

Rodne i spolne politike u medijima

Grgić, Marija

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:251:358605>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-17**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT
DIPLOMSKI STUDIJ MEDIJA I ODNOSA S JAVNOŠĆU

MARIJA GRGIĆ

RODNE I SPOLNE POLITIKE U MEDIJIMA

DIPLOMSKI RAD

MENTOR:

doc. dr. sc. Igor Gajin

Osijek, 2024.

Sažetak

Mediji su snažan alat za komunikaciju koji utječe na percepciju rodnih i spolnih uloga te nejednakosti u društvu. Tijekom povijesti, tradicionalni su mediji često prikazivali rodne stereotipe na način da muškarci i žene imaju pripisane određene uloge pri rođenju, a kroz život ih obavljaju u zajedništvu. Pojavom suvremenih medija takav se način života mijenja, društvo pripisuje muškarcima i ženama neke drugačije norme, različiti glasovi postaju vidljiviji, omogućava se reprezentacija širokog spektra rodnih i spolnih identiteta te se uključuje i LGBTQ+ zajednica. Unatoč takvom napretku, ostaju brojni izazovi medija koji društvo i dalje prikazuju na temelju rodnih stereotipa. Rodne i spolne politike u medijima pozivaju na odgovorno novinarstvo, kontinuiranu edukaciju o rodnim temama i promicanje sadržaja koji su inkluzivni i ravnopravni. Ključni cilj ovakvih politika osigurati je ravnopravnu medijsku reprezentaciju koja će dovesti do smanjenja različitosti i nejednakosti, a stvoriti novo, ravnopravno društvo. Rad je fokusiran na prikaz spola i roda u tiskanim medijima i portalima u Hrvatskoj, a cilj je prikazati i približiti problematiku stereotipnog prikaza muškarca i žene u medijima te kako se to odražava na društvo.

Ključne riječi: rodna politika, spolna politika, mediji, izazovi medija, tiskani mediji, portali

Abstract

The media is a powerful tool for communication that affects the perception of gender and external roles and inequality in society. Throughout history, traditional media have often portrayed gender stereotypes in such a way that men and women are assigned specific roles at birth, and perform them together throughout life. With the advent of modern media, this way of life is changing, society attributes different norms to men and women, different voices become more visible, the representation of a wide range of gender and external identities is enabled, and the LGBTQ+ community is also included. Despite such progress, there remain numerous challenges of the media, which continue to portray society based on gender stereotypes. Gender and foreign policies in the media call for responsible journalism, continuous education on gender issues and the promotion of content that is inclusive and equal. The key goal of such policies is to ensure equal media representation, which will lead to the reduction of diversity and inequality, and create a new, equal society. The work is focused on the representation of sex and gender in print media and portals in Croatia, and the goal is to show and approach the issue of stereotypical representation of men and women in the media and how it reflects on society.

Keywords: gender policy, foreign policy, media, media challenges, print media, portals

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom ja, Marija Grgić, potvrđujem da je moj diplomski rad pod naslovom „Rodne i spolne politike u medijima“ te mentorstvom doc. dr. sc. Igora Gajina rezultat isključivo vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio diplomskog rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranog rada, pa tako ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovog završnog/diplomskog rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

U Osijeku, _____

Potpis

Sadržaj

1. <u>Uvod</u>	5
2. <u>Metodologija rada i struktura rada</u>	6
3. <u>Rodne i spolne politike u medijima kroz povijest</u>	7
4. <u>Rodne reprezentacije u medijima</u>	8
5. <u>Rodne i spolne politike u medijima</u>	9
6. <u>Rodni stereotipi</u>	10
7. <u>Digitalni mediji i rodne politike</u>	11
8. <u>Rodne i spolne politike u tiskanim medijima (Večernji list, Jutarnji list, 24sata)</u>	13
8.1. <u>Večernji list</u>	14
8.2. <u>Jutarnji list</u>	20
8.3. <u>24sata</u>	28
8.4. <u>Zaključak rodnih i spolnih politika u tiskanim medijima</u>	40
9. <u>Rodne i spolne politike u portalima (tportal, Indeks.hr, net.hr)</u>	41
9.1. <u>tportal</u>	41
9.2. <u>Index.hr</u>	46
9.3. <u>net.hr</u>	51
10. <u>Zaključak</u>	58

2. Uvod

Rodne i spolne politike u medijima postale su jedno od ključnih područja istraživanja u suvremenoj medijskoj i teorijskoj praksi. Mediji su odavno najveći i najmoćniji društveni instrument, a kao takvi reflektiraju i aktivno oblikuju društvene norme i vrijednosti koje možemo povezati s rodom i spolom. Kroz različite medijske sadržaje prenose se poruke koje utječu na način na koji društvo percipira i razumije različite rodne uloge, spolne identitete i međuspolne odnose. Vijesti, emisije, reklame, filmovi, serije i ostali oblici medijskih sadržaja često prikazuju rodne i spolne stereotipe na način koji nije ravnopravan, a samim time oblikuju javno mnijenje i društvo. Mediji su, osim što su njegovali različite stereotipe, često bili i mjesta na kojima su se ti stereotipi rađali. Patrijarhalni način/stil života, neravnopravnost između spolova i slične, za žene degradirajuće, reklame, filmovi, serije i članci često su prikazivani s ciljem da se takvo mnijenje održi i postane normalno. Pojavom digitalnih medija i razvitkom suvremenog društva dolazi do promjena. Žene su, primjerice, prikazivane u sekundarnim ulogama ili onim pasivnim, a muškarci kao glave kuće, oni koji donose novac i nositelji moći. Takvi su prikazi doprinijeli društvenoj nejednakosti i ograničili prostor za napredak kada govorimo o rodnoj ravnopravnosti. Pojavom digitalnih medija i razvitkom suvremenog društva jača svijest o važnosti rodne reprezentacije, a mediji i novinari sve više vide potrebu za izvještavanjem koje zahtjeva inkluziju. Novo, digitalno doba i društvene mreže omogućavaju da se iskustva dijele širom svijeta, a zapisivanje takvih iskustava omogućuje da se drugi ljudi pronađu i poistovjete s istima. Pluralizacija sudionika i tema u demokratičnijem medijskom prostoru novih digitalnih medija i tehnologija destabilizirali su homogenizacijsku reprezentaciju kakvu su u jednom smjeru provodili i nametali konvencionalni masovni mediji. Na taj se način promiču rodni i spolni identiteti, bori se protiv stereotipa i patrijarhalnog društva, rodne neravnopravnosti i konzervativnog načina razmišljanja. Kroz rad također istražujemo nastavljaju li se prikazivati rodni stereotipi i fundamenti patrijarhalne ideologije u suvremenim medijima, samo diskretnije i uz uporabu različitih medijskih trikova poput clickbaita i igre riječima.

3. Metodologija rada i struktura rada

U ovom se radu želi prikazati na koji se način žene, a na koji se način muškarci tipično prikazuju u medijima. Uvodno se prikazuje što su to mediji te što su to rodne i spolne politike. Prikazuje se povijest medija, kako su žene shvaćane i prikazivane početkom 19. i 20. stoljeća u medijima, a zatim i način na koji se početno shvaćanje počelo mijenjati. Analizira se rodna reprezentacija u medijima, način na koji se prikazuju muškarci i žene, koji sve rodni stereotipi postoje i koja je uloga medija u oblikovanju rodnog identiteta. Osim rodne, analizira se i spolna politika u medijima, prikaz seksualne orijentacije i identiteta, diskriminacija, spolna i rodna nejednakost.

U središnjem dijelu rada prati se rad tri tiskana medija (Jutarnji list, Večernji list, 24sata) i tri portala (Index, net.hr, tportal.hr) koji govore o različitim spolnim i rodnim temama. Prati se i rad spomenutih medija kada je u pitanju način na koji se o problematici piše, način na koji je ta problematika prihvaćena i način na koji se ta problematika primjenjuje.

Na kraju rada izvodi se zaključak.

4. Rodne i spolne politike u medijima kroz povijest

19. stoljeće okarakterizirano je brojnim promjenama u društvenim, gospodarskim i političkim odnosima, ali i shvaćanjem fenomena javnosti i javnog mnijenja. Kraj 18. i početak 19. stoljeća predstavljaju promjenu shvaćanja pojma javnosti, ona više nije samo slobodni promet spisa i govora, nego i sloboda mišljenja, govora te pisanja i tiska kao neprenosiva prava čovjeka.¹ Novine i časopisi tako počinju igrati vrlo važnu ulogu u oblikovanju javnog mnijenja. Rodne uloge u velikoj su mjeri tradicionalne, s naglaskom na to da su žene viđene kao domaćice i majke koje ostaju u kući s djecom, a muškarci se predstavljaju kao jači spol, vođe, „glave“ obitelji i netko tko unosi novac u kuću. Početkom 20. stoljeća novine i časopisi postaju sve više dostupni. Razvitkom medijske industrije omogućena je masovna proizvodnja tiskovina, a masovnom

¹ Švoger, V. (2000). 'Novinstvo kao javni medij sredinom 19. stoljeća u Hrvatskoj', Časopis za suvremenu povijest, 32(3), str. 451-462. Preuzeto s: <https://hrcaj.srce.hr/207209> (Datum pristupa: 01.08.2024.)

proizvodnjom omogućena je i dostupnost široj publici. Brojni su časopisi tada promovirali tradicionalne rodne uloge. U njima su se mogli pronaći savjeti za modu, kućanstvo i obitelj, žene su se predstavljale isključivo kao majke i domaćice, a rijetko su bile predstavljene kao aktivni sudionici u profesionalnom radu ili u javnom životu.² Modni časopisi često su započinjali trendove i zadavali određene standarde ljepote i oblačenja. Na taj se način prikazivala i naglašavala ženska podređenost muškarcu. Osim toga, početak 20. stoljeća obilježila je i pojava prvog vala feminizma gdje je glavni cilj bio postići pravnu i političku jednakost žena i muškaraca u društvu. Nastankom sufražetskog pokreta, feministički su pokreti počeli dobivati sve veću pozornost u medijima, iako je često ta pozornost bila popraćena negativnim konotacijama ili ismijavanjem. Suфраžetkinje su „pobornice legalnoga prava žena da glasuju na nacionalnim i lokalnim izborima, te ravnopravnosti žena i muškaraca u svim područjima javnoga i političkoga života.“³ Nedostatkom muške radne snage za vrijeme Prvog svjetskog rata, žene su sve više zapošljavane u tvornicama gdje se dokazuju kao jednako sposobne kao i muškarci. Industrijalizacijom i urbanizacijom žene su postale nova radna snaga, a mediji su počeli pisati o ženama kao sudionicama javnog i profesionalnog života.⁴ Kraj 19. i početak 20. stoljeća ključna su vremena za razvoj medija i njihove uloge na oblikovanje rodnih politika. Objavljeni članci uvelike su promijenili društvene norme te pružili platformu za promjene u shvaćanju rodnih politika.

5. Rodne reprezentacije u medijima

Za razliku od spola, rod se odnosi na društvena očekivanja i uloge koje se vežu uz spol. Rodne reprezentacije u medijima oblikuju društvo i percipiraju rodne uloge. Televizija, tiskani mediji, film, Internet i ostale digitalne platforme prikazuju društvene stavove te ih svakodnevno oblikuju. Osim što na specifičan način prikazuju žene i muškarce, mediji mogu podržati ili osporiti različite rodne stereotipe, promovirati ravnopravnost među rodovima ili potaknuti diskriminaciju prema istim.⁵ Muškarci se u medijima često prikazuju kao snažni, hrabri,

² Pišković, T. (2018). 'Jezične rodne ideologije u hrvatskim ženskim časopisima prve polovice 20. stoljeća', *Suvremena lingvistika*, 44(86), str. 291-327. <https://doi.org/10.22210/suvlin.2018.086.06>

³ suфраžetkinje. *Hrvatska enciklopedija*, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024. Pristupljeno 1.8.2024. <<https://www.enciklopedija.hr/clanak/sufrazetkinje>>.

⁴ Mihaljević, D. (2016). 'FEMINIZAM – ŠTO JE OSTVARILO?', *Mostariensia*, 20(1-2), str. 149-169. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/170904> (Datum pristupa: 01.08.2024.)

neovisni, dominantni, agresivni, okrenuti poslu. Takav prikaz tradicionalnog muškarca društveni je oblik koji nazivamo patrijarhat, a takvo društvo postojalo je puno prije pojave medija. Patrijarhat je „oblik društvene organizacije koju obilježava institucionalizirana dominacija muškarca izražena kroz društvenu praksu i odgovarajuće društvene ideologije; sustav u kojem muškarci imaju primarnu kontrolu nad društvenim, političko-ekonomskim i kulturnim institucijama.“⁶

S druge strane, žene su u medijima prikazane kao ovisne o muškarcu, emotivne, nježne, slabije, bolji, nježniji roditelj, one koje su okrenute obitelji i kućanstvu – domaćice. Oblikovanjem takvog mišljenja ženama se i dan danas uskraćuje mogućnost sudjelovanja u javnim poslovima i javnim govorima. Međutim, početkom 20. stoljeća, razvojem društva, medija te razvitkom feminističkog pokreta razvio se i prikaz žena u medijima. Žene su se sve više počele prikazivati kao obrazovane, zaposlene i nezavisne osobe, a sve manje kao osobe čiji je posao imati dom i obitelj.⁷ Takvim razvitkom nije se promijenio samo prikaz žena, već svakog ljudskog bića. Ono što mediji prikazuju može uvelike utjecati na način na koji ljudi percipiraju svoj osobni rodni identitet. Pozitivni prikazi mogu utjecati na način da pojedincima prikaže nešto dobro u njihovom identitetu, da utječu na način na koji taj identitet razvijaju i koja očekivanja imaju od sebe i suprotnog spola, način na koji vide vlastito tijelo, način na koji se ponašaju prema sebi, a i prema suprotnom spolu. Negativni prikazi mogu prenijeti neke negativne konotacije te potaknuti unutrašnje borbe. Nedostatak dobrih prikaza može pridonijeti diskriminaciji, mizoginiji, seksizmu, šovinizmu...⁸

Iako se u medijima vidi brojni napredak u odnosu prikaza muškarca i žene u usporedbi s ranijim stoljećima mediji još uvijek nedovoljno zastupaju osobe s invaliditetom, žene iz manjinskih skupina te osobe različitih seksualnih opredjeljenja (LGBTQ+ populaciju). Osim toga, velika je zastupljenost objektivizacije i seksualizacije. Ženama se često prišivaju razni neugodni, neukusni

⁵ Bubalo, I., i Jelić, M. (2015). 'Kritička osviještenost učenika i učenica završnih razreda srednje škole o reprezentaciji žena u medijima', *Medijska istraživanja*, 21(2), str. 107-125. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/152483> (Datum pristupa: 01.08.2024.)

⁶ patrijarhat. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024. Pristupljeno 1.8.2024. <<https://www.enciklopedija.hr/clanak/patrijarhat>>.

⁷ Mihaljević, D. (2016). 'FEMINIZAM – ŠTO JE OSTVARILO?', *Mostariensia*, 20(1-2), str. 149-169. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/170904> (Datum pristupa: 01.08.2024.)

⁸ Kolucki B., Lemish D., (2017), POZITIVNI I NEGATIVNI UTJECAJI MEDIJA. [Internet stranica] URL: <https://www.medijskapismenost.hr/pozitivni-i-negativni-utjecaji-medija/> (Datum pristupa: 01.08.2024.)

i prije svega loši komentari isključivo zbog naglašavanja fizičkog, vanjskog izgleda umjesto naglašavanja karaktera i osobnosti.

6. Rodne i spolne politike u medijima

Spol je oznaka „M“ ili „Ž“ koja je pripisana pri rođenju na temelju spolnih organa i kromosoma s kojima se osoba rodi. Kao i rodne reprezentacije u medijima, spolne politike odnose se na način na koji se putem medija prikazuje, oblikuje i utječe na percepciju seksualnih orijentacija i identiteta. Mediji oblikuju javna mnijenja te mijenjaju stavove prema različitim temama, pa tako i prema temama spolnih identiteta. Postali su pokretačka snaga spolne diskriminacije, prvenstveno prikazujući ženu i muškarca na način opisan u prethodnom poglavlju.

U povijesti, medijski prostor zauzimale su heteroseksualne norme kao jedine prihvatljive, dok su sve ostale orijentacije bile često ignorirane i stigmatizirane. Razvojem društva i velikim borbama za prava LGBTQ+ zajednice, mediji mijenjaju svoja mišljenja prema ljudima koji su „drugačiji“. Društvo i rodna politika danas osporava ideje da smo svi ono što nam nalaže naš spol te da nismo svi ili muškarci ili žene, heteroseksualci ili homoseksualci. Isto tako, postavlja pitanje što se događa kada se netko ne smatra ni muškarcem, ni ženom ili što se događa kada se netko osjeća previše muškarcem ili previše ženom unatoč svojoj spolnoj determiniranosti. Iako još vrlo stigmatizirano, mediji danas sve više prihvaćaju i slave raznolikost među ljudima. Počevši od društvenih mreža, većina platformi namijenjenih za objavu kratkih videa, slika ili jednostavno priča iz života, ljudima omogućavaju da šire svijest o tome što se zapravo događa u tijelima i umovima pojedinaca. Tako je uz pomoć društvenih mreža danas sve više transrodnih osoba koje su shvatile da ono što im je pripisano pri rođenju ne odgovara onome kako se osjećaju iznutra.

Osim interneta, sve je više serija i filmova koje uključuju aktuelne teme spolnih i rodni različitosti. Likovi u serijama prikazuju realistične i kompleksne priče u kojima se može puno mladih, a i starijih ljudi pronaći i poistovjetiti. Tako na primjer serija „Orange is the New Black“ i „Sex Education“ prikazuju različite likove LGBTQ+ populacije, prikazuje njihove borbe sa svijetom, ali isto tako pomažu u normalizaciji i prihvaćanju različitih seksualnih opredjeljenja. Svi prikazi osoba navedene skupine pridonose osnaživanju pojedinaca koji možda nisu zadovoljni s onim što osjećaju jer im je društvo nametnulo drugačije. Potiče se zajedništvo,

promiče se osjećaj pripadnosti skupini, smanjuje se osjećaj od stranog i od izoliranosti iz društva, ravnopravnost, i zaštita.

7. Rodni stereotipi

Strategija za ravnopravnost spolova Vijeća Europe upozorava kako su rodni stereotipi unaprijed stvoreni društveni i kulturni obrasci ili predodžbe prema kojima se ženama i muškarcima pripisuju osobine i uloge utvrđene i ograničene njihovim spolom.⁹ U strategiji postoji šest ciljeva, a borba protiv seksizma i rodni stereotipa nalazi se na prvom mjestu, što ukazuje važnost i utjecaj na neravnopravnost spolova. Isto tako, ističe se kako rodni stereotipi predstavljaju ozbiljnu prepreku u postizanju stvarne ravnopravnosti spolova u društvu te potiču diskriminaciju na temelju istog.¹⁰

U društvu stereotipi mogu stvoriti posljedice na karijeru i obrazovanje, sudjelovanje u političkim pitanjima te narušiti obiteljske uloge. Djeca koja su izložena rodnim stereotipima od ranog djetinjstva često poslove i obrazovne puteve dijele na „muške“ i „ženske“, gdje su „muškim“ poslovima smatrani npr. informatika, inženjerstvo, graditeljstvo, a „ženskim“ poslovima učiteljice, frizerke, medicinsko osoblje. Kada se govori o politici, saborske klupe većinski su popunjene muškarcima, dok se žene smatraju puno manje sposobnima za donošenje odluka i vođenje vlade. Naposljetku, najveći stereotip je onaj koji se prožima kroz cijeli ovaj rad, a to je da su muškarci u javnoj, poslovnoj, a žene u privatnoj, kućnoj sferi. Osim što ruše kredibilitet i pravilnu funkciju društva, rodni stereotipi mogu ometati razvoj različitih sposobnosti kod dječaka i djevojčica, odnosno odraslih žena i muškaraca.

Generalizacije koje su navedene u poglavljima iznad, razlike između muškaraca i žena, mogu ograničavati mogućnosti i stvarati nepravedna očekivanja. Stereotipne predodžbe muževnosti i ženstvenosti mogu negativno utjecati na oba spola. Hegemonijska muževnost čimbenik je koji pridonosi održavanju i jačanju rodni stereotipa koji pridonose seksističkom govoru mržnje i predrasudama protiv muškaraca i dječaka koji odstupaju od prevladavajućih predodžbi o

⁹ Strategija za ravnopravnost spolova Vijeća Europe od 2018. do 2023. URL: <https://ravnopravnost.gov.hr/UserDocImages/dokumenti/Biblioteka%20ONA/Strategija%20za%20ravnopravnost%20spolova%20VE%202018-2023.pdf> (Datum pristupa: 02.08.2024.)

¹⁰ Isto.

muževnosti.¹¹ Populariziranjem pornografskih sadržaja u kojima se pod „normalno“ smatraju silovanje, dominacija i slični pojmovi, učvršćuje se predodžba o ženama kao podređenima u društvu. Takvim se normaliziranjem potiče nasilje nad ženama, stvara osjećaj nadmoći, jača se rodni stereotip i potiče seksizam.¹² U takvim slučajevima veliku ulogu igraju mediji, političari te obrazovni programi. Borba protiv rodnih stereotipa ne može se riješiti i iskorijeniti, ali postoje razni načini kako ju možemo smanjiti. Uvođenjem programa koji promoviraju rodnu ravnopravnost u obrazovni sustav, škola može pomoći u razbijanju stereotipa i smanjivanju generalizacije od najranije djetetove dobi. Političari uvelike mogu pomoći donošenjem zakona koji potiču rodnu ravnopravnost na radnim mjestima, kako u drugim, tako i u svojim krugovima, uključivanjem što više žena na mjestima važnih političkih tijela. Medijska slika žena kao svestranih, prilagodljivih i snažnih uvelike može pospješiti situaciju u kojoj se nalazimo. Žena mora biti prikazana kao hrabra, neovisna i jaka, ona koja nije podređena nikome.

8. Digitalni mediji i rodne politike

Digitalni mediji ključni su u promicanju rodnih politika i oblikovanju mišljenja kad su u pitanju iste. Internet i društvene mreže najbrži su prenositelji informacija u suvremenom društvu. Važno je napomenuti kako se uporaba i širenje informacija razlikuje ako ste muškarac ili žena, naročito ako je u pitanju više stvari radi kojih se može diskriminirati, poput žena koje su pripadnice etničkih manjina u nekoj državi. Iako su digitalne vještine u suvremenom dobu neizostavan alat u svakodnevnim aktivnostima svake osobe, pristup tehnologiji nije na jednak način omogućen ženama i muškarcima.¹³ UNESCO-ova evidencija o edukaciji prikazuje kako su žene i djevojčice u zaostatku za muškarcima i dječacima u tom području što govori o nejednakosti u pristupu i uporabi tehnologije.¹⁴¹⁵ Za takve su rezultate zaslužni, između ostaloga, sadržaji na internetu poput pornografije i video igara koji navode muškarce da aktivnije istražuju medijsku tehnologiju. Takvi podaci dovode do rodnog digitalnog jaza. Rodni digitalni jaz opisuje razliku

¹¹ Što su rodni stereotipi i kako utječu na stvarnu ravnopravnost žena i muškaraca? URL: <https://www.zeneimediji.hr/sto-su-rodni-stereotipi-i-kako-utjecu-na-stvarnu-ravnopravnost-zena-i-muskaraca/> (Datum pristupa: 02.08.2024.)

¹² Isto.

¹³ Pristup tehnologiji i medijima produbljuje rodne nejednakosti. URL: <https://medijskapismenost.ba/hr/pristup-tehnologiji-i-medijima-produbljuje-rodne-nejednakosti-2/> (Datum pristupa: 02.08.2024.)

¹⁴ Isto.

¹⁵ UNESCO (2019). I'd blush if I could: Closing gender divides in digital skills through education. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000367416> (Datum pristupa: 02.08.2024.)

između žena i muškaraca u pogledu mogućnosti sudjelovanja u digitalnom svijetu.¹⁶ Naspram muškaraca, žene i djevojčice imaju 25% manju vjerojatnost da će poznavati i znati iskoristiti digitalnu tehnologiju u osnovne svrhe. Imaju četiri puta manju vjerojatnost da će znati programirati računala te trinaest puta manju vjerojatnost da će podnijeti zahtjev za izum novog, tehnološkog patenta.¹⁷ U ovakvim slučajevima veliki utjecaj mogu imati upravo mediji.

Kao što je već ranije spominjano, mediji su glavni i najbrži prenosioci informacija u suvremenom društvu. Osim već ranije spomenutog digitalnog rodnog jaza, digitalni mediji suočavaju se s još par izazova. Online nasilje, nažalost, predstavlja internet svakodnevicu. Internet predstavlja mjesto gdje je moguće biti bilo tko u bilo koje doba dana. Veliki broj žena i, iako puno manje, muškaraca svakodnevno se susreće s nekakvom vrstom online nasilja, prijetnji ili govora mržnje. Takav tip nasilja može i ostavljati ozbiljne psihičke posljedice te može utjecati na samopouzdanje u obavljanju nekih poslova.

Clickbait jedan je od najvećih trendova današnjice. Senzacionalistički naslovi koriste se u svrhu dobivanja „klikova“ odnosno u svrhu povećanja posjećenosti stranice/napisanog članka.¹⁸ Takvi naslovi često mogu sadržavati brojne stereotipne prikaze spolova, što uvelike pridonosi lošoj percepciji žena i/ili muškaraca.¹⁹ Korištenjem medija u svrhe da se podiže svijest o rodnoj ravnopravnosti, mogu se potaknuti brojni globalni razgovori i promjene u stavovima pojedinaca. Moguće je potaknuti rad na online kampanjama i projektima protiv nasilja, diskriminacije i generalizacije.²⁰ Internet danas omogućava da svatko danas ima platformu uz određeni trud. Na prostorima svojih stranica društvenih mreža kreatori se mogu predstaviti kao pozitivan uzor svojim pratiteljima, koji će od njih prisvojiti neke nove, bolje manire.

Influenceri, blogeri i ostali kontent kreatori mogu svoje platforme iskoristiti i kao temelj za poticanje rodne ravnopravnosti, dijeljenje osobnih priča te poticanje promjena u društvu. Iako

¹⁶ Pristup tehnologiji i medijima produbljuje rodne nejednakosti. URL: <https://medijskapismenost.ba/hr/pristup-tehnologiji-i-medijima-produbljuje-rodne-nejednakosti-2/> (Datum pristupa: 02.08.2024.)

¹⁷ UNESCO (2019). I'd blush if I could: Closing gender divides in digital skills through education. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000367416> (Datum pristupa: 02.08.2024.)

¹⁸ Digitalno medijsko tržište za sve je veliki izazov. URL: <https://www.ictbusiness.info/vijesti/digitalno-medijsko-trziste-za-sve-je-veliki-izazov> (Datum pristupa 02.08.2024.)

¹⁹ Seksistički govor mržnje na internetu. URL: <https://www.medijskapismenost.hr/seksisticki-govor-mrznje-na-internetu/> (Datum pristupa 02.08.2024.)

²⁰ Aktivizam na internetu. URL: https://youth.europa.eu/get-involved/civic-engagement/online-activism_hr (Datum pristupa 02.08.2024.)

utjecajni, „online aktivisti“ mogu snositi brojne posljedice i prijetnje po privatnost i sigurnost. Feministkinje, aktivistice za ženska prava, aktivisti za prava LGBTQ+ zajednice i ostale grupe podrške često su na meti „Internet trolera“. Takvi ljudi većinom nastoje objavljivati tuđe privatne informacije poput brojeva mobitela ili adrese stanovanja. Raznovrsnost internetskih stranica danas omogućuje pristup raznim obrazovnim resursima, web stranicama te aplikacijama koje nude resurse i znanje za pravnu pomoć, podršku žrtvama rodne neravnopravnosti te zdravstvenu skrb ukoliko je potrebna.

9. Rodne i spolne politike u tiskanim medijima (Večernji list, Jutarnji list, 24sata)

Masovni su mediji „sredstva masovnog priopćivanja, skupni naziv za komunikacijska sredstva, sredstva javnoga priopćivanja i ustanove koje djeluju na velik broj čitatelja, slušatelja i gledatelja. Razlikuju se prema tipu: knjiga, tisak (novine), film, televizija, radio, nosači zvuka i slike (video, CD, DVD); razini i doseg: lokalni, nacionalni, međunarodni; obliku vlasništva: privatni, javni, državni, komunalni ili asocijativni; programu i načinu privrjeđivanja (ponajviše kod radija i televizije): javni ili komercijalni.“²¹ Tiskom se podrazumijevaju svi proizvodi koji se tiskaju na papiru, tiskarskim strojem, u tiskarama. Novine, kao jedna od najjačih vrsta medija prije dolaska interneta, tiskani su mediji koji objavljuju vijesti iz društvenog, političkog, kulturnog, sportskog i javnog života te izvještavaju o dnevnim događajima. Novine možemo podijeliti po razdoblju izlaženja, s obzirom na širinu područja na kojem izlaze te po sadržaju koji objavljuju. U ovom ćemo poglavlju, na temelju tiskanih medija (novina) približiti razliku u prikazivanju rodova i spolova u naslovima, fotografijama i tekstovima pisanim za troje najveće dnevne novine, Jutarnji list, Večernji list i 24sata.

9.1. Večernji list

Večernji list jedan je od najutjecajnijih dnevnih novina u Hrvatskoj. Osnovan 1. srpnja 1959. godine, nastao je spajanjem tadašnjeg Narodnog lista i Večernjeg vjesnika.²² Poznat je po

²¹ masovni mediji. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024. Pristupljeno 20.9.2024. <<https://www.enciklopedija.hr/clanak/masovni-mediji>>.

²² Večernji list ~ Evening paper. URL: <https://croatianhub.com/iconic/vecernji-list/> (Datum pristupa: 21.8.2024.)

izvještavanju lokalnih i međunarodnih vijesti, a od samog početka predstavlja se kao novine za narod. Večernji list nudi vijesti iz Hrvatske i svijeta, sportske vijesti i zabavne vijesti. Poznate po svom Berliner formatu (spoj tradicionalnog, velikog formata i manjeg, tabloidnog formata), novine su praktične za čitanje te su takve brzo stekle popularnost u Hrvatskoj.²³ 1999. godine, Večernji list korača u korak s vremenom te postaju prve novine koje imaju svoju inačicu na Internet stranicama.²⁴

Prilikom sakupljanja izdanja Večernjeg lista u vrijednosti od 7 dana, primjećuje se znatna razlika u usporedbi s ostale dvije novinske kuće. Večernji list daje osjećaj profinjenosti i svježine, stvara dojam elegantno napisanog teksta te prikazuje naslove koji su, u odnosu na druge, vrlo ravnopravni i privrženi. Naslovi nisu previše upadljivi, nisu nejasni, sve što se nalazi u tekstu odgovara naslovu te bi se moglo reći da naslovi nisu „*clickbait*“ (zavaravajući naslovi). Osim toga, naslovi su napisani serifnim, u globalu tankim fontovima i većinom u kurzivu, što znatno pridodaje dojmu kod čitanja. U trenutku provođenja ovog istraživanja, aktualne su Olimpijske igre 2024. godine u Parizu koje su same po sebi vrlo kontroverzne, međutim Večernji list nije većinski pokrivaov ovakve teme već se fokusirao na uspjehe hrvatskih sportaša. Naslovi gdje su sportaši osvojili zlatne, srebrne ili brončane medalje jednako su jako istaknute bilo da se radi o muškarcu ili ženi. Neki od istaknutih naslova prikazani su na slikama ispod, a detaljno će se objasniti i zašto su istaknuti.

²³ Isto.

²⁴ Večernji list ~ Evening paper. URL: <https://croatianhub.com/iconic/vecernji-list/> (Datum pristupa: 21.8.2024.)



Slika 1. Večernji list, 31. srpanj 2024.

Slika 1. prikazuje žensku osobu sa velikim naslovom imena i prezimena na naslovnoj stranici odjeljka za znanost Večernjeg lista. Ovakav potez i ovakav prikaz pripadnice ženskog spola prikazuje ravnopravnost među spolovima, gdje i žena (što nije čest slučaj) može dobiti svoju naslovnu stranicu, a pogotovo kada se radi o polju znanosti. Slika jasno prikazuje ženin lik u vrlo veselom okruženju, govori o njenom djelu, prikazuje njena postignuća i na temelju toga odrađen je intervju koji je od velike važnosti za suvremene teme obrazovanja i tehnologije u društvu.



Slika 2. Večernji list, 31. srpnja 2024.

Slika 2 prikazuje hrvatsku tenisačicu Donnu Vekić na naslovnoj stranici sportskog odjeljka Večernjeg lista. Okarakterizirana je kao „super Donna“, a korištenjem ovog pridjeva pridaje se njenom uspjehu na Olimpijskim igrama u Parizu. Naslov je masno otisnut te je vrlo upečatljiv, što govori o jačini i važnosti za ovu temu. Tekst govori o njenim uspjesima, ne samo na Olimpijskim igrama, već i o uspjesima koje je ostvarila i prije njih.



Slika 3. Večernji list, 3. kolovoza 2024.

Tijekom Olimpijskih igara u Parizu, pojavila se jedna vrlo kontroverzna tema po pitanju spola i roda, a to je Imane Khelif, alžirska boksačica za koju su se danima podizala pitanja o njenom spolu i je li etično da se, „kao rođeni muškarac“, bori protiv žene u ekstremnom sportu kao što je boks. Novine i Internet danima su prenosili razne neistinite informacije o boksačici, a ponajviše o tome kako je rođena s

muškim hormonima (XY). Večernji list, u tijeku događanja, objavljuje članak na naslovnoj stranici pod naslovom „Stjepan Božić: Transrodne osobe su nigdje, treba im osnovati posebnu kategoriju“ sa slikom Imane Khelif, aludirajući na to da je ona transrodna osoba. Slika 4 prikazuje članak koji se nalazi u sadržaju novina, na kojem je naslov znatno promijenjen. Više se ne aludira na to da je alžirska boksačica transrodna, već se poteže pitanje je li u njenom slučaju problem u tome što je žena. U članku se kratko saželo par problema Olimpijskih igara te se nastavilo govoriti o Imane Khelif, njenom „višku muških hormona“ i ostalim špekulacijama koje nisu poduprte činjenicama i validnim izvorima.



Slika 4. Večernji list, 3. kolovoz 2024.



Slika 5. Večernji list, 7. kolovoz 2024.

Slika 5 prikazuje naslov u kojem se govori o poznatoj hrvatskoj atletičarki, prvakinji u bacanju diska, Sandri Elkasević (rođ. Perković). Međutim, za razliku od Donne, Sandra je predstavljena ponajviše slikom. Njeno ime stoji masno otisnuto na dnu slike gdje i nije poprilično vidljivo, a u naslovu stoji emotivna izjava koju je dala na Olimpijskim igrama u Parizu.



Slika 6. Večernji list, 2. kolovoza 2024.

Iako ne toliko čest prizor u periodu od 7 dana prikupljanja novina, Večernji list izbacuje sliku žene u kupaćem kostimu, jasno izraženih oblina i poprilično izazovno uslikana. Slika koja je prikazana iznad naslova nema nikakvu poveznicu s naslovom, osim što govori o Jadranskoj obali, ali prikaz žene u izazovnoj pozi i „bez lica“ pridaje dojmu senzacionalnosti vijesti koja se prenosi, aludirajući na to da

je naša obala prepuna gostiju, a između ostalog prepuna zgodnih žena poput žene sa slike. U našim je medijima već općepoznata praksa da se uz teme turizma i o turističkoj sezoni uvijek nalaze i fotografije anonimnih djevojaka s plaže u bikinijima, a nerijetko i u toplesu. Također, kada je riječ o sportskim prvenstvima, naše kamere nerijetko u stadionskoj publici traži, zumira i izdvaja atraktivne djevojke koje su došle podržati reprezentaciju.

Slik
kol

Slik
gov
pro
sek
dar

por
pol

najranijeg doba,

manje sposobnu



Kamala, Ursula, Kolinda – zašto političarke

Branka Galić: Oslovljavanje političarki imenom je seksizam // Puhovski: Radi se



DOMINANTNI NARATIV U hrvatskoj javnosti bilo je uobičajeno reći da se na izborima natječu "Kolinda i Milanović"

8.

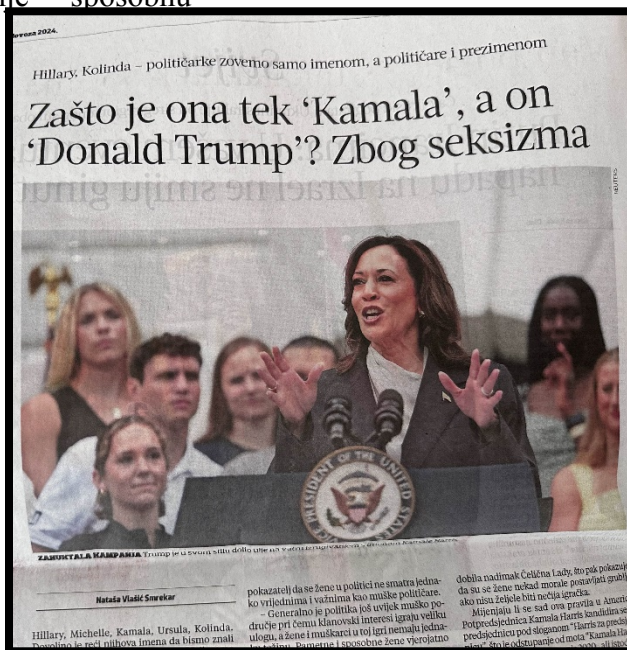
ramo

za političke klupe.

Usljed američkih predsjedničkih

izbora povukla se

tema seksizma kada se prakticira obraćanje ženama u politici. Žene su oslovljavane isključivo imenom (Kolinda, Hillary, Kamala, Michelle...) dok se muškarci oslovljavaju punim imenom i prezimenom. U članku se navodi kako je takav pristup diskriminacija žena u politici, ponižavanje žena te se



smatra da su one manje važne od muškaraca u istoj branši. Nadalje, u članku se navodi kontradiktornost takvog čina pošto svaka žena, bila neudata ili udata, nosi prezime svog oca ili muža, a jedino što je zaista njeno je – njeno ime.

9.2. Jutarnji list

Jutarnji list su hrvatske dnevne novine, treće po nakladi nakon 24sata i Večernjeg lista. Osnovan 6. travnja 1998. godine u Zagrebu, Jutarnji list predstavljen je kao glasilo liberalnog, socijaldemokratskog usmjerenja s težištem na točnosti i relevantnosti.²⁵ Ubrzo nakon osnivanja postao je jedna od najčitanijih tiskovina u Hrvatskoj, a ujedno su i prve novine koje su osvanule u boji, dok su do tada novine bile isključivo crno-bijele, eventualno u kombinaciji s crvenom i/ili plavom bojom. Novine pokrivaju političke, gospodarske, sportske, kulturne i teme znanosti. Izlazi svakodnevno u pet izdanja podijeljenih po regijama Hrvatske. Izdanja su podijeljena na dva dijela, jedno izdanje koje se izdaje od ponedjeljka do subote, a drugo izdanje koje se izdaje nedjeljom. Osim informiranja, Jutarnji list poznat je po nagrađivanju novinara koji svojim radom doprinose istraživačkom novinarstvu i drugim oblicima medija.

Prilikom prikupljanja materijala Jutarnjeg lista, primjećuje se razlika u pisanju u odnosu na Večernji list. Jutarnji list nudi senzacionalističke naslove, raznovrsne teme na temu sporta, politike, vijesti iz svijeta, ali najveći naglasak stavlja na senzacije u području showbusinessa. Iako informativne, dnevne novine, Jutarnji list sa svojim naslovima više naginje na zabavne novine. Veliki, masno otisnuti naslovi, daju dojam udarnih vijesti, vijesti koje su vrlo bitne za trenutno stanje u državi i/ili u svijetu, dok većina naslova nisu od velike važnosti za pojedinca. Takva vrsta vijesti spada u zabavne, lako zaboravljive vijesti koje je inače potrebno dozirati uz ozbiljne i važne teme. Jutarnji list, na temelju prikupljenih materijala, o muškarcima piše na puno drugačiji način nego o ženama, a odabrani naslovi koji će biti navedeni u nastavku poglavlja potvrdit će tu tezu.

²⁵ Jutarnji list slavi peti rođendan. URL: <https://www.index.hr/vijesti/clanak/jutarnji-list-slavi-peti-rodjendan/129584.aspx> (Datum pristupa: 21.8.2024.)



Slika 10. Jutarnji list, 30. srpanj 2024.

Slika 10 prikazuje kako, prilikom opisivanja načina poslovanja noćnih klubova na Jadranskoj obali, vlasnici dubrovačkih, hvarskih te ostalih noćnih klubova „okrenu“ određene svote novca u određenom razdoblju. Muškarci vlasnici okarakterizirani su jednom jako snažnom i moćnom riječi – kralj, dok se u članku najviše govori o njihovoj zaradi i klubu, a u manjem kadru prikazuje se i loša strana takvog

posla (slika 11), pozamašan tekst o slijedu događaja tuče koja je izbila ovo ljeto u jednom poznatom klubu.

Slika 12. Jutarnji list, 30. srpanj 2024.

Unatoč objavama lošeg ponašanja u klubovima, vlasnicima klubova i dalje se veličaju, nazivaju „kraljevima“ te se spominje velika količina novca koji su zaradili.

Slika 11. Jutarnji list, 30. srpanj 2024.





Slika 13. Jutarnji list, 30. srpanj 2024.

Prikaz žene kao seksualnog objekta. Naslov ukazuje na klasični seksistički prikaz žene u medijima.

Uspoređuju se dvije različite skupine ljudi. Žena koja je obučena izazovno, provokativno i muškarci koji su „štreberi“ radi posjećivanja Comic-Cona, konvencije za ljubitelje stripova. U

tekstu se navodi kako se glumica „odlučila pohvaliti svojom vitkom linijom u pripijenom outfitu“ te se dalje navodi njena odjevna kombinacija u detalje – „Glumica je na konvenciju stigla u crnom bodiju s dubokim dekolteom koji je uparila s vatreno crvenom suknjom od PVC materijala u kojoj je pokazala sve svoje obline. Modnu kombinaciju je upotpunila visokim crnim štiklama kojim je naglasila svoje duge noge.“ Osim pretjerane analize odjeće, tekst je dalje popraćen komentarima muškaraca poput „Nema šanse da ću se moći koncentrirati na film dok mi je ona na ekranu“, „Kakva žena“ i „Wow, izgleda predivno“. Pri kraju ovog teksta spomenuto je zašto se glumica pojavila na ovoj konvenciji, što bi zapravo trebalo biti prvo objašnjeno u tekstu.

Kako je već spomenuto ranije, u tijeku sakupljanja materijala za ovaj rad, održavale su se Olimpijske igre u Parizu 2024. Naime, novine su na svojim naslovnim stranama uglavnom objavljivale Donnu Vekić, sjajnu hrvatsku tenisačicu koja je medijsku pokrivenost dobila na dostojanstven i pristojan način, a svaki se dan pisalo nešto novo. Pridodani su joj nadimci poput „heroína“, „Donna nazionale“, „famozna Donna Vekić“ što nije svakidašnji opis žene u medijima. Ovakve medijske glorifikacije

Donne Vekić zapravo su potaknute činjenicom da ona ispunjava i zadovoljava „muške“ vrijednosti uspjeha, pobjede, osvajanja vrha i poražavanja drugih. Ovakvi su naslovi izostavljeni za jednako

„famozne“ žene u

znaneći politički ili kulturni ian na tim područjima žene ugr prema njil ne. U nas Donni Ve



Slika 14. Jutarnji list, 31. srpanj 2024.

Slika 15. Jutarnji list, 30. srpanj 2024.



Slika 16. Jutarnji list, 31. srpanj 2024.

ono da, dor... ala ug ni- on ni- a- s- i- e-
"Coco Gauff? Nis još igrate, ali što Baš se jako vese"



Slika 17. Jutarnji list, 3. kolovoz 2024.

IVAN JELKIĆ
Priča Donne Vekić zaslužila je upravo hepiend koji se upravo piše na igrama

Ona je baš krasna cura nije ju "povuklo" ništa od te slave. U Osijeku je već izgradila tri teniske terena, kaže prvi tren



Slika 18. Jutarnji list, 3. kolovoz 2024.

Slika 19. Jutarnji kolovoz 2024.

Kao što je spomenuto, list, za razliku od prethodne Večernjeg sobom povlači teme iz show koje bi zaintrigirati stariju, već populaciju. tzv. „duplirani izazovne

provokativne fotografije mlade Sydney Sweeney koja, doduše, sama

objavljuje ovakav sadržaj, međutim zanimljivo je da se baš ova vijest našla na dvije strane novina. Sve je više ovakvih priča, nije strano da djevojke i mladići u svojim dvadesetim godinama objavljuju svoje provokativne slike za novac, a Jutarnji je pokrio i temu društvene mreže „OnlyFans“ kojoj se okreću ne samo mladi, već i starija populacija. (Slika 20) Ono što ovakve članke čini jednim dijelom rodno i spolno ravnopravnim, govori se o muškarcima i o ženama na jednak način, međutim ne spominju se u istim količinama. Sve je više prisutan trend prikazivanja muškaraca kao nekada isključivo žene, a to je komodificirano, kao seksualne objekte, u duhu širenja kapitalističke eksploatacije. Žene su uvijek u prvom planu te se njihove slike rado objavljuju kako bi se dohvatila veća publika.





Slika 20. Jutarnji list, 30. srpanj 2024.

9.3. 24sata

24sata medijska je kuća u Hrvatskoj. Prvo izdanje dnevnih novina u prodaju je pušteno 2. ožujka 2005. godine, a ubrzo se, osim novina, 24sata popularizirao i na internetskim te mobilnim stranicama. Sa sigurnošću možemo reći kako su 24sata najsuvremenije novine, najviše ukorak s

trendovima današnjice poput kratkoće u prenošenju vijesti, tabloizacijom, senzacionalizmom, manipulacijom efektima i emocijama, te novine koje naglasak stavljaju na zanimljivost i brze, „nebitne“ informacije. Ono što 24sata čini drugačijim od ostalih je format u kojem se tiska i njegova pristupačna cijena. Jeftiniji, manji, kompaktniji format novina od onog na koji smo navikli, vrlo je brzo postao među prvim izborima kod kupovanja dnevnih novina. Svojim senzacionalističkim pristupom informativnom novinarstvu izazvao je brojne kontroverze, ali kontroverze koje su iskoristili u svoju korist kako bi ostvarili popularnost. Osim tiskanih novina, 24sata posjeduje Android i iOS aplikaciju koju prati više od 60 tisuća korisnika dnevno, a svakim ih je danom sve više.²⁶

Prilikom prikupljanja materijala za 24sata, u vremenu od 7 dana skupljeno je najviše materijala koji bi se mogao predstaviti u ovom radu. Shodno tome, 24sata možemo svrstati u „zabavno-informativne“ novine, pošto većina sadržaja obuhvaća teme iz svijeta showbusinessa, mode, ljepote, zdravlja i sl., a ponekad se nađu i neke ozbiljne teme senzacionalističkih naslova. 24sata i dalje posjeduje neka obilježja „starih“ novina kao što su „hotline“ i „djevojka dana“ dok su ostale spomenute novine takav sadržaj odbacile davno ili ga nikada nisu ni imali.

²⁶ 24sata predstavlja prvi hrvatski mobilni html5 portal. URL: <https://www.vecernji.hr/barkod/24sata-predstavlja-prvi-hrvatski-mobilni-html5-portal-373115> (Datum pristupa: 25. kolovoz 2024.)



Slika 21. 24sata, 31. srpanj 2024.

U odjeljku „SHOW“ 24sata izdvojene su vijesti tri popularne hrvatske žene, međutim sve vijesti nemaju pretjerane veze sa naslovom „SHOW“. Franka Batelić, kao žena popularnog nogometaša Vedrana Ćorluke, oslovljena je kao „Ćorluke“ u vijesti koja prenosi kako je bračni par izgorio na suncu, informacija koja nije pretjerano važna za show svijet. Isto tako, vijest o Elli Dvornik koja je promijenila boju kose u ružičasto-ljubičastu. Najveća vijest u ovom odjeljku je vijest o Indiri Levak koja je u procesu razvoda od svog bivšeg muža. Naslov „Indira nakon razvoda: Ljubav je u zraku“ daje dojam da je pjevačica, iako tek svježe nakon razvoda, već u ljubavnoj vezi, dok je stvarnost potpuno drugačija. Pjevačica je na svom Instagram profilu postavila sliku nastupa na svadbi gdje je u opis objavila „Ljubav je u zraku“.

Slika 22. 24sata, 31. srpanj 2024.

Slika prikazuje ženu u kupaćem kostimu kako izlazi iz vode, vrlo izazovnog karaktera. U tekstu se, kao i obično, nezaobilazno spominje njena figura na plaži, a izlazak iz vode podsjetio je na određenu reklamu osamdesetih, što pokazuje koliko davno datire ovakvo predstavljanje žena u medijima. Svjesno postavljanje žena u izazovnim odjevnim kombinacijama ili izazovnim pozama donosi više kupovine ili više klikova, pa tako 24sata ne manjka s ovakvim fotografijama.



za Hrvatsku jer imam izgleda nastupiti na Svjetskom prvenstvu 2006. godine. Biloš, rođen u gradu Pergamino nedaleko od Buenos Airesa, jedan je od oko 300.000 stanovnika Argentine podri-

za reprezentaciju koja nastupali velikani poput Diega Maradone. U to vrijeme je Zlatko Kranjčar okončao kvalifikacije za Svjetsko prvenstvo na prvome mjestu. - Bila je to teška odluka jer je igranje na Svjetskom prvenstvu vrhunac u karijeri nogometaša - izjavio je

zaigrati za Argentinu. to bila samo jedna utakmica. Odbio sam nastupiti na Svjetskom prvenstvu kako bih makar deset minuta proveo igrajući za Argentinu. Taj san mu se ispunio u studenom 2005. godine. Odigrao je 60 minuta protiv Katra, a onda po 70-ak minuta protiv Brazila i

imam tek... Nasreću, oporavio se i danas je potpuno zdrav. Jedino se ne smije baviti hobi-jem, ribolovom, dok se na površini vode zrcali sunce.



➤ Biloš je, igrajući uz Messija, zabio Španjolskoj

SEX LINIJA I POZIVI
064/654-658
TEL 0.93€/MIN-MOB 1.12€/MIN

+18 **SEXY CURE**
IZ CIJELE HRVATSKE
064/644-008
TEL 0.93€/MIN-MOB 1.12€/MIN

EROTSKA ISKUSTVA I PRIČE! NAZIVI NA BROJ
064/699-607
TEL 0.93€/min-mob 1.12€/min

ŠALJEMO GOLE FOTKE?
Pošalji sms na 888333
Požuri dok se nisamo obukle! 0,82€/sms

Studentice daju sex instrukcije! Nazovi ih
064/623-234
TEL 0.93€/min-mob 1.12€/min

ROMANTIKA ILI SEX?
064/555-555 0-24
TEL 0.46€/min-mob 0.63€/min

23. 24sata, 31. 2024.

23 prikazuje koji su i dalje ni iako su bili ni prije stak godina internet još nije bio no razvijen.

asima su žene sukladno s što nude, poneke fetiše studentica ili kako bi

privukli što više publike. Osim toga, na slikama usluga su žene koje ne rade za

te iste usluge, već su slike „ukradene“ ponovo kako bi privukle što više muške publike svojim izgledom.



Slika 24. 24sata, 2. kolovoz 2024.

Slika 24 prikazuje naslovnicu koja je po prvi puta ostavila mogućnost samostalnog dopisivanja naslova „BAHATE _____“, ostavljajući prostora čitateljima da osude gospođe prikazane na slici. Ukratko, u tijeku prikupljanja materijala za ovaj rad, događali su se veliki požari na području Dalmacije, gdje su dvije gospođe (supruga i kći HDZ-ova šefa Hrvatskih šuma) nazvale vatrogasce nakazama te vrijeđale policajce koji su danonoćno naporno radili na gašenju požara. Uz naslov BAHATE, 24sata

je sa strane dopisao „*OVDJE UBACITE RIJEČ PO SVOM IZBORU, ONU KOJA NAJBOLJE OPISUJE KARAKTER OVIH OSOBA“. Iako vrlo, vrlo bezobrazan pristup gospođa na slici, mala je vjerojatnost da bi ovakav naslov izašao da je u pitanju muškarac ili muškarci, a da su izjavili isto. Ostavljanje prostora čitateljima da napišu sami što misle o ove dvije žene samo prikazuje da postoji toliko ružna riječ koju su novine htjele objaviti, a nisu smjele.



Slika 25. 24sata,

2. kolovoz 2024.



3. kolovoz 2024.

Slika 26. 24sata,

Slika 25 prikazuje tzv. „duplericu“ koja je bila posvećena ženama o kojima se pisalo iznad, a slika 26 prikazuje koliko je malen odjeljak dobila jedna od žena koja se javno ispričala i priznala svoju pogrešku. Jedna od gospođa priznala je kako njeni postupci nisu bili u redu, ispričala se svima koje je uvrijedila u takvom izdanju te prihvatila da je sve što je izrekla, izrekla u stanju u kojem nije bila prisebna. Dakle, loše stvari koje su se izrekle zaslužile su dvije stranice u novinama sa slikom preko obje stranice, a isprika zaslužuje samo mali dio u desnom gornjem kutu.



Slika 27. 24sata, 2. kolovoz 2024.

Još jedan prikaz, ovaj puta jedan pored drugog, razlike između govora o muškarcu i ženi u medijima. Naime, s jedne strane stoji bivša skijašica Nika Fleiss s naslovom „Nekad u skafanderu, danas u toplesu“. Slika je preuzeta s njenog Instagrama, a na njoj je bez gornjeg dijela kupaćeg kostima kako se sunča na plaži. Pored toga stoji Brad Pitt, američki glumac koji se prikazuje kao tužan otac koji ne može vidjeti svoje dijete. U tekstu saznajemo kako je sin u bolnici te ga je odbacio i ranije, ali po naslovu stvara se dojam da mu je zabranjeno viđati dijete. S jedne strane imamo ženu u toplesu koja uživa u životu, a s druge strane imamo uciviljenog muškarca koji je prikazan kao obiteljski čovjek pun emocija. Postoji mogućnost da se prešućuje da je Brad loš otac, međutim simpatizira se i traži se solidarnost s njim jer mu je ugroženo njegovo patrijarhalno pravo na potomka.



Slika 28. 24sata, 2. kolovoz 2024.

Veliki naslov žene koja je imala zahvat koji nije toliko čest i popularan na našim prostorima, ali i dalje zaslužuje veliki naslov u novinama. Osim navedene operacije, u donjem desnom kutu navedene su i ostale estetske operacije koje su izvedene, a slika prikazuje ženu u kupaćem kostimu kako leži na plaži. Ono što je danas bitno je da svaka žena izgleda „savršeno“, a kada obavi neki estetski zahvat da bi ostala mlada i privlačna onda je takva tema „tabu“. O muškarcima će se rijetko pisati na ovakav način, a ono što bi moglo biti ekvivalent ženi koja estetskim zahvatima želi ostati mlađa jest to da

muškarac „hoda“ sa ženom deset ili više godina mlađom od sebe, što se smatra njegovim načinom da ostane mlad. Naravno, na takve se stvari ne gleda sa osudom, već sa uspjehom da je stariji muškarac uspio „uloviti“ mlađu djevojku, koju često nazivaju pogrđnim imenom. Muškarci aludiraju na to da je s njim isključivo zbog njegovog novca



Slika 29. 24sata, 3. kolovoz 2024.

Slika 29 prikazuje poznatu pjevačicu i bivšu starletu Nives Celzijus u kupaćem kostimu. U prvim redovima teksta počastila je samu sebe s pridjevima poput „prestara, predebela i premasna“, a 24sata nije previše čekao da to iskoristi kao objavu na svojim listovima. U tekstu je i pohvaljena za svoju prirodnost, što je rijetkost, ali postavlja se pitanje bi li ona bila pohvaljena za svoju prirodnost da ima višak kilograma, da nije po standardima ljepote ili da ima celulit ili proširene vene? Ovakav primjer prikazuje da se normira da ako su žene već prestare, predebele i premasne, trebale bi biti barem kao Nives.



Slika 30. 24sata, 2. kolovoz 2024.

Slika 30 prikazuje članak u kojem se najavljuje razvod Jennifer Lopez i Bena Afflecka. Iako je u naslovu jasno naglašeno da je poanta teksta RAZVOD, u prvom planu je slika Jennifer Lopez u kupaćem kostimu u kojem prikazuje svoje obline i atribute, a slika vjenčanja nje i njenog, sad već bivšeg, muža, stoji u drugom planu. U tekstu se također implicira, a s erotičnom figurom Jennifer Lopez pojačava, da Ben Affleck nije uspio zadržati ženu poput nje te da je slobodna za ostale muškarce. Prikaz Jennifer u ovakvom izdanju prikazuje

koliko je lako postaviti ženu kako bi se tekst pročitao i pridodao muškim fantazijama.

46 > ZASATA > SHOW > SRUJEDA, 7. KOLOVOZNA 2024.

► KRALJICA POPA ŠOKIRALA JAVNOST MAJICA JOJ ZASMETALA PA SE SKINULA U TOPLES

Madonna je podijelila nove provokativne fotografije na svojim društvenim mrežama

Pisac: DORA PEK

Vruća zabava u ljetno doba, poručila je proteklog vikenda kraljica popa Madonna (65). Na društvenim mrežama pokazala je svoje oglice uz koje je iskombinirala prozirnu majicu. A kasnije joj je majica, čini se, zasmetala pa ju je odlučila skinuti. U jednom je trenutku shvatila da očito pokazuje previše pa je grudi prekrila kosom. Pridružio joj se i nepoznati muškarac, s kojim je u toplesu sjedila na krevetu.

Jedni su je hvallili. "Savršena žena", "Predivna si!", "Što si starija, to si ljepša", pisao je dio pratitelja na Instagramu. A drugi grdili. "Izgledaš kao karikatura, voljela bih da sam te vidjela kako prirodno stariš", "Ne nalikuje na sebe", komentirali su.

Kraljica popa nedavno je obožavatelja naljula kontroverznim nastupom u Kaliforniji. Kako javlja The Blast, jedan od fanova tužio je jevačicu jer je "posjetitelje svoje posljednje turneje Celebration izložila pornografiji, i to bez upozorenja". Osim toga, Madonna je, prema pravnim dokumentima, tužena i zbog žnog oglašavanja i neželjenog izlaganja seksualnom sadržaju". Tužitelj Justen Lipelesinio je tužbu u svoje ime i u ime svih onih su kupili ulaznice za Madonnin koncert. Bio je da je publika navodno bila "prisiljena biti žene u toplesu koje simuliraju seksualne nove".

Mačica je do svibnja bila u vezi s boksačkim trenerom Joshom Popperom (30). Zajedno godinu dana, a imali su, prema izjavama, čakom Sunu, premalo vremena jedno za drugim. Tijekom njezine turneje "Celebration" završila početkom svibnja.

Madonna je jedva vidjela Josha jer joj je bio bio prebukiran. Stvari su jednostavno - izjavio je upućeni izvor, a prenosi ih u svad.

On nema neprijateljstva, još se vole. Veza trenutno nije održiva i stvari se mijenjale, ali ostaju prijatelji - dodao je da su u vezi, počelo se šuškat u 2023. Tad je Page Six izvijestio da



► U svibnju je prekinula vezu s boksačkim trenerom Joshom Popperom, a sad se našla u društvu nepoznatog muškarca

je Madonna viđena kako navija za Poppera na jednom od njegovih boksačkih mečeva u New Yorku. Nekoliko dana kasnije podijelila je snimku na kojoj se ljube i time potvrdila njihovu romansu. Prije Josha, Madonna je ljubila modela Andrewa Darnella (23) i plesača Ahlamalika Williamsa (28). ■

„kraljica popa“ Madonna na svom je je u toplesu, a naslov glasi „MAJICA JOJ ZASMETALA PA SE SKINULA U TOPLES“ bez ikakve dodatne informacije da je istinit. Kao dodatak tome, spominje se nepoznati čovjek koji je boravio u njenom društvu, a nije se izostavila ni informacija o tome kako je prekinula vezu s drugim muškarcem u svibnju.



primijetimo veliki naslov „RUŽNI, PRLJAVI, ZLI“ koji je upućen gospodi na slici ispod, a od poznatih lica možemo uočiti vladare velikih svjetskih država poput Donalda Trumpa (Sjedinjene Američke Države), Vladimir Putin (Rusija), Kim Jong Un (Sjeverna Koreja). Ovo je jedan od rijetkih prikaza muškaraca u novinama na ovako jak i pomalo arogantan način, nazivajući ih pogrdnim imenima. U članku se govori o ratu, ratnim događanjima između različitih država te posljedicama koje su donijeli.





Slika 33. 24sata, 11. kolovoz 2024.

Slika 32. 24sata, 7. kolovoz 2024.



Slike 32 i 33 prikazuju „osobnost“ 24sata kao dnevnih novina. U svojim posljednjim stranicama, prije križaljki i ostalih mozgalica, 24sata objavljuje viceve i polugole/gole djevojke, što bi bila karakteristika nekih „starih“ novina ili pornografskih časopisa. Postavljanje golih žena još je jedan način privlačenja muške populacije da kupe novine, iako danas brojne stranice na internetu nude to za besplatno ili neku malu mjesečnu naknadu. Međutim, postavljanje gole žene pored sekcije koja je predodređena za VICEVE umanjuje vrijednost žene koja je već svakako pokazala „sve“. Osim slike, ispod je prikazan jedan klasičan izmišljeni tekst uz izmišljeno ime, a tekst udovoljava fetišima i zamislima muškaraca koji to čitaju. I dalje najveći apsurd je postavljanje gole žene u novine, bez konkretnog razloga i bez konkretne poante, samo da bi bila gledana od strane muškaraca. U ovoj se rubrici nekada objavi i erotizirana fotografija muškarca obnaženog torza što predstavlja pokušaj spolne ravnopravnosti u softerotskoj eksploataciji tijela, ali ni približno često koliko se objavljuju fotografije žena.

9.4. Zaključak rodnih i spolnih politika u tiskanim medijima

Kao zaključak ovog dijela istraživanja odnosa tiskanih medija prema rodu i spolu, izdvojila bih sljedeće:

1. Svake novine koje su ispitane u ovom istraživanju (Večernji i Jutarnji list, 24sata) imaju drugačiji odnos prema spolovima. Počevši od Večernjeg lista, čiji je tisak, po uzorku od 7 dana, najravnopravniji, do 24sata čiji je tisak manje ravnopravan prema ženama nego muškarcima, a nerijetko je i otvoreno seksističan i vulgaran. Jutarnji list nalazi se negdje u sredini kao spoj dvoje prethodno navedenih novina.
2. Novine na različite načine pristupaju temama današnjice. Dok je Večernji list puno mirniji, staloženiji i naizgled elegantniji primjer dnevnih novina, 24sata istim tim temama pristupa na senzacionalistički, jak i buran način, prikazujući teme kao senzacije, većinom stavljajući neke naslove koji će više zainteresirati publiku kako bi potakli prodaju. Jutarnji list, ponovo, stoji na sponi između dvoje prethodno navedenih novina te svojim temama pristupa i na ozbiljan, ali i ponekad na senzacionalistički način.

3. U svim navedenim novinama možemo primijetiti i izdvojiti prikazivanje žena na loš, vulgaran i suviše surov način, a prikazivanje muškaraca kao više klase od žena, uz pokoji izuzetak.

10. Rodne i spolne politike u portalima (tportal, Indeks.hr, net.hr)

Portali u Hrvatskoj u posljednjih petnaestak godina igraju veliku ulogu u informiranju i zabavi svojih korisnika. Sve je veći i brži prijelaz publike s tradicionalnih medija poput tiskanih novina na digitalne platforme radi lakše, ekonomičnije dostupnosti i brže informativnosti. Sve dnevne vijesti, bile one lokalne ili međunarodne, mogu se dobiti na portalima u stvarnom vremenu, bez čekanja idućeg jutra kako bi se pročitale. Osim toga, ono što portale čini drugačijima je mogućnost praćenja nekih udarnih događaja „LIVE“, odnosno dobivanje informacija u trenutku kada se one i dogode te dospiju u medije. Portali nude i mogućnost komentiranja, gdje svatko može pronaći i ostaviti komentar na željenu temu od različitih korisnika istih interesa. U ovom se poglavlju prati rodna i spolna različitost na portalima tportal, Index i net.hr, kao jednim od najvećih u Hrvatskoj.

10.1. tportal

Tportal vodeći je hrvatski novinski portal fokusiran na visoko relevantan i ozbiljan sadržaj te zabavu, a mjesečno broji preko 1,8 milijuna posjeta.²⁷ Jedan je od najposjećenijih i najpoznatijih portala u Hrvatskoj, osnovan je 2000. godine i dio je Hrvatskog Telekom, što ga klasificira među najstarije i najuglednije hrvatske digitalne medije. Tportal pokriva razne teme, uključujući vijesti iz gospodarstva, kulture, politike, sporta, zabave te tehnologije. Tportal je posebno prepoznatljiv po svom kvalitetnom novinarstvu i analitičkom pristupu vijestima. Tehnološki dio portala sadrži vijesti vezane uz nove gadžete, digitalne trendove i softvere, a to ga čini popularnim među ljudima takvog sektora. Osim toga, nudi specijalizirane rubrike za zdravlje, putovanja, kulinarstvo te lifestyle, čime zadovoljava različite tipove čitatelja.²⁸

²⁷ Oglašavanje na tportalu. URL: <https://www.hrvatskitelekom.hr/poslovni/ict/medijske-digitalne-usluge/oglasavanje-na-tportalu> (Datum pristupa: 30. kolovoz 2024.)

²⁸ Tportal. URL: <https://www.tportal.hr/> (Datum pristupa: 30. kolovoz 2024.)

Na svojim internetskim stranicama tportal nudi izbor različitih odjeljaka vijesti, a to su: vijesti, biznis, sport, kultura, tech, showtime, lifestyle, autozona. Sve ove kategorije vrlo su raznolike i donose svakom mogućnost čitanja portala. Kategorija koje su bile bitne za ovaj rad bile su showtime, lifestyle i biznis kako obično tamo možemo pronaći novosti o glumicama, pjevačicama i ostalim poslovnim ženama. Na temelju ove kategorije analizirat će se kako tportal prikazuje žene, a kako muškarce na svojim stranicama.

Ranije je pisano o oslovljavanju žena samo njihovim imenom radi seksizma, umanjivanja vrijednosti žene i oslovljavanja muškaraca imenom i prezimenom kao znak moći. Ono što je prvo vidljivo kada se lista portal je to da je svaka žena, što nije čest slučaj kad se radi o vijestima, oslovljena svojim imenom i prezimenom. U vijesti pored pronalazimo muškarca o kome se piše na senzacionalan način te nije spomenut punim imenom i prezimenom.



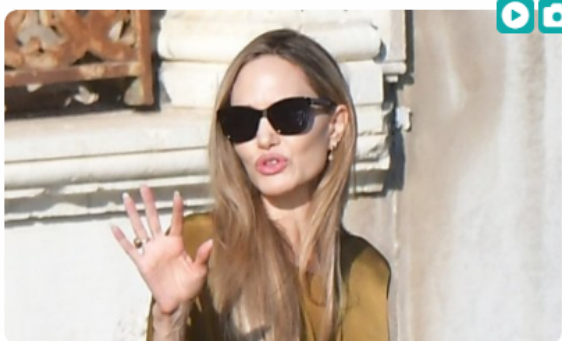
PRVA OZBILJNA VEZA

Reper i motivacijski govornik: Tko je novi partner Angeline Jolie?



NAUŽIVALA SE LJETA

Bojana Gregorić Vežović s morske destinacije: 'Osjećala sam se kao da snimam Jamesa Bonda'



NA FILMSKOM FESTIVALU

Je li ovo potvrda veze? Angelina Jolie blista u Veneciji u zanimljivom društvu



MAMI UZDAHE

Kad Beckham trenira: Golišavom fotografijom privukao pažnju mnogih dama

Slika 33. tportal.



Slika 34. tportal

PLIJENI SEKSEPILOM

Nosi je od glave do pete: Zanosna Monica Bellucci dominirala u hit boji jeseni



LJETNO IZDANJE

Blista u bijelom od glave do pete: Jelena Perčin pažnju privukla hit modelom košulja haljine

29.08.2024 u 09:17

Slika 35. tportal



NIKAD NE RAZOČARA

Cate Blanchett zablistala je u jednoj od najljepših haljina, a tek kada vidite poseban detalj...

28.08.2024 u 20:23



U VENECIJI

Angelina Jolie blista u haljini koja slavi vječnu eleganciju i glamur

28.08.2024 u 19:51

Slika 36.

tportal

Slike 34, 35 i 36 prikazuju većinu sadržaja na tportal. Ono što se iz priloženog da primijetiti je da tportal ženama daje lijep i ravnopravan tretman, pridodajući im komplimente poput „blista“,

„elegantna“, „dominirala“ itd., ali ju se vrednuje najviše po izgledu i da bude ugodna oku muškarcima koji će ju gledati. Slika 33 prikazuje i Beckhama koji je na fotografiji potpuno obučen, ali se u naslovu govori o njegovim golišavim fotografijama. Ovakav naslov sugerira da su i žene seksualnog apetita kao i muškarci te da se prema muškome tijelu odnosi na jednak način kao muškarci prema ženskome.

Čak i na stranicama za showbusiness ne manjka komplimenata i pravilno odrađenih naslova. Skoro svaki članak naslovljen je upravo kako bi trebalo biti naslovljeno s obzirom na ono o čemu se govori u tekstu. Međutim, poneki članci imaju i pomalo senzacionalističke naslove, a često seksističke, šovinističke i stereotipne naslove vješto prekrivaju u ruhu pristojnosti. Kada govorimo o naslovu prikazanom na slici ispod koji govori o Ivani Banfić, aludira se na to da je njen život zapravo na prvom mjestu obiteljski, a karijera ide nakon toga. Iako je ona to sama izjavila, taka se stereotip plasira u javnost kako je ženama karijera uvijek na drugom mjestu, a ono što stoji na početku je obitelj. Isto tako, Angelina Jolie koja kleči u haljini kako bi razgovarala s obožavateljem (ne obožavateljicom) prikazuje nadređenost muškarca, a podređenost žene.



RIJETKI MEDIJSKI ISTUP

Ivana Banfić o sinu: 'On je na prvom mjestu, a onda karijera, glazba'



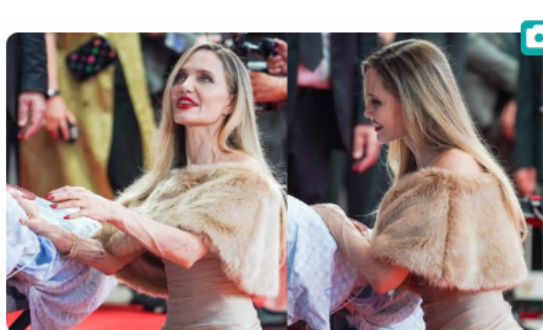
U ŠKOTSKOJ

Ovo ste se i vi sigurno pomislili: Kate Middleton potpuno je zbunila javnost



KRAJ ODMORA

Princ William se vraća u London kako bi se posvetio temi do koje mu je posebno stalo



POKAZALA VELIKO SRCE

Nježna strana Angeline Jolie: Kleknula u haljini kako bi razgovarala s obožavateljem

CEO blog

JOŠ BLOGOVA →



CEO BLOG

Svijet nikad nije bio nesigurniji, energija je u fokusu. Spremni smo na ono što nas čeka



CEO BLOG

Croatia Airlines uskoro dobiva flotu novih Airbusa. Njihov šef objasnio nam je što time dobivamo



CEO BLOG

Izazove budućnosti riješit će tehnologija, no ništa od toga bez ljudi



CHRISTOPH SCHOEFBOECK

Pred nama je izborna godina, ali ne smijemo stati: Reforme treba ubrzati!

Slika 38. tportal

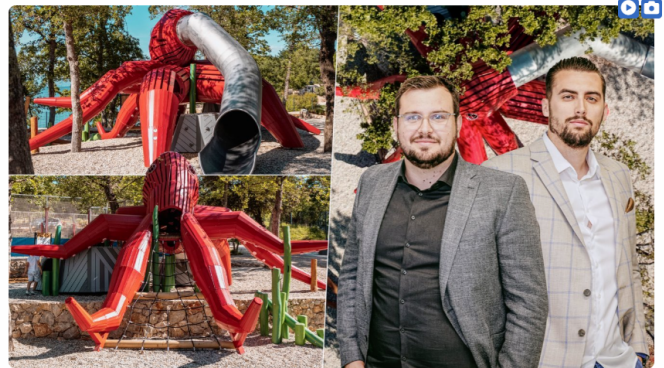
U odjeljku za biznis, tportal objavljuje vrlo racionalne teme koje se događaju u poslovnom svijetu. Jedan od odjeljaka zvan „CEO blog“ prikazuje dva muškarca i dvije žene i to sa ženom na prvom mjestu, prikazujući ih ravnopravnim s muškarcima kada je riječ o poslovnim temama. Kako je show i lifestyle kategorija prepuna žena, odjevnih kombinacija i savjeta za ljepotu i zdravlje, tako je, očekivano, i poslovna kategorija prepuna muškaraca u poslovnom svijetu. Zanimljivo je da muškarce, jednako kao i žene, tportal hvali kada je to potrebno te nikada ne manjka dobrih pridjeva uz imena. Neki od primjera su:



INTERVJU: JOSIP PALADINO

Legenda hrvatske medicine još ima nogu na gasu: 'U salu ulazim da bih se spasio. U životu žalim samo za jednim'

odlikaši



PRIČA IZ STUPNIKA

Građe brodove, mostove i tornjeve, ali i lude dječje igračke: Najveći izazov bila im je hobotnica

Slika 40. tportal

Slika 39. tportal

Zaključno, tportal predstavlja jedan ozbiljan portal koji svakodnevno izbacuje vijesti vezane uz politiku, kulturu, zdravlje, sport i ostale teme zanimljive široj publici. Listajući portal te sakupljajući informacije potrebne za ovaj rad, ostavljen je dojam jednog uglednog, ozbiljnog portala koji ne zloupotrebljava prikupljene informacije kako bi do dopro do što većeg broja ljudi. Tportal ima svoju publiku koja mu je vjerna, publiku koja je navikla na naslove koji nisu senzacionalističkog tipa već naslove koji jasno govore o čemu se radi u tekstu članka. Upravo iz ovih razloga navedenih, tportal posluje već dugi niz godina i broji veliku posjećenost svoje stranice koja se povećava iz dana u dan.

10.2. Index.hr

Index.hr jedan je od najposjećenijih i najutjecajnijih portala u Hrvatskoj. Osnovan je 2002. godine, Index je ubrzo postao popularan među narodom zbog svojeg kritičkog pristupa prema vlasti i društvenim temama. Često komentira kontroverzne teme i teme osjetljivog tipa. Smatra se liberalni, neovisnim i čvrsto opozicijskim portalom sa snažnom liberalnom pristranošću.²⁹ Index.hr najviše objavljuje članke o politici, sportu, biznisu te showbusinessu. Unatoč svojoj velikoj popularnosti u Hrvatskoj, Index.hr ostao je među portalima kojima se najmanje vjeruje baš zbog svoje pretjeranog kritičkog pristupa.³⁰ Osim portala, Index.hr objavljuje i na društvenim mrežama te je jedan od najaktuelnijih portala na istim.

Pretraživanjem stranice Index.hr može se primijetiti kako se jako puno pažnje pridaje političkim i poslovnim temama pošto je naslovnica u svakom trenutku ulaska na istu bila prepuna različitih političkih tema. Portal sadrži razne kategorije poput sport, oglasi, recepti, vijesti i ostalo, a uz sve to sadrži i kategoriju magazin koja u sebi ima potkategorije koje su neočekivane s obzirom na naslovnicu portala gdje se objavljuju samo teme iz poslovnog i političkog svijeta. Naime, pod kategorijom magazin pronalazimo padajući izbornik s različitim temama koje bi se najviše

²⁹ Grbeša, M., Volarević, M. Media in Croatia: from freedom fighters to tabloid avengers. *Publizistik* 66, 621–636 (2021). <https://doi.org/10.1007/s11616-021-00683-y> (Datum pristupa: 1. rujan 2024.)

³⁰ Isto.

dopale prvo ženama, pa onda muškarcima. Isto tako, Index.hr ima posebnu kategoriju pod nazivom „mame“, koju ćemo u radu detaljno proučiti.

Promatrajući kategoriju „magazin“ možemo primijetiti kako se na Index.hr podjednako piše i o ženama i o muškarcima u showbusinessu. Kao jedna od osobina ovog portala ističe se pretjerana kritičnost, odnosno pisanje „bez dlake na jeziku“, tako primjećujemo da portal jasno prikazuje ne samo dobre vijesti showbusinessa, već i one loše na način da politizira estradne teme i „estradizira“ političke teme te tako bivaju ekscesni.



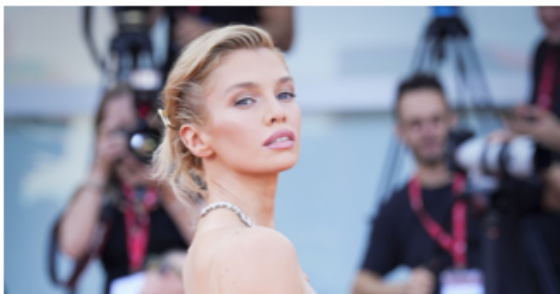
Udruga branitelja traži da se Alen Islamović proglasi nepoželjnom osobom u Hrvatskoj

ČLANOVI UDRUGE ZAGREBAČKI dragovoljci branitelji Vukovara prijavili su organizatore i odgovorne osobe jučerašnjeg koncerta Bijelog dugmeta u Splitu Državnom odvjetništvu Republike Hrvatske.

1.9.2024.

Slika 41. Index.hr, 1. rujna 2024.

Slika 41 prikazuje naslovnu stranicu kategorije „magazin“ gdje se prikazuje problem nastao na koncertu popularnog benda Bijelo Dugme gdje su pjevači benda strogo osuđeni za čin koji su napravili u Splitu, pjevajući pjesme koje potiču mržnju i zlodjela.



Manekenka Stella Maxwell privukla pažnju u Veneciji, odabrala je prozirnu haljinu

ISTAKNULA je svoju vitku figuru, a sve je upotpunila neutralnom šminkom, cipelama na petu i srebrnim nakitom.

1.9.2024.

Slika 42. Index.hr, 1. rujna 2024.

Iako slika naizgled nije provokativna, naslov članka seksualizira manekenku Stellu Maxwell. „Prozirna haljina“ i „vitka figura“ u naslovu privlače suprotni spol da pročita ovaj članak bez obzira na to što slika prikazuje. Slika njenog, po standardima ljepote, lijepog lica zapravo služi kako bi se zapitalo kakav je ostatak tijela, ako je lice ovakvo.



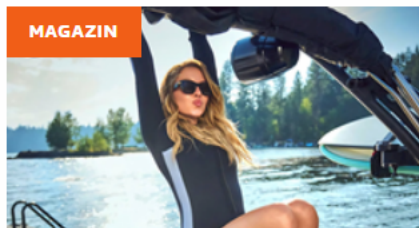
Spisateljica uočila razliku između odjeće za dječake i djevojčice: "Vidite li to?"

SPISATELJICA Kirstie Beaven ukazala je na zanimljivu razliku između odjeće za dječake i djevojčice.

Slika 43. Index.hr, 31. kolovoza 2024.

Slika 43 prikazuje članak u kategoriji „mame“. Ono što je problem kod ovakve kategorije jest da implicira da žene nisu ljudska bića, žene, osobe, već nešto deseto – MAME. Članak ukazuje na to da, osim spola, postoji jasna razlika između odjeće za dječake i djevojčice. Ono o čemu se u ovom članku govori od velike je važnosti za ovaj rad. Naime, Spisateljica Kirstie Beaven ukazala je na zanimljive razlike između odjeća za djevojčice i dječake osim plave i ružičaste boje. "Životinje koje se pojavljuju na odjeći za dječake i djevojčice potpuno su različite. Na odjeći za dječake vidjet ćete morske pse, dinosaure i vukove, dok su na odjeći za djevojčice zečevi, ljame

ili zamorci", istaknula je te objasnila koje značenje stoji iza toga. Drugim riječima, na odjeći za dječake su predatori, a na odjeći za djevojčice je plijen.³¹ Članci poput ovog prikazuju kako se od ranog djetinjstva djevojčicama i dječacima pripisuju uloge u društvu, kako za ponašanje, tako i za odjeću koju nose.



Golotinja prodaje? I u 2024.?

"SEKS prodaje" jedna je od vjerojatno najotrcanijih frazetina u marketingu.

Seks prodaje? I u 2024.?



Piše: Hrvoje Marjanović
20:03, 25. kolovoza 2024.



Foto: Instagram

Slika 44. Index.hr, 25. kolovoz 2024.

Slika 44 prikazuje polugolu djevojku koja prikazuje svoje attribute svojim, vrlo vjerojatno, pratiteljima na nekoj od društvenih mreža. Ovaj članak me posebno dojmio iz razloga što je napisan s vrlo zanimljivim komentatom: „SEKS prodaje“ jedna je od vjerojatno najotrcanijih

³¹ Spisateljica uočila razliku između odjeće za dječake i djevojčice: „Vidite li to?“ URL: <https://www.index.hr/mame/clanak/spisateljica-uocila-razliku-izmedju-odjece-za-djecake-i-djevojvice-vidite-li-to/2594699.aspx> (Datum pristupa: 1. rujan 2024.)

FRAZETINA u marketingu.“ Riječ „frazetina“ nije riječ koju ćemo obično vidjeti u novinskim člancima ili člancima na portalu, međutim kada pogledamo autora članka, možemo vidjeti da se javi o Hrvoju Marjanoviću, u glazbenom svijetu poznatom kao Sett, pjevač popularne grupe iz Osijeka zvane „Krankšvester“. Krankšvester je grupa čiji se „hitovi“ baziraju na vrijeđanju i ponižavanju žena, nazivanja žena pogrđnim imenima i degradiranju istih. Upravo su takve stvari neki od razloga zašto Index.hr nosi titulu najnepovjerljivijeg portala. Ono što je karakteristično za gotovo svaki portal su komentari ispod članaka, a ono što se nalazi konkretno ispod ovog članka vrlo je zabrinjavajuće i nadasve degutantno. Neki od komentara su:



Toni Mlikota 3rd prije 15 dana

Već 5 minuta blejim u njezinu guzicu.

👍 63 🗨️ 5

ODGOVORITE

Prikaži 2 odgovora ▾



Drug Tito prije 15 dana

Žene se obožavaju slikati izazovno, seksipilno, zavodljivo.
Kad muškarac reagira - onda je svinja šovinistička.

👍 41 🗨️ 4

ODGOVORITE



Vlado Zorić prije 15 dana

Guza bombončić, kupio bi sve sto prodaje. Doduse nisam pri parama, al hipotetski govoreci

👍 53 🗨️ 3

ODGOVORITE



Vaso Ladacki prije 15 dana

Citirao bih joj grudi i milovao Jesenjina.

👍 46 🗨️ 4

ODGOVORITE



neki profil prije 15 dana

Žene su danas prelijepe... ali kad se sjetiš koja sra_nja i ispadi dolaze sa njihovim ponašanjem, juice ain't worth a squeeze...

👍 32 🗨️ 6

ODGOVORITE

Slika 45. Index.hr, 25. kolovoz 2024.

Osim gnjusnih komentara, valja primijetiti i profilne slike osoba koje komentiraju, često su bez slike, ali među prikazanim komentarima pronašla su se i dva profila sa slikom – jedan sa fotografijom Tita, a drugi s fotografijom Supermana. Prikazuje se kako muškarci za sebe, bez obzira na svoj identitet i ponašanje, sebe vide kao jaku mušku figuru koja podređuje ženu sebi.

Zanimljivo je da, bilo pravo ili lažno, skoro svaki profil ima svoje ime i prezime te da ostavljanje ovakvih komentara u njima ne budi sramotu.

10.3. net.hr

Posljednji, ali jedan od najstarijih portala u Hrvatskoj je net.hr. Osnovan je 2000. godine, a svoje mjesto na „sceni“ održava već više od 20 godina. Poznat je po pružanju aktualnih vijesti iz Hrvatske i svijeta, a najveće teme objavljuju se iz područja politike, zabave, lifestyle i sporta. U ožujku 2019. godine net.hr postaje dio RTL-a Hrvatska, a portal je dobio na još većoj važnosti radi integracije s RTL-ovim sadržajem prikazanim na televiziji.³² Krajem 2022. godine, RTL pokreće Danas.hr, novi novinski portal koji je digitalna ekstenzija RTL-ovog televizijskog informativnog programa, a krajem iduće godine on postaje integriran u net.hr.³³ Time su ujedinjene snage urednika i novinara, a net.hr osigurava svoj položaj kao jedan od vodećih portala za informiranje u našoj državi. Osim točnosti i relevantnosti, integracija s televizijskim novinarstvom omogućila je portalu da poveća i kredibilitet, ali i brzinu dostavljanja vijesti.³⁴

Portal je na naslovnoj stranici podijeljen na kategorije sporta, „hot“, magazin, „webcafe“, „voyo“ i žena. Potpuno drugačije kategorije, potpuno drugačija organizacija stranice. Zanimljivo je da net.hr na svojoj naslovnoj stranici ima kategoriju posvećenu ženama koja vodi na drugi portal „žena.hr“ koji piše o „ženskim temama“ vezane uz šminku, njegu lica, modi, lifestyle i slično, što opet dovodi do generalizacije i kategoriziranje žena kao osoba kojima je jedino u životu bitno kako izgledaju i što će obući.

³² VELIKA VIJEST NA MEDIJSKOJ SCENI: / RTL Hrvatska preuzima portal Net.hr od Telegram Media Grupe. URL: <https://net.hr/danas/vijesti/velika-vijest-na-medijskoj-sceni-rtl-hrvatska-preuzima-portal-net-hr-od-telegram-media-grupe-e0eab03a-b1c3-11eb-811c-0242ac130060> (Datum pristupa: 7.9.2024.)

³³ TU POČINJE INTERNET! / Spojeni Net.hr i Danas.hr, uživajte čitajući nas: 'Sadašnjost i budućnost su na našoj strani'. URL: <https://net.hr/danas/vijesti/spojeni-net-hr-i-danas-hr-uzivajte-citajuci-nas-sadasnjost-i-buducnost-su-na-nasoj-strani-72293b78-bf6f-11ee-99a3-a6a3e3a01370> (Datum pristupa: 7.9.2024.)

³⁴ Isto.

DJEVOJKA DANA

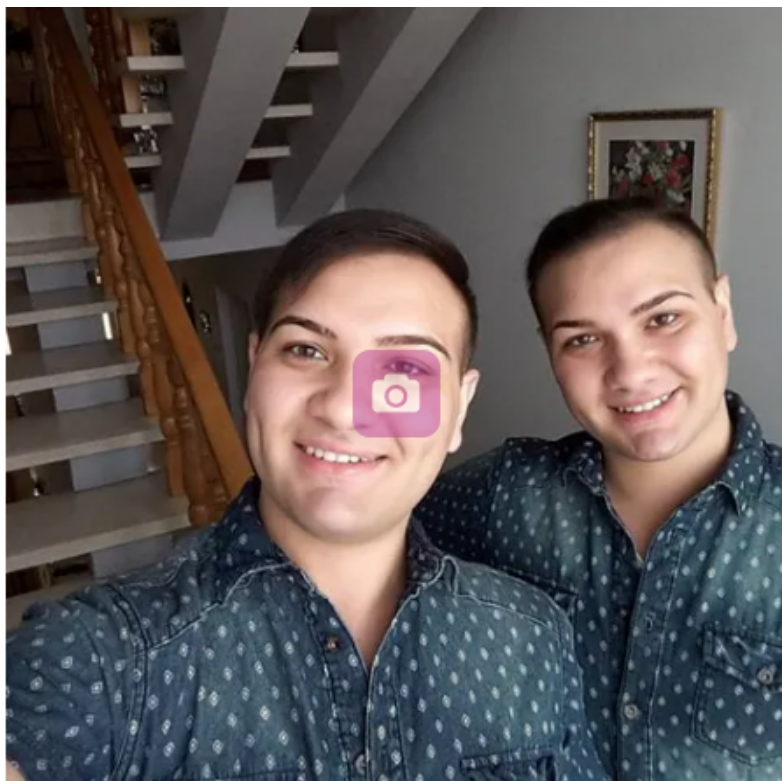


Slika 46. net.hr

Net.hr na naslovnoj stranici ima djevojku dana. Međutim, za razliku od 24sata, djevojke dana nisu razgolićene niti provokativno obučene. Ono što je problem kod ovih slika je nerealan prikaz ljepote žene. Ova je djevojka izrazito vitke građe i lice joj je „presvučeno“ različitim „filterima“ koji zaglađuju kožu, pojačavaju šminku, dodaju volumen kosi i skidaju nepravilnosti. Takav prikaz

standarda ljepote vrlo je opasan pošto mnoge žene ne izgledaju ovako, a moguće im je stvoriti kompleks i težnju za izgledom poput djevojaka dana nekih portala.

Osim problema s nerealnim prikazima ženske „ljepote“, portali nikada ne prikazuju muškarca dana, već isključivo djevojke i žene, što govori o duplim standardima i seksizmu.

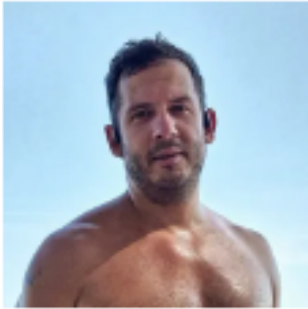


Slika 47. net.hr

U ovom radu ne govorimo samo o rodnim politikama iako se to prožima kroz gotovo cijeli rad, već i o spolnim politikama kada na primjer govorimo o transrodnim osobama. U zadnjih par tjedana često se piše o „Miki i Gibi Vasić“, popularnim blizancima, sada blizankama, koji su promijenili spol, odnosno koji su transrodne žene. Naime, Ivana i Ana (Mika i Giba), promijenile su spol prošle godine, a sada se u javnosti pojavljuju sa svojim partnerima i govore o životu kao dvije sretno osobe. Ono što u ovom članku predstavlja problem je nazivanje „mrtvim imenom“

KAKVA TRANSFORMACIJA / Silikoni, pune usne, oskudna odjeća i novi spol: Pogledajte kako danas izgledaju Mika i Giba Vasić

dvije transrodne osobe koje su promijenile dokumente i promijenile spol operacijom. Iako naizgled dva muškarca, novinari ne odbijaju pisati o njima na senzacionalistički način, govoreći o silikonima, punim usnama i oskudnoj odjeći, kao da je to ono što karakterizira svaku ženu, pa i onu transrodnu. Ovakvi se ljudi običnim čitateljima eksponiraju kao „frikovi“. Na slici su prikazani prije promjene spola, naravno radi pregleda i uvida u članak.



ŠTO KAŽETE? / Gdje je nestao Boris Rogoznica? Uhvatio se mikrofona, a na plaži pokazuje isklesani torzo

Slika 48. index.hr

Slika prikazuje članak o glazbeniku Borisu Rogoznici komentirajući njegov „isklesani torzo“, a članak govori o tome kako osim u svom tijelu, uživa i u morskim radostima i nastupima diljem obale. Članak ga prikazuje razgolićenog do pasa, a pri tome komentira i kako nikada nije bolje izgledao. Sve zasluge pripisuju se treninzima i zdravom načinu života. „Normalno“ je prikazati ženu kao seksualni objekt, ali sve je više takvih prikaza i među muškarcima kako bi se stvorila spolna ravnopravnost, međutim toga i dalje manjka. Kako vidimo iz priloženog, kod muškarca se cijene vrline poput fizičke snage, potentnosti i sposobnosti, dok se kod žena cijeni vitkost, obline i prsatost, odnosno vanjski izgled nema veze sa sposobnošću. Kako se ženama nameću određene vrijednosti da bi bila „kvalitetna“ žena, tako se i muškarcima nameću različiti ideali i vrijednosti da bi bio „pravi“ muškarac koji će biti potreban i nadređen nekoj ženi. To je upravo srž rodne politike, pripisivanje društvenih standarda i normi koje smo natjerani poštovati ako želimo biti poštovani u društvu.



ZAVIDNA LINIJA / Majka Hajdukova golmana osvanula u outfitu koji obara s nogu: 'Spremna sam'

Slika 49. index.hr

Slika 49 prikazuje članak objavljen odmah ispod prethodnog. Govori ovaj puta o ženi, ne oslovljava ju se imenom kao muškarca iznad već „funkcijom“ majke, a ono što je bitno je da u svojoj odjeći obara s nogu. U članku su sve priložene slike razgolićene, koriste se epiteti poput „neupitni seksipil“ te „zavidna figura“. Do detalja se opisuje njena garderoba, poza u kojoj se slika itd. U članku gore spominjali smo muškarca koji je razgolićen na jednak način kao i žena, a o njemu se piše da je vrlo zdrav, da održava figuru treninzima i sl., a o njoj kao da je takva stvorena, odnosno da nije bitno kako je figuru stekla i brine li o njoj. Njena izjava „Spremna sam“ također daje mašti na volju. Takav izraz može govoriti o bilo čemu, u ovom članku konkretno govori da je spremna za novi tjedan, međutim vrlo lako može potaknuti razne misli.



PRESLADAK PAR / Dejan oženio Kineskinju: Fotke s vjenčanja postale hit, ona tečno naučila jezik



ČEKAJU BEBU / Žarko zaveo i oženio Vijetnamku, ona se hvali: 'Sada sam službeno Srpkinja'

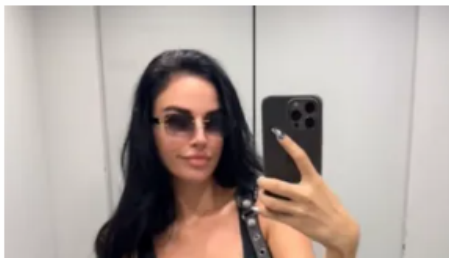
Slika 50. net.hr

Degradiranje prepoznajemo i u tome da se vijesti o ženama koje su vjenčane za Hrvate, a pri tome nisu Hrvatice, oslovljavaju kao pripadnice svoje države (Kineskinja, Vijetnamka), a ne imenom, dok muškarac u istom naslovu ima svoje ime.



STARI KAO VINO / Žanamari Perčić slavi rođendan: Ovo su najvruća izdanja domaće glazbenice

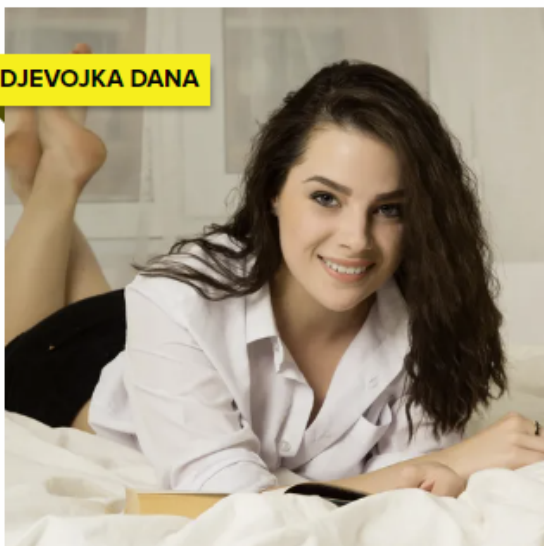
Slika 51. net.hr



NEMA MIRA / Ivana Knoll ne prestaje bit aktivna: Zavrtjela kukovima u liftu i ispred ogledala

Slika 52. net.hr

Slika 52 i 53. net.hr



Slike 52 i 53 prikazuju djevojku dana 11. rujna 2024. koja, kada se poveća slika, u kadru ima stopala, fetiš brojnih muškaraca. To prikazuje samo još jednu sliku korištenja žena kao fetiša i upotrebljavanja za preglede. Osim fetiša, žena je prikazana u pozi koja poziva na „pridruživanje“, a njena odjeća može se vidjeti na ponekim tajnicama, što ponovo daje mašti na volju i poigrava se s fetišima. Ona nije „uredna“, raskopčana je, ima neurednu frizuru i zadirkuje na način da privlači muškarca i njegovu maštu.

11. Zaključak

Mediji igraju ključnu ulogu u oblikovanju stavova prema ravnopravnosti, spolnim identitetima i rodnim ulogama. Iako su mediji platforma kroz koju se mogu promovirati zdravi, pozitivni i



ravnopravni stavovi i modeli rodne reprezentacije, često i dalje prikazuju tradicionalne stereotipe i patrijarhalne norme društva. Ako nemamo dovoljno kritičke pozornosti, educiranosti i osviještenosti, mnoge nam teme mogu promaknuti i možemo ih primiti kao „normalne“ i „prihvatljive“, a da nismo svjesni patrijarhalnih, seksističkih, nekorektnih, ideoloških poruka koje se skrivaju između redaka. Zastupljenost žena, LGBTQ+ zajednice i rodnih manjina u

medijima i dalje nije proporcionalna, pravedna i primjerena, a prikazi su često ograničeni na rodne reprezentacije koje oblikuju percepciju javnosti, bez da ih mijenjaju od onih kakvi su postojali ranije. Digitalni mediji imaju najveći potencijal za mijenjanje takvih stavova jer omogućuju „drugačijim“ skupinama da ispričaju svoje doživljaje, priče i životne mudrosti, ali isto tako mogu biti i mjesto širenja diskriminacije i loših narativa. Medijska reprezentacija žena, muškaraca te LGBTQ+ populacije direktno utječe na razumijevanje i prihvaćanje različitosti u društvima. Pretraživanjem sadržaja u tiskanim medijima i portalima možemo samo potvrditi ono što je prethodno napisano. Tradicionalni mediji poput novina oduvijek su održavali patrijarhalne vrijednosti, prikazujući žene i muškarce u stereotipnim ulogama. U Hrvatskoj, ali i u svijetu, najviše je promoviranja žena kao seksualnog objekta, prikaz žena kao majki i kućanica, a u isto vrijeme i prikaz žena kao uvijek sređenih, zgodnih, dotjeranih i zavodničkih. Muškarce i žene različito prikazujemo. Bez obzira na ono o čemu se piše, žena bilo da je razgolićena ili previše obučena, uvijek će dobiti epitete poput „seksipilna“, „zgodna“, „vitka“, „prelijepa“ i slično dok se prema njoj neće ophoditi njenim punim imenom i prezimenom, što pokazuje apsurd današnjeg društva. Unatoč napretku koji se događa pojavom digitalnih medija, izazovi prikazivanja muškaraca i žena i dalje ostaju. Rodne neravnopravnosti su i dalje prisutne, najviše u filmovima i popularnoj kulturi. Pošto je takva kultura svuda oko nas, važno je biti vrlo dobro obrazovan kako takva mišljenja ne bi utjecala na naše društvo. Kako bi mediji postali platforme koje promiču rodnu i spolnu ravnopravnost, potrebno je kritički analizirati medijski sadržaj, konstantno educirati novinare te osvještavati publike o različitostima koje nas krase.

Literatura

1. Švoger, V. (2000). 'Novinstvo kao javni medij sredinom 19. stoljeća u Hrvatskoj', Časopis za suvremenu povijest, 32(3), str. 451-462. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/207209> (Datum pristupa: 01.08.2024.)

2. Pišković, T. (2018). 'Jezične rodne ideologije u hrvatskim ženskim časopisima prve polovice 20. stoljeća', *Suvremena lingvistika*, 44(86), str. 291-327. <https://doi.org/10.22210/suvlin.2018.086.06>
3. sufražetkinje. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024. Pristupljeno 1.8.2024. <<https://www.enciklopedija.hr/clanak/sufrazetkinje>>.
4. Mihaljević, D. (2016). 'FEMINIZAM – ŠTO JE OSTVARIO?', *Mostariensia*, 20(1-2), str. 149-169. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/170904> (Datum pristupa: 01.08.2024.)
5. Bubalo, I., i Jelić, M. (2015). 'Kritička osviještenost učenika i učenica završnih razreda srednje škole o reprezentaciji žena u medijima', *Medijska istraživanja*, 21(2), str. 107-125. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/152483> (Datum pristupa: 01.08.2024.)
6. patrijarhat. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024. Pristupljeno 1.8.2024. <<https://www.enciklopedija.hr/clanak/patrijarhat>>.
7. Kolucki B., Lemish D., (2017), POZITIVNI I NEGATIVNI UTJECAJI MEDIJA. [Internet stranica] URL: <https://www.medijskapismenost.hr/pozitivni-i-negativni-utjecaji-medija/> (Datum pristupa: 01.08.2024.)
8. Strategija za ravnopravnost spolova Vijeća Europe od 2018. do 2023. URL: <https://ravnopravnost.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Biblioteka%20ONA/Strategija%20za%20ravnopravnost%20spolova%20VE%202018-2023.pdf> (Datum pristupa: 02.08.2024.)
9. Što su rodni stereotipi i kako utječu na stvarnu ravnopravnost žena i muškaraca? URL: <https://www.zeneimediji.hr/sto-su-rodni-stereotipi-i-kako-utjecu-na-stvarnu-ravnopravnost-zena-i-muskaraca/> (Datum pristupa: 02.08.2024.)
10. masovni mediji. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024. Pristupljeno 20.9.2024. <<https://www.enciklopedija.hr/clanak/masovni-mediji>>.
11. Pristup tehnologiji i medijima produbljuje rodne nejednakosti. URL: <https://medijskapismenost.ba/hr/pristup-tehnologiji-i-medijima-produbljuje-rodne-nejednakosti-2/> (Datum pristupa: 02.08.2024.)

12. Pristup tehnologiji i medijima produbljuje rodne nejednakosti. URL: <https://medijskapismenost.ba/hr/pristup-tehnologiji-i-medijima-produbljuje-rodne-nejednakosti-2/> (Datum pristupa: 02.08.2024.)
13. UNESCO (2019). I'd blush if I could: Closing gender divides in digital skills through education. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000367416> (Datum pristupa: 02.08.2024.)
14. Digitalno medijsko tržište za sve je veliki izazov. URL: <https://www.ictbusiness.info/vijesti/digitalno-medijsko-trziste-za-sve-je-veliki-izazov> (Datum pristupa 02.08.2024.)
15. Seksistički govor mržnje na internetu. URL: <https://www.medijskapismenost.hr/seksisticki-govor-mrznje-na-internetu/> (Datum pristupa 02.08.2024.)
16. Aktivizam na internetu. URL: https://youth.europa.eu/get-involved/civic-engagement/online-activism_hr (Datum pristupa 02.08.2024.)
17. Večernji list ~ Evening paper. URL: <https://croatianhub.com/iconic/vecernji-list/> (Datum pristupa: 21.8.2024.)
18. Jutarnji list slavi peti rođendan. URL: <https://www.index.hr/vijesti/clanak/jutarnji-list-slavi-peti-rodjendan/129584.aspx> (Datum pristupa: 21.8.2024.)
19. 24sata predstavlja prvi hrvatski mobilni html5 portal. URL: <https://www.vecernji.hr/barkod/24sata-predstavlja-prvi-hrvatski-mobilni-html5-portal-373115> (Datum pristupa: 25. kolovoz 2024.)
20. Grbeša, M., Volarević, M. Media in Croatia: from freedom fighters to tabloid avengers. *Publizistik* 66, 621–636 (2021). <https://doi.org/10.1007/s11616-021-00683-y> (Datum pristupa: 1. rujan 2024.)
21. Spisateljica uočila razliku između odjeće za dječake i djevojčice: „Vidite li to?“ URL: <https://www.index.hr/mame/clanak/spisateljica-uocila-razliku-izmedju-odjece-za-djecake-i-djevojvice-vidite-li-to/2594699.aspx> (Datum pristupa: 1. rujan 2024.)
22. VELIKA VIJEST NA MEDIJSKOJ SCENI: / RTL Hrvatska preuzima portal Net.hr od Telegram Media Grupe. URL: <https://net.hr/danas/vijesti/velika-vijest-na-medijskoj-sceni-rtl-hrvatska-preuzima-portal-net-hr-od-telegram-media-grupe-e0eab03a-b1c3-11eb-811c-0242ac130060> (Datum pristupa: 7.9.2024.)

23. TU POČINJE INTERNET! / Spojeni Net.hr i Danas.hr, uživajte čitajući nas: 'Sadašnjost i budućnost su na našoj strani'. URL: <https://net.hr/danas/vijesti/spojeni-net-hr-i-danas-hr-uzivajte-citajuci-nas-sadasnjost-i-buducnost-su-na-nasoj-strani-72293b78-bf6f-11ee-99a3-a6a3e3a01370> (Datum pristupa: 7.9.2024.)