediji „Mystery Men“ čija je glavna supermoć bila ljutnja. Koja nije polučila neke rezultate i svodila se na bjesomučno udaranje po haubi automobila“ (24sata.hr, Klauški, 21. rujna 2018.). Usporedba s likom iz komedije očito nastoji karikirati ponašanje ministrice na način koji se može povezati sa stereotipom ljubimice. Političarka je ljuta, njezina ljutnja ju sprječava u normalnom radu, a cjelokupno ponašanje podsjeća na scenu iz komedije, a ne na normalnu svakodnevicu na hrvatskoj političkoj sceni.

## 5. Zaključak

Iz navedenih podataka vidljivo je da se stereotipi o političarkama na hrvatskoj medijskoj sceni doista pojavljuju. Time je potvrđena prva hipoteza da mediji prilikom izvještavanja koriste stereotipe majke, seksualnog objekta, ljubimice i „željezne dame” kako bi umanjili njihovu političku moć. Najčešći stereotip prilikom izvještavanja o Kolindi Grabar-Kitarović je stereotip seksualnog objekta, a on se javlja i prilikom izvještavanja o drugim političarkama, kao što su Dalija Orešković i Angela Merkel. Stereotip seksualne objektivacije se osim na izgled i odjeću političarke fokusira i na njezine odnose s muškim kolegama, te se opisuje korištenjem riječi kao što su „prisnost” i „zaljubljenost”. U slučaju Angele Merkel on je zamijećen prilikom opisa njezinog osobnog života, dok se osobni život Kolinde Grabar-Kitarović rijetko spominje u medijima.

Zanimljivo je da se stereotip Kolinde Grabar-Kitarović kao majke nikada ne javlja u svom elementarnom obliku, iako je predsjednica majka dvoje djece. Time je izbjegnuta stereotip koji se obično javlja u američkim medijima, gdje se postavlja pitanje hoće li političarka zbog obveza prema obitelji zanemarivati svoje političke dužnosti. Također, pornifikacija, koja se definira kao korištenje izraza i prizivanje stereotipa povezanih s domenom pornografije, nije zamijećena prilikom izvještavanja, osim u jednom članku. To se može pripisati razdoblju koje je obuhvaćeno istraživanjem, jer se pornifikacija najčešće pojavljuje u vrijeme prije izbora, kada je aktivna politička promocija, kao i napadnje političkih suparnika.

Stereotip „željezne dame” nije prisutan prilikom izvještavanja o Kolindi Grabar-Kitarović, ali se često pojavljuje prilikom izvještavanja o njemačkoj kancelarki Angeli Merkel. Time su druga i treća hipoteza djelomično potvrđene, jer pojava različitih stereotipa ovisi o određenoj političarki i njezinim prethodnim medijskim nastupima. Hladni, neemocionalni stil vladanja Angele Merkel znači da neće biti optužena za iracionalnost i nesavladive emocije kao Kolinda Grabar-Kitarović, ali bilo kakvo iskazivanje emocija dovodi do sumnje ili se opisuje kao nespretno ili neiskreno. Kolinda Grabar-Kitarović najčešće se prikazuje korištenjem seksualne objektivacije usmjerene na fizički izgled, dok se Bruna Esih opisuje korištenjem stereotipa ljubimice, ovisne o moćnijim muškarcima oko sebe. Vidljivo je da stereotip političarke kao seksualnog objekta nije nužno najčešći stereotip za svaku političarku, već pojava stereotipa ovisi o drugim faktorima.

Također, različite su političarke različito zastupljene prema broju stereotipa na različitim portalima. Kao predsjednica države i najvidljivija osoba na hrvatskoj političkoj sceni, ne čudi što se Kolinda Grabar-Kitarović pojavljuje u najviše članaka i što su stereotipi o njoj najčešći. Stereotipi o Kolindi Grabar-Kitarović najčešći su na portalu 24sata.hr, gdje se pojavljuju u 9,5 % slučajeva. Nakon toga slijedi Index.hr s 7,5 %. Jutarnji list je na posljednjem mjestu s 3,1 % slučajeva u kojima se pojavljuje stereotip.

Situacija je nešto drugačija u slučaju Angele Merkel, gdje se stereotipi najčešće pojavljuju na portalu Index.hr (5,4 % slučajeva). Nakon toga slijedi 24sata.hr (4,8 % slučajeva), a na posljednjem mjestu je ponovno online portal Jutarnjeg lista s pojavljivanjem stereotipa u 1,3 % članaka.

Druge se političarke razmjerno rijetko pojavljuju u člancima kao žrtve stereotipa, a i prisutna je veća raznolikost prilikom medijskog portretiranja. Tako se Daliju Orešković opisuje i kao moguću „željeznu damu” koja još nije ostvarila svoj potencijal, ali i kao krhku ženu za čiju se naklonost bori većina političke scene. Neke se političarke, unatoč relativno čestom pojavljivanju u člancima, rijetko bivaju podvrgnute stereotipnom izvještavanju. Od ukupno 184 članka u kojima se spominje Blaženka Divjak, stereotip je identificiran samo u jednome od njih. Neki od navedenih članaka tek usputno spominju političarke kao sudionice određenih događaja ili se poziva na njihovu službenu dužnost, bez detaljnijih analiza njihove političke osobe koje obično rezultiraju stereotipizacijom.

Osim korištenjem stereotipa, politička moć političarki umanjuje se imenovanjem koje također podržava stereotipe, najčešće atribucijom samo osobnim imenom ili korištenjem nadimaka. Korištenje samo osobnog imena karakteristično je za izvještavanje o predsjednici Kolindi Grabar-Kitarović, dok se njemačka kancelarka Angela Merkel češće oslovljava samo prezimenom, te je vidljivo da i način imenovanja može podržavati dominantne stereotipe.

Važno je napomenuti da je ovo istraživanje ograničeno brojem portala uključenih u analizu te razdobljem koje je analizirano. Za izvođenje daljih zaključaka o medijskoj reprezentaciji političarki bilo bi osobito zanimljivo provesti slično istraživanje u vrijeme predizborne utrke, kada je osobito važan način na koji se političarke nastoje pozicionirati u medijima, kao i na koji način ih sami mediji portretiraju.

Ovo istraživanje pokazuje da je izvještavanje o političarkama u Hrvatskoj opterećeno stereotipima koji dodatno umanjuju političku moć akterica. S obzirom na nizak postotak političarki koje su prisutne u našem parlamentu, sigurno je da stereotipno medijsko izvještavanje ne pomaže u stvaranju zdravije demokratske atmosfere u kojoj će žene biti u potpunosti ravnopravne pri osvajanju i zadržavanju političke moći. Borba za ravnopravnost je duga i nastavlja se dalje.



## 6. Literatura

1. Bligh, Michelle C., Michele M. Schlehofer, Bettina J. Casad i Amber M. Gaffney (2011) Competent Enough, But Would You Vote For Her? Gender Stereotypes and Media Influences on Perceptions of Women Politicians. *Journal of Applied Social Psychology*, 42 (3): 560-597.
2. Bratonja Martinović, Ljerka (2016) Političarke su u Hrvatskoj opet "rezerve": Novi saziv Sabora "najmuškiji" je od svih dosad". *Novi list*. <http://novolist.hr/index.php/Vijesti/Hrvatska/Politicarke-su-u-Hrvatskoj-opet-rezerve-Novi-saziv-Sabora-najmuskiji-je-od-svih-dosad> (pristupljeno 5.7. 2019.)
3. Bystrom, Dianne (2012) Advertising, websites, and media coverage: Gender and communication along the campaign trail. U: C.S. Rosenthal (ur.) *Women Transforming Congress*. Norman: University of Oklahoma Press: 145-159.
4. Carlin, Diana B. i Kelly L. Winfrey (2009) Have You Come a Long Way, Baby? Hillary Clinton, Sarah Palin, and Sexism in 2008 Campaign Coverage. *Communication Studies*, 60 (4): 326-343
5. Campus, Donatella (2013) *Women political Leaders and the Media*. London: Palgrave Macmillan.
6. Cocco, Marie (2008) Misogyny I won't miss. *The Washington Post*. <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/05/14/AR2008051403090.html> (pristupljeno 5.7. 2019.)
7. Fairclough, Norman (1995) *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. Essex: Longman Group Limited.
8. Fairclough, Norman (2012) Critical discourse analysis. U: James Paul Gee i Michael Handford (ur.) *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*. Oxon: Routledge.
9. Fortini, Amanda (2008) The Feminist Reawakening: Hillary Clinton and the Fourth Wave. *New York Magazine*.
10. Garber, Megan (2008) Play Misty for Me. *Columbia Journalism Review*.
11. Goldfarb, Lilia (2015) Pornification. *The International Encyclopedia of Human Sexuality*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
12. Grbeša, Marijana i Tihana Tomičić (2014) Izbori za Europski parlament u hrvatskim medijima: analiza sadržaja izvještavanja tiska o europskim izborima 2013. u Hrvatskoj. *Medijske studije*, 5 (9): 19-42.
13. Habermas, J. (1975) *Saznanje i interes*. Beograd: Nolit.

14. Halmi, Aleksandar, Renata Belušić i Jelena Ogresta (2004) Socijalnokonstruktivistički pristup analizi medijskog diskursa. *Medijska istraživanja*, 10 (2): 35-50.
15. Kassirjian, Harold H. (1977) Content Analysis in Consumer Research. *Journal of Consumer Research*, 4: 8-18.
16. Klarić, Jasmin (2018) RAVNOPRAVNOST SPOLOVA? Dovoljno je znati ovo - Hrvatska u parlamentu ima isti broj žena kao i S. Arabija. *Novi list*. [http://www.novolist.hr/novolist\\_public/Vijesti/Hrvatska/RAVNOPRAVNOST-SPOLOVA-Dovoljno-je-znati-ovo-Hrvatska-u-parlamentu-ima-isti-broj-zena-kao-i-S.-Arabija](http://www.novolist.hr/novolist_public/Vijesti/Hrvatska/RAVNOPRAVNOST-SPOLOVA-Dovoljno-je-znati-ovo-Hrvatska-u-parlamentu-ima-isti-broj-zena-kao-i-S.-Arabija) (pristupljeno 5.7. 2019.)
17. Kolar, Mira (2007) Podravka Mara Matočec, prva seljačka književnica i političarka u hrvatskom seljačkom pokretu (1918—1940). *Podravina*, 12 (6): 5-25.
18. Matić, Ružica (2017) Na današnji dan žene su u Titovoj Jugoslaviji dobile pravo glasa, a gdje smo danas? *100posto*. <https://100posto.hr/news/na-danasnji-dan-zene-su-u-titovoj-jugoslaviji-dobile-pravo-glasa-a-gdje-smo-danas> (pristupljeno 5.7. 2019.)
19. McIntosh, Heather (2013) Women and politics in the media. *Global Media Journal - Canadian Edition*, 6 (2): 99-104.
20. Miller, Zoe (2019) When women got the right to vote in 25 places around the world. *Insider*. <https://www.insider.com/when-women-around-the-world-got-the-right-to-vote-2019-2> (pristupljeno 5.7. 2019.)
21. Paul, Pamela (2005) *Pornified: How Pornography Is Transforming Our Lives, Our Relationships, and Our Family*. New York: Times Books.
22. Popović, Helena i Josip Šipić (2013) Žene i izbori: između 'glasa' medija i 'glasa' političkih akterki. U: Zorica Siročić i Leda Sutlović, ur. *Širenje područja političkog: novi pogledi na političku participaciju žena*. Zagreb. Centar za ženske studije: 193-232.
23. Seelye, Katahrine O. i Julie Bosman (2008) Media Charged With Sexism in Clinton Coverage. *The New York Times*.
24. Semetko, Holli i Hajo G. Boomgaarden (2007) Reporting Germany's 2005 Bundestag Election Campaign: Was Gender an Issue?. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 154 (12): 154-172.
25. Strijbos, Jan Willem, Rob Martens, Frans Prins i Wim Jochems (2006) Content analysis: What are they talking about?. *Computers and Education*, 46: 29-48.

26. Šinko, Marjeta (2012) Žene u hrvatskoj politici: desetljeće istraživanja stavova građana i građanki. U: Zorica Siročić i Leda Sutlović, ur. *Širenje područja političkog: novi pogledi na političku participaciju žena*. Zagreb. Centar za ženske studije: 235-259.
27. Tolić, Barbara (2016) Žene u Jugoslaviji dobile pravo glasa. *Studentski.hr*. <http://studentski.hr/vijesti/na-danasnji-dan/zene-u-jugoslaviji-dobile-pravo-glasa> (pristupljeno 5.7. 2019.)
28. Trueman, C N (2019) Women And Parliament. *History Learning Site*. <https://www.historylearningsite.co.uk/british-electoral-history-since-1832/women-and-parliament/> (pristupljeno 5.7. 2019.)
29. Vasby Anderson, Karrin (2011) Rhymes with Blunt: Pornification and U. S. Political Culture. *Rhetoric and Public Affairs*, 14 (2): 327-368).
30. Vega Montiel, Aimee (2015) News Media Coverage of Women. *Asia Pacific Media Educator*, 25 (2): 182-193.
31. Vrtič, Ivana i Viktorija Car (2016) Manipulacija u medijskom diskursu: kritička analiza diskursa naslova najposjećenijih hrvatskih online medija o hrvatskoj predsjednici Kolindi Grabar-Kitarović. U: Car, Viktorija, Marijana Matović i Lejla Turčilo (ur.) *Mediji i javni interes*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti i Hanns Seidel Stiftung. 145-165.
32. Wood, Julia T. (2009) *Gendered Lives: Communication, Gender, and Culture*. Boston: Wadsworth Cengage Learning.
33. Yee, Hannah-Rose i Moya Crockett (2018) 10 woman politicians who came „first“, from Nancy Astor to Diane Abbott. *Stylist*, 2019.
34. Zakon o ravnopravnosti spolova (pročišćeni tekst, Narodne novine, br. 82/08.

Popis mrežnih izvora:

1. Drum.hr (2016) Žene u Hrvatskoj pravo glasa dobile su na današnji dan; 11. kolovoza 1945. godine. <http://drum.hr/zene-u-hrvatskoj-pravo-glasa-dobile-su-na-danasnji-dan-11-kolovoza-1945-godine/> (pristupljeno 5.7.2019.)
2. History.com (2010) 19th Amendment. <https://www.history.com/topics/womens-history/19th-amendment-1> (pristupljeno 5.7. 2019.)
3. Hrleksikon.info (2019) [www.hrleksikon.info/definicija/ekshibicionizam.html](http://www.hrleksikon.info/definicija/ekshibicionizam.html) (pristupljeno 5.7. 2019.)

4. Reuters Institute Digital News Report (2019) <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2019/croatia-2019/> (pristupljeno 5.7. 2019.)
5. Unwomen.org (2019) [www.unwomen.org](http://www.unwomen.org) (pristupljeno 5.7. 2019.)

## 7. Sažetak

Politička moć je danas dostupna ženama, ali ne u istoj mjeri kao i muškarcima. Cilj ovog rada jest prikazati kako korištenje stereotipa na hrvatskim news portalima umanjuje političku moć političarki. Prilikom istraživanja polazilo se od nekoliko hipoteza. Prva je prisutnost stereotipa seksualnog objekta, majke, ljubimice i željezne dame na portalima. Osim toga, pretpostavljeno je da će najčešće korišteni stereotip biti onaj o seksualnoj objektifikaciji, a da će stereotip željezne dame biti najrjeđi. Također, pretpostavljeno je da će se navedeni stereotipi najčešće pojavljivati za vrijeme izvještavanja o Kolindi Grabar-Kitarović. Prilikom istraživanja korištene su metode kvantitativne analize sadržaja te analize diskursa. Analizom su obuhvaćeni portali Index.hr, 24sata.hr i Jutarnji.hr u vremenskom razdoblju od 1. rujna do 30. studenog 2018. godine. Istraživanjem je utvrđeno da su stereotipi doista prisutni prilikom izvještavanja o političarkama, ali se javljaju u različitim intenzitetima za pojedinu političarku. Kolinda Grabar-Kitarović se najčešće pojavljuje u člancima, te je također najčešće podvrgnuta stereotipnom izvještavanju.

Ključne riječi: stereotipi, političarka, portali, analiza sadržaja, diskurs, Kolinda Grabar-Kitarović

## 8. Summary

Political power is available to women nowadays, but not in the same way as to their male counterparts. The goal of this analysis is to show how using stereotypes on Croatian news sites decreases female politicians' political power. Several hypotheses were tested, such as presence of several stereotypes (sex object, mother, pet, the Iron Lady), and their varied frequency (sex object stereotype is the most common, while the Iron Lady stereotype is the least common). The research method used were content and discourse analysis. The analyzed period was between September 1st and November 30th, 2018., on portals Index.hr, 24sata.hr and Jutarnji.hr. The analysis has shown that stereotypes are indeed present, but in various ratios for each politician. The articles about Kolinda Grabar-Kitarović are the most prevalent, just as the stereotypes about her.

Keywords: stereotypes, female politician, news sites, content analysis, discourse